



欧菲斯集团股份有限公司

Officemate Group Co., Ltd.

(重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢)



首次公开发行股票并在主板上市
招股说明书
(申报稿)

保荐人(主承销商)



(广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室)

声 明

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

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

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次发行前公司股本总额为 22,500 万股。本次拟公开发行的股份数量不超过 7,500 万股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。本次发行未安排公司股东公开发售的股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所主板
发行后总股本	不超过 30,000 万股
保荐人（主承销商）	广发证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

目 录

本次发行概况	2
目 录	3
第一节 释 义	6
一、基本术语	6
二、专业术语	10
第二节 概 览	12
一、重大事项提示	12
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况	15
三、本次发行概况	15
四、发行人主营业务经营情况	16
五、发行人符合主板定位	19
六、发行人报告期的主要财务数据和财务指标	22
七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况	23
八、发行人选择的具体上市标准	23
九、发行人公司治理特殊安排等重要事项	23
十、募集资金运用与未来发展规划	24
十一、其他对发行人有重大影响的事项	24
第三节 风险因素	26
一、与发行人相关的风险	26
二、与行业相关的风险	30
三、其他风险	31
第四节 发行人基本情况	33
一、发行人基本情况	33
二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况	33
三、发行人成立以来的重要事件	39
四、发行人在其他证券市场上市、挂牌情况	39
五、发行人股权结构	39
六、发行人子公司、分公司和参股公司情况	40
七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	54
八、特别表决权或类似安排情况	63
九、协议控制情况	63
十、控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为	63
十一、发行人股本情况	63
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员	80
十三、本次公开发行申报前已制定并实施完毕的股权激励	93
十四、员工及社会保障情况	106

第五节 业务与技术	109
一、公司主营业务、主要产品及演变情况	109
二、公司所处行业的基本情况	125
三、公司在行业中的竞争地位及竞争优势	163
四、公司的销售情况及主要客户	173
五、公司的采购情况及主要供应商	181
六、发行人主要固定资产、无形资产等资源要素	196
七、业务资质情况	214
八、技术和研发情况	224
九、质量控制情况	227
十、环境保护情况	229
十一、发行人的特许经营权	229
十二、公司在境外进行生产经营情况	229
十三、引用第三方数据的情况	229
第六节 财务会计信息与管理层分析	230
一、财务报表	230
二、审计意见及关键审计事项	235
三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准	238
四、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况	239
五、分部信息	241
六、重要会计政策和会计估计	242
七、非经常性损益	260
八、主要税种及税收优惠情况	262
九、主要财务指标	265
十、经营成果分析	266
十一、资产状况分析	345
十二、偿债能力、流动性及持续盈利能力分析	386
十三、报告期内重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并等事项的必要性、基本情况及影响分析	405
十四、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	405
第七节 募集资金运用及发展战略规划	406
一、本次募集资金运用情况	406
二、公司发展战略规划	414
第八节 公司治理与独立性	420
一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况	420
二、公司管理层对内部控制的自我评估意见及注册会计师的鉴证意见	420
三、公司报告期内违法违规情况说明	422
四、发行人报告期内资金占用和对外担保情况	424
五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力	425
六、同业竞争	427
七、关联方及关联交易	429
八、关联方变化情况	452

第九节 投资者保护	454
一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序	454
二、本次发行前后股利分配政策的差异情况	454
三、有关现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制	455
四、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排，尚未盈利或存在累计未弥补亏损的，关于投资者保护的措施	457
第十节 其他重要事项	458
一、重要合同	458
二、对外担保情况	461
三、重大诉讼或仲裁事项	461
第十一节 声明	463
发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明	463
发行人控股股东、实际控制人声明	464
保荐机构（主承销商）声明	465
保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明	466
发行人律师声明	467
审计机构声明	468
资产评估机构声明	469
验资机构声明	470
验资机构声明	471
第十二节 附件	472
一、备查文件	472
二、备查文件查阅地点	473
附件一：落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况	474
附件二：与投资者保护相关的承诺	477
附件三：股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明	500
附件四：审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明	502
附件五：募集资金投资项目具体情况	505
附件六：子公司、参股公司简要情况	508

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下特定含义：

一、基本术语

释义项	指	释义内容
发行人、欧菲斯、公司、本公司	指	欧菲斯集团股份有限公司
欧菲斯有限	指	欧菲斯办公伙伴控股有限公司
一号中心、控股股东	指	重庆欧菲斯办公伙伴一号企业管理中心（有限合伙）
实际控制人	指	王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳
二号中心	指	重庆欧菲斯二号企业管理中心（有限合伙）
三号中心	指	重庆欧菲斯办公伙伴三号企业管理中心（有限合伙）
四号中心	指	重庆欧菲斯办公伙伴四号企业管理中心（有限合伙）
五号中心	指	重庆欧菲斯办公伙伴五号企业管理中心（有限合伙）
六号中心	指	重庆欧菲斯办公伙伴六号企业管理中心（有限合伙），已于 2023 年 4 月注销
新欧菲斯	指	重庆新欧菲斯办公伙伴企业管理有限公司
重庆子公司	指	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司，公司重要子公司之一
跨越科技	指	重庆欧菲斯跨越科技有限公司，为公司二级子公司，是重要子公司之一
太原子公司	指	欧菲斯办公伙伴太原有限公司，公司重要子公司之一
苏州子公司	指	欧菲斯办公伙伴（苏州）贸易有限公司，公司重要子公司之一
长春子公司	指	欧菲斯办公伙伴长春有限公司，公司重要子公司之一
宁波子公司	指	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司，公司重要子公司之一
沈阳子公司	指	沈阳欧菲斯办公伙伴商贸有限公司，公司重要子公司之一
广东子公司	指	广东办公伙伴商贸有限公司，公司重要子公司之一
上海子公司	指	欧菲斯办公伙伴（上海）商贸有限公司，公司重要子公司之一
北京子公司	指	欧菲斯办公伙伴（北京）商贸有限公司，公司重要子公司之一
成都子公司	指	欧菲斯办公伙伴成都有限公司，公司重要子公司之一
南京子公司	指	欧菲斯办公伙伴南京有限公司，公司重要子公司之一
江苏子公司	指	欧菲斯办公伙伴江苏有限公司，公司重要子公司之一
福分通	指	重庆福分通电子商务有限责任公司，公司重要子公司之一
重庆谊风	指	谊风信息技术（重庆）有限公司，公司重要子公司之一

释义项	指	释义内容
欧菲斯咨询	指	重庆欧菲斯企业管理咨询服务服务有限公司
云越科技	指	重庆欧菲斯云越数字科技有限公司
常熟子公司	指	欧菲斯供应链管理常熟有限公司
工品公司	指	重庆欧菲斯工品供应链科技有限公司
湖南子公司	指	欧菲斯办公伙伴（湖南）有限公司
苏州运营	指	欧菲斯（苏州）运营管理有限公司
青岛子公司	指	青岛欧菲斯办公伙伴商贸有限公司
河南子公司	指	欧菲斯办公伙伴河南贸易有限公司
安徽子公司	指	欧菲斯办公伙伴安徽有限公司
宁夏子公司	指	欧菲斯（宁夏）办公伙伴商贸有限公司
新疆子公司	指	欧菲斯办公伙伴新疆商贸有限公司
甘肃子公司	指	甘肃欧菲斯办公伙伴有限公司
子狗良品	指	欧菲斯子狗良品吉林科技有限公司
山东子公司	指	山东欧菲斯办公伙伴电子商务有限公司
江西子公司	指	江西欧菲斯办公伙伴科技有限公司
内蒙古子公司	指	内蒙古欧标电子科技有限公司
西藏子公司	指	西藏欧菲斯贸易有限公司
贵州子公司	指	贵州欧菲斯办公伙伴商贸有限公司
黑龙江子公司	指	欧菲斯办公伙伴（黑龙江）有限公司
云南子公司	指	云南欧菲斯办公伙伴商贸有限公司
陕西子公司	指	欧菲斯办公伙伴（陕西）商贸有限公司
深圳子公司	指	欧菲斯办公商贸（深圳）有限公司
河北子公司	指	欧菲斯办公伙伴河北科技有限公司
福建子公司	指	欧菲斯办公伙伴（福建）贸易有限公司
湖北子公司	指	湖北欧菲斯办公伙伴科技有限公司
天津子公司	指	欧菲斯办公伙伴（天津）科技有限公司
青海子公司	指	欧菲斯办公伙伴（青海）有限公司
海口子公司	指	欧菲斯（海口）商贸有限公司
广西子公司	指	广西欧菲斯商贸有限公司
品商通	指	重庆品商通网络科技有限公司
企修通	指	重庆企修通网络科技有限公司
连云港子公司	指	欧菲斯办公伙伴连云港有限公司，发行人二级子公司，已注销
重庆南扩	指	重庆南扩建筑工程有限公司，已注销

释义项	指	释义内容
发行人苏州分公司	指	欧菲斯集团股份有限公司苏州分公司
发行人广东分公司	指	欧菲斯集团股份有限公司广东办公伙伴分公司
发行人北京分公司	指	欧菲斯集团股份有限公司北京分公司
重庆子公司朝千路店	指	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司朝千路店
苏州子公司江阴分公司	指	欧菲斯办公伙伴（苏州）贸易有限公司江阴分公司
苏州子公司无锡分公司	指	欧菲斯办公伙伴（苏州）贸易有限公司无锡分公司
山东子公司烟台分公司	指	山东欧菲斯办公伙伴电子商务有限公司烟台分公司
太原子公司第一分公司	指	欧菲斯办公伙伴太原有限公司第一分公司
宁波子公司翠柏分公司	指	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司翠柏分公司
宁波子公司江北分公司	指	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司江北分公司
业如红土	指	重庆业如红土创新股权投资基金合伙企业（有限合伙）
深创投	指	深圳市创新投资集团有限公司
点动科技	指	广州点动信息科技股份有限公司
福安药业	指	福安药业（集团）股份有限公司
苏州线厂	指	苏州线厂有限责任公司
文一集团	指	广东文一朝阳集团有限公司
四川欧菲斯	指	四川欧菲斯科技有限公司
康德实业	指	重庆市康德实业（集团）有限公司
《增资协议》及《补充协议》	指	《关于欧菲斯办公伙伴控股有限公司之增资合同书》及《关于欧菲斯办公伙伴控股有限公司增资合同书之补充协议》
《特殊权利条款之解除协议》	指	《关于欧菲斯集团股份有限公司股东特殊权利条款之解除协议》
股东大会	指	欧菲斯集团股份有限公司股东大会
股东会	指	欧菲斯办公伙伴控股有限公司股东会
董事会	指	欧菲斯集团股份有限公司董事会
监事会	指	欧菲斯集团股份有限公司监事会
《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》
《公司章程》	指	《欧菲斯集团股份有限公司公司章程》
证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
国务院	指	中华人民共和国国务院
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部

释义项	指	释义内容
财政部	指	中华人民共和国财政部
国资委、国务院国资委	指	国务院国有资产监督管理委员会
广发证券、保荐机构、主承销商	指	广发证券股份有限公司
东方华银、发行人律师	指	上海东方华银律师事务所
天健、申报会计师、验资机构天健	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
验资机构大华	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
重庆华康、资产评估机构	指	重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司
京东	指	北京京东世纪贸易有限公司
晨光股份	指	上海晨光文具股份有限公司
晨光科力普	指	上海晨光科力普办公用品有限公司
齐心集团	指	深圳齐心集团股份有限公司
史泰博	指	史泰博（上海）有限公司
得力、得力集团	指	得力集团有限公司
苏宁	指	苏宁易购集团股份有限公司
领先未来	指	领先未来科技集团有限公司
广博股份	指	广博集团股份有限公司
浙江物产	指	浙江物产电子商务有限公司
震坤行	指	震坤行工业超市（上海）有限公司
咸亨国际	指	咸亨国际科技股份有限公司
国家电网、国网	指	国家电网有限公司，发行人报告期主要客户
中国石油、中石油	指	中国石油天然气集团有限公司，发行人报告期主要客户
国家税务总局、国税总局	指	中华人民共和国国家税务总局，发行人报告期主要客户
南方电网、南网	指	中国南方电网有限责任公司，发行人报告期主要客户
中国移动、中移动	指	中国移动通信集团有限公司，发行人报告期主要客户
农业银行、农行	指	中国农业银行股份有限公司，发行人报告期主要客户
中国电建	指	中国电力建设集团有限公司，发行人报告期主要客户
中航工业	指	中国航空工业集团有限公司，发行人报告期主要客户
中国建筑	指	中国建筑集团有限公司，发行人报告期主要客户
广发银行	指	广发银行股份有限公司，发行人报告期主要客户
工商银行	指	中国工商银行股份有限公司，发行人报告期主要客户
中国烟草	指	中国烟草总公司，发行人报告期主要客户
中国邮政	指	中国邮政集团有限公司，发行人报告期主要客户
中国节能、中节能	指	中国节能环保集团有限公司，发行人报告期主要客户

释义项	指	释义内容
中兵集团	指	中国兵器工业集团有限公司，发行人报告期主要客户
大唐集团	指	中国大唐集团有限公司，发行人报告期主要客户
A 股	指	人民币普通股
本次发行、首发	指	发行人本次发行社会公众股
报告期	指	2020 年、2021 年、2022 年
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业术语

释义项	指	释义内容
B2B	指	Business-to-Business 的缩写，特指企业与企业之间，通过专用网络或公开互联网进行信息交互、传递，以此开展业务活动的经营模式
办公物资	指	在企业办公活动中所需的各类用品的总称，不仅包括文具、办公耗材，还包括各类工具、器具、设备，亦包括用于改善办公环境、员工福利的电器、生活用品与 MRO 等各类商品
合作商	指	欧菲斯供应商的一种，此类供应商通常为各地的办公用品经营单位，通过与欧菲斯建立物资供应关系，公司向其采购商品，并委托其以供应商直送方式，向属地客户交付商品
办公设备	指	办公过程中所使用的设备总称，包括但不限于电脑、打印机、复印机、音像设备、通讯设备等
办公耗材	指	办公过程中所使用的消耗类商品，包括但不限于文具、设备耗材、桌面办公用具等
生活用品	指	欧菲斯经营的生活用品专指在办公活动或员工福利场景下能够涉及的生活用品，例如各类清洁用品、个人洗护用品等
MRO	指	Maintenance（维护）、Repair（维修）、Operation（运行）的缩写，指在实际的生产过程不直接构成产品，只用于维护、维修、运行设备的物料和服务
办公电器	指	在办公环境下配置的，用于改善办公环境的家电或生活用电器，例如空调、电视机、微波炉、净水器等
办公家具	指	办公活动中所使用的家具类商品，包括办公桌椅、储物柜、文件柜、保险柜等
军网	指	指军队网上采购商城，为专供解放军、武警及其各级机构采购相关商品的集约化平台
SAP	指	SAP 一般是指由思爱普公司开发的企业管理软件，该软件涵盖企业运营的财务、业务各个方面，在本招股说明书中，SAP 特指部署于欧菲斯的企业管理系统，对于欧菲斯，SAP 为业务的核心系统，是实现业务数字化的重要基础
OMS	指	订单管理系统（Order Management System），通过该系统，欧菲斯实现平台订单的汇总、分派、监控，是欧菲斯接纳并处理大客户订单的核心系统
TMS	指	运输管理系统（Transportation Management System），通过该系统，欧菲斯得以对自主交付送货流程及全部订单的签收流程实施控制

WMS	指	仓储管理系统（Warehouse Management System），通过该系统，欧菲斯得以对自主交付对应的仓库实施数字化管理
T3	指	T3 应收账款管理系统，通过该系统，欧菲斯得以实施认款、入账、核销等一系列账务处理，实现应收账款按订单的精细化管理
SCS	指	供应商协作管理系统，通过该系统，欧菲斯得以集成供应商的订单、供货、产品信息，对采购流程进行信息化管理
合作商集成平台	指	将 OMS、TMS、T3、SCS 等多个系统中有关于合作商的信息流转、操作事项、单据传递等集成于一个系统之内，而后开放给合作商，方便合作商以集成平台为桥梁，完成与相关业务系统的数据交互
批发购	指	欧菲斯建立的专门用于处理批发业务的在线平台，使传统批发业务在线化，促进合作商、下游批发客户业务开展向线上转化
企业购	指	欧菲斯建立的专门用于处理中小企业业务的在线平台，促使中小企业业务向线上转化
SKU	指	库存量单位（Stock Keeping Unit），即库存控制的最小单位，包含每种产品的品牌、型号、配置、包装容量、量纲、用途、价格、产地等属性
API	指	应用编程接口（Application Programming Interface），即不同应用系统之间传输信息的协议，通过 API 接口，公司得以实现自身业务系统与客户自建电商平台的数据传输
ISO9001	指	ISO9000 族标准所包括的一组质量管理体系核心标准之一，全称为质量管理体系要求，主要用于证实组织具有提供满足顾客要求和适用法规要求的产品的能力。

注：本招股说明书若出现部分合计数与各加数直接相加之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概 览

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

一、重大事项提示

（一）本次发行前滚存利润的分配安排

2023 年 4 月，公司召开 2023 年第三次临时股东大会，审议通过了关于《公司首次公开发行股票前滚存未分配利润分配方案》的议案，本次股票发行成功后，公司本次首次公开发行股票前滚存的未分配利润由股票发行后的新老股东按发行后的持股比例共同享有。

（二）与本次发行相关的重要承诺

与本次发行相关的重要承诺包括公司上市前股东所持股份的锁定承诺、持股意向及减持意向承诺、稳定股价的承诺等，具体内容详见本招股说明书附件二。

（三）本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的如下风险

1、市场竞争加剧风险

自 2014 年成立以来，公司主营业务始终聚焦于办公物资 B2B 直销，目前是该行业内的主要企业之一。

随着政策推动以及数字一体化采购在大型政企客户群体中的不断演进，B2B 直销整体市场规模正快速扩张，集采品类不断丰富，该赛道日益受到其他具有相似经营模式、具备数字化供应链管理能力的企业的关注。

考虑未来可能有更多经营者切入该行业，B2B 直销业务未来的市场竞争势必更为激烈，若公司不能持续提升自身综合竞争力并巩固行业地位，则有可能在未来的市场竞争中处于不利地位。此外，日益激烈的市场竞争也或将造成行业整体盈利水平波动，从而对公司经营业绩稳定性产生不利影响。

2、行业政策风险

2014 年《政府采购法》的颁布，开启了新一轮大型政企客户的采购管理机制改革，政府、央企、金融机构转向数字化集采的趋势明显，相关部门规章、行业规范密集出台，目前，行业处于政策鼓励期。

未来，随着信息技术的发展、采购模式的迭代，相关的法律法规及行业标准也将继续更新、完善。面对相关部门、大型政企客户出台的关于招投标、集中采购等方面的新规定、新标准，公司需要进行相应的经营策略调整，并对标新的行业政策要求开展业务，如若公司对本行业相关政策变化缺乏适应，或不能在短时间内作出应对部署，则有丧失目前市场地位的风险。

3、客户维护及拓展风险

公司的主要经营模式为面向政府、央企、金融机构等大型政企客户的办公物资 B2B 直销。2020 年、2021 年、2022 年，发行人 B2B 直销模式销售收入占比分别为 87.56%、83.57%、82.57%。目前，公司与主要客户均维持了稳定的合作关系。

与大型政企客户保持良好的合作关系，是对本行业内企业经营能力的综合检验。一方面，大型政企客户分支机构多，订单地域分布广、单次规模小、下单频次高，且对供应商的交付效率、服务能力有较高要求。另一方面，大客户引入供应商的流程复杂、标准严格，非常重视供应商的合规性、经营规模与过往履约经验。

随着实施数字一体化采购的央企越来越多、B2B 直销覆盖的商品品类越来越广泛，公司所面临的客户需求将愈发多样化、特异化，在高标准的服务要求下，公司必须紧跟客户需求变化趋势，进一步增强自身的交付与服务能力，丰富自身商品库与供应渠道，加快健全面向产业的数字化信息系统，若无法对客户日趋多样的需求、日益提升的准入门槛做出及时响应，则将导致市场负面评价，致使丧失与大型政企客户的稳定合作关系，导致经营业绩出现下滑，并对未来的客户拓展带来不利影响。

4、供应链稳定性风险

B2B 直销模式下，公司采取自主交付与合作商直送两种模式完成商品的实际配送。合作商是公司供应链体系中的重要组成部分，是公司得以向遍布全国

的大型政企客户分支机构高效交付商品的有力支撑。2020年、2021年、2022年，B2B直销模式下，由合作商直送方式交付的订单实现销售收入占B2B直销模式销售收入的比重分别为67.00%、73.72%、70.46%。

由于B2B直销行业的固有经营特点，整合上游供应链资源、建立健全属地化供应链网络，是目前行业内主要企业普遍关注的经营核心，能否与地区影响力大、交付备货能力强、服务稳定的区域合作商实现长久持续合作，是本行业企业能否实现全面发展的关键。

随着本行业竞争的日趋激烈及整体市场规模的扩大，若公司不能发挥自身客户群体、信息技术基础设施等相关优势持续开拓优质合作商并与其实现长期合作，则可能威胁到自身供应链网络的稳定性，致使核心业务受到不利影响。

5、信息系统安全与技术创新风险

（1）信息系统安全方面

公司是一家以现代信息技术为支撑的数字化商贸企业，计算机和网络系统的稳定性以及数据的安全性对公司的经营至关重要，同时也是影响大型政企客户服务体验的关键因素之一。

虽然公司目前已采取了较为完善的技术措施保障信息系统的稳定性、数据资源存储和使用的安全性，但公司仍可能受到恶意软件、病毒、黑客攻击，或受到电力、通讯中断以及其他系统安全运行问题的影响，从而造成公司信息系统无法正常运转、不能正常使用、数据丢失、商业秘密外泄等后果。上述后果将影响公司业务正常开展，对公司形象与声誉造成不利影响。

（2）信息技术创新方面

目前，公司已围绕SAP核心系统，建立起了一套面向业务、运转高效、涵盖订单、采购、配送、回款等各个核心业务环节的信息系统，由于B2B业务模式的特点，公司主营业务的正常开展，较高程度上依赖信息系统的良好运转，而为了不断的在快速发展的市场形势、客户需求、供应链整合中占据先机，公司需进一步加大投入，积极探索深度利用互联网技术、大数据、人工智能等新一代信息技术提升大型政企客户数字化集采领域的流通效率，从而促使公司在激烈的市场竞争中占据先机。

如果竞争对手在信息技术基础设施建设上加速创新迭代，而公司由于投入不足、经营者意识固化、技术开发水平落后等因素未能占据领先地位，将可能面临信息系统低效、服务能力下降、客户流失等风险，从而削弱公司的市场竞争力，对公司的盈利能力造成不利影响。

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	欧菲斯集团股份有限公司	成立日期	2014 年 5 月 27 日
注册资本	22,500.00 万元	法定代表人	王立金
注册地址	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢	主要生产经营地址	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢
控股股东	一号中心	实际控制人	王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳
行业分类	批发业（行业代码：F51）	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	广发证券股份有限公司	主承销商	广发证券股份有限公司
发行人律师	上海东方华银律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司
发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		无	
（三）本次发行其他有关机构			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司	收款银行	中国工商银行股份有限公司深圳分行振华支行
其他与本次发行有关的机构		无	

三、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况	
股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00 元

发行股数	本次拟公开发行股份数量不超过 7,500 万股，本次发行未安排公司股东公开发售的股份。		占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	本次发行股数全部为发行新股		占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	无		占发行后总股本比例	-
发行后总股本	30,000.00 万股			
每股发行价格	【】元/股			
发行市盈率	【】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）			
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元	
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元	
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）			
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式。			
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开设 A 股股东账户的中国境内自然人、法人等投资者（中国国家法律、法规禁止购买者除外）；中国证监会和深圳证券交易所等监管部门另有规定的，按其规定处理。			
承销方式	余额包销			
募集资金总额	【】万元			
募集资金净额	【】万元			
募集资金投资项目	供应链体系交付网络建设项目			
	数字化运营平台建设项目			
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、律师费【】万元、信息披露费【】万元、发行手续费【】万元			
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	无			
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	无			
拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则	无			
(二) 本次发行上市的重要日期				
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日			
开始询价推介日期	【】年【】月【】日			
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日			
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日			
股票上市日期	【】年【】月【】日			

四、发行人主营业务经营情况

（一）公司的主营业务简况

欧菲斯是一家面向办公物资垂直产业链，主要为大型政企客户提供办公物资“数字化、一站式”采购服务的供应商，主营业务是以 B2B 直销为主的办公物资销售。公司成立于 2014 年，经过多年发展，目前已初步建成面向产业、运行高效的数字化业务系统和覆盖全国、服务迅捷的供应链交付体系，所经营的产品类别涵盖办公设备、办公耗材、生活用品、MRO、办公电器、办公家具等几乎全部产品类别，业已成为办公物资 B2B 直销市场的主要企业之一。

报告期内，公司的主营业务始终专注于以“数字化”、“一站式”为鲜明特点的办公物资 B2B 直销业务，主营业务未发生过改变。

（二）公司的主要销售模式简况

作为一站式办公物资供应商，欧菲斯面临着供应链上下游企业的多方面市场需求，既有来自于大客户、最终用户的市场需求，也有来自批发商、其他同行业经营者的实际需要，市场发展促使着欧菲斯的销售模式趋于多样化。

目前，欧菲斯的销售模式可分为三类：

- **B2B 直销模式**，客户主要是大型政企单位，为办公物资的最终使用者，是公司最主要的销售模式。2020 年、2021 年、2022 年，直销模式销售占比分别为 87.56%、83.57%、82.57%。
- **批发模式**，客户主要为下游办公物资批发单位。2020 年、2021 年、2022 年，批发模式销售占比分别为 12.11%、16.05%、17.03%。
- **零售模式**，该种模式的下游客户为各类店面销售对应的零散客户，占比较低，且不是公司的主要发展方向，各年销售占比均在 0.50% 以下。

有关于公司各销售模式的具体情况敬请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、（四）公司主营业务的经营模式和业务流程”。

（三）公司的主要采购与商品交付模式简况

欧菲斯所服务的主要客户为政府单位、大型国央企、金融机构，该类客户的分支机构是商品真正的最终用户，而为向最终用户提供高效、优质的交付服务，建设具有标准化、属地化服务能力的供应链网络是办公物资直销领域经营

的重要任务。

欧菲斯供应链网络主要由核心区域的省级子公司和供应链上游的 4,000 余家合作商构成，对应两种采购与商品交付方式：

- **备货采购——自主交付方式：**母公司或各省子公司先行备货，而后根据订单出库并向客户交付商品的方式。该种方式下，欧菲斯需通过集中采购，在各省中心仓日常备货，接到订单后，以自有物流或第三方物流向最终用户交付商品。此种交付方式下，对应的采购模式为备货采购模式。此外，为提升实际物流效率，公司还可委托供应商向下游客户直送商品，由于此类交付方式在采购内部控制、定价等方面与需要实际入库的采购没有差异，亦属于“备货采购——自主交付方式”。
- **合作商采购——合作商直送方式：**根据具体订单，欧菲斯首先向属地化合作商采购相应商品，而后委托合作商将商品直接送达当地终端客户的配送方式。该种方式下，欧菲斯不提前备货，而是接到订单后，在充分考虑订单属地、交付效率等因素后，先向供应链网络中恰当的合作商采购商品，再由合作商在当地向最终用户直接交付商品，合作商与终端用户通常处于同一属地。

有关于公司各销售模式的具体情况敬请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、（四）公司主营业务的经营模式和业务流程”。

（四）报告期内的重点客户简况

报告期内，公司以 B2B 直销业务为核心，重要客户包括国家电网、中国石油、江苏省人民政府、国家税务总局、南方电网、中国航空工业、中国移动、农业银行等 15 家大型政企客户。报告期内，公司向各年前十大 B2B 直销大型政企客户销售所实现的收入，占各年该模式总收入的比例均在 60%左右，是公司最重要的客户群体。报告期内，公司与上述 15 家客户均保持了稳定的合作关系。

有关公司各模式下与主要客户的合作情况敬请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、（二）主要客户情况”与“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（二）、2、主营业务收入的业务模式构成及其变动情况”。

（五）公司的市场地位简况

自成立以来，公司始终专注于为大型政企客户提供办公物资数字化、一站式采购服务，经过近十年的发展，已成为 B2B 直销领域的主要企业之一。2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯连续进入由中国企业联合会、中国企业家协会公布的“中国服务业企业 500 强”名单，分别位列第 492 位、491 位、474 位。

在政策推动、行业持续壮大的背景下，公司经营规模逐步扩大，客户获取能力、合作黏性不断提升、供应链网络覆盖广度逐步拓宽，形成了较为明显的规模效应。目前，公司已累计服务近 30 家央企、20 余个省级政采项目、20 余家大型金融机构。

根据可查询的公开信息，近五年，在 98 家央企主要的办公物资数字化集中采购项目中，欧菲斯入围次数达 53 次，与行业内主要企业的 50 次左右没有重大差异，处于行业的第一梯队。

有关于公司市场地位的情况敬请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、（一）公司的市场地位”。

五、发行人符合主板定位

公司是一家办公物资数字化商贸企业，主要经营办公物资 B2B 直销业务，公司业务模式成熟、经营业绩稳定、经营规模较大，具备较强的市场竞争力、具有行业代表性，符合主板定位要求。

（一）公司业务模式成熟

报告期内，公司的主要经营模式为办公物资 B2B 直销与批发，现有业务模式已运行多年，业务模式成熟稳定，且为本行业通行的商业模式。

报告期内，公司的主营业务收入按业务模式的构成情况如下：

单位：万元、%

业务模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
B2B 直销模式	673,828.85	82.57	641,651.92	83.57	564,096.45	87.56
批发模式	138,939.33	17.03	123,207.90	16.05	78,018.99	12.11

业务模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
零售及其他	3,302.38	0.40	2,952.33	0.38	2,112.50	0.33
合计	816,070.57	100.00	767,812.14	100.00	644,227.94	100.00

B2B 直销模式下，公司的客户主要为政府、央国企、金融机构等，是办公物资的实际使用者。2020 年、2021 年、2022 年，B2B 直销模式销售占主营业务收入的比重分别为 87.56%、83.57%、82.57%，各年占比均在 80%以上。

自成立以来，公司主要业务模式未发生重大变化，公司已形成运行稳定、运转高效、切合实际的业务模式，与办公物资 B2B 直销同行业可比公司所采用的业务模式不存在重大差异，业务模式成熟。

（二）公司经营业绩稳定、经营规模较大

在政策推动、行业持续壮大的背景下，公司经营规模逐步扩大，客户获取能力、合作黏性不断提升、供应链网络覆盖广度逐步拓宽，形成了较为明显的规模效应。目前，公司已累计服务近 30 家央企、20 余个省级政采项目、20 余家大型金融机构。

2020 年、2021 年、2022 年，公司分别实现营业收入 644,340.95 万元、768,336.09 万元、816,386.78 万元，2021 年、2022 年较之上年度分别增长 19.24%、6.25%，B2B 直销业务的持续壮大是推动收入增长的主要原因。

随着营业收入规模的增长，营业成本、营业毛利呈现同步增长的态势。2020 年、2021 年、2022 年，公司实现营业毛利 55,714.91 万元、60,833.89 万元、65,416.64 万元，2021 年、2022 年较之上年度分别增长 9.19%、7.53%。报告期各年，公司综合毛利率分别为 8.65%、7.92%、8.01%，总体稳定。

2020 年、2021 年、2022 年，公司分别实现净利润 14,900.90 万元、14,869.64 万元、15,411.35 万元，报告期各年，公司净利润水平持续保持稳定趋势。

（三）公司具备较强的市场竞争力、具有行业代表性

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“批发和零售业（F）”中的“F51 批发业”。根据《数字经济及其核心产业统计分类

（2021）》，公司主营业务属于“0506 数字商贸”领域的“050601 数字化批发”。

公司主要业务对应的细分行业为办公物资 B2B 直销行业，公司为该行业的代表性企业之一：

1、公司在 B2B 直销市场具备较为明显的先发优势，是行业地位及市场竞争力的基础

公司主要经营团队自 20 世纪 90 年代开始从事办公物资销售业务，从业经历已届 20 年。自成立以来，公司始终专注于办公物资 B2B 直销市场，是最早洞悉并进入大客户数字化采购市场的企业之一，从中积累了深厚的行业经验。在以大型政企客户为主要群体的办公物资 B2B 直销市场，先发优势的重要性突出的体现在以下几个方面：

- **起步早的企业更易积累项目履历经验，从而在市场开拓中获取优势。**
行业起步之初，市场参与者较少，竞争环境相对宽松，且所有企业均位于同一起跑线，业务履历方面并无多寡之分，先行进入市场的企业入围项目较为容易。行业经过近十年发展，大型政企客户数字化一站式采购规则日臻完善，对供应商入围要求不断提升，先发企业具有丰富的项目经验，入围项目相比新进入者更为容易。
- **起步早的企业更易深入了解各类客户的需求趋势，从而在商品配置、后续服务中赢得客户青睐、增加合作黏性。**由于办公物资品类、品牌繁多，客户逐项挑选需耗费大量时间精力，而公司作为专业供应商，熟悉市场上各类产品中主要品牌的特点，可以在客户采购计划的基础上，为客户精选产品目录，供客户快速选择，助其提升采购效率。
- **起步早的企业更易深度融入客户的采购习惯，从而在业务配合上更为顺畅，获得客户认同。**大型政企客户对采购合规性的要求普遍较高。公司长期服务大型政企客户，深刻理解客户采购所需遵循的各项规章制度，具有较强的合规意识，并积极拥抱客户的采购数字化改革进程，能够主动的在业务开展中助力客户实现更为精细化、合规化的采购管理，取得客户认同。

- 起步早的企业更有实力在信息系统、人才引进、仓储配送能力上加大投入，从而进一步增强竞争力。在行业快速发展的过程中，起步早的企业营业规模纷纷水涨船高，获得了较为丰厚的回报，积累了雄厚的实力，有能力在数字化信息系统、仓储配送能力等方面加大投入，并引进更多的数字化技术人才，在行业数字化进一步深化发展的趋势下巩固先发优势。

2、公司长期稳定服务大型政企客户，积累的丰富服务经验、项目履历与客户资源，是行业地位及市场竞争力的核心体现

与大型客户的持续合作，是对供应商经营能力的全面考验。一方面，大型政企客户遴选供应商时，对供应商的经营实力、过往经验、信息系统建设等均提出较高的要求，在这些方面没有过硬积累的企业一般无法入围。另一方面，大型政企客户对交付及时性、商品质量等要求严格，在历史合作中口碑不良的供应商难以持续保持合作。

报告期内，公司客户群体始终以大型政企客户为主，且客户结构稳定，与主要客户均可实现长期合作。依托自身较强的产品供应能力与供应链管理能力和公司逐步建立起良好的业界口碑，报告期内连续入围国家税务总局以及广东、重庆、辽宁等十余个省级政府采购商城项目，累计入围国家电网、中国石油等央企以及工商银行、农业银行等大型金融机构的一体化办公物资采购项目数十次。优质客户的积累与丰富的项目履历，为公司的持续稳定发展打下了坚实的基础，是公司市场竞争能力的较佳体现。

六、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

根据天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（天健审〔2023〕8-347号），发行人报告期内的主要财务数据及指标如下：

项目	2022.12.31/2022年度	2021.12.31/2021年度	2020.12.31/2020年度
资产总额（万元）	422,684.89	321,524.64	297,246.65
归属于母公司所有者权益（万元）	89,181.23	76,461.30	65,115.12
资产负债率（母公司）（%）	82.58	78.90	80.52

营业收入（万元）	816,386.78	768,336.09	644,340.95
净利润（万元）	15,411.35	14,869.64	14,900.90
归属于母公司所有者的净利润（万元）	15,411.35	14,869.64	14,900.90
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,861.05	14,371.16	14,802.45
基本每股收益（元）	0.6849	0.6609	0.6623
稀释每股收益（元）	0.6849	0.6609	0.6623
加权平均净资产收益率（%）	18.93	21.20	25.48
经营活动产生的现金流量净额（万元）	12,964.44	6,716.80	49,787.51
现金分红（万元）	4,950.00	4,950.00	2,499.83
研发投入占营业收入的比例（%）	0.16	0.14	0.12

七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

公司财务报告审计基准日为 2022 年 12 月 31 日。财务报告审计截止日后，公司主营业务和经营模式未发生重大不利变化，公司持续盈利能力未出现重大不利变化。公司的主要采购、技术研发、经营及销售等业务运转正常，主要客户、供应商未发生重大变化，不存在导致公司业绩异常波动的重大不利因素。

八、发行人选择的具体上市标准

2020 年度、2021 年度、2022 年度，公司扣除非经常损益前后归属母公司净利润孰低值分别为 14,802.45 万元、14,371.16 万元、13,861.05 万元，最近三年净利润累计为 43,034.66 万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计为 69,468.75 万元，最近三年营业收入累计为 2,229,063.82 万元。

公司选择适用《深圳证券交易所股票上市规则》（2023 年修订）3.1.2 条款的第一项上市标准，即“最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或者营业收入累计不低于 10 亿元”。

九、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

十、募集资金运用与未来发展规划

（一）募集资金运用

公司第一届董事会第十七次会议、2021 年年度股东大会分别审议通过了关于《公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性》的议案，公司第一届董事会第三十一次会议、2023 年第三次临时股东大会分别审议通过了关于《关于调整募投项目使用募集资金金额》的议案。

本次发行 A 股募集资金计划全部用于以下与主营业务相关的项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	项目投资总额	募集资金投资额
1	供应链体系交付网络建设项目	欧菲斯	72,607.03	72,607.03
2	数字化运营平台建设项目	重庆谊风	30,437.36	30,437.36
合计			103,044.39	103,044.39

（二）未来发展规划

作为数字经济的重要组成和数字技术与传统行业深度融合的典型代表，办公物资数字化、一站式直销是发行人发展规划中持续深耕、始终专注的领域。

为更好的顺应市场发展趋势，提升竞争优势和市场份额，公司总体发展规划将持续聚焦政企客户办公物资数字化、一站式采购，帮助大型政企客户实现更加阳光、透明、合规的采购管理，助力大型企业降本增效。

在保障传统办公物资品类销售收入增长的基础上，发行人将大力发展 MRO、企业员工福利业务，打造“三轮驱动”的业务发展格局。同时，凭借多年的行业资源积累和先发优势，发行人将持续提升数字化运营能力，以技术为驱动，打造数字供应链体系、智能仓储等基础设施，进而达成由“数字化采购”到“数字化供应链”的升级战略，推动全行业的产业互联网进程。

十一、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司存在 1 项金额超过 500 万元的尚未了结诉讼，系公司与康德实业房屋买卖合同纠纷。上述诉讼对公司主营业务开展、经营稳定性与财务状况没有重大影响，详细情况敬请参见本招股说明书“第十节

其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项”。

公司不存在其他对公司有重大影响的事项。

第三节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应认真考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、与发行人相关的风险

（一）客户维护及拓展风险

公司的主要经营模式为面向政府、央企、金融机构等大型政企客户的办公物资 B2B 直销。2020 年、2021 年、2022 年，发行人 B2B 直销模式销售收入占比分别为 87.56%、83.57%、82.57%。目前，公司与主要客户均维持了稳定的合作关系。

与大型政企客户保持良好的合作关系，是对本行业内企业经营能力的综合检验。一方面，大型政企客户分支机构多，订单地域分布广、单次规模小、下单频次高，且对供应商的交付效率、服务能力有较高要求。另一方面，大客户引入供应商的流程复杂、标准严格，非常重视供应商的合规性、经营规模与过往履约经验。

随着实施数字一体化采购的央企越来越多、B2B 直销覆盖的商品品类越来越广泛，公司所面临的客户需求将愈发多样化、特异化，在高标准的服务要求下，公司必须紧跟客户需求变化趋势，进一步增强自身的交付与服务能力，丰富自身商品库与供应渠道，加快健全面向产业的数字化信息系统，若无法对客户日趋多样的需求、日益提升的准入门槛做出及时响应，则将导致市场负面评价，致使丧失与大型政企客户的稳定合作关系，导致经营业绩出现下滑，并对未来的客户拓展带来不利影响。

（二）供应链稳定性风险

B2B 直销模式下，公司采取自主交付与合作商直送两种模式完成商品的实际配送。合作商是公司供应链体系中的重要组成部分，是公司得以向遍布全国的大型政企客户分支机构高效交付商品的有力支撑。2020 年、2021 年、2022 年，

B2B 直销模式下，由合作商直送方式交付的订单实现销售收入占 B2B 直销模式销售收入的比重分别为 67.00%、73.72%、70.46%。

由于 B2B 直销行业的固有经营特点，整合上游供应链资源、建立健全属地化供应链网络，是目前行业内主要企业普遍关注的经营核心，能否与地区影响力大、交付备货能力强、服务稳定的区域合作商实现长久持续合作，是本行业企业能否实现全面发展的关键。

随着本行业竞争的日趋激烈及整体市场规模的扩大，若公司不能发挥自身客户群体、信息技术基础设施等相关优势持续开拓优质合作商并与其实现长期合作，则可能威胁到自身供应链网络的稳定性，致使核心业务受到不利影响。

（三）信息系统安全与技术创新风险

1、信息系统安全方面

公司是一家以现代信息技术为支撑的数字化商贸企业，计算机和网络系统的稳定性以及数据的安全性对公司的经营至关重要，同时也是影响大型政企客户服务体验的关键因素之一。

虽然公司目前已采取了较为完善的技术措施保障信息系统的稳定性、数据资源存储和使用的安全性，但公司仍可能受到恶意软件、病毒、黑客攻击，或受到电力、通讯中断以及其他系统安全运行问题的影响，从而造成公司信息系统无法正常运转、不能正常使用、数据丢失、商业秘密外泄等后果。上述后果将影响公司业务正常开展，对公司形象与声誉造成不利影响。

2、信息技术创新方面

目前，公司已围绕 SAP 核心系统，建立起了一套面向业务、运转高效、涵盖订单、采购、配送、回款等各个核心业务环节的信息系统，由于 B2B 业务模式的特点，公司主营业务的正常开展，较高程度上依赖信息系统的良好运转，而为了不断的在快速发展的市场形势、客户需求、供应链整合中占据先机，公司需进一步加大投入，积极探索深度利用互联网技术、大数据、人工智能等新一代信息技术提升大型政企客户数字化集采领域的流通效率，从而促使公司在激烈的市场竞争中占据先机。

如果竞争对手在信息技术基础设施建设上加速创新迭代，而公司由于投入

不足、经营者意识固化、技术开发水平落后等因素未能占据领先地位，将可能面临信息系统低效、服务能力下降、客户流失等风险，从而削弱公司的市场竞争力，对公司的盈利能力造成不利影响。

（四）应收账款规模较大且增加较快的风险

报告期内，公司应收账款账面价值分别为 14.08 亿元、14.78 亿元、21.20 亿元，呈上升态势。

近年来，随着数字一体化集采向 MRO 品类的延展，以中国建筑、中国电建为代表的建筑行业客户正在成为公司大型政企客户群体的重要一员。受行业特点影响，该等客户回款周期较长，致使公司应收账款规模逐步扩大，整体周转速度减慢。此外，受 2022 年四季度短期宏观环境影响，大型政企客户的回款周期均有不同程度的延长，致使公司应收账款周转水平进一步下降。

未来，随着 MRO 品类商品在 B2B 直销中的重要性继续上升，公司应收账款规模很可能将进一步提升。并且，由于建筑行业客户普遍回款周期较长，如若与此类客户的合作规模继续扩大，公司应收账款整体周转水平将有持续走低趋势，从而对信用减值损失、整体盈利水平带来潜在不利影响。此外，若公司不能客观评估相关客户的回款风险，当相关客户的经营状况发生重大不利变化或双方出现合作纠纷时，公司可能出现较大金额应收账款不能按期收回或无法收回的情形，从而对公司经营造成不利影响。

（五）经营规模扩张引致的管理风险

2020 年、2021 年、2022 年，发行人主营业务收入分别为 644,227.94 万元、767,812.14 万元、816,070.57 万元，经营规模较大，且近年来呈稳步扩张态势，业务发展对公司的经营管理能力、商务运营能力、信息系统水平及人才储备均提出了更高要求。

多年来，公司通过优化激励措施、增强人才引进力度、加大研发与信息系统建设投入等多方面举措应对日益增长的经营规模所提出的管理要求。然而，如若公司未来的组织模式、管理理念与制度、信息系统等不能快速适应公司经营规模的扩张，或未能随着公司内外部环境的变化及时进行调整和完善，将对公司的持续经营能力造成不利影响。

（六）经营资质风险

报告期内，发行人销售的商品包含 6 大品类、近 40 个商品类别、近 50 万 SKU，随着 B2B 直销业务品类覆盖范围的扩大，发行人的商品库还将进一步扩充。

根据相关法律法规的要求，诸如食品、医疗器械等商品的经营销售需取得相关资质证照，并在许可范围内开展相应业务，并且，后续的商品品类扩充、招投标过程对发行人的经营资质也将提出更高要求。如若公司不能持续满足相关资质的管理要求，或者不能及时获取开展新业务所需的资质，将对公司未来经营和新业务的开展产生不利影响。

（七）产品质量风险

办公物资虽单位价值不高，但对于使用者的办公体验具有重要影响，大型政企客户对于产品质量无不提出了高标准的要求。目前，公司具有较为完善的质量管理措施，在合作商的引入、采购、配送等环节，也注重考察其所配送商品的质量是否能够达到客户要求。报告期内，公司未出现因重大质量问题所导致的纠纷或行政处罚。

报告期各年，B2B 模式下的合作商直送占比各年均在 70%左右，公司仍需继续完善对合作商直送商品的质量管控措施。未来，如若公司不能持续严格要求合作商、控制直送商品质量，将会致使公司声誉受损，对未来的客户开拓、稳定经营产生不利影响。

（八）共同控制下公司控制权结构稳定性的风险

王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳通过新欧菲斯实际控制一号中心、二号中心，合计控制发行人 89.23%的股份，上述九人为公司的共同实际控制人。本次发行前，上述九人签署了《共同控制协议》，以增强公司控制权结构的稳定性。

然而，如果上述九人在《共同控制协议》约定的期间内违约，或者《共同控制协议》到期后实际控制人不再续签，或者未来公司上市后锁定期届满股东退出、减持、公司发行证券或重组等，公司的共同控制结构可能存在不稳定的

风险，从而对公司的重大经营决策造成影响。

（九）毛利率下滑的风险

报告期内，发行人综合毛利率分别 8.65%、7.92%、8.01%，基本保持稳定。然而，随着大型政企客户数字一体化采购的发展，通用类商品的采购价格将越发透明，相关产品的平均价格具有下行压力，行业新进入者也将加剧彼此之间的竞争。受数字一体化采购推进、客户需求变动与采购经验积累、供应链整合等多方面因素影响，若不能更好地应对未来的市场竞争，公司毛利率可能进一步下降。

（十）房产租赁风险

截至本招股说明书签署日，公司主要经营用房均系通过租赁方式取得，且部分租赁房产存在未取得产权证、于划拨土地上建造等情形。

虽然公司与出租方按照公允条件签订了较为长期的租赁合同，且发行人控股股东、实际控制人就瑕疵租赁房产的相关事项作出了承诺，但如果未来公司租赁的房产发生拆迁、协议到期无法续租、因产权或用途不符无法续租的情况，公司将面临变更经营场所或与出租人重新协商的可能，可能的租金上浮、新租赁房产的改造、装修也将带来成本、费用增加，可能对公司的经营造成不利影响。

二、与行业相关的风险

（一）市场竞争加剧风险

自 2014 年成立以来，公司主营业务始终聚焦于办公物资 B2B 直销，目前是该行业内的主要企业之一。

随着政策推动以及数字一体化采购在大型政企客户群体中的不断演进，B2B 直销整体市场规模正快速扩张，集采品类不断丰富，该赛道日益受到其他具有相似经营模式、具备数字化供应链管理能力的企业的关注。

考虑未来可能有更多经营者切入该行业，B2B 直销业务未来的市场竞争势必更为激烈，若公司不能持续提升自身综合竞争力并巩固行业地位，则有可能

在未来的市场竞争中处于不利地位。此外，日益激烈的市场竞争也或将造成行业整体盈利水平波动，从而对公司经营业绩稳定性产生不利影响。

（二）行业政策风险

2014 年《政府采购法》的颁布，开启了新一轮大型政企客户的采购管理机制改革，政府、央企、金融机构转向数字化集采的趋势明显，相关部门规章、行业规范密集出台，目前，行业处于政策鼓励期。

未来，随着信息技术的发展、采购模式的迭代，相关的法律法规及行业标准也将继续更新、完善。面对相关部门、大型政企客户出台的关于招投标、集中采购等方面的新规定、新标准，公司需要进行相应的经营策略调整，并对标新的行业政策要求开展业务，如若公司对本行业相关政策变化缺乏适应，或不能在短时间内作出应对部署，则有丧失目前市场地位的风险。

三、其他风险

（一）公司募投项目用地尚未落实的风险

本次发行的募集资金投资项目“供应链体系交付网络建设项目”拟在常熟、重庆、东莞、长春、郑州五地分别建立中心仓作为各大区域核心仓储、配送中心。截至本招股说明书签署日，公司尚未取得东莞、长春、郑州中心仓项目用地的土地使用权证书。

公司已与东莞市道滘镇人民政府、长春市二道区人民政府、郑州高新技术产业开发区管理委员会就中心仓建设用地签署合作意向协议。根据协议约定，上述地方政府将确保向发行人所供土地符合土地利用总体规划、城市规划，符合国家土地政策和土地管理法律、法规规定的条件，并积极推动公司通过招拍挂方式取得土地使用权。

目前，公司正积极同当地政府主管部门就募投项目所用地块进行沟通，后续将紧密跟进募投项目所用地块的出让程序。如公司未能如期取得募投项目用地的土地使用权，将会对募集资金投资项目的实施产生不利影响。

（二）募集资金投资项目无法顺利实施的风险

公司募集资金投资主要用于供应链体系交付网络建设项目、数字化运营平台建设项目，项目实施包括场地购置、建设装修、设备采购、数字化系统所需的基础服务配套、人员配备及培训等。

募集资金投资项目的整体实施受众多关键环节的影响，投资进度、工程质量、设备采购、场地购置、人员到位情况等环节均受市场变化等因素制约，后续市场变化可能导致募集资金投资项目无法按计划顺利实施。

（三）募集资金投资项目新增折旧、摊销影响公司短期业绩的风险

本次募集资金投资项目为供应链体系交付网络建设项目、数字化运营平台建设项目。本次募集资金投资项目实施完毕后，房屋、机器设备等固定资产以及知识产权等无形资产将大幅增加。如果公司经营发展因各种不可预测的原因不能达到预期，新增折旧、摊销将在一定程度上影响公司净利润、净资产收益率，公司将面临固定资产折旧额、无形资产摊销增加而影响公司经营业绩的风险。

（四）首次公开发行股票摊薄即期回报的风险

公司 2020 年度、2021 年度、2022 年度加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）分别为 25.31%、20.49%、17.03%。本次公开发行股票后，公司的总股本及净资产均大幅增加。由于募集资金投资项目的实施需要一定时间，项目形成效益亦需要一定过程，公司短期内存在因股本总额及净资产增加导致每股收益、净资产收益率等即期回报指标被摊薄的风险。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称：欧菲斯集团股份有限公司

英文名称：Officemate Group Co., Ltd.

注册资本：22,500.00 万元

法定代表人：王立金

有限公司成立日期：2014 年 5 月 27 日

股份公司成立日期：2020 年 12 月 31 日

住所：重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢

邮政编码：401121

电话号码：023-88117929

传真号码：023-88117302

互联网网址：<https://www.officemate.cn/>

电子信箱：zhongyuanshuang@officemate.cn

负责信息披露和投资者关系的部门：董事会办公室

部门负责人：钟圆双

部门负责人电话：023-88117929

二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况

（一）有限责任公司设立情况

发行人是由欧菲斯有限整体变更设立的股份有限公司。

发行人前身欧菲斯有限由王立金、王长福、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳、刘青 9 名股东共同出资设立，欧菲斯有限设立时注册资本为 5,000.00 万元，各股东均以货币方式出资。其中，王立金认缴出资额 556.00 万元，占比 11.12%，其他股东各认缴出资额 555.50 万元，占比 11.11%。

2014年5月27日，欧菲斯有限取得了重庆市工商行政管理局核发的注册号为500905000906434的《营业执照》。

欧菲斯有限成立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	王立金	556.00	11.12%
2	戴开岳	555.50	11.11%
3	刘青	555.50	11.11%
4	吴亮亮	555.50	11.11%
5	安平	555.50	11.11%
6	吴骏寅	555.50	11.11%
7	曾刚	555.50	11.11%
8	刘志荣	555.50	11.11%
9	王长福	555.50	11.11%
合计		5,000.00	100.00%

（二）股份有限公司设立情况

1、设立基本情况

2020年11月21日，欧菲斯有限召开临时股东会，各股东同意以欧菲斯有限截至2020年8月31日经审计的账面净资产421,809,244.35元为基础，按照1:0.5334的比例折合公司股本225,000,000.00元，余额部分196,809,244.35元计入资本公积。

2020年12月21日，原公司股东作为拟变更设立的股份公司发起人签署了《欧菲斯集团股份有限公司发起人协议书》。同日，各发起人召开股份有限公司创立大会暨第一次临时股东大会，审议通过《关于欧菲斯办公伙伴控股有限公司整体变更为股份有限公司筹备情况和股份有限公司筹备费用承担的议案》《关于欧菲斯办公伙伴控股有限公司以经审计的净资产值折股的议案》《关于<欧菲斯集团股份有限公司章程>的议案》等议案，并选举产生股份公司第一届董事会成员和监事会成员。

根据重庆华康出具的《资产评估报告》（重康评报字（2020）第306号），截至评估基准日2020年8月31日，欧菲斯净资产评估价值为62,095.12万元，

评估增值 19,914.20 万元，增值率为 47.21%。

根据验资机构天健出具的《验资报告》（天健验〔2021〕8-33 号），截至 2020 年 12 月 21 日止，欧菲斯已收到全体出资者以欧菲斯有限净资产缴纳的实收股本 225,000,000.00 元。

2020 年 12 月 31 日，公司完成股份公司设立登记手续，重庆市市场监督管理局向公司换发了股份公司的营业执照（统一社会信用代码：915000003048974356）。

本次整体变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	一号中心	18,697.6591	83.1008%
2	三号中心	1,151.1226	5.1161%
3	二号中心	869.7838	3.8657%
4	业如红土	857.1673	3.8096%
5	六号中心	508.9432	2.2620%
6	深创投（CS）	214.2918	0.9524%
7	四号中心	114.5120	0.5089%
8	五号中心	86.5202	0.3845%
合计		22,500.0000	100.0000%

2、会计差错更正对发行人设立的影响

2020 年 11 月 21 日，欧菲斯有限召开临时股东会，各股东同意以欧菲斯有限截至 2020 年 8 月 31 日经审计的账面净资产 421,809,244.35 元为基础，按照 1:0.5334 的比例折合公司股本 225,000,000.00 元，余额部分 196,809,244.35 元计入资本公积。上述出资业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审验并出具了验资报告（天健验〔2021〕8-33 号）。后因前期差错事项追溯调整，致使 2020 年 8 月 31 日股份制改制基准日净资产减少 2,824,024.62 元，公司股本保持不变，相应调减资本公积-股本溢价 2,824,024.62 元。

（三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期初，欧菲斯有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例

1	一号中心	18,869.1048	89.6309%
2	三号中心	1,130.8952	5.3719%
3	二号中心	939.5000	4.4628%
4	四号中心	112.5000	0.5344%
合计		21,052.0000	100.0000%

1、2020 年 4 月，欧菲斯有限增资

2019 年 9 月 27 日，欧菲斯有限召开股东会，同意吸收深创投、业如红土为新股东，同意公司注册资本由 21,052.00 万元增加至 22,104.6316 万元，其中，新增注册资本 210.5263 万元由新股东深创投以货币方式认缴，新增注册资本 842.1053 万元由新股东业如红土以货币方式认缴，全体原股东放弃优先认购权。本次增资价格为 4.75 元/注册资本。

2020 年 4 月 13 日，重庆两江新区市场和质量监督管理局向欧菲斯有限换发了新的营业执照（统一社会信用代码：915000003048974356）。

本次增资完成后，欧菲斯有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	一号中心	18,869.1048	85.3628%
2	三号中心	1,130.8952	5.1161%
3	二号中心	939.5000	4.2502%
4	业如红土	842.1053	3.8096%
5	深创投（CS）	210.5263	0.9524%
6	四号中心	112.5000	0.5089%
合计		22,104.6316	100.0000%

2022 年 3 月 10 日，验资机构大华出具了《验资报告》（大华验字[2022]000142 号），截至 2019 年 12 月 3 日止，欧菲斯有限已收到深创投缴纳投资款 1,000.00 万元和业如红土缴纳投资款 4,000.00 万元，合计 5,000.00 万元，计入深创投缴纳的新增注册资本（实收资本）210.5263 万元，业如红土缴纳的新增注册资本（实收资本）842.1053 万元，计入资本公积（资本溢价）3,947.3684 万元。

2、2020 年 12 月，欧菲斯有限股权转让（五号中心）

2020 年 11 月 30 日，欧菲斯有限召开股东会，同意吸收员工持股平台五号

中心为新股东，同意二号中心将所持有的欧菲斯有限 0.3845%的股权（对应注册资本为 85.00 万元）转让给五号中心。

2020 年 11 月 30 日，二号中心与五号中心就本次股权转让事宜签署了《股权转让协议》，股权转让价格为 2.30 元/注册资本。2021 年 1 月 21 日，五号中心向二号中心支付了本次股权转让对价。本次股权转让的具体情况如下：

序号	转让人	转让注册资本（万元）	转让对价（万元）	受让人
1	二号中心	85.00	195.50	五号中心
合计		85.00	195.50	

2020 年 12 月 9 日，欧菲斯有限就本次股权转让办理了工商变更登记手续。

本次股权转让后，欧菲斯有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	一号中心	18,869.1048	85.3628%
2	三号中心	1,130.8952	5.1161%
3	二号中心	854.5000	3.8657%
4	业如红土	842.1053	3.8096%
5	深创投（CS）	210.5263	0.9524%
6	四号中心	112.5000	0.5089%
7	五号中心	85.0000	0.3845%
合计		22,104.6316	100.0000%

3、2020 年 12 月，欧菲斯有限股权转让（六号中心）

2020 年 12 月 16 日，欧菲斯有限召开股东会，同意吸收员工持股平台六号中心为新股东，同意一号中心将所持有的欧菲斯有限 2.2620%的股权（对应注册资本为 500.00 万元）转让给六号中心。

2020 年 12 月 16 日，一号中心与六号中心就本次股权转让事宜签署了《股权转让协议》，股权转让价格为 3.00 元/注册资本。2021 年 4 月 8 日，六号中心向一号中心支付了本次股权转让对价。本次股权转让的具体情况如下：

序号	转让人	转让注册资本（万元）	转让对价（万元）	受让人
1	一号中心	500.00	1,500.00	六号中心
合计		500.00	1,500.00	

2020 年 12 月 21 日，欧菲斯有限就本次股权转让办理了工商变更登记手续。

本次股权转让后，欧菲斯有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	一号中心	18,369.1048	83.1008%
2	三号中心	1,130.8952	5.1161%
3	二号中心	854.5000	3.8657%
4	业如红土	842.1053	3.8096%
5	六号中心	500.0000	2.2620%
6	深创投（CS）	210.5263	0.9524%
7	四号中心	112.5000	0.5089%
8	五号中心	85.0000	0.3845%
合计		22,104.6316	100.0000%

4、2020 年 12 月，整体变更为股份有限公司

整体变更为股份有限公司的情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“二、（二）股份有限公司设立情况”。

5、2022 年 11 月，公司第一次股份转让

2022 年 11 月 19 日，公司召开临时股东大会，审议通过了关于《取消六号中心员工股权激励》的议案。

2022 年 11 月 19 日，一号中心与六号中心签署《股份转让协议》，六号中心将其持有的 2.2620%股份（对应股本 508.9432 万股）以 1,592.2096 万元的价格转让给一号中心，股份转让价格为 3.1285 元/股。2022 年 12 月 30 日，一号中心向六号中心支付了本次股份转让对价。

本次股权转让的具体情况如下：

序号	转让人	转让注册资本（万元）	转让对价（万元）	受让人
1	六号中心	508.9432	1,592.2096	一号中心
合计		508.9432	1,592.2096	

本次股份转让后，公司的股权结构变更为：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	一号中心	192,066,023	85.3628%
2	三号中心	11,511,226	5.1161%
3	二号中心	8,697,838	3.8657%

4	业如红土	8,571,673	3.8096%
5	深创投（CS）	2,142,918	0.9524%
6	四号中心	1,145,120	0.5089%
7	五号中心	865,202	0.3845%
合计		225,000,000	100.0000%

截至本招股说明书签署日，公司股权结构未再发生变化。

三、发行人成立以来的重要事件

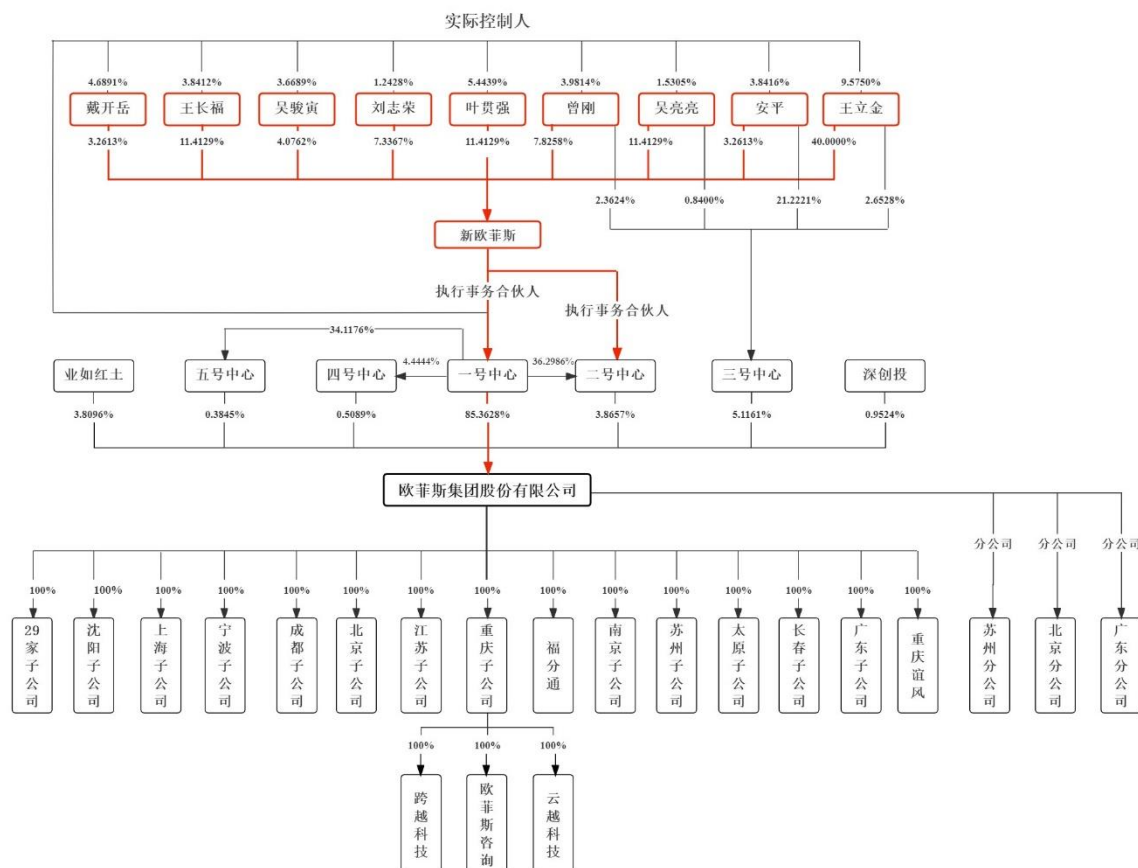
报告期内，发行人不存在重大资产重组等重要事件。

四、发行人在其他证券市场上市、挂牌情况

自成立至今，发行人未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构图如下：



六、发行人子公司、分公司和参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 46 家子公司、3 家分公司，无参股公司，各子公司及分公司基本情况如下：

（一）重要子公司

根据发行人各子公司的营业收入、净利润、总资产、净资产等财务指标以及各子公司在发行人业务板块定位的重要性，发行人拥有 15 家重要子公司，具体情况如下：

1、重庆子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司		
成立日期	2015 年 1 月 29 日		
注册资本	8,000.00 万元		
实收资本	5,480.00 万元		
法定代表人	邓霞		
住所	重庆两江新区人和街道龙湖西路 49 号 4-1-105		
主要生产经营场所	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	重庆市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	8,000.00	100.00%
	合计	8,000.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	46,583.28	
	净资产（万元）	12,483.07	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	124,310.76	
	净利润（万元）	1,623.25	

注：上述数据已经天健审计。

重庆子公司拥有 1 家分公司，具体情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	注册地址

1	重庆子公司朝千路店	2015 年 6 月 25 日	重庆市渝中区朝千路 101 号 8-1

2、跨越科技

公司名称	重庆欧菲斯跨越科技有限公司		
成立日期	2020 年 7 月 3 日		
注册资本	500.00 万元		
实收资本	0.00 万元		
法定代表人	何志		
住所	重庆市渝中区解放碑街道民权路 58 号八层 814 号房屋		
主要生产经营场所	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	惠普品牌商品批发业务		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	重庆子公司	500.00	100.00%
	合计	500.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	15,286.44	
	净资产（万元）	1,539.93	
	项目	2022 年	
	营业收入	72,562.26	
	净利润（万元）	821.36	

注：上述数据已经天健审计。

3、太原子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴太原有限公司
成立日期	2015 年 4 月 7 日
注册资本	7,500.00 万元
实收资本	4,027.36 万元
法定代表人	吕雪清
住所	太原市迎泽区南内环东街 158 号（互联网+智慧产业园 D 座 201 号）
主要生产经营场所	太原市迎泽区南内环东街 158 号（互联网+智慧产业园 D 座 201 号）
主营业务	办公物资的销售
在发行人业务板块中定位	山西省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等

股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	7,500.00	100.00%
	合计	7,500.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	7,507.67	
	净资产（万元）	5,186.81	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	16,896.36	
	净利润（万元）	66.38	

注：上述数据已经天健审计。

太原子公司拥有 2 家分公司，具体情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	注册地址
1	欧菲斯办公伙伴太原有限公司第一分公司	2017 年 8 月 17 日	山西省太原市小店区南内环街 200 号
2	欧菲斯办公伙伴太原有限公司第二分公司	2021 年 12 月 11 日	山西省太原市尖草坪区解放北路 59 号山西北方商贸城文百区 B1001

4、苏州子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴（苏州）贸易有限公司		
成立日期	2015 年 3 月 5 日		
注册资本	4,000.00 万元		
实收资本	2,433.59 万元		
法定代表人	苏文婷		
住所	苏州市友新路 6 号		
主要生产经营场所	苏州市友新路 6 号		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	苏州市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	4,000.00	100.00%
	合计	4,000.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	7,556.93	
	净资产（万元）	2,335.08	
	项目	2022 年	

	营业收入（万元）	23,786.00
	净利润（万元）	-5.66

注：上述数据已经天健审计。

苏州子公司拥有 2 家分公司，具体情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	注册地址
1	苏州子公司江阴分公司	2018 年 8 月 31 日	江阴市暨阳路 60-2
2	苏州子公司无锡分公司	2018 年 11 月 9 日	无锡市通扬路 280-1 号 五星大厦 1101 室

5、长春子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴长春有限公司		
成立日期	2015 年 3 月 31 日		
注册资本	6,500.00 万元		
实收资本	5,022.06 万元		
法定代表人	王宽		
住所	吉林省长春市二道区安乐路 382 号		
主要经营场所	吉林省长春市二道区安乐路 382 号		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	吉林省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	6,500.00	100.00%
	合计	6,500.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	33,537.52	
	净资产（万元）	11,617.54	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	39,320.83	
	净利润（万元）	2,295.99	

注：上述数据已经天健审计。

长春子公司拥有 2 家分公司，具体情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	注册地址
1	欧菲斯办公伙伴长春有限公司 自由大路分公司	2020 年 8 月 21 日	长春市朝阳区自由大路 17 号 3-3 栋 102 号房
2	欧菲斯办公伙伴长春有限公司	2017 年 2 月 20 日	吉林省长春市朝阳区工农大路

百脑汇分公司	百脑汇长春店第四层 CCA4B06

6、宁波子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司		
成立日期	2015 年 2 月 13 日		
注册资本	5,100.00 万元		
实收资本	1,772.65 万元		
法定代表人	戴乐泉		
住所	浙江省宁波市海曙区顺德路 136 弄 58 号（1-20）室		
主要生产经营场所	浙江省宁波市海曙区顺德路 136 弄 58 号（1-20）室		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	浙江省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	5,100.00	100.00%
	合计	5,100.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	4,254.77	
	净资产（万元）	2,556.47	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	9,926.56	
	净利润（万元）	197.90	

注：上述数据已经天健审计。

宁波子公司拥有 8 家分公司，具体情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	注册地址
1	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司庄桥分公司	2018 年 7 月 11 日	浙江省宁波市江北区庄桥街道上邵村
2	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司温州分公司	2021 年 5 月 14 日	浙江省温州市鹿城区南汇街道温州大道 2088 号悦尚大厦 1704 室（自主申报）
3	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司舟山分公司	2018 年 4 月 13 日	浙江省舟山市普陀区东港街道蒲东路 55 号和津广厦 109 室
4	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司翠柏分公司	2015 年 4 月 27 日	浙江省宁波市海曙区翠柏路 122 号
5	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司杭州分公司	2018 年 4 月 17 日	浙江省杭州市滨江区长河街道江虹路 735 号 3 幢 B 楼 5 层 507 室
6	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司晶崑分公司	2015 年 4 月 27 日	浙江省宁波市海曙区顺德路 136 弄 58 号（1-30）室
7	欧菲斯办公伙伴宁波	2017 年 2 月 21 日	浙江省宁波市江北区长兴路 618 号 41

	有限公司江北分公司		幢 3004 室
8	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司惊驾分公司	2017 年 8 月 16 日	浙江省宁波市鄞州区徐戎路 97 号（1-13）

7、沈阳子公司

公司名称	沈阳欧菲斯办公伙伴商贸有限公司		
成立日期	2015 年 3 月 23 日		
注册资本	5,000.00 万元		
实收资本	2,182.65 万元		
法定代表人	安平		
住所	辽宁省沈阳市和平区三好街 67 号五层 E128 房间		
主要生产经营场所	辽宁省沈阳市和平区三好街 67 号五层 E128 房间		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	辽宁省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	5,000.00	100.00%
	合计	5,000.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	7,744.47	
	净资产（万元）	2,224.46	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	14,641.32	
	净利润（万元）	-102.99	

注：上述数据已经天健审计。

8、广东子公司

公司名称	广东办公伙伴商贸有限公司		
成立日期	2015 年 2 月 15 日		
注册资本	6,500.00 万元		
实收资本	4,812.06 万元		
法定代表人	叶贯强		
住所	广东省东莞市道滘镇文一路 1 号 102 室、103 室、104 室、105 室		
主要生产经营场所	广东省东莞市道滘镇文一路 1 号 102 室、103 室、104 室、105 室		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	广东省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		

股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	6,500.00	100.00%
	合计	6,500.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	16,379.12	
	净资产（万元）	8,628.60	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	38,189.22	
	净利润（万元）	663.31	

注：上述数据已经天健审计。

广东子公司拥有 1 家分公司，具体情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	注册地址
1	广东办公伙伴商贸有限公司广州分公司	2019 年 8 月 12 日	广州市天河区华穗路 406 号之二 821 室（仅限办公）

9、上海子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴（上海）商贸有限公司		
成立日期	2015 年 7 月 2 日		
注册资本	5,000.00 万元		
实收资本	1,940.00 万元		
法定代表人	徐雷		
住所	上海市静安区灵石路 695 号 25 幢 704 室		
主要经营场所	上海市静安区灵石路 695 号 25 幢 704 室		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	上海市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	5,000.00	100.00%
	合计	5,000.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	5,439.26	
	净资产（万元）	2,120.53	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	16,876.23	
	净利润（万元）	127.42	

注：上述数据已经天健审计。

10、北京子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴（北京）商贸有限公司		
成立日期	2016 年 3 月 2 日		
注册资本	5,000.00 万元		
实收资本	1,940.00 万元		
法定代表人	陆华		
住所	北京市怀柔区杨宋镇和平路甲 1 号楼 1 至 2 层 9 单元 101		
主要生产经营场所	北京市通州区世界侨商中心 7-2-707		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	北京市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	5,000.00	100.00%
	合计	5,000.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	5,433.02	
	净资产（万元）	1,692.25	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	10,531.84	
	净利润（万元）	-171.09	

注：上述数据已经天健审计。

11、成都子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴成都有限公司		
成立日期	2015 年 4 月 3 日		
注册资本	6,000.00 万元		
实收资本	3,979.92 万元		
法定代表人	曾刚		
住所	成都市青羊区东城根中街 9 号附 3 号		
主要生产经营场所	成都市新都区大丰镇通力路 30 号/成都市青羊区商业街 6 号 2 栋 1 层		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	四川省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	6,000.00	100.00%

	合计	6,000.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	11,910.53	
	净资产（万元）	5,336.09	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	17,498.44	
	净利润（万元）	-187.71	

注：上述数据已经天健审计。

12、南京子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴南京有限公司		
成立日期	2015 年 3 月 25 日		
注册资本	5,188.00 万元		
实收资本	3,232.06 万元		
法定代表人	吴亮亮		
住所	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部园 5B 幢 6 层 601		
主要生产经营场所	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部园 5B 幢 6 层 601		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	南京市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等。自 2021 年开始，南京子公司业务逐步转移至江苏子公司。		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	5,188.00	100.00%
	合计	5,188.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	6,047.13	
	净资产（万元）	4,394.48	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	2,485.37	
	净利润（万元）	96.21	

注：上述数据已经天健审计。

13、江苏子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴江苏有限公司
成立日期	2021 年 1 月 28 日
注册资本	5,188.00 万元

实收资本	2,000.00 万元		
法定代表人	吴亮亮		
住所	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部园 5B 幢 6 层 601		
主要生产经营场所	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部园 5B 幢 6 层 601		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	自 2021 年开始，逐步承接南京子公司业务，负责南京市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等。		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	5,188.00	100.00%
	合计	5,188.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	24,979.36	
	净资产（万元）	4,293.39	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	64,415.97	
	净利润（万元）	933.51	

注：上述数据已经天健审计。

14、福分通

公司名称	重庆福分通电子商务有限责任公司		
成立日期	2017 年 5 月 9 日		
注册资本	500.00 万元		
实收资本	500.00 万元		
法定代表人	王贵		
住所	重庆市渝中区石油路街道经纬大道 789 号 4-1#部分房屋		
主要生产经营场所	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢		
主营业务	办公物资的销售		
在发行人业务板块中定位	专注于员工福利市场的开拓及员工福利品的销售		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	500.00	100.00%
	合计	500.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	8,394.54	
	净资产（万元）	1,772.89	

	项目	2022 年
	营业收入	8,529.88
	净利润（万元）	629.80

注：上述数据已经天健审计。

15、重庆谊风

公司名称	谊风信息技术（重庆）有限公司		
成立日期	2014 年 11 月 12 日		
注册资本	6,000.00 万元		
实收资本	6,000.00 万元		
法定代表人	何小健		
住所	重庆市渝中区石油路街道经纬大道 789 号 4-2#部分房屋		
主要生产经营场所	上海市闵行区沪闵路 7940 号宁谷国际 1310 室		
主营业务	办公行业相关软件的开发		
在发行人业务板块中定位	电商交易系统、进销存管理系统和仓储物流管理系统等信息系统的研发，为发行人及外部客户提供软件技术服务		
股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	6,000.00	100.00%
	合计	6,000.00	100.00%
财务数据	项目	2022 年 12 月 31 日	
	总资产（万元）	2,730.74	
	净资产（万元）	429.20	
	项目	2022 年	
	营业收入（万元）	2,336.44	
	净利润（万元）	247.19	

注：上述数据已经天健审计。

（二）其他子公司、分公司

发行人的其他子公司、分公司的基本情况如下：

1、其他子公司的基本情况

序号	子公司名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
1	常熟子公司	2022 年 3 月 21 日	5,000.00 万元	发行人持股比例为 100.00%	办公物资销售
2	工品公司	2019 年 9 月 26 日	5,000.00 万元	发行人持股比例为 100.00%	办公物资销售
3	湖南子公司	2018 年 8 月 31 日	5,000.00 万元	发行人持股比例为 100.00%	办公物资销售

4	苏州运营	2022年9月6日	4,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
5	青岛子公司	2018年12月20日	2,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
6	河南子公司	2017年8月24日	1,100.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
7	安徽子公司	2016年12月28日	1,008.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
8	宁夏子公司	2018年8月15日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
9	新疆子公司	2018年9月17日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
10	甘肃子公司	2018年11月7日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
11	子狗良品	2018年8月15日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
12	山东子公司	2017年1月16日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
13	江西子公司	2018年11月5日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
14	内蒙古子公司	2018年2月28日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
15	西藏子公司	2018年12月7日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
16	贵州子公司	2018年7月24日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
17	黑龙江子公司	2018年5月21日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
18	云南子公司	2018年8月22日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
19	陕西子公司	2018年7月3日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
20	深圳子公司	2018年12月20日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
21	河北子公司	2018年6月11日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
22	福建子公司	2018年10月22日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
23	湖北子公司	2017年10月27日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
24	天津子公司	2016年4月8日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
25	青海子公司	2018年10月23日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
26	海口子公司	2018年1月23日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
27	广西子公司	2018年8月15日	1,000.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公物资销售
28	云越科技	2022年6月15日	2,000.00万元	重庆子公司持股比例为100.00%	办公物资销售
29	品商通	2019年12月27日	500.00万元	发行人持股比例为100.00%	未实际经营
30	企修通	2019年12月3日	500.00万元	发行人持股比例为100.00%	办公设备维修服务
31	欧菲斯咨询	2020年3月25日	500.00万元	重庆子公司持股比例为100.00%	企业管理咨询服务

2、发行人的分公司基本情况

序号	分公司名称	成立日期	注册地址
1	发行人苏州分公司	2018年11月26日	常熟市莫城街道莫干路1号云裳大厦1幢2201
2	发行人广东分公司	2019年12月31日	广东省东莞市道滘镇文一路1号101室
3	发行人北京分公司	2022年4月8日	北京市通州区北皇木厂街1号院2号楼7层708

（三）报告期内转让、注销的子公司

报告期内，发行人存在 2 家注销的子公司，分别为连云港子公司、重庆南扩，不存在对外转让的子公司，具体情况如下：

1、连云港子公司

公司名称	欧菲斯办公伙伴连云港有限公司		
成立日期	2017 年 4 月 10 日		
注册资本	1,008.00 万元		
实收资本	10.00 万元		
法定代表人	张晓敏		
住所	连云港市海州区龙河大厦 A 座 A15 号		
主要生产经营场所	连云港市海州区龙河大厦 A 座 A15 号		
主营业务	办公物资销售		
注销前股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	南京子公司	1,008.00	100.00%
	合计	1,008.00	100.00%
注销前财务数据	项目	注销日资产负债表数据	
	总资产（万元）	5.48	
	净资产（万元）	5.47	
	项目	2022 年期初至注销日利润表数据	
	营业收入（万元）	0.00	
	净利润（万元）	9.37	

报告期内，连云港子公司未开展重大经营活动，已于 2022 年 10 月注销，注销前无重大的人员、资产、业务与客户资源，注销时不涉及对相关人员的安排。

根据国家税务总局连云港市税务局第三税务局于 2022 年 7 月出具的《清税证明》，连云港子公司所有税务事项均已结清。经核查国家企业信用信息公示系统等网络公开信息，连云港子公司在存续期间不存在违法违规行为。

2、重庆南扩

公司名称	重庆南扩建筑工程有限公司
成立日期	2020 年 1 月 6 日
注册资本	2,000 万元

实收资本	0.00 万元		
法定代表人	翁利利		
住所	重庆市渝北区洪湖东路 9 号 2103 号		
主要生产经营场所	未实际开展经营		
主营业务	未实际开展经营		
注销前股权结构	股东	出资额（万元）	出资比例
	发行人	2,000.00	100.00%
	合计	2,000.00	100.00%
注销前财务数据	项目	注销日资产负债表数据	
	总资产（万元）	0.00	
	净资产（万元）	0.00	
	项目	2020 年期初至注销日利润表数据	
	营业收入（万元）	0.00	
	净利润（万元）	0.00	

重庆南扩自成立以来未实际开展经营，已于 2020 年 12 月注销。因重庆南扩无人员、资产、业务与客户资源，注销时不涉及对相关人员的安排。

经核查国家企业信用信息公示系统等网络公开信息，重庆南扩在存续期间不存在违法违规行为。

（四）报告期内注销的分公司

自 2020 年 1 月 1 日至本招股说明书签署日，发行人注销了 20 家分公司，具体情况如下：

序号	分公司名称	成立时间	注销时间
1	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司高新店	2015 年 6 月	2021 年 8 月
2	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司南岸区店	2015 年 6 月	2020 年 4 月
3	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司杨家坪店	2015 年 5 月	2020 年 4 月
4	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司沙坪坝西永店	2015 年 6 月	2020 年 4 月
5	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司鱼洞连锁店	2015 年 5 月	2020 年 5 月
6	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司沙坪坝汉渝路店	2015 年 6 月	2020 年 4 月
7	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司渝北店	2015 年 6 月	2020 年 4 月
8	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司两路口店	2015 年 8 月	2020 年 4 月

9	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司人和连锁店	2015年6月	2020年4月
10	欧菲斯办公伙伴长春有限公司安乐路分公司	2015年4月	2020年8月
11	广东办公伙伴商贸有限公司东莞莞城分公司	2015年7月	2022年2月
12	广东办公伙伴商贸有限公司大岭山分公司	2015年7月	2020年9月
13	广东办公伙伴商贸有限公司万江分公司	2015年7月	2020年11月
14	广东办公伙伴商贸有限公司佛山分公司	2018年9月	2021年1月
15	广东办公伙伴商贸有限公司寮步分公司	2015年7月	2020年8月
16	广东办公伙伴商贸有限公司东莞道滘分公司	2015年7月	2020年11月
17	广东办公伙伴商贸有限公司东莞东城主山分公司	2015年8月	2020年9月
18	欧菲斯办公伙伴成都有限公司金牛分公司	2019年6月	2020年11月
19	欧菲斯办公伙伴江苏有限公司南京高淳分公司	2021年5月	2023年2月
20	欧菲斯办公伙伴宁波有限公司湖州分公司	2017年12月	2023年5月

上述分公司主要系零售店铺。因逐步缩减线下门店零售业务，发行人在报告期内陆续注销了上述分公司。

七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东

截至本招股说明书签署日，一号中心直接持有公司 192,066,023 股，持有公司的股份比例为 85.3628%，为公司的控股股东，其基本情况如下：

（1）基本信息

企业名称	重庆欧菲斯办公伙伴一号企业管理中心（有限合伙）
成立日期	2015年5月12日
注册资本	18,869.1048 万元
实收资本	18,869.1048 万元
执行事务合伙人	重庆新欧菲斯办公伙伴企业管理有限公司
住所	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢
主要生产经营地	未实际开展经营
主营业务与发行人主营业务的关系	发行人持股平台，未实际开展经营

（2）出资结构

截至本招股说明书签署日，一号中心的出资结构如下：

合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例
普通合伙人		
新欧菲斯	0.0200	0.0001%
有限合伙人		
王立金	1,806.7200	9.5750%
王立芳	1,711.6400	9.0711%
万华	1,082.9600	5.7393%
叶贯强	1,027.2200	5.4439%
王学强	999.1200	5.2950%
戴开岳	884.8000	4.6891%
何志	838.4000	4.4432%
曾刚	751.2600	3.9814%
曾雄	751.2600	3.9814%
曾伟	751.2400	3.9813%
安平	724.8800	3.8416%
王长福	724.7950	3.8412%
王丹妮	724.7950	3.8412%
王宽	724.7950	3.8412%
王少娟	724.7950	3.8412%
吴骏寅	692.2800	3.6689%
仇为民	644.5200	3.4157%
叶颖欣	499.5600	2.6475%
叶嘉仪	499.5600	2.6475%
刘振超	419.6200	2.2238%
吴亮亮	288.8000	1.5305%
刘志荣	234.5109	1.2428%
许元芳	229.1200	1.2143%
高琳萍	224.9000	1.1919%
江淼	112.0741	0.5940%
殷惠芳	127.4800	0.6756%
成艳俊	92.2600	0.4889%

葛贺男	76.0307	0.4029%
董春荣	76.8400	0.4072%
吴义升	75.5000	0.4001%
张晓敏	43.3000	0.2295%
王志强	39.8800	0.2114%
周来顺	39.8800	0.2114%
常太忠	39.8800	0.2114%
古木林	39.1600	0.2075%
浩海华	28.9000	0.1532%
牛莉	22.1491	0.1174%
赵亚楠	18.2800	0.0969%
刘燕军	14.7600	0.0782%
董春茂	14.4400	0.0765%
岳丽英	11.8400	0.0627%
牛文涛	10.0000	0.0530%
朱魏峰	10.0000	0.0530%
王颖	6.0000	0.0318%
郭利冬	4.4400	0.0235%
李小英	4.4400	0.0235%
合计	18,869.1048	100.0000%

（3）财务数据

一号中心最近一年的主要财务数据如下：

项目	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
总资产（万元）	20,838.40
净资产（万元）	20,757.75
营业收入（万元）	0.00
净利润（万元）	4,212.04

注：上述数据已经天健审计。

报告期内，公司的控股股东未发生变化。

2、实际控制人

截至本招股说明书签署日，一号中心直接持有公司 85.3628%的股份，二号中心直接持有公司 3.8657%的股份，王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、

刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳通过新欧菲斯实际控制一号中心、二号中心，合计控制公司 89.2285%的股份，为公司共同实际控制人。

公司实际控制人的认定过程如下：

（1）王立金等九人长期持股新欧菲斯

新欧菲斯成立后，王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳始终共同持有新欧菲斯 100.00%的股权，且最近三年持股比例未发生变动。截至本招股说明书签署日，新欧菲斯股权结构如下：

股东姓名	出资额（万元）	持股比例
王立金	262.1067	40.0000%
王长福	74.7850	11.4129%
叶贯强	74.7850	11.4129%
吴亮亮	74.7850	11.4129%
曾刚	51.2800	7.8258%
刘志荣	48.0750	7.3367%
吴骏寅	26.7100	4.0762%
安平	21.3700	3.2613%
戴开岳	21.3700	3.2613%
合计	655.2667	100.0000%

（2）新欧菲斯实际控制一号中心、二号中心

新欧菲斯担任一号中心、二号中心普通合伙人、执行事务合伙人，根据《中华人民共和国合伙企业法》及一号中心、二号中心合伙人签署的合伙协议，执行事务合伙人负责企业日常运营，对外代表合伙企业，其他合伙人不执行合伙企业事务，新欧菲斯实际控制一号中心、二号中心。

（3）报告期内，一号中心、二号中心处于绝对控股地位

报告期内，一号中心、二号中心合计持有公司的股份比例始终保持在 85.00%以上，处于绝对控股地位。报告期内，一号中心、二号中心在公司历次董事会、股东（大）会的表决均保持一致行动，不存在分歧或者争议情况。

（4）王立金等九人已签署《共同控制协议》，明确了共同控制关系

为进一步明确九人间的共同控制关系，王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、

曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳于 2018 年 11 月 10 日签署《共同控制协议》。2020 年 12 月，欧菲斯有限整体变更为股份公司，王立金等九人于 2020 年 12 月 31 日重新签署《共同控制协议》。该协议约定：

“2.1 各方同意，在欧菲斯集团股东（大）会、董事会或其他需要行使股东/董事权利前充分沟通协商，就各方与一号中心、二号中心及各方单独或共同控制的其他公司股东（如有）行使何种表决权达成一致意见，并按照该一致意见在公司股东（大）会、董事会上对该等事项行使表决权或其他权利，具体方式如下：

2.1.1 欧菲斯集团董事、监事候选人的提名

（1）各方通过一号中心、二号中心及各方单独或共同控制的其他公司股东（如有），向欧菲斯集团提名董事、监事。

（2）具体候选人由新欧菲斯持股比例最高的股东向本协议各方提出，与本协议各方充分沟通协商并取得一致意见后，由一号中心、二号中心及各方单独或共同控制的其他公司股东（如有）共同向欧菲斯股东（大）会提名董事、监事候选人。

2.1.2 欧菲斯集团股东（大）会、董事会的提案

一号中心、二号中心及各方单独或共同控制的其他公司股东（如有）在向欧菲斯集团股东（大）会行使提案权及本协议任何一方或多方担任欧菲斯集团董事（以下简称“在任董事”）的，在任董事向欧菲斯集团董事会行使提案权前，本协议各方应充分沟通协商并取得一致意见。

各方达成一致意见后，由新欧菲斯持股比例最高的股东汇总形成提案草案，一号中心、二号中心及各方单独或共同控制的其他公司股东（如有）共同向欧菲斯集团股东（大）会行使提案权；在任董事共同向欧菲斯集团董事会行使提案权。

2.1.3 欧菲斯集团股东（大）会、董事会的表决

（1）根据公司法、上市规则等相关法律法规的规定及欧菲斯集团公司章程、股东（大）会议事规则的约定，须经欧菲斯集团股东（大）会审议的事项，一号中心、二号中心及各方单独或共同控制的其他公司股东（如有）在欧菲斯集

团股东（大）会表决前，应当将相关议案提交新欧菲斯股东会审议。

根据公司法、上市规则等相关法律法规的规定及欧菲斯集团公司章程、股东（大）会议事规则的约定，须经欧菲斯集团出席股东（大）会的股东所持表决权的三分之二以上审议通过的事项，应事先由新欧菲斯股东会代表三分之二以上表决权的股东审议通过；须经欧菲斯集团出席股东（大）会的股东所持表决权的二分之一以上审议通过的事项，应事先由新欧菲斯股东会代表二分之一以上表决权的股东审议通过。

新欧菲斯根据新欧菲斯股东会的表决结果，作出“同意”或“反对”的表决意见，一号中心、二号中心及各方单独或共同控制的其他公司股东（如有）按照新欧菲斯的表决意见，在欧菲斯集团股东（大）会上作出相应的表决意见。

（2）根据公司法、上市规则等相关法律法规的规定及欧菲斯集团公司章程、董事会议事规则的约定，须由欧菲斯集团董事会审议的事项，在任董事在欧菲斯集团董事会表决前，应就相关事宜与本协议各方充分协商沟通并取得一致意见，在任董事根据本协议各方达成的一致意见在欧菲斯集团董事会上作出“同意”或“反对”的表决意见。

3.1 就欧菲斯集团董事、监事候选人的提名、股东（大）会及董事会的提案及董事会表决事宜，各方经充分沟通协商仍无法达成一致的，该等事宜应当提交新欧菲斯股东会决议，由新欧菲斯股东会代表二分之一以上表决权的股东通过并形成新欧菲斯股东会决议，由一号中心、二号中心、各方单独或共同控制的其他公司股东（如有）及在任董事根据新欧菲斯股东会决议行使相应的表决权。

3.2 若因特殊情况，各方未能就本协议约定的相关事宜达成一致且新欧菲斯出现“公司僵局”，无法在欧菲斯集团董事会、股东（大）会召开前形成有效的欧菲斯股东会决议的，各方同意一号中心、二号中心、各方单独或共同控制的其他公司股东（如有）及在任董事按照新欧菲斯持股比例最高的股东的意见，在欧菲斯集团股东（大）会及董事会上行使表决权。”

王立金等九人自首次签署《共同控制协议》至今，在公司历次股东（大）会、董事会，就各方与一号中心、二号中心及各方单独或共同控制的其他公司

股东行使何种表决权均保持一致意见，即九人在公司运营、董事及高级管理人员的选任等重大事项上始终保持一致意见，不存在分歧或者争议情况。

综上所述，王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳为公司的共同实际控制人，报告期内，公司的实际控制人未发生变动。

实际控制人的基本情况如下：

1、王立金，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为510202196207*****。

2、王长福，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为220105196605*****。

3、叶贯强，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为442527196809*****。

4、吴亮亮，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为320683198011*****。

5、曾刚，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为511021196708*****。

6、刘志荣，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为610103196310*****。

7、吴骏寅，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为320504196206*****。

8、安平，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为310110196709*****。

9、戴开岳，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为330204195405*****。

（二）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人直接和间接持有的

发行人股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

（三）其他持有 5%以上股份的股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，除一号中心外，持有公司 5%以上股份的其他股东为三号中心，三号中心为公司员工持股平台，各激励对象均为各子公司主要管理人员和骨干员工，其基本情况如下：

（1）基本信息

企业名称	重庆欧菲斯办公伙伴三号企业管理中心（有限合伙）
成立日期	2018 年 6 月 8 日
注册资本	1,130.8952 万元
实收资本	1,130.8952 万元
执行事务合伙人	邓霞
住所	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢
主要生产经营地	未实际开展经营
主营业务及其与发行人主营业务的关系	发行人持股平台，未实际开展经营

（2）出资结构

截至本招股说明书签署日，三号中心的出资结构如下：

合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	所任职务
普通合伙人			
邓霞	73.1000	6.4639%	重庆子公司执行董事兼总经理
有限合伙人			
安平	240.0000	21.2221%	实际控制人、董事、沈阳子公司执行董事兼总经理
刘婉连	85.0000	7.5162%	广东子公司副总经理
岳丽英	60.7500	5.3719%	发行人财务中心财务部经理（太原子公司分管）
苏里月	40.0000	3.5370%	重庆子公司销售运营事业部运营四部总监
曾令宏	39.8500	3.5238%	成都子公司销售运营事业部副总监
赵欢	35.0000	3.0949%	长春子公司副总经理
朱自强	32.0000	2.8296%	重庆子公司副总经理
卢闯	30.0000	2.6528%	长春子公司销售运营事业部运营六部总监
贾东霞	30.0000	2.6528%	长春子公司销售运营事业部运营八部总监

王立金	30.0000	2.6528%	实际控制人、董事长
曾伟	26.7167	2.3624%	成都子公司副总经理
曾刚	26.7167	2.3624%	实际控制人、董事、成都子公司执行董事兼总经理
曾雄	26.7166	2.3624%	成都子公司副总经理
王朝旭	25.0000	2.2106%	重庆子公司副总经理
夏雯婷	25.0000	2.2106%	长春子公司销售运营事业部加盟管理部市场运营经理
李称龙	25.0000	2.2106%	广东子公司副总经理
徐公军	25.0000	2.2106%	江苏子公司总经理助理
吕雪清	24.0000	2.1222%	太原子公司执行董事兼总经理
王芳	20.2500	1.7906%	太原子公司销售运营事业部运营二部总监
俞志刚	20.0000	1.7685%	苏州子公司副总经理
李国义	15.0000	1.3264%	原苏州子公司采销部经理，于2021年10月退休
王文斌	15.0000	1.3264%	宁波子公司销售运营事业部加盟部经理
董春茂	15.0000	1.3264%	太原子公司销售运营事业部运营三部总监
赵丽君	15.0000	1.3264%	宁波子公司商务部主管
许午杰	15.0000	1.3264%	宁波子公司销售运营事业部运营三部总监
李桂萍	12.2842	1.0862%	北京子公司销售运营事业部总监
葛贺男	11.4312	1.0108%	北京子公司副总经理
彭亚军	10.0000	0.8843%	广东子公司总经理助理
闵德华	10.0000	0.8843%	苏州子公司物流部配送组主管
张仁松	10.0000	0.8843%	苏州子公司物流部运输调度专员
杨世钧	10.0000	0.8843%	江苏子公司销售运营事业部渠道中心总监
吴亮亮	9.4990	0.8400%	实际控制人、南京子公司、江苏子公司执行董事兼总经理
牛文涛	7.1658	0.6336%	上海子公司总经理助理
田智勤	5.1184	0.4526%	北京子公司采销部总监
林军民	5.0000	0.4421%	苏州子公司信息技术部经理
朱如东	5.0000	0.4421%	苏州子公司采销部主管
陈琴	5.0000	0.4421%	宁波子公司副总经理
于健	4.9478	0.4375%	北京子公司销售运营事业部运营四部经理
万仁明	4.9000	0.4333%	江苏子公司物流部经理

高惠彬	2.2180	0.1961%	上海子公司销售运营事业部运营三部商务专员
王谟国	1.7061	0.1509%	上海子公司销售运营事业部运营三部经理
王岩	1.0237	0.0905%	北京子公司销售运营事业部运营三部经理
张晓敏	0.3006	0.0266%	江苏子公司副总经理
浩海华	0.2004	0.0177%	江苏子公司销售运营事业部直营中心大客户销售经理
合计	1,130.8952	100.0000%	

八、特别表决权或类似安排情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权或类似安排。

九、协议控制情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构。

十、控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪；不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

十一、发行人股本情况

（一）本次拟发行的股份及发行前后股本变化

本次发行前，公司总股本为 225,000,000 股，本次拟向社会公开发行股份不超过 75,000,000 股。本次发行采取全部发行新股的方式，公司股东不公开发售股份，假设公司本次发行股数为 75,000,000 股，本次发行完成后，公司的总股本为 300,000,000 股，本次发行的股份占发行后总股本的比例不低于 25.00%。

本次发行前后公司的股本结构如下：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量 (股)	持股比例	持股数量(股)	持股比例

1	一号中心	192,066,023	85.3628%	192,066,023	64.0220%
2	三号中心	11,511,226	5.1161%	11,511,226	3.8371%
3	二号中心	8,697,838	3.8657%	8,697,838	2.8993%
4	业如红土	8,571,673	3.8096%	8,571,673	2.8572%
5	深创投（CS）	2,142,918	0.9524%	2,142,918	0.7143%
6	四号中心	1,145,120	0.5089%	1,145,120	0.3817%
7	五号中心	865,202	0.3845%	865,202	0.2884%
8	社会公众股东	-	-	75,000,000	25.0000%
合计		225,000,000	100.0000%	300,000,000	100.0000%

（二）本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署日，发行人前十名股东持股情况如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	一号中心	192,066,023	85.3628%
2	三号中心	11,511,226	5.1161%
3	二号中心	8,697,838	3.8657%
4	业如红土	8,571,673	3.8096%
5	深创投（CS）	2,142,918	0.9524%
6	四号中心	1,145,120	0.5089%
7	五号中心	865,202	0.3845%
合计		225,000,000	100.0000%

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其担任发行人职务情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 7 名股东，全部为机构股东，不存在自然人股东。

（四）国有股股东和外资股股东持股情况

根据深创投出具的说明，深创投属于《上市公司国有股权监督管理办法》（国务院国有资产监督管理委员会、中华人民共和国财政部、中国证券监督管理委员会令第 36 号）第七十四条规定的“不符合本办法规定的国有股东标准，但政府部门、机构、事业单位和国有独资或全资企业通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配其行为的境内外企业，证券账户标注为‘CS’，所持上市公司股权变动行为参照本办法管理”的情形，深创投的证券账户已经在中

国证券登记结算有限责任公司标注为“CS”。

截至本招股说明书签署日，公司股东中不存在外资股股东及应标注“SS”的国有股份。

（五）战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署日，公司股东中无战略投资者。

（六）申报前十二个月新增股东情况

公司申报前最近一年无新增股东情况。

（七）私募基金股东备案情况

截至本招股说明书签署日，公司股东共 7 名，其中深创投和业如红土为私募基金，其备案情况如下：

业如红土已办理私募基金备案，基金编号为 SW7778；其私募基金管理人重庆业如红土股权投资基金管理有限公司已办理私募基金管理人登记，登记编号为 P1062436。

深创投已办理私募基金备案，基金编号为 SD2401；其私募基金管理人深创投（自我管理）已办理私募基金管理人登记，登记编号为 P1000284。

综上所述，业如红土、深创投均已按照《中华人民共和国证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金登记备案办法》等相关法律法规履行了备案程序。

（八）本次发行前各股东间的关联关系、一致行动关系及关联股东的各自持股比例

1、直接股东间关联关系、一致行动关系

截至本招股说明书签署日，发行前直接股东间关联关系、一致行动关系及关联股东的各自持股情况如下：

股东名称	直接持股数量（股）	间接持股数量（股）	持股数量合计（股）	持股比例	关联关系
一号中心	192,066,023	3,503,273	195,569,296	86.9197%	一号中心、二号中心的执行事务合

二号中心	8,697,838	-	8,697,838	3.8657%	伙人均为新欧菲斯，一号中心、二号中心为新欧菲斯控制的企业，一号中心与二号中心具有一致行动关系；一号中心作为有限合伙人，分别持有四号中心、五号中心4.4444%、34.1176%出资份额，一号中心与四号中心、五号中心不具有一致行动关系
四号中心	1,145,120	-	1,145,120	0.5089%	
五号中心	865,202	-	865,202	0.3845%	
业如红土	8,571,673	-	8,571,673	3.8096%	深创投直接持有业如红土 29.7030%出资份额并通过全资子公司深创投红土私募股权投资基金管理（深圳）有限公司持有业如红土执行事务合伙人重庆业如红土股权投资基金管理有限公司 60.00%股权
深创投（CS）	2,142,918	-	2,142,918	0.9524%	

2、通过享有合伙企业财产份额持有公司股权的间接股东间的关联关系

（1）基于协议关系形成的关联关系、一致行动关系

王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳为明确对公司的共同控制关系，分别于 2018 年 11 月 10 日与 2020 年 12 月 31 日签署《共同控制协议》，基于该协议，王立金等九名实际控制人形成一致行动关系。王立金等九名实际控制人持股情况如下：

股东姓名	通过一号中心间接持股数量（股）	通过二号中心间接持股数量（股）	通过三号中心间接持股数量（股）	通过四号中心间接持股数量（股）	通过五号中心间接持股数量（股）	间接持股数量合计（股）	间接持股比例
王立金	18,390,706	302,715	305,370	4,873	28,262	19,031,926	8.4586%
王长福	7,377,750	121,392	-	1,955	11,338	7,512,435	3.3389%
叶贯强	10,455,992	171,992	-	2,771	16,068	10,646,823	4.7319%
吴亮亮	2,939,680	48,439	96,694	779	4,517	3,090,109	1.3734%
曾刚	7,646,992	227,572	271,941	2,026	11,752	8,160,283	3.6268%
刘志荣	2,387,067	39,313	-	633	3,668	2,430,681	1.0803%
吴骏寅	7,046,749	115,876	-	1,867	10,830	7,175,322	3.1890%
安平	7,378,440	121,320	2,442,924	1,955	11,339	9,955,978	4.4249%
戴开岳	9,006,199	148,078	-	2,387	13,840	9,170,504	4.0758%

（2）基于亲属关系形成的关联关系

截至本招股说明书签署日，发行前各间接股东间的关联关系（关系密切家庭成员）及关联股东的各自持股情况如下：

股东姓名	间接持股主体	间接持股数量	间接持股	关联关系

		合计（股）	比例	
王立金	一号中心、二号中心、三号中心、四号中心、五号中心	19,031,926	8.4586%	王立芳与王立金系姐弟关系
王立芳	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	17,740,286	7.8846%	
万华	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	11,224,308	4.9886%	万华与吴亮亮系夫妻关系； 万华与万仁明系兄弟关系
吴亮亮	一号中心、二号中心、三号中心、四号中心、五号中心	3,090,109	1.3734%	
万仁明	三号中心	49,878	0.0222%	
叶贯强	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	10,646,823	4.7319%	王学强系叶贯强的姐夫
王学强	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	10,355,394	4.6024%	
叶嘉仪	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	5,177,697	2.3012%	叶嘉仪、叶颖欣系姐妹关系
叶颖欣	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	5,177,697	2.3012%	
刘志荣	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	2,430,681	1.0803%	刘志荣与高琳萍系夫妻关系； 刘志荣与高琳萍夫妇系 刘振超的父母
高琳萍	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	2,330,990	1.0360%	
刘振超	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	4,349,070	1.9329%	
董春茂	一号中心、二号中心、三号中心、四号中心、五号中心	302,295	0.1344%	董春荣与董春茂系姐弟关系
董春荣	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	796,358	0.3539%	
曾刚	一号中心、二号中心、三号中心、四号中心、五号中心	8,160,283	3.6268%	曾刚、曾雄、曾伟系兄弟关系； 曾令宏系曾刚的子女
曾令宏	三号中心	405,633	0.1803%	
曾雄	一号中心、二号中心、三号中心、四号中心、五号中心	8,058,337	3.5815%	
曾伟	一号中心、二号中心、三号中心、四号中心、五号中心	8,058,142	3.5814%	王长福、王少娟系夫妻关系； 王宽、王丹妮系王长福、王少娟夫妇的子女
王长福	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	7,512,435	3.3389%	
王少娟	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	7,512,208	3.3388%	
王丹妮	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	7,512,208	3.3388%	
王宽	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	7,512,208	3.3388%	吴义升、成艳俊系夫妻关系
吴义升	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	782,473	0.3478%	
成艳俊	一号中心、二号中心、四号中心、五号中心	956,138	0.4250%	

注：间接持股数=合伙企业持有公司股份数×合伙企业的合伙人持有该合伙企业出资比例。

（九）对赌协议签署及对赌条款解除情况

1、对赌协议的签署情况

2019年9月，欧菲斯有限召开股东会，同意吸收深创投、业如红土为新股东。深创投和业如红土与发行人及其控股股东、实际控制人于2019年10月16日签署的《增资协议》及《补充协议》约定了业绩承诺与业绩补偿条款、股权回购条款等特殊权利条款，具体情况如下：

（1）协议各方：甲方为深创投、业如红土，乙方为一号中心、二号中心、三号中心、四号中心，丙方为王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳，丁方为发行人。

（2）具体内容

特殊条款	条款内容
《增资协议》 第六条 公司治理	6.2 公司股东（大）会行使以下职权： （1）决定公司的经营方针和投资计划； （2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项； （3）审议批准董事会的报告； （4）审议批准监事会或者监事的报告； （5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案； （6）对发行公司债券作出决议； （7）审议批准关联交易方案； （8）对公司增加或者减少注册资本作出决议； （9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议； （10）修订公司章程； （11）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案； （12）对公司对外投资作出决议； （13）审议批准交易金额占公司所有者权益 20%的重大资产购买、出售方案； （14）对公司借入/向集团公司以外的企业/个人借出资金作出决议； （15）对公司主营业务变更作出决议； （16）决定公司的上市计划和方案； （17）对公司购买或从事股票、期货、企业债券、信托产品、私募基金、非保本型理财产品、保险计划及其他金融衍生品或投资作出决议。 以上股东（大）会职权同样适用于集团公司内任一实体，公司批准该等实体从事上述行为前，应提交公司股东（大）会按照本合同约定的表决规则审议批准。以上（7）、（8）、（9）、（10）、（11）、（12）、（13）、（14）、（15）、（16）、（17）项职权以及因上述情况而导致的章程修订，如存在损害公司或投资人权益的，则应由代表投资人股东 2/3 以上表决权的同意；第（8）（9）项职权以及因该二项而导致的章程修订除依照前述约定通过外，还应由代表公司全体股东 2/3 以上表决权的同意。
《增资协议》 第七条 投资方权利	7.4 反稀释权。如果公司以低于本合同约定的投资后估值增加注册资本或者原股东/实际控制人以低于本合同约定的投资后估值转让其持有的注册资本，则原股东/实际控制人应将差价补偿给投资方，直至投资方的投资价格与该次新增加注册资本或股权转让的相同；但经批准的员工股权激励除外。
《增资协议》	7.5 共同出售权。在不违反本合同有关规定的情况下，原股东拟转让其所持公司股权时，

第七条 投资方权利	则投资方有权与原股东以相同的价格、条款和条件向意向受让方等比例地出售所持公司股权，且原股东有义务促使意向受让方购买投资方拟出售的股权。如投资方认为原股东对外转让股权会导致公司控股权/实际控制人变更的，则投资方有权与原股东以相同的价格、条款和条件向意向受让方优先出售所持公司全部股权，且原股东有义务促使意向受让方购买投资方拟出售的股权。若原股东未能促使意向受让方购买投资方的股权，则原股东应以相同的价格、条款和条件受让投资方的股权。若投资方依前述约定转让股权所得价款低于对应比例的投资金额及按 10%/年的利率计算的利息（自投资方支付投资金额之日起计算至投资方实际收到本条约定的价款之日止，扣除投资方从公司实际取得的现金红利）之和，控股股东/实际控制人同意就差额部分向投资方给予补偿。经批准的员工股权激励不适用本条规定。
《增资协议》 第七条 投资方权利	7.6 强制出售权。控股股东/实际控制人逾期未履行回购义务，投资方有权要求原股东和投资方共同向第三方转让其所持公司全部或部分股权，原股东必须按投资方与第三方约定的价格和条件向第三方转让股权，其他股东可按相对持股比例进行随售。
《增资协议》 第七条 投资方权利	除反稀释权、共同出售权、强制出售权外，增资协议第七条还约定了特殊知情权、优先认购权、优先受让权、平等待遇权、关联转让权等。
《增资协议》 第十一条 解散和清算	11.1 原股东承诺，当公司出现以下任一情形时，（1）具备法定解散事由；（2）归属于母公司所有者权益乘以控股股东持股比例低于投资金额的 1.5 倍时；（3）公司停止主要经营活动的；（4）公司被载入经营异常名录或逾期公示年度报告超过一年的；（5）通过登记住所无法联系公司的；（6）公司发生歇业/视同歇业的其他情形，投资方有权利但无义务要求解散公司。解散事由出现之日起十五日内，公司应当成立清算组进行清算。公司及原股东不同意进行清算的，投资方有权要求一号中心、丙方及其指定第三方共同连带回购投资方届时持有的公司股权。
《补充协议》 第一条 业绩承诺与业绩补偿条款	1.1 各方一致同意，实际控制人结合公司实际经营情况，经审慎考虑，向投资方连带承诺以下经营目标，该等经营目标是投资方确定投资价格并依照《增资合同》向公司投资的基础和重要依据。 2019 年度，公司净利润不低于 10,000 万元，并且，营业收入不低于 40 亿元； 2020 年度，公司净利润不低于 11,000 万元，并且，营业收入不低于 50 亿元； 上述“净利润”是指经具有从事证券/期货相关业务资格的会计师事务所审计的扣除非经常损益前后的税后净利润较低者。上述“营业收入”是指经具有从事证券/期货相关业务资格的会计师事务所审计的营业收入。 1.2 如公司未能实现第 1.1 条约定的任一年度经营目标，投资方有权要求控股股东和/或实际控制人连带且无条件的将其所持有的或实际控制的公司部分股权无偿转让给投资方，或无偿支付现金给投资方作为补偿，以调整投资估值。
《补充协议》 第二条 股权回购条款	2.1 在下列任一情况下，控股股东和/或实际控制人应连带的回购投资方持有的公司全部或部分股权： （1）截至 2021 年 6 月 30 日，公司仍未向中国证券监督管理机构或投资方认可的境外证券监督管理机构递交首次公开发行股份并在相应证券交易所（不含全国中小企业股份转让系统）上市申请材料； （2）截至 2022 年 12 月 31 日，公司仍未实现在中国境内外公开发行股票并在沪深证券交易所或投资方认可的境外资本市场上市。 2.2 在出现第 2.1 条约定的情形之一时，投资方有权要求控股股东和/或实际控制人按如下方式计算的价格（以孰高原则确定）回购投资方持有的公司股权： （1）回购对价=投资金额*（1+10%*n） 其中：n=投资方支付投资金额之日起至收到全部回购对价之日止的天数除以 365 （2）回购价格=回购日公司账面净资产*投资方所持公司股权比例
《补充协议》 第三条 清算补偿条款	3.1 公司清算时，如投资方分得的剩余财产低于第 2.2 条约定的金额，原股东须以其分得的剩余财产补足投资方的差额；如经前述方式补偿后仍有差额的，由控股股东/实际控制人向投资方承担补偿责任。

2、对赌协议的解除情况

2022年1月28日，发行人、一号中心、二号中心、三号中心、四号中心、王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳与深创投、业如红土签署《股东特殊权利条款之解除协议》，约定：

1.1 股东特殊权利是指：《增资协议》中第六条（公司治理）、第七条（投资方权利）、第十一条（解散和清算）约定的相关权利及《补充协议》第一条（业绩承诺与业绩补偿）、第二条（股权回购）、第三条（清算补偿）约定的相关权利。

1.2 股东特殊权利条款自本协议签订之日起彻底解除，自始无效且不可恢复。各方对此不存在任何争议、纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，《增资协议》及《补充协议》约定特殊权利条款已彻底解除，符合《监管规则适用指引——发行类第4号》4-3规定的相关要求。发行人股东与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在对赌条款，不存在对发行人的控股权稳定产生不利影响的其他利益安排。

（十）历史沿革中存在的代持关系及解决情况

公司控股股东一号中心及股东五号中心历史沿革中存在代持情形，具体为：

（1）一号中心有限合伙人刘志荣存在曾为仇为民、牛莉、董春荣、岳丽英、郭利冬、李小英、董春茂、解芳炳八人代持财产份额；（2）一号中心有限合伙人江淼曾为员工牛文涛、朱魏峰、王颖代持财产份额；（3）五号中心有限合伙人田菲代持预留激励份额。

截至本招股说明书签署日，上述代持的财产份额已全部还原至实际持有人名下。上述代持的形成、演变及解除过程如下：

1、刘志荣与仇为民等八人代持关系情况

（1）形成过程

一号中心为发行人原始股东持股平台，由重庆、长春、广东、南京、成都、太原、苏州、沈阳、宁波9个区域合伙人联合出资设立。刘志荣为发行人实际控制人之一，发行人成立之前，刘志荣与其合作方（以下合称“太原区域合伙人”）在太原区域从事办公物资的销售业务。2014年，发行人成立之后，太原区域合伙人和其他区域合伙人作为有限合伙人共同出资设立一号中心，各区域

合伙人通过一号中心间接持有发行人股权。

因太原区域合伙人人数较多，出于办理工商变更和签署相关协议的简便性考虑，并结合各合伙人个人意愿，仇为民、牛莉、董春荣、岳丽英、郭利冬、李小英、董春茂、解芳炳八人将其持有的一号中心全部或部分财产份额委托刘志荣代持并签署《财产份额代持协议》。

一号中心成立时，太原区域合伙人在一号中心中的出资情况及太原区域内部出资占比如下：

名义合伙人—太原区域				实际合伙人—太原区域			
序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例	序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	高琳萍	106.2800	10.7195%	1	高琳萍	106.2800	10.7195%
2	刘振超	198.2900	19.9998%	2	刘振超	198.2900	19.9998%
3	吴义升	35.6800	3.5987%	3	吴义升	35.6800	3.5987%
4	成艳俊	43.6000	4.3976%	4	成艳俊	43.6000	4.3976%
5	赵亚楠	8.6400	0.8714%	5	赵亚楠	8.6400	0.8714%
6	刘燕军	6.9800	0.7040%	6	刘燕军	6.9800	0.7040%
7	岳丽英	3.4900	0.3520%	7	岳丽英	3.4900	0.3520%
8	王志强	18.8400	1.9002%	8	王志强	18.8400	1.9002%
9	周来顺	18.8400	1.9002%	9	周来顺	18.8400	1.9002%
10	常太忠	18.8400	1.9002%	10	常太忠	18.8400	1.9002%
11	曲勇	23.5500	2.3753%	11	曲勇	23.5500	2.3753%
12	刘志荣	508.4300	51.2809%	12	刘志荣	165.4804	16.6906%
				13	仇为民	304.5700	30.7193%
				14	牛莉	10.4698	1.0560%
				15	董春荣	17.4398	1.7590%
				16	岳丽英	2.0940	0.2112%
				17	郭利冬	2.0940	0.2112%
				18	李小英	2.0940	0.2112%
				19	董春茂	2.0940	0.2112%
				20	解芳炳	2.0940	0.2112%
合计		991.4600	100.0000%	合计		991.4600	100.0000%

（2）演变过程

①2017年9月，第一次调整

因一号中心拟引入北京、上海区域合伙人，一号中心中各区域合伙人将部分财产份额转让给江淼、葛贺男，经各区域合伙人协商，太原区域合伙人合计需转让一号中心财产份额 12.22 万元。太原区域合伙人根据太原区域内部出资比例相应减少其在一号中心的财产份额。本次调整完成后，太原区域合伙人在一号中心的出资额减少，内部出资比例不变，具体情况如下：

名义合伙人—太原区域				实际合伙人—太原区域			
序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例	序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	高琳萍	104.9700	10.7195%	1	高琳萍	104.9700	10.7195%
2	刘振超	195.8500	20.0002%	2	刘振超	195.8500	20.0002%
3	吴义升	35.2400	3.5987%	3	吴义升	35.2400	3.5987%
4	成艳俊	43.0600	4.3973%	4	成艳俊	43.0600	4.3973%
5	赵亚楠	8.5300	0.8711%	5	赵亚楠	8.5300	0.8711%
6	刘燕军	6.8900	0.7036%	6	刘燕军	6.8900	0.7036%
7	岳丽英	3.4500	0.3523%	7	岳丽英	3.4500	0.3523%
8	王志强	18.6100	1.9005%	8	王志强	18.6100	1.9005%
9	周来顺	18.6100	1.9005%	9	周来顺	18.6100	1.9005%
10	常太忠	18.6100	1.9005%	10	常太忠	18.6100	1.9005%
11	曲勇	23.2600	2.3753%	11	曲勇	23.2600	2.3753%
12	刘志荣	502.1600	51.2806%	12	刘志荣	163.4336	16.6898%
				13	仇为民	300.8200	30.7197%
				14	牛莉	10.3406	1.0560%
				15	董春荣	17.2248	1.7590%
				16	岳丽英	2.0682	0.2112%
				17	郭利冬	2.0682	0.2112%
				18	李小英	2.0682	0.2112%
				19	董春茂	2.0682	0.2112%
				20	解芳炳	2.0682	0.2112%
合计		979.2400	100.0000%	合计		979.2400	100.0000%

②2018年1月，第二次调整

2018年1月24日，一号中心召开合伙人会议，全体合伙人同意将一号中心

工商登记的出资额由 10,000.00 万元增加至 20,000.00 万元，所有合伙人工商登记的出资额同比例增加。

本次工商变更完成后，太原区域合伙人在一号中心中的出资额增加，内部占比未发生变化，具体情况如下：

名义合伙人—太原区域				实际合伙人—太原区域			
序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例	序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	高琳萍	209.9400	10.7195%	1	高琳萍	209.9400	10.7195%
2	刘振超	391.7000	20.0002%	2	刘振超	391.7000	20.0002%
3	吴义升	70.4800	3.5987%	3	吴义升	70.4800	3.5987%
4	成艳俊	86.1200	4.3973%	4	成艳俊	86.1200	4.3973%
5	赵亚楠	17.0600	0.8711%	5	赵亚楠	17.0600	0.8711%
6	刘燕军	13.7800	0.7036%	6	刘燕军	13.7800	0.7036%
7	岳丽英	6.9000	0.3523%	7	岳丽英	6.9000	0.3523%
8	王志强	37.2200	1.9005%	8	王志强	37.2200	1.9005%
9	周来顺	37.2200	1.9005%	9	周来顺	37.2200	1.9005%
10	常太忠	37.2200	1.9005%	10	常太忠	37.2200	1.9005%
11	曲勇	46.5200	2.3753%	11	曲勇	46.5200	2.3753%
12	刘志荣	1,004.3200	51.2806%	12	刘志荣	326.8672	16.6898%
				13	仇为民	601.6400	30.7197%
				14	牛莉	20.6812	1.0560%
				15	董春荣	34.4496	1.7590%
				16	岳丽英	4.1364	0.2112%
				17	郭利冬	4.1364	0.2112%
				18	李小英	4.1364	0.2112%
				19	董春茂	4.1364	0.2112%
				20	解芳炳	4.1364	0.2112%
合计		1,958.4800	100.0000%	合计		1,958.4800	100.0000%

③2018 年 2 月，第三次调整

2018 年 2 月，解芳炳因意外去世，解芳炳去世时，其所持有的一号中心 4.1364 万元出资额由刘志荣代持。

经太原区域合伙人与解芳炳父母（继承人）协商一致，由刘志荣受让解芳

炳持有的一号中心 4.1364 万元出资额，2018 年 2 月 27 日，刘志荣向解芳炳父母（继承人）支付股权转让价款及补偿款合计 214,895.00 元。

本次调整完成后，太原区域合伙人在一号中心的出资情况及太原区域内部出资占比如下：

名义合伙人—太原区域				实际合伙人—太原区域			
序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例	序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	高琳萍	209.9400	10.7195%	1	高琳萍	209.9400	10.7195%
2	刘振超	391.7000	20.0002%	2	刘振超	391.7000	20.0002%
3	吴义升	70.4800	3.5987%	3	吴义升	70.4800	3.5987%
4	成艳俊	86.1200	4.3973%	4	成艳俊	86.1200	4.3973%
5	赵亚楠	17.0600	0.8711%	5	赵亚楠	17.0600	0.8711%
6	刘燕军	13.7800	0.7036%	6	刘燕军	13.7800	0.7036%
7	岳丽英	6.9000	0.3523%	7	岳丽英	6.9000	0.3523%
8	王志强	37.2200	1.9005%	8	王志强	37.2200	1.9005%
9	周来顺	37.2200	1.9005%	9	周来顺	37.2200	1.9005%
10	常太忠	37.2200	1.9005%	10	常太忠	37.2200	1.9005%
11	曲勇	46.5200	2.3753%	11	曲勇	46.5200	2.3753%
12	刘志荣	1,004.3200	51.2806%	12	刘志荣	331.0036	16.9010%
				13	仇为民	601.6400	30.7197%
				14	牛莉	20.6812	1.0560%
				15	董春荣	34.4496	1.7590%
				16	岳丽英	4.1364	0.2112%
				17	郭利冬	4.1364	0.2112%
				18	李小英	4.1364	0.2112%
				19	董春茂	4.1364	0.2112%
合计		1,958.4800	100.0000%	合计		1,958.4800	100.0000%

④2018 年 11 月，第四次调整

2018 年 11 月，公司通过三号中心实施员工持股计划，对各子公司主要管理人员和骨干员工进行股权激励。

根据欧菲斯有限审议通过的《实施三号中心首期员工持股股权激励》的议案，一号中心各区域特定合伙人为本次员工持股计划的权益来源人，特定合伙

人根据其向三号中心持股员工授予股权的数量，定向减少一号中心各区域特定合伙人在一号中心的财产份额，对应减少其间接持有的公司股权数量。经太原区域合伙人协商，由刘志荣提供太原子公司员工通过三号中心持股所需的全部股权，共计 120.00 万股。2018 年 11 月，本次员工持股计划实施后，刘志荣在一号中心减少 120.00 万元出资额，对应减少其间接持有的欧菲斯有限 120.00 万股，太原区域其他合伙人在一号中心的出资额未发生变化。

本次调整完成后，太原区域合伙人在一号中心的出资情况及太原区域内部出资占比如下：

名义合伙人—太原区域				实际合伙人—太原区域			
序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例	序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	高琳萍	209.9400	11.4192%	1	高琳萍	209.9400	11.4192%
2	刘振超	391.7000	21.3056%	2	刘振超	391.7000	21.3056%
3	吴义升	70.4800	3.8336%	3	吴义升	70.4800	3.8336%
4	成艳俊	86.1200	4.6843%	4	成艳俊	86.1200	4.6843%
5	赵亚楠	17.0600	0.9279%	5	赵亚楠	17.0600	0.9279%
6	刘燕军	13.7800	0.7495%	6	刘燕军	13.7800	0.7495%
7	岳丽英	6.9000	0.3753%	7	岳丽英	6.9000	0.3753%
8	王志强	37.2200	2.0245%	8	王志强	37.2200	2.0245%
9	周来顺	37.2200	2.0245%	9	周来顺	37.2200	2.0245%
10	常太忠	37.2200	2.0245%	10	常太忠	37.2200	2.0245%
11	曲勇	46.5200	2.5304%	11	曲勇	46.5200	2.5304%
12	刘志荣	884.3200	48.1006%	12	刘志荣	211.0036	11.4771%
				13	仇为民	601.6400	32.7249%
				14	牛莉	20.6812	1.1249%
				15	董春荣	34.4496	1.8738%
				16	岳丽英	4.1364	0.2250%
				17	郭利冬	4.1364	0.2250%
				18	李小英	4.1364	0.2250%
				19	董春茂	4.1364	0.2250%
合计		1,838.4800	100.0000%	合计		1,838.4800	100.0000%

⑤2019 年 5 月，第五次调整

2019 年 5 月，新欧菲斯拟将其持有的一号中心财产份额转让给各区域合伙人，根据各区域合伙人制定的财产份额调整方案，新欧菲斯向太原区域合伙人转让一号中心 139.66 万元出资额。

经协商，太原区域合伙人同意按照上述第三次调整后、第四次调整前太原区域合伙人的内部出资占比对该 139.66 万元出资额进行分配。

本次调整完成后，太原区域合伙人在一号中心的出资情况及太原区域内部出资占比如下：

名义合伙人—太原区域				实际合伙人—太原区域			
序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例	序号	姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	高琳萍	224.9000	11.3693%	1	高琳萍	224.9000	11.3693%
2	刘振超	419.6200	21.2129%	2	刘振超	419.6200	21.2129%
3	吴义升	75.5000	3.8167%	3	吴义升	75.5000	3.8167%
4	成艳俊	92.2600	4.6640%	4	成艳俊	92.2600	4.6640%
5	赵亚楠	18.2800	0.9241%	5	赵亚楠	18.2800	0.9241%
6	刘燕军	14.7600	0.7462%	6	刘燕军	14.7600	0.7462%
7	岳丽英	7.4000	0.3741%	7	岳丽英	7.4000	0.3741%
8	王志强	39.8800	2.0160%	8	王志强	39.8800	2.0160%
9	周来顺	39.8800	2.0160%	9	周来顺	39.8800	2.0160%
10	常太忠	39.8800	2.0160%	10	常太忠	39.8800	2.0160%
11	曲勇	49.8400	2.5195%	11	曲勇	49.8400	2.5195%
12	刘志荣	955.9400	48.3252%	12	刘志荣	234.5109	11.8551%
				13	仇为民	644.5200	32.5821%
				14	牛莉	22.1491	1.1197%
				15	董春荣	37.0000	1.8704%
				16	岳丽英	4.4400	0.2245%
				17	郭利冬	4.4400	0.2245%
				18	李小英	4.4400	0.2245%
				19	董春茂	4.4400	0.2245%
合计		1,978.1400	100.0000%	合计		1,978.1400	100.0000%

（3）代持解除过程

2019 年 7 月 4 日，刘志荣与牛莉签署《一号中心财产份额转让协议》，刘志荣将其代持的 22.1491 万元一号中心出资额还原至牛莉名下，转让对价为 0

元。本次财产份额代持还原事宜于 2019 年 7 月 19 日完成了工商变更登记。

2019 年 11 月 1 日，刘志荣与仇为民、董春荣、岳丽英、郭利冬、李小英、董春茂签署《一号中心财产份额转让协议》，刘志荣分别将其代持的一号中心 644.52 万元、37.00 万元、4.44 万元、4.44 万元、4.44 万元、4.44 万元出资额转让给仇为民、董春荣、岳丽英、郭利冬、李小英、董春茂，转让对价均为 0 元。本次财产份额代持还原事宜于 2019 年 11 月 19 日完成了工商变更登记。

至此，刘志荣为仇为民、牛莉、董春荣、岳丽英、郭利冬、李小英、董春茂代持的一号中心财产份额已全部还原。

上述财产份额代持解除后，太原区域合伙人在一号中心的出资情况及太原区域内部出资占比如下：

序号	姓名	出资额（万元）	出资比例
1	高琳萍	224.9000	11.3693%
2	刘振超	419.6200	21.2129%
3	吴义升	75.5000	3.8167%
4	成艳俊	92.2600	4.6640%
5	赵亚楠	18.2800	0.9241%
6	刘燕军	14.7600	0.7462%
7	岳丽英	11.8400	0.5986%
8	王志强	39.8800	2.0160%
9	周来顺	39.8800	2.0160%
10	常太忠	39.8800	2.0160%
11	曲勇	49.8400	2.5195%
12	刘志荣	234.5109	11.8551%
13	牛莉	22.1491	1.1197%
14	仇为民	644.5200	32.5821%
15	董春荣	37.0000	1.8704%
16	郭利冬	4.4400	0.2245%
17	李小英	4.4400	0.2245%
18	董春茂	4.4400	0.2245%
合计		1,978.1400	100.0000%

（4）代持关系存在的纠纷或潜在纠纷情况

针对刘志荣为其他太原区域合伙人代持一号中心财产份额事宜，刘志荣作为代持人与各被代持人已签署了书面代持协议。上述代持解除后，太原区域合伙人共同签署了《太原区域合伙人关于在一号中心持股情况变化的说明》，对太原区域合伙人财产份额代持的形成、演变及解除的相关情况均予认可，并确认太原区域合伙人之间无任何争议纠纷或潜在纠纷。

2、江淼与牛文涛等三人代持关系情况

（1）形成过程

2020年6月，一号中心有限合伙人吴骏寅因资金需求，拟对外转让一号中心40.00万元出资额，对应欧菲斯有限40.00万股，转让价格参考深创投、业如红土向欧菲斯有限的增资价格，即4.75元/出资额。一号中心有限合伙人江淼及上海子公司员工牛文涛、朱魏峰、王颖因看好公司未来发展前景，分别受让吴骏寅持有的一号中心14.00万元、10.00万元、10.00万元、6.00万元出资额。出于一号中心后续办理工商登记及签署相关协议的便利性考虑，牛文涛、朱魏峰、王颖自愿将其持有的一号中心全部财产份额委托江淼代持并签署《财产份额代持协议》。一号中心本次财产份额转让情况如下：

序号	转让时间	转让人	转让价格	名义受让人	名义受让出资额（万元）	序号	实际受让人	实际受让出资额（万元）
1	2020年6月	吴骏寅	4.75元/出资额	江淼	40.00	1	江淼	14.00
						2	牛文涛	10.00
						3	朱魏峰	10.00
						4	王颖	6.00

（2）演变过程

截至上述代持关系解除之日，牛文涛、朱魏峰、王颖委托江淼持有的一号中心财产份额及未发生变化。

（3）代持解除过程

2023年1月9日，江淼分别与牛文涛、朱魏峰、王颖签署了《代持解除协议》和《一号中心财产份额转让协议》，江淼分别将一号中心10.00万元、10.00万元、6.00万元出资额转让给牛文涛、朱魏峰、王颖，转让对价均为0元。本次财产份额代持还原事宜于2023年2月10日完成了工商变更登记。

至此，江淼为牛文涛、朱魏峰、王颖代持的一号中心财产份额已全部还原。

（4）代持关系存在的纠纷或潜在纠纷情况

针对江淼为牛文涛、朱魏峰、王颖代持一号中心财产份额事宜，江淼作为代持人与各被代持人签署了书面代持协议。代持解除时，代持人与被代持人签署了《代持解除协议》，不存在争议、纠纷及潜在纠纷。

3、田菲代持五号中心预留激励份额

（1）形成过程

2020年10月，欧菲斯有限设立员工持股平台五号中心，用于实施股权激励计划。经欧菲斯有限股东会审议，欧菲斯有限向邵玉华、简传宝、刘丽、夏克洪、刘婉连、殷惠芳等44人授予欧菲斯有限股权，其中，为满足后续对少数骨干员工股权激励的需要，欧菲斯有限在五号中心设置46.00万元预留激励份额，对应欧菲斯有限20.00万元股权，该预留激励份额暂由公司证券事务代表田菲代持，并根据欧菲斯有限的安排届时将预留激励份额向激励对象进行转让，该预留激励份额在授予给具体激励对象之前，相应权利义务则由田菲享有或承担。

（2）演变过程

截至上述代持关系解除之日，田菲代持的预留激励份额未发生变动。

（3）代持解除过程

自该预留激励份额设置以来，公司始终未确定合适的激励对象，2023年1月28日，公司召开临时股东大会，审议通过了《由一号中心回购五号中心预留激励份额》的议案，2023年1月28日，田菲与一号中心签署了《五号中心财产份额转让协议》，本次预留激励份额转让事宜于2023年2月2日完成了工商变更登记。至此，五号中心合伙人田菲代持预留激励份额事宜已完成清理。

（4）代持关系存在的纠纷或潜在纠纷情况

一号中心全体合伙人、田菲对代持预留激励份额事宜无异议，并确认不存在争议、纠纷及潜在纠纷。

除上述代持情形外，公司的历史沿革中不存在其他股权代持情形。

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

截至本招股书说明书签署日，公司共有 9 名董事，3 名监事，4 名高级管理人员，无其他核心人员，公司董事、监事、高级管理人员具体情况如下：

1、董事会成员

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。2020 年 12 月 21 日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，选举王立金、叶贯强、何志、曾刚、许翔为公司董事，同日，公司第一届董事会第一次会议选举王立金为董事长。2022 年 2 月 21 日，公司召开 2022 年第一次临时股东大会，选举安平、唐勤华、王攀娜、蒋晓梅为公司董事。具体提名及选聘情况如下：

序号	姓名	职位	提名人	本届董事任期
1	王立金	董事长	一号中心、二号中心	2020.12.21-2023.12.20
2	何志	董事	一号中心、二号中心	2020.12.21-2023.12.20
3	曾刚	董事	一号中心、二号中心	2020.12.21-2023.12.20
4	叶贯强	董事	一号中心、二号中心	2020.12.21-2023.12.20
5	许翔	董事	深创投、业如红土	2020.12.21-2023.12.20
6	安平	董事	一号中心、二号中心	2022.2.21-2023.12.20
7	唐勤华	独立董事	董事会	2022.2.21-2023.12.20
8	王攀娜	独立董事	董事会	2022.2.21-2023.12.20
9	蒋晓梅	独立董事	董事会	2022.2.21-2023.12.20

上述董事简历如下：

王立金，董事长，男，1962 年 7 月出生，高中学历，中国国籍，无境外永久居留权。1991 年 12 月至 1995 年 3 月，任重庆豪艺文具用品有限公司销售部经理；1995 年 4 月至 2001 年 1 月，投资重庆源兴文化用品公司并担任董事长；2001 年 1 月至 2018 年 8 月，投资重庆市奥玛商贸有限公司并担任监事；2015 年 1 月至 2020 年 12 月，任重庆子公司执行董事兼总经理；2014 年 5 月至 2020 年 12 月，任欧菲斯有限董事长；2020 年 12 月至今，任公司董事长。

何志，董事、总经理，男，1968 年 3 月出生，本科学历，无线电技术专业，中国国籍，无境外永久居留权。1990 年 8 月至 1992 年 4 月，任四川仪表十六厂

助理工程师；1992年5月至1994年5月，任重庆豪艺文具用品有限公司华南大区经理；1994年6月至2001年1月，任重庆源兴文化用品公司销售总监；2001年1月至2016年1月，投资重庆市奥玛商贸有限公司并担任执行董事兼总经理；2016年1月至2020年12月，任欧菲斯有限董事兼总经理；2020年12月至今，任公司董事兼总经理。

曾刚，董事，男，1967年8月出生，高中学历，中国国籍，无境外永久居留权。1997年4月至2011年2月，投资成都新荣文具贸易有限公司并担任执行董事兼总经理；2001年3月至2014年4月，任成都办公伙伴科技有限公司并担任副总经理；2015年4月至今，任成都子公司执行董事兼总经理；2014年5月至2015年11月及2018年1月至2020年12月，任欧菲斯有限董事；2020年12月至今，任公司董事。

叶贯强，董事，男，1968年9月出生，大专学历，机械设计与制造专业，中国国籍，无境外永久居留权。1996年2月至1999年1月，经营东莞市南城文一文具经营部；1999年2月至2005年9月，任东莞市文一实业有限公司总经理；2004年7月至2015年2月，任广东文一朝阳集团有限公司总裁；2006年10月至2016年4月，任东莞市优迪商贸有限公司总经理；2009年5月至2016年6月，任广东文一科技有限公司执行董事兼总经理；2015年2月至今，任广东子公司执行董事兼经理；2014年5月至2015年11月及2018年1月至2020年12月，任欧菲斯有限董事；2020年12月至今，任公司董事。

安平，董事，男，1967年9月出生，本科学历，硅酸盐工程专业，中国国籍，无境外永久居留权。1992年12月至1995年4月，历任沈阳浮法玻璃厂技术员、车间主任；1995年5月至1995年11月，待业；1995年12月至1996年7月，任沈阳市斯达特计算机应用有限公司总经理；1996年8月至1997年5月，任瀛海威信息通信有限责任公司沈阳分公司总经理；1997年6月至1999年12月，任沈阳航星电脑开发有限公司销售分公司总经理；2000年1月至2018年2月，投资沈阳航星现代办公用品有限公司并任执行董事兼总经理；2015年3月至今，任沈阳子公司执行董事兼总经理；2022年2月至今，任公司董事。

许翔，董事，男，1968年10月出生，硕士研究生学历，管理工程专业，中国国籍，无境外永久居留权。1991年7月至1993年8月，任深圳赛格日立彩

色显示器件有限公司制造部工程师；1993年9月至1995年6月，攻读清华大学管理工程专业硕士学位；1995年7月至1999年12月，任中粮集团有限公司实业投资管理本部投资经理；2000年5月至2006年5月，任重庆科技风险投资公司投资二部总裁助理；2006年6月至今，任深圳市创新投资集团有限公司西南片区区域经理；2020年12月至今，任公司董事。

唐勤华，独立董事，男，1958年8月出生，硕士研究生学历，管理工程专业，高级会计师职称，中国国籍，无境外永久居留权。1976年4月至1994年1月，历任上海水工机械厂会计、副总会计师；1994年1月至1998年10月，任国网上海市电力公司财务处主管；1998年10月至2007年11月，任上海电力股份有限公司董事会秘书兼证券部经理；2007年11月至2009年11月，任中电投东北电力有限公司和吉林电力股份有限公司财务总监；2009年12月至2016年4月，任中电投铝业国际贸易有限公司副总经理、财务总监；2016年4月至2018年10月，任国家电力投资集团有限公司专职董监事；2018年10月至今，任国家电投集团财务有限公司董事；2022年2月至今，任公司独立董事。

王攀娜，独立董事，女，1980年5月出生，博士研究生学历，会计学专业，教授职称，中国国籍，无境外永久居留权。2006年7月至2011年12月，任重庆文理学院财务处会计、资产管理职务；2012年1月至2014年8月，任重庆文理学院数学与财经学院财务管理专业教师；2014年9月至2018年6月，攻读西南财经大学会计学博士学位；2018年7月至今，任重庆理工大学会计学院会计学专业教师；2022年2月至今，任公司独立董事。

蒋晓梅，独立董事，女，1968年2月出生，硕士研究生学历，法律专业，律师职业资格，中国国籍，无境外永久居留权。1990年7月至2001年3月，任上海市长宁区人大常委会内务司法工作委员会委员；2001年3月至2004年11月，任上海市国泰律师事务所律师；2004年11月至2005年6月，任上海汇鸿律师事务所律师；2005年7月至2007年2月，任上海医药（集团）有限公司法律顾问；2007年3月至2009年4月，任安邦财产保险股份有限公司上海分公司法律顾问；2009年5月至2013年10月，任上海博和汉商律师事务所合伙人、律师；2013年10月至2016年10月，任上海普世律师事务所合伙人、律师；2016年10月至今，任上海以恒律师事务所律师；2022年2月至今，任公司独

立董事。

2、监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名。现任非职工代表监事刘志荣、廖浩明由公司 2020 年 12 月 21 日召开的创立大会暨第一次临时股东大会选举产生，职工代表监事李杰宏由公司 2020 年 12 月 21 日召开的职工代表大会选举产生。同日，公司第一届监事会第一次会议选举刘志荣为监事会主席。具体提名及选聘情况如下：

序号	姓名	职位	提名人	本届监事任期
1	刘志荣	监事会主席	一号中心、二号中心	2020.12.21-2023.12.20
2	廖浩明	监事	深创投、业如红土	2020.12.21-2023.12.20
3	李杰宏	职工代表监事	职工代表	2020.12.21-2023.12.20

上述监事简历如下：

刘志荣，监事，男，1963 年 10 月出生，硕士研究生学历，电子物理与器件专业，中国国籍，无境外永久居留权。1984 年 7 月至 1986 年 9 月，任太原理工大学教师；1986 年 9 月至 1989 年 7 月，攻读西安交通大学硕士学位；1989 年 7 月至 1990 年 5 月，待业；1990 年 5 月至 1999 年 1 月，任山西省统计局职员；1999 年 1 月至 2016 年 11 月，投资山西青山科技发展有限公司并任执行董事、总经理；2015 年 4 月至今，历任太原子公司执行董事兼总经理、顾问；2020 年 12 月至今，任公司监事会主席。

廖浩明，监事，男，1988 年 5 月出生，硕士研究生学历，材料科学与工程专业，中国国籍，无境外永久居留权。2012 年 7 月至 2015 年 8 月，任中冶赛迪工程技术股份有限公司项目经理；2015 年 9 月至 2016 年 7 月，任重庆和朴长青股权投资基金管理有限公司助理投资经理；2016 年 8 月至 2017 年 2 月，任重庆深渝创新投资管理有限公司投资经理；2017 年 3 月至 2020 年 4 月，任重庆业如红土股权投资基金管理有限公司投资经理；2020 年 5 月至 2022 年 5 月，任深圳市创新投资集团有限公司新材料基金副总裁；2022 年 6 月至今，任渝深创富私募股权投资基金管理有限公司董事兼经理；2020 年 12 月至今，任公司监事。

李杰宏，监事，男，1982 年 6 月出生，本科学历，电子信息工程专业，中国国籍，无境外永久居留权。2005 年 8 月至 2015 年 3 月，任青岛海尔国际贸易

有限公司采购部长；2015年4月至2016年7月，任天能电池集团股份有限公司商品总监；2016年8月至2018年11月，任深圳道尔法科技有限公司供应链总监；2018年12月至2020年12月，任欧菲斯有限产品中心总监；2020年12月至今，任公司监事、供应链副总监。

3、高级管理人员

公司现有高级管理人员4名，现任高管人员何志、钟圆双、孙玉旺由公司于2020年12月21日召开的第一届董事会第一次会议选举、聘任；张若鸿由公司于2023年1月9日召开的第一届董事会第二十八次会议选举、聘任。具体选聘情况如下：

序号	姓名	职位	本届高管任期
1	何志	总经理	2020.12.21-2023.12.20
2	钟圆双	副总经理、董事会秘书	2020.12.21-2023.12.20
3	孙玉旺	财务负责人	2020.12.21-2023.12.20
4	张若鸿	副总经理	2023.1.9-2023.12.20

上述高级管理人员的简历如下：

何志，总经理，其简历参见本节“十二、（一）、1、董事会成员”。

钟圆双，副总经理、董事会秘书，女，1981年1月出生，香港大学整合实效管理专业研究生，董事会秘书资格，中国国籍，无境外永久居留权。2002年7月至2004年7月，任重庆市第九人民医院药剂师；2004年8月至2006年5月，待业；2006年6月至2012年10月，任苏果超市有限公司总部办公室主管；2012年11月至2014年3月，任安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人秘书；2014年4月至2014年5月，待业；2014年6月至2020年12月，任欧菲斯有限副总经理兼董事会秘书；2020年12月至今，任公司副总经理兼董事会秘书。

孙玉旺，财务负责人，男，1977年10月出生，大专学历，工业企业管理专业，中级会计师职称、注册会计师，中国国籍，无境外永久居留权。1998年7月至1999年12月，任重庆市涪陵太极饮品厂会计；2000年1月至2005年7月，任太极集团有限公司包装工业处管理科长；2005年8月至2012年9月，任重庆中鼎会计师事务所有限责任公司项目经理；2012年10月至2013年7月，

任重庆市江北区乾元小额贷款股份有限公司风控经理；2013年8月至2016年4月，任重庆聚文税务师事务所有限公司副所长；2016年5月至2020年12月，任欧菲斯有限财务负责人；2020年12月至今，任公司财务负责人。

张若鸿，副总经理，女，1977年10月出生，大专学历，公共关系专业，中国国籍，无境外永久居留权。2000年9月至2003年3月，任广州乐华电子有限公司电器市场部区域经理；2003年3月至2013年3月，任四维-约翰逊实业股份有限公司大区总监；2013年4月至2013年7月，待业；2013年8月至2014年9月，任成都东银信息传媒有限公司销售总监；2014年10月至2020年12月，任欧菲斯有限大客户管理中心总监；2021年1月至2023年1月，任公司大客户管理中心总监；2023年1月至今，任公司副总经理。

4、董事、监事、高级管理人员的兼职情况及与发行人的关联关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员在公司及子公司以外的其他单位的兼职情况及所兼职单位与公司的关联关系如下：

姓名	在本公司任职	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
王立金	董事长	新欧菲斯	董事长、总经理	实际控制人共同控制的企业
		重庆纯尚商贸有限公司	执行董事	公司董事担任董事职务的其他公司
何志	董事、总经理	重庆纯尚商贸有限公司	监事	公司董事担任董事职务的其他公司
		上海办公伙伴贸易发展有限公司	董事	公司董事、高级管理人员担任董事职务的其他公司
许翔	董事	重庆业如红土股权投资基金管理有限公司	董事长兼经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
		云南杨丽萍影视发展有限公司	执行董事兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
		黄山徽之恋文化传播有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
		贵州红土创新资本管理有限公司	总经理	公司董事担任高级管理人员的其他公司
		渝深创富私募股权投资基金管理有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
		成都红土菁科创业投资管理有限公司	执行董事兼经理	公司董事担任高级管理人员的其他公司
		广西桂深红土投资管理有限公司	总经理	公司董事担任高级管理人员的其他公司
		若尔盖青藏文旅文化发展有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司

	重庆大唐测控技术有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	重庆市园林建筑工程（集团）股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	德蓝水技术股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	浙江红土创业投资有限公司	监事	无
	云南红土创业投资有限责任公司	董事长兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
	成都创新投资管理有限公司	总经理	公司董事担任高级管理人员的其他公司
	重庆西永创新投资有限公司	董事兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
	贵州红土创业投资有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	深圳市普乐方文化科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	成都红土创新投资管理有限公司	董事兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
	成都工投红土创新投资有限公司	董事兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
	南宁红土邕深创业投资有限公司	董事长兼财务负责人	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
	昆明嘉和科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	四川润兆渔业有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	广西桂深红土创业投资有限公司	董事兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
	云南红土创新企业管理有限公司	董事长兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
	云南杨丽萍文化传播股份有限公司	副董事长	公司董事担任董事职务的其他公司
	云南无线数字电视文化传媒股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	四川优机实业股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	云南滇科涂镀层材料有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	新大正物业集团股份有限公司	监事	无
	天宝动物营养科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
	重庆市紫建电子股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司

		四川饭扫光食品集团股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
		重庆网泰科技有限公司	董事长兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的其他公司
		重庆蓝牙三泰电子技术有限公司	董事长	公司董事担任董事职务的其他公司
		重庆海浪生物乳业股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
		成都红土银科创新投资有限公司	董事长	公司董事担任董事职务的其他公司
		成都美尔贝科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
叶贯强	董事	新欧菲斯	董事	实际控制人共同控制的企业
		东莞市零售行业协会	会长	公司董事兼职的其他单位
曾刚	董事	新欧菲斯	董事	实际控制人共同控制的企业
		上海办公伙伴贸易发展有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
唐勤华	独立董事	国家电投集团财务有限公司	董事	公司董事担任董事的其他公司
		上海征信经济发展有限公司	监事	无
		上海波仪技术有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
		上海正一科技有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
王攀娜	独立董事	重庆理工大学会计学院	教授	无
蒋晓梅	独立董事	上海以恒律师事务所	律师	无
安平	董事	新欧菲斯	董事	实际控制人共同控制的企业
		沈阳市沈北新区华泰信息咨询有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
刘志荣	监事	新欧菲斯	监事会主席	实际控制人共同控制的企业
		山西航天工业研究院集团有限公司	董事	公司董事担任董事职务的其他公司
廖浩明	监事	渝深创富私募股权投资基金管理有限公司	董事兼经理	公司监事担任董事、高级管理人员的其他公司
李杰宏	监事	东莞广道合电子科技有限公司	监事	无
钟圆双	副总经理、董事会秘书	重庆逸洲商务服务有限公司	监事	无
孙玉旺	财务负责人	重庆聚禾财务咨询有限公司	监事	无
		重庆心梦境动漫设计有限公司	监事	无

注：上海办公伙伴贸易发展有限公司、重庆网泰科技有限公司、重庆蓝牙三泰电子技术有限公司、重庆海浪生物乳业股份有限公司、上海波仪技术有限公司、上海正一科技有限公

司已吊销营业执照。

5、董事、监事、高级管理人员相互之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

6、董事、监事、高级管理人员最近三年涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

公司董事、监事、高级管理人员最近三年不存在受到行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情形。

（二）董事、监事、高级管理人员与公司签订的协议及履行情况

截至本招股说明书签署日，除外部董事及独立董事、外部监事外，公司的董事、监事、高级管理人员与公司均签署了劳动合同和保密协议，公司的独立董事与公司签署了聘任协议。除此之外，公司与董事、监事、高级管理人员未签订其他协议。

公司董事、监事、高级管理人员自相关协议签署以来，严格履行协议约定的义务和职责，截至本招股说明书签署日，上述人员未发生违反合同义务、责任或承诺的情形。

（三）董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况

1、直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属未直接持有公司股份。

2、间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属间接持有公司股份具体情况如下：

姓名	职务及亲属关系	间接持股数量（股）	持股比例
王立金	董事长	19,031,926	8.4586%
何志	董事、总经理	8,689,535	3.8620%
曾刚	董事	8,160,283	3.6268%

许翔	董事	-	-
叶贯强	董事	10,646,823	4.7319%
安平	董事	9,955,978	4.4249%
唐勤华	独立董事	-	-
王攀娜	独立董事	-	-
蒋晓梅	独立董事	-	-
刘志荣	监事	2,430,681	1.0803%
廖浩明	监事	-	-
李杰宏	监事	101,791	0.0452%
钟圆双	副总经理、董事会秘书	305,364	0.1357%
孙玉旺	财务负责人	305,364	0.1357%
张若鸿	副总经理	305,364	0.1357%
高琳萍	刘志荣的配偶	2,330,990	1.0360%
刘振超	刘志荣的儿子	4,349,070	1.9329%
曾令宏	曾刚的儿子	405,633	0.1803%

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有的公司股份不存在质押或冻结的情形。

（四）董事、监事、高级管理人员与发行人及其业务相关的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

姓名	本公司职务	对外投资单位名称	主营业务	出资比例
王立金	董事长	新欧菲斯	持股平台，未实际经营业务	40.0000%
		一号中心	持股平台，未实际经营业务	9.5750%
		重庆纯尚商贸有限公司	房屋租赁业务	26.3200%
何志	董事、总经理	三号中心	持股平台，未实际经营业务	2.6528%
		一号中心	持股平台，未实际经营业务	4.4432%
		上海办公伙伴贸易发展有限公司	未实际开展经营	8.2804%
		重庆纯尚商贸有限公司	房屋租赁业务	21.8400%
曾刚	董事	新欧菲斯	持股平台，未实际经营业务	7.8258%
		一号中心	持股平台，未实际经营业务	3.9814%
		二号中心	持股平台，未实际经营业务	1.1703%
		三号中心	持股平台，未实际经营业务	2.3624%

		上海办公伙伴贸易发展有限公司	未实际开展经营	8.0716%
许翔	董事	重庆网泰科技有限公司	未实际开展经营	6.0000%
叶贯强	董事	新欧菲斯	持股平台，未实际经营业务	11.4129%
		一号中心	持股平台，未实际经营业务	5.4439%
		点动科技	信息互动业务	10.2100%
安平	董事	新欧菲斯	持股平台，未实际经营业务	3.2613%
		三号中心	持股平台，未实际经营业务	21.2221%
		一号中心	持股平台，未实际经营业务	3.8416%
		沈阳市沈北新区华泰信息咨询有限公司	未实际开展经营	9.9220%
刘志荣	监事	新欧菲斯	持股平台，未实际经营业务	7.3367%
		一号中心	持股平台，未实际经营业务	1.2428%
		上海办公伙伴贸易发展有限公司	未实际开展经营	5.2210%
		山西航天工业研究院集团有限公司	系统集成工程业务	11.0272%
		山西海广千峰餐饮有限公司	餐饮服务	19.0000%
		山西海广龙兴餐饮有限公司	餐饮服务	14.0000%
李杰宏	监事	二号中心	持股平台，未实际经营业务	1.1703%
钟圆双	副总经理、董事会秘书	重庆逸洲商务服务有限公司	商务信息咨询、翻译服务	30.0000%
孙玉旺	财务负责人	二号中心	持股平台，未实际经营业务	3.5108%
		二号中心	持股平台，未实际经营业务	3.5108%
		重庆聚禾财务咨询有限公司	财务类咨询服务	50.0000%
		重庆心梦境动漫设计有限公司	动漫设计业务	45.0000%

注：重庆网泰科技有限公司、上海办公伙伴贸易发展有限公司已吊销营业执照。

公司董事、监事、高级管理人员的对外投资与公司均不存在利益冲突。除上述情况外，本公司董事、监事、高级管理人员无其他对外投资。

（五）董事、监事、高级管理人员报告期的变动情况

1、报告期内，董事成员变动情况

时间	董事会成员	变动背景
2020年1月至2020年12月	王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、何志、安平	-

2020 年 12 月至 2022 年 2 月	王立金、叶贯强、曾刚、何志、许翔	2020 年 12 月 21 日，公司召开创立大会，选举股份公司第一届董事会成员。
2022 年 2 月至本招股说明书签署日	王立金、叶贯强、曾刚、安平、何志、许翔、唐勤华、王攀娜、蒋晓梅	为完善公司治理结构，增选安平及独立董事唐勤华、王攀娜、蒋晓梅为第一届董事会成员。

2、报告期内，监事成员变动情况

时间	监事会成员	变动背景
2020 年 1 月至 2020 年 12 月	刘志荣、吴骏寅、戴开岳	-
2020 年 12 月至本招股说明书签署日	刘志荣、李杰宏、廖浩明	2020 年 12 月 21 日，公司召开创立大会，选举股份公司第一届董事会非职工代表监事刘志荣、廖浩明；2020 年 12 月 21 日召开职工代表大会，选举职工代表监事李杰宏。

3、报告期内，高级管理人员变动情况

时间	高级管理人员	变动背景
2020 年 1 月至 2023 年 1 月	何志、钟圆双、孙玉旺	-
2023 年 1 月至本招股说明书签署日	何志、钟圆双、孙玉旺、张若鸿	因公司业务发展需要，增选张若鸿担任公司副总经理。

综上所述，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员选举、补选或增聘独立董事是完善公司治理结构和促进公司业务发展而进行的必要调整，符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，履行了必要的法律程序。最近三年，公司董事、高级管理人员未发生重大变化，董事、高级管理人员的变动对公司持续经营和本次发行上市无重大不利影响。

（六）董事、监事、高级管理人员薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员薪酬组成、确定依据及所履行的程序

公司董事、监事、高级管理人员（独立董事及外部董事、外部监事除外）的薪酬主要由固定薪酬和浮动薪酬构成，其中，固定薪酬包括岗位薪资、职级薪资、能力薪资，浮动薪酬主要为年终奖。公司外部董事许翔、外部监事廖浩

明未在公司领取薪酬；独立董事仅从公司领取独立董事津贴。

岗位薪资、职级薪资、能力薪资主要结合岗位要求、工作职责、工作经验、个人学历等综合因素确定；年终奖金额与公司年度业绩目标完成情况相关联；公司第一届董事会第二十一次会议及薪酬和考核委员会 2022 年第二次会议审议通过了《薪酬管理制度（第八版）》，董事、监事、高级管理人员薪酬的确定和发放均按照《薪酬管理制度（第八版）》执行；公司第一届董事会第十三次会议审议通过了《独立董事津贴制度》，公司按照经审议的标准向独立董事发放津贴。

2、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员 2022 年在公司领取薪酬的情况如下：

姓名	在公司职务	薪酬（万元）	是否在关联方领薪
王立金	董事长	56.10	否
何志	董事、总经理	56.90	否
曾刚	董事	52.16	否
许翔	董事	-	是
叶贯强	董事	61.86	否
安平	董事	45.06	否
唐勤华	独立董事	4.14	否
王攀娜	独立董事	4.32	否
蒋晓梅	独立董事	3.90	否
刘志荣	监事	36.75	否
廖浩明	监事	-	是
李杰宏	监事	28.25	否
钟圆双	副总经理、董事会秘书	40.99	否
孙玉旺	财务负责人	41.15	否
张若鸿	副总经理	58.77	否
合计		490.35	-

许翔在重庆业如红土股权投资基金管理有限公司担任董事长兼总经理并在该公司领薪，廖浩明在渝深创富私募股权投资基金管理有限公司担任董事兼经理并在该公司领薪，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员未在公司其他

关联方领薪。

除领取上述薪酬外，公司董事、监事、高级管理人员未在公司享受其他待遇和退休金计划，也不存在从控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取收入与享受其他待遇的情况。

3、最近三年，董事、监事与高级管理人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
薪酬总额（万元）	431.58	438.79	571.93
利润总额（万元）	19,509.37	18,517.33	18,303.13
占比	2.21%	2.37%	3.12%

注：张若鸿自 2023 年 1 月 9 日担任公司副总经理，2022 年董事、监事与高级管理人员薪酬总额不包含张若鸿 2022 年的薪酬。

十三、本次公开发行申报前已制定并实施完毕的股权激励

（一）概况

截至本招股说明书签署日，公司曾设立二号中心、三号中心、四号中心、五号中心、六号中心五个员工持股平台用于实施员工股权激励。其中，因股权激励计划调整，公司于 2022 年 11 月取消六号中心股权激励计划，六号中心已于 2023 年 4 月注销。

除此之外，公司不存在其他已制定或实施的股权激励。公司不存在期权激励安排。

1、二号中心

（1）基本信息

二号中心为发行人核心管理人员持股平台。截至本招股说明书签署日，二号中心的基本信息如下：

企业名称	重庆欧菲斯二号企业管理中心（有限合伙）
成立日期	2017 年 5 月 10 日
注册资本	854.5 万元
实收资本	854.5 万元

执行事务合伙人	新欧菲斯
住所	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢
主要生产经营地	未实际开展经营
主营业务及其与发行人主营业务的关系	发行人持股平台，未实际开展经营

（2）决策程序

公司实施二号中心股权激励计划已履行必要的决策程序，具体如下：

2018 年 1 月 17 日，欧菲斯有限召开临时股东会，审议通过了《关于同意通过二号中心对张若鸿、哲辉、钟圆双进行股权激励》的议案，同意向张若鸿、哲辉、钟圆双等 3 人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照 2016 年净资产值确定，即 1.29 元/注册资本。

2018 年 11 月 7 日，欧菲斯有限召开临时股东会，审议通过了《关于同意通过二号中心对葛贺男、江淼、陆华、徐雷、刘志业、孙玉旺、张若鸿进行股权激励》的议案，同意向葛贺男等 7 人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照最近一年公司净资产值确定，即 1.52 元/注册资本。

2019 年 8 月 12 日，欧菲斯有限召开临时股东会，审议通过了《关于同意通过二号中心对李杰宏进行股权激励》的议案，同意向李杰宏授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照最近一年公司净资产值确定，即 1.95 元/注册资本。

2019 年 9 月 29 日，欧菲斯有限召开临时股东会，审议通过了《关于同意通过二号中心对何小健、张东彦、王军进行股权激励》的议案，同意向何小健、张东彦、王军等 3 人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照最近一年公司净资产值确定，即 1.95 元/注册资本。

2020 年 12 月 17 日，欧菲斯有限召开临时股东会，审议通过了《关于同意通过二号中心对王贵、李杰宏、祝能多、赵晓娟进行股权激励》的议案，同意向王贵等 4 人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照最近一年公司净资产值确定，即 2.30 元/注册资本。

（3）人员构成

自二号中心成立以来，各激励对象均为发行人及子公司员工，截至本招股说明书签署日，二号中心的出资结构如下：

合伙人姓名/ 名称	出资额（万元）	出资比例	任职情况
普通合伙人			
新欧菲斯	0.1000	0.0117%	-
有限合伙人			
一号中心	310.1719	36.2986%	-
陆华	154.6308	18.0961%	北京子公司执行董事兼总经理
徐雷	113.2231	13.2502%	上海子公司执行董事兼总经理
葛贺男	36.6871	4.2934%	北京子公司副总经理
江淼	36.6871	4.2934%	上海子公司副总经理
钟圆双	30.0000	3.5108%	发行人副总经理兼董事会秘书
张若鸿	30.0000	3.5108%	发行人副总经理
孙玉旺	30.0000	3.5108%	发行人财务负责人
哲辉	20.0000	2.3406%	发行人技术中心总监
刘志业	20.0000	2.3406%	发行人交付服务管理中心总监
何小健	14.0000	1.6384%	重庆谊风执行董事兼总经理
王军	10.5000	1.2288%	重庆谊风实施部经理
张东彦	10.5000	1.2288%	重庆谊风研发部主管
曾刚	10.0000	1.1703%	发行人董事、成都子公司执行董事 兼总经理
李杰宏	10.0000	1.1703%	发行人供应链管理中心副总监、 发行人监事
赵晓娟	8.0000	0.9362%	发行人总经理助理兼行政中心副总监
王贵	5.0000	0.5851%	发行人数字企服中心总监、福分通执 行董事兼总经理
祝能多	5.0000	0.5851%	发行人市场发展管理中心总监
合计	854.5000	100.0000%	

（4）财产份额流转、离职后股份处理

二号中心合伙人签署的合伙协议未对财产份额流转及离职后股份处理进行明确约定，除二号中心合伙协议外，二号中心合伙人与发行人未签署其他协议。

（5）股份锁定期

二号中心已出具《关于股份锁定的承诺》，具体参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二、一、限售安排、自愿股份锁定、延长锁定期限承诺。”

2、三号中心

（1）基本信息及人员构成

三号中心为公司设立的员工持股计划，自三号中心成立以来，各激励对象均为发行人子公司主要管理人员和骨干员工，截至本招股说明书签署日，其基本信息及人员构成情况参见本节之“七、（三）其他持有 5%以上股份的股东的基本情况”。

（2）决策程序

公司实施三号中心股权激励计划已履行必要的决策程序，具体如下：

2018 年 11 月 19 日，欧菲斯有限召开股东会，审议通过了《实施三号中心首期员工持股股权激励》的议案，同意向邓霞、苏里月、朱自强、曾勇、王朝旭等 38 人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照最近一年公司净资产值确定，即 1.52 元/注册资本。

2019 年 7 月 30 日，欧菲斯有限召开股东会，审议通过了《实施三号中心第二期员工持股股权激励》的议案，同意向杨世钧、万仁明、马春林、徐公军等 11 人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照最近一年欧菲斯净资产值确定，即 1.95 元/注册资本。

（3）财产份额流转、离职后股份处理

三号中心激励对象与发行人均签署了《员工持股协议》，《员工持股协议》对三号中心财产份额内部的流转、离职后股份处理等事宜进行了约定，具体如下：

序号	协议	事项	主要内容
1	《员工持股协议》	合伙人资格限制	第一条：三号中心的基本情况 3、除本协议另有约定外，三号中心合伙人应当为与公司或公司全资或控股子公司签署了劳动合同的员工。
2		服务期或财产份额限制 转让期	第二条：转让限制 1、考虑到本合伙企业合伙人的历史贡献，本合伙企业不设服务期或财产份额限制转让期。
3		上市前无过错离职	第三条：无过错离职 合伙人有权继续持有三号中心财产份额或将其持有的三号中心财产份额转让。合伙人转让所持财产份额时，受让人仅限于公司（含全资、控股子公司）员工，转让价格由合伙人与受让方协商确定。
4		上市前过错离职	第四条：上市前过错离职 合伙人所持合伙企业财产份额必须在劳动关系解除后 30 日内全部转让，由公司指定的第三方作为受让方收购相应份额，并办理退伙手续。
5		其他	第七条：其他 公司进行上市申报不影响本协议第二、三、四条约定的效力。公司进行上市申报并最终实现上市的，则自公司股票在交易所正式交易之日起，本协议第二、

			三、四条约定不再发生效力。

（4）股份锁定期

三号中心已出具的《关于股份锁定的承诺》，具体参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二、一、限售安排、自愿股份锁定、延长锁定期限承诺。”

3、四号中心

（1）基本信息

四号中心为公司设立的员工持股计划，截至本招股说明书签署日，四号中心的基本信息如下：

企业名称	重庆欧菲斯办公伙伴四号企业管理中心（有限合伙）
成立日期	2019年8月1日
注册资本	219.375万元
实收资本	219.375万元
执行事务合伙人	田菲
住所	重庆市渝中区经纬大道333号2幢7-1
主要生产经营地	未实际开展经营
主营业务及其与发行人主营业务的关系	发行人持股平台，未实际开展经营

（2）决策程序

公司实施四号中心员工股权激励计划已履行必要的决策程序，具体如下：

2019年8月1日，欧菲斯有限召开股东会，审议通过了《实施四号中心员工持股股权激励》的议案，同意向田菲、邵玉华、鞠沐、张宗福、万力等48人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照最近一年公司每股净资产值确定，即1.95元/注册资本。

（3）人员构成

自四号中心成立以来，各激励对象均为发行人骨干员工，截至本招股说明书签署日，四号中心的出资结构如下：

合伙人姓名 /名称	出资额 (万元)	出资比例	所任职务
普通合伙人			

合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	所任职务
田菲	4.8750	2.2222%	发行人证券事务代表
有限合伙人			
一号中心	9.7500	4.4444%	-
邵玉华	9.7500	4.4444%	发行人财务中心经理
谭珊	9.7500	4.4444%	发行人大客户管理中心运营二部总监
祝能多	9.7500	4.4444%	发行人市场发展管理中心总监
吴运波	7.8000	3.5556%	发行人市场发展管理中心二部总监
秦伟	6.8250	3.1111%	发行人供应链管理中心采销六部总监
彭龙	6.8250	3.1111%	发行人供应链管理中心采销一部总监
张晶	6.8250	3.1111%	发行人市场发展管理中心三部总监
李立志	6.8250	3.1111%	发行人市场发展管理中心五部总监
徐阳	5.8500	2.6667%	发行人总经理助理兼交付服务管理中心综合运管部经理
张霞	5.8500	2.6667%	发行人财务中心财务部经理（江苏子公司分管）
王贵	5.8500	2.6667%	发行人数字企服中心总监、福分通执行董事兼总经理
曾桂莲	5.8500	2.6667%	重庆谊风信息化管理部经理
陈琴	5.8500	2.6667%	宁波子公司副总经理
谭程林	5.8500	2.6667%	福分通技术研发部经理
汪健	5.8500	2.6667%	发行人大客户管理中心招投标部经理
张婷婷	4.8750	2.2222%	发行人供应链管理中心采销三部总监
苑咸森	4.8750	2.2222%	发行人大客户管理中心拓展二部总监
王原祥	4.8750	2.2222%	发行人供应链管理中心采销四部总监
李博	4.8750	2.2222%	重庆谊风技术中心平台运营部经理
岳丽英	3.9000	1.7778%	发行人财务中心财务部经理（太原子公司分管）
王红霞	3.9000	1.7778%	发行人大客户管理中心拓展一部经理
李可成	3.9000	1.7778%	重庆谊风电商产品部经理
牟双霜	3.9000	1.7778%	发行人交付服务管理中心交付管理部经理
刘婉连	3.9000	1.7778%	广东子公司副总经理
逯霞	3.9000	1.7778%	发行人财务中心财务部经理（北京子公司分管）
李云胜	3.9000	1.7778%	发行人财务中心财经管理部经理
夏克洪	3.9000	1.7778%	成都子公司副总经理
万力	3.9000	1.7778%	发行人财务中心会计结算部经理

合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	所任职务
张燕	3.9000	1.7778%	发行人市场发展管理中心一部市场运营专员
曲敬涛	3.9000	1.7778%	发行人财务中心财务部经理（上海子公司分管）
张宗福	3.9000	1.7778%	发行人财务中心会计综合部经理
殷惠芳	3.9000	1.7778%	发行人财务中心财务部经理（苏州子公司分管）
孙诗	3.9000	1.7778%	发行人财务中心资金部经理
黄剑桥	2.9250	1.3333%	发行人大客户管理中心运营六部总监
曾来	2.9250	1.3333%	重庆谊风技术研发三部经理
刘彦伟	2.9250	1.3333%	发行人市场发展管理中心一部省区经理
王鹏	2.9250	1.3333%	发行人供应链管理中心数据管理部经理
谢红南	1.9500	0.8889%	发行人财务中心会计往来部经理
陈韵婕	1.9500	0.8889%	发行人供应链管理中心采销五部总监
富倩	1.9500	0.8889%	发行人大客户管理中心运营五部总监
张磊	1.9500	0.8889%	发行人市场发展管理中心四部总监
高嵩	1.9500	0.8889%	发行人电商运营中心平台运营部经理
张晓青	1.9500	0.8889%	发行人大客户管理中心拓展一部总监
杨娟	1.9500	0.8889%	发行人财务中心会计综合部会计主管
合计	219.3750	100.0000%	

（4）财产份额流转、离职后股份处理

四号中心激励对象与发行人均签署了《员工持股协议》，《员工持股协议》对四号中心财产份额内部的流转、离职后股份处理等事宜进行了约定，具体如下：

序号	协议	事项	主要内容
1	《员工持股协议》	合伙人资格限制	第一条：基本情况 3、除本协议另有约定外，合伙人应当为与公司或公司全资或控股子公司签署了劳动合同的员工。
2		服务期或财产份额限制转让期	第二条：转让限制 1、各方一致同意，除本协议另有约定的情形外，合伙人自入伙之日（自全额支付财产份额转让款/出资款之日起起算）起五年内（以下简称“限制转让期”），不得转让其持有的财产份额（包括向其他合伙人转让），不得要求退伙，五年转让限制期届满后，经公司同意，合伙人可以将其持有的有限合伙财产份额转让或要求退伙。
3		上市前无过错离职	第三条：上市前无过错离职 1、限制转让期内，合伙人与公司解除劳动关系，其所持合伙企业财产份额必须在劳动关系解除后 30 日内全部转让，由公司指定的第三方作为受让方收购相应份额，并办理退伙手续。 2、限制转让期届满后，合伙人持有、转让其所持财产份额及退伙事宜，由合伙

			人按合伙协议作出有关决议。同时，为确保为公司员工持股平台，合伙人同意在转让其持有财产份额时，受让人仅限于公司（含全资、控股子公司）员工，转让价格由转让方与受让方协商确定。
4		上市前过错离职	第四条：上市前过错离职 合伙人所持合伙企业财产份额必须在劳动关系解除后 30 日内全部转让，由公司指定的第三方作为受让方收购相应份额，并办理退伙手续。
5		其他	第七条：其他 公司进行上市申报不影响本协议第二、三、四条约定的效力。公司进行上市申报并最终实现上市的，则自公司股票在交易所正式交易之日起，本协议第二、三、四条约定不再发生效力。

（5）股份锁定期

四号中心已出具的《关于股份锁定的承诺》，具体参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二、一、限售安排、自愿股份锁定、延长锁定期限承诺。”

4、五号中心

（1）基本信息

五号中心为公司设立的员工持股计划，截至本招股说明书签署日，五号中心的基本信息如下：

企业名称	重庆欧菲斯办公伙伴五号企业管理中心（有限合伙）
成立日期	2020 年 10 月 10 日
注册资本	195.5 万元
实收资本	195.5 万元
执行事务合伙人	邵玉华
住所	重庆市渝中区经纬大道 333 号 2 幢 15-1
主要生产经营地	未实际开展经营
主营业务及其与发行人主营业务的关系	发行人持股平台，未实际开展经营

（2）决策程序

公司实施五号中心员工股权激励计划已履行必要的决策程序，具体如下：

2020 年 11 月 9 日，欧菲斯有限召开股东会，审议通过了《实施五号中心员工持股股权激励》的议案，同意向邵玉华、简传宝、刘丽、夏克洪、刘婉连、殷惠芳等 44 人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格按照最近一年公司每股净资产值确定，即 2.30 元/注册资本。

（3）人员构成

自五号中心成立以来，各激励对象均为发行人骨干员工，截至本招股说明书签署日，五号中心的出资结构如下：

合伙人姓名/名称	出资额 (万元)	出资比例	所任职务
普通合伙人			
邵玉华	6.9000	3.5294%	发行人财务中心经理
有限合伙人			
一号中心	66.7000	34.1176%	-
张晓青	8.0500	4.1176%	发行人大客户管理中心拓展一部 总监
黄剑桥	6.9000	3.5294%	发行人大客户管理中心运营六部总监
富倩	6.9000	3.5294%	发行人大客户管理中心运营五部总监
卢佩珠	5.7500	2.9412%	重庆谊风信息化管理部 ABAP 工程师
简传宝	4.6000	2.3529%	发行人 MRO 事业中心技术研发部经理
贺学川	4.6000	2.3529%	发行人行政中心品宣部经理
黄广	4.6000	2.3529%	重庆谊风信息化管理部中级 SAP 内部 顾问
孙鹏	4.6000	2.3529%	重庆谊风信息化管理部初级信息安全 工程师
张磊	4.6000	2.3529%	发行人市场发展管理中心四部总监
谭智荣	3.4500	1.7647%	重庆谊风技术研发二部中级 PHP 工程 师
杨移	3.4500	1.7647%	发行人人力资源中心人力资源专员
史兴明	3.4500	1.7647%	发行人供应链管理中心综合运营部 高级产品经理
冉付	3.4500	1.7647%	福分通市场营销部项目运营总监
刘丽	2.3000	1.1765%	发行人 MRO 事业中心供应链发展部采 销一部经理
夏克洪	2.3000	1.1765%	成都子公司副总经理
刘婉连	2.3000	1.1765%	广东子公司副总经理
殷惠芳	2.3000	1.1765%	发行人财务中心财务部经理 (苏州子公司分管)
张霞	2.3000	1.1765%	发行人财务中心财务部经理 (江苏子公司分管)
曲敬涛	2.3000	1.1765%	发行人财务中心财务部经理 (上海子公司分管)
岳丽英	2.3000	1.1765%	发行人财务中心财务部经理 (太原子公司分管)
逯霞	2.3000	1.1765%	发行人财务中心财务部经理 (北京子公司分管)
杜淼	2.3000	1.1765%	发行人财务中心财务部经理 (沈阳子公司分管)

合伙人姓名/名称	出资额 (万元)	出资比例	所任职务
张宗福	2.3000	1.1765%	发行人财务中心会计综合部经理
孙诗	2.3000	1.1765%	发行人财务中心资金部经理
彭龙	2.3000	1.1765%	发行人供应链管理中心采销一部总监
张婷婷	2.3000	1.1765%	发行人供应链管理中心采销三部总监
王原祥	2.3000	1.1765%	发行人供应链管理中心采销四部总监
陈韵婕	2.3000	1.1765%	发行人供应链管理中心采销五部总监
白雪	2.3000	1.1765%	发行人供应链管理中心综合运营部 商品督导组商品督导
王红霞	2.3000	1.1765%	发行人大客户管理中心拓展一部经理
苑咸森	2.3000	1.1765%	发行人大客户管理中心拓展二部总监
曾桂莲	2.3000	1.1765%	重庆谊风信息化管理部经理
徐阳	2.3000	1.1765%	发行人总经理助理 兼交付服务管理中心综合运管部经理
冉红霞	2.3000	1.1765%	发行人交付服务管理中心 客户服务五部经理
李立志	2.3000	1.1765%	发行人市场发展管理中心五部总监
吴运波	2.3000	1.1765%	发行人市场发展管理中心二部总监
张晶	2.3000	1.1765%	发行人市场发展管理中心三部总监
赵玥	2.3000	1.1765%	福分通供应链管理部主管
合计	195.5000	100.0000%	

（4）财产份额流转、离职后股份处理

五号中心激励对象与发行人均签署《员工持股协议》，《五号中心员工持股协议》关于财产份额流转、离职后股份处理的相关约定与四号中心一致，具体参见本节之“十三、（一）、3、四号中心”。

（5）股份锁定期

五号中心已出具的《关于股份锁定的承诺》，具体参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二、一、限售安排、自愿股份锁定、延长锁定期限承诺。”

5、六号中心（已注销）

（1）基本信息

六号中心是公司为实施“接班人计划”设立的员工持股平台，各激励对象

均为重要子公司中高层管理人员，截至注销前，六号中心的基本信息如下：

企业名称	重庆欧菲斯办公伙伴六号企业管理中心（有限合伙）
成立日期	2020 年 12 月 9 日
注册资本	1,500.00 万元
实收资本	1,500.00 万元
执行事务合伙人	新欧菲斯
住所	重庆市渝中区经纬大道 333 号 2 幢 15-2
主要生产经营地	未实际开展经营
主营业务及其与发行人主营业务的关系	发行人持股平台，未实际开展经营

（2）决策程序

“接班人计划”候选人由各子公司自主选举推荐，2020 年 12 月 9 日，欧菲斯有限召开股东会，审议通过了《实施六号中心员工持股股权激励》的议案，审议通过了各子公司提交的候选人名单，同意向朱自强、王朝旭、彭亚军、王卓荣、苏文婷、吕雪清等 14 人授予欧菲斯有限股权，股权激励价格参考最近一年公司每股净资产值 2.30 元/注册资本的基础上进行一定的上浮，确定为 3.00 元/注册资本。

（3）出资结构

自六号中心成立以来，各激励对象均为发行人子公司员工且激励对象未发生变更，截至注销前，六号中心的出资结构如下：

合伙人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	所任职务
普通合伙人			
新欧菲斯	0.1500	0.0100%	-
有限合伙人			
王卓荣	135.0000	9.0000%	广东子公司总经理助理
王朝旭	127.5000	8.5000%	重庆子公司副总经理
朱自强	127.3500	8.4900%	重庆子公司副总经理
崔霞	120.0000	8.0000%	长春子公司副总经理
王玉舫	120.0000	8.0000%	长春子公司总经理助理
彭亚军	105.0000	7.0000%	广东子公司总经理助理
吕雪清	105.0000	7.0000%	太原子公司执行董事兼总经理

合伙人姓名/ 名称	出资额（万元）	出资比例	所任职务
李晓峰	105.0000	7.0000%	太原子公司销售运营事业部 运营六部总监
古木林	105.0000	7.0000%	成都子公司销售运营事业部总监
严春梅	105.0000	7.0000%	发行人财务中心财务部经理 （成都子公司分管）
苏文婷	90.0000	6.0000%	苏州子公司执行董事兼总经理
杨世钧	90.0000	6.0000%	江苏子公司销售运营事业部 渠道中心总监
徐桂宁	90.0000	6.0000%	沈阳子公司电商部总监
许午杰	75.0000	5.0000%	宁波子公司销售运营事业部 运营三部总监
合计	1,500.0000	100.0000%	

（4）财产份额流转、离职后股份处理

六号中心成立时，14 名激励对象与发行人均签署《员工持股协议》，《六号中心员工持股协议》关于财产份额流转、离职后股份处理的相关约定与四号中心一致，具体参见本节之“十三、（一）、3、四号中心”。

（5）解散情况

为促进公司长远发展，六号中心“接班人计划”的初衷是选拔胜任公司领导岗位的后备人才，遴选对象为重庆、长春、广东、成都、沈阳、江苏、太原、宁波、苏州 9 家重要子公司的中高层管理人员。上述 9 家子公司主要业务分布在全国不同省市，其业务侧重点、属地化客户的服务方式均有所差异，高级管理层在具体遴选六号中心候选人时，由于缺乏长期股权激励设计的相关经验，相较于六号中心较大的激励力度，未对激励对象候选人进行严格、全面的甄选，致使最终确定的人选出现了一定的偏差。

六号中心成立以来，公司始终关注 14 名激励对象的相关工作评价情况。经近两年的持续观察和考评，上述 14 名激励对象虽能较好的胜任其现有岗位职责，但尚未展现出具备担纲集团管理工作的潜力，且本次股权激励的力度普遍较大，各子公司、各业务中心管理人员曾不同程度地反映出对本次“接班人计划”遴选结果的质疑。

为顾全公司发展大局、维护经营队伍稳定性，公司对前述激励对象遴选过程中的失误进行了复盘分析。综合各方意见并考虑公司整体发展利益，经慎重

考虑，公司决定取消六号中心股权激励计划，六号中心予以注销，对六号中心尚未确认的股份支付费用，于 2022 年度做加速到期处理。

2022 年 11 月 19 日，公司召开临时股东大会，审议通过了关于《取消六号中心员工持股激励》的议案，由一号中心受让六号中心持有的全部股份，转让价格按照投资本金+持有期间按同期银行贷款利率计算的利息定价，每股价格为 3.1285 元/股。同日，一号中心与六号中心签署《股份转让协议》，截至 2022 年 12 月，一号中心已向六号中心支付股份转让价款 1,592.2096 万元，相关款项已退还给 14 名激励对象。六号中心已于 2023 年 4 月注销。

通过对六号中心 14 名激励对象进行访谈，相关人员对于取消六号中心股权激励计划及退股事宜不存在异议，与六号中心、公司、一号中心等其他任何第三方不存在争议、纠纷及潜在纠纷。

（二）股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

1、对公司经营状况的影响

通过实施上述股权激励计划，公司建立健全了长效激励机制，充分调动了管理层与骨干员工的积极性，有利于公司核心团队的稳定和公司可持续良性发展。

2、对公司财务状况的影响

为公允地反映股权激励对公司财务状况的影响，公司已按企业会计准则等相关规定对实施的股权激励事项确认了股份支付费用，报告期各期，公司确认的股份支付费用总额分别为 272.42 万元、1,422.40 万元和 2,250.40 万元，具体参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（五）、2、（2）股份支付费用”。

3、对公司控制权变化的影响

上述股权激励计划实施前后，公司控制权未发生变化。

（三）上市后行权安排

除上述已实施完毕的股权激励外，公司不存在上市后的行权安排。

十四、员工及社会保障情况

（一）公司员工人数及变化情况

报告期各期末，公司在册员工（含子公司员工）人数变化情况如下：

年度	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
在册员工人数（人）	2,345	2,309	2,368

（二）公司员工的专业结构

截至 2022 年 12 月 31 日，公司员工的专业结构如下：

专业结构	2022 年 12 月 31 日	
	员工人数（人）	占总人数比例
销售人员	1,141	48.66%
仓储物流人员	347	14.80%
采购人员	314	13.39%
管理人员	241	10.28%
财务人员	154	6.57%
技术人员	148	6.31%
合计	2,345	100.00%

（三）社会保障制度、住房公积金制度执行情况

1、社会保险费及住房公积金缴纳情况

公司（含子公司，下同）与员工按照《中华人民共和国劳动法》和《中华人民共和国劳动合同法》的有关规定建立劳动关系并签订劳动合同，并根据国家和地方的有关规定依法执行社会保障制度和住房公积金制度，为符合条件的在册正式员工缴纳养老、失业、医疗、工伤、生育等社会保险及住房公积金。报告期各期末，公司员工的社会保险和住房公积金缴纳情况如下：

（1）社会保险的缴纳情况

社会保险缴纳情况	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
在册员工人数（人）	2,345	2,309	2,368
社保缴纳人数（人）	2,276	2,224	2,242

缴纳人数占比	97.06%	96.32%	94.68%
未缴纳社保人数（人）	69	85	126
其中：退休返聘	43	40	45
已办理新农合、新农保	4	4	10
兼职员工	1	1	3
新入职员工	9	26	50
已在其他单位缴纳	11	13	16
其他原因	1	1	2
未缴纳人数占比	2.94%	3.68%	5.32%

截至 2022 年 12 月 31 日，公司存在 69 名员工未缴纳社会保险，该部分员工未缴纳社会保险的主要原因为：①退休返聘员工及兼职人员无需缴纳；②入职的新员工因手续办理原因尚未开始缴纳；③部分员工已在其他单位缴纳；④部分员工已办理了新农合、新农保；⑤员工因其他原因自愿放弃在公司缴纳社会保险。因在其他单位缴纳、非城镇户籍员工及其他个人原因未在公司缴纳社会保险的在职员工已出具书面确认函，确认不追究公司补缴责任，由此造成的一切损失和责任由其个人自行承担。

（2）住房公积金的缴纳情况

住房公积金缴纳情况	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
在册员工人数（人）	2,345	2,309	2,368
缴纳住房公积金人数（人）	2,268	2,223	2,239
缴纳人数占比	96.59%	96.28%	94.55%
未缴纳住房公积金人数（人）	77	86	129
其中：退休返聘	36	35	40
农村户籍员工	4	4	10
兼职员工	1	1	3
新入职员工	15	21	53
已在其他单位缴纳	6	14	13
其他原因	15	11	10
未缴纳人数占比	3.41%	3.72%	5.45%

截至 2022 年 12 月 31 日，公司存在 77 名员工未缴纳住房公积金，该部分员工未缴纳住房公积金的主要原因为：①退休返聘员工、兼职人员无需缴纳；②新入职员工因手续办理原因尚未开始缴纳；③部分员工已在其他单位缴纳；④农村户籍员工，缴纳住房公积金意愿不强；⑤员工因其他原因自愿放弃在公司缴纳住房公积金。因在其他单位缴纳住房公积金、农村户籍员工及其他原因未在公司缴纳住房公积金的在职员工已出具书面承诺函，承诺不会以公司未给其缴纳住房公积金而要求与公司解除劳动合同、要求补偿及向有关部门提起仲裁、诉讼。

2、社会保障及住房公积金主管部门出具的证明

公司及其子公司所在地社会保险、住房公积金主管部门已就公司及其子公司履行社会保险及住房公积金缴存义务出具了证明文件。报告期内，公司及子公司不存在违反社会保险及住房公积金方面的法律、法规而被行政处罚的情形。

3、控股股东及实际控制人作出的承诺

公司控股股东、实际控制人已出具书面承诺：“如果发生发行人（含其子公司）员工向其追索社会保险费和住房公积金，或者发行人因此引起诉讼、仲裁，或者发行人因此受到有关主管部门的行政处罚的，本企业/本人将承担全部赔偿责任；如果有关主管部门要求发行人对以前年度员工的社会保险费、住房公积金进行补缴，本企业/本人将按主管部门核定的金额无偿代发行人补缴；如果因未按照规定缴纳社会保险费和住房公积金而给发行人带来任何其他费用支出和经济损失，本企业/本人将无偿代发行人承担。”

第五节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及演变情况

（一）公司的主营业务概况

1、公司主营业务

欧菲斯是一家面向办公物资垂直产业链，主要为大型政企客户提供办公物资“数字化、一站式”采购服务的供应商，主营业务是以 B2B 直销为主的办公物资销售。公司成立于 2014 年，经过多年发展，目前已初步建成面向产业、运行高效的数字化业务系统和覆盖全国、服务迅捷的供应链交付体系。

欧菲斯所经营的“办公物资”概念，既包括传统意义上的办公设备、办公耗材、办公生活用品、办公电器、办公家具等物资，也涵盖 MRO、员工福利品等近年来与办公物资数字一体化采购趋同发展的物资类别。目前，公司经营的商品涵盖 6 个品类、近 40 个商品类别、近 50 万个 SKU，几乎囊括了大型政企客户办公所需的各个方面。

2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯连续进入由中国企业联合会、中国企业家协会公布的“中国服务业企业 500 强”名单，分别位列第 492 位、491 位、474 位。

2、主营业务的基本特征

自成立以来，公司的主营业务始终专注于以“数字化、一站式”为鲜明特点的办公物资 B2B 直销业务。B2B 直销，是以传统办公物资批发行业为发端，融合互联网技术而形成的现代化商品流通模式，是数字技术赋能提升传统行业的成功案例之一。根据《数字经济及其核心产业统计分类（2021）》，公司主营业务属于“0506 数字商贸”领域的“050601 数字化批发”。

整体而言，办公物资 B2B 直销业务的特征可概述如下：

特征 1：办公物资 B2B 直销是数字经济发展战略的具体实践

➤ 2022 年初，我国《“十四五”数字经济发展规划》正式印发。《规划》

提出，协同推进数字产业化和产业数字化，赋能传统产业转型升级，培育新产业、新业态、新模式，到 2025 年，数字经济核心产业增加值占 GDP 的比重达到 10%。

- 实体经济与数字经济的深度融合，是办公物资批发行业整体数字化的宏观背景，使得办公物资 B2B 直销在中国数字经济新时代获得了广阔的发展机遇。作为数字经济的重要分支，由现代信息技术手段赋能的传统批发业，将产业数字化思维融入企业级采购活动，拉动垂直供应链升级，从而提升全行业的要素配置效率，在实现采购活动“阳光、合规、降本、增效”的同时，逐步在数字供应链新模式、新业态中产生更为显著的创新增长效益。

特征 2：办公物资 B2B 直销主要服务于大型政企客户：

- 自 2014 年开始，受益于国家阳光化、一体化采购政策的推动，叠加大型政企客户采购成本控制需求，以“阳光、合规、降本、增效”为出发点的数字一体化物资采购模式取得了重大发展。
- 与一般零售市场不同，B2B 直销市场的客户群体主要是实力雄厚的央企、大型金融机构或政府部门、事业单位，此类单位一般会自建或外购面向本集团、本系统的数字一体化采购平台，并通过招投标、竞争性谈判、公开比选等方式向平台引入合格供应商。采用此类采购模式的客户，一般具有采购需求量大、分支机构众多、覆盖地域广阔、采购品类繁杂且仍在不断扩充的特点。

特征 3：“互联网+”的数字化手段是实现 B2B 直销的必然途径：

- B2B 直销业务面向大型政企客户，其分支机构遍布全国，订单具有小额、频繁的特点。对于供应商而言，唯有采取基于“互联网+”的数字化手段，方可实现海量订单的妥善接收、合理分派与按约交付，最终助力客户实现物资的高效采购。
- 正因为数字一体化采购是提升采购效率、降低采购成本的有效途径，近年来，其发展持续受到各级产业政策鼓励，部分央企数字化采购改革卓有成效，大型客户整体数字化采购覆盖率稳步提升，部分企业、

行业因实施数字一体化采购而实现的节资率达 15%左右。《2022 数字化采购发展报告》数据显示，实施数字化采购使得采购主体在价格成本上降低了 5%至 15%，在时间效率上提升了 30%以上，在管理成本上降低了 30%以上，在运营成本上降低了 40%以上。数字一体化的物资采购新模式，已成为企业级采购的大势所趋。

特征 4：“一站式” B2B 直销是提升客户整体采购效率的有效手段：

- 办公物资、员工福利品、MRO 商品的规格、品类众多，传统小型供应商的地域辐射能力较为有限。在以前，大型企业、政府单位的分支机构均需在本地区自行开展多品类商品的寻源、询价、采购，耗时费力且不经济。此外，政府、央企单位采购合规性要求严格，流程复杂，各个分支机构的每次采购均需审批，整体采购效率不高。
- 一站式采购模式下，将由 B2B 直销供应商负责统筹上游供应链资源，建立统一的数字化采购通路，客户的所有分支机构均可通过统一渠道完成对几乎所有品类办公物资的采购活动，免去了在各地自行开展的寻源、询价、采购工作，从而提升客户的整体采购效率。此外，一站式采购模式下，将由客户的集团总部确定采购范围、遴选入围供应商、商定产品价格、搭建数字化平台，客户所有的分支机构均在单一的平台下达订单，平台自身已经成为大型政企客户集中管理采购活动的载体，由此省略了冗长的审批流程，使得采购效率进一步提升。再者，一站式采购模式下，将由客户的集团总部统一与供应商协商确定合同，客户的所有分支机构将执行统一的采购价格、合同条款、支付方式，有利于客户有效管控其采购成本。

特征 5：高效整合供应链是 B2B 直销企业的重要经营任务：

- 办公物资 B2B 直销行业具有“多交易主体、多使用主体、多决策主体”的属性。大型政企客户分支机构众多，散布于全国各省、市、区、县，客户需求丰富、多样，往往对供应商的交付效率、产品丰富度、服务便捷性有较高的要求。
- 因此，B2B 直销企业需要具有向极为分散的客户交付多品类订单、满

足客户属地化服务需求的能力，同时还要尽量降低自身采购成本以获得更强的市场竞争力，考验着从业者的供应链整合能力。目前，行业内企业均趋向于采取自主备货交付与合作商直送交付相结合的方式推进供应链整合，从而搭建起高效的全国性供应链网络。

报告期内，公司的客户群体主要由央企、大型金融机构或政府部门、事业单位组成。央企方面，公司连续中标国家电网、南方电网、中航工业等近 30 家央企的一体化办公物资采购项目，向接近三分之一的央企提供办公物资一站式采购服务；政府机构及事业单位方面，欧菲斯与国家税务总局、多个省政府等建立了较为稳定的合作关系，业务覆盖江苏、广东、重庆、辽宁、吉林等 20 余个省、直辖市的政采项目；此外，欧菲斯还是 20 多家银行、保险金融机构以及多家上市公司、知名企业的办公物资供应商。

报告期内，欧菲斯已建立起以子公司为基干、合作商为主体的全国性供应链网络。截至 2022 年末，欧菲斯已在重庆、四川、广东、北京、上海等 11 个省、市建立子公司并设有省级仓库，用于满足主要地域的采购需求；合作商则通过与欧菲斯建立采销关系，成为深入末梢、覆盖广泛的属地化直送终端。

自成立以来，公司的主营业务持续聚焦于大型政企客户办公物资 B2B 直销业务，没有发生过改变。报告期各年，公司分别实现营业收入 64.43 亿元、76.83 亿元、81.64 亿元，实现净利润 1.49 亿元、1.49 亿元、1.54 亿元，经营稳中向好。未来，欧菲斯将继续专注于为客户提供覆盖全面、服务高效的企业采购一体化服务，最终将自身打造为全国领先的数字化采购服务供应商。

（二）公司所经营的主要商品

公司所经营的商品是办公物资，其中涵盖 MRO 商品及员工福利品。办公物资，是指组织为保障其各级部门及工作人员履行工作职责、提高工作效率、提升员工福利而配备的设备、家具、文具、耗材等与办公相关的各类物资的总称。

总体来看，在以大型政企客户为主的 B2B 直销市场中，办公物资的具体内涵、公司所经营的主要商品如下：



（三）发行人主营业务收入构成

按不同的销售模式区分，公司主营业务收入的构成如下表所示：

单位：万元、%

业务模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
B2B 直销模式	673,828.85	82.57	641,651.92	83.57	564,096.45	87.56
批发模式	138,939.33	17.03	123,207.90	16.05	78,018.99	12.11
零售及其他	3,302.38	0.40	2,952.33	0.38	2,112.50	0.33
合计	816,070.57	100.00	767,812.14	100.00	644,227.94	100.00

（四）公司主营业务的经营模式和业务流程

1、盈利模式

公司业绩的主要来源是 B2B 直销业务。该业务模式中，欧菲斯一般需要参

与客户招投标、竞争性谈判、公开比选等，通过公平竞争成为客户的办公物资集中采购供应商。建立业务关系后，客户及其分支机构通过数字化平台向欧菲斯下达订单。欧菲斯根据当期或往年的订单状况，通过备货采购、合作商直送等方式组织采购，按订单向客户交付对应的商品。欧菲斯盈利的直接来源是商品购销价差。

2、销售模式

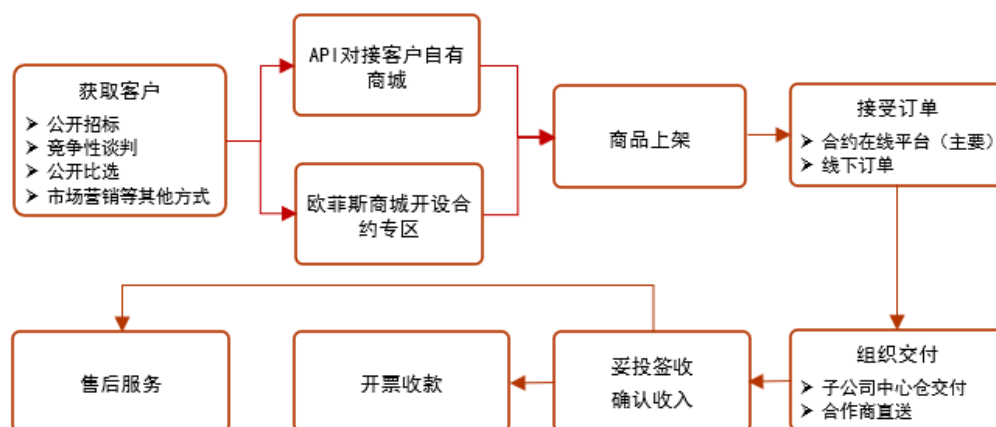
作为数字化、一站式办公物资供应商，欧菲斯面临着供应链上下游企业的多方面市场需求，既有来自于最终用户的市场需求，也有来自批发商的实际需要，市场发展促使着欧菲斯的销售模式趋于多样化。

目前，欧菲斯的销售模式可分为三类：

- **B2B 直销模式**，客户主要是大型政企单位，为办公物资的最终使用者，是公司最主要的销售模式。2020 年、2021 年、2022 年，直销模式销售占比分别为 87.56%、83.57%、82.57%。
- **批发模式**，客户主要为下游办公物资批发单位。2020 年、2021 年、2022 年，批发模式销售占比分别为 12.11%、16.05%、17.03%。
- **零售模式**，该种模式的下游客户为各类店面销售中的零散客户，各年销售占比均在 0.50%以下，占比很低，且不是公司的主要发展方向。

（1）B2B 直销模式

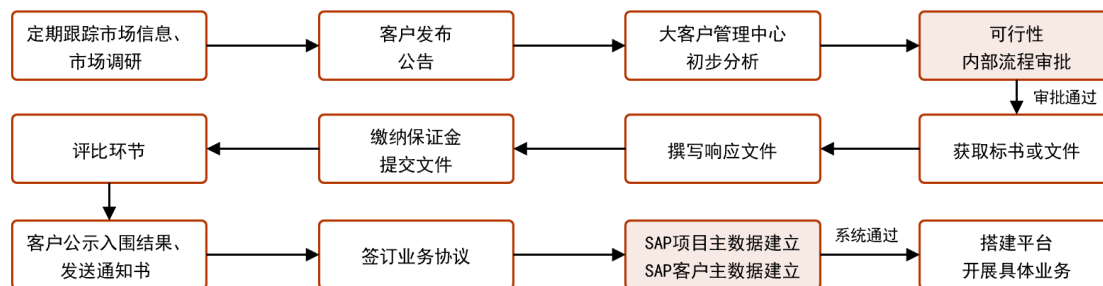
B2B 直销，是指直接向终端用户销售办公物资的业务模式，是欧菲斯最主要的经营业绩来源，直销模式的整体业务流程如下：



①获取客户

B2B 直销模式下，欧菲斯的客户主要为央企、政府、大型金融机构等，该类客户引入供应商的最主要方式是进行公开招标或竞争性谈判，机制较为成熟。

公开招标、竞争性谈判中，政企客户首先在指定平台发布公告，符合条件的供应商进行响应，而后根据对交付能力、产品质量、公司声誉、资质、报价等方面的综合评价确定入围供应商，主要流程如下：



上述方式下，符合条件的供应商均可参与响应，并在统一标准下评比，全流程公开、透明，具有充分的竞争性、公平性。大型政企客户每次遴选的合作周期一般为一到三年，合作周期结束后需重新进行遴选。

除全国性大客户之外，直销业务还涵盖部分省级客户以及其他公司客户，此类客户一般不采取公开招标或竞争性谈判的方式选取入围供应商。此外，部分政府、央企客户下属分支机构也可根据实际需求，在符合内部采购管理制度的前提下，自主选择采取询价、邀请招标等方式采购办公物资。

②平台搭建、商品上架、接受订单

欧菲斯入围后，根据客户数字化采购平台的搭建情况，选择 API 对接或开设合约专区的方式与客户实现订单对接。API 对接方式下，客户一般拥有自建或外购的数字化采购平台，欧菲斯与此等平台进行 API 接口对接，客户在其独立平台完成下单，相关订单经由 API 接口传入 OMS 系统。开设合约专区方式下，客户一般暂未建立数字化采购平台，此时将由欧菲斯在合约在线平台中，按照与客户线下订立的合同所约定之商品范围、登陆规则，为客户开设相互独立的合约专区，客户在各自的合约专区完成下单，相关订单自动传入欧菲斯 OMS 系统。

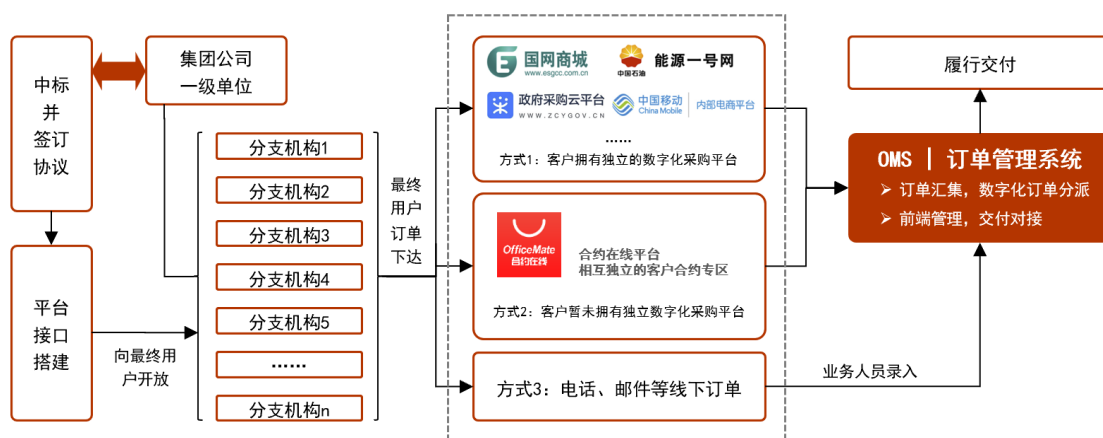
欧菲斯上架商品的品类范围一般由合同约定或参与评选时即已确定，具体

商品的品牌、规格则一般由欧菲斯根据自身产品品牌授权情况、供应链网络的货源渠道、历史上同类客户的购买习惯等情况进行遴选，在合作期间也可能根据项目具体运营情况进行动态调整。

客户具体下达订单的过程藉由数字化平台完成。在数字化、一站式物资采购方式下，客户的集团公司、一级单位一般负责供应商遴选与平台搭建，向供应商下达订单的终端用户为其各级分支机构。以国家税务总局为例，欧菲斯中标其集采项目后，需面临其遍布全国各省、市、区、县的几千家分支机构下达的订单，每日订单量不下万余。

除此之外，对于子公司本地化业务，欧菲斯也能够以电话、邮件、微信、纸质等方式接受客户订单。

总体来看，B2B 直销模式下平台搭建、商品上架、接受订单的主要流程如下：



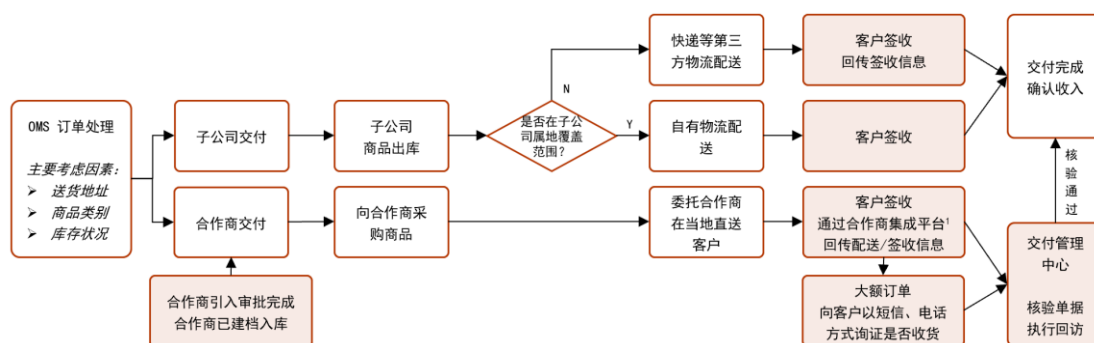
③组织交付

公司的供应链网络覆盖全国，由核心子公司和全国 4,000 多家合作商构成，有能力向全国性大客户履行商品交付职能。

子公司方面，截至 2022 年末，欧菲斯已在重庆、四川、广东、北京、上海等 11 个省、市建立子公司并设有省级仓库。

合作商本身为遍布各地省、市、区、县的办公物资经营单位，通过与欧菲斯建立物资供应关系，成为深入一线、覆盖广泛的属地化交付终端。欧菲斯接受客户下达的订单后，根据客户最终使用单位的地域、货物种类、数量等信息，向恰当的合作商采购商品，并委托其在当地直送终端客户。

由于大型政企客户下属分支机构众多、地域分布广阔，且涉及多项关键业务单据的流转，为提升供应链管理能力和实现对业务的有效控制，欧菲斯自主开发了适应自身业务特点的 WMS 仓储管理系统、TMS 物流管理系统以及合作商集成平台，以确保订单交付、关键业务单据传递的时效性、稳定性，交付环节的主要流程如下：

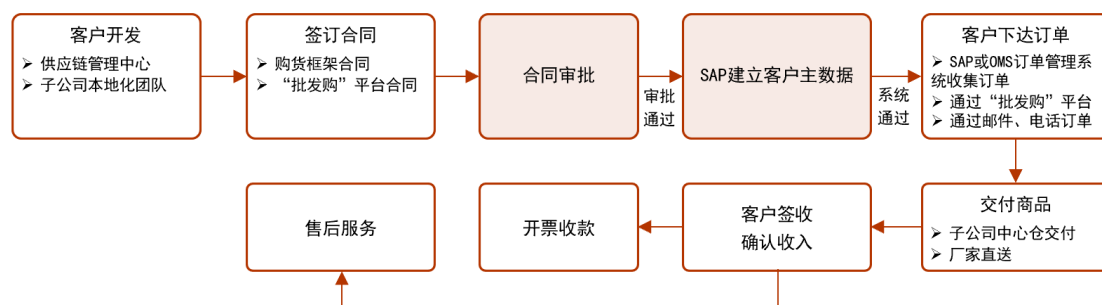


注 1：上图中所指“合作商集成平台”为欧菲斯根据其业务特征，自主开发的集中管理对合作商采购的对接平台，具体情况请见本节“一、（四）、3、采购与商品交付模式”。

（2）批发模式

批发模式，是指将办公物资销售给下游各类商家，商家采购的目的是进一步对外销售。欧菲斯批发模式销售全部为买断式，下游客户向欧菲斯采购商品主要是基于欧菲斯的品牌授权情况及自身的业务需求，欧菲斯无权管理下游批发商的库存与经营，也不对批发商的销售情况进行考核。报告期各年，欧菲斯通过批发模式实现的销售收入占主营业务收入的比重分别为 12.11%、16.05%、17.03%。

批发业务的客户主要是各类 OA 办公设备、办公耗材的本地经营单位、文具店、打印店等，除第一大客户京东外，经营规模通常不大。批发模式的整体业务流程如下：



（3）零售模式

零售模式下，欧菲斯通过门店、互联网店铺等渠道，向零散客户销售办公物资。报告期内，零售模式各年占比均不超过 0.50%，单张订单采购规模亦很小，不是欧菲斯的主要销售模式。

3、采购与商品交付模式

欧菲斯所服务的客户主要为分支机构遍布全国的大型央企、金融机构、政府单位，该类客户的分支机构是真正的最终用户，而为向最终用户提供高效、优质的交付服务，建设具有标准化、属地化服务能力的供应链网络是办公物资直销领域的重要经营任务。

欧菲斯供应链网络主要由核心区域的省级子公司和供应链上游的 4,000 余家合作商构成，对应两种采购与商品交付模式：

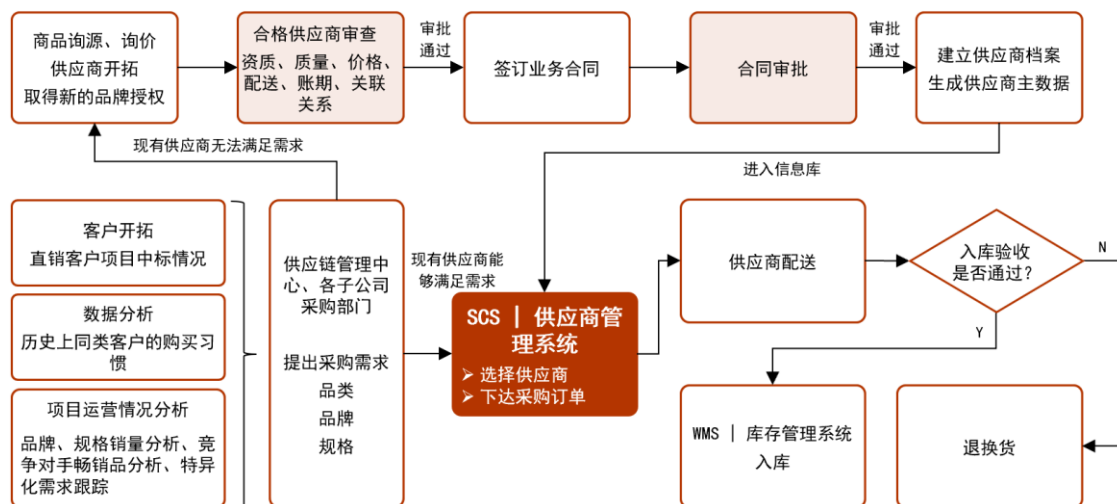
- **备货采购——自主交付方式：**母公司或各省子公司先行备货，而后根据订单出库并向客户交付商品的模式。该种模式下，欧菲斯需通过集中采购，在各省中心仓日常备货，接到订单后，以自有物流或第三方物流向最终用户交付商品。此种交付方式下，对应的采购模式为备货采购模式。此外，为提升实际物流效率，公司还可委托供应商向下游客户直送商品，由于此类交付方式在采购内部控制、定价等方面与需要实际入库的采购没有差异，亦属于“备货采购——自主交付方式”。
- **合作商采购——合作商直送方式：**根据具体订单，欧菲斯首先向属地化合作商采购相应商品，而后委托合作商将商品直接送达当地终端客户的交付方式。在该种模式下，欧菲斯接到订单后，充分考虑订单属地、交付效率、货源渠道等因素，先向供应链网络中恰当的合作商采购商品，再由合作商向当地最终用户直接交付商品，合作商与终端用户通常处于同一地域。

（1）自主交付方式

自主交付方式下，欧菲斯一般需进行日常备货，商品采购活动由供应链管理中心与各子公司采购部门负责。为实现对集中采购的高效管理，公司自主开发了 SCS 供应商管理系统，建立合格供应商引入机制与供应商信息库。

集中采购采取“以销定采”为原则，各采购部门根据当期项目中标情况、

自身品牌授权的现状、历史上客户的购买习惯、项目运营情况为依据提出采购需求，据此实施采购。当现有供应商无法满足需求时，将启动引入新供应商的相关程序。备货采购的流程如下：



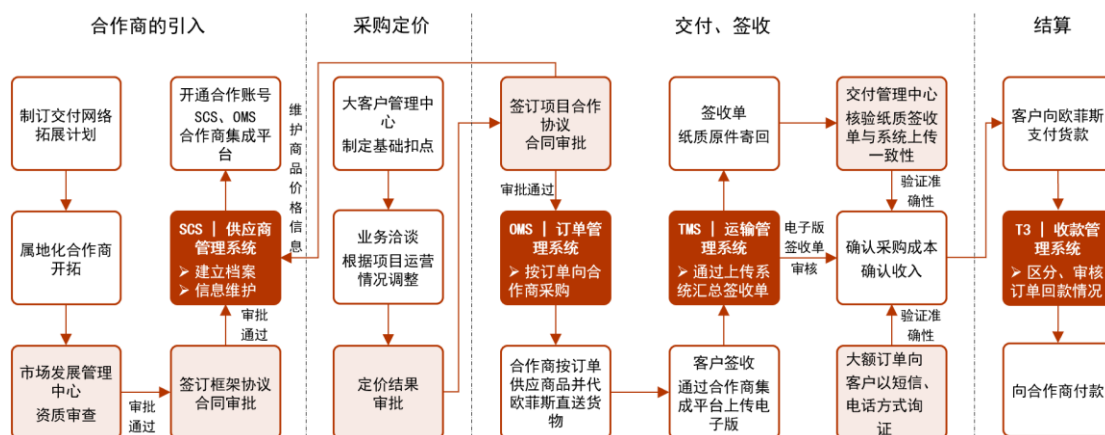
为提升实际物流效率，欧菲斯也可委托上游工厂直接配送到下游客户，以提高配送效率。该种情形除了商品实物未经入库之外，在采购定价等其他方面与备货采购没有差别。欧菲斯与备货采购供应商的采购定价原则为遵循一般市场价格。

（2）合作商直送方式

合作商通常为在一定区域内具有较强实力的办公物资经营单位，实质上为公司的供应商，公司首先根据客户订单自合作商采购商品，同时委托合作商将商品直送当地终端客户。

合作商是目前欧菲斯供应链网络的重要组成部分。欧菲斯一旦入围，将接受大型政企客户遍布各地的分支机构所下达的订单，其业务遍布全国、深入区县，完全以自主方式在如此众多的地区建立仓储、配送、服务网络，对于行业内绝大多数独立的经营实体来讲，不具有经济性。因此，整合供应链资源与属地化服务力量，不仅是提升交付效率、改善用户体验最为现实的选择，也是快速实现供应链网络扩张、灵活配置市场资源的有效途径，更是办公物资 B2B 直销行业较为通行的做法。

合作商直送方式的总体业务流程如下：



①合作商的引入

欧菲斯根据具体项目运营情况、商品品牌与规格的属地化需求、目前供应链网络的现状制定相应的合作商拓展计划，所考虑的主要因素包括：

- 目前的供应链网络能否覆盖现有客户的业务区域；
- 新客户、新项目是否对供应链网络提出了覆盖地域、商品内容、属地化服务能力等方面的新要求；
- 项目运营过程中现有合作商的交付与属地化服务能力是否能够达到要求，是否出现了客户投诉等情况；
- 现有合作商的资金实力、备货能力、属地化服务能力是否发生了重大变化；
- MRO、员工福利品等新领域的特定品牌、规格的商品能否由现有供应链网络覆盖。

合作商引入的资质审查过程由市场发展管理中心负责。审批通过后，双方签订《商品采购协议》《阳光采购协议书》，合作商纳入 SCS 供应商管理系统管理，欧菲斯为其开通 SCS、OMS、合作商集成平台账号，分别用于维护商品及采购价格信息、接受采购需求、进行数据与单据交互。

具体项目合作时，欧菲斯一般还需要与合作商根据项目具体情况签订《补充协议》，对本项目项下的商品采购价格进行具体约定。

②合作商的采购定价

欧菲斯与合作商之间的采购定价以扣点的方式实现。扣点，是指充分考虑

合作商仓储成本、物流成本、人力成本等因素后，通过双方平等协商制订的对合作商采购商品的综合价格，具体体现为欧菲斯在单个订单中实现的毛利与订单金额之间的比例，举例说明：欧菲斯与客户的交易价格由公司在招投标或竞争性谈判过程中确定，是市场价格，假设订单金额为 100 元，欧菲斯与合作商之间约定的扣点为 5%，则欧菲斯向合作商采购一揽子商品的价格为 95 元。

采用扣点的方式进行采购定价，是办公物资 B2B 直销行业的通行做法。在合作商直送方式下，由于欧菲斯不直接备货、不直接负责配送，由属地化备货、配送带来的资金成本、管理成本、仓储成本、运费成本、人力成本，均由合作商实际承担，上述活动皆为合作商作为独立经营实体在本地开展业务的自主行为，合作商本质上为欧菲斯的供应商。

办公物资 B2B 直销行业虽总体规模较大，但下游订单呈现小额、分散态势，且整体品类、品牌、规则庞杂，单次购买数量通常较小，若逐单、逐品类定价，将严重影响供应链运行与客户采购效率。

并且，合作商通常为当地办公物资经营终端，已处于整个行业供应链的下游，若不与欧菲斯合作，也多是以市场价格对外销售商品方可获取合理利润。由于欧菲斯在全国范围内入围大客户，其终端用户在当地的采购量大、需求稳定，合作商为拓展自身业务，也倾向于与欧菲斯这类主营 B2B 办公物资直销业务的供应商合作，付出一定扣点，扩大自身业务。欧菲斯与合作商采取上述定价模式，具有商业合理性，且符合办公物资 B2B 直销行业的通行定价方式。

4、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

欧菲斯目前的经营模式，是公司在长期的市场竞争中逐步适应客户需求的发展结果，欧菲斯采取上述模式的原因和关键影响因素主要包括国家行业政策的引导、B2B 直销下游客户需求的分散性、公司自身的战略规划以及公司在信息系统、供应链网络建设上所取得的比较优势。

欧菲斯目前所采取的上述经营模式，符合下游需求情况及行业发展趋势，亦为业务发展的现实需要与行业的通行做法，坚持并继续发展上述经营模式，是公司的长远战略规划。报告期内，欧菲斯的经营模式以及影响经营模式的关键因素

键因素未发生重大变化。

（五）公司主营业务的演变情况

欧菲斯的业务发展与行业的演进历程密切相关。自成立以来，欧菲斯的壮大共历经三个阶段：

- 2014 年至 2016 年间，公共采购政策日臻成熟、完善，政企数字化、一站式采购蓬勃发展。欧菲斯顺应政策导向，进入 B2B 直销供应领域，取得了先发优势、建立了基本的行业地位。
- 2017 年至 2019 年间，互联网技术与产业加速融合，大型政企客户数字化采购改革持续深入，数字化、一站式采购的降本增效得以显现，客户对供应商的遴选标准愈加严格。欧菲斯在这一时期完成了销售规模的快速扩张，并适应新的技术融合趋势与业务发展需求，完成了面向行业特点的信息系统基础设施升级，并加速建设面向全国的交付供应链体系。
- 2020 年至今，企业数字化采购外延向 MRO、员工福利等领域扩展，逐步由办公物资采购向企业物资采购推进，行业进入产业互联网新时期，对供应链的整体效率提出更高要求。2020 年伊始，欧菲斯提出“办公物资、MRO、员工福利协同发展”战略，以“三轮驱动”为抓手，巩固并扩张目标客户，拓宽自身供应链覆盖面，致力于推动物流、仓储等供应链资源的数字化整合。

行业演进与欧菲斯的主营业务发展历程



（六）公司具有代表性的业务指标

公司具有代表性的业务指标包括主营业务收入、毛利额、毛利率，具体情况请参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”。

（七）公司业务符合产业政策和国家经济发展战略

自 2015 年至今，国务院和国资委、财政部、工信部等部委持续出台产业政策，推动政企数字化采购改革落地、扩展及持续深入。国务院发布的《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》指出，推动现代化电子商务和供应链服务企业发展，鼓励传统商贸流通企业向数字化采购供应商、供应链服务企业发展。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提出，要充分发挥国内市场拥有海量数据和丰富应用场景的优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级。《数字中国建设整体布局规划》强调，培育壮大数字经济核心产业，推动数字技术和实体经济深度融合，在各个实业重点领域，加快数字技术创新应用。

“十四五”以来，我国经济加速进入升级转型期，基于数字化转型演进而

来的产业互联网浪潮，正在成为启发创新、促进供给侧改革的经济新引擎，以钢铁、化工、物流等领域为代表，产业互联网的兴起为实现各行各业整体生产、流通效率的提升注入了强大动力。当前，连接产业供应链上下游的数字化商品流通网络已得到长足发展，业已成为国家促进传统产业升级、打造数字创新生态、实现经济数字化转型的新型产业模式。

办公物资 B2B 直销，是互联网技术在特定消费品流通领域取得良好应用的一个典型，是传统产业数字化转型的成功案例。通过数字化、一站式的 B2B 直销采购服务，下游大型政企客户从降本增效中受益，上游零散、分布广、多样化的供应商得以更为高效的对接客户需求，行业内企业则通过构建产业供应链全新的运作模式，顺应了技术、政策、国家战略的发展趋势。

（八）公司业务发展过程、模式成熟度、经营稳定性

1、公司业务发展过程

公司的业务发展过程请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、（五）公司主营业务的演变情况”。

2、公司业务模式成熟

报告期内，公司的主要业务模式为 B2B 直销与批发，现有业务模式已运行多年，业务模式成熟稳定，且为本行业通行的商业模式。

自公司成立以来，其业务模式始终未发生重大变化，公司已形成运行稳定、运转高效、切合实际的业务模式，与办公物资 B2B 直销同行业可比公司所采用的业务模式不存在重大差异，业务模式成熟。

有关公司盈利模式、销售模式、采购模式的具体情况，请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、（四）公司主营业务的经营模式和业务流程”。

3、公司经营业绩稳定

2020 年、2021 年、2022 年，发行人分别实现营业收入 644,340.95 万元、768,336.09 万元、816,386.78 万元，2021 年、2022 年较之上年度分别增长 19.24%、6.25%，B2B 直销业务的持续壮大是推动收入增长的主要原因。

随着营业收入规模的增长，营业成本、营业毛利呈现同步增长的态势。2020 年、2021 年、2022 年，发行人实现营业毛利 55,714.91 万元、60,833.89 万元、65,416.64 万元，2021 年、2022 年较之上年度分别增长 9.19%、7.53%。报告期各年，发行人综合毛利率分别为 8.65%、7.92%、8.01%，总体稳定。

2020 年、2021 年、2022 年，发行人分别实现净利润 14,900.90 万元、14,869.64 万元、15,411.35 万元，报告期各年，欧菲斯净利润水平持续保持稳定趋势。

二、公司所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业

公司的主营业务是以 B2B 直销为主的办公物资销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“批发和零售业（F）”中的“F51 批发业”。

根据《数字经济及其核心产业统计分类（2021）》，公司主营业务属于“0506 数字商贸”领域的“050601 数字化批发”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门和监管体制

办公物资批发属商品流通行业，其所涵盖的商品种类繁多、业务模式多样，尚无统一的主管部门。整体上，办公物资批发行业主要受到国家发改委、商务部、国家市场监督管理总局的管理。

国家发改委主要负责组织拟订产业政策、推动实施行业战略规划和重大政策，综合研判行业变动趋势，拟订并实施促进行业发展的综合性政策措施。同时，公司下游客户的主营业务涵盖电力、金融、能源、通信、交通运输等各个国民经济支柱产业，国家发改委的相关产业政策均将不同程度影响公司下游客户的发展规划，从而间接的对本行业产生影响。

商务部主要负责推进流通产业结构调整，指导流通企业、商贸服务业发展，推动电子商务等现代流通方式的发展。

国家市场监督管理总局负责市场综合监督管理，起草市场监督管理有关法律法规草案，制定有关规章、政策、标准；监督管理市场秩序，依法监督管理市场交易行为；产品质量安全监督管理，管理产品质量安全风险监控、国家监督抽查工作；食品安全监督管理，建立覆盖食品生产、流通、消费全过程的监督抽查制度和隐患排查治理机制并组织实施。

中国物流与采购联合会是本行业的主要自律管理组织，其是由国务院批准设立、受国资委业务指导的全国性行业组织。联合会的主要任务是推动政府与企业采购事业的发展，推动生产资料流通领域的改革与发展。

2、行业主要法律法规、行业政策

（1）法律法规

序号	法律法规	实施时间	相关内容
1	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013年修正）	2014.3	经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。
2	《中华人民共和国产品质量法》（2018年修正）	2018.12	产品生产者、销售者应当建立健全内部产品质量管理制度，严格实施岗位质量规范、质量责任以及相应的考核办法，承担产品质量责任。国家参照国际先进的产品标准和技术要求，推行产品质量认证制度。
3	《中华人民共和国反不正当竞争法》（2019年修正）	2019.4	经营者不得实施混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。经营者不得采用财物或者其他手段贿赂相关人员，以谋取交易机会或者竞争优势。经营者不得作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。
4	《中华人民共和国政府采购法》（2014年修正）	2014.8	该法对政府采购的范围、采购主体、采购方式、采购程序、采购合同等方面分别作出规定。采购模式方面，政府采购实行集中采购和分散采购相结合。集中采购的范围由省级以上人民政府公布的集中采购目录确定。采购方式上，政府采购采用公开招标、邀请招标、竞争性谈判、单一来源采购、询价等，其中招标应作为政府采购的主要采购方式。
5	《中华人民共和国政府采购法实施条例》	2015.3	国家实行统一的政府采购电子交易平台建设标准，推动利用信息网络进行电子化政府采购活动。
6	《中华人民共和国招标投标法》（2017年修正）	2017.12	为规范招标投标活动，保护国家利益、社会公共利益和招标投标活动当事人的合法权益，对项目招投标、开标、评标、中标等过程进行规范。
7	《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（2017年修订）	2017.7	按照政府采购货物、服务操作流程，对招标、投标、开标评标、中标和合同以及法律责任作了规定，重点从加强采购需求、履约验收管理，加强评审行为监督，提高政府采购透明度，强化各方当事人的法律责任等方面提出了针对性的措施。
8	《中华人民共和国电子商务法》	2019.1	国家鼓励发展电子商务新业态，创新商业模式，促进电子商务技术研发和推广应用。

（2）行业政策

自2014年《政府采购法》颁布以来，“数字化、一站式”办公物资采购新模式持续受到政策鼓励而得以快速发展，具体情况如下：

政策类别	行业政策	出台部门	时间	相关内容
促进传统产业数字化	《数字中国建设整体布局规划》	中共中央、国务院	2023.2	培育壮大数字经济核心产业，研究制定推动数字产业高质量发展的措施。推动数字技术和实体经济深度融合，在农业、工业、金融、教育、医疗、交通、能源等重点领域，加快数字技术创新应用。

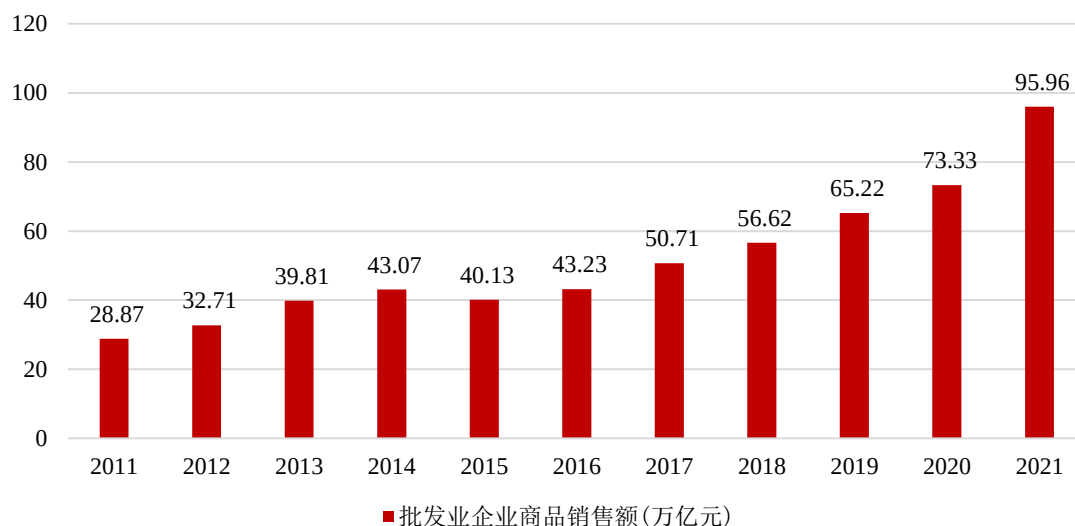
转型的 顶层规划	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	十三届全国人大	2021.3	充分发挥国内市场拥有海量数据和丰富应用场景的优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级。
	《“十四五”数字经济发展规划》	国务院	2021.12	立足不同产业特点和差异化需求，推动传统产业全方位、全链条数字化转型，提高全要素生产率，提升销售、物流等各环节数字化水平。
	《“十四五”电子商务发展规划》	商务部、中央网信办、发改委	2021.10	推动供应链数字化转型，支持B2B电子商务平台加速金融、物流、仓储等供应链资源的数字化整合，培育产业互联网新模式新业态，鼓励工业电子商务平台向数字供应链综合服务平台转型，提供一站式服务，解决采购、配送、客户服务等业务痛点。
	《数字经济及其核心产业统计分类》（2021）	国家统计局	2021.5	科学界定了数字经济的定义及分类范围，B2B直销业务可分类为数字化要素提升业下的数字商贸行业。
推动政府采购及公共资源交易集中化、数字化、阳光化的行业政策	《关于做好政府采购信息公开工作的通知》	财政部	2015.7	文件要求政府采购要实现从采购预算到采购过程及采购结果的全过程信息公开，将政府采购活动置于阳光之下。
	《整合建立统一的公共资源交易平台工作方案》	国务院办公厅	2015.8	文件阐明了建立统一的公共资源交易平台的重要性，明确了交易平台的整合范围、整合目标，对整合平台层级、信息系统、场所资源、专家资源以及完善管理规则作出安排。
	《关于进一步做好政府采购信息公开工作有关事项的通知》	财政部	2017.5	该通知就切实提高政府采购透明度提出一系列推进措施，一是加强中国政府采购网地方分网建设，提升地方分网服务功能；二是要求地方严格执行政府采购信息发布制度，推进协议供货和定点采购等信息公开，实现完整全面发布政府采购信息；三是健全政府采购信息发布内控管理、严格信息发布和推送等机制。
	《国务院办公厅关于推进公共资源配置领域政府信息公开的意见》	国务院办公厅	2017.12	推进政府采购等公共资源配置决策、执行、管理、服务、结果公开，扩大公众监督，增强公开实效，努力实现公共资源配置全流程透明化，不断提高公共资源使用效益。
	《关于深化公共资源交易平台整合共享的指导意见》	国务院办公厅	2019.5	进一步深化公共资源交易领域改革，推动各类应该或可以通过市场化方式配置的公共资源交易进入交易平台；健全平台电子系统，实现交易平台纵向贯通、横向互联互通。
推动国有企业采购数字化改革的行业政策	《关于开展采购管理提升对标工作有关事项的通知》	国资委	2015.6	文件提出根据《采购管理专项提升对标指标》对各中央企业开展年度评估，引导各中央企业根据自身情况全面对标提升指标，找准差距，明确措施，持续提升采购管理水平。 《采购管理专项提升对标指标》对央企集中采购率、上网采购率、电子招标等方面均设置有相应考核标准。
	《国有企业采购操作规范》	中国物流与采购联合会组织编制	2019.6	该文件对国有企业采购中采购寻源方式、一般采购程序、不同采购方式的使用条件和程序、不同采购模式的使用规则等方面提供指导性建议，此外文件还将“互联网+”企业采购单列一节，建议企业可以自行开发或者通过购买服务的方式使用第三方开发运营的电子采购平台，并将其作为企业采购管理的载体。 文件附录B企业运营性采购办法选用指南部分：企业可依据物资的不同分类方式确定相应采购办法，企业管理需要采购的各类办公用品等物品采购可优先采用集中采购或框架协议模式。
	《国有企业采购管理规范》		2020.6	文件对国有企业采购组织管理、战略管理、采购活动实施管理、采购方式管理、采购信息管理、供应商管理等方面提出建议。 采购信息管理部分，文件建议企业可结合本企业情况，自建、联合建设或采用第三方专业机构的电子采购平台。企业宜建立采购实体内部，以及供应商、销售商、物流服务商等相关方之间的信息集成与互通机制，实现企业内外的数据接口统一化，能够实现数据在供应链上下游的自由传递，形成供应链全流程的数据闭环。
	《国有企业网上商城采购交易操作规范》		2021.9	规定了国有企业网上商城采购交易的交易场景、业务模式和操作流程。
推动各类企业数字化采购的行业政策	《企业数字化采购实施指南》	工业与信息化部	2019.12	文件以引导企业采购数字化转型、助力企业高质量发展为目标，分别从数字化采购实施方案策划、要素和资源支持、采购的组织结构和业务流程优化、技术实现路径、数据资源开发利用、数字化采购能力评测等七个方面对企业采购数字化转型提供指导。
	《中小企业数字化赋能专项行动方案》	工业与信息化部	2020.3	该方案以助推中小企业通过数字化网络化智能化赋能实现复工复产，增添发展后劲，提高发展质量为目标，主要任务之一是为中小企业开发使用便捷、成本低廉的包含采购、销售等各业务流程的数字化解决方案，推广集中采购、线上采购的应用。

关于鼓励数字化采购 供应商供应链 建设的行业政策	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	国务院	2015.5	文件要求电子商务发展要以积极推动和逐步规范为基本原则，致力于加速电子商务与其他行业深度融合，推动服务业转型升级。其中，文件提到要推动传统商贸流通企业发展电子商务，在各类专业市场建设网上市场，通过线上线下融合加速向网络化市场转型。进一步加大政府利用电子商务平台进行采购的力度。
	《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》	国务院办公厅	2017.10	通过营造良好政策环境、开展创新示范、加强服务体系建设、推进供应链标准体系建设、培养多层次人才等方式，保障形成一批供应链新技术新模式、供应链在促进降本增效及产业升级方面作用显著增强等目标的达成，以提高流通现代化水平为重点任务之一，尤其提到要引导传统流通企业向供应链服务企业转型。

（三）行业的发展情况

1、批发行业概况

批发行业是国民经济的重要组成部分，作为社会化生产、商品流通过程中的重要环节，承担了将各类商品由生产者分配到居民、企业及各政府机关等产品使用者的社会职能。根据国家统计局公布数据，2021 年全国限额以上批发业企业商品销售额达到 95.96 万亿元。



数据来源：国家统计局

对于企业、政府而言，除原材料、生产设备等生产性物资之外，各类办公物资等非生产性物资亦为其经营、运转过程中的必需品。根据国民经济数据汇总统计，2016 年至 2021 年，办公物资涉及的主要产品类别（包括文化、体育用品及器材批发商品，纺织、服装及日用品批发商品，计算机、软件及辅助设备批发商品，日用家电批发商品，其他批发商品中的相关部分）批发销售额合计约占整体批发商品销售额的 15%左右。

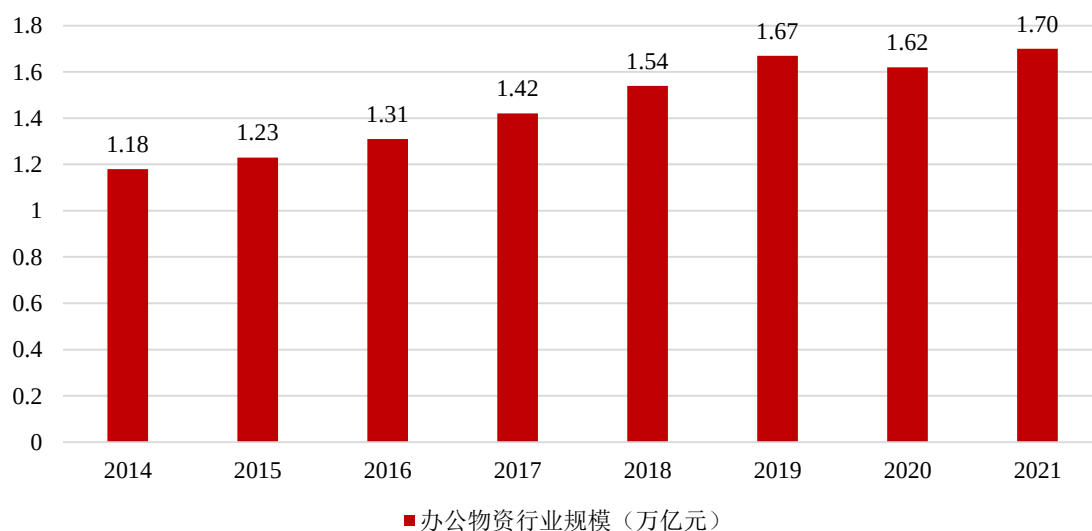
2、市场规模与行业概况

公司主营的细分行业是办公物资批发销售，主要经营模式为 B2B 直销。近年来，随着大型企业数字化采购改革的持续深化，一站式采购模式所覆盖的品目逐年拓宽，MRO、员工福利品现已成为办公物资集采的重要组成部分，齐心集团、晨光股份、发行人等行业内主要企业，均将 MRO、员工福利品作为未来的重要增长点培育。

整体来看，与发行人业务对标的办公物资行业，其市场规模主要由三方面构成：一是由传统的办公物资所形成的市场需求，包括办公设备、办公耗材、办公家具、办公生活用品等，此类产品市场规模目前约为 1.70 万亿元；二是 MRO 类产品形成的庞大市场需求，目前市场规模约为 2.31 万亿元；三是员工福利品形成的市场需求，其市场规模约 1 万亿元。具体情况如下：

（1）传统办公物资

办公物资是政府、企业、事业单位等各类组织日常运营的必需品，下游客户涉及各行各业，十分广泛。自上世纪八十年代起，中国经济持续高速发展，各行业经营规模持续扩大，带动办公物资市场规模逐年提升。根据产业信息网数据，2021 年，中国办公物资市场规模达到约 1.70 万亿元。



数据来源：产业信息网

目前，传统办公物资的内涵主要涉及办公设备及耗材、书写及桌面用品、家电设施及生活电器、办公家具、生活用品等类别，每一个类别的商品均有各自相对独立的市场与供求特点。随着“数字化、一站式”采购新模式的发展，

各类商品作为“办公物资”而进入 B2B 直销领域，将成为越来越重要的市场趋势。近年来，办公物资所涉主要商品类别的市场概况如下：

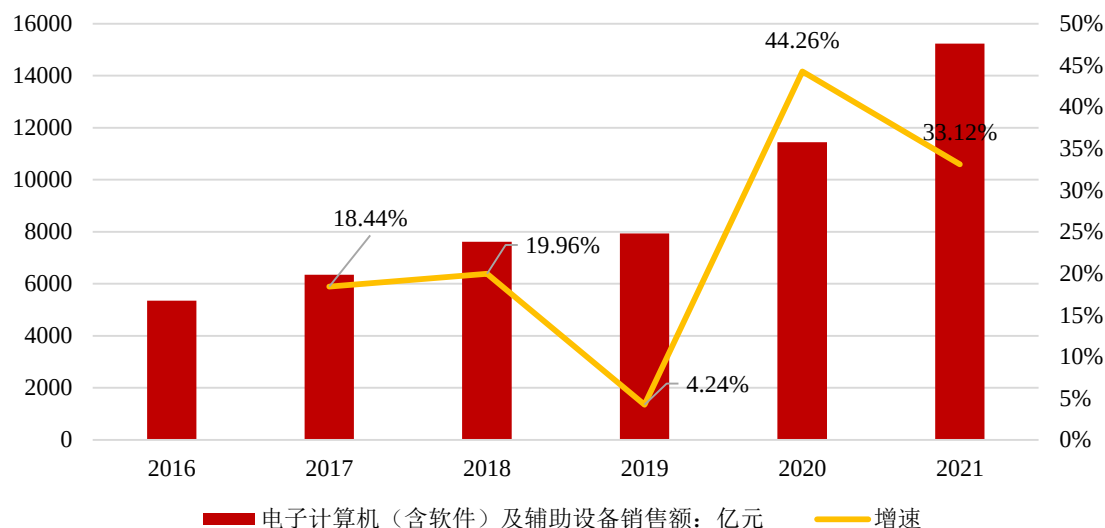
①电脑整机

当前，电子计算机已经成为至关重要的办公设备，形成了庞大的市场规模和稳定的市场竞争格局。电子计算机制造行业集中度较高，主要市场份额为联想、惠普、戴尔、苹果、宏碁等头部厂商占据，而中国是全球电子计算机的重要生产国，各大厂商均在中国拥有生产基地或代工厂商。2022 年，全国电脑出货数量达到 45,314.80 万台。



数据来源：国家统计局

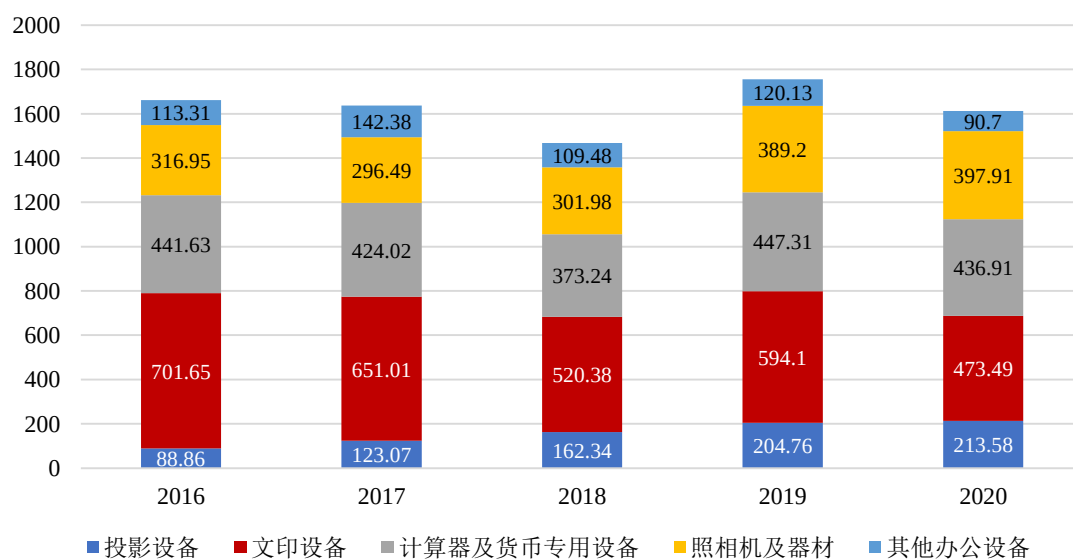
我国亦是电子计算机的重要消费国，在商用办公、工业制造控制、个人娱乐等各类应用场景中均有广阔市场，其中在商用办公领域更是不可或缺的基础设备。根据国家统计局数据，2016 年至 2021 年，中国计算机、软件及辅助设备批发商品销售额分别为 5,357.59 亿元、6,345.36 亿元、7,611.80 亿元、7,934.18 亿元、11,446.20 亿元、15,237.21 亿元，市场规模呈现明显增长态势。



数据来源：国家统计局

②文化办公设备及耗材

文化办公设备主要包括 OA 设备、投影设备、照相机及器材，设备耗材包括打印机硒鼓、油墨以及兼容芯片等。国内有较多厂商从事相关产品的制造，但以贴牌代工、组装为主，自主品牌主要面向低端市场，高端市场由惠普、佳能、富士施乐、索尼、爱普生等国外先进厂商所占据，国内发展良好并逐步进入高端市场的厂商包括联想、纳思达等。根据中国机械工业年鉴，2020 年，中国文化办公设备规模以上厂家达到 590 余家，文化办公设备制造行业营业收入达到 1,612.48 亿元。



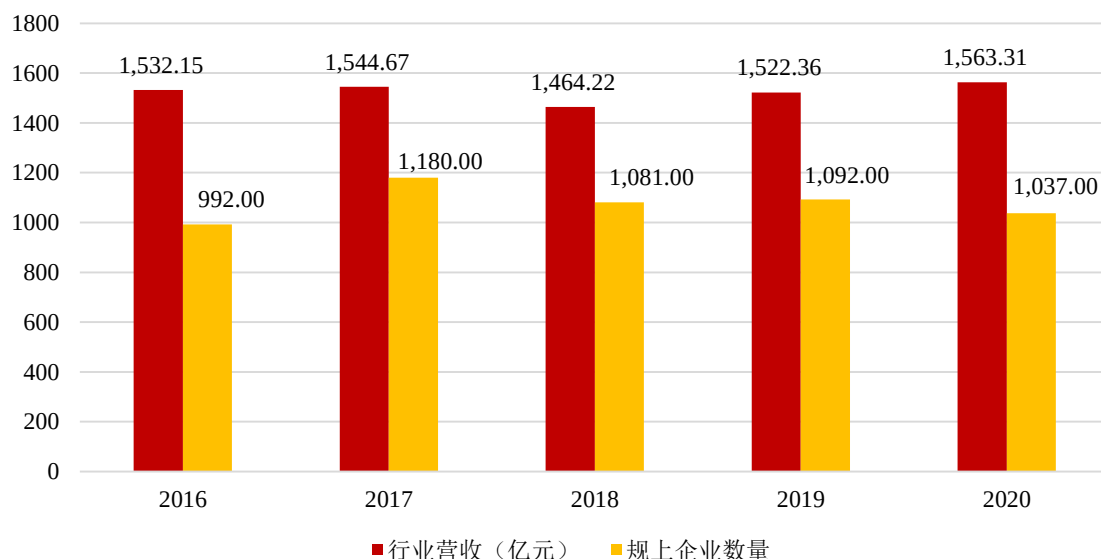
数据来源：中国机械工业年鉴

此外，消耗量较大的打印耗材也拥有较大的市场规模，根据华经产业研究院数据，2020 年中国打印耗材市场规模接近 100 亿元。

③书写及桌面办公用品

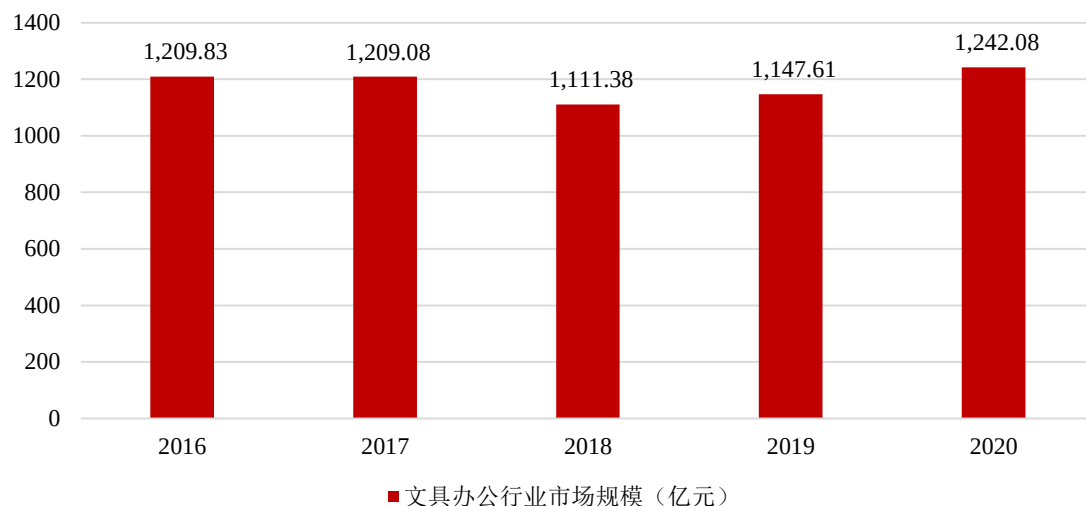
书写及桌面办公用品主要包括书写笔具、书写用纸、复印纸、收纳文具等各类用具，是各类企事业单位办公必需品。

中国是文具办公用品的重要生产国，根据中国文教体育用品协会统计数据，2020 年，文教办公用品制造行业规模以上企业数量达到 1,037 家，行业累计实现营业收入 1,563.31 亿元，各类文具办公用品制造厂商众多，但多数规模较小，行业集中度不高。



数据来源：中国文教体育用品协会

书写及桌面办公用品广泛运用于各行各业的办公场景，随着整体经济发展及规模以上企业数量的增加，就业人口将不断增加，更多的高端就业岗位取代体力劳动岗位，文具用品的市场需求有望保持稳定并重启增长。据中国文教体育用品协会及产业信息网统计，国内文具办公用品市场规模 2020 年达到 1,200 亿元以上。

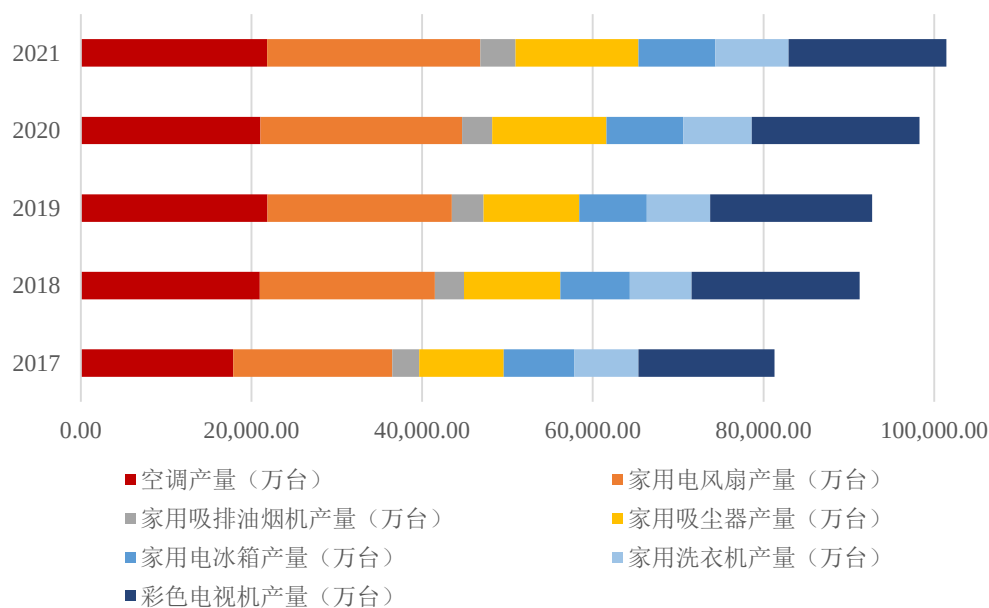


数据来源：中国文教体育用品协会

④家电设施及生活电器

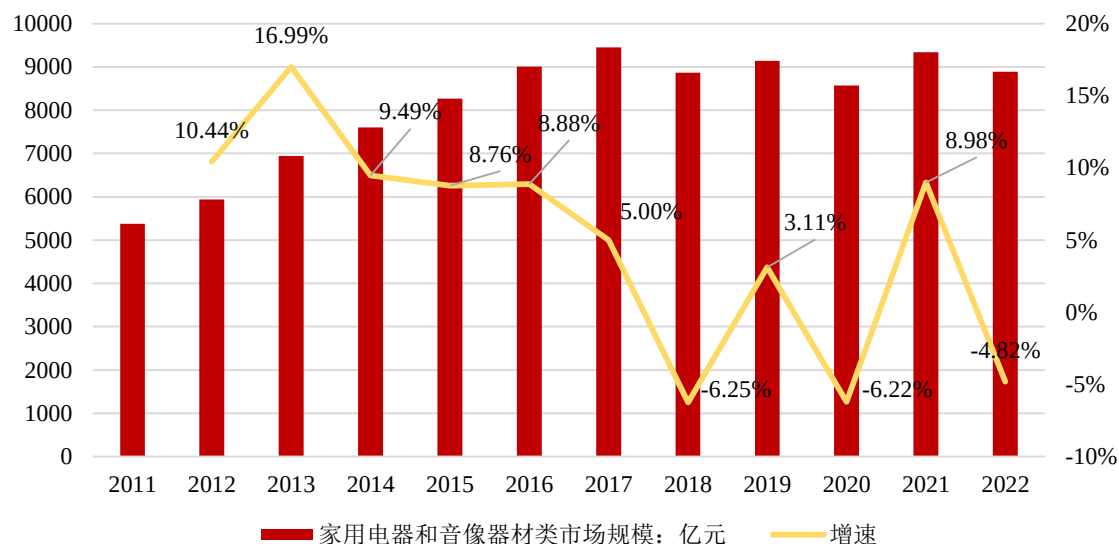
家用电器主要包括制冷电器、空调器、清洁电器、厨房电器、电视、卫浴电器等生活及办公场景中使用的各种电器。现阶段，家用电器的需求主要仍来自家庭用户，但作为办公需求而被政企客户采购的生活家电设施，也正在成为本市场的重要组成部分。例如，空调、电风扇等空调器已成为绝大多数办公场所必备的电器，多数大型企业还会在办公场所中配备电冰箱、微波炉等以提升办公环境舒适度。此外，许多企业、政府单位还设置了单位食堂及员工宿舍，存在对厨房电器、洗衣机、卫浴电器等家用电器的需求。

家电设施的整体市场规模庞大，全球白色家用电器（空调、洗衣机、冰箱、洗碗机、微波炉等）的主要生产厂商包括格力、美的、海尔、惠而浦、LG、三星、松下、西门子等，占据了全球市场份额的 50%以上。根据国家统计局数据，2017 年至 2021 年，我国主要家用电器合计产量逐年增长，2021 年超过 100,000 万台。



数据来源：国家统计局、wind

与家用电器主要生产国地位相对应，中国也拥有规模庞大的家用电器市场。2017 年及以前，我国家电内需市场规模保持了多年的持续增长，2017 年达到最高峰的 9,453.90 亿元。2018 年至 2020 年，受宏观增速减缓、国际局势变化等因素影响，家用电器市场出现了阶段性的收缩，但面对市场环境变化，我国家电市场仍然保持较强的韧性，市场规模稳定在 8,500.00 亿元以上。2021 年，在外部环境更加复杂、宏观形势变化的背景下，家电内需市场逆势触底反弹，整体市场规模达到 9,340.20 亿元，相比 2020 年增长 8.98%，超过同期国民经济增长水平。2022 年，家电内需市场有所下滑，但市场规模仍保持在 9,000.00 亿元左右。

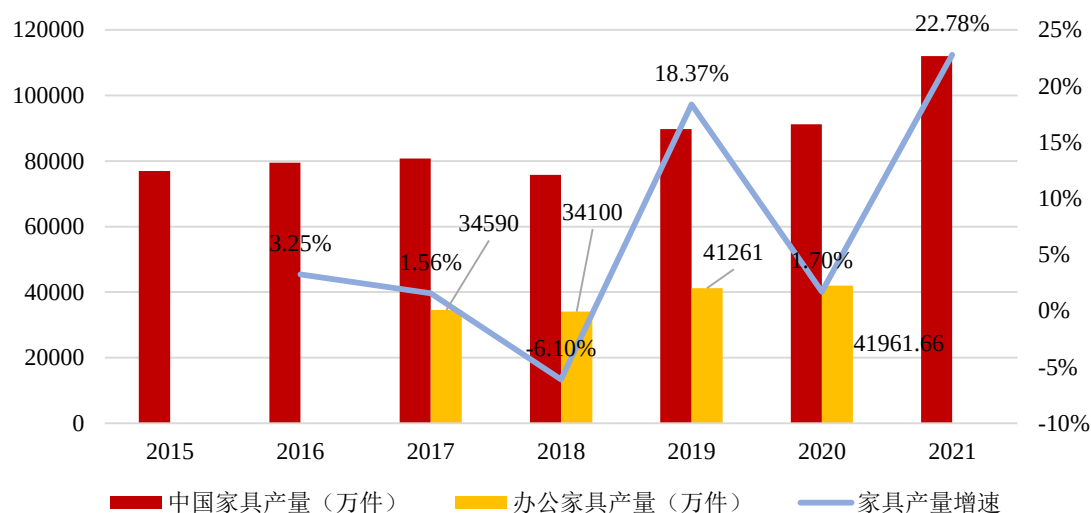


数据来源：国家统计局，wind，中国电子信息产业发展研究院

从家用电器市场整体来看，其下游的应用场景仍是以家庭、个人应用为主，办公场景下的家用电器销售规模在其整体市场中的占比不大。但是，随着国民经济的进一步发展及办公环境物质条件的持续提升，家用电器将越来越频繁的作为办公环境的刚需品出现，政企客户办公需求在家用电器行业整体市场需求中有望占据更加重要的地位。

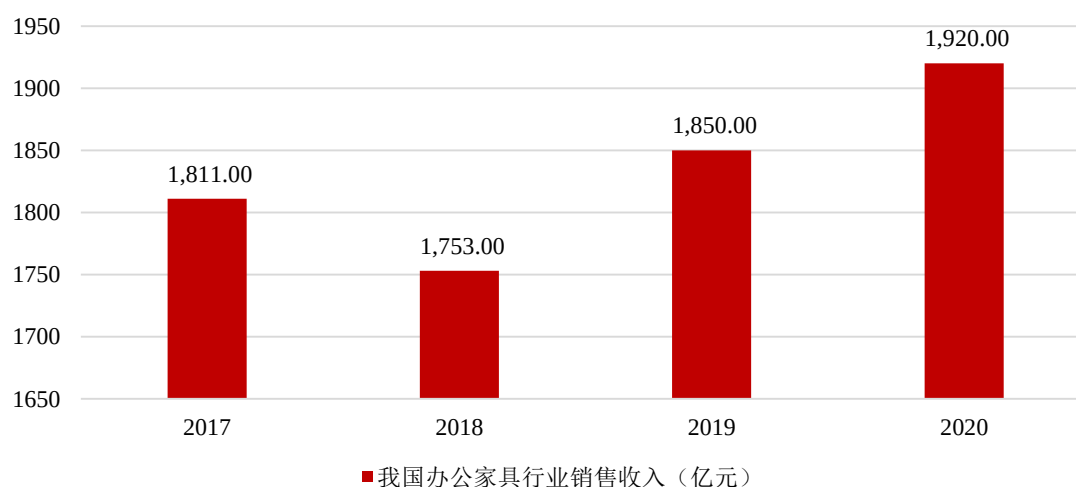
⑤办公家具

办公家具是家具行业的一个重要分支。截至 2021 年底，我国家具行业规模以上企业超过 6,000 家，行业参与者众多，竞争较为激烈。除 2018 年受外部经济环境影响导致家具产量下降之外，2015 年至 2021 年，中国家具行业产量均处于增长态势，2021 年家具产量达到 11.2 亿件，相比 2015 年增长 45.53%。作为家具行业的重要组成部分，2020 年办公家具的产量超过 40,000 万件，占家具产量的比例接近 50%。



数据来源：中国家具协会，前瞻产业研究院

近年来，我国经济转型、产业升级成果初显，经济结构和就业结构不断优化，新增大量的企业办公需求。此外，我国办公楼宇开发投资持续回暖，受此影响，办公家具市场也从 2018 年收缩后重新恢复增长。2019 年、2020 年，我国办公家具销售收入约为 1,850 亿元、1,920 亿元，市场规模有较快增加。

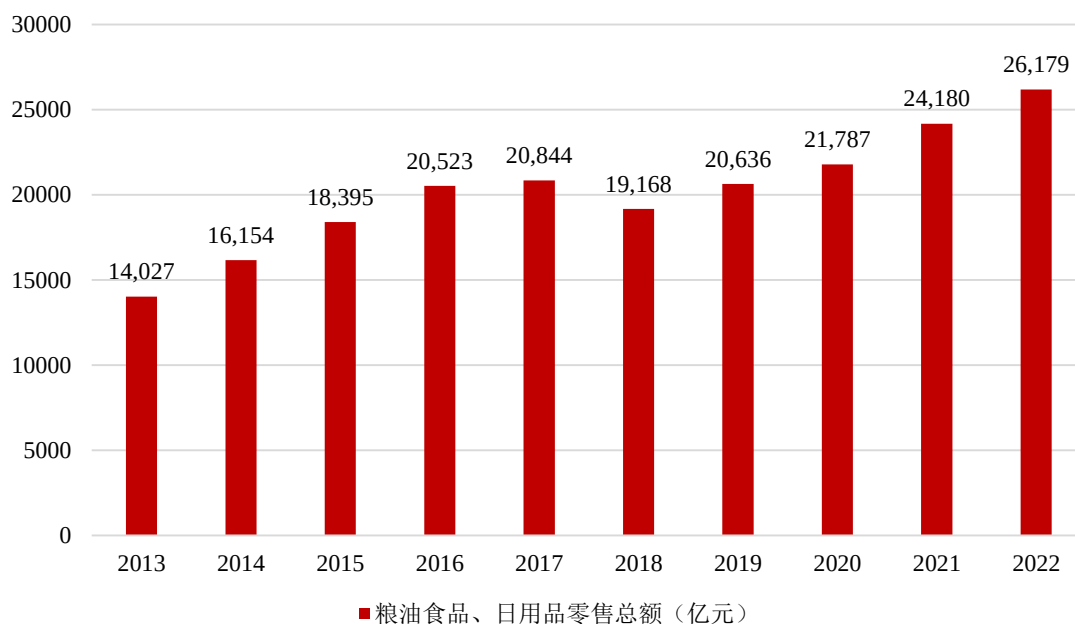


数据来源：中国家具协会，前瞻产业研究院

⑥生活用品

办公物资概念中的生活用品主要包括办公环境下需要使用的纸巾、洗手液、消毒剂等日用品，以及员工食堂采买或者作为员工福利发放的米、面、油等食品以及洗涤用品等。2022 年，全国粮油食品、日用品零售总额达到 2.6 万亿元，以企事业单位采购用作办公场景的部分占比 5%的保守估计，2022 年办公物资

口径内生活用品的市场容量约为 1,300 亿元。

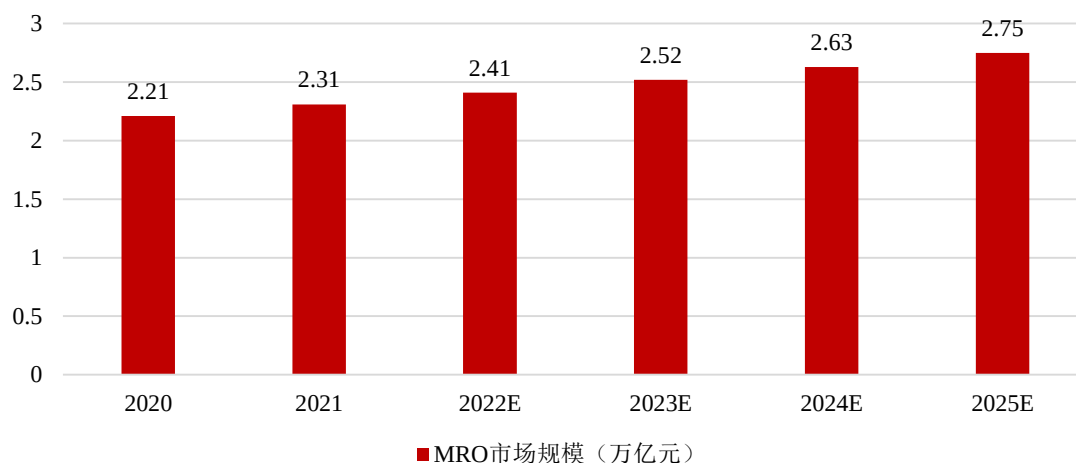


数据来源：国家统计局，wind

（2）MRO

MRO 是“Maintenance, Repair, Operations”的缩写，是指企业对其生产和工作设施、设备进行保养、维修，保证其运行所需要的非生产性原料、设备、工具、服务。

MRO 产品涉及能源、电力、交通等众多下游行业，几乎所有的工业企业均对 MRO 产品有需求，其中又以大型国央企为行业主要集中客户。随着此类客户数字化采购改革的陆续推进，MRO 品类已作为办公物资的重要组成进入部分大型企业的办公集采品目，未来市场增长潜力巨大。《中国企业数字化采购发展报告 2019》数据显示，2019 年我国工业增加值约 32 万亿，以 MRO 采购需求占产值的 4%到 7%计算，2019 年全国 MRO 市场规模约为 1.28 万亿元至 2.24 万亿元。根据前瞻产业研究院的进一步数据，2021 年，我国 MRO 市场规模达到 2.31 万亿元，预计到 2025 年将增长至 2.75 万亿元。



数据来源：前瞻产业研究院

与狭义的办公物资相比，MRO 这一名词所指代的商品内涵更为广泛、庞杂，既包括劳保安防用品，也包括测量具、五金工器具等手持工具，还包括各类电工器材、仪器仪表、照明设备等工业辅助器具。并且，MRO 技术指标复杂、品牌与规格型号更为多样，整体的产品专业性较强。

由于大型企业客户 MRO 采购具有与办公物资采购相同的痛点，面向 MRO 领域的数字化集采发展得以加速，市场中快速涌现出一批优秀的专营 MRO 一站式采购服务的企业，例如京东、震坤行、咸亨国际等。由于 MRO 与办公物资在大型客户集采领域的共通性，已在办公物资一站式采购市场发展成熟的大型企业，纷纷依赖自身所积累的客户资源、基础设施、项目服务经验优势进入 MRO 市场。目前，包括发行人在内的齐心集团、晨光股份等此前以办公物资 B2B 直销为主的企业，均已将 MRO 作为未来的重点发展方向。

狭义的办公物资领域与MRO领域的异同



不同点

- **MRO产品标准化程度更低**，致使进入该领域的供应商需强化对客户需求的理解与整合能力，针对性的进行专业化供应链的建设
- **MRO产品专业性更强**，与办公物资相比，高专业性的MRO产品对供应商及其供应链的专业化服务能力提出了更高要求
- **MRO产品品牌、规格、参数、型号更为庞杂**，对供应商差异化MRO商品的寻源、供应链渠道建设提出了新的要求



由办公物资进入MRO领域企业的关键竞争要素

- **引进专业化人才与团队**，由于MRO产品的专业性，其市场、推广、品宣与运营均需要富有MRO领域经验的领导者及团队
- **加速建设MRO专属业务平台**，由于MRO产品与办公物资之间的差异，部分面向办公物资业务的信息技术平台需进行针对性改进
- **加速建设MRO专属供应链**，MRO产品与办公物资供应链、供货渠道有较大差异，需针对性拓展货源渠道与合作商交付网络



相同点

- **传统模式的采购痛点相同**，采购决策主体与实际使用者相分离，传统分散化采购效率低下，管理成本、沟通成本、经济成本均较高
- **向“数字化”、“一站式”B2B直销采购模式发展的趋势相同**，MRO已逐渐作为大办公物资的一个品类，越来越广泛的进入到大客户的集采品目之中
- **现阶段的核心客户群体基本相同**，由于数字化集采的先行者是大型国企，随着品目的扩张，此类客户自然发展成为MRO客户



由办公物资进入MRO领域企业的核心竞争优势

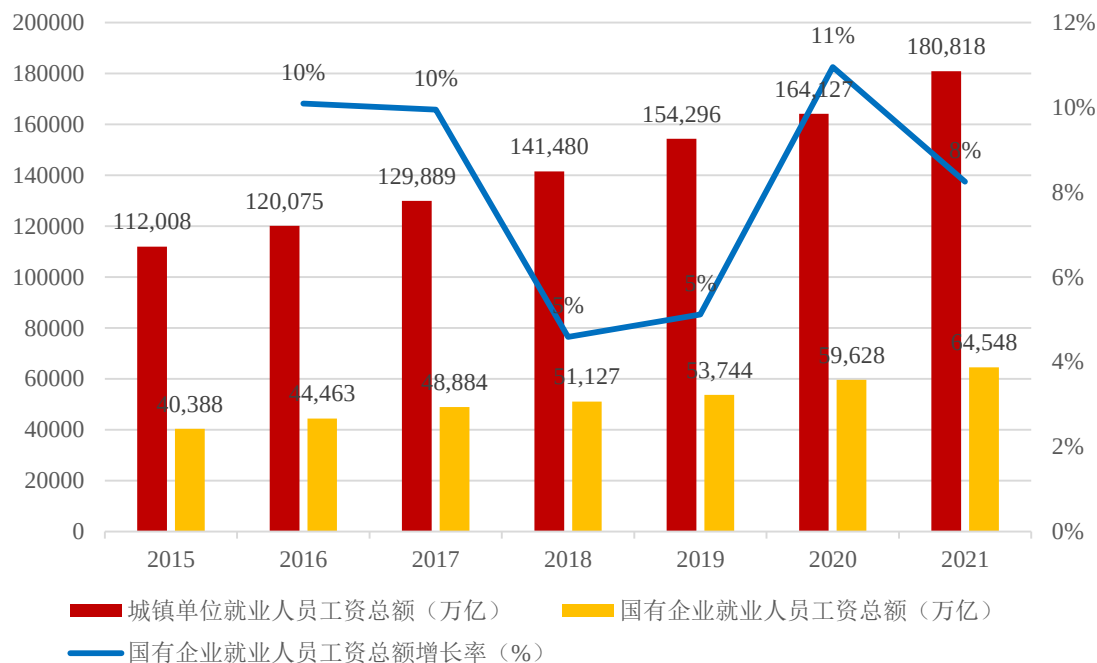
- **共享长期的大型集采项目运营与中标经验**，办公物资先于MRO实施集采，在大型政企客户招标及运营中，长期经营B2B直销模式的企业具备先发优势
- **共享客户合作关系优势**，MRO一般作为办公物资中的一个品目纳入集采，办公物资B2B直销中的领先者可利用其先期客户资源
- **共享成熟的基础设施**，长期的B2B直销经营使得办公物资企业已建立起一整套面向行业特点的信息系统基础设施，可实现低成本共享

(3) 员工福利品

员工福利相关商品，是企业根据员工激励需要和福利计划，由企业支付购买并发放给员工使用、消费的商品，一般以日用消费品、食品饮料、小型家电设备为主。

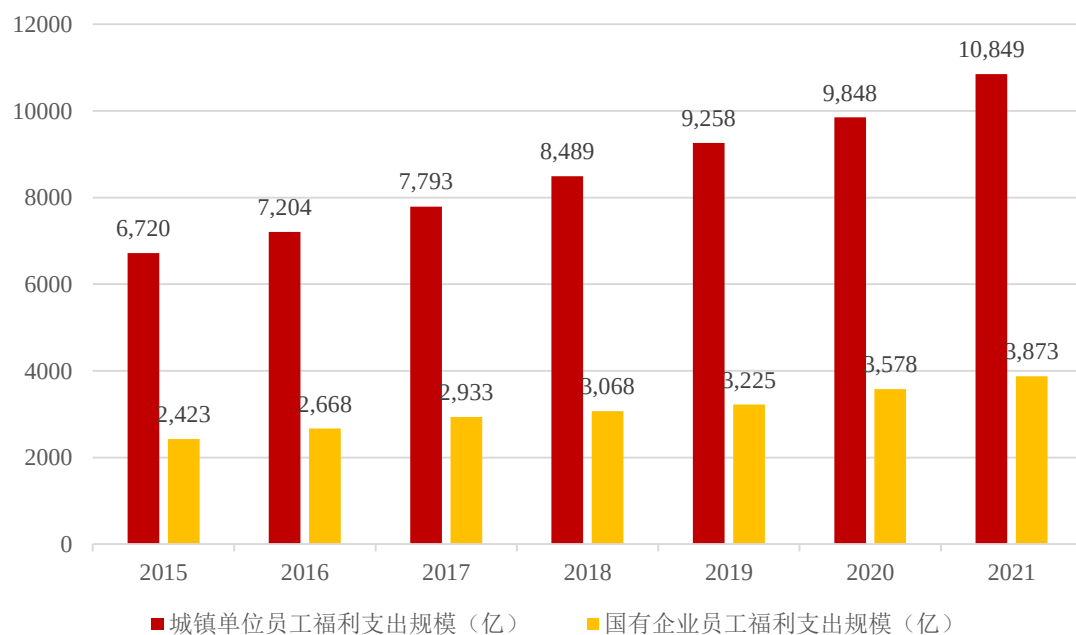
目前，企业福利管理正在由零散采购、粗放管理、内容单一逐步走向一体化、精细化、多样化采购管理模式，由第三方提供一站式福利管理的比重正在提升。由于员工福利品在采购模式上正逐渐向 B2B 直销靠拢，加之其头部大客户主要集中于大型国企、央企，随着此类客户集采品目的不断扩展，长期经营办公物资 B2B 直销业务的供应商获得了一定的市场先机。随着生活水平的持续提升，现代就业者已逐步将企业福利水平作为评价雇主优劣的重要因素之一，企业福利计划的多样化及总体投入的不断增长，日益成为吸引人才、留住人才的有力抓手。

员工福利市场规模主要受员工薪资总规模的驱动。根据国家统计局数据，2015 年至 2021 年，我国城镇单位就业人员工资总额由 11.20 万亿元增长至 18.08 万亿元，年复合增长率约达 8.3%，其中，各年工资总额中约有三分之一为国有企业就业人员工资。



数据来源：国家统计局

根据头豹研究院《2021 年中国员工激励与福利管理行业概览》数据，员工福利支出（不包括五险一金）约占薪资的 6%至 8%。若按照 6%估计，2021 年员工福利整体市场规模已超过 1 万亿元，其中发行人对标的大型国央企客户市场规模预计在 4,000 亿元左右，且仍在不断增长。



数据来源：根据头豹研究院公布的比例测算

3、本行业的主要特点

按下游客户群体特点，办公物资、MRO、员工福利品（以下统称“办公物资”）的行业经营模式可以大致分为三类，一是小型门店零售模式，二是区域经销商模式，三是数字化、一站式为特点的 B2B 直销模式。其中，小型门店主要面向个人和小企业，其营业模式以零散销售为主；区域经销商主要面向中小企业销售以及向当地的小型门店批发商品；B2B 直销模式则主要面向大型政企客户，该模式的主要特点如下：

（1）企业级客户的数字化采购变革是本行业发展的源动力

对于绝大多数政企客户而言，办公物资采购模式经历了分散采购、传统集中采购以及数字化一站式采购三个阶段：

- **分散采购阶段**，各个政府、企业单位的物资使用部门根据自身需求随时采购物资，采购渠道包括各类物资生产商、经销商甚至小型零售商，在这个阶段，政企单位对于办公物资采购管控松散，效率较低；
- **传统集中采购阶段**，政企单位意识到集采对于提升采购效率的意义，开始对部分品类办公物资实施集采，但是这一阶段的集采依然以分支机构为主体，以固定商品品类、数量、金额的方式进行招投标，采购频次依然较高，组织整体层面的管控力度依然不足；
- **数字化一站式采购阶段**，政企客户开始建设网上商城，引入 B2B 直销供应商在商城上架商品，由各个分支机构物资使用单位下单购买，实现了全流程合规管控、招投标流程简化、采购效率提升、采购成本降低等在传统采购模式下难以同时达成的目标。

①对于大型政企客户而言，传统的采购模式具有如下痛点：

其一，办公物资产品类别繁多，衍生场景持续拓展，单次、单品类采购金额小而总采购金额大，普遍需要频繁实施采购活动，采购过程涉及产品对比、供应商选择、沟通洽谈等过程，流程长，采购效率普遍不高；

其二，大型客户的物资使用单位极其分散，且由于内部管理原因，使用单位与采购管理部门往往相互脱离，很难制定准确的物资需求计划并按照物料品类进行定期的集中招标采购，只能依赖分支机构“各自为战”，集团只能对采购活动提出制度性要求，难以实现集团化、精细化管理，久而久之造成一定程

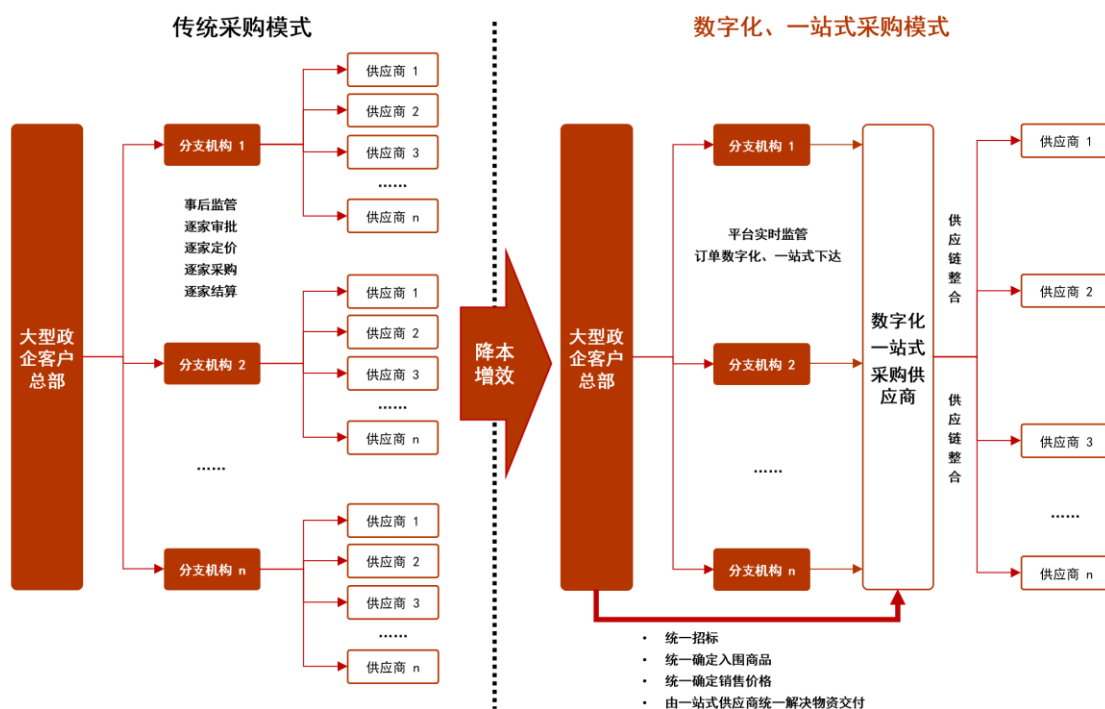
度的额外成本；

其三，基于内部控制与合规性需求，金额稍大的单次采购都需要履行严格的采购程序，耗费大量人力物力，增加运营成本；

其四，传统采购模式下，产品价格不透明，零散的采购导致了客户议价能力不足，综合采购成本难以降低。

②一站式供应可有效解决大型政企客户办公物资采购的痛点：

一站式供应是指由供应商根据客户指定的商品范围，与客户总部单位统一确定商业条款与商品价格，此后该客户内部分支机构均通过统一的一站式平台，在统一的条件下采购所需的各类办公物资的采购模式。在该模式下，一般由客户总部选定供应商，一站式供应商通过招投标等方式获得供应商入围资格，双方在招投标过程中确定供应产品目录和价格。



相比传统采购模式，集约化采购可以有效的解决大型政企客户办公物资采购方面的高成本、低效率、合规性问题：

首先，一站式采购可以降低采购成本、提升采购性价比。一站式采购模式下，大型政企客户在总部或主要分支结构层面与供应商进行统一的采购商业谈判，可汇总下属分支机构的零散采购需求，形成采购规模优势，有着更高的议价能力。同时，通过一站式采购，可使得客户全集团下属分支机构的采购活动

得以标准化、流程化，结束下属分支机构在相关物资采购上“各自为战”的局面，降低相关成本。

其次，一站式供应可以提高采购效率。第一，由集团或者省级分支机构进行招标等方式选择物资供应商，物资使用单位不再需要为零散订单履行复杂的合规采购流程，可以节约大量人力成本；第二，一站式供应商拥有较为齐全的产品目录，客户可以实现一站式的采购，有效减少终端使用者在产品搜寻上耗费的人力成本及时间成本，提升采购效率。

最后，一站式供应可以助力客户进一步提升采购活动的规范性、透明度。一站式采购模式下，供应商选择、采购范围确定、价格协商等采购决策环节均由企业集团总部或省级分支机构实施，下属分支机构则主要是根据自身使用需求，通过统一的平台具体实施采购行为。通过统一平台，集团总部可审查分支机构下达订单、订单审批、订单执行等各个环节，帮助客户真正实现采购活动的集团化管理，提高采购透明度。

（2）本行业依赖招投标或竞争性谈判等方式获取客户

行业内企业主要通过投标或竞争性谈判等方式获取客户，根据其结果与客户签订框架合同，并制定产品供应目录及供应价格，进而通过 API 接口连接客户自建或外购的数字化采购平台获取订单。

根据相关法律法规的要求以及国资管理相关规定，政府、国有企业物资采购方式包括公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源采购、询价等，其中招标、竞争性谈判是最主要的方式。《政府采购法》（2014 年修订版）中规定，“公开招标应作为政府采购的主要采购方式”，在国资委的部署下，央企开展采购管理提升对标工作，也将公开采购率作为企业采购考核指标之一。

大型政企客户招标方式主要包括自行招标、委托代理机构招标、集中采购部门招标，招标主体一般是国有企业集团层面，部分大型国企的下属二级单位也可进行单独招标，一次招标的合作周期一般为一到三年，合作周期结束后需重新进行招标。招标或竞争性谈判结束后，客户与入围供应商签订框架合同的方式确定供应商品的品类、价格或价格参考依据等，进而由各分支机构物资采

购部分向供应商下达订单。

相比传统的协议采购或单项招标模式，大型国有企业数字化集中采购招标对供应商的要求显著提升，对供应商的经营规模、资金实力、商业信誉、线上采购平台、技术实力和物流供应配套服务均有较高要求。

（3）自主交付与合作商直送并重，供应链的高效整合是经营重点

本行业的终端用户上至中央部委、省级政府、国企总部，下至区县、国企末级分支机构，覆盖地域广阔，涉及全国几乎所有省份的大部分地市，且部分客户地处偏远。以农业银行为例，总行层面通过招标引入办公物资集采供应商后，其遍布全国省、市、区、县的数千家分行、支行、营业网点，均可在统一平台下达订单，最终用户遍布全国各地。由于上述行业特点，业内经营者普遍需要高效整合供应链资源，搭建覆盖广泛的供应链网络，从而实现对各个地域客户的高效交付与服务。

一般而言，在客户集中、订单规模大的主要区域中心城市，供应商通常会着重建设仓储、物流设施，以建成覆盖这一区域的自主交付能力。然而，在远离区域中心城市的地域或供应商尚未布局自有仓储的次区域中心，行业内大型供应商一般采用合作商直送。

（4）业务开展依赖数字化技术手段的持续发展

对于办公物资 B2B 直销行业而言，数字化技术是行业成型和发展的重要基础，运用数字化方式开展业务，是本行业内企业的必然选择。无论是客户自建集中采购平台，还是行业供应商搭建业务平台为客户服务，用户分布范围之广决定了其必须通过数字化平台方式向供应商下单；对于供应商而言，无论是采购端的供应链整合，还是销售端的订单交付，由于数据体量庞大，从订单管理，到配送、签收、结算，都需依赖数字化信息系统予以实现。目前，行业内主要供应商纷纷通过自行建设或购买第三方技术服务方式建立了数字化的业务信息系统，包括电子商城、订单管理系统、供应链管理系统、物流管理系统等，且均在一定程度上实现与客户、供应商之间的信息互联、互通。

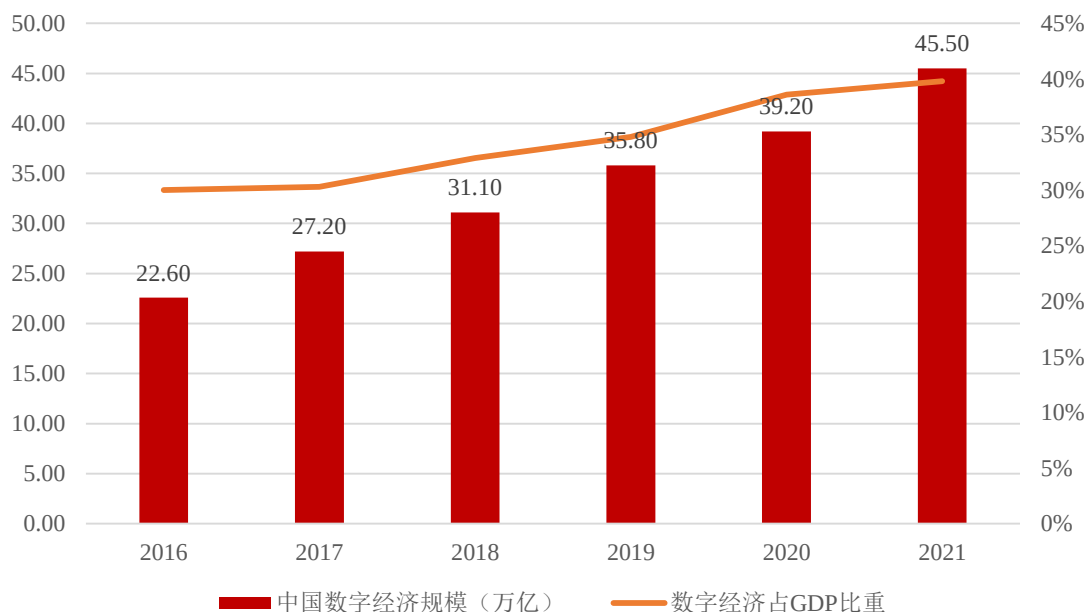
B2B 直销向数字化采购方向发展，另一重要的推动力量来源于下游大型政企客户在数字化采购建设方面所形成的趋势。对于大型政企客户而言，采购的

流程线上化、数据标准化、采购管理数字化已日渐成为政策要求及国家战略，在下游客户数字化进程的推动下，本行业企业必须采取对应措施，从订单获取、订单管理、仓储系统到出库管理、交付实现、签收反馈、结算收款等业务流程上实现数字化对接。

4、本行业的发展趋势

（1）数字经济发展战略是本行业发展的宏观背景

“十四五”以来，数字经济已上升为国家经济发展战略。“十四五”规划提出，要迎接数字时代，激活要素潜能，以数字化转型整体驱动生产方式变革，加快建立以企业为主体、市场为导向的产业技术创新体系。《数字中国建设整体布局规划》明确，推动数字技术和实体经济深度融合，加快利用数字技术推动产业转型升级。可见，以现代化信息技术赋能传统行业、提升产业整体效率，业已成为新的经济发展方向。2021年，我国数字经济总体规模达到45.5万亿元，占当年国民生产总值的比例已达到39.8%。



数据来源：中国信息通信研究院

自2014年开始，企业物资的数字化、一站式采购持续受益于政策推动，壮大于大型政企客户数字化采购改革的推进，目前正在向着更为广阔的前景迈进。数字一体化采购模式的发展，顺应了传统流通行业向数字化转型的市场潮流，践行了运用现代化信息技术赋能传统行业的宏观导向，这是本行业在未来能够

取得深远发展的宏观背景。

（2）大型政企客户引领，采购模式加速变革

政府机构方面，中央政府及各地方政府均制定了集中采购目录，目录内商品采购均按照法律规定执行集中采购，中央及大部分地方政府集中采购目录均覆盖了大部分高价值的办公物资品类。2014 年 9 月，中央国家机关政府采购网上商城上线，成为各级政府由集中采购进一步向数字一体化采购升级的标杆和旗帜，近年来，全国三十多个省市地方政府先后建立政府电子采购平台，政府采购改革已取得重大成效。

央企方面，非生产性物资采购的数字一体化正在稳步推进。截至 2022 年底，办公物资数字化集中采购已覆盖 98 家中央企业中的 30 家以上，央企数字化采购覆盖率已从 2015 年的不足 10% 发展至 2022 年的接近 40%，2022 年，全国国有企业采购招标总额已超过 38 万亿元。

随着示范效应的显现，其他国企、大型金融机构也在数字一体化采购变革中逐步跟进。根据《中国公共采购发展报告（2021）》相关数据，2020 年已有 70% 的金融企业建成并使用线上采购商城，需求部门线上下单量较上年度猛增 79.49%。

随着大型政企客户物资采购集中化、数字化、阳光化的继续推进，可以预见，未来将会有更多大型客户践行数字化采购，并有望将更多物资品类纳入采购范围。

（3）降本增效成果凸显，推动行业长远发展

办公物资的 B2B 直销模式有效提升了大型政企客户采购透明度及合规管控能力，新采购模式所带来的“降本增效”功能逐步凸显。

国务院国资委发布的相关数据显示，2016 年至 2018 年，中央企业通过实施集中采购节约资金分别为 4,220.00 亿元、3,417.00 亿元、3,455.00 亿元，中国海油通过实施集中采购管理机制，审批时间缩减 34%、采购成本下降 14.50%。

《中国公共采购发展报告（2021）》数据显示，2020 年，金融企业集中采购累计节约资金 53.95 亿元，平均采购节支率达 12.75%。《2022 数字化采购发展报告》数据显示，实施数字化采购使得采购主体在价格成本上降低了 5% 至 15%，

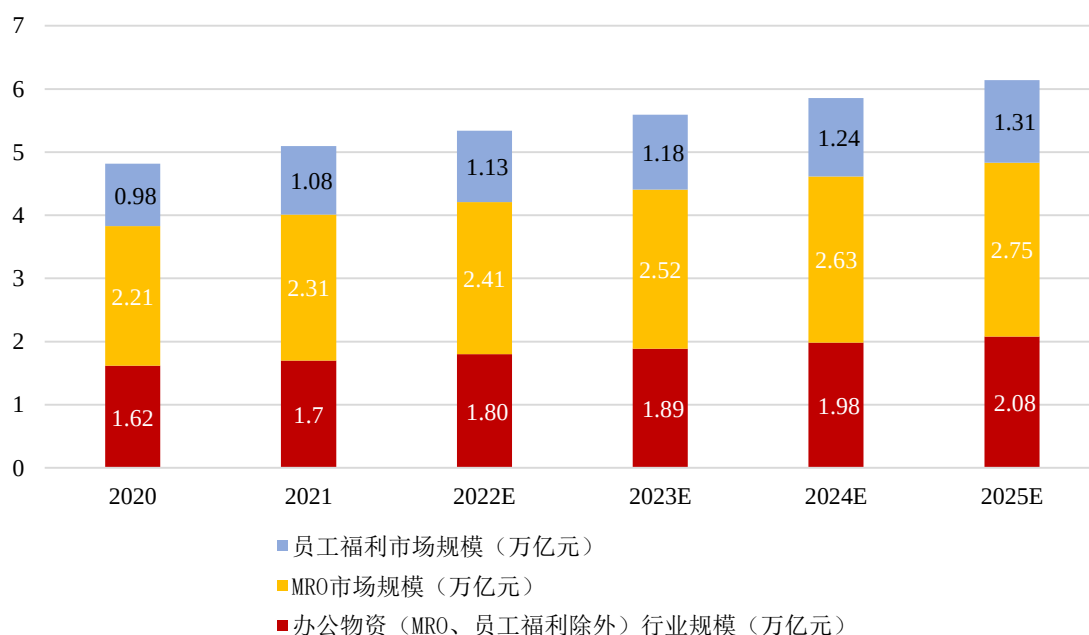
在时间效率上提升了 30%以上，在管理成本上降低了 30%以上，在运营成本上降低了 40%以上。

由于数字一体化采购新模式在降本增效上产生了较为显著的效果，未来将受到更多企业级客户的关注，促进本行业长远发展。

（4）B2B 直销内涵不断延展，市场规模持续扩张

近年来，中国经济持续中高速发展，各行业规模、就业人数逐年扩大，作为政企客户的必需品，办公物资的内涵持续丰富，采购品目不断扩展，市场规模稳步增长。

在经济规模持续增长、产业结构转型升级、员工福利逐步提升等因素驱动下，办公物资的外延有望持续向外延展，市场规模有望持续增长。仅以目前的主要品目看，预期到 2025 年，传统办公物资市场规模约为 2.08 万亿元，MRO 市场规模约为 2.75 万亿元，员工福利市场规模亦不下 1.3 万亿元，大办公物资市场规模预计将达到 6 万亿元以上。



数据来源：中国物流与采购联合会公告采购分会《办公物资采购蓝皮书》，前瞻产业研究院，产业信息网

5、本行业的需求驱动因素

办公物资的需求来源于整个社会，与国民经济、产业结构、就业人口等各方面息息相关，总体的需求驱动因素如下：

（1）经济规模的持续增长

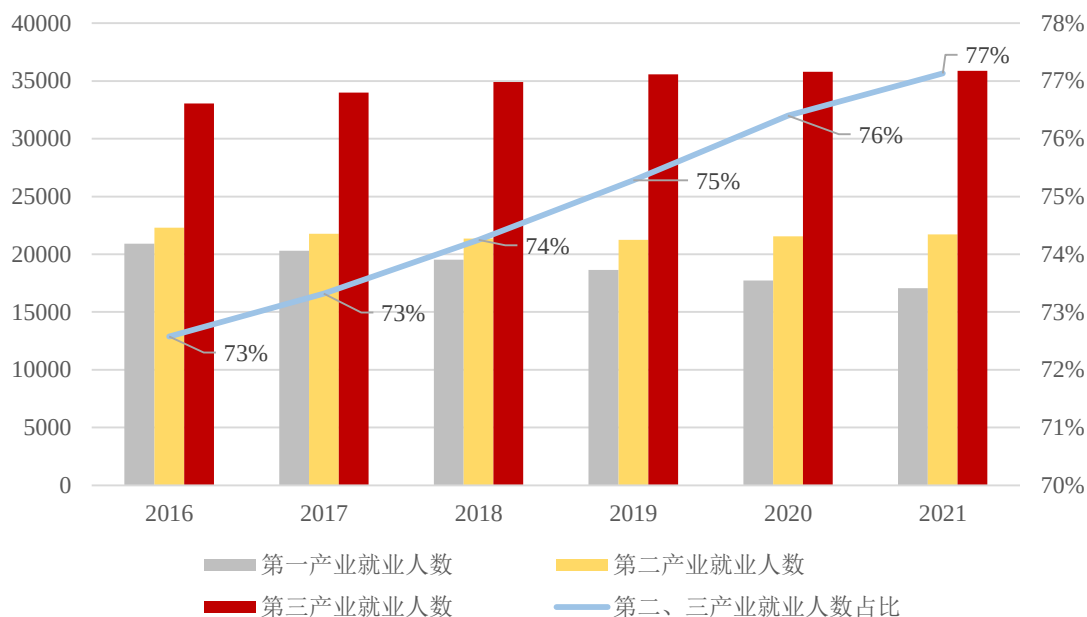
经济增长必然伴随着社会生产能力、企业经营规模、人均消费的提高，带来更多的办公物资消费需求，国民经济的增长与办公物资市场需求存在正向关系。

我国经济保持了三十多年的高速增长，进入新常态以来，国民经济依然保持中高速增长，2021年国内生产总值达到114.37万亿元，相比2016年的74.64万亿元名义增长53.23%，单纯以数值计算的年复合增长率为8.91%。在此期间，办公物资行业市场规模从2016年的1.31万亿元增长到2021年的1.70万亿元，增长29.77%，复合增长率为5.35%，与国民经济的增长基本同步。近年来，虽然面对宏观形势以及外部经济环境的持续冲击，我国经济仍保持了较好的增长态势，未来中国经济发展仍将持续拥有强劲动力，并带动办公物资行业的发展。

（2）第二、第三产业就业人口稳步增长

相较于第一产业，第二、第三产业是办公物资需求的主要来源。随着国民经济的持续发展及经济结构的持续优化，第二、第三产业在我国经济中的整体比重持续上升，规模以上企业数量不断增加，就业人数持续增长，由此带动办公物资需求的长期增长。

2016年至2021年间，我国第二、第三产业就业人数从5.5亿人增长至5.7亿人，占就业总人口的比重由72.58%上升至77.13%，占比持续攀升。较大规模的就业人员基数及其稳步增长，一是使得办公物资持续性消耗及更新需求稳中有升；二是随着办公环境、员工福利等方面的改善，建立在大规模就业人员基数上的物资改善需求亦将持续推动办公物资行业整体规模的扩张；三是经济增长、就业人员受教育程度的增加，将带动人均办公物资消费量的提升，目前我国人均办公物资消费额约为200元/人，与美国为代表的成熟市场840元/人的水平差距明显，仍有较大的上升空间。

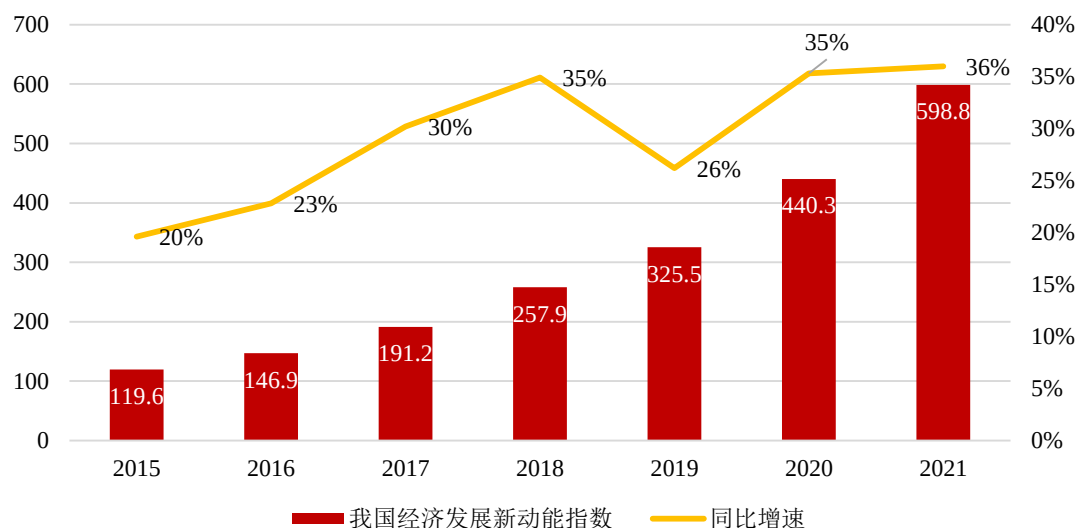


数据来源：国家统计局，wind

（3）经济转型所带来的需求增加

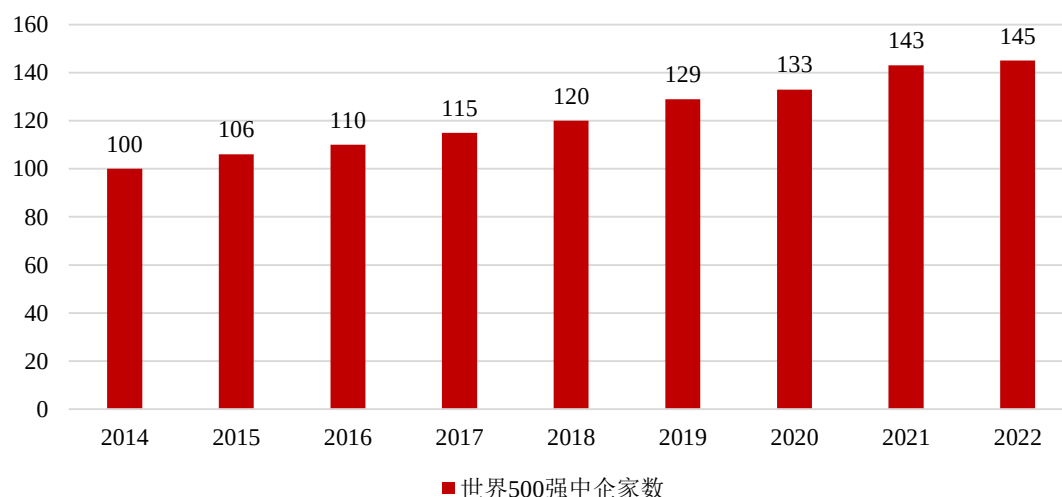
经济转型、产业结构优化、大型优质企业做大做强，是促进办公物资需求增长的重要因素。其一，随着经济的转型发展，体力劳动就业岗位趋于减少，知识型、技术型就业岗位增加，办公就业人口将持续增长，拉动办公物资需求增长；其二，优质企业不断做大做强，盈利能力持续提升，有动力、有能力为员工提供更舒适的办公环境和更好的员工福利，将推动员工福利市场的需求上升。

当前，我国经济正处于转型升级加速期，随着产业结构调整优化、产业升级的推进，中国经济结构的主体正在由高能耗、低效益的加工制造业，加快向低能耗、高效益的高端制造业、现代服务业转变，经济发展新动能得到培育壮大。根据国家统计局数据，我国经济发展新动能指数 2021 年达到 598.8，同比增长 36.00%。经济转型带来的办公就业人口提升，为办公物资产业的发展提供了坚实基础。



数据来源：国家统计局

近年来，在中国特色社会主义市场经济体制持续完善及相关行业政策的推动下，具备行业优势的大型企业以资产、资源、品牌为纽带，实施了多项跨地区、跨行业的联合、兼并、重组，包括国有企业在内的大型企业规模迅速扩张。2022 年，145 家中国企业入围《财富》世界 500 强，连续三年超越美国。大型企业数量的增加、办公环境及福利计划的改善及相关投入的增长，将为办公物资、员工福利市场的发展注入新的动力。



数据来源：《财富》

（4）提升办公环境舒适度、增加员工福利的差异化需求

员工是企业核心经营要素之一，员工满意度长期影响着企业发掘人才、吸引人才、留住人才的能力，进而影响企业长期稳定发展的潜力。

近年来，我国劳动者整体素质不断提高、市场议价能力提升。在选择雇主时，求职者不但会考虑薪资待遇水平，也会将办公环境的好坏、员工福利的优劣作为重要的考量标准，这种情况在高端人才市场尤为凸显，办公环境、员工福利，也在一定程度上影响着员工的敬业水平。

对于众多企业，尤其是大型优质企业而言，改善办公环境、提升员工福利，是提升员工忠诚度、敬业程度的重要方式。随着社会经济的日益发展，通过优化办公环境、提供周到的员工福利与情感关怀，可增强员工幸福感、提升团队凝聚力。基于此，对办公环境的优化需求以及对员工福利的商品需求，在未来将呈现扩张趋势。

6、本行业的下游客户结构

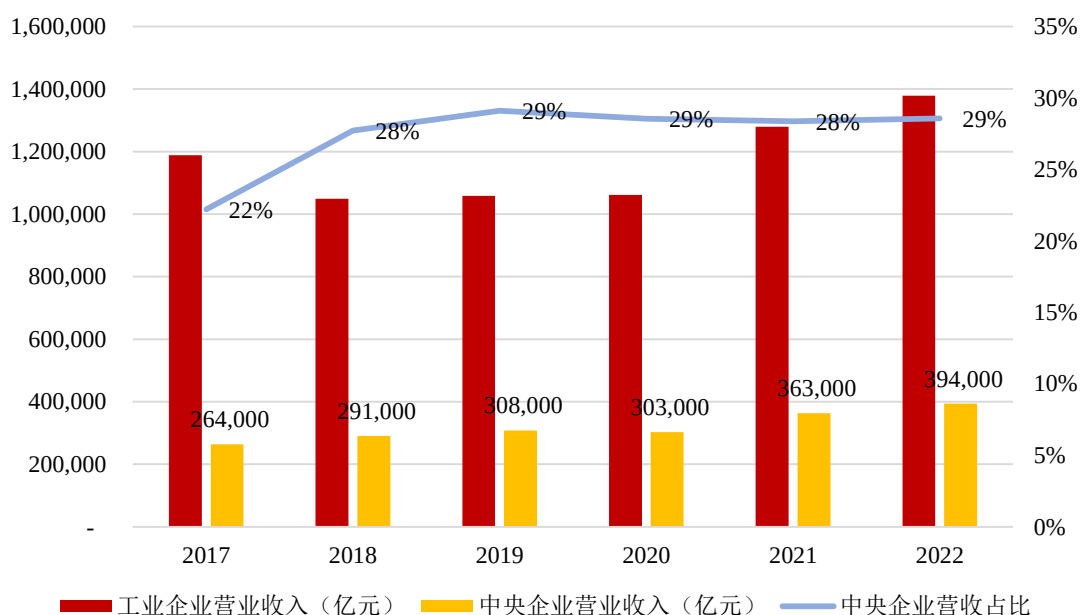
办公物资行业的下游覆盖极广，几乎所有企业、各级政府机关、各类事业单位乃至军队单位。从整体上看，办公物资行业的下游客户大致可以分为三个层次，一是包括中央部委、省市政府单位，98 家中央企业，30 余家大型金融机构，大型私营企业在内的头部客户；二是中层用户，包括数千家地方国企、数十万家大中型私营企业；三是小微用户，包括数以千万计的中小企业及个人。

200+	98	30+	50+
中央部委及各 省市政府单位	中央企业	大型金融机构	军区、武警及 主要军工企业
2000+		10000+	
地方国企		上市公司与大型私营企业	
10, 000, 000+			
中小微企业			

以政府事业单位、军事机构、中央企业、大型金融机构、国企、上市公司及大型私企为代表的头部用户是办公物资下游市场的主力军，例如：

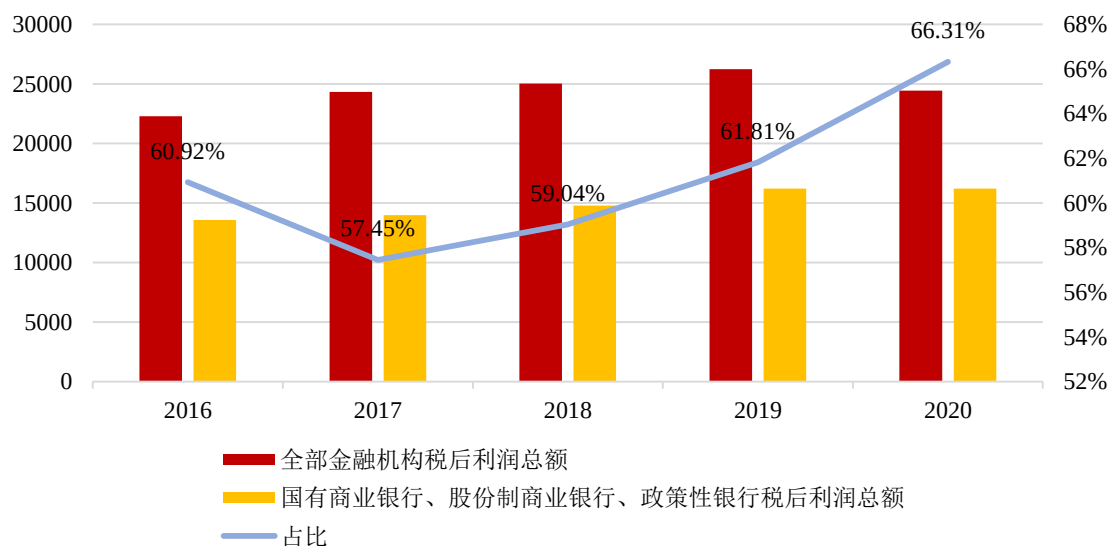
（1）中央企业方面。2017 年至 2022 年间，中央企业营业收入从 26.40 万

亿元增长至 39.40 万亿元，不到 100 家央企占工业企业营业收入总额的比重接近 30%，其办公物资的整体需求亦占主要部分。



数据来源：国家统计局、wind

（2）金融机构方面，2016 年至 2020 年间，国有商业银行、股份制商业银行、政策性银行合计税后利润总额由 1.35 万亿元增长至 1.62 万亿元，占全部金融机构税后利润总额的比重持续上升，至 2020 年已达到 66%以上，是金融机构经营的主要方面，亦是办公物资需求的重要组成部分。



数据来源：国家统计局、wind

若在上述基础上，进一步考虑政府、军队等大型机构或单位，大型政企客

户的需求预计将占办公物资总需求的一半左右，此类客户均有大量的分支机构，员工人数众多，且多数岗位为行政、管理、研发、技术、销售、高技能或需特别防护的生产岗位，需要配备更多的办公设备或者防护用具、MRO 工具，员工福利总体较好，福利支出水平较高，办公物资总体和人均的需求量均十分可观。

（四）行业竞争格局与市场化程度

1、行业竞争格局

我国办公物资采购市场整体仍处于转型初期，正在由传统采购向数字化集中采购过渡。除大型政企客户之外，大多数中小企业、个人消费者仍然习惯于向各级经营单位、小型零售门店采购办公物资，但大客户 B2B 直销市场已然形成规模较大的细分市场，办公物资数字化、一站式采购已是行业重要发展趋势。

目前，数字化、一站式办公物资供应商主要包括三类：一是自传统办公文具制造企业转型而来的办公物资 B2B 直销供应商，以晨光股份、齐心集团、广博股份、得力集团为代表；二是专门从事办公物资 B2B 直销的批发企业，包括欧菲斯、史泰博、领先未来等；三是苏宁、京东等综合性电商平台，此类平台整体业务规模较大，办公物资 B2B 直销在其整体业务布局中占比较小。

（1）办公物资行业整体集中度较低

办公物资概念的外延宽广且仍在不断扩张，行业总体市场规模庞大，其流通行业内的企业数量众多，整体上尚未出现在全市场范围内占据主导地位的企业。

（2）办公物资 B2B 直销业务已出现竞争力较强的主要企业

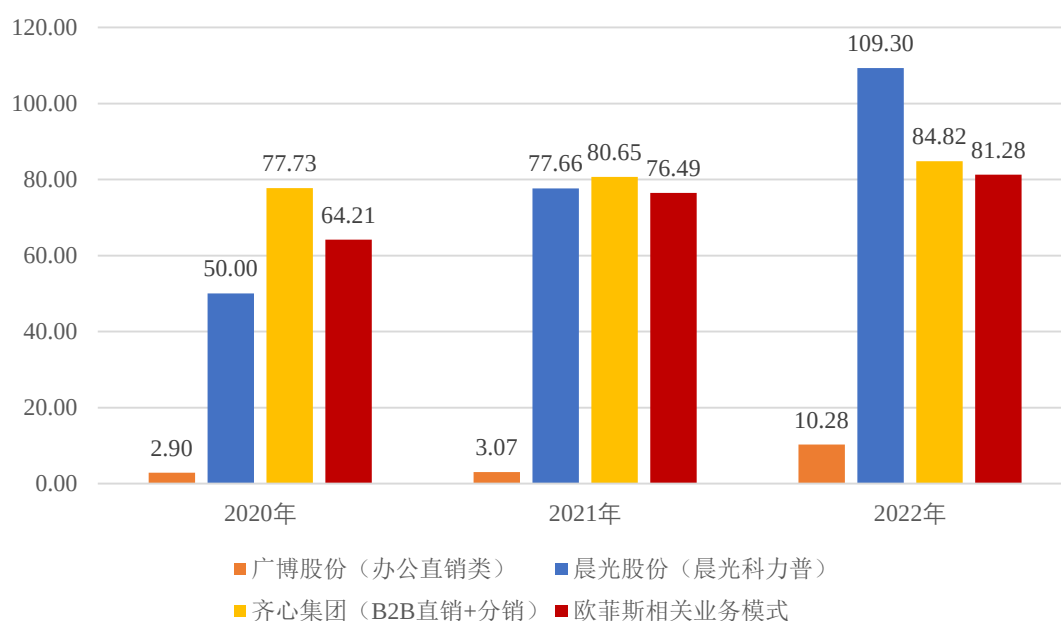
从目前已实现数字化、一站式采购的客户群体看，齐心集团、晨光股份、得力集团、欧菲斯、领先未来等实力较强的办公物资生产、销售企业以及京东、苏宁等综合电商是办公物资 B2B 直销市场的主要企业。

主要企业布局早、经营规模大，供应链网络覆盖面广，且已经积累了丰富的项目服务经验，在后续的客户获取、项目招投标、交付能力建设等方面处于行业优势地位。

公司	B2B 直销经营简况

齐心集团	自 2013 年起积极参与大客户招投标项目，2015 年起将大客户直销作为最重要的战略方向，目前已成为 B2B 办公物资领域领跑者之一，其客户已拓展至能源、通讯、金融、政府等主要行业和领域，产品覆盖办公耗材、办公设备、员工福利、MRO 工业品等。
晨光股份	2013 年成立子公司晨光科力普作为发展办公物资 B2B 直销业务的专门公司。2022 年，晨光科力普营收规模超过 100 亿元，已成为 B2B 直销领域的领军企业。
得力集团	2015 年建立 B2B 办公商城，满足客户的线上一站式采购需求；2018 年，B2B 办公商城完成升级并更名为“集什商城”，标志着面向企业级用户集成化采购的 B2B 战略全面开启。

近年来，受政策推动及客户自身需求带动，行业市场规模高速增长，齐心集团、晨光股份、发行人等行业主要企业的办公物资 B2B 直销业务增长迅猛：



数据来源：上市公司年报

2、同行业可比公司情况

（1）同行业可比公司的选取标准

欧菲斯的主要经营地为中国境内，为便于比较、易于理解，选取同行业可比公司时，以 A 股上市公司为总体范围。

欧菲斯所属行业为批发业（F51），但批发业涉及内容广泛，不同经营内容、业务模式、市场供需特点下，即使同属批发业的公司之间也难以建立可比关系。反之，由于 B2B 直销模式属于近年来数字经济的新兴领域，与欧菲斯属于同一经营内容、同一业务模式、面临相同供需特点的上市公司，鉴于其由文具制造等行业转型而来，还有相当体量的制造业经营，其行业分类却不属于批发业，

例如，欧菲斯的同行业可比公司之一晨光股份，其行业分类为文教、工美、体育和娱乐用品制造业。

鉴于上述情形，在选取同行业可比公司时，欧菲斯没有从批发业整体出发，而是基于在业务中所面临的实际竞争情况，综合对 A 股上市公司的主营业务内容、经营模式的筛选，选定与欧菲斯经营同类业务、同类内容、主要业务采用同一模式的 A 股上市公司作为同行业可比公司。

欧菲斯的同行业可比公司为齐心集团、晨光股份、广博股份。

（2）未将京东、苏宁、浙江物产作为同行业可比公司的原因

京东为美股、港股上市公司，欧菲斯未将其选定为同行业可比公司，主要是考虑京东总体业务体量庞大，在办公物资 B2B 直销领域，京东虽为第一梯队供应商，但该业务在其总体量中的占比很小，且通过相关公开信息难以获取针对性可比数据。

苏宁为 A 股上市公司（002024.SZ），主营业务为零售业且经营规模较大，B2B 直销在其整体业务中不占主要地位。由于苏宁未在公开信息中对办公物资 B2B 直销做分项披露，欧菲斯未选取其为同行业可比公司。

浙江物产为 A 股上市公司物产中大的（600704.SH）子公司。物产中大业务体量亦较为庞大，主营业务为供应链集成服务，且其未将 B2B 直销业务或子公司浙江物产相关经营信息做分项披露，欧菲斯未选取其为同行业可比公司。

（3）同行业可比公司基本情况

①晨光股份（603899.SH）

晨光股份成立于 2008 年，于 2015 年在上海证券交易所上市。晨光股份的传统核心业务为晨光品牌书写工具、文具及其他办公产品的设计、制造及销售。2012 年，晨光股份设立子公司晨光科力普，开始进军办公物资 B2B 直销业务，目前已成为该行业的主要企业之一。

2020 年、2021 年、2022 年，晨光股份整体实现营业收入 1,313,774.57 万元、1,760,740.33 万元、1,999,631.56 万元，实现净利润 123,837.37 万元、153,359.57 万元、135,537.88 万元。同时期，主营 B2B 直销的晨光科力普实现营业收入 500,027.59 万元、776,565.05 万元、1,092,965.31 万元，占其总营业收入的比例

分别为 38.06%、44.10%、54.66%，占比不断提升，经营规模持续扩大。

②齐心集团（002301.SZ）

齐心集团成立于 2000 年，于 2009 年在深圳证券交易所上市，主营业务为文具及办公用品、办公设备的研发、生产和销售。自 2014 年开始，齐心集团主营业务逐步向办公物资 B2B 直销转型，目前已成为该领域的主要企业。

2020 年、2021 年、2022 年，齐心集团整体实现营业收入 800,932.76 万元、823,634.49 万元、862,913.94 万元，实现净利润 20,010.02 万元、-56,521.86 万元、12,067.48 万元。同时期，齐心集团 B2B 相关业务实现营业收入 777,313.88 万元、806,522.63 万元、848,267.00 万元，经营规模较大。

③广博股份（002103.SZ）

广博集团股份有限公司成立于 1996 年，于 2007 年在深圳证券交易所上市，其主营业务为文教办公用品的制造与销售、互联网广告营销与服务。文教办公用品业务方面，广博股份是国内文具用品龙头企业之一，近年来，随着政企采购业务数字化的趋势不断增强，广博股份逐渐切入 B2B 直销市场，2022 年实现了较快增长。

2020 年、2021 年、2022 年，广博股份实现营业收入 259,323.76 万元、284,313.88 万元、248,641.08 万元，实现净利润-23,663.86 万元、1,811.50 万元、-3,747.96 万元。其中，办公直销类业务收入分别为 29,014.43 万元、30,668.75 万元、102,818.62 万元。

3、其他竞争对手情况

除同行业可比公司外，办公物资 B2B 直销市场的其他主要竞争对手为得力集团、京东、史泰博、苏宁、领先未来、浙江物产。

（1）得力集团

得力集团有限公司成立于 1992 年，是注册于浙江宁波的一家办公用品生产、销售企业。得力集团是我国知名的办公文教用品生产商，旗下拥有各类业务品牌 8 个，产品行销全球 100 多个国家，市场知名度较高，口碑良好。

得力集团布局办公物资数字化集采业务时间不长，但发展迅猛，2018 年，得力集团打造了专业面向政企客户办公物资采购的平台“得力集什”，开启了

进一步的快速增长。目前，得力集团为 B2B 直销领域的主要企业之一。

（2）京东

北京京东世纪贸易有限公司成立于 2007 年，为美股、港股上市公司，主要于中国境内开展业务，是中国最大的自营式电商企业。近年来，基于自身电商信息技术优势，京东开始切入办公物资 B2B 直销领域。

京东的整体业务中，办公物资 B2B 直销业务占比很小，因此其未单独区分相关业务数据，但根据主要政企客户招投标数据来看，京东中标次数位居行业前列，与晨光股份、齐心集团、得力集团、欧菲斯同为第一梯队。

（3）史泰博

史泰博（上海）有限公司成立于 2004 年，总部位于上海。史泰博主要经营办公用纸、办公文具、办公设备等产品的销售业务，为政企客户提供办公物资一站式采购服务。

史泰博是行业内最早涉足办公物资 B2B 直销业务的企业之一，在国内率先建立办公采购电商平台，2010 年起便开始筹划央企平台对接业务。

（4）苏宁（002024.SZ）

苏宁易购集团股份有限公司成立于 1996 年，于 2004 年在深圳证券交易所上市，主要经营家电、3C、快消品等众多品类产品的零售业务，是国内领先的线上线下融合智慧零售商。

近年来，苏宁借助于原有的电子商务技术及物流体系，开始参与办公物资 B2B 直销领域的竞争，并取得了一定的成果。

（5）领先未来

领先未来科技集团有限公司成立于 2007 年，总部位于北京市东城区。领先未来的主营业务是办公物资 B2B 集中采购服务，为客户提供采购数字化解决方案，涵盖办公物资、工业品、礼品福利、智能办公等领域。

领先未来自 2016 年开始涉足电商采购业务，2019 年建立一站式数字化企业采购和服务平台，近年来累计服务了国家电网、南方电网等数十家政企客户，在办公物资 B2B 直销行业中具有一定的行业地位。

（6）浙江物产

浙江物产电子商务有限公司成立于 2013 年，是 A 股上市公司物产中大集团股份有限公司（600704.SH）的子公司，主要经营 B2B 电子商务业务，其业务包括国内电商供应链、跨境出口电商和跨境进口电商三大板块。

浙江物产于近年开展办公物资 B2B 直销业务，入围了国家电商、南方电网等数家大型政企单位电商化采购项目。

4、进入行业的主要壁垒

经过数年的发展，行业内具有一定规模的企业逐步建立了领先地位，新进入者通常面临多方面挑战，主要体现在：

（1）规模壁垒

进入本行业面临一定的规模壁垒。首先，行业内主要客户是央企、地方国企、大型金融机构及政府部门，选择供应商时对供应商的经营规模、资金实力、过往项目经验、信息系统建设等方面有较高要求；其次，规模较大的企业可以与上游厂商建立稳定的长期合作关系，具备较强的议价能力，获得较低的采购成本；再次，大型供应商有实力提供尽可能多的产品品类，满足客户多样化需求，并提供快捷的本地化服务；最后，国企、政府客户采购付款流程繁杂，付款周期较长，对供应商形成较大的赊销资金占用，因此行业内企业应收账款占收入比重普遍较高，对行业企业资金实力提出较高的要求。

相对而言，行业内新进入者规模较小、采购成本高、产品品类少、资金实力较弱，在市场竞争中很难取得有利地位。

（2）交付及服务网络壁垒

办公物资 B2B 直销行业的客户以大型政企客户为主，客户分支机构分散于全国各地，用户深入众多远离中心城区的区县，而行业经营者需要具有覆盖广泛的交付、服务网络，方能满足大型客户对交付时效、服务及时性的要求。

目前，行业规模较大的经营者均以自建仓储配送叠加合作商直送网络的方式建立了较为完善的交付服务体系，对行业新进入者具有领先优势，新进入者需要花费较多的资源和时间建设交付服务网络。

（3）数字化服务能力壁垒

数字化技术是本行业的经营基础，行业主要客户大多通过自建或外购一站式平台的方式实施数字化采购，需要供应商系统与客户平台对接以实现信息互联。因此，大客户在招标时普遍会对供应商的信息系统建设情况进行考核，重点考察其业务系统的效率、对接便利程度以及信息系统搭建和服务的能力。

虽然企业可以选择寻求第三方技术服务商提供技术支持，但自身也必须对相关技术有较高水平的了解和掌握，才能顺利完成业务系统的搭建与对接，而如果企业具有了自行组建技术队伍实施针对性开发的能力，则能够因事制宜，开发更为贴合业务场景的信息系统和管理平台并可持续优化，从而获得一定的技术优势。

（4）客户资源和项目履历壁垒

本行业客户遴选供应商时，通常注意考察供应商的项目履历与项目执行经验。通过多年深耕，行业内规模较大的企业已积累起稳定的客户资源，通过招投标、竞争性谈判等方式多次实现与大型政企客户的合作，在项目履历方面形成了较为明显的优势，新进入者面临客户资源和项目履历壁垒。

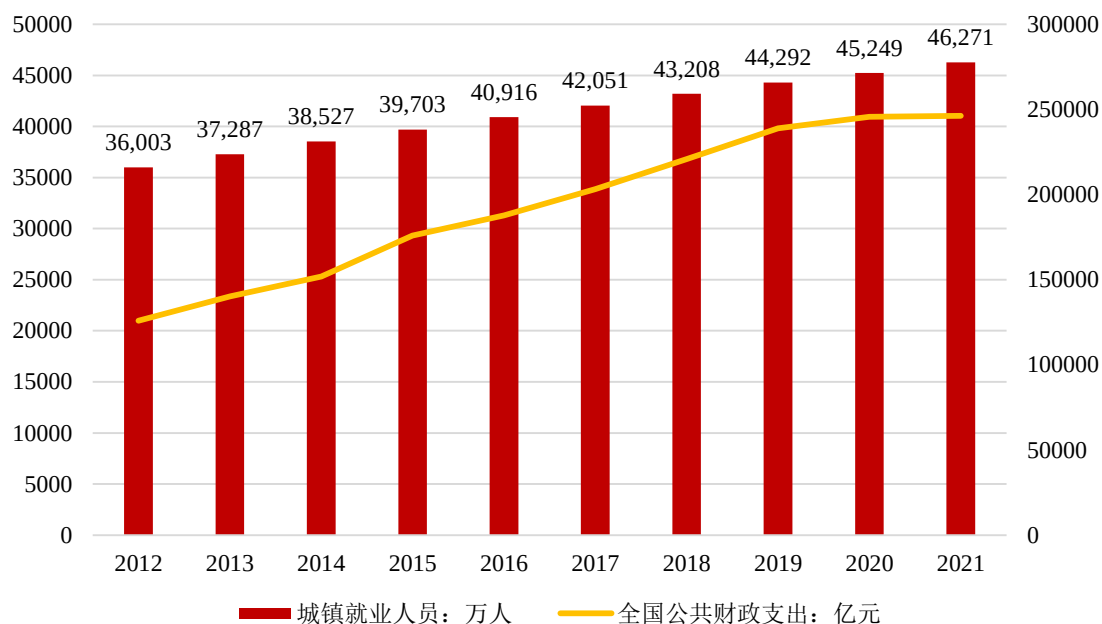
以中国石油集团的非生产性物资电商采购招标要求为例，其对投标人的主要要求及考察内容便包括“以往参与同类项目（含大型国企（至少为省级地区公司及以上）、世界 500 强企业集团或政府（市级政府及以上））的情况”。目前行业规模较大的企业如齐心集团、晨光股份、欧菲斯均已入围过数十家央企总部或省级公司以上层面的招标项目，在未来的招标项目中对后来者具有较大优势。

（五）影响行业发展的有利因素与不利因素

1、有利因素

（1）国民经济持续中高速增长

步入新常态以来，国民经济保持平稳较快发展，国内生产总值维持中高速增长。2020 年、2021 年、2022 年，国内生产总值同比增长 2.3%、8.4%、3.0%，三年平均增长 4.5%，中国经济表现出强大的韧性和抗风险能力，经济增长与企业经营规模、办公就业人口、人均消费、政府采购均有显著正向关系。



数据来源：国家统计局，wind

未来，随着经济结构转型加速、新兴产业蓬勃发展，中国经济仍将保持中高速高质量增长，带动企业经营规模、人均消费的提高以及政府税收、采购规模的扩大，促进各类办公物资消费需求的增长。

（2）数字经济发展战略的持续践行

党的十八大以来，发展数字经济上升为国家战略，《网络强国战略实施纲要》《数字经济发展战略纲要》等重大战略规划出台实施，《“十四五”规划纲要》中，打造数字经济新优势作为专门章节阐述，着力加快数字技术和实体经济深度融合。

2023年2月，党中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》，确立了未来十余年我国数字经济发展的顶层规划。《规划》提出，到2035年，我国数字化发展水平进入世界前列，数字中国建设取得重大成就，我国数字经济正步入量质齐升的新十年。据中国信息通信研究院预测，到2025年，我国数字经济规模将超60万亿元，数字经济投入产出效率将提升至约3.5。

《数字中国建设整体布局规划》对数字技术赋能经济社会发展寄予厚望，推动在各个重点产业领域加快数字技术创新应用。办公物资B2B直销行业作为数字技术与传统商贸行业融合的新兴行业，将直接受益于数字经济发展顶层规划的推进落实。

（3）数字化采购行业政策的持续推动

自《政府采购法》发布实施以来，国资委致力于引导中央企业推行集中采购与数字化采购，政府、国企数字化集中采购历经了数年的蓬勃发展。2021 至今，行业主管协会中国物流与采购联合会先后发布了《国有企业网上商城采购交易操作规范》（以下简称“《网上商城规范》”）、《国有企业服务采购操作规范》等行业规范、团体编制，为各级国企采购管理及操作提供进一步规范指引。此外，工信部亦出台了《企业数字化采购实施指南》，着力于引导各类企业的采购数字化转型，为办公物资 B2B 直销行业进一步打开增长空间。

整体看来，办公物资乃至企业物资 B2B 直销行业，发端于政企采购数字化改革相关政策的颁布与实施，勃兴于政企采购数字化改革的持续深入，《“十四五”规划纲要》亦提出“要促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级”，在可预见的未来，行业政策将继续有利于数字化采购发展创新。

（4）政企客户采购数字化改革持续深化

目前，大型政企客户的数字化采购覆盖率整体相对较低，仍有大量尚未实施数字化集中采购的国企存在采购模式优化的需求，而已实施数字化集中采购的企业仍有数字化采购品类覆盖上的提升空间，是未来大客户市场增量的主要来源。

央国企数字化采购规模进一步增长的动力主要有两方面，其一是国资委对央国企采购管理提升的考核动力，其二是企业自身降本增效的需求。

国资委在 2015 年发布的《关于开展采购管理提升对标工作有关事项的通知》明确了央企采购管理提升的具体考核指标，将各项指标考核等级分为达标、良好、先进水平，其中集团和二级企业两级集中采购率达到 50%以上、上网采购率达到 50%的为达标水平，集中采购率达到 80%以上、上网采购率达到 80%的为先进水平。在国资委对央企采购管理提升考核的推动下，各大央企有动力加快建设数字一体化采购平台，并将更多采购物料纳入数字化集采范围。

此外，为增强盈利能力、提升企业竞争力，国有企业普遍存在降低成本增加效率的需求。国有企业成本控制工作主要包括生产成本控制和非生产成本控制两部分，其中办公物资消耗是企业非生产成本的一个重要部分，通过数字一

体化采购降低办公物资采购成本，对企业非生产成本下降具有重要意义。

2、不利因素

（1）行业市场分散

办公物资行业内企业数量众多，头部企业经营规模基本在百亿上下，相比办公物资行业数万亿级的市场规模，行业集中度很低。目前为止，全国性的办公物资数字化、一站式供应商只有少数几家，行业大部分企业仍以区域性供应商为主，其数量众多、规模较小，资金实力、技术服务实力、管理能力普遍不高。市场过于分散不利于行业内企业发挥规模效应，对行业发展存在不利影响。

（2）专业人才不足

行业近年来快速发展，对专业人才的需求量迅速扩大。办公物资数字化、一站式采购服务行业属于多领域交叉行业，需要营销管理、供应链管理、信息技术等各个领域的人才，同时需要大量的复合型人才，行业内人才储备数量和质量可能无法满足长期增长需要。

（3）大型政企客户议价能力较强

办公物资 B2B 直销行业主要面向大型政企客户，该类客户市场地位较高，行业企业面对大型客户议价能力较弱。未来，随着经营规模扩张、数字化技术增强、竞争力提升，行业优质企业有望获得更高的议价能力，但从整体来看，市场定价仍旧受到大型客户主导。

（六）行业周期性、区域性和季节性特征

1、周期性

本行业下游市场需求具有刚性特征，没有明显的周期性。

2、区域性

本行业终端用户分布于全国各地，没有明显的地域性。

3、季节性

行业下游客户主要是大型央国企、政府单位、事业单位、金融机构，该类客户通常在第一季度确定全年采购预算和招投标计划，下半年物资采购相比上半年更加集中，行业存在一定的季节性。

（七）公司所处行业与上下游行业的关系

1、上游行业

公司所处行业的上游主要是各类办公物资、员工福利品以及 MRO 产品的生产商。各类办公物资生产厂商众多，市场处于完全竞争状态，且上游领域竞争激烈，产品供应充足，有利于本行业的发展。

2、下游行业

办公物资是各类企业与机构的必需品，公司下游涉及各行各业，没有特定下游行业。从客户群体看，公司下游客户主要来自电网、能源、金融、电信、基建等国民经济支柱行业，其在整体经济中的重要性不言而喻，下游行业的稳定有利于本行业的发展。

三、公司在行业中的竞争地位及竞争优势

（一）公司的市场地位

自成立以来，公司始终专注于为大型政企客户提供办公物资数字化、一站式采购服务，经过近十年的发展，已成为 B2B 直销领域的主要企业之一。2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯连续进入由中国企业联合会、中国企业家协会公布的“中国服务业企业 500 强”名单，分别位列第 492 位、491 位、474 位。

在政策推动、行业持续壮大的背景下，公司经营规模逐步扩大，客户获取能力、合作黏性不断提升、供应链网络覆盖广度逐步拓宽，形成了较为明显的规模效应。目前，公司已累计服务近 30 家央企、20 余个省级政采项目、20 余家大型金融机构。

大型政企客户办公物资市场虽总量庞大，但由于数字化采购覆盖的单位和品类均有待发展，目前行业的总体供应结构仍处于高度分散的状态，尚未出现绝对意义上的领头羊。就目前已经实现数字化、一站式采购的客户来看，齐心集团、晨光股份、得力集团、欧菲斯以及京东中标频繁、中标规模较大，属于本行业的第一梯队。根据可查询的公开信息，近五年，98 家央企主要的办公物资数字化集中采购项目入围情况如下：

客户名称	项目名称	参与者 A	参与者 B	欧菲斯 [®] OFFICE MATE	参与者 C	参与者 D	参与者 E	参与者 F	参与者 G	参与者 H	参与者 I	参与者 J
总入围次数		59	56	53	42	39	26	15	31	18	19	8
国家电网	国家电网有限公司 2019 年办公类物资框架采购项目	√	√	√	√	√	√	√			√	
	国家电网有限公司 2020 年办公类物资框架采购项目	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
	国家电网有限公司 2021 年办公类物资框架采购项目	√	√	√	√		√	√	√	√	√	
	国家电网有限公司 2022 年第三十九批采购（办公类物资框架竞争性谈判采购）	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
南方电网	中国南方电网有限责任公司电子商城 2022 年办公等通用类物资电商化采购项目	√	√	√	√	√			√	√		√
	中国南方电网有限责任公司电子商城 2021 年办公等通用类物资电商化采购项目	√	√	√	√		√		√			√
	中国南方电网有限责任公司电子商城 2019 至 2020 年办公等通用类物资电商化采购项目	√		√	√	√		√	√	√	√	
	中国南方电网有限责任公司电子商城 2017 至 2018 年办公等通用类物资采购项目	√	√		√	√	√	√		√	√	
中国移动	中国移动 2019 年至 2022 年电商平台合作伙伴集中采购项目	√	√	√	√		√	√				
	中国移动 2019 年打印机及多功能一体机产品集中采购项目		√									
	中国移动 2021 年至 2022 年打印机及多功能一体机产品集中采购项目		√				√					
	中国移动 2022 年至 2025 年电商平台行政办公类第四期合作伙伴集中采购	√	√	√	√	√	√		√			
中国石油	2019 年中国石油非生产性物资电商采购		√	√	√		√	√		√	√	
中国烟草	中国烟草实业发展中心所属企业定点采购电商联合招标项目（2019 年）			√								
	中国烟草实业发展中心所属企业及关联企业电商采购联合招标项目（2021 年）					√		√				
中国航空工业	中国航空工业差旅平台办公用品供应商入围招标（2021 年）	√	√	√	√	√						
	航空工业电子采购平台电子超市生产辅料(MRO)供应商资格入围招标项目（2019 年）	√			√				√			
	航空工业电子采购平台电子超市专区生产辅料电商供应商入围招标（2022 年）	√		√	√	√			√			
中国邮政集团	中国邮政集团公司第三方电商平台采购项目（2019 年）	√	√		√	√	√					
	中国邮政第三方电商平台服务采购项目（2022 年）	√	√	√	√		√		√			√
中国石化	中国石化 2017-2018 年度日化用品框架协议集中采购项目	√		√							√	
	中国石化 2017-2018 年度办公用品集中采购项目	√	√	√	√							

	中石化 2018 年度框架协议桌上办公用品及耗材	√	√	√	√					√	√	
	中国石化 2019 年办公用品框架协议项目	√	√	√	√					√		
	中国石化 2019 年日化用品框架协议采购预案	√		√					√			
	第五期中国石化办公用品框架协议项目	√	√	√	√			√				
	第五期中国石化日化用品框架协议项目	√	√	√	√				√			
	中石化 2020 年度电子办公用品框架协议项目	√			√						√	
	中石化 2020 年度家用电器框架协议项目	√		√	√		√		√			
	中石化 2021 年度电子办公用品框架协议项目	√		√	√				√			
	中国石化第六期办公用品框架协议集团集中采购	√	√		√				√	√		
	中国石化第六期日化用品框架协议集团集中采购	√	√	√	√				√	√		
中国联通	2018 年中国联通电子商城电子超市品牌商店办公用品供应商公开招募	√	√		√							
	中国联通电子商城电子超市自营电商项目（2019 年）	√	√	√	√	√	√	√	√			
华能集团	中国华能集团公司电子商城 2022 年-2024 年第三方超市供应商选聘项目	√	√	√	√	√	√		√		√	
	华能集团公司电子商城自营超市专区上线产品采购项目（第 2 轮询价）	√		√					√	√		√
	中国华能集团有限公司电子商务平台电子商城二期办公用品标段供应商采购		√			√	√					
	中国华能集团有限公司电子商务平台电子商城二期通用易耗品标段供应商采购		√		√							
南方航空	阳光商城办公用品、设备等通用类物资采购项目（2020 年）		√	√	√			√				
	南航 2022 年度阳光商城办公用品、设备等通用类物资采购项目	√	√		√							
东方航空	中国东方航空集团有限公司引入办公用品供应商（自带电商平台）采购项目	√										
	东航集团办公设备集中采购项目	√	√	√								
中海油	中海油集采中心-办公用品及设备品类-办公生活用品及耗材一批	√			√					√		
中国电建	中国电力建设股份有限公司电建商城通用办公及工业品类物资框架集中采购	√	√	√	√	√	√		√	√		√
	中国电建股份公司电建商城通用办公及工业品类物资框架集中采购项目		√	√	√	√	√		√	√	√	
中国电子科技	中国电子科技集团有限公司 2022-2023 年度办公用品集中采购	√		√	√	√						

中国通号	中国铁路通信信号股份有限公司办公设备、办公用品采购招标			√								
大唐集团	中国大唐集团公司 2020-2022 年度办公类物资平台竞争性谈判采购	√	√	√		√			√		√	
	中国大唐集团公司 2019-2021 年度工业品平台竞争性谈判采购		√	√		√					√	
中国能建	中国能建 2022-2024 年办公用品及办公设备集中采购	√	√		√	√			√		√	
	中国能建 2020-2022 年办公用品及办公设备集中采购	√	√	√		√	√		√			
	中国能建 2017 至 2019 年度办公用品及办公设备集中采购	√	√		√	√		√				
中国航油	中国航空油料集团有限公司电商服务供应商入围项目（2022）	√		√		√						
	中国航空油料集团有限公司电商服务供应商入围项目		√	√						√		
中国中化	中国中化办公用品供应商入围项目（2023）	√	√	√			√					
	中国中化办公设备入围项目（2023）		√	√								
	中国中化股份有限公司办公设备类入围项目	√	√	√		√						
	中国中化股份有限公司办公用品类入围项目	√	√	√						√		
招商局集团	深圳招商到家汇科技有限公司采购企业集采电商平台项目		√	√		√						
中节能	中国节能环保集团有限公司工业品电子商城服务商选聘			√		√						
	中国节能环保集团有限公司办公用品电子商城服务商选聘	√	√			√						
中国有色	中国有色集团电子商城平台第三方电商入围	√	√	√	√	√	√	√	√			
中核集团	中核集团 2023-2024 年度通用物资第三方电商引入项目	√	√								√	
	中核集团 2022 年度电子商城办公类第三方供应商引入项目	√	√			√						
	中核集团 2021-2022 年电子商城 MRO 工业品电商引入项目（第二次）	√	√			√					√	
	中核集团电子商城办公类第三方供应商二期引入项目（2020 年）	√	√	√		√	√		√		√	
中国航发	中国航发网上商城电子超市专区办公用品、生产辅料供应商招标入围	√	√	√	√	√			√			
	航发网上商城电子超市 MRO 类电商平台供应商资格入围招标					√			√			
华润集团	华润非招采购平台零星物资采购系统外部电商引入	√	√			√	√			√		
中国中车	中国中车集团“中车智程”电商平台供应商增补项目	√	√						√			
	中国中车 2021 年度工具类电商平台集中采购项目	√		√		√	√					√
中国电信	中国电信 2021 年电商合作项目		√			√						

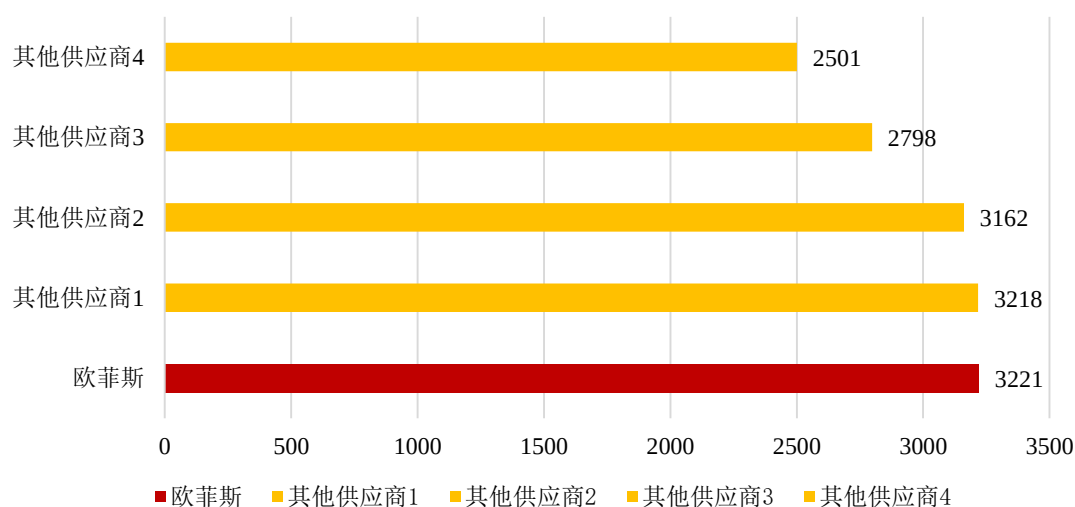
中国国航	中国国际航空股份有限公司电商平台补充协议项目	√		√			√					√
中国交建	中国交通建设集团有限公司 2022-2023 年度办公类物资集中采购	√	√	√	√	√			√			
中国中煤能源集团	中煤易购商城外部电商引入项目采购项目包 1MRO 类		√	√		√						
中国林业集团	中国林业集团有限公司 2022 年第一批物资类供应商入库项目	√		√			√	√	√		√	
中国铝业集团	中铝物资供销有限公司互联网采购平台第三方电商平台接入项目	√	√	√	√	√						

注 1：上述招投标中标信息系由公开渠道信息查询、统计取得，查询范围为全部 98 家央企，且主要选取与欧菲斯主业相关、影响力大、覆盖面广的全国性、重点区域项目，并非上述从业者在报告期内的所有中标项目信息。上述项目中，除已列明入围参与者外，可能仍存在其他参与者入围，但因其总体中标次数较少，比较意义不大，故而未列示。

注 2：上述参与者 A 至 J 均为本行业较为主要的经营者。

由上表可以看出，近五年，在 98 家央企主要的办公物资数字化集中采购项目中，欧菲斯入围次数达 53 次，与行业内主要企业的 50 次左右没有重大差异，处于行业的第一梯队。

从对单个项目销售额排名情况亦能够体现欧菲斯作为行业主要企业的地位。报告期内，国家税务总局始终为欧菲斯主要客户，合作关系稳定。国家税务总局于 2018 年开始建立税务采购网上商城，于同年 6 月 1 日正式上线运行，入围供应商包括苏宁、京东、欧菲斯等 10 家。根据《中国公共采购发展报告（2021）》相关数据，截至 2020 年 9 月，欧菲斯累计服务国税分支机构数量达 3,221 家，在全部入围供应商中排名第一，具体如下：



数据来源：《中国公共采购发展报告（2021）》

（二）公司的竞争优势

1、先发及专业化优势

欧菲斯自成立以来，始终专注于办公物资 B2B 直销市场，是最早洞悉并进入大客户数字化采购市场的企业之一，从中积累了深厚的行业经验。在以大型政企客户为主要群体的办公物资 B2B 直销市场，先发优势的重要性突出的体现在以下几个方面：

- **起步早的企业更易积累项目履历经验，从而在市场开拓中获取优势。**
行业起步之初，市场参与者较少，竞争环境相对宽松，且所有企业均位于同一起跑线，业务履历方面并无多寡之分，先行进入市场的企业入围项目较为容易。行业经过近十年发展，大型政企客户数字化一站式采购规则日臻完善，对供应商入围要求不断提升，先发企业具有丰富的项目经验，入围项目相比新进入者更为容易。
- **起步早的企业更易深入了解各类客户的需求趋势，从而在商品配置、后续服务中赢得客户青睐、增加合作黏性。**由于办公物资品类、品牌繁多，客户逐项挑选需耗费大量时间精力，而公司作为专业供应商，熟悉市场上各类产品中主要品牌的特点，可以在客户采购计划的基础上，为客户精选产品目录，供客户快速选择，助其提升采购效率。
- **起步早的企业更易深度融入客户的采购习惯，从而在业务配合上更为顺畅，获得客户认同。**大型政企客户对采购合规性的要求普遍较高。欧菲斯长期服务大型政企客户，深刻理解客户采购所需遵循的各项规章制度，具有较强的合规意识，并积极拥抱客户的采购数字化改革进程，能够主动的在业务开展中助力客户实现更为精细化、合规化的采购管理，取得客户认同。
- **起步早的企业更有实力在信息系统、人才引进、仓储配送能力上加大投入，从而进一步增强竞争力。**在行业快速发展的过程中，起步早的企业营业规模纷纷水涨船高，获得了较为丰厚的回报，积累了较强实力，有能力在数字化信息系统、仓储配送能力等方面加大投入，并引进更多的数字化技术人才，在行业数字化进一步深化发展的趋势下巩

固先发优势。

2、客户资源及项目履历优势

与大型客户的持续合作，是对供应商经营能力的全面考验。一方面，大型政企客户遴选供应商时，对供应商的经营实力、过往经验、信息系统建设等均提出较高的要求，在这些方面没有过硬积累的企业一般无法入围。另一方面，大型政企客户对交付及时性、商品质量等要求严格，在历史合作中口碑不良的供应商难以持续保持合作。

报告期内，公司客户群体始终以大型政企客户为主，且客户结构稳定，与主要客户均可实现长期合作。依托自身较强的产品供应能力与供应链管理能力和公司逐步建立起良好的业界口碑，报告期内连续入围国家税务总局以及广东、重庆、辽宁等十余个省级政府采购商城项目，累计入围国家电网、中国石油等央企以及工商银行、农业银行等大型金融机构的一体化办公物资采购项目数十次。优质客户的积累与丰富的项目履历，为公司的持续稳定发展打下了坚实的基础，是公司市场竞争能力的较佳体现。

3、产品品类优势

公司销售的产品品类丰富，涵盖 6 大品类，囊括近 40 个商品类别、近 50 万 SKU，能够满足大型政企客户的办公物资一站式采购需求。

公司供应商包括各类产品的生产厂商及经销商。依托多年的经营和规模优势，取得了华为、惠普、飞利浦、格之格等众多国内外知名品牌的授权。截至目前，欧菲斯已取得的主要知名品牌代理权情况如下：

产品类型	品牌	授权企业	授权有效期	授权地区	授权类型	授权产品类型
办公设备	华为/HUAWEI	华为终端有限公司	2023.06.30	全国	经销商	华为商用笔记本电脑、商用台式机、商用打印机、商用平板、商用智慧屏、商用穿戴、商用音频、商用配件、华为擎云系列产品
	微软/Microsoft	广州翰通答电子科技有限公司	2023.12.31	全国	经销商	品牌全系列
	罗技/LOGITECH	罗技（中国）科技有限公司	2023.09.30	全国	经销商	品牌全系列
	希捷	北京万福祥瑞商贸有限责任公司	2023.06.30	全国	经销商	硬盘系列
	方正	方正国际软件（北京）有限公司	—	全国	项目授权	一体机、台式计算机、液晶显示器
	AOC	武汉艾德蒙科技股份有限	2023.12.31	全国	经销商	品牌全系列

产品类型	品牌	授权企业	授权有效期	授权地区	授权类型	授权产品类型
		公司				
	索尼/SONY	索尼（中国）有限公司	—	全国	项目授权	投影机
	金士顿	深圳市新恒盈科技有限公司	2023.12.31	全国	经销商	品牌全系列
	惠普/HP	沈阳志普联合商贸有限公司	2023.12.31	全国	经销商	光盘
	爱普生/EPSON	爱普生（中国）有限公司	—	全国	经销商	品牌全系列
	飞利浦/PHILIPS	飞生（上海）电子科技有限公司	2023.12.31	全国	经销商	品牌全系列
	海康威视	杭州海康威视数字技术股份有限公司	2023.12.31	全国	经销商	品牌全系列
	齐心	深圳齐心集团股份有限公司	2023.12.31	上海、重庆、成都	经销商	齐心品牌产品
	格之格	珠海格之格数码科技有限公司	2023.12.31	全国	经销商	格之格 plus+系列产品、标准版系列产品
	得力/deli	得力集团有限公司	2023.12.31	全国	经销商	品牌全系列
	扬帆耐立	北京扬帆耐力贸易有限公司	2023.12.31	全国	经销商	打印耗材
家具	山业	山业（上海）商贸有限公司	2023.12.31	全国	经销商	全品类
	磷贝	上海磷贝实业有限公司	2023.07.14	上海	经销商	全品类
电器	公牛	上海公牛电器有限公司	2023.12.31	全国	经销商	全品类
	盆景/BONSAI	广东邦泽创科电器股份有限公司	2023.12.31	全国	经销商	碎纸机，装订机系列
	科密	东莞市澳博办公用品贸易有限公司	2023.12.31	全国	经销商	科密品牌碎纸机，装订机；品牌全系列
生活用品	茶花	成都茶花家居用品有限公司	2023.12.31	全国	经销商	全品类
	洁柔	中顺洁柔纸业股份有限公司	2023.12.31	广东省	经销商	生活用纸产品
	罗莱家纺	上海罗莱生活科技有限公司	2023.12.31	全国	经销商	床上用品
	蓝月亮	蓝月亮（中国）有限公司	2023.12.31	全国	欧菲斯商城授权	蓝月亮、卫诺、蓝色月光品牌产品

4、数字化技术优势

公司已建立起一支务实、高效、贴近业务的技术团队，自主建设了订单、物流、采购、交付、收款等各个业务环节的信息系统，有效的提升了公司的运营效率，现已构成公司业务开展的基础设施，为公司在 B2B 直销行业长久发展奠定了坚实基础。

公司始终重视既有业务系统的不断迭代更新，以适应经营环境与业务流程的新变化，形成了多项成果。截至目前，公司拥有计算机软件著作权共 85 项，自主开发的多个系统已围绕 SAP 形成了覆盖全面、互联互通、运行高效的信息

系统基础设施，促使公司系统与客户、供应商的信息系统完成数字化衔接，进一步提升订单传递与交付组织效率。

5、供应链网络优势

目前，公司已初步构建起较为完善的产品销售、采购服务网络，具有一定的供应链网络覆盖优势。公司拥有超过 1,400 人的销售及交付服务团队，销售渠道已覆盖大量二、三线城市，并触及大量县区。较为健全的服务网络为客户提供本地化的专业服务，为公司与客户建立了畅通的沟通渠道。

公司已在长三角、珠三角、成渝地区等国内主要发达地区建立子公司并设有省级仓库，为核心地区的主要客户提供销售服务及交付服务。此外，欧菲斯已构建一个由 4,000 多家合作商组成的合作商供应链体系，属地化触角遍布各地、下沉区县，为各大型政企客户的分支机构提供本地化服务，是公司供应链网络的重要组成部分。

6、管理团队优势

公司核心管理团队从业多年，拥有丰富的办公物资领域管理和运营经验，对行业客户的需求特点、行业的未来发展趋势，特别是数字化技术对行业的影响与改造有着深入理解。同时，公司及子公司管理团队对公司战略发展方向和业务总体规划有着高度一致的认识，确保公司能够按照统一的总体战略规划蓝图健康发展。此外，各子公司主要管理人员均间接持有公司股权，对于在各自区域内开拓业务、服务客户具有充分的积极性，有效避免了企业代理人道德风险。

报告期内，公司人才队伍不断壮大，员工总人数 2,000 多人，其中大专以上学历超过 1,700 人。公司一贯重视人才培养，频繁组织各类培训，其内容涵盖技术、业务、个人发展等，鼓励团队实现全面发展。人才队伍的建设壮大，是公司业务持续发展的重要动力。

（三）公司的竞争劣势

1、自有品牌产品知名度不高

公司主要销售国内外众多品牌的各类产品，对比晨光股份、齐心集团等传统办公用品生产厂商，公司不经营办公产品生产，自有品牌相对较少，存在一

定的竞争劣势。

2、融资渠道单一

自创立以来，公司主要依靠股东投入、经营积累和银行贷款的方式解决发展所需的资金。目前，公司经营规模扩大、供应链网络建设、信息系统提升等都需要大量长期资金投入，融资渠道的不足制约了公司的长期发展。

3、自有仓储、物流能力亟待完善

随着近年来公司业务规模的不断扩大，客户地域分布越发分散，且公司仓储设施尚未实现完全的自动化，目前的自有仓储、物流能力在一定程度上制约了公司自营业务的扩张，亟待完善。

（四）发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、关键业务数据及指标等方面的比较情况

1、经营情况比较

发行人同行业可比公司齐心集团、晨光股份、广博股份均以办公用品的制造为其主业之一，同时经营办公物资 B2B 直销业务，其中：

齐心集团近年来专注于发展 B2B 直销业务，报告期内 B2B 相关业务收入占其营业收入比例始终高于 97%；

晨光股份传统业务主要为书写工具、文具的设计、研发、制造和销售，近年来大力发展 B2B 直销业务、零售大店业务等新业务，其中 B2B 直销业务收入增长迅速，2022 年，其 B2B 直销业务规模已过百亿，成为其主要收入来源；

广博股份业务相对多元化，经营内容涵盖办公文具制造销售、创意文具、办公直销等文教办公用品相关业务。2022 年，其办公直销业务规模增长明显，已突破十亿元。

2、市场地位比较

目前为止，行业尚无权威机构发布的市场排名或市场占有率数据，但经统计近五年来 98 家央企主要的数字化采购项目入围供应商情况，晨光股份、齐心集团、欧菲斯均属于入围项目较多的企业，位列本行业第一梯队。

3、关键业务数据及指标的比较

公司的关键业务数据及指标主要为 B2B 相关业务的营业收入、毛利率，发行人与同行业可比公司在上述指标的对比情况如下：

单位：万元、%

指标	公司	2022 年	2021 年	2020 年
B2B 相关业务营业收入	齐心集团（B2B）	848,267.00	806,522.63	777,313.88
	晨光股份（晨光科力普）	1,092,965.31	776,565.05	500,027.59
	广博股份（办公直销类）	102,818.62	30,668.75	29,014.43
	欧菲斯（B2B 直销+批发）	812,768.19	764,859.82	642,115.44
B2B 相关业务毛利率	齐心集团（B2B）	9.58%	10.42%	13.24%
	晨光股份（晨光科力普）	8.35%	9.37%	10.98%
	广博股份（办公直销类）	4.04%	5.29%	4.48%
	欧菲斯（B2B 直销+批发）	8.27%	8.09%	9.09%

四、公司的销售情况及主要客户

（一）总体销售情况

1、按销售模式划分

公司的销售模式包括 B2B 直销、批发、零售，报告期各期，按上述销售模式划分的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元、%

业务模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
B2B 直销	673,828.85	82.57	641,651.92	83.57	564,096.45	87.56
批发	138,939.33	17.03	123,207.90	16.05	78,018.99	12.11
零售	3,302.38	0.40	2,952.33	0.38	2,112.50	0.33
合计	816,070.57	100.00	767,812.14	100.00	644,227.94	100.00

B2B 直销是公司的主要销售模式，2020 年、2021 年及 2022 年，B2B 直销模式的销售收入占主营业务收入的比重分别为 87.56%、83.57%、82.57%，各年占比均在 80%以上，是公司业务收入的主要来源。

批发模式是公司业务的重要组成部分，2020 年、2021 年及 2022 年，欧菲斯批发业务销售占主营业务收入的比重分别为 12.11%、16.05%、17.03%。

公司各业务模式销售收入变动的分析详见本招股说明书“第六节 财务会计

信息与管理层分析”之“十、（二）、2、主营业务收入的业务模式构成及其变动情况”。

2、按品类划分

公司主要销售的商品品类包括办公设备及周边、办公耗材、生活用品、办公电器、MRO 等，按上述品类及其内部商品类别划分的主营业务收入构成情况请参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（二）、3、主营业务收入的品类构成及其变动情况”。

3、按销售地域划分

公司商品的销售区域涵盖除中国香港、中国澳门、中国台湾地区以外的全国各省、自治区、直辖市，按销售地域划分的产品销售收入构成情况如下：

单位：万元、%

地域	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	252,499.02	30.94	237,833.70	30.98	184,523.47	28.64
西南地区	129,697.75	15.89	118,225.82	15.40	98,623.70	15.31
华北地区	118,120.11	14.47	102,417.52	13.34	110,417.05	17.14
东北地区	96,682.25	11.85	92,081.26	11.99	87,167.33	13.53
华南地区	96,478.76	11.82	90,003.53	11.72	64,869.69	10.07
西北地区	67,211.25	8.24	77,685.01	10.12	55,855.48	8.67
华中地区	55,381.44	6.79	49,565.30	6.46	42,771.23	6.64
合计	816,070.57	100.00	767,812.14	100.00	644,227.94	100.00

注：七大行政地理分区分别为华北地区（北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区）、东北地区（黑龙江省、吉林省、辽宁省）、华东地区（上海市、江苏省、浙江省、安徽省、江西省、山东省、福建省）、华中地区（河南省、湖北省、湖南省）、华南地区（广东省、广西壮族自治区、海南省）、西南地区（重庆市、四川省、贵州省、云南省、西藏自治区）和西北地区（陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区）。前述地域划分不包括中华人民共和国香港特别行政区、中华人民共和国澳门特别行政区以及中国台湾地区，下同。

（二）主要客户情况

1、报告期内前五大客户

单位：万元、%

2022 年

序号	合并客户	是否关联方	销售金额	占比
1	国家电网	否	110,759.91	13.57
2	中国石油	否	62,996.80	7.72
3	江苏省人民政府	否	62,754.49	7.69
4	国家税务总局	否	40,854.75	5.01
5	南方电网	否	35,700.33	4.37
合计			313,066.28	38.35
2021 年				
序号	合并客户	是否关联方	销售金额	占比
1	国家电网	否	110,404.14	14.38
2	中国石油	否	66,425.43	8.65
3	江苏省人民政府	否	59,913.85	7.80
4	国家税务总局	否	44,102.02	5.74
5	南方电网	否	26,647.25	3.47
合计			307,492.69	40.04
2020 年				
序号	合并客户	是否关联方	销售金额	占比
1	国家电网	否	101,674.72	15.78
2	中国石油	否	48,324.31	7.50
3	国家税务总局	否	47,174.35	7.32
4	江苏省人民政府	否	39,534.08	6.14
5	南方电网	否	15,685.11	2.42
合计			252,392.57	39.16

注：上表的“合并客户”：为企业法人的，包括其控制或管理的企业集团体系内子公司、分公司或分支机构；为政府或国家机关的，包括其下辖管理并纳入省级政采、统一集采范围的各级分支机构或由其管理的各类事业单位，下同。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过销售总额 50%或严重依赖于少数客户的情形。前五大客户与发行人不存在关联关系，公司及公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述客户中均未拥有权益。

2020 年、2021 年、2022 年，公司对前五大客户销售实现的收入金额占主营业务收入的占比分别为 39.16%、40.04%、38.35%，占比稳定在 35%至 40%之间。

报告期内，公司前五大客户保持稳定，且均为央企或政府单位，销售实际触达的是客户的分支机构。由于大型政企客户分支机构众多，公司对主要客户的各个分支机构单体销售金额较为分散，2020年、2021年、2022年，公司前五大客户下属的主要分支机构及销售额如下：

①2022年前五大客户的主要分支机构及销售额

单位：万元、%

序号	合并客户	客户分支机构	销售金额	占合并客户比例
1	国家电网	国网电商科技有限公司/国网智联电商有限公司	16,567.11	14.96
		国网上海市电力公司	11,284.81	10.19
		国网江苏省电力有限公司	3,830.37	3.46
		国网辽宁省电力有限公司	2,696.69	2.43
		国网河北省电力有限公司物资分公司	2,197.93	1.98
		合计	36,576.91	33.02
2	中国石油	华北石油管理局有限公司	3,895.02	6.18
		中国石油天然气股份有限公司长庆油田分公司	2,985.33	4.74
		中国石油天然气股份有限公司青海油田分公司	2,984.63	4.74
		中国石油运输有限公司物联网分公司	2,503.20	3.97
		吉林石油集团有限责任公司	1,752.80	2.78
		合计	14,120.98	22.42
3	江苏省人民政府	江苏省特种设备安全监督检验研究院	1,116.36	1.78
		南京市退役军人事务局	1,028.03	1.64
		泰州医药高新技术产业开发区（泰州市高港区）卫生健康委员会	925.30	1.47
		南京审计大学	631.97	1.01
		南京市江北新区管理委员会教育和社会保障局	626.92	1.00
		合计	4,328.59	6.90
4	国家税务总局	国家税务总局北京市朝阳区税务局	354.36	0.87
		国家税务总局甘肃省税务局	296.76	0.73
		国家税务总局南通市税务局	205.94	0.50
		国家税务总局深圳市龙岗区税务局	197.47	0.48
		国家税务总局辽宁省税务局	189.46	0.46
		合计	1,243.99	3.04
5	南方电网	广东电网有限责任公司珠海供电局	1,360.72	3.81

		广州供电局有限公司	1,042.23	2.92
		深圳供电局有限公司	961.38	2.69
		广东电网有限责任公司茂名供电局	943.49	2.64
		广东电网有限责任公司东莞供电局	842.56	2.36
		合计	5,150.39	14.43

注 1：上表的“合并客户”：为企业法人的，包括其控制或管理的企业集团体系内子公司、分公司或分支机构；为政府或国家机关的，包括其下辖管理并纳入省级政采、统一集采范围的各级分支机构或由其管理的各类事业单位，下同。

注 2：对于上表中的政府机构客户，将其管辖的事业单位合并其范围内披露，主要是考虑：（1）从管辖地域看，该等事业单位属于该地域登记管辖；（2）从业务实质及经营情况看，该等事业单位属于相关的政府集采项目范围。下同。

②2021 年前五大客户的主要分支机构及销售额

单位：万元、%

序号	合并客户名称	客户分支机构	销售金额	占合并客户比例
1	国家电网	国网电商科技有限公司/国网智联电商有限公司	10,462.07	9.48
		国网上海市电力公司	9,095.45	8.24
		国网江苏省电力有限公司	6,140.87	5.56
		国网辽宁省电力有限公司	3,150.32	2.85
		国网河北省电力有限公司物资分公司	1,976.58	1.79
		合计	30,825.29	27.92
2	中国石油	新疆石油管理局有限公司	8,492.60	12.79
		吉林石油集团有限责任公司	3,906.17	5.88
		华北石油管理局有限公司	3,643.62	5.49
		中国石油天然气股份有限公司塔里木油田分公司	2,540.95	3.83
		中国石油天然气股份有限公司长庆油田分公司	2,263.83	3.41
		合计	20,847.17	31.40
3	江苏省人民政府	南京市江北新区管理委员会教育局和社会保障局	1,145.69	1.91
		南京市浦口区人民政府沿江街道办事处	567.80	0.95
		江苏省特种设备安全监督检验研究院	567.48	0.95
		南京信息职业技术学院	527.35	0.88
		南京艺术学院	509.22	0.85
		合计	3,317.55	5.54
4	国家税务总局	国家税务总局北京市朝阳区税务局	260.17	0.59
		国家税务总局深圳市龙岗区税务局	256.38	0.58
		国家税务总局临汾市税务局	234.33	0.53

		国家税务总局大同经济技术开发区税务局	231.92	0.53
		国家税务总局广西壮族自治区税务局	230.62	0.52
		合计	1,213.42	2.75
5	南方电网	广西电网有限责任公司南宁供电局	1,452.19	5.45
		广西电网有限责任公司桂林供电局	933.85	3.50
		广州供电局有限公司	639.80	2.40
		中国南方电网有限责任公司超高压输电公司	587.30	2.20
		广东电网有限责任公司湛江供电局	479.20	1.80
		合计	4,092.34	15.36

③2020年前五大客户的主要分支机构及销售额

单位：万元、%

序号	合并客户名称	客户分支机构	销售金额	占合并客户比例
1	国家电网	国网电商科技有限公司/国网智联电商有限公司	8,884.85	8.74
		国网上海市电力公司	5,512.84	5.42
		国网江苏省电力有限公司	5,442.55	5.35
		国网辽宁省电力有限公司	3,196.98	3.14
		国网河北省电力有限公司物资分公司	2,461.01	2.42
		合计	25,498.23	25.08
2	中国石油	中国石油天然气股份有限公司长庆油田分公司	3,517.77	7.28
		新疆石油管理局有限公司	3,368.48	6.97
		大庆油田物资公司	2,527.78	5.23
		华北石油管理局有限公司	2,194.66	4.54
		辽河石油勘探局有限公司物资分公司	2,040.25	4.22
		合计	13,648.94	28.24
3	国家税务总局	国家税务总局黑龙江省税务局	461.38	0.98
		国家税务总局吉林省税务局	421.36	0.89
		国家税务总局大同市税务局	263.16	0.56
		国家税务总局临汾市税务局	245.91	0.52
		国家税务总局深圳市龙岗区税务局	233.74	0.50
		合计	1,625.54	3.44
4	江苏省人民政府	南京市退役军人事务局	1,110.30	2.81
		南京市栖霞区教育局	750.39	1.90
		江苏省退役军人事务厅	579.56	1.47

		南京信息工程大学	540.49	1.37
		南京信息职业技术学院	458.86	1.16
		合计	3,439.60	8.70
5	南方电网	广东电网有限责任公司东莞供电局	655.28	4.18
		广西电网有限责任公司南宁供电局	637.72	4.07
		广东电网有限责任公司惠州供电局	482.72	3.08
		广东电网有限责任公司江门供电局	327.09	2.09
		中国南方电网有限责任公司超高压输电公司	324.42	2.07
		合计	2,427.23	15.49

2、B2B 直销模式前十大客户

单位：万元、%

年度	序号	客户名称	是否关联方	销售金额	B2B直销占比
2022年	1	国家电网	否	110,759.91	16.44
	2	中国石油	否	62,996.80	9.35
	3	江苏省人民政府	否	62,754.49	9.31
	4	国家税务总局	否	40,854.75	6.06
	5	南方电网	否	35,700.33	5.30
	6	中国移动	否	22,627.66	3.36
	7	农业银行	否	22,143.60	3.29
	8	中国电建	否	20,239.38	3.00
	9	中航工业	否	16,209.57	2.41
	10	中国建筑	否	15,090.52	2.24
		合计	-	409,377.01	60.76
2021年	1	国家电网	否	110,404.14	17.21
	2	中国石油	否	66,425.43	10.35
	3	江苏省人民政府	否	59,913.85	9.34
	4	国家税务总局	否	44,102.02	6.87
	5	南方电网	否	26,647.25	4.15
	6	中国移动	否	20,887.32	3.26
	7	中国烟草	否	11,972.72	1.87
	8	重庆市人民政府	否	10,747.12	1.67
	9	中航工业	否	10,590.32	1.65
	10	广发银行	否	9,330.98	1.45
		合计	-	371,021.15	57.82

2020年	1	国家电网	否	101,674.72	18.02
	2	中国石油	否	48,324.31	8.57
	3	国家税务总局	否	47,174.35	8.36
	4	江苏省人民政府	否	39,534.08	7.01
	5	南方电网	否	15,685.11	2.78
	6	中国移动	否	13,787.45	2.44
	7	中国烟草	否	12,813.17	2.27
	8	重庆市人民政府	否	10,002.33	1.77
	9	广东省人民政府	否	8,462.75	1.50
	10	工商银行	否	8,145.37	1.44
	合计		-	305,603.64	54.16

2020年、2021年、2022年，公司直销模式前十大客户的销售金额占该模式总销售收入的比例分别为54.16%、57.82%、60.76%，基本保持稳定。

报告期内，公司前十大 B2B 直销客户全部为中央企业、大型金融机构和政府机构、事业单位，客户群体优质。该类客户下属分支机构众多，办公物资采购需求总量庞大、稳定，公司最近三年的 B2B 直销主要客户未发生重大变化。上述 B2B 直销前十大客户变动的分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（二）、2、主营业务收入的业务模式构成及其变动情况”。

3、批发模式前十大客户

单位：万元、%

年度	序号	客户名称	是否关联方	销售金额	批发占比
2022年	1	北京京东世纪贸易有限公司	否	12,331.64	8.88
	2	广州佳同信息科技有限公司	否	5,138.85	3.70
	3	北京信志鸿达科技发展有限公司	否	2,929.94	2.11
	4	上海藏谷纸业有限公司	否	2,297.10	1.65
	5	广州市嘉图科技有限公司	否	1,834.35	1.32
	6	甘肃一诺科技有限责任公司	否	1,547.45	1.11
	7	北京网信吉通科技有限公司	否	1,531.00	1.10
	8	深圳市思高电子有限公司	否	1,525.89	1.10
	9	天津联想超融合科技有限公司	否	1,471.48	1.06
	10	湖北航天信息技术有限公司	否	1,289.84	0.93

	合计			31,897.54	22.96
2021年	1	北京京东世纪贸易有限公司	否	14,608.87	11.86
	2	广州佳同信息科技有限公司	否	6,657.23	5.40
	3	上海藏谷纸业有限公司	否	2,802.52	2.27
	4	广州市嘉图科技有限公司	否	2,602.96	2.11
	5	深圳市达梦星计算机有限公司	否	2,007.56	1.63
	6	广州市新力科技发展有限公司	否	1,610.10	1.31
	7	安徽新美达信息科技有限公司	否	1,213.97	0.99
	8	重庆凌能商贸有限公司	否	1,139.50	0.92
	9	沈阳金泰源商贸有限公司	否	1,120.02	0.91
	10	杭州孚莲信息科技有限公司	否	1,066.66	0.87
	合计			34,829.39	28.27
2020年	1	北京京东世纪贸易有限公司	否	11,850.28	15.19
	2	上海藏谷纸业有限公司	否	2,492.50	3.19
	3	深圳市达梦星计算机有限公司	否	2,227.77	2.86
	4	山西青毅达贸易有限公司	否	1,570.57	2.01
	5	上海今明科技有限公司	否	950.25	1.22
	6	上海昭阳信息技术有限公司	否	913.80	1.17
	7	深圳市瑞智联科技有限公司	否	782.26	1.00
	8	苏州世纪佳印纸业有限公司	否	555.77	0.71
	9	杭州华网信息技术有限公司	否	537.88	0.69
	10	山西华章伟业科贸有限公司	否	519.06	0.67
	合计			22,400.14	28.71

2020年、2021年、2022年，公司批发模式前十大客户的销售金额占该模式总销售收入的比例分别为 28.71%、28.27%和 22.96%。除京东以外，公司批发模式下游客户经营规模普遍不大，批发销售呈现整体分散的态势。并且，由于下游客户需求稳定性不高，公司最近三年批发模式主要客户群体有一定的变化。

上述批发前十大客户变动的分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（二）、2、主营业务收入的业务模式构成及其变动情况”。

五、公司的采购情况及主要供应商

（一）总体采购情况

2020 年、2021 年、2022 年，公司总体采购金额（不含税）分别为 587,761.18 万元、711,318.73 万元、752,027.41 万元，报告期内，公司业务规模不断扩张，采购金额随之上升，2021 年、2022 年，发行人采购规模较之上一年度分别增长 123,557.55 万元、40,708.68 万元，增幅分别为 21.02%、5.72%，与同期商品采购成本增速相匹配。

公司主要采购的品类包括办公设备及周边、办公耗材、生活用品、MRO、办公电器、其他办公物资等，按上述品类划分的采购金额构成情况如下：

单位：万元、%

品类/商品类别	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
办公设备及周边	216,502.80	28.79	213,490.48	30.01	152,648.24	25.97
办公耗材	143,167.85	19.04	157,004.74	22.07	150,771.31	25.65
生活用品	170,278.10	22.64	143,936.93	20.24	138,409.32	23.55
MRO	130,688.30	17.38	102,262.36	14.38	67,073.47	11.41
办公电器	62,560.16	8.32	58,513.19	8.23	51,950.84	8.84
其他办公物资	28,830.19	3.83	36,111.03	5.08	26,908.00	4.58
总计	752,027.41	100.00	711,318.73	100.00	587,761.18	100.00

（二）主要供应商情况

公司供应商包括各类办公物资生产厂商、代理商、批发商。其中，备货采购供应商主要是生产厂商和大型批发商，合作商主要是各区域具有较强实力的办公物资经营单位。

1、前五大供应商

报告期各期，公司前五大供应商如下表所示：

单位：万元、%

2022 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比
1	惠普（重庆）有限公司	否	71,104.90	9.46
2	芬欧汇川（中国）有限公司	否	15,238.06	2.03
3	航天信息股份有限公司	否	14,475.42	1.92

4	广东和容科技股份有限公司	否	11,629.04	1.55
5	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司/ 湖北众联鑫泰科技有限公司	否	9,751.20	1.30
合计			122,198.62	16.26
2021 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比
1	惠普（重庆）有限公司	否	56,924.86	8.00
2	芬欧汇川（中国）有限公司	否	16,868.79	2.37
3	新疆蓝尚博工贸科技有限公司/新疆明辉利 科技有限公司	否	15,776.78	2.22
4	航天信息股份有限公司	否	12,928.72	1.82
5	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司/ 湖北众联鑫泰科技有限公司	否	7,667.32	1.08
合计			110,166.47	15.49
2020 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比
1	惠普（重庆）有限公司	否	20,504.72	3.49
2	芬欧汇川（中国）有限公司	否	17,045.09	2.90
3	亚太森博（广东）纸业有限公司	否	8,087.33	1.38
4	内蒙古办公伙伴科技有限公司	否	5,932.10	1.01
5	新疆蓝尚博工贸科技有限公司/新疆明辉利 科技有限公司	否	5,594.74	0.95
合计			57,163.98	9.73

注：武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司、湖北众联鑫泰科技有限公司为同一控制下企业；新疆蓝尚博工贸科技有限公司与新疆明辉利科技有限公司为同一控制下企业。

报告期内，公司不存在对单个供应商的采购金额超过同期采购总额 50%或依赖少数供应商的情况。公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有本公司 5%以上股份的股东未在上述供应商中占有任何权益，与上述供应商之间不存在关联关系。

2、备货采购前十大供应商

报告期各期，公司对备货采购前十大供应商的采购金额、占总采购额比例如下表所示：

单位：万元、%

2022 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比

1	惠普（重庆）有限公司	否	71,104.90	9.46
2	芬欧汇川（中国）有限公司	否	15,238.06	2.03
3	斑马贸易（深圳）有限公司	否	5,612.31	0.75
4	百乐贸易（深圳）有限公司	否	4,809.43	0.64
5	河南蓝仓建材有限公司	否	4,796.22	0.64
6	三菱铅笔贸易（上海）有限公司	否	4,500.61	0.60
7	亚太森博（广东）纸业有限公司	否	3,773.38	0.50
8	金红叶纸业集团有限公司	否	2,643.62	0.35
9	北京京东世纪贸易有限公司	否	2,430.16	0.32
10	紫光股份有限公司	否	2,401.11	0.32
合计			117,309.80	15.60
2021 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比
1	惠普（重庆）有限公司	否	56,924.86	8.00
2	芬欧汇川（中国）有限公司	否	16,868.79	2.37
3	亚太森博（广东）纸业有限公司	否	7,261.20	1.02
4	百乐贸易（深圳）有限公司	否	6,993.80	0.98
5	斑马贸易（深圳）有限公司	否	5,403.40	0.76
6	三菱铅笔贸易（上海）有限公司	否	3,817.52	0.54
7	富士胶片实业发展（上海）有限公司	否	2,882.50	0.41
8	伟仕佳杰（重庆）科技有限公司	否	2,829.38	0.40
9	金红叶纸业集团有限公司	否	2,579.89	0.36
10	厦门市美亚柏科信息股份有限公司	否	2,366.89	0.33
合计			107,928.22	15.17
2020 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比
1	惠普（重庆）有限公司	否	20,504.72	3.49
2	芬欧汇川（中国）有限公司	否	17,045.09	2.90
3	亚太森博（广东）纸业有限公司	否	8,087.33	1.38
4	百乐贸易（深圳）有限公司	否	4,813.75	0.82
5	山东晨鸣纸业销售有限公司	否	3,731.31	0.63
6	紫光股份有限公司	否	3,244.54	0.55
7	斑马贸易（深圳）有限公司	否	3,157.85	0.54
8	三菱铅笔贸易（上海）有限公司	否	2,946.46	0.50

9	厦门市美亚柏科信息股份有限公司	否	2,666.07	0.45
10	富士胶片实业发展（上海）有限公司	否	2,489.26	0.42
合计			68,686.38	11.69

报告期各期，公司向备货采购前十大供应商采购金额分别为 68,686.38 万元、107,928.22 万元、117,309.80 万元，占总采购金额的比例分别为 11.69%、15.17%、15.60%，占比逐年上升，主要是惠普整机分销项目的开展，致使向惠普（重庆）有限公司（以下简称“惠普（重庆）”）采购整机的金额增长较快。

2019 年，公司与惠普（重庆）就惠普整机电脑在全国范围的批发销售达成合作意向，并通过自身销售渠道进行批发销售。报告期内，公司惠普整机的批发业务发展较快，2020 年惠普（重庆）即成为公司第一大供应商，2021 年、2022 年公司向惠普（重庆）采购金额达到 56,924.86 万元、71,104.90 万元。

3、前十大合作商

报告期各期，公司对前十大合作商的采购金额、占采购总金额的比例如下表所示：

单位：万元、%

2022 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比
1	航天信息股份有限公司	否	14,475.42	1.92
2	广东和容科技股份有限公司	否	11,629.04	1.55
3	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司/湖北众联鑫泰科技有限公司	否	9,751.20	1.30
4	新疆蓝尚博工贸科技有限公司/新疆明辉利科技有限公司	否	7,242.28	0.96
5	泰州市鼎奕贸易有限公司	否	7,129.17	0.95
6	福建兄弟文仪科技发展股份有限公司	否	5,202.01	0.69
7	山东众立信息技术有限公司	否	4,625.92	0.62
8	河北第九空间科技有限公司	否	4,584.31	0.61
9	合肥先卓科技有限公司	否	4,361.77	0.58
10	伍金网络科技(杭州)有限公司	否	4,185.24	0.56
合计			73,186.36	9.74
2021 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比
1	新疆蓝尚博工贸科技有限公司/新疆明	否	15,776.78	2.22

	辉利科技有限公司			
2	航天信息股份有限公司	否	12,928.72	1.82
3	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司/湖北众联鑫泰科技有限公司	否	7,667.32	1.08
4	福建兄弟文仪科技发展股份有限公司	否	6,118.79	0.86
5	山东众立信息技术有限公司	否	5,474.40	0.77
6	河北第九空间科技有限公司	否	4,638.92	0.65
7	泰州市鼎奕贸易有限公司	否	4,330.51	0.61
8	合肥先卓科技有限公司	否	3,758.73	0.53
9	内蒙古办公伙伴科技有限公司	否	3,718.27	0.52
10	文宜多科技有限公司	否	3,373.85	0.47
合计			67,786.29	9.53
2020 年				
序号	供应商名称	是否关联方	采购金额	占比
1	内蒙古办公伙伴科技有限公司	否	5,932.10	1.01
2	新疆蓝尚博工贸科技有限公司/新疆明辉利科技有限公司	否	5,594.74	0.95
3	文宜多科技有限公司	否	5,504.58	0.94
4	福建兄弟文仪科技发展股份有限公司	否	5,107.33	0.87
5	上海晨光文具股份有限公司	否	4,763.07	0.81
6	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司/湖北众联鑫泰科技有限公司	否	4,614.76	0.79
7	青岛世纪天天办公科技有限公司	否	4,434.76	0.75
8	航天信息股份有限公司	否	4,001.09	0.68
9	陕西世鼎信息科技有限公司	否	3,299.00	0.56
10	山东众立信息技术有限公司	否	3,052.49	0.52
合计			46,303.93	7.88

注：武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司与湖北众联鑫泰科技有限公司为同一控制下企业；新疆蓝尚博工贸科技有限公司与新疆明辉利科技有限公司为同一控制下企业。

合作商是公司供应链网络的一部分，公司向合作商采购，合作商为公司提供属地化直送服务。合作商大部分为区域型办公物资经营单位，货物直送对象为公司在各地区的 B2B 直销客户分支机构，随着各个细分地区 B2B 直销客户需求的变化，公司向该地区合作商的采购也会产生正常波动。

报告期各期，公司向前十大合作商采购金额分别为 46,303.93 万元、67,786.29 万元、73,186.36 万元，各年前十大合作商合计占总采购金额的比重不

足 10%。在具体的 B2B 直销客户分支机构层面，公司的销售结构高度分散，致使公司向合作商采购的整体结构也呈现对应的高度分散局面，具有业务合理性。

（三）主要供应商基本情况、合作情况及变动情况

1、备货采购前十大供应商

（1）基本情况、合作情况

公司各期备货采购前十大供应商的基本情况、与公司的合作情况如下：

供应商名称	成立年度	注册资本	股权结构	主营业务	进入前十大年度
惠普（重庆）有限公司	2009	1,700 万美元	阿尔法控股第二有限公司持股 100%	惠普品牌 PC 生产及销售	2020
芬欧汇川（中国）有限公司	1995	64,871 万美元	芬欧汇川亚太私人有限公司持股 100%	木浆胶版纸和复印纸生产、销售	2020
斑马贸易（深圳）有限公司	2009	301 万美元	斑马株式会社持股 100%	斑马品牌笔具销售	2020
百乐贸易（深圳）有限公司	2004	85 万美元	株式会社百乐持股 100%	百乐品牌笔具及墨水销售	2020
河南蓝仓建材有限公司	2019	500 万元	杨习之、孟垂超分别持股 50.00%	建筑材料、线缆销售	2022
三菱铅笔贸易（上海）有限公司	2010	100 万美元	三菱铅笔株式会社持股 100%	三菱品牌笔具销售	2020
亚太森博（广东）纸业有限公司	2002	57,120.00 万美元	亚太森博国际私人有限公司持股 70.2868%；ASIA SYMBOL RIZHAO PTE.LTD.持股 19.7698%；亚太森博（山东）浆纸有限公司持股 9.9434%	百旺等品牌办公用纸生产、销售	2020
金红叶纸业集团有限公司	1996	134,995 万美元	金光纸业（中国）投资有限公司持股 79.0051%、JO GLOBAL INVESTMENT PTE. LTD. 持股 20.9949%	“清风”、“铂丽雅”等品牌生活用纸的生产、销售	2021
北京京东世纪贸易有限公司	2007	139,798.5564 万美元	境外上市公司京东集团的境内经营主体	大型电子商务平台，主营各类商品批发、零售	2022
紫光股份有限公司	1999	286,007.99 万元	A 股上市公司（000938.SZ）	IT 服务业务：包括智能网络设备、存储系统等硬件设备以及各重点行业的应用软件	2020
富士胶片实业发展（上海）有限公司	1996	800 万美元	富士胶片商业创新（中国）有限公司持股 100%	富士施乐品牌打印机、墨粉等文印设备及其他产品生产、销售	2020
伟仕佳杰（重庆）科技有限公司	2012	13,000 万美元	佳杰科技（中国）有限公司持股 100%	打印机、硒鼓、电脑、工作站、服务器等产品渠道开发与技术集成服务	2021
厦门市美亚柏科信息股份有限公司	1999	80,380.68 万元	深交所创业板上市公司（300188.SZ）	电子数据取证、公安大数据、网络空间安全相关产品、软件研发制造	2020
山东晨鸣纸业销售有限公司	2010	10,000 万元	山东晨鸣纸业集团股份有限公司（000488.SZ）持股 100%	文化纸、铜版纸等纸类产品的生产、销售	2020

注 1：上表“进入前十大年度”系指该供应商第一次进入前十大备货供应商序列的年度，自 2020 年开始统计，下同。

注 2：上表成立年度、注册资本、股权结构信息来源于工商查询信息，下同。

公司主要的备货采购供应商均为各类办公物资的大型厂商或高等级代理商，在电脑整机、办公用纸、笔具、打印机及耗材等细分行业内具有较高的知名度。报告期内，前十大备货采购供应商不存在成立时间较短（进入前十大年度减去成立年度小于等于 2）即成为公司主要供应商的情形。

（2）变动情况

报告期各期，公司向前十大备货采购供应商采购金额及排名变动情况如下：

供应商名称	2022 年		2021 年		2020 年	
	采购金额 (万元)	排名	采购金额 (万元)	排名	采购金额 (万元)	排名
惠普（重庆）有限公司	71,104.90	1	56,924.86	1	20,504.72	1
芬欧汇川（中国）有限公司	15,238.06	2	16,868.79	2	17,045.09	2
斑马贸易（深圳）有限公司	5,612.31	3	5,403.40	5	3,157.84	7
百乐贸易（深圳）有限公司	4,809.43	4	6,993.80	4	4,813.69	4
河南蓝仓建材有限公司	4,796.22	5	-	-	-	-
三菱铅笔贸易（上海）有限公司	4,500.61	6	3,817.52	6	2,946.46	8
亚太森博（广东）纸业有限公司	3,773.38	7	7,261.20	3	8,087.33	3
金红叶纸业集团有限公司	2,643.62	8	2,579.89	9	2,137.08	12
北京京东世纪贸易有限公司	2,430.16	9	1,366.71	17	1,038.34	20
紫光股份有限公司	2,401.11	10	2,274.90	11	3,244.54	6
富士胶片实业发展（上海）有限公司	2,229.87	11	2,882.50	7	2,489.26	10
伟仕佳杰（重庆）科技有限公司	1,635.56	16	2,829.38	8	2,426.16	11
厦门市美亚柏科信息股份有限公司	664.11	-	2,366.89	10	2,666.07	9
山东晨鸣纸业销售有限公司	-	-	-	-	3,731.31	5

公司报告期各年备货采购前十大供应商共 14 家，合作趋于稳定，情况如下：

①惠普（重庆）等 6 家持续为公司前十大备货采购供应商

报告期内，公司与惠普（重庆）、芬欧汇川（中国）有限公司、斑马贸易（深圳）有限公司、百乐贸易（深圳）有限公司、三菱铅笔贸易（上海）有限公司、亚太森博（广东）纸业有限公司保持了持续稳定合作，上述 6 家供应商持续为公司前十大备货供应商。

惠普、芬欧、斑马、百乐、三菱、亚太森博均为办公物资知名品牌。惠普为电脑整机及周边设备知名制造商，芬欧、亚太森博为大型纸张制造企业，斑

马、百乐、三菱皆为中高端书写工具制造企业。报告期各年，公司向上述 6 家供应商的采购规模合计均在 5 亿元以上，其中由于惠普整机分销项目的开展，公司对惠普（重庆）的采购额在报告期内有明显提升。

②金红叶纸业集团有限公司等 6 家持续为公司重要供应商

报告期内，金红叶纸业集团有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、紫光股份有限公司、富士胶片实业发展（上海）有限公司、伟仕佳杰（重庆）科技有限公司、厦门市美亚柏科信息股份有限公司均持续为公司重要的备货采购供应商。报告期各年，公司对上述 6 家供应商的采购额分别为 1.40 亿元、1.43 亿元、1.20 亿元，整体保持稳定。

金红叶纸业、京东、紫光、富士胶片、伟仕佳杰、美亚柏科均为各自领域的知名企业，其中金红叶纸业为我国经营规模最大的生活用纸生产厂家之一，京东为互联网零售、批发行业的翘楚，经营范围极其广泛，紫光、富士胶片为相关办公设备、耗材的知名品牌，伟仕佳杰为全球知名的 OA 设备高等级代理商，美亚柏科为 A 股上市公司，是数据安全及其设备制造行业的领军企业之一。

报告期内，受下游需求波动影响，公司的采购品类、各供应商采购规模有正常波动，致使该 6 家供应商进入或退出前十大备货供应商，但始终为公司的重要合作伙伴。

③因纸张经营品牌调整，公司暂时中止与山东晨鸣纸业销售有限公司的合作

公司与该供应商合作始于 2016 年，主要向其采购办公用纸。2020 年，该供应商曾位居公司前十大备货采购供应商之列。由于办公用纸属大宗商品，向同一供应商集中采购通常能够获得更为经济的采购价格，2021 年，通过与芬欧、亚太森博等其他品牌的对比，公司决定减少办公用纸的供应商数量，遂暂时停止了与该供应商的合作。

④因MRO业务发展需要，2022年引入河南蓝仓建材有限公司作为主要供应商

蓝仓建材为公司 2022 年新引进的供应商，主要为发行人供应 MRO 类建材、辅材类商品。2022 年，发行人中标中国电建 MRO 物资集中采购项目，由此带

来了部分此前销售较少的品类需求，需要针对性拓展供应链体系。经寻源后，公司与该供应商实现接洽。2022 年，公司向蓝仓建材采购物资金额达 4,796.22 万元，虽位列发行人备货采购供应商第 5 位，但仍仅占整体采购的 0.64%。

2、前十大合作商

（1）基本情况、合作情况

报告期各期，公司前十大合作商的基本情况、与公司合作情况如下：

供应商名称	成立年度	注册资本（万元）	法定代表人	股权结构	主营业务	主要经营区域	进入前十大年度
航天信息股份有限公司	2000	186,285.12	马天晖	A 股上市公司，中国航天科工集团有限公司持股 40.02%	企业财税服务业务、网信业务、金融科技服务、办公物资销售	全国	2020
广东和容科技股份有限公司	2020	2,000.00	李东裕	严春龙 35.00%，钱连付 30.00%，李东裕 20.00%，罗超 15.00%	各类办公物资销售	广东	2022
武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司/湖北众联鑫泰科技有限公司	2008/2017	500.00/1,000.00	罗玉桥/彭丙奎	洪琳 93.00%，罗玉桥 4.00%，罗玉华 3.00%/洪琳 60.00%，彭丙奎 40.00%	各类办公物资经销	湖北	2020
新疆蓝尚博工贸科技有限公司/新疆明辉利科技有限公司	2020/2021	1,000.00/1,000.00	王林东	陈耀健 51%，朱志明 35%，陈淑娟 14%/向辉 55.00%，陈金玉 25.00%，王林东 20.00%	各类办公物资经销	新疆	2020
泰州市鼎奕贸易有限公司	2019	500.00	李云平	李云平 100%	各类办公物资经销	泰州	2021
福建兄弟文仪科技发展有限公司	2004	5,154.60	陈显义	新三板挂牌公司，陈显义 40%，陈祖谨 30%，黄建锋 30%	办公物资直销、经销	福建	2020
山东众立信息技术有限公司	2018	3,000.00	谢坤	郑晓玫 57.19%，谢坤 26.09%，程贯富 8.36%，赵锡武 8.36%	各类办公物资经销	山东	2020
河北第九空间科技有限公司	2018	1,000.00	吴甜	海南科佳源科技有限公司 100.00%	各类办公物资经销	河北	2021
合肥先卓科技有限公司	2017	518.00	张存志	张存志 100.00%	各类办公物资经销	安徽	2021
伍金网络科技（杭州）有限公司	2019	500.00	唐伟忠	佰赢控股集团有限公司 100.00%	建筑材料、五金工具等工业品的销售	全国	2022
内蒙古办公伙伴科技有限公司	2010	500.00	张巧凤	张巧凤 98.00%，赵俊 2.00%	各类办公物资经销	内蒙古	2020
文宜多科技有限公司	2014	5,000.00	宋景海	宋景海 80.00%，宋景颇 20.00%	各类办公物资经销	河南	2020
上海晨光文具股份有限公司	2008	92,693.305	陈湖文	A 股上市公司	办公文具生产、各类办公物资销售	全国	2020
青岛世纪天天办公科技有限公司	2014	600.00	纪新入	李红旗 98.00%，王学丽 2.00%	各类办公物资销售	山东	2020
陕西世鼎信息科技有限公司	2017	500.00	张琳	张琳 70.00%，田巧玲 30.00%	软件开发、技术服务及办公物资销售	陕西	2020

公司主要合作商中，存在成立时间较短（进入前十大年度减去成立年度小于等于 2）即成为公司主要供应商的情形，分别为广东和容科技股份有限公司

（以下简称“广东和容”）、新疆蓝尚博工贸科技有限公司/新疆明辉利科技有限公司（以下简称“蓝尚博/明辉利”）、泰州市鼎奕贸易有限公司（以下简称“泰州鼎奕”）、山东众立信息技术有限公司（以下简称“山东众立”）。

广东和容、蓝尚博/明辉利、泰州鼎奕、山东众立的实际控制人或主要经营团队均有多年办公物资批发行业的从业经验，在成立上述主体前主要通过其他公司从事相关业务，或其他同行业公司担任主要职务，与公司短期实现较大规模合作，主要基于其长期从业经历，具有合理性。

（2）变动情况

合作商是公司供应链网络的重要组成部分，本质上为公司的供应商。由于合作商通常负责某一有限地域、有限项目的商品直送，公司与其单体交易的规模通常较小，整体采购较为分散。随着公司供应链网络的拓宽以及大型政企客户项目交付需求的延展，报告期内，公司合作商群体有所扩大，与主要合作商的交易规模有所上升，由于下游需求波动及公司经营决策，对部分供应商的采购规模有所降低，是主要合作商存在一定结构变动的整体原因。

报告期各期，公司向各年前十大合作商的采购金额及排名变动情况如下：

供应商名称	2022 年		2021 年		2020 年	
	采购金额 （万元）	排名	采购金额 （万元）	排名	采购金额 （万元）	排名
航天信息股份有限公司	14,475.42	1	12,928.72	2	4,001.09	8
广东和容科技股份有限公司	11,629.04	2	30.29	-	-	-
武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司/湖北众联鑫泰科技有限公司	9,751.20	3	7,667.32	3	4,614.76	6
新疆蓝尚博工贸科技有限公司/新疆明辉利科技有限公司	7,242.28	4	15,776.78	1	5,594.74	2
泰州市鼎奕贸易有限公司	7,129.17	5	4,330.51	7	1,516.81	-
福建兄弟文仪科技发展股份有限公司	5,202.01	6	6,118.79	4	5,107.33	4
山东众立信息技术有限公司	4,625.92	7	5,474.40	5	3,052.49	10
河北第九空间科技有限公司	4,584.31	8	4,638.92	6	344.04	-
合肥先卓科技有限公司	4,361.77	9	3,758.73	8	2,237.13	16
伍金网络科技（杭州）有限公司	4,185.24	10	-	-	-	-
内蒙古办公伙伴科技有限公司	3,097.54	14	3,718.27	9	5,932.10	1
文宜多科技有限公司	3,307.10	11	3,373.85	10	5,504.58	3
上海晨光文具股份有限公司	-	-	15.43	-	4,763.07	5

青岛世纪天天办公科技有限公司	2,919.81	15	2,804.89	14	4,434.76	7
陕西世鼎信息科技有限公司	2,690.86	18	3,170.08	11	3,299.00	9

注：20 名以后未排名。

2020 年、2021 年、2022 年，公司各年前十大合作商共 15 家，情况如下：

①航天信息股份有限公司等 5 家合作商持续为公司前十大合作商

报告期各年，航天信息股份有限公司、武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司/湖北众联鑫泰科技有限公司、蓝尚博/明辉利、福建兄弟文仪科技发展股份有限公司、山东众立均持续为公司前十大合作商，合作关系较为稳定。2020 年、2021 年、2022 年，公司向上述 5 家合作商的合计采购规模分别为 2.24 亿元、4.80 亿元、4.13 亿元，其在 2021 年增长较为明显，主要是由于航天信息股份有限公司与蓝尚博/明辉利的增长较大。

航天信息股份有限公司为 A 股上市公司，近年来，逐步向 B2B 直销领域切入。由于其子公司覆盖较广、在全国各省均具备一定的业务能力，自 2020 年以来逐步成为公司的主要合作商，为公司提供多省市的属地化直送服务。

蓝尚博/明辉利为公司在新疆地区的常年合作伙伴，双方主要在中国石油新疆区域的业务上开展合作。新疆地区为我国主要的石油产区之一，中国石油在克拉玛依、巴音郭楞蒙古自治州等地区具有较多的分支机构，受下游分支机构需求变动的影响，公司与该家合作商的合作规模有所变化。

②泰州鼎奕等 7 家合作商持续为公司重要的合作伙伴

报告期各年，泰州鼎奕、河北第九空间科技有限公司、合肥先卓科技有限公司、内蒙古办公伙伴科技有限公司、文宜多科技有限公司、青岛世纪天天办公科技有限公司、陕西世鼎信息科技有限公司持续为公司的重要合作伙伴。报告期各年，公司对上述 7 家合作商的采购规模合计分别为 2.33 亿元、2.58 亿元、2.80 亿元，较为稳定。

泰州鼎奕等 7 家合作商均为公司在各省的主要合作商，公司与其均有相对广泛的合作。报告期内，受其所覆盖地域的客户分支机构需求波动影响，公司对其采购规模有正常波动，致使其出现了进入或者退出前十大合作商的情形，但上述 7 家合作商始终为公司主要的区域性合作伙伴。

③南方电网业务发展，广东和容成为主要合作商

广东和容为公司在广东区域的合作商，主要负责南方电网项目的订单交付及客户服务。2021 年底，公司与广东和容开始合作，2022 年，公司向其采购的规模达到 11,629.04 万元，成为公司当年第二大合作商。

④MRO 业务的供应链完善，伍金网络科技（杭州）有限公司成为主要合作商

伍金网络科技（杭州）有限公司是公司为 MRO 业务发展而引入的该领域专业化合作伙伴，目前双方合作的项目主要是中国建筑 MRO 物资集中采购项目。2022 年，随着 MRO 业务发展，公司向其采购金额为 4,185.24 万元，使其进入当年前十大合作商之列。

该合作商为佰赢控股集团有限公司的子公司，主要经营建材、阀门管道等 MRO 物资，该集团虽成立时间不长，但已成长为国内 MRO 领域较为知名的企业之一。由于 MRO 类商品的供应链渠道与一般办公物资有较大差别，发行人此前的供应链体系存在一定不足，与该集团旗下的伍金网络科技（杭州）有限公司合作，短期内有效的弥补了公司在 MRO 领域的供应链短板。

⑤因存在潜在竞争关系，与晨光股份逐渐中止合作

自 2021 年起，公司的供应链体系逐步完善，加之与晨光股份在同类业务中存在潜在竞争关系，公司减少了自晨光股份采购商品的规模，使之退出了前十大合作商之列。

（四）客户与供应商重叠的情况

1、客户与供应商重叠的业务原因

办公物资商贸属于商品分销行业，各层级分销渠道之间相互交易是较为普遍的情况，主要有三方面的原因：

其一，各物资经营企业主要分销的物资品种和代理品牌存在差异，其就各自具有优势的品种、品牌产品进行相互交易，在以商品流通为主业的各类经营主体中普遍存在；

其二，各经营企业的主要经营区域有所不同，在寻求经济运费的目标下，

相互之间存在跨区域互通有无，以求缩短供应商至客户的物流距离，也是商品流通行业的通行做法；

其三，各物资经营企业所采用的经营模式趋于多样化，某些企业更贴近终端用户，某些企业则更贴近生产厂家，某些企业既经营批发业务，也接受终端用户的订单，在此种情况下，处于渠道不同层级的各方之间很可能产生相互交易。

2、与合作商的交易是客户供应商重叠的主要原因

京东是国内规模最大的综合性电商平台之一，既面向终端消费者零售，也经营物资批发业务。报告期内，公司主要自京东采购办公用纸、电子产品等商品，是发行人重要的采购渠道之一。同时，京东也是公司报告期各年第一大批发客户，公司主要向其批发销售百乐、斑马、三菱等品牌的笔具。

报告期内，除京东外，公司客户、供应商重叠的交易对方主要是合作商。合作商本质上是公司的供应商，欧菲斯主要向合作商采购，但同时又存在向合作商销售的情形，其原因是双方各类业务模式的供应链上所处的层级不同、职能不同，具体的讲：

（1）自合作商采购

在 B2B 直销的合作商直送方式下，欧菲斯为向各个地区的终端用户交付商品，需从属地化合作商处首先采购物资，并委托其直送大型政企客户在当地的分支机构。该方式下，虽然形成了对合作商的采购，但从实物流转上看，相关商品并未进入欧菲斯仓储系统，而是由合作商在当地直接交付给公司的终端用户。此种安排，既是数字化商贸企业整合上游供应链的现实需要，也是为了更好的满足分散于全国各地的终端客户之本地化服务需求，是行业的通行做法。

（2）向合作商销售

在批发业务中，公司在某些品类上积累了较强的资源，能够以较为优越的条件取得授权、集中采购商品。由于合作商本身即为区域性办公物资经营单位，其作为公司批发业务的客户，是正常现象。

同时，由于公司经营规模较大、渠道建设能力远强于一般的区域性办公物资经营单位，在现有供应链体系不能满足客户某些品类的产品需求时，公司将

牵头联系货源，而为了维护与合作商的长期合作关系、从整体上维护供应链网络的稳定性，公司将帮助合作商解决此类暂缺货源。由此形成对合作商的销售。

综上，对合作商的销售与向合作商的采购，本质上是目的不同、模式不同、相互独立的业务。无论是采购还是销售，公司与合作商之间的交易均基于正常的商业安排，不存在其他考虑。

3、客户与供应商重叠的规模

报告期内，与公司存在互有采销业务的交易对方，其大部分的单向金额较小或双向金额均较小。报告期各期，既是发行人客户又是发行人供应商、购销金额均超过 50.00 万元、采购金额与销售金额之比高于 1:20 且低于 20:1 的交易对方数量以及销售、采购的规模情况如下：

单位：万元，%

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	采购/销售 金额	占比	采购/销售 金额	占比	采购/销售 金额	占比
供应商与客户重叠家数	70	-	64	-	49	-
向既是客户又是供应商采购的金额	44,590.06	5.93	49,816.42	7.00	56,192.44	9.56
其中：京东	2,430.16	0.32	1,366.71	0.19	1,038.34	0.18
其他交易方	42,159.89	5.61	48,449.71	6.81	55,154.10	9.38
向既是客户又是供应商销售的金额	24,424.90	2.99	29,571.41	3.85	21,140.05	3.28
其中：京东	12,331.64	1.51	14,608.87	1.90	11,850.28	1.84
其他交易方	12,093.26	1.48	14,962.55	1.95	9,289.77	1.44

报告期各年，欧菲斯自京东采购办公用纸、电子产品等商品的规模分别为 1,038.34 万元、1,366.71 万元、2,430.16 万元，向京东批发销售中高端笔具的销售金额分别为 11,850.28 万元、14,608.87 万元、12,331.64 万元，报告期采销分属不同业务类型。

除京东外，报告期各年，其他涉及既是客户又是供应商情况的交易对方分别有 48 家、63 家、69 家，涉及采购金额 55,154.10 万元、48,449.71 万元、42,159.89 万元，涉及销售金额 9,289.77 万元、14,962.55 万元、12,093.26 万元，采购金额远大于销售金额，主要是基于前述商业背景，涉及重叠对象主要为合作商，而合作商最主要的身份是公司的供应商。

报告期各年，除京东外，公司向涉及重叠的对象销售实现的收入占营业收入的比重均在 2% 以下，占比较低。结合各年涉及的重合家数、涉及的销售金额来看，报告期各年，公司向涉及重叠的交易对手平均销售额仅在 200 万元上下，且同一交易对手的采购、销售均为不同 SKU 产品，符合公司的业务背景。

六、发行人主要固定资产、无形资产等资源要素

（一）主要固定资产与使用权资产

1、自有房屋

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司共拥有2处自有房屋，具体情况如下：

序号	权利人	房屋所有权证编号	坐落	建筑面积 (平方米)	规划用途	实际用途	是否抵押
1	欧菲斯	渝（2021）渝中区不动产权第001469757号	重庆市渝中区经纬大道333号2幢14层、15层	2,722.36	商务金融用地/办公	办公	是
2	欧菲斯	渝（2021）九龙坡区不动产权第001557483号	重庆市九龙坡区石小路177号地下车库负4层	3,364.42	其他商服用地/停车用房	车库	是

2、租赁房屋

截至本招股说明书签署日，发行人及重要子公司租赁的与生产经营相关的主要房产（租赁面积大于100m²）共41处，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁期限	坐落	租赁面积 (m ²)	用途	是否取得产权证	是否办理租赁备案
1	欧菲斯	重庆市康德实业（集团）有限公司	2021.12.1-2031.11.30	重庆市渝中区经纬大道333号2幢7层1.2.3号	931.25	办公	是	否
2	欧菲斯	重庆市康德实业（集团）有限公司	2020.7.16-2030.7.15	重庆市渝中区经纬大道333号2幢7层4号	429.93	办公	是	否
3	欧菲斯	重庆渝高新兴科技发展有限公司	2021.12.6-2024.12.5	重庆市渝北区金开大道西段106号1幢	11,353.26	办公	是	是
4	欧菲斯	北京房展汇网络科技有限公司	2023.1.1-2025.12.31	北京市通州区北皇木厂街1号院2号楼7层708、709	194.67	办公	否	否
5	重庆子公司	重庆兴久房屋租赁有限公司	2023.3.1-2024.2.29	重庆市江北区港城东路98号2幢1-1	1,635.43	仓库	是	否
6	重庆子公司	重庆纯尚商贸	2022.1.1-	重庆市江北区港城	3,423.82	仓库	是	否

		有限公司	2024.12.31	东路 98 号 2 栋 3-1、3-3				
7	重庆子公司	重庆双枪实业有限公司	2022.8.1-2023.7.31	重庆市江北区港城东路 98 号 C6 幢 1 楼房屋	942.53	库房	是	否
8	太原子公司	太原智慧产业园管理有限公司	2023.4.1-2026.3.30	山西省太原市迎泽区南内环东街 156-158 号太原智慧产业园 B 座 2 层 201	141.00	办公	是	否
9	太原子公司	太原智慧产业园管理有限公司	2022.9.1-2025.8.30	山西省太原市迎泽区南内环东街 156-158 号太原智慧产业园 D 座一、二层	4,198.00	仓库	是	否
10	太原子公司	山西航天工业研究院集团有限公司	2023.1.1-2023.12.31	山西省太原市南内环街 200 号内 12#办公楼	954.52	办公	是	否
11	苏州子公司	苏州线厂有限责任公司	2023.1.1-2023.12.31	苏州市友新路 6 号厂区 24#、25#、26#房	479.00	办公	是	是
12	苏州子公司	苏州线厂有限责任公司	2023.1.1-2023.12.31	苏州市友新路 6 号厂区 15#、17#房；15#、27#场地	房屋 6,337.50； 场地 646.25	仓库	是	是
13	苏州子公司	南通斌助智能科技有限公司	2023.5.1-2024.5.31	南通市崇川区新宁路 80 号 1 号楼 1 层北侧部分厂房	290.00	仓库	是	否
14	发行人苏州分公司	苏州线厂有限责任公司	2023.1.1-2023.12.31	苏州市友新路 6 号厂区 27#房	108.65	仓库	是	是
15	发行人苏州分公司	江苏银泰物业发展有限公司	2022.9.20-2023.9.19	苏州市常熟市莫干路 1 号云裳大厦 1 幢 2201	100.00	办公	是	是
16	长春子公司	吉林日报社（吉林日报报业集团）	2019.6.1-2024.5.31	长春市东环城路与东荣大路交汇处 1、2、3 号库	2,600.00	仓库	是	否
17	长春子公司	王长福	2021.2.1-2026.1.31	长春市朝阳区自由大路 17 号 3-3	411.72	门店	是	否
18	长春子公司	王长福	2022.1.1-2024.12.31	长春市二道区安乐路 382 号门市房	5,000.00	办公	否	否
19	宁波子公司江北分公司	宁波电商城投资开发有限公司	2022.7.1-2025.6.30	宁波市江北区长兴路 996 号前洋之星广场 1 号地块 2 号楼 501 室	844.69	办公	是	否
20	宁波子公司	宁波市江北森通贸易商行	2022.1.1-2026.12.31	宁波市江北区庄桥街道上邵村	1,333.00	仓库	是	是
21	宁波子公司	王志英	2023.2.10-2028.2.9	宁波市海曙区顺德路 136 弄 58 号（1-20）室	200.00	办公、门店	是	是
22	宁波子公司	戴开岳	2022.1.1-2026.12.31	宁波市海曙区翠柏路 122 号	250.00	门店	是	是
23	沈阳子公司	沈阳筑成房地产发展有限公司物业服务分公司	2023.4.14-2023.10.13	沈阳市和平区三好街 67 号新诚大数码广场 5FE128	1,374.00	办公	否	否
24	沈阳子公司	沈阳筑成房地产发展有限公司物业服务分公司	2023.4.14-2023.10.13	沈阳市和平区三好街 67 号新诚大数码广场 5FE130	150.00	办公	否	否
25	沈阳子公司	沈阳金冠物业管理有限责任公司	2023.4.15-2028.10.31	沈阳市和平区三好街 54 号 21-22 层	2,500.00	办公	是	是

26	沈阳子公司	金昌石业（沈阳）有限公司	2021.6.1-2024.5.31	沈阳市苏家屯区丁香街 178 号金昌石业 G 区 2,3,4 号	5,380.00	仓库	是	否
27	沈阳子公司	长春新华印刷集团有限公司	2022.8.1-2023.7.31	长春市西环城路 1605 号长春新华印刷集团有限公司（储运公司）院内	250.00	仓库	是	否
28	广东子公司	文一集团	2023.1.1-2024.12.31	东莞市道滘镇大岭丫文一集团办公楼 1-3、5-8 楼	3,356.97	办公	是	是
29	广东子公司	文一集团	2023.6.1-2025.5.31	东莞市道滘镇大岭丫文一集团配件仓库	147.80	办公	是	是
30	广东子公司	东莞市众聚实业有限公司	2022.10.1-2027.9.30	东莞市洪梅镇洪金路 24 号 A 栋厂房	7,831.10	仓库	是	否
31	上海子公司	上海九陌实业有限公司	2022.4.5-2025.3.31	上海市青浦区新团路 248 号内 16 幢厂房	1,392.00	仓库	是	否
32	上海子公司	上海合金材料总厂有限公司	2022.11.15-2025.11.14	上海市静安区灵石路 695 号 25 幢 704 室	314.94	办公	是	否
33	上海子公司	上海合金材料总厂有限公司	2023.3.1-2025.11.14	上海市静安区灵石路 695 号 25 幢 703 室	270.56	办公	是	否
34	北京子公司	北京房展汇网络科技有限公司	2020.11.1-2025.12.31	北京市通州区北皇木厂街 1 号院 2 号楼	479.66	办公	否	否
35	北京子公司	刘一波	2019.1.1-2023.12.31	北京市怀柔区杨宋镇风科技开发区和平路甲 1 号楼 1 至 2 层 9 单元 101	107.17	办公	是	否
36	成都子公司	环太揽月企业管理有限公司	2019.1.1-2023.12.31	成都市新都区大丰通力路 30 号	4,625.92	仓库、办公	是	是
37	重庆谊风	宋少田	2021.11.1-2024.10.31	上海市闵行区沪闵路 7940 号宁谷国际 1310 室	127.92	办公	是	否
38	重庆谊风	文一集团	2023.1.1-2023.12.31	东莞市道滘镇大岭丫文一集团办公楼 4 楼	831.00	办公	是	否
39	江苏子公司	南京凯盛开能环保能源有限公司	2021.1.22-2026.4.21	南京市建邺区奥体大街 68 号新城科技园国际研发总部园 5B 栋 6 层 601 室	1,225.80	办公	否	否
40	江苏子公司	南京凯盛开能环保能源有限公司	2022.8.15-2026.4.21	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部园 5B 栋 3 层 303 室	380.00	办公	否	否
41	江苏子公司	南京糖烟酒有限公司	2023.1.1-2023.12.31	南京市鼓楼区郭家山路 23-1	2,310.00	仓库	是	否

公司上述租赁房产存在未办理房屋租赁备案登记手续、出租方未能提供相关房屋的权属证书、租赁划拨土地上房产等瑕疵，具体瑕疵情况如下：

（1）未办理租赁备案

除 3、11、12、14、15、20、21、22、25、28、29、36 项外，公司其余租

赁房产均未办理租赁备案。

根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。上述租赁合同亦未约定以办理登记备案手续为租赁合同的生效条件，租赁房产未办理租赁备案不会对公司持续经营造成重大不利影响。

报告期内，发行人及子公司未因租赁房产备案事项受到行政处罚，亦未收到主管部门关于要求办理租赁登记备案的通知。

（2）未取得或未提供产权证明

截至本招股说明书签署日，第 4、18、23、24、34、39、40 项房屋出租方未取得或未提供产权证明，其中：

第 4 项、第 34 项租赁房产的出租方北京房展汇网络科技有限公司提供了《预售合同》，不动产权证正在办理过程中。

第 18 项租赁房产为发行人实际控制人王长福所有，根据长春市二道区住房和城乡建设局出具的《证明》，该房屋产权为王长福所有，房屋设计用途为非住宅，实际用途符合规划用途。该房产已竣工验收并交付使用，不属于违章建筑，不存在拆除及被处罚的风险。

第 23、24 项租赁房产的出租方沈阳筑成房地产发展有限公司物业服务分公司提供了《国有土地使用证》《建设用地规划许可证》《建设工程规划许可证》《建筑工程施工许可证》《商品房预售许可证》等辅助性证明文件。目前，沈阳子公司已与出租方沈阳金冠物业管理有限责任公司签署租赁合同，租赁拥有合法产权证书的房屋作为新的办公场所，即第 25 项租赁资产，沈阳子公司正筹备装修和搬迁事宜。

第 39 项、第 40 项租赁房产的出租方南京凯盛自控工程有限公司提供了《建设用地规划许可证》《建设工程规划许可证》。

根据上述租赁房产出租方提供的相关资料，上述租赁房产因违建而导致各子公司无法继续租赁的风险较小。

发行人及子公司未取得或未提供产权证明的租赁房产占比情况如下：

所有租赁房产面积（m ² ）	75,860.06
无房产证租赁房产面积（m ² ）	8,804.13
其中：用于办公的无房产证房产面积（m ² ）	8,804.13
用于仓库的无房产证房产面积（m ² ）	0.00
无房产证租赁房产占有所有租赁房产面积比重	11.61%
其中：用于办公的无房产证租赁房产面积占比	11.61%
用于仓库的无房产证房产租赁面积占比	0.00%

上述未取得房产证的租赁房产主要用于办公，除需普通用电、用水外，无需其他特殊条件即可开展经营活动，当地有较多可用于出租的同类型用房，上述租赁房产不属于不可替代性资产，如发行人无法继续租赁使用上述房产，可较容易找到替代的经营场所。综上所述，上述未取得或未提供产权证明的租赁资产不会对发行人的经营活动造成重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。

（3）租赁划拨土地上建造的房产

第 32 项、33 项租赁房屋证载所有权人为上海合金材料总厂有限公司，证载房屋所在的土地使用权类型为划拨。

根据相关法律法规的规定，就划拨土地及其地上房屋出租办理批准手续的主体为出租方或产权人，发行人租赁的在划拨土地上建造的房产未履行相关审批手续，出租方或产权人可能承担相应责任，但发行人作为承租方不属于承担相应法律责任的主体，亦不存在被处罚的风险。

根据上海子公司与上海合金总厂签署的《租赁合同》的约定，若承租房屋因出租方原因被司法机关或者行政机关依法查封，致使该房产不能使用连续超过 30 天的，上海子公司可以依照《租赁合同》中约定向出租人主张月租金与月物业服务费之和三倍的违约金。此外，上海子公司租赁上述房产系用于办公用途，作为轻资产性质的非生产型企业，上海子公司对办公场所并无特殊要求，若发生搬迁，上海子公司在所在地找寻可替代性租赁房产较为便捷。

综上所述，上海子公司租赁房产涉及划拨用地的事项，不存在受到行政处罚的风险，不构成重大违法行为，该租赁事项不会对发行人的经营活动造成重大不利影响。

（4）发行人控股股东、实际控制人作出的承诺

针对上述租赁房产瑕疵相关事项，发行人控股股东、实际控制人王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳已出具书面承诺：“发行人及其子公司租赁使用的不动产若因未按有关法律法规、合同约定完善有关权属、取得第三方许可、行政许可或备案等法定、约定手续，导致该等租赁不动产发生权属争议、使用受限或被有关主管部门按照法律法规及规范性文件的规定处罚，或被有关权利人追索而支付赔偿、需要搬迁等不利情形，给发行人及其子公司造成经济损失的，本企业/本人承诺愿意在该等损失发生之日起 30 日内向发行人作出全额补偿。”

（二）无形资产

截至本招股说明书签署日，与公司经营活动相关的主要无形资产如下：

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有 2 项土地使用权，具体情况如下：

序号	权利人	不动产权证号	坐落	宗地面积 (平方米)	用途	类型	使用期限	他项 权利
1	欧菲斯	苏（2022）常熟市不动产权第 8165164 号	江苏省常熟市莫城街道 G524 以西、莫城南街以北	9,935.00	工业	出让	至 2072 年 8 月 8 日	无
2	欧菲斯	渝（2023）两江新区不动产权第 000482513 号	两江新区鱼嘴组团 Q 分区 Q5-3-1 地块	36,357.00	仓储用地	出让	至 2073 年 5 月 16 日	无

2、商标

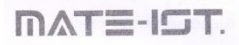
截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有境内商标共 212 项，具体情况如下：

序号	商标标识	权利人	注册号	类别	有效期限	取得方式
1	 子狗良品	欧菲斯	34341006	3	2019.8.28-2029.8.27	原始取得
2		欧菲斯	34342208	29	2019.10.14-2029.10.13	原始取得
3		欧菲斯	34336630	9	2019.8.28-2029.8.27	原始取得

4		欧菲斯	34330553	24	2019.10.7-2029.10.6	原始取得
5		欧菲斯	34336645	27	2019.6.28-2029.6.27	原始取得
6		欧菲斯	34336657	30	2020.1.14-2030.1.13	原始取得
7		欧菲斯	34320649	31	2019.6.21-2029.6.20	原始取得
8		欧菲斯	34341019	21	2019.12.14-2029.12.13	原始取得
9		欧菲斯	34330544	11	2019.10.7-2029.10.6	原始取得
10	子狗良品	欧菲斯	37419360	3	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
11		欧菲斯	37428276	21	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
12		欧菲斯	37404607	9	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
13		欧菲斯	37404612	35	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
14		欧菲斯	37413320	24	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
15		欧菲斯	37409371	29	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
16		欧菲斯	37419364	27	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
17		欧菲斯	37428278	30	2019.11.28-2029.11.27	原始取得
18		欧菲斯	37413322	31	2019.11.28-2029.11.27	原始取得
19		欧菲斯	37429457	18	2019.11.28-2029.11.27	原始取得
20		欧菲斯	37428277	25	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
21		欧菲斯	37419361	11	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
22	优学优品	欧菲斯	36658780	36	2019.11.21-2029.11.20	原始取得
23		欧菲斯	36653141	9	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
24		欧菲斯	36672891	39	2019.10.28-2029.10.27	原始取得
25		欧菲斯	36666888	45	2019.10.28-2029.10.27	原始取得
26		欧菲斯	36658773	20	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
27		欧菲斯	36658791	40	2019.10.28-2029.10.27	原始取得
28		欧菲斯	36671447	18	2019.10.28-2029.10.27	原始取得
29		欧菲斯	36668918	16	2020.2.7-2030.2.6	原始取得
30		欧菲斯	36650545	38	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
31		欧菲斯	36655502	17	2019.10.28-2029.10.27	原始取得
32		欧菲斯	36662997	37	2020.1.14-2030.1.13	原始取得

33		欧菲斯	36660995	35	2020.12.7-2030.12.6	原始取得
34		欧菲斯	36655506	28	2019.12.28-2029.12.27	原始取得
35		欧菲斯	22909457	37	2018.3.7-2028.3.6	原始取得
36	OfficeMate 办公伙伴	欧菲斯	22909456	35	2018.5.7-2028.5.6	原始取得
37		欧菲斯	7959830	35	2013.4.7-2023.4.6 续展注册 2023.4.7-2033.4.6	受让取得
38		欧菲斯	26275028	16	2018.12.7-2028.12.6	原始取得
39		欧菲斯	26275028	21	2018.12.7-2028.12.6	原始取得
40	OFFICEMATE	欧菲斯	33425642	42	2019.9.14-2029.9.13	原始取得
41		欧菲斯	33424441	27	2019.8.28-2029.8.27	原始取得
42		欧菲斯	33425387	41	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
43		欧菲斯	33411845	19	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
44		欧菲斯	33417588	38	2019.7.7-2029.7.6	原始取得
45		欧菲斯	33411829	1	2019.6.21-2029.6.20	原始取得
46		欧菲斯	33411871	24	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
47		欧菲斯	33410354	8	2019.6.21-2029.6.20	原始取得
48		欧菲斯	33410935	36	2019.7.7-2029.7.6	原始取得
49		欧菲斯	33410932	17	2019.7.7-2029.7.6	原始取得
50		欧菲斯	33428871	9	2019.9.28-2029.9.27	原始取得
51		欧菲斯	33411813	11	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
52		欧菲斯	33411881	45	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
53		欧菲斯	33425374	12	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
54		欧菲斯	33425616	22	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
55		欧菲斯	33410350	16	2019.10.28-2029.10.27	原始取得
56		欧菲斯	33411861	39	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
57		欧菲斯	33432626	44	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
58		欧菲斯	33425670	14	2019.9.7-2029.9.6	原始取得
59		欧菲斯	33432559	3	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
60		欧菲斯	33424463	43	2019.8.28-2029.8.27	原始取得

61		欧菲斯	33419150	7	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
62		欧菲斯	33419093	18	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
63		欧菲斯	33419156	28	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
64		欧菲斯	33428348	5	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
65		欧菲斯	33425599	6	2019.7.21-2029.7.20	原始取得
66		欧菲斯	33424934	21	2019.8.28-2029.8.27	原始取得
67		欧菲斯	33411806	4	2019.7.14-2029.7.13	原始取得
68		欧菲斯	33417570	40	2019.7.7-2029.7.6	原始取得
69		欧菲斯	33425596	10	2019.9.7-2029.9.6	原始取得
70	OfficeMate	欧菲斯	22909455	35	2018.3.7-2028.3.6	原始取得
71		欧菲斯	22909454	37	2018.3.7-2028.3.6	原始取得
72	OfficeMate	欧菲斯	3926484	35	2008.2.28-2018.2.27 续展注册 2018.2.28-2028.2.27	受让取得
73		欧菲斯	3368695	16	2004.9.21-2024.9.20	受让取得
74	Office Mate	欧菲斯	1780810	16	2002.6.7-2012.6.6 续展注册 2012.6.7-2022.6.6 续展注册 2022.6.7-2032.6.6	受让取得
75	厂通联	欧菲斯	36653907	39	2019.11.14-2029.11.13	原始取得
76		欧菲斯	36650576	40	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
77		欧菲斯	36661020	20	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
78		欧菲斯	36658799	18	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
79		欧菲斯	36666895	28	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
80		欧菲斯	36666890	17	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
81		欧菲斯	36653911	41	2019.11.14-2029.11.13	原始取得
82		欧菲斯	36650572	38	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
83		欧菲斯	36653137	9	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
84		欧菲斯	36673984	45	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
85		欧菲斯	36671430	35	2019.10.28-2029.10.27	原始取得
86		欧菲斯	36671488	37	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
87		欧菲斯	36658758	16	2019.10.21-2029.10.20	原始取得

88		欧菲斯	36662021	42	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
89		欧菲斯	36668959	36	2019.10.21-2029.10.20	原始取得
90		欧菲斯	3926485	16	2006.8.28-2016.8.27 续展注册 2016.8.28-2026.8.27	受让取得
91		欧菲斯	7442423	16	2010.12.14-2020.12.13 续展注册 2020.12.14-2030.12.13	受让取得
92		欧菲斯	22909458	9	2018.5.7-2028.5.6	原始取得
93		欧菲斯	22909459	21	2018.3.7-2028.3.6	原始取得
94		欧菲斯	22909453	16	2018.3.7-2028.3.6	原始取得
95		欧菲斯	1925447	16	2003.1.7-2013.1.6 续展注册 2013.1.7-2023.1.6 续展注册 2023.1.7-2033.1.6	受让取得
96		欧菲斯	18972503	9	2017.2.28-2027.2.27	原始取得
97		欧菲斯	18972504	2	2017.2.28-2027.2.27	原始取得
98		欧菲斯	49490192	3	2021.4.21-2031.4.20	原始取得
99		欧菲斯	49499685	16	2021.4.21-2031.4.20	原始取得
100		欧菲斯	49496722	11	2021.4.21-2031.4.20	原始取得
101		欧菲斯	49482317	20	2021.4.21-2031.4.20	原始取得
102		欧菲斯	49492952	9	2021.4.21-2031.4.20	原始取得
103		欧菲斯	5048605	16	2009.6.28-2019.6.27 续展注册 2019.6.28-2029.6.27	受让取得
104		欧菲斯	31131097	16	2020.9.7-2030.9.6	原始取得
105		欧菲斯	3043108	16	2003.5.14-2013.5.13 续展注册 2013.5.14-2023.5.13 续展注册 2023.5.16-2033.5.13	受让取得
106		欧菲斯	36974089	16	2020.2.28-2030.2.27	受让取得
107		欧菲斯	36997989	9	2019.11.14-2029.11.13	受让取得
108		欧菲斯	36990305	21	2019.11.14-2029.11.13	受让取得
109		欧菲斯	3043110	9	2003.4.28-2013.4.27 续展注册 2013.4.28-2023.4.27 续展注册 2023.4.28-2033.4.27	受让取得
110		欧菲斯	3043107	20	2003.3.7-2013.3.6 续展注册 2013.3.7-2023.3.6	受让取得

					续展注册 2023.3.7-2033.3.6	
111		欧菲斯	3043109	9	2003.4.28-2013.4.27 续展注册 2013.4.28-2023.4.27 续展注册 2023.4.28-2033.4.27	受让取得
112		欧菲斯	3042884	16	2003.5.14-2013.5.13 续展注册 2013.5.14-2023.5.13 续展注册 2023.5.14-2033.4.27	受让取得
113		欧菲斯	1499533	35	2000.12.28-2010.12.27 续展注册 2010.12.28-2020.12.27 续展注册 2020.12.28-2030.12.27	受让取得
114	欧菲斯办公伙伴	欧菲斯	26275031	35	2018.11.21-2028.11.20	原始取得
115		欧菲斯	26275030	29	2018.11.14-2028.11.13	原始取得
116		欧菲斯	26275030	30	2018.11.14-2028.11.13	原始取得
117		欧菲斯	1600641	16	2001.7.14-2011.7.13 续展注册 2011.7.14-2021.7.13 续展注册 2021.7.14-2031.7.13	受让取得
118		欧菲斯	4384691	28	2008.10.7-2018.10.6 续展注册 2018.10.7-2028.10.6	受让取得
119		欧菲斯	22909460	35	2018.2.28-2028.2.27	原始取得
120		欧菲斯	5211782	16	2009.6.28-2019.6.27 续展注册 2019.6.28-2029.6.27	受让取得
121	欧菲斯	欧菲斯	50060651	24	2021.10.7-2031.10.6	原始取得
122		欧菲斯	50041818	44	2021.5.28-2031.5.27	原始取得
123		欧菲斯	50068073	12	2021.9.7-2031.9.6	原始取得
124		欧菲斯	50067689	40	2021.9.7-2031.9.6	原始取得
125		欧菲斯	50060699	42	2021.9.7-2031.9.6	原始取得
126		欧菲斯	50068105	45	2021.9.7-2031.9.6	原始取得
127		欧菲斯	50061750	1	2021.10.7-2031.10.6	原始取得
128		欧菲斯	50040187	22	2021.6.7-2031.6.6	原始取得
129		欧菲斯	50052662	38	2021.6.7-2031.6.6	原始取得
130		欧菲斯	55410062	36	2022.7.28-2032.7.27	原始取得
131		欧菲斯	57671569	37	2022.1.14-2032.1.13	原始取得

132		欧菲斯	57667057	17	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
133		欧菲斯	57666287	9	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
134		欧菲斯	57663988	11	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
135		欧菲斯	57659691	4	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
136		欧菲斯	57653117	16	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
137		欧菲斯	57653578	25	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
138		欧菲斯	57652282	7	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
139		欧菲斯	57648127	8	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
140		欧菲斯	57646299	22	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
141		欧菲斯	57671151	17	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
142		欧菲斯	57670185	24	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
143		欧菲斯	57669144	11	2022.3.21-2032.3.20	原始取得
144		欧菲斯	57667125	25	2022.3.28-2032.3.27	原始取得
145		欧菲斯	57666513	18	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
146		欧菲斯	57666457	6	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
147		欧菲斯	57664212	40	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
148		欧菲斯	57661382	42	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
149		欧菲斯	57658543	39	2022.1.21-2032.1.20	原始取得
150		欧菲斯	57658490	23	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
151		欧菲斯	57657874	22	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
152		欧菲斯	57656498	7	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
153		欧菲斯	57655886	9	2022.4.7-2032.4.6	原始取得
154		欧菲斯	57654853	12	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
155		欧菲斯	57654788	37	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
156		欧菲斯	57653242	20	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
157		欧菲斯	57650187	4	2022.1.14-2032.1.13	原始取得
158		欧菲斯	57649888	8	2022.1.7-2032.1.6	原始取得
159		欧菲斯	57645906	16	2022.3.28-2032.3.27	原始取得
160		欧菲斯	52382703	42	2022.4.14-2032.4.13	原始取得

161		欧菲斯	52374994	6	2022.8.21-2032.8.20	原始取得
162		欧菲斯	52382666	7	2022.8.21-2032.8.20	原始取得
163		欧菲斯	52376079	9	2022.8.21-2032.8.20	原始取得
164		欧菲斯	52372050	1	2022.7.14-2032.7.13	原始取得
165	Fufentong	欧菲斯	62988599	35	2022.8.21-2032.8.20	原始取得
166		欧菲斯	62990134	38	2022.8.21-2032.8.20	原始取得
167		欧菲斯	63001567	9	2022.8.28-2032.8.27	原始取得
168		欧菲斯	63007067	16	2022.8.28-2032.8.27	原始取得
169		欧菲斯	62987376	39	2022.8.28-2032.8.27	原始取得
170		欧菲斯	62992148	42	2022.8.28-2032.8.27	原始取得
171	欧菲斯酒美特	欧菲斯	62447072	9	2022.7.28-2032.7.27	原始取得
172		欧菲斯	62449872	35	2022.7.28-2032.7.27	原始取得
173		欧菲斯	62461673	42	2022.8.7-2032.8.6	原始取得
174	欧菲斯文创	欧菲斯	62988543	42	2022.8.21-2032.8.20	原始取得
175		欧菲斯	62994894	22	2022.8.28-2032.8.27	原始取得
176		欧菲斯	62990099	35	2022.10.28-2032.10.27	原始取得
177		欧菲斯	63004225	9	2022.10.28-2032.10.27	原始取得
178	福分通	欧菲斯	48995174	39	2021.4.7-2031.4.6	原始取得
179		欧菲斯	48992480	16	2021.3.21-2031.3.20	原始取得
180	欧菲斯工云通	欧菲斯	66391157	42	2023.2.7-2033.2.6	原始取得
181		欧菲斯	66414149	35	2023.4.7-2033.4.6	原始取得
182		欧菲斯	66398637	38	2023.2.7-2033.2.6	原始取得
183		欧菲斯	66394560	9	2023.4.7-2033.4.6	原始取得
184	matefix	企修通	51835913	35	2021.8.14-2031.8.13	原始取得
185		企修通	51837352	37	2021.8.21-2031.8.20	原始取得
186		企修通	51844224	16	2021.8.21-2031.8.20	原始取得
187		企修通	51859280	40	2021.8.14-2031.8.13	原始取得
188	品商通	品商通	44456516	41	2020.11.14-2030.11.13	原始取得
189		品商通	44448134	16	2020.11.21-2030.11.20	原始取得

190		品商通	44454896	35	2020.11.28-2030.11.27	原始取得
191		品商通	44454931	42	2020.11.28-2030.11.27	原始取得
192		品商通	44465107	38	2020.12.7-2030.12.6	原始取得
193		品商通	44445292	9	2021.1.14-2031.1.13	原始取得
194	工品伙伴	工品公司	43210636	9	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
195		工品公司	43221884	16	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
196		工品公司	43226561	35	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
197		工品公司	43211695	38	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
198		工品公司	43210627	42	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
199	MATEMRO	工品公司	43210657	16	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
200		工品公司	43229651	35	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
201		工品公司	43210669	38	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
202		工品公司	43223392	42	2020.8.28-2030.8.27	原始取得
203		工品公司	43232995	9	2020.12.28-2030.12.27	原始取得
204	工采伙伴	工品公司	63001255	38	2022.8.21-2032.8.20	原始取得
205	工云通	工品公司	62992485	9	2022.9.14-2032.9.13	原始取得
206		工品公司	63005705	35	2022.11.28-2032.11.27	原始取得
207		工品公司	62991019	42	2022.11.21-2032.11.20	原始取得
208	伙伴工采	工品公司	62981827	38	2022.8.21-2032.8.20	原始取得
209		重庆子公司	66496100	24	2023.2.21-2033.2.20	原始取得
210		重庆子公司	66493445	7	2023.3.28-2033.3.27	原始取得
211		重庆子公司	66479999	11	2023.5.7-2033.5.6	原始取得
212		重庆子公司	66491484	21	2023.4.14-2033.4.13	原始取得

3、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有的计算机软件著作权共 85 项，均为原始取得，具体情况如下：

序号	权利人	软件名称	登记号	证书编号	登记时间	取得方式

序号	权利人	软件名称	登记号	证书编号	登记时间	取得方式
1	欧菲斯	办公伙伴仓储管理系统[简称：办公仓储系统]V1.0	2017SR509586	软著登字第2094870号	2017.9.13	原始取得
2	欧菲斯	欧菲斯固定资产系统 V3.0	2021SR0243097	软著登字第6967414号	2021.2.10	原始取得
3	欧菲斯	办公伙伴运输管理系统[简称：OTMS]V1.0	2018SR729062	软著登字第3058157号	2018.9.10	原始取得
4	欧菲斯	办公伙伴 APP 软件（ISO 版）V1.0	2018SR729073	软著登字第3058168号	2018.9.10	原始取得
5	欧菲斯	办公伙伴 APP 软件（Android 版）V1.0	2018SR729080	软著登字第3058175号	2018.9.10	原始取得
6	欧菲斯	办公伙伴合伙人 app 软件[简称：eKP]V1.0	2019SR1067095	软著登字第4487852号	2019.10.21	原始取得
7	欧菲斯	办公伙伴企业购 APP 平台[简称：企业购]1.0.0	2020SR0159941	软著登字第5038637号	2020.2.21	原始取得
8	欧菲斯	办公伙伴合伙人管理平台[简称：OPMP]V1.0	2019SR0258606	软著登字第3679363号	2019.3.18	原始取得
9	欧菲斯	办公伙伴合伙人管理后台系统[简称：OPMPB]V1.0	2019SR0256704	软著登字第3677461号	2019.3.18	原始取得
10	欧菲斯	办公伙伴合伙人管理平台（移动端）[简称：OPMPM]V1.0	2019SR0258603	软著登字第3679360号	2019.3.18	原始取得
11	欧菲斯	办公伙伴企业购后台系统[简称：OQYGB]V1.0	2019SR0257223	软著登字第3677980号	2019.3.18	原始取得
12	欧菲斯	办公伙伴企业购平台[简称：OQYG]V1.0	2019SR0255626	软著登字第3676383号	2019.3.18	原始取得
13	欧菲斯	办公伙伴企业购平台（移动版）[简称：OQYGM]V1.0	2019SR0255222	软著登字第3675979号	2019.3.18	原始取得
14	欧菲斯	办公伙伴批发购 App 软件 V1.0	2019SR0854471	软著登字第4275228号	2019.8.16	原始取得
15	欧菲斯	办公伙伴合约客户平台 V3.5[简称：合约平台]V3.5	2017SR549709	软著登字第2134993号	2017.9.27	原始取得
16	欧菲斯	办公伙伴福分通平台[简称：福分通]V1.0	2017SR549702	软著登字第2134986号	2017.9.27	原始取得
17	欧菲斯	办公伙伴批发购移动端平台[简称：批发购]V2.0.1	2019SR0077341	软著登字第3498098号	2019.1.22	原始取得
18	欧菲斯	安心采寻源采购系统 V3.0	2021SR0316567	软著登字第7038794号	2021.3.1	原始取得
19	欧菲斯	欧菲斯智慧空间平台 V3.0	2021SR0311672	软著登字第7033899号	2021.3.1	原始取得
20	欧菲斯	安心采管理平台 V3.0	2021SR0311671	软著登字第7033898号	2021.3.1	原始取得
21	欧菲斯	安心采商超采购系统 V3.0	2021SR0316063	软著登字第7038290号	2021.3.1	原始取得
22	福分通	福分通企业管理后台系统简称：FFTBM]V1.0	2019SR0255631	软著登字第3676388号	2019.3.18	原始取得
23	福分通	福分通子站后台系统[简称：FFTSMB]V1.0	2019SR0257126	软著登字第3677883号	2019.3.18	原始取得
24	福分通	福分通商品选购管理系统[简称：FFTMPM]V1.0	2019SR0255593	软著登字第3676350号	2019.3.18	原始取得
25	福分通	福分通商城订单管理移动端系统[简称：FFTOMO]V1.0	2019SR0255600	软著登字第3676357号	2019.3.18	原始取得
26	福分通	福分通订单管理系统[简称：FFTOM]V1.0	2019SR0255083	软著登字第3675840号	2019.3.18	原始取得
27	福分通	福分通商城移动端系统 V1.0	2019SR0257207	软著登字第3677964号	2019.3.18	原始取得
28	福分通	福分通总站后台系统[简称：FFTMM]V1.0	2019SR0256355	软著登字第3677112号	2019.3.18	原始取得

序号	权利人	软件名称	登记号	证书编号	登记时间	取得方式
29	福分通	供应商后台保障管理平台 V1.0	2021SR0972941	软著登字第 7695567 号	2021.6.30	原始取得
30	福分通	互联网商品销售管理系统 V1.0	2021SR0972940	软著登字第 7695566 号	2021.6.30	原始取得
31	福分通	互联网业务咨询平台 V1.0	2021SR0972939	软著登字第 7695565 号	2021.6.30	原始取得
32	福分通	信息化智慧仓储服务管理系统 V1.0	2021SR0975486	软著登字第 7698112 号	2021.7.2	原始取得
33	福分通	信息化资料整合展示平台 V1.0	2021SR0977166	软著登字第 7699792 号	2021.7.2	原始取得
34	福分通	云平台企业客户服务管理系统 V1.0	2021SR0977199	软著登字第 7699825 号	2021.7.2	原始取得
35	福分通	智慧供应商信息自助系统 V1.0	2021SR0977216	软著登字第 7699842 号	2021.7.2	原始取得
36	福分通	智慧物流信息化运营管理系统 V1.0	2021SR0977215	软著登字第 7699841 号	2021.7.2	原始取得
37	重庆谊风	谊风易企购电商平台软件[简称：易企购电商平台]V1.0	2020SR0740457	软著登字第 5619153 号	2020.7.8	原始取得
38	重庆谊风	谊风代码生成软件[简称：谊风 Coding]V1.0	2020SR0551725	软著登字第 5430421 号	2020.6.2	原始取得
39	重庆谊风	谊风仓库管理系统[简称：谊风 WMS]V1.0	2019SR0461118	软著登字第 3881875 号	2019.5.14	原始取得
40	重庆谊风	谊风易企购大客户管理微商城软件[简称：易企购微商城]V1.0	2020SR0551085	软著登字第 5429781 号	2020.6.2	原始取得
41	重庆谊风	谊风 F10 商务管理系统[简称：谊风 F10ERP]V1.0	2019SR0335208	软著登字第 3755965 号	2019.4.15	原始取得
42	重庆谊风	谊风千店通电商 ERP 管理软件[简称：谊风千店通]V1.0.0	2017SR116410	软著登字第 1701694 号	2017.4.14	原始取得
43	重庆谊风	谊风易企购大客户管理软件[简称：易企购]V1.0.0	2017SR136893	软著登字第 1722177 号	2017.4.25	原始取得
44	重庆谊风	谊风云采电商化采购软件[简称：谊风云采]V1.0	2016SR308167	软著登字第 1486784 号	2016.10.26	原始取得
45	重庆谊风	欧菲斯 TMS 管理系统[简称：Officemate-TMS]V1.0	2021SR1464359	软著登字第 8186985 号	2021.10.8	原始取得
46	重庆谊风	谊风开票系统 V1.0	2021SR1464360	软著登字第 8186986 号	2021.10.8	原始取得
47	重庆谊风	t3 应收款管理系统[简称：T3]V1.0	2021SR1714949	软著登字第 8437575 号	2021.11.12	原始取得
48	重庆谊风	合作商集成平台 V1.0	2021SR1714951	软著登字第 8437577 号	2021.11.12	原始取得
49	重庆谊风	供应商协同平台 V1.0	2021SR1715969	软著登字第 8438595 号	2021.11.12	原始取得
50	重庆谊风	数据中台数据可视化系统 V1.0	2022SR1420693	软著登字第 10374892 号	2022.10.26	原始取得
51	重庆谊风	供应商协同平台 V2.0	2022SR1420694	软著登字第 10374893 号	2022.10.26	原始取得
52	重庆谊风	欧菲斯物流小助手平台[简称：物流小助手]V1.0	2022SR1461093	软著登字第 10415292 号	2022.11.3	原始取得
53	重庆谊风	谊风商贸通 SaaS 软件[简称：商贸通]V1.0	2022SR1385978	软著登字第 10340177 号	2022.9.30	原始取得
54	重庆谊风	欧菲斯 TMS 运输 SaaS 系统 0.3.8	2022SR1519336	软著登字第 10473535 号	2022.11.17	原始取得
55	重庆谊风	EKPower[简称：EKP]V1.0	2022SR1524539	软著登字第 10478738 号	2022.11.17	原始取得
56	重庆谊风	欧菲斯前段组件库平台[简称：OFS UI]V1.2	2022SR1623693	软著登字第 10577892 号	2022.12.29	原始取得

序号	权利人	软件名称	登记号	证书编号	登记时间	取得方式
57	重庆谊风	谊风仓储管理 SaaS 系统[简称：云 WMS]V1.0	2023SR0178638	软著登字第 10765809 号	2023.1.31	原始取得
58	重庆谊风	谊风仓储管理 SaaS 系统 CE 端软件[简称：云 WMS CE]V1.0	2023SR0311198	软著登字第 10898369 号	2023.3.9	原始取得
59	重庆谊风	电子档案管理系统[简称：OD 系统]V1.0	2023SR0229950	软著登字第 10817121 号	2023.2.13	原始取得
60	重庆谊风	谊风仓储管理 SaaS 系统安卓软件[简称：云 WMS App]V1.0	2023SR0292306	软著登字第 10879477 号	2023.3.1	原始取得
61	重庆谊风	数据中台管理系统 V1.0	2023SR0478078	软著登字第 11065249 号	2023.4.18	原始取得
62	重庆谊风	数据中台数据仓库系统 V1.0	2023SR0492786	软著登字第 11079957 号	2023.4.23	原始取得
63	企修通	企修通用户端[简称：用户端]V1.5.0	2021SR1460086	软著登字第 8182712 号	2021.9.30	原始取得
64	企修通	企修通运营端[简称：运营端]V1.5.0	2021SR1460087	软著登字第 8182713 号	2021.9.30	原始取得
65	企修通	企修通工程师端[简称：工程师端]V1.5.0	2021SR1460102	软著登字第 8182728 号	2021.9.30	原始取得
66	企修通	企修通服务商端[简称：服务商端]V1.5.0	2021SR1460103	软著登字第 8182729 号	2021.9.30	原始取得
67	企修通	企修通客户端[简称：客户端]V1.5.0	2021SR1460092	软著登字第 8182718 号	2021.9.30	原始取得
68	企修通	企修通渠道商端系统[简称：渠道商端]V1.5.0	2021SR1503100	软著登字第 8225726 号	2021.10.13	原始取得
69	企修通	企修通工程师端[简称：工程师端]V2.0	2022SR1007237	软著登字第 9961436 号	2022.8.4	原始取得
70	企修通	企修通运营端[简称：运营端]V2.0	2022SR1015635	软著登字第 9969834 号	2022.8.4	原始取得
71	企修通	企修通客户端[简称：客户端]V2.0	2022SR1017355	软著登字第 9971554 号	2022.8.4	原始取得
72	企修通	企修通服务商端[简称：服务商端]V2.0	2022SR1017547	软著登字第 9971746 号	2022.8.4	原始取得
73	企修通	企修通用户端[简称：用户端]V2.0	2022SR1017554	软著登字第 9971753 号	2022.8.4	原始取得
74	长春子公司	基于 5G 的云计算数据库管理系统 V1.0	2022SR1608873	软著登字第 10563072 号	2022.12.24	原始取得
75	长春子公司	基于云服务的大数据采购平台 V1.0	2023SR0178952	软著登字第 10766123 号	2023.1.31	原始取得
76	长春子公司	基于云计算的数据安全存储管理系统 V1.0	2023SR0195105	软著登字第 10782276 号	2023.2.2	原始取得
77	长春子公司	欧菲斯大数据采购计划制定管理系统 V1.0	2022SR1608894	软著登字第 10563093 号	2022.12.24	原始取得
78	长春子公司	欧菲斯大数据采购信息管理系统 V1.0	2023SR0178951	软著登字第 10766122 号	2023.1.31	原始取得
79	长春子公司	欧菲斯大数据采购在线咨询服务平台 V1.0	2023SR0178895	软著登字第 10766066 号	2023.1.31	原始取得
80	长春子公司	欧菲斯电子商务综合运维管理系统 V1.0	2022SR1608337	软著登字第 10562536 号	2022.12.24	原始取得
81	长春子公司	欧菲斯云计算服务在线咨询管理系统 V1.0	2023SR0222278	软著登字第 10809449 号	2023.2.10	原始取得
82	长春子公司	欧菲斯基于互联网的电子商务购物平台 V1.0	2023SR0211355	软著登字第 10798526 号	2023.2.8	原始取得
83	长春子公司	欧菲斯电子商务智能化运营管理系统 V1.0	2023SR0222277	软著登字第 10809448 号	2023.2.10	原始取得

序号	权利人	软件名称	登记号	证书编号	登记时间	取得方式
84	长春子公司	欧菲斯大数据采购结算管理系统 V1.0	2023SR0211356	软著登字第 10798527 号	2023.2.8	原始取得
85	广东子公司	政务大数据综合平台	2023SR0536534	软著登字第 11123705 号	2023.5.11	原始取得

4、域名

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司所拥有的已在 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统完成备案的域名共 12 项，具体情况如下：

序号	域名	持有者	ICP 备案号	注册日期	到期日期	取得方式
1	officemate.cn	欧菲斯	渝 ICP 备 14006025 号-1	2007.4.2	2025.4.2	原始取得
2	qygou.cn	欧菲斯	渝 ICP 备 14006025 号-6	2017.10.23	2024.10.23	原始取得
3	officematecloud.com	欧菲斯	渝 ICP 备 14006025 号-8	2021.11.19	2025.11.19	原始取得
4	ofs.cn	欧菲斯	渝 ICP 备 14006025 号-9	2009.5.31	2024.5.31	原始取得
5	999mate.com	欧菲斯	渝 ICP 备 14006025 号-10	2021.12.20	2025.12.20	原始取得
6	shop-box.cn	重庆谊风	渝 ICP 备 2020013469 号-3	2014.11.25	2023.11.25	原始取得
7	ofsyun.cn	重庆谊风	渝 ICP 备 2020013469 号-5	2022.1.4	2027.1.4	原始取得
8	matemro.com	工品公司	渝 ICP 备 19014853 号-1	2019.7.3	2024.7.3	原始取得
9	gytmro.com	工品公司	渝 ICP 备 19014853 号-2	2022.2.23	2027.2.23	原始取得
10	matefix.cn	企修通	渝 ICP 备 20000612 号-1	2019.12.18	2024.12.18	原始取得
11	fufentong.com	福分通	渝 ICP 备 18008342 号-2	2016.11.8	2023.11.8	原始取得
12	pst360.com	品商通	渝 ICP 备 20007186 号-2	2020.11.26	2023.11.26	原始取得

5、无形资产与公司主营业务的内在联系、重要程度、权利瑕疵

（1）无形资产与公司主营业务的内在联系、重要程度

公司无形资产主要为土地使用权、商标、计算机软件著作权及域名，其中：所持土地使用权为本次发行募集资金投资项目建设用地；所持商标为公司主营业务所必需，是欧菲斯市场形象的具体载体；所持计算机软件著作权是公司基于业务发展在信息系统开发过程中产生的一系列技术成果；所持域名为公司企业形象展示、各类业务数字化发展所依赖的前端平台。

公司主营业务为数字化商贸，核心是面向大型政企客户的 B2B 直销。为促进业务稳健发展，公司实施本次募集资金投资项目、组建专业化技术团队自主开发业务信息系统与前端平台、取得相关商标、树立企业及品牌形象，具有充分的必要性。目前，上述无形资产构成公司开展主营业务的基础，具备重要性。

（2）无形资产的权利瑕疵

截至本招股说明书签署日，公司所持土地使用权、商标、计算机软件著作权等主要无形资产不存在权利瑕疵，不存在纠纷或潜在纠纷。

七、业务资质情况

（一）公司的业务资质

公司所经营的办公物资批发业务覆盖品类多、涵盖面广，其中粮油食品、图书、口罩及其他医疗物资等产品需要取得食品经营许可证或备案、出版物经营许可证、第二类医疗器械经营备案凭证，此外公司销售少量的酒类产品、烟草制品，需要取得酒类专卖零售许可、烟草专卖零售许可。

（二）公司拥有的业务资质

截至本招股说明书签署日，公司及子公司所取得的与主营业务高度相关的重要资质或许可情况如下：

序号	公司名称	资质证书名称	对应产品、业务	证书编号	颁发单位	有效期至
1	欧菲斯	增值电信业务经营许可证	在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务）；信息服务业务（仅限互联网信息服务）	渝 B2-20150050	重庆市通信管理局	2025.7.31
2	欧菲斯	增值电信业务经营许可证	互联网接入服务业务（仅限为上网用户提供互联网接入服务）	B1-20170487	中华人民共和国工业和信息化部	2027.1.24
3	欧菲斯	信息系统安全等级保护备案证明	第2级批发购平台、合约平台、企业购平台、欧菲斯名酒进企数字化营销平台	50011213010-23202 50011213010-23203 50011213010-23204 50011213010-23205	重庆市公安局渝北区分局	长期
4	欧菲斯	建筑业企业资质证书	电子与智能化工程专业承包壹级；消防设施工程专业承包壹级	D250106262	重庆市住房和城乡建设委员会	2024.1.10
5	欧菲斯	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），散装食品销售（不含冷藏冷冻食品；不含直接入口食品）；特殊食品销售（保健食品销售）	JY15000001075495	重庆两江新区市场监督管理局	2027.6.21
6	欧菲斯	出版物经营许可证	出版物零售、出版物网络发行（零售）	新出发两江字第000339号	中共重庆两江新区工作委员会重庆两江新区管理委员会宣传部	2027.6.28
7	欧菲斯	医疗器械经营许可证	2002年分类目录：6821医用电子仪器设备；2017年分类目录：16眼科器械、6840体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	渝两江新区监械经营许20220020号	重庆两江新区市场监督管理局	2027.5.23

8	欧菲斯	第二类医疗器械经营备案凭证	2002年分类目录：6857消毒和灭菌设备及器具；2017年分类目录：07医用诊察和监护器械,08呼吸、麻醉和急救器械,14注输、护理和防护器械※※※	渝两江新区药监械备20200037号	重庆两江新区市场监督管理局	长期
9	欧菲斯	烟草专卖零售许可证	卷烟本店零售、雪茄烟本店零售	500112227436	重庆市渝北区烟草专卖局	2023.12.29
10	欧菲斯	道路运输经营许可证	道路普通货物运输	渝交运管许可渝字500402008339号	重庆两江新区城市管理局	2027.4.21
11	欧菲斯	互联网药品信息服务资格证书	互联网药品信息服务（非经营性）	（渝）-非经营性-2022-0089	重庆市药品监督管理局	2027.7.24
12	发行人苏州分公司	预包装食品备案	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售；保健食品	YB1320581001285X	常熟市行政审批局	长期
13	发行人苏州分公司	第二类医疗器械经营备案凭证	非IVD批发：II类：（分类目录2002）6801、6802、6803、6804、6805、6806、6807、6808、6809、6810、6812、6813、6815、6816、6820、6821、6822、6823、6824、6825、6826、6827、6828、6830、6831、6832、6833、6834、6840、6841、6845、6854、6855、6856、6857、6863、6864、6865、6866、6870； 非IVD批发：II类：（分类目录2017）01、02、03、04、05、06、07、08、09、10、11、14、15、16、17、18、19、20、21、22	苏苏药监械经营备20224087号	苏州市市场监督管理局	长期
14	发行人苏州分公司	出版物经营许可证	出版物发行零售（图书）	新出发苏苏常零字第莫009号	常熟市人民政府莫城街道办事处	2024.3.31
15	宁波子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002年分类目录：6801基础外科手术器械,6820普通诊察器械,6821医用电子仪器设备,6826物理治疗及康复设备,6834医用射线防护用品,装置,6856病房护理设备及器具,6857消毒和灭菌设备及器具,6864医用卫生材料及敷料,2017年分类目录：11医疗器械消毒灭菌器械,14注输、护理和防护器械（零售仅限网络经营）***	浙甬食药监械经营备20200886号	宁波市市场监督管理局	长期
16	宁波子公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY13302030247717	宁波市海曙区市场监督管理局	2024.5.8
17	宁波子公司	出版物经营许可证	出版物零售	新出发浙甬海字第202001026号	宁波市海曙区新闻出版局	2025.12.31
18	宁波子公司江北分公司	出版物零售备案回执	图书报刊、音像制品、电子出版物零售	北区新零售备字（2021）09号	宁波市江北区新闻出版局	2025.7.22
19	宁波子公司江北分公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002年分类目录：6801基础外科手术器械,6820普通诊察器械,6821医用电子仪器设备,6826物理治疗及康复设备,6834医用射线防护用品,装置,6856病房护理设备及器	浙甬食药监械经营备20201800号	宁波市市场监督管理局	长期

			具,6857 消毒和灭菌设备及器具,6864 医用卫生材料及敷料; 2017 年分类目录: 11 医疗器械消毒灭菌器械,14 注射、护理和防护器械（零售仅限网络经营）***			
20	宁波子公司江北分公司	预包装食品备案	预包装食品	YB23302050004274	浙江省市场监督管理局	长期
21	宁波子公司翠柏分公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY13302430006568	宁波市海曙区市场监督管理局	2024.11.10
22	苏州子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	非 IVD 批发: II 类:（原《分类目录》） 6801,6802,6803,6804,6805,6806,6807,6808,6809,6810,6812,6813,6815,6816,6820,6821（不含植入性心脏起搏器）,6822（不含人工晶体和塑性角膜接触镜）,6823,6824,6825,6826,6827,6828,6830,6831,6832,6833,6834,6840 临床检验分析仪 器,6841,6845,6854,6855,6856,6857,6858,6863,6864,6865,6866,6870; 非 IVD 批发: II 类:（新《分类目录》） 01,02,03,04,05,06,07,08,09,10,11,14,15,16（不含塑形角膜接触镜）,17,18,19,20,21,22	苏苏食药监械经营备20200052号	苏州市市场监督管理局	长期
23	苏州子公司	食品经营许可证	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售	JY13205080143075	苏州市姑苏区市场监督管理局	2028.5.15
24	苏州子公司	出版物经营许可证	图书零售、网络发行	新出发苏零字第苏姑苏SK0515号	苏州市姑苏区新闻出版局	2024.3.31
25	苏州子公司江阴分公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 版零售: 6820,6821,6823,6824,6826,6827,6841,6854,6856,6858,6863,6866,6870,6864（不含植入类和介入类医疗器械）（仅限可零售医疗器械产品）; 2017 版零售: 07,08,09,14,15,16,17,18,19,20,21,22,6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）（仅限可零售医疗器械产品）	苏锡械经营备20226038号	无锡市行政审批局	长期
26	苏州子公司江阴分公司	食品经营备案	仅销售预包装食品	YB13202810200001	江阴市市场监督管理局	长期
27	长春子公司	出版物经营许可证	图书零售	新出发长二字第 43098 号	长春市二道区行政审批局	2027.3.16
28	长春子公司	印刷经营许可证	其他印刷品印刷	长二印证字第 227113029 号	长春市二道区行政审批局	2025.12.31
29	长春子公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY12201050258773	长春市市场监督管理局二道分局	2026.2.28
30	长春子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 年分类目录: 6801,6802,6803,6204, 6805,	吉长药监械经营备	长春市市场监督管理局	长期

		证	6806, 6807, 6808,6809,6810,6812, 6813, 6815, 6816, 6820, 6821,6822,6823,6824,6825,6826,6827,6828,6830,6831,6832,6833,6834, 6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841, 6845, 6846, 6854, 6855,6856,6857,6858,6863,6864,6865,6866,6870, 6877; 2017年分类目录: 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	20200206号		
31	长春子公司	医疗器械经营许可证	2002年分类目录: 6801,6802,6803,6804,6805,6806,6807,6808,6809,6810,6812,6813,6815,6816,6820,6821,6822,6823,6824,6825,6826,6827,6828,6830,6831,6832,6833,6834,6841,6845,6846,6854,6855,6856,6857,6858,6863,6864,6865,6866,6870,6877; 2017年分类目录: 01,02,03,04,05,06,07,08,09,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22 注: 1.不含一次性使用无菌医疗器械; 2.不含角膜接触镜·软性、硬性、塑形角膜接触镜	吉长食药监械经营许20200194号	长春市市场监督管理局	2025.3.24
32	长春子公司	烟草专卖零售许可证	卷烟本店零售、雪茄烟本店零售	220101244219	长春市烟草专卖局	2023.12.10
33	长春子公司	对外贸易经营者备案登记表	对外贸易	03951720	对外贸易经营者备案登记（长春）	长期
34	长春子公司	危险化学品经营许可证	乙醇[无水]、苯、氢氧化钾、氢氧化钾溶液[含量≥30%]、二氯甲烷、氢氧化钠、氢氧化钠溶液[含量≥30%]、氨溶液[含氨>10%]、正丁醇、硫化钠、亚硝酸钠、甲酸、次氯酸钠溶液[含有效氯>5%]*	吉长二危化经字[2023]000183	长春市二道区行政审批局	2026.3.23
35	沈阳子公司	出版物经营许可证	出版物零售（不含中小学教材）	新出发沈和零字第SHL0151号	沈阳市和平区行政审批局	2027.4.18
36	沈阳子公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY12101020125004	沈阳市和平区行政审批局	2026.4.24
37	沈阳子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002年分类目录: 6820, 6840（仪器类），6858, 6864, 6866; 2017年分类目录: 07,14,21*	辽沈食药监械经营备20200475号	沈阳市市场监督管理局	长期
38	沈阳子公司	医疗器械经营许可证	2022年分类目录: 6801, 6802, 6803, 6804, 6805, 6806, 6807, 6808, 6809, 6810, 6812, 6813, 6815, 6816, 6820, 6821, 6822（角膜接触镜除外），6823, 6824, 6825, 6826, 6827, 6828,	辽沈药监械经营许20220651号	沈阳市市场监督管理局	2027.7.3

			6830, 6831, 6832, 6833, 6834, 6840（仪器类），6840（仅限常温储存），6845, 6846, 6854, 6855, 6856, 6857, 6858, 6863, 6864, 6865, 6866, 6870, 6841, 6877, 2017年分类目录：01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16（角膜接触镜除外），17, 18, 19, 20, 21, 22, 6840（不需冷链运输、贮存）*			
39	成都子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	II类： 6801,6802,6803,6804,6805,6806,6807,6808,6809,6810,6812,6813,6815,6816,6820,6821,6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备,6823,6824,6825,6826,6827,6828,6830,6831,6832,6834,6840 临床检验分析仪器及诊断试剂（诊断试剂除外）,6841,6845,6854,6855,6856,6857,6858,6863,6864,6865,6866,6870	川蓉食药监械经营备20201149号	成都市市场监督管理局	长期
40	成都子公司	对外贸易经营者备案登记表	对外贸易	05135636	对外贸易经营者备案登记（成都青羊）	长期
41	成都子公司	海关进出口货物收发货人备案回执	进出口货物收发货	5154200691	中华人民共和国海关（锦城海关）	长期
42	成都子公司	出版物经营许可证	图书、报纸、期刊、电子出版物零售、网络发行	新出发成青字第510105010883号	成都市青羊区行政审批局	2027.8.31
43	成都子公司	医疗器械经营许可证	III类：6801 基础外科手术器械，6802 显微外科手术器械，6803 神经外科手术器械，6804 眼科手术器械，6805 耳鼻喉科手术器械，6806 口腔科手术器械，6807 胸腔心血管外科手术器械，6808 腹部外科手术器械，6809 泌尿肛肠外科手术器械，6810 矫形外科（骨科）手术器械，6812 妇产科用手术器械，6813 计划生育手术器械，6815 注射穿刺器械，6816 烧伤（整形）科手术器械，6820 普通诊察器械，6821 医用电子仪器设备，6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备，6823 医用超声仪器及有关设备，6824 医用激光仪器设备，6825 医用高频仪器设备，6826 物理治疗及康复设备，6827 中医器械，6828 医用磁共振设备，6830 医用 X 射线设备，6831 医用 X 射线附属设备及部件，6832 医用高能射线设备，6833 医用核素设备，6834 医用射线防护用品、装置，6840 临床检验分析仪器及诊断试剂（诊断试剂需低温冷藏运输贮存），6840 临床检验分析仪器及诊断试剂（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841 医用化验和基础设备器具，	川蓉药监械经营许20221819号	成都市市场监督管理局	2027.12.25

			6845 体外循环及血液处理设备，6846 植入材料和人工器官，6854 手术室、急救室、诊疗室设备及器具，6855 口腔科设备及器具，6856 病房护理设备及器具，6857 消毒和灭菌设备及器具，6858 医用冷疗、低温、冷藏设备及器具，6863 口腔科材料，6864 医用卫生材料及敷料，6865 医用缝合材料及粘合剂，6866 医用高分子材料及制品，6870 软件，6877 介入器材,III类：01 有源手术器械，02 无源手术器械，03 神经和心血管手术器械，04 骨科手术器械，05 放射治疗器械，06 医用成像器械，07 医用诊察和监护器械，08 呼吸、麻醉和急救器械，09 物理治疗器械，10 输血、透析和体外循环器械，12 有源植入器械，13 无源植入器械，14 注输、护理和防护器械，15 患者承载器械，16 眼科器械，17 口腔科器械，18 妇产科、辅助生殖和避孕器械，21 医用软件，22 临床检验器械，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存），6840 体外诊断试剂			
44	成都子公司	食品经营备案	仅销售预包装食品	YB15101050013954	成都市青羊区行政审批局	长期
45	重庆子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 年分类目录：6854,6856,6857,6864；2017 年分类目录：07,08,14	渝两江新区食药监械经营备 20200120 号	重庆两江新区市场监督管理局	长期
46	重庆子公司	出版物经营许可证	出版物零售、出版物网络发行（零售）	新出发两江字第 000136 号	中共重庆两江新区工作委员会重庆两江新区管理委员会宣传部	2027.3.1
47	重庆子公司	烟草专卖零售许可证	卷烟本店零售、雪茄烟本店零售	第 500112227530 号	重庆市渝北区烟草专卖局	2023.12.29
48	重庆子公司	道路运输许可证	道路普通货物运输	渝交运管渝字 500402008114 号	重庆两江新区城市管理局	2026.6.15
49	重庆子公司	食品经营备案	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	YB15000000160646	重庆两江新区市场监督管理局	长期
50	重庆子公司朝千路店	烟草专卖零售许可证	卷烟零售、雪茄烟零售	500114203527	重庆市渝中区烟草专卖局	2023.12.31
51	太原子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 年分类目录：6801,6802,6803,6804,6805,6806,6807,6808,6809,6810,6812,6813,6815,6816,6820,6821,6822,6823,6824,6825,6826,6827,6828,6830,6831,6832,6833,6834,6840（诊断试剂除外），6841,6845,6854,6855,6856,6857,6858,6863,6864,6866,6870；2017 年分类目录：	晋并食药监械经营备 20200078 号	太原市行政审批服务管理局	长期

			01,02,04,05,06,07,08,09,10,11,14,15,16,18,20,21,22,6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）			
52	太原子公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY11401060048814	太原市迎泽区行政审批服务管理局	2026.5.11
53	太原子公司	出版物经营许可证	图书、报刊零售	新出发迎字第140106103号	太原市迎泽区行政审批服务管理局	2024.4.21
54	太原子公司第一分公司	食品经营许可证	热食类食品制售	JY31401050022298	太原市小店区行政审批服务管理局	2026.5.17
55	上海子公司	出版物经营许可证	图书、报纸、期刊零售、网络零售	新出发沪零字第EW8726号	上海市静安区文化和旅游局	2026.6.30
56	上海子公司	酒类商品零售许可证	酒类商品（不含散装酒）	静市监酒零字第JY13101060080467-JL号	上海市静安区市场监督管理局	2025.11.14
57	上海子公司	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品），散装食品销售（含冷藏冷冻食品、不含熟食、含牛羊肉），特殊食品销售（保健食品销售、婴幼儿配方乳粉）	JY13101060080467	上海市静安区市场监督管理局	2025.6.15
58	上海子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	第二类医疗器械	沪静食药监械经营备20227002号	上海市静安区市场监督管理局	长期
59	江苏子公司	出版物经营许可证	出版物批发、零售	新出发苏批字第A-530号	江苏省新闻出版局	2024.3.31
60	江苏子公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY13201050149985	南京市建邺区市场监督管理局	2026.6.9
61	江苏子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002版批发:6820, 6821, 6826, 6854, 6858, 6864, 6870*** 2017版批发:06, 07, 11, 14***	苏宁食药监械经营备20210622号	南京市市场监督管理局	长期
62	江苏子公司	医疗器械经营许可证	2002版批发:6820, 6821(不含植入类产品), 6826, 6834, 6840(诊断试剂不需低温冷藏运输贮存), 6855, 6857, 6858***2017版批发:01, 02, 14(不含植入类器械), 16(不含植入类器械, 不含塑形角膜接触镜), 17(不含植入类器械), 21, 6840 体外诊断试剂不需低温冷藏运输贮存	苏宁食药监械经营许20220883号	南京市市场监督管理局	2027.12.19
63	南京子公司	出版物经营许可证	出版物批发、零售	新出发苏批字第A-479号	江苏省新闻出版局	2024.3.31
64	南京子公司	食品经营许可证	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（含冷藏冷冻食品）销售	JY13201020004681	南京市玄武区市场监督管理局	2026.3.9
65	南京子公司	二类医疗器械经营备案凭证	2020版批发: 6820 普通诊查器械,6826 物理治疗及康复设备,6834 医用射线防护用品、装置,6857 消	苏宁食药监械经营备20200385	南京市市场监督管理局	长期

			毒和灭菌设备及器具,6858 医用冷疗、低温、冷藏设备及器具,6864 医用卫生材料及敷料	号		
66	北京子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 年版分类目录：II 类：6857,6864,6820,6866,6854,6834；2017 年版分类目录：II 类：14	京怀食药监械经营备 20200094 号	北京市怀柔区市场监督管理局	长期
67	北京子公司	出版物经营许可证	图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品零售	新出发京零字第怀 200003 号	北京市怀柔区新闻出版局	2028.4.30
68	北京子公司	食品经营备案	仅销售预包装食品	/	北京市市场监督管理局	长期
69	广东子公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含预包装冷藏冷冻食品）	JY1441925 2566402	东莞市市场监督管理局	2025.8.17
70	广东子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 年分类目录：6815,6820,6821,6822,6823,6824,6825,6826,6827,6840（体外诊断试剂除外）,6841,6846,6854,6855,6856,6857,6858,6863,6864,6865,6866 2017 年分类目录：	粤东食药监械经营备 20200169 号	东莞市市场监督管理局	长期
71	广东子公司	广东省安全技术防范系统设计、施工、维修资格证（肆级）	安全技术防范系统设计、施工、维修	粤 GS497 号	东莞市公安局安全技术防范管理办公室	2023.7.26
72	广东子公司	出版物经营许可证	国内版书报刊批发、零售	新出发粤莞字第 441910238 2 号	东莞市新闻出版局	2026.3.31
73	广东子公司	道路运输经营许可证	普通货运	粤交运管许可莞字 4419001439 12 号	东莞市交通运输局	2026.6.30
74	广东子公司	医疗器械经营许可证	2002 年分类目录：6821,6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存）；2017 年分类目录：08,6840 体外诊断试剂（不需低温冷藏运输贮存）	粤东药监械经营许 20230056	东莞市市场监督管理局	2028.3.12
75	福分通	增值电信业务经营许可证	在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务） 不含网络借贷信息中介类的互联网金融业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】 信息服务业务（仅限互联网信息服务）不含信息搜索查询服务、信息即时交付服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】	渝 B2-20200265	重庆市通信管理局	2025.8.5
76	福分通	食品经营备案	仅销售预包装食品	备案编号：YB1500103 0927241	重庆市渝中区市场监督管理局	长期
77	福分通	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 年分类目录：6820,6864,6866；2017 年分类目录：07,11,14	渝渝食药监械经营备 20220008 号	重庆市渝中区市场监督管理局	长期
78	福分通	信息系统安全等级保护备案证明	第 2 级福分通福利管理平台系统	5001129909 5-23201	重庆市公安局渝北区分局	长期

79	工品公司	增值电信业务经营许可证	在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务） 不含网络借贷信息中介类的互联网金融业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】 信息服务业务（仅限互联网信息服务）不含信息搜索查询服务、信息即时交付服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】	渝 B2-20200288	重庆市通信管理局	2025.8.5
80	工品公司	信息系统安全等级保护备案证明	第 2 级工品伙伴系统	50011299094-23201	重庆市公安局渝北区分局	长期
81	品商通	增值电信业务经营许可证	在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务）不含网络借贷信息中介类的互联网金融业务。 【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】 信息服务业务（仅限互联网信息服务）不含信息搜索查询服务、信息即时交付服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】	渝 B2-20220488	重庆市通信管理局	2027.10.17
82	黑龙江子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 年分类目录：6801，6802，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6822，6823，6824，6825，6826，6827，6828，6830，6831，6832，6833，6834，6840（诊断试剂除外），6841，6845，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866，6870；2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，14，15，17，18，20，21，22	黑哈药监械经营备 20230553 号	哈尔滨市市场监督管理局	长期
83	山东子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	注 1	鲁济药监械经营备 20231103 号	济南高新技术产业开发区管理委员会	长期
84	天津子公司	第二类医疗器械经营备案凭证	2017 年分类目录：02,03,05,06,07,08,09,10,11,14,15,17,18,19,20,21,22	津北药监械经营备 20230023 号	天津市河北区市场监督管理局	长期
85	天津子公司	出版物经营许可证	图书、期刊、音像制品、电子出版物的批发兼零售	新出发津字第 00291 号	天津市新闻出版局	2023.12.31
86	重庆谊风	信息系统安全等级保护备案证明	第 2 级合作商集成平台、谊风仓储管理 SaaS 系统、TMS 运输管理系统、供应商协同平台	50011299096-23201 50011299096-23202 50011299096-23203 50011299096-23204	重庆市公安局渝北区分局	长期
87	山东子公司滨州分公司	第二类医疗器械经营备案凭证	注 2	鲁滨药监械经营备 20230167 号	滨州市市场监督管理局	长期

88	苏州运营	食品经营备案	仅销售预包装食品	YB2320581 001142X	常熟市行政审批局	长期
89	苏州运营	出版物经营许可证	出版物发行零售（图书）	新出发苏苏 常零字第莫 010号	常熟市人民政府 莫城街道办事处	2024.03.31
90	苏州运营	第二类医疗器械经营备案凭证	2002 版批发:非 IVD 批发: II 类: (分类目录 2002) 6801、6802、 6803、6804、6805、6806、6807、 6808、6809、6810、6812、6813、 6815、6816、6820、6821、6822、 6823、6824、6825、6826、6827、 6828、6830、6831、6832、6833、 6834、6840、6841、6845、6854、 6855、6856、6857、6863、6864、 6865、6866、6870; 非 IVD 批发: II 类: (分类目录 2017) 01、02、 03、04、05、06、07、08、09、 10、11、14、15、16、17、18、 19、20、21、22。	苏苏药监械 经营备 20224094 号	苏州市市场监督 管理局	长期

注 1: 第 83 项业务范围包括: II 类: 6801 基础外科手术器械, 6802 显微外科手术器械, 6803 神经外科手术器械, 6804 眼科手术器械, 6805 耳鼻喉科手术器械, 6806 口腔科手术器械, 6807 胸腔心血管外科手术器械, 6808 腹部外科手术器械, 6809 泌尿肛肠外科手术器械, 6810 矫形外科(骨科)手术器械, 6812 妇产科用手术器械, 6813 计划生育手术器械, 6815 注射穿刺器械, 6816 烧伤(整形)科手术器械, 6820 普通诊察器械, 6821 医用电子仪器设备, 6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备(6822-1 角膜接触镜及护理用液除外), 6823 医用超声仪器及有关设备, 6824 医用激光仪器设备, 6825 医用高频仪器设备, 6826 物理治疗及康复设备, 6827 中医器械, 6828 医用磁共振设备, 6830 医用 X 射线设备, 6831 医用 X 射线附属设备及部件, 6832 医用高能射线设备, 6833 医用核素设备, 6834 医用射线防护用品、装置, 6840 临床检验分析仪器(体外诊断试剂除外), 6841 医用化验和基础设备器具, 6845 体外循环及血液处理设备, 6846 植入材料和人工器官, 6854 手术室、急救室、诊疗室设备及器具, 6855 口腔科设备及器具, 6856 病房护理设备及器具, 6857 消毒和灭菌设备及器具 6858 医用冷疗、低温、冷藏设备及器具, 6863 口腔科材料, 6864 医用卫生材料及敷料, 6865 医用缝合材料及粘合剂, 6866 医用高分子材料及制品, 6870 软件, 6877 介入器材

II 类: 01 有源手术器械, 02 无源手术器械, 03 神经和心血管手术器械, 04 骨科手术器械, 05 放射治疗器械, 06 医用成像器械, 07 医用诊察和监护器械, 08 呼吸、麻醉和急救器械, 09 物理治疗器械, 10 输血、透析和体外循环器械, 11 医疗器械消毒灭菌器械, 12 有源植入器械, 14 注输、护理和防护器械, 15 患者承载器械, 16 眼科器械, 17 口腔科器械, 18 妇产科、辅助生殖和避孕器械, 19 医用康复器械(助听器除外), 20 中医器械, 21 医用软件, 22 临床检验器械。

注 2: 第 87 项业务范围包括: 2002 年分类目录: II 类: 6801 基础外科手术器械, 6802 显微外科手术器械, 6803 神经外科手术器械, 6804 眼科手术器械, 6805 耳鼻喉科手术器械, 6806 口腔科手术器械, 6807 胸腔心血管外科手术器械, 6808 腹部外科手术器械, 6809 泌尿肛肠外科手术器械, 6810 矫形外科(骨科)手术器械, 6812 妇产科用手术器械, 6813 计划生育手术器械, 6815 注射穿刺器械, 6816 烧伤(整形)科手术器械, 6820 普通诊察器械, 6821 医用电子仪器设备, 6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备(6822-1 角膜接触镜及护理用液除外), 6823 医用超声仪器及有关设备, 6824 医用激光仪器设备, 6825 医用高频仪器设备, 6826 物理治疗及康复设备, 6827 中医器械, 6828 医用磁共振设备, 6830 医用 X 射线设备, 6831 医用 X 射线附属设备及部件, 6832 医用高能射线设备, 6833 医用核素设备, 6834 医用射线防护用品、装置, 6840 临床检验分析仪器(体外诊断试剂除外), 6841 医用化验和基础设备器具, 6845 体

外循环及血液处理设备，6846 植入材料和人工器官，6854 手术室、急救室、诊疗室设备及器具，6855 口腔科设备及器具，6856 病房护理设备及器具，6857 消毒和灭菌设备及器具，6858 医用冷疗、低温、冷藏设备及器具，6863 口腔科材料，6864 医用卫生材料及敷料，6865 医用缝合材料及粘合剂，6866 医用高分子材料及制品，6870 软件，6877 介入器材；

2017 年分类目录：II 类：01 有源手术器械，02 无源手术器械，03 神经和心血管手术器械，04 骨科手术器械，05 放射治疗器械，06 医用成像器械，07 医用诊察和监护器械，08 呼吸、麻醉和急救器械，09 物理治疗器械，10 输血、透析和体外循环器械，11 医疗器械消毒灭菌器械，12 有源植入器械，14 注输、护理和防护器械，15 患者承载器械，16 眼科器械，17 口腔科器械，18 妇产科、辅助生殖和避孕器械，19 医用康复器械（助听器除外），20 中医器械，21 医用软件，22 临床检验器械。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司已取得经营所需的资质、许可、备案证书。

八、技术和研发情况

公司以数字化、一站式 B2B 直销为核心业务，围绕核心主业的数字化能力建设，是公司实现长远发展的命脉所在。自成立以来，公司始终坚持自主开发路线，致力于结合行业特点，构建贴近业务、运行高效的数字化信息系统。

（一）发行人技术情况

公司主营业务为数字化商贸，数字化运营依赖前、中、后台各项信息系统的高效运行。结合自身业务特点，欧菲斯先后开发了合约在线平台、福分通、企业购、批发购等前台交易系统，对标业务特点量身打造了 OMS、WMS、TMS、SCS、T3、合作商集成平台等多项业务系统。目前，上述平台及系统已成为公司经营的重要基础设施，对业务经营的高效开展与内部控制的规范运作形成了强有力的技术支撑。

欧菲斯业务信息系统框架



系统名称	功能介绍
SAP	公司核心信息系统，涵盖企业运营的销售、采购、财务等各个方面，是财务数据的主要处理环境，是实现业务数字化的重要基础
OMS	订单管理系统（Order Management System），通过该系统，公司实现平台订单的汇总、分派、监控，是欧菲斯接纳并处理大客户订单的核心系统
TMS	运输管理系统（Transportation Management System），通过该系统，公司得以对快递物流与自主交付送货流程及全部订单的签收流程实施控制
WMS	仓储管理系统（Warehouse Management System），通过该系统，发行人得以对自主交付对应的仓库实施数字化管理
T3	T3 应收账款管理系统，通过该系统，发行人得以实现应收账款按订单的精细化管理
SCS	供应商协作管理系统，通过该系统，发行人得以集成供应商的订单、供货、产品信息，对采购流程、客户商城商品展示过程进行信息化管理

系统名称	功能介绍
合作商集成平台	将 OMS、TMS、T3、SCS 等多个系统中有关于合作商的信息流转、操作事项、单据传递等集成于一个系统之内，而后开放给合作商，方便合作商以集成平台为桥梁，完成与相关业务系统的数据交互

（二）发行人研发情况

1、公司正在开发的主要项目

基于持续做强主业的经营战略，公司研发开发目标主要包括三点：其一，服务于公司不断扩大的业务规模，对公司的信息系统进行升级扩容，以满足未来若干年内的业务需要；其二，完善、扩展信息系统的功能，以提升前端平台的用户使用体验、中后台业务系统的使用效率，降低公司运营成本；其三，配合公司长期发展战略，提前进行技术储备，以期将来把自有信息系统及技术用于对行业中小型供应商及行业上下游提供技术服务和平台支持，实现对非生产性物资流通行业的产业互联化改造。

目前，公司正在重点开发的主要项目如下：

序号	系统名称	功能/目的
1	TMS 4.0	向合作商提供物流管理服务，实现客户下单、员工揽件、运输、签收动态工单通知一体化，实现小程序、服务号、PC 管理端联通。
2	工云通平台 V3.0	采购云平台对接工云通，实现工云通与工品数据数据同步，优化采购云平台端寻源招标，帮助生态伙伴客户搭建采购商城体系、采购管理体系。
3	企修通 3.0	基于企修通 2.0，整合功能模块，剔除部分无用功能，优化操作流程，提高用户体验和系统性能。
4	企业购 4.0	针对发票系统进行升级，并对接中台支付；与第三方系统进行解耦，增加开放 API 对接不同的客户群体。
5	贝塔高效运营平台 V5.5	对工品商城 MRO 数字集成服务平台和贝塔高效运营平台进行融合迭代：完成价格体系 V3.0 升级，支持按客户类型、价格配置方式对商城客户进行价格配置；针对商城端增加客户多账号体系管理、审批流程管理等功能；针对供应商端增加合作商入驻、发品、订单、对账开票流程；搭建 CRM 客户管理系统框架与 SRM 供应商管理系统框架。

2、研发投入情况

报告期内，公司研发投入金额及占营业收入比重如下：

单位：万元，%

项目	2022 年	2021 年	2020 年
研发费用	1,332.79	1,085.94	800.92

营业收入	816,386.78	768,336.09	644,340.95
研发费用占比	0.16	0.14	0.12

（三）保持技术持续创新的机制、技术储备及创新安排

公司的技术开发管理以集团统筹、业务先导、深度融合为总基调，设立技术中心统筹公司相关的技术开发活动，同时考虑 MRO 业务、企业服务业务的自身发展需要，在 MRO 事业中心、数字企服中心内部设置专门的技术开发团队，以求业务、技术的相互促进，截至 2022 年底，公司共有技术人员 148 人。

公司正在持续进行研发投入，运用先进数字化技术，升级优化现有信息系统，并开发新的数字化系统，作为公司持续发展的技术储备，公司技术储备情况详见本节“八、（二）、1、公司正在开发的主要项目”。

九、质量控制情况

基于不同采购模式的业务特点，公司分别制定了相关内部控制制度，从商品源头严把质量关，通过供应商引入及日常管理、合同约束、入库验收与库存管理、客户调查与回访等手段，加强对商品质量的管控，降低商品质量风险。

（一）质量控制标准

公司所销售的办公物资涉及品类众多，涵盖面广泛，且大型政企客户对商品质量的要求严格，促使公司在根据《消费者权益保护法》《产品质量法》等法律法规、国家标准、行业标准实施质量管控的前提下，进一步考虑公司客户对商品质量的更高标准，提升自身在商品质量方面的管控能力。

（二）质量控制体系

1、供应商引入及管理

公司制定了《供应商管理规范》《合作商管理办法》，对供应商引入、采购商品质量控制、供应商日常管理等各方面提出明确的要求，上述制度得到有效执行，保障了公司采购商品的质量。

公司在供应商的引入及日常管理、商品交付管理等各方面进行了权责明确的分工，由供应链管理中心、市场发展管理中心、交付管理中心三部门具体负

责上述工作。其中，供应链管理中心负责备货供应商开发、引入考察，并承担供应商日常管理工作，包括备货供应商送货、产品质量管理等；市场发展管理中心作为合作商的主要管理部门，负责合作商的引入资质审查与合作关系建立；交付管理中心对合作商的交付过程及结果、交付产品质量、售后服务等进行集中管理，拥有对于合作商直送订单的商品质量、售后服务等监督、管理和处罚权/建议处罚权。

2、合同约束

公司与备货供应商、合作商签订的合作协议中对供应商提供商品质量、质量问题责任承担等方面均有明确的约定，以具有法律效力的合同条款方式对供应商商品质量进行约束。合同中对商品质量的约定主要包括一般质量问题以及知识产权违规两个层次，具体如下：

一般质量问题方面，公司要求供应商提供的商品在符合法律法规、规章制度规定的质量、技术及安全要求的基础上，还需要满足合同约定的质量要求。如果出现商品质量问题，供应商必须予以退货或换货，同时必须承担公司因此遭受客户处罚、赔偿等导致的费用、损失。

知识产权违规方面，若供应商提供的商品存在假冒伪劣或侵犯知识产权的情形，则公司有权停止对供应商所有款项的结算、单方面终止合作，并对供应商予以一定金额的经济性处罚。该情形导致公司经济损失或遭受处罚的，供应商还须予以全额赔偿。

3、入库验收与库存管理

公司制定了《存货管理办法》，对采购入库验收、存货管理等方面进行制度性规定，具体的验收及存货管理工作由公司及各子公司仓库管理部门负责。入库验收方面，仓库收到采购商品后，需对商品外包装、有效期以及质量合格证、食品卫生证等进行检查，必要时随机开箱检查商品是否合格。存货管理方面，公司对存货堆放位置、间距、堆码方式有严格规定，同时执行分区保管、防潮防锈等措施，防止商品损坏、变质的发生。此外，发货前还需要检查商品情况，防止问题商品出库。

4、客户调查与回访

公司在经营中特别重视客户体验，通过客户调查、回访等方式了解客户公司销售商品质量及售后服务的满意度。具体而言，大客户服务中心不定期的进行项目客户满意度调查，收集客户对公司总体情况、商品质量、服务水平等方面的评价；交付管理中心负责客户售后诉求的对接，并在事后对客户进行回访，了解客户对于公司售后服务的满意度。

（三）与产品质量相关的行政处罚、法律纠纷

报告期内，公司未发生因产品质量问题引致的重大法律纠纷，也不存在违反质量监督方面有关法律法规而受到重大行政处罚的情况。

十、环境保护情况

公司不属于重污染行业，经营过程中会产生少量生活废水、生活废物，除此之外不产生其他环境污染物。

十一、发行人的特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营权。

十二、公司在境外进行生产经营情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在境外生产、经营。

十三、引用第三方数据的情况

本招股说明书中公司引用的第三方数据均非专门为本次发行准备，公司不存在为此支付费用或提供帮助的情形。

第六节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析所引用的财务数据，非经特别说明，均引自经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计的 2020 年、2021 年、2022 年财务报告。非经特别说明，本节引用的财务数据均为合并财务报表口径。

公司提醒投资者阅读本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取更为详细的财务资料。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	1,026,979,936.25	912,080,165.88	972,424,047.02
交易性金融资产	30,128,219.18	50,008,262.84	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	44,546,947.47	23,315,984.50	14,695,174.35
应收账款	2,119,528,311.19	1,477,791,998.08	1,407,536,841.53
应收款项融资	75,859,607.76	52,858,869.00	21,256,566.74
预付款项	276,495,619.77	204,457,140.99	181,761,347.09
其他应收款	65,357,804.95	57,552,300.42	59,835,049.59
存货	183,439,156.80	181,404,521.31	167,099,210.06
合同资产	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	5,203,646.33	11,200,355.59	17,041,454.53
其他流动资产	157,474,214.81	55,936,150.87	60,311,927.81
流动资产合计	3,985,013,464.51	3,026,605,749.48	2,901,961,618.72
非流动资产：			
债权投资	-	-	-
其他债权投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
其他权益工具投资	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-
投资性房地产	20,800,376.86	-	-
固定资产	24,398,240.32	43,719,449.15	40,918,821.41
在建工程	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
使用权资产	129,095,118.17	115,471,188.85	-
无形资产	17,236,962.77	7,098,479.56	8,139,859.24
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	23,059,693.64	8,991,503.22	11,409,051.27
递延所得税资产	17,072,320.67	13,360,045.25	10,037,185.18
其他非流动资产	10,172,739.73	-	-
非流动资产合计	241,835,452.16	188,640,666.03	70,504,917.10
资产总计	4,226,848,916.67	3,215,246,415.51	2,972,466,535.82
流动负债：			
短期借款	151,430,982.58	-	35,726,407.28
交易性金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	122,460,155.77	70,783,978.99	44,294,156.20
应付账款	2,409,260,512.02	1,785,574,471.84	1,750,908,942.07
预收款项	-	-	-
合同负债	278,538,525.52	284,197,362.78	318,334,487.39
应付职工薪酬	44,475,971.67	50,297,998.23	46,213,873.04
应交税费	78,506,248.38	37,139,162.77	30,058,117.38
其他应付款	44,221,583.11	41,148,324.55	31,636,992.02
持有待售负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	24,094,642.16	22,750,465.16	-
其他流动负债	64,038,765.52	55,132,274.75	53,839,243.79
流动负债合计	3,217,027,386.73	2,347,024,039.07	2,311,012,219.17
非流动负债：			
长期借款	-	-	-

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
租赁负债	104,346,038.91	91,667,607.62	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
预计负债	13,013,466.53	11,472,548.51	9,727,135.66
递延收益	304,000.00	361,000.00	418,000.00
递延所得税负债	345,674.62	108,185.26	157,939.58
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	118,009,180.06	103,609,341.39	10,303,075.24
负债合计	3,335,036,566.79	2,450,633,380.46	2,321,315,294.41
所有者权益（或股东权益）：			
实收资本（或股本）	225,000,000.00	225,000,000.00	225,000,000.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	232,860,821.22	210,274,972.95	196,009,620.31
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	27,612,117.48	18,999,610.16	10,410,401.69
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	406,339,411.18	310,338,451.94	219,731,219.41
归属于母公司所有者权益合计	891,812,349.88	764,613,035.05	651,151,241.41
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	891,812,349.88	764,613,035.05	651,151,241.41
负债和所有者权益总计	4,226,848,916.67	3,215,246,415.51	2,972,466,535.82

（二）合并利润表

单位：元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一、营业收入	8,163,867,792.18	7,683,360,850.90	6,443,409,527.40

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
减：营业成本	7,509,701,368.11	7,075,021,949.35	5,886,260,433.93
税金及附加	20,201,021.99	14,978,411.64	12,283,214.91
销售费用	275,525,712.00	260,929,420.67	236,887,769.62
管理费用	158,792,115.54	136,483,384.06	100,621,119.73
研发费用	13,327,896.88	10,859,425.65	8,009,203.98
财务费用	2,779,309.59	-4,358,637.37	-1,624,243.28
其中：利息费用	6,834,540.80	4,638,320.45	2,897,170.22
利息收入	5,704,060.66	9,857,043.72	5,701,326.51
加：其他收益	31,539,302.70	9,523,949.90	5,979,472.25
投资收益（损失以“-”号填列）	1,999,911.30	1,997,846.53	-1,344,541.71
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	128,219.18	8,262.84	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-18,496,709.63	-13,609,313.59	-16,768,022.11
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-4,375,371.32	-2,136,590.53	-4,296,035.10
资产处置收益（损失以“-”号填列）	911,199.85	41,709.42	64,868.61
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	195,246,920.15	185,272,761.47	184,607,770.45
加：营业外收入	1,831,825.28	1,204,272.18	1,616,773.24
减：营业外支出	1,985,058.51	1,303,727.97	3,193,202.70
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	195,093,686.92	185,173,305.68	183,031,340.99
减：所得税费用	40,980,220.36	36,476,864.68	34,022,329.69
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	154,113,466.56	148,696,441.00	149,009,011.30
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	154,113,466.56	148,696,441.00	149,009,011.30
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类：			
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	154,113,466.56	148,696,441.00	149,009,011.30
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
五、其他综合收益的税后净额			
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）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	-	-	-
六、综合收益总额	154,113,466.56	148,696,441.00	149,009,011.30
归属于母公司所有者的综合收益总额	154,113,466.56	148,696,441.00	149,009,011.30
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.68	0.66	0.66
（二）稀释每股收益	0.68	0.66	0.66

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	8,538,838,441.30	8,520,412,929.03	6,919,907,215.10
收到的税费返还	854,422.33		
收到其他与经营活动有关的现金	119,171,260.52	86,963,106.09	66,865,026.62
经营活动现金流入小计	8,658,864,124.15	8,607,376,035.12	6,986,772,241.72
购买商品、接受劳务支付的现金	7,877,229,427.13	7,965,693,582.47	5,993,541,888.87
支付给职工以及为职工支付的现金	275,655,251.96	249,912,100.76	201,859,756.81
支付的各项税费	174,374,513.10	143,669,594.04	116,622,003.99
支付其他与经营活动有关的现金	201,960,552.36	180,932,735.17	176,873,491.13
经营活动现金流出小计	8,529,219,744.55	8,540,208,012.44	6,488,897,140.80
经营活动产生的现金流量净额	129,644,379.60	67,168,022.68	497,875,100.92
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	238,154,749.35	88,000,000.00	494,930,291.67
取得投资收益收到的现金	2,878,056.46	1,969,096.53	1,191,941.29
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	244,641.13	601,387.17	90,787.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
收到其他与投资活动有关的现金	-	4,817,556.33	1,004,179.18
投资活动现金流入小计	241,277,446.94	95,388,040.03	497,217,199.14
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	44,336,718.05	8,934,977.79	10,431,988.12
投资支付的现金	330,951,817.84	118,000,000.00	537,600,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	17,826,530.00
投资活动现金流出小计	375,288,535.89	126,934,977.79	565,858,518.12
投资活动产生的现金流量净额	-134,011,088.95	-31,546,937.76	-68,641,318.98
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
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	136,816,869.76	-	51,400,610.95
收到其他与筹资活动有关的现金	63,799,207.55	41,352.64	4,702,563.67
筹资活动现金流入小计	200,616,077.31	41,352.64	56,103,174.62
偿还债务支付的现金	50,000,000.00	31,000,000.00	88,900,610.95
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	50,527,724.82	49,958,974.72	27,939,511.73
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	29,508,043.51	22,090,528.43	400,800.00
筹资活动现金流出小计	130,035,768.33	103,049,503.15	117,240,922.68
筹资活动产生的现金流量净额	70,580,308.98	-103,008,150.51	-61,137,748.06
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	66,213,599.63	-67,387,065.59	368,096,033.88
加：期初现金及现金等价物余额	879,962,793.33	947,349,858.92	579,253,825.04
六、期末现金及现金等价物余额	946,176,392.96	879,962,793.33	947,349,858.92

二、审计意见及关键审计事项

（一）审计意见

天健会计师事务所（特殊普通合伙）接受了公司委托，审计了公司 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2020 年度、2021 年度、2022 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现

金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注，出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审〔2023〕8-347号），具体审计意见如下：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了欧菲斯公司 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况，以及 2020 年度、2021 年度、2022 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

申报会计师在审计中识别出的关键审计事项为收入确认和应收账款减值，具体如下：

1、收入确认

（1）事项描述

公司的营业收入主要来自于办公物资等商品销售。2020 年度、2021 年度和 2022 年度实现的营业收入金额分别为人民币 6,443,409,527.40 元、7,683,360,850.90 元和 8,163,867,792.18 元。

由于营业收入是公司关键业绩指标之一，可能存在公司管理层通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险，因此，申报会计师将收入确认确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对收入确认，申报会计师实施的审计程序主要包括：

- ①了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；
- ②测试信息系统一般控制、与收入确认流程相关的应用控制；
- ③检查销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；
- ④对营业收入及毛利率按月度、产品、客户等实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；
- ⑤选取主要客户，查询工商信息并进行实地走访或视频问询，询问其与欧菲斯的业务往来情况并观察相关客户的经营场所，核实交易的真实性；

⑥结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证报告期销售额；

⑦以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单、发货单及客户签收单等；

⑧对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止测试，评价营业收入是否在恰当期间确认；

⑨获取资产负债表日后的销售退回记录，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况；

⑩检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

2、应收账款减值

（1）事项描述

截至 2020 年 12 月 31 日，公司应收账款账面余额为 1,442,872,759.10 元，坏账准备为 35,335,917.57 元，账面价值为 1,407,536,841.53 元，占资产总额的 47.35%；

截至 2021 年 12 月 31 日，公司应收账款账面余额为 1,522,023,710.26 元，坏账准备为 44,231,712.18 元，账面价值为 1,477,791,998.08 元，占资产总额的 45.96%；

截至 2022 年 12 月 31 日，公司应收账款账面余额为 2,180,725,988.60 元，坏账准备为 61,197,677.41 元，账面价值为 2,119,528,311.19 元，占资产总额的 50.14%。

管理层根据各项应收账款的信用风险特征，以单项应收账款或应收账款组合为基础，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量其损失准备。对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层综合考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，估计预期收取的现金流量，据此确定应计提的坏账准备；对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层以账龄为依据划分组合，参照历史信用损失经验，并根据前瞻性估计予以调整，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，据此确定应计提的坏账准备。

由于应收账款金额重大，且应收账款减值涉及重大管理层判断，申报会计

师将应收账款预期信用损失计提确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对应收账款减值，申报会计师实施的审计程序主要包括：

①了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

②复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况，评价管理层过往预测的准确性；

③复核管理层对应收账款进行信用风险评估的相关考虑和客观证据，评价管理层是否恰当识别各项应收账款的信用风险特征；

④对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，获取并检查管理层对预期收取现金流量的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

⑤对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；评价管理层减值测试方法（包括根据历史损失率及反映当前情况的相关可观察数据等确定的各项组合坏账准备计提比例）的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

⑥检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

⑦检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

重要性水平的确定遵循《中国注册会计师审计准则第 1221 号——计划和执行审计工作时的的重要性》《中国注册会计师审计准则第 1401 号——对集团财务报表审计的特殊考虑》等的相关规定合理评估所选定的重要性水平，同时考虑错报的性质以及较小金额错报的累计结果可能对财务报表产生重大影响。

公司合并报表整体的重要性水平按当期合并利润总额的 5% 计算，并按重要性水平的 60% 作为合并报表实际执行的重要性水平。

四、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

公司财务报表以持续经营为编制基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）的规定而编制。

2、持续经营

公司不存在导致对报告期末起12个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并报表范围及变化情况

1、合并报表范围

报告期各期，公司纳入合并财务报表范围的子公司情况如下：

单位：%

序号	子公司名称	子公司级别	持股比例	取得方式	是否纳入合并报表范围		
					2022年度	2021年度	2020年度
1	重庆子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
2	欧菲斯咨询	二级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
3	跨越科技	二级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
4	太原子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
5	苏州子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
6	沈阳子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
7	宁波子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
8	广东子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
9	成都子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
10	南京子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
11	连云港子公司	二级子公司	100.00	投资设立	是	是	是

序号	子公司名称	子公司级别	持股比例	取得方式	是否纳入合并报表范围		
					2022年度	2021年度	2020年度
12	江苏子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	否
13	长春子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
14	上海子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
15	北京子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
16	福分通	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
17	山东子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
18	河南子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
19	天津子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
20	重庆谊风	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
21	广西子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
22	海口子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
23	青海子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
24	湖北子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
25	福建子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
26	河北子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
27	深圳子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
28	安徽子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
29	陕西子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
30	湖南子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
31	云南子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
32	黑龙江子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
33	贵州子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
34	西藏子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
35	内蒙古子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
36	江西子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
37	子狗良品	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
38	甘肃子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
39	新疆子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
40	青岛子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
41	宁夏子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
42	工品公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是

序号	子公司名称	子公司级别	持股比例	取得方式	是否纳入合并报表范围		
					2022年度	2021年度	2020年度
43	企修通	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
44	品商通	一级子公司	100.00	投资设立	是	是	是
45	云越科技	二级子公司	100.00	投资设立	是	否	否
46	苏州运营	一级子公司	100.00	投资设立	是	否	否
47	常熟子公司	一级子公司	100.00	投资设立	是	否	否

2、合并报表范围变化情况

公司合并范围的变化情况如下：

（1）合并范围增加

单位：万元、%

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	注册资本	持股比例
2022 年度				
云越科技	投资设立	2022 年 6 月	2,000.00	100.00
苏州运营	投资设立	2022 年 9 月	4,000.00	100.00
常熟子公司	投资设立	2022 年 3 月	5,000.00	100.00
2021 年度				
江苏子公司	投资设立	2021 年 1 月	2,000.00	100.00
2020 年度				
跨越科技	投资设立	2020 年 7 月	500.00	100.00
欧菲斯咨询	投资设立	2020 年 3 月	500.00	100.00

（2）合并范围减少

单位：万元

公司名称	股权处置方式	股权处置时点	处置日净资产	处置当期期初至处置日净利润
2022 年度				
连云港子公司	注销	2022 年 10 月	5.47	9.37

公司子公司具体情况，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、分公司和参股公司情况”。

五、分部信息

公司主要为大型政企客户提供办公物资数字化、一站式采购服务。公司将

此业务视作为一个整体实施管理、评估经营成果，公司无需披露分部信息。公司营业收入及营业成本的分类构成参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（二）营业收入分析”和“十、（三）营业成本分析”。

六、重要会计政策和会计估计

本招股说明书中仅列示针对公司自身业务活动实质、经营模式特点的重要会计政策及会计估计，若需了解全部会计政策及会计估计，请阅读经申报会计师审计的财务报表及财务报表附注。

（一）收入

1、收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：（1）客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；（2）客户能够控制公司履约过程中在建商品；（3）公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：（1）公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；（2）公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；（3）公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；（4）公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；（5）客户已接受该商品；（6）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

2、收入计量原则

（1）公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

（2）合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

（3）合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

（4）合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

3、收入确认的具体方法

公司的主营业务为办公物资销售，销售内容主要为商品销售。

公司商品销售属于在某一时点履行的履约义务，其中 B2B 直销业务及批发业务收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将商品交付给客户，取得客户验收单或签收单（以快递方式发货的，快递物流信息显示客户已签收，视同已取得签收信息），已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入。零售业务的收入确认需满足以下条件：线下门店业务门店营业员收款并将货物交给客户后确认收入；线上网店客户通过网上平台向公司下单，公司收到客户订单后发货，在客户签收并且收到货款后确认收入。

（二）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：（1）以摊余成本计量的金融资产；（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；（2）金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；（3）不属于上述（1）或（2）的财务担保合同，以及不属于上述（1）并以低于市场利率贷款的贷款承诺；（4）以摊余成本计量的金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

（1）金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

（2）金融资产的后续计量方法

①以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

（3）金融负债的后续计量方法

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

④以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

（4）金融资产和金融负债的终止确认

①当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：收取金融资产现金流量的

合同权利已终止；金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

②当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；（2）保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产在终止确认日的账面价值；（2）因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

（2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

（3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融工具减值

（1）金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、合同资产、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成，且不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

（2）按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——合并范围内关联方组合	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——应收股利组合	款项性质	
其他应收款——应收押金保证金组合	款项性质	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，该组合预期信用损失率为 5.00%
其他应收款——应收员工备用金组合		
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

（3）按组合计量预期信用损失的应收款项及合同资产

①具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票组合	票据类型	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收商业承兑汇票组合		参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收票据账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——合并范围关联方组合	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
长期应收款——分期销售商品款组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

②应收账款——账龄组合、应收商业承兑汇票、长期应收款的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款、应收商业承兑汇票、长期应收款 预期信用损失率（%）
0-6 个月（含，下同）	1.50
7-12 个月	5.00
1-2 年	10.00
2-3 年	30.00
3-4 年	50.00
4-5 年	80.00
5 年以上	100.00

6、金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：（1）公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；（2）公司计划以

净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

（三）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用移动加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中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；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中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；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

（2）包装物

按照一次转销法进行摊销。

（四）投资性房地产

投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量，并采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。

（五）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
房屋及建筑物	年限平均法	20	5.00	4.75
办公设备	年限平均法	5	5.00	19.00
电子设备	年限平均法	3	5.00	31.67
运输设备	年限平均法	4	5.00	23.75
营业设备	年限平均法	5	5.00	19.00

（六）无形资产

1、无形资产包括土地使用权等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限 (年)
软件	3-10
土地使用权	50

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明

运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（七）部分长期资产减值

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、使用权资产、等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（八）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（九）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。

1、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

1）根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

2）设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

3）期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

3、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2、公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（十一）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。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，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按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。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现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（十二）政府补助

1、政府补助在同时满足下列条件时予以确认：（1）公司能够满足政府补助所附的条件；（2）公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4、与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

5、政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。以借款的公允价值作为借款的入账价值并按照实际利率法计算借款费用，实际收到的金额与借款公允价值之间的差额确认为递延收益。递延收益在借款存续期内采用实际利率法摊销，冲减相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

（十三）合同资产、合同负债

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

公司将拥有的、无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示，将已向客户转让商品而有权收取对价的权利（该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。

公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

（十四）递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之

间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

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

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十五）租赁

1、2021-2022 年度

（1）公司作为承租人

在租赁期开始日，公司将租赁期不超过 12 个月，且不包含购买选择权的租赁认定为短期租赁；将单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁认定为低价值资产租赁。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不认定为低价值资产租赁。

对于所有短期租赁和低价值资产租赁，公司在租赁期内各个期间按照直线法将租赁付款额计入相关资产成本或当期损益。

除上述采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，在租赁期开始日，公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

1) 使用权资产

使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：①租赁负债的初始计量金额；②在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已

享受的租赁激励相关金额；③承租人发生的初始直接费用；④承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

公司按照直线法对使用权资产计提折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

2) 租赁负债

在租赁开始日，公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。计算租赁付款额现值时采用租赁内含利率作为折现率，无法确定租赁内含利率的，采用公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额与其现值之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期各个期间内按照确认租赁付款额现值的折现率确认利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额于实际发生时计入当期损益。

租赁期开始日后，当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变化、用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动、购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果或实际行权情况发生变化时，公司按照变动后的租赁付款额的现值重新计量租赁负债，并相应调整使用权资产的账面价值，如使用权资产账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将剩余金额计入当期损益。

(2) 公司作为出租人

在租赁开始日，公司将实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁划分为融资租赁，除此之外的均为经营租赁。

1) 经营租赁

公司在租赁期内各个期间按照直线法将租赁收款额确认为租金收入，发生的初始直接费用予以资本化并按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。公司取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

2) 融资租赁

在租赁期开始日，公司按照租赁投资净额（未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和）确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。在租赁期的各个期间，公司按照租赁内含利率计算并确认利息收入。

公司取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

2、2020 年度

（1）经营租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（2）融资租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

公司为出租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

（十六）重要会计政策和会计估计变更

1、重要会计政策变更

本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行经修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》（以下简称新租赁准则）。公司作为承租人，根据新租赁准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新租赁准则与原准则的差异追溯调整 2021 年 1 月 1 日留存收益及财务报表其他相关项目金额。

执行新租赁准则对公司 2021 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	资产负债表		
	2020 年 12 月 31 日	新租赁准则调整影响	2021 年 1 月 1 日
使用权资产	-	10,061.90	10,061.90
长期待摊费用	1,140.91	-155.33	985.57
预付款项	18,176.13	-152.46	18,023.67
租赁负债	-	8,293.32	8,293.32
一年内到期的非流动负债	-	1,460.80	1,460.80

2、重要会计估计变更

报告期内，公司无重要会计估计变更事项。

七、非经常性损益

根据中国证监会《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）》的要求，公司编制了最近三年的非经常性损益明细表，并由天健会计师事务所出具了《最近三年非经常性损益的鉴证报告》（天健审（2023）8-350 号）。报告期内，公司非经常性损益明细如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	90.23	-4.76	-267.99
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	3,148.17	1,005.44	599.20
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	12.35	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于	-	-	-

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益			
非货币性资产交换损益	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	296.93	200.61	126.16
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回	8.06	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-14.44	-1.01	-143.17
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-1,425.24	-527.76	-141.38
小计	2,103.71	684.87	172.83
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	553.42	186.39	74.38
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,550.29	498.48	98.45
归属于母公司股东的净利润	15,411.35	14,869.64	14,900.90
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	13,861.05	14,371.16	14,802.45
归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例	10.06	3.35	0.66

报告期内，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 98.45 万元、498.48 万元和 1,550.29 万元，占归属于母公司股东的净利润的比例分别为 0.66%、3.35%和 10.06%。

报告期内，公司非经常性损益内容主要包括计入当期损益的政府补助、理财产品形成的投资损益、股份支付费用等。2022 年，非经常性损益占比较高，主要系当年政府补助的影响，相关具体分析参见本节“十、（六）、2、其他收益”。

八、主要税种及税收优惠情况

（一）主要税种及税率

报告期内，公司及子公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、9%、6%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.2% 计缴；从租计征的，按租金收入的 12% 计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	7%、5%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%
地方教育附加	实际缴纳的流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%、15%

报告期内，公司纳入合并报表范围各主体的企业所得税税率如下：

纳税主体名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
发行人	15%	15%	15%
重庆子公司	15%	15%	15%
欧菲斯咨询	20%	20%	20%
云越科技	20%	-	-
苏州运营	20%	-	-
成都子公司	15%	15%	15%
上海子公司	25%	25%	20%
宁波子公司	20%	20%	20%
福分通	15%	15%	20%
山东子公司	20%	20%	20%
河南子公司	20%	20%	20%
天津子公司	20%	20%	20%

重庆谊风	20%	20%	20%
广西子公司	20%	20%	20%
海口子公司	20%	20%	20%
青海子公司	20%	20%	20%
湖北子公司	20%	20%	20%
福建子公司	20%	20%	20%
河北子公司	20%	20%	20%
深圳子公司	20%	20%	20%
安徽子公司	20%	20%	20%
陕西子公司	20%	20%	20%
湖南子公司	20%	20%	20%
云南子公司	20%	20%	20%
黑龙江子公司	20%	20%	20%
贵州子公司	20%	20%	20%
西藏子公司	20%	20%	20%
内蒙古子公司	20%	20%	20%
江西子公司	20%	20%	20%
子狗良品	20%	20%	20%
甘肃子公司	20%	20%	20%
新疆子公司	20%	20%	20%
青岛子公司	20%	20%	20%
宁夏子公司	20%	20%	20%
工品公司	20%	20%	20%
企修通	20%	20%	20%
品商通	20%	20%	20%
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%

（二）主要税收优惠政策及依据

1、西部大开发税收优惠

根据财政部、海关总署、国家税务总局《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58号）和财政部、税务总局、国家发展改革委《关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》（2020年第23号），对设在西部地区的鼓励类产业企业减按15%的税率征收企业所得税，减征期限

为 2011 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日。

公司总部、重庆子公司、成都子公司和福分通的主营业务符合《西部地区鼓励类产业目录》的规定，其中，公司总部、重庆子公司、成都子公司在 2020 年度、2021 年度和 2022 年度享受上述西部大开发税收优惠，福分通在 2021 年度和 2022 年度享受上述西部大开发税收优惠。

2、小微企业税收优惠

根据财政部、税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）和《关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（2021 年第 12 号），自 2019 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 12.5% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。根据《财政部、税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（公告 2022 年第 13 号）规定，自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。

（三）税收优惠对经营成果的影响

报告期内，公司享受的企业所得税税收优惠对公司经营业绩的影响如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
西部大开发	1,566.19	1,531.93	1,467.90
小型微利企业	116.49	64.55	134.78
税收优惠金额合计	1,682.68	1,596.47	1,602.68
利润总额	19,509.37	18,517.33	18,303.13
税收优惠金额占当期利润总额的比例	8.62	8.62	8.76

报告期内，公司享受的企业所得税税收优惠金额分别为 1,602.68 万元、1,596.47 万元和 1,682.68 万元，占当期利润总额的比例分别为 8.76%、8.62%和 8.62%，占比较小，公司经营业绩不会对税收优惠政策存在严重依赖。

九、主要财务指标

（一）基本财务指标

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.24	1.29	1.26
速动比率（倍）	1.18	1.21	1.18
资产负债率（合并）（%）	78.90	76.22	78.09
资产负债率（母公司）（%）	82.58	78.90	80.52
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	3.96	3.40	2.89
项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
应收账款周转率（次）	4.41	5.18	5.34
存货周转率（次）	39.71	39.05	30.93
息税折旧摊销前利润（万元）	24,592.12	22,197.16	19,987.84
利息保障倍数（倍）	238.28	514.05	69.32
归属于母公司所有者的净利润（万元）	15,411.35	14,869.64	14,900.90
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,861.05	14,371.16	14,802.45
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.58	0.30	2.21
每股净现金流量（元/股）	0.29	-0.30	1.64
研发投入占营业收入的比例（%）	0.16	0.14	0.12

注：上述指标计算公式如下：

- （1）流动比率=流动资产/流动负债
- （2）速动比率=（流动资产-存货）/流动负债
- （3）资产负债率（合并）=负债合计/负债和所有者权益合计（合并报表）
- （4）资产负债率（母公司）=负债合计/负债和所有者权益合计（母公司报表）
- （5）归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益÷期末总股本
- （6）应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- （7）存货周转率=营业成本/存货平均余额
- （8）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+使用权资产折旧+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
- （9）利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/利息支出
- （10）每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

（11）每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额/期末总股本

（二）净资产收益率和每股收益

公司按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》（中国证券监督管理委员会公告〔2010〕2 号）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	期间	加权平均净资产收益率 (%)	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2022 年度	18.93	0.68	0.68
	2021 年度	21.20	0.66	0.66
	2020 年度	25.48	0.66	0.66
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2022 年度	17.03	0.62	0.62
	2021 年度	20.49	0.64	0.64
	2020 年度	25.31	0.66	0.66

注：上述指标计算公式如下：

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

其中： P_0 分别对应于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； 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。

（2）基本每股收益＝ $P_0 \div S$ ； $S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

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通股股东的净利润； 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 为报告期月份数； M_i 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。

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

其中， P_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。

十、经营成果分析

（一）报告期内经营成果

报告期内，欧菲斯经营业绩的总体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	816,386.78	6.25	768,336.09	19.24	644,340.95
营业成本	750,970.14	6.14	707,502.19	20.20	588,626.04
营业毛利	65,416.64	7.53	60,833.89	9.19	55,714.91
营业利润	19,524.69	5.38	18,527.28	0.36	18,460.78
利润总额	19,509.37	5.36	18,517.33	1.17	18,303.13
净利润	15,411.35	3.64	14,869.64	-0.21	14,900.90
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	13,861.05	-3.55	14,371.16	-2.91	14,802.45

2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯分别实现营业收入 644,340.95 万元、768,336.09 万元、816,386.78 万元，2021 年、2022 年较之上年度分别增长 19.24%、6.25%，B2B 直销业务的持续壮大是推动收入增长的主要原因。

随着营业收入规模的增长，营业成本、营业毛利呈现同步增长的态势。2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯实现营业毛利 55,714.91 万元、60,833.89 万元、65,416.64 万元，2021 年、2022 年较之上年度分别增长 9.19%、7.53%。报告期各年，欧菲斯综合毛利率分别为 8.65%、7.92%、8.01%，总体稳定。

2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯分别实现净利润 14,900.90 万元、14,869.64 万元、15,411.35 万元，同期扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润分别为 14,802.45 万元、14,371.16 万元、13,861.05 万元。报告期各年，欧菲斯净利润水平持续保持稳定态势，其中：

1、2021 年，公司营业收入增长 19.24%，而同期净利润、扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润较之上年度未有明显增长，主要是 2021 年管理费用增长较快所致。

报告期内，欧菲斯主营业务稳步发展，尤其在 2020 年取得较大突破，对经营团队运转、信息系统效能提出了更大的挑战，加之整个办公物资 B2B 市场增长势头不减，未来业务规模有望进一步增长，从而带来更为庞大的订单量与数据量。为适应长远发展对人才引进、团队稳定、信息系统所提出的要求，公司在 2021 年逐步加大管理人才引进力度、提升管理团队待遇水平、增加多个业务板块的信息技术投入，2020 年、2021 年连续两年实施了积极的股权激励，致使

2021 年管理费用有所增长、管理费用率未有明显下降。

此外，2020 年，由于宏观环境原因，当年社保费用减免力度较大，相关费用较之正常水平偏低，致使 2020 年净利润水平偏高。2021 年，上述社保减免政策停止，致使当年净利润水平在数据比较上有所下降。

2、2022 年，公司营业收入较之上一年度增长 6.25%，而同期扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润较之上年度未有明显增长，主要是财务费用与信用减值损失所致。

2022 年，随着公司经营规模扩大、MRO 等各类业务的同步发展，公司流动资金面稳中趋紧。为解决未来业务扩张对流动性所提出的更高要求，欧菲斯于 2022 年自银行筹措了一定金额的短期借款，截至 2022 年末，欧菲斯短期借款规模为 1.51 亿元。短期借款规模的增加，致使当年财务费用较上一年有所增长。

2022 年，公司 MRO 业务发展进入加速期，先后与中国建筑、中国电建达成 MRO 品类合作，由于相关客户实际账期较长，致使 2022 年应收账款减值准备对应的信用减值损失有所增加。该等客户属于建筑行业龙头企业、央企集团，且欧菲斯与其建立了较好的合作关系，虽然账期较长，但应收账款实质性回收风险较低。

（二）营业收入分析

1、营业收入的总体情况

报告期内，欧菲斯的营业收入构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	816,070.57	99.96	767,812.14	99.93	644,227.94	99.98
其他业务收入	316.21	0.04	523.94	0.07	113.01	0.02
合计	816,386.78	100.00	768,336.09	100.00	644,340.95	100.00

报告期各年，欧菲斯分别实现主营业务收入 644,227.94 万元、767,812.14 万元、816,070.57 万元，占当期营业收入的比重均在 99.90%以上。

2021 年、2022 年，欧菲斯主营业务收入分别增长 123,584.20 万元、48,258.43 万元，较之上年度增长 19.18%、6.29%，面向大型政企客户的办公物资 B2B 直销业务稳步发展，是欧菲斯报告期内主营业务规模得以扩张的主要原因。

2、主营业务收入的业务模式构成及其变动情况

（1）按业务模式区分的主营业务收入情况

报告期内，公司主营业务收入按业务模式分类情况如下：

单位：万元、%

业务模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
B2B 直销模式	673,828.85	82.57	641,651.92	83.57	564,096.45	87.56
批发模式	138,939.33	17.03	123,207.90	16.05	78,018.99	12.11
零售及其他	3,302.38	0.40	2,952.33	0.38	2,112.50	0.33
合计	816,070.57	100.00	767,812.14	100.00	644,227.94	100.00

欧菲斯以 B2B 直销为其主要经营模式。该模式下，公司的客户主要为政府、央企国企、金融机构等，是办公物资的实际使用者。2020 年、2021 年、2022 年，B2B 直销模式销售占主营业务收入的比重分别为 87.56%、83.57%、82.57%，各年占比均在 80%以上。

批发模式是公司业务的重要组成部分。欧菲斯在办公物资行业已有近 10 年的经营历史，随着 B2B 直销市场的勃兴，其经营规模不断扩大、知名度日益提升，逐步积累了一系列优质品牌产品的渠道资源，在集中采购中具备一定的优势。欧菲斯立足于自身的采购渠道积累开展批发业务，向本行业的下游贸易企业销售办公物资，2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯批发业务销售占主营业务收入的比重分别为 12.11%、16.05%、17.03%。

除直销、批发外，欧菲斯还通过零售门店等方式经营办公物资零售业务，其子公司重庆谊风具有少量软件技术服务业务，但均不是公司主营业务的重要组成部分，也不是公司未来发展的主要方向。

（2）B2B 直销模式销售收入的变动分析

2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯 B2B 直销实现销售收入 564,096.45 万

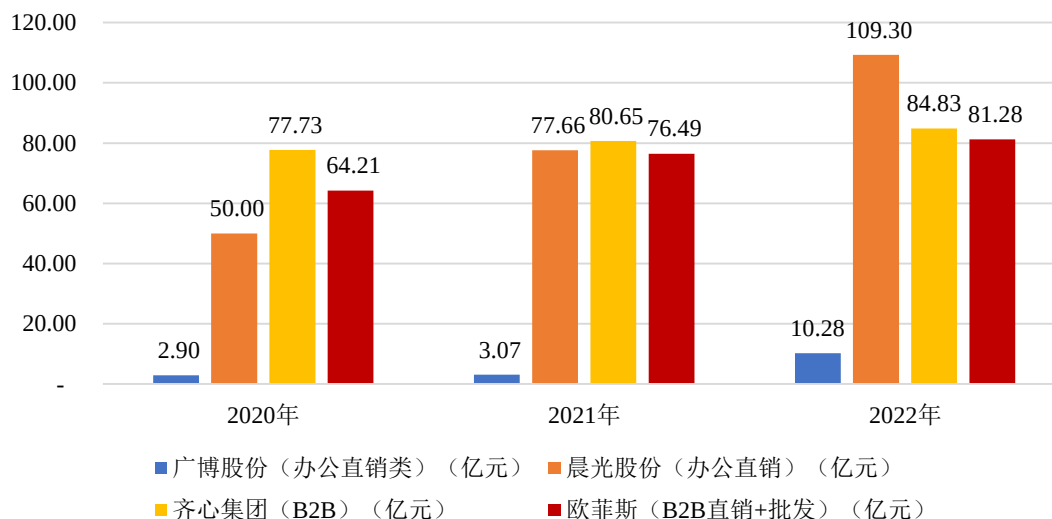
元、641,651.92 万元、673,828.85 万元，2021 年、2022 年分别较前一年度增长 13.75%、5.01%，业务呈稳步发展态势。从行业发展、需求扩张、竞争优势、客户合作稳定性及新项目开发等因素上看，欧菲斯 B2B 直销业务可保持稳中求进的主要原因如下：

①公共政策持续推动、降本增效功能凸显，B2B 直销市场持续增长

自 2014 年《政府采购法》颁布以来，以“数字化”、“一站式”为特点的办公物资采购新模式持续受到政策鼓励而得以快速发展，相关公共采购政策密集出台。2019 年至 2021 年间，《国有企业采购操作规范》《国有企业采购管理规范》《国有企业网上商城采购交易操作规范》等行业规范先后发布，为各级央企、国企采购管理及操作制定了规范指引，其中明确建议将办公用品等项目通过电子商城方式进行集中采购。此外，工信部亦出台了《企业数字化采购实施指南》，着力引导各类企业的采购向数字化加速转型，为企业采购 B2B 直销行业进一步打开增长空间。

在政策持续推动下，政府、大型企业的采购数字化改革进程得以先行，并在近年来取得较大成果，新采购模式所带来的降本增效功能逐步凸显。国务院国资委发布的相关数据显示，2015 年至 2018 年，中央企业通过实施集中采购节约资金分别为 3,653.00 亿元、4,220.00 亿元、3,417.00 亿元和 3,455.00 亿元。中国石油 2019 年发布的相关新闻显示，非生产性物资电商采购的实施，使得采购价格相较于以往历史价格普遍降低 10%以上，70%以上的采购在 48 小时内完成，降低了采购成本，提升了采购效率。《中国公共采购发展报告（2021）》数据显示，2020 年，金融企业集中采购累计节约资金 53.95 亿元，平均采购节约率达 12.75%。《2022 数字化采购发展报告》数据显示，实施数字化采购使得采购主体在价格成本上降低了 5%至 15%，在时间效率上提升了 30%以上，在管理成本上降低了 30%以上，在运营成本上降低了 40%以上。

由于“数字化”、“一站式”采购模式所具备的优良特性，近年来已成为公共采购领域的发展方向，是提高公共采购效率和透明度的大势所趋。受此驱动，办公物资 B2B 直销行业内的主要经营规模普遍水涨船高。最近三年，晨光股份、齐心集团、广博股份、欧菲斯相关业务的销售收入情况如下：



②大型政企客户数字化采购覆盖率持续提升，覆盖品类不断扩充

随着数字化采购新模式的深入发展，越来越多的企业、机构相继开始推动数字化采购改革，数字化采购覆盖率得以提升。根据对大型央企电商平台信息的汇总整理，已上线数字化采购平台的央企家数占比由 2015 年的不足 10% 增长至 2021 年的 30% 以上；根据《中国公共采购发展报告（2021）》相关数据，2020 年已有 70% 的金融企业建成并使用线上采购商城，需求部门线上下单量较上年度猛增 79.49%，大型政企客户仍然是办公物资“数字化”、“一站式”采购的主力军。

在数字化采购覆盖率稳步增长的同时，线上采购品类亦在逐步扩充。随着居民生活水平的持续改善，大型企业或机构在员工关怀、职工福利、改善办公环境方面的需求日益增长，员工福利相关产品、健身器械、生活电器等相继进入办公场景。此外，在工业、户外办公中所频繁使用到的 MRO 产品，也在向着“数字化”、“一站式”采购方向迅速发展，根据国务院国资委 2019 年的数据测算，MRO 电商化采购年均成本节约超过 15 亿元，节资率达 15%。

由于大型政企客户数字化采购覆盖率快速提升，行业内主要企业具有了更为坚实的客户基础，得以不断获取新客户、入围新项目，进而实现自身销售收入的持续增长。

受覆盖品类扩充的拉动，生活用品、MRO、办公电器销售收入在整体办公物资销售中逐步占据重要地位，进一步带动行业内企业销售收入的增长。报告

期内，除传统的办公设备、办公耗材等，欧菲斯生活用品、MRO、办公电器合计销售收入分别为 279,133.02 万元、328,561.87 万元、394,015.82 万元，2020 年、2021 年分别较之上年增长 49,428.85 万元、65,453.94 万元。

③主要客户持续入围，合作关系长期稳定，合作规模不断扩大

经过持续的行业深耕，欧菲斯在 B2B 直销业务中逐步取得了多数客户认可，树立了良好的行业口碑，可依托自身服务经验与竞争优势持续与大客户合作，并不断扩大合作规模。

整体而言，与大型客户的持续合作，是对供应商经营能力的全面考验。一方面，大型政企客户遴选供应商时，对供应商的经营实力、过往经验、信息系统建设等均提出较高的要求，在这些方面没有过硬积累的企业一般无法入围。另一方面，大型政企客户对交付及时性、属地化服务水平、商品质量等要求严格，在历史合作中口碑不良的供应商难以持续保持合作。

经过近 10 年的积累，欧菲斯在客户资源与项目履历方面的优势逐步凸显，业务信息系统日臻完善，在市场竞争中占有先机。报告期内，公司连续入围国家电网、南方电网、工商银行、广发银行、重庆市人民政府、国家税务总局等大型客户的采购项目，B2B 直销业务客户结构稳定。

2020 年、2021 年、2022 年，在 B2B 直销业务中，欧菲斯向合作三年以上的主要客户（各年 B2B 直销前十大客户中不涉及报告期新增的部分）销售累计实现收入分别为 315,124.11 万元、382,191.33 万元、394,489.91 万元，各年占 B2B 直销收入比重均在 55%以上，销售收入稳步增长。

④新客户、新项目开拓卓有成效

基于自身积累的项目履历、供应链网络、信息系统优势，报告期内，公司在巩固现有客户的基础上持续开拓新客户、新项目，紧跟市场增量。最近三年，欧菲斯新增合作的重要客户、重要项目情况如下：

单位：万元、%

合并客户名称	合作开始时间、项目概况	2022 年销售收入	2021 年销售收入	2020 年销售收入
中航工业	2020 年	16,209.57	10,590.32	5,726.44
大唐集团	2020 年	11,388.63	5,594.37	163.36
中国节能	2020 年	6,345.69	2,857.08	9.31

四川省交通投资集团有限责任公司	2020 年	1,406.72	1,522.00	534.66
农业银行（新增主要项目部分）	2021 年首次开始数字一体化集采项目合作（农银 E 采项目）	12,610.03	2,479.50	-
中国航空发动机集团有限公司	2021 年	1,890.64	114.81	-
中国建筑（新增主要项目部分）	2021 年首次开始数字一体化集采项目合作（办公物资、MRO 等集中采购项目）	11,648.71	5.25	-
中国邮政（新增主要项目部分）	2022 年首次开始数字一体化集采项目合作（第三方电商平台服务采购项目）	12,239.03	-	-
中国华能（新增主要项目部分）	2022 年首次开始数字一体化集采项目合作（电子商城项目）	1,726.18	-	-
招商银行（新增主要项目部分）	2022 年首次开始数字一体化集采项目合作（全行办公用品、营销宣传品平台化采购项目）	85.03	-	-
合计		75,550.23	23,163.33	6,433.77

注 1：上表的“合并客户”，包括其控制或管理的企业集团体系内子公司、分公司或分支机构，下同。

注 2：上表注明“（新增主要项目部分）”的，为对应新增合作项目收入，并非对该客户的全部营业收入。

由于客户集团规模庞大，欧菲斯很可能已经与其个别分支机构有过小规模的历史合作关系，但客户开始实施一体化数字采购，标志着其数字化采购改革步入新阶段，由于此类集采项目所覆盖的需求一般面向该企业集团的全国分支机构，其需求体量较大，欧菲斯可与其开展此类项目的合作，一般意味着对其销售规模将出现较大增长，同时意味着双方开启了前景更为广阔的合作关系。

大型政企客户招标一般以 2 到 3 年为周期，报告期内，欧菲斯紧紧把握央企、大型金融机构采购数字化改革市场机遇，与一批具有卓越市场地位的大型客户建立了合作关系，成功入围其重要的全国性数字化集采项目，并实现稳定合作。2020 年、2021 年、2022 年，B2B 直销方面，欧菲斯重要新增客户、新增项目实现销售收入 6,433.77 万元、23,163.33 万元、75,550.23 万元，报告期内整体合作关系日益牢固、合作规模逐渐扩大，对 B2B 直销业务模式收入增长做出重要贡献，亦为未来持续增长注入新的动力。

（3）B2B 直销模式前十大客户销售收入的变动情况

2020 年、2021 年、2022 年，B2B 直销模式各期前十大客户销售收入、B2B 直销模式占比情况如下：

单位：万元、%

合并客户	2022 年		2021 年		2020 年	
	销售收入	直销占比	销售收入	直销占比	销售收入	直销占比

合并客户	2022 年		2021 年		2020 年	
	销售收入	直销占比	销售收入	直销占比	销售收入	直销占比
国家电网	110,759.91	16.44	110,404.14	17.21	101,674.72	18.02
中国石油	62,996.80	9.35	66,425.43	10.35	48,324.31	8.57
江苏省人民政府	62,754.49	9.31	59,913.85	9.34	39,534.08	7.01
国家税务总局	40,854.75	6.06	44,102.02	6.87	47,174.35	8.36
南方电网	35,700.33	5.30	26,647.25	4.15	15,685.11	2.78
中国移动	22,627.66	3.36	20,887.32	3.26	13,787.45	2.44
农业银行	22,143.60	3.29	8,865.61	1.38	1,749.52	0.31
中国电建	20,239.38	3.00	6,570.52	1.02	3,758.14	0.67
中航工业	16,209.57	2.41	10,590.32	1.65	5,726.44	1.02
中国建筑	15,090.52	2.24	661.97	0.10	50.09	0.01
广发银行	11,022.62	1.64	9,330.98	1.45	5,762.33	1.02
重庆市人民政府	9,355.06	1.39	10,747.12	1.67	10,002.33	1.77
工商银行	7,008.45	1.04	7,566.48	1.18	8,145.37	1.44
广东省人民政府	5,685.54	0.84	7,623.52	1.19	8,462.75	1.50
中国烟草	5,484.92	0.81	11,972.72	1.87	12,813.17	2.27
合计	447,933.60	66.48	402,309.25	62.70	322,650.16	57.20

注：上表的“合并客户”：为企业法人的，包括其控制、管理的企业集团体系内子公司、分公司或分支机构；为政府或国家机关的，包括其下辖管理并纳入省级政采、统一集采范围的各级分支机构或由其管理的各类事业单位，下同。

欧菲斯报告期各期 B2B 直销模式前十大客户共 15 家。报告期各年，欧菲斯向上述 15 家客户销售累计实现收入 322,650.16 万元、402,309.25 万元、447,933.60 万元，占 B2B 直销模式收入比重为 57.20%、62.70%、66.48%，占比稳中有升，是 B2B 直销业务最核心的客户群体。

2021 年、2022 年，欧菲斯对上述 15 家客户销售实现的收入累计增长 79,659.07 万元、45,624.37 万元，具体为：

①近年来，欧菲斯与国家电网、中国石油、江苏省人民政府、国家税务总局、南方电网、中国移动、中航工业、广发银行、重庆市政府、工商银行、广东省政府、中国烟草保持了长期稳定的合作关系，能够持续入围其数字一体化集采项目。上述大型政企客户数字化采购模式已较为成熟，由于其分支机构众多，各分支机构的需求品类、需求规模在年度之间略有差异，致使稳定合作下

的交易额稍有波动。2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯对该 12 家客户销售实现收入 317,092.41 万元、386,211.15 万元、390,460.09 万元，销售态势稳中有升。

②报告期各年，欧菲斯对农业银行销售实现收入分别为 1,749.52 万元、8,865.61 万元、22,143.60 万元，呈快速增长趋势，其中 2022 年增长明显。2021 年以前，欧菲斯与农业银行已有办公物资采销业务合作，但多数是与农业银行的省级分行、支行等合作的地方性项目，此类项目一般周期短、规模小。2021 年，农业银行数字一体化集采项目落地，欧菲斯成为其集采平台（农银 E 采）供应商。大型政企客户的集采项目一般面向其全国的所有分支机构，其整体需求体量较大且可持续，由于农业银行集采项目的实施，欧菲斯对其销售规模在 2021 年开始放量，又经 1 年左右的合作沟通与供应链完善，至 2022 年出现较大增长。

③报告期各年，欧菲斯对中国建筑的销售规模分别为 50.09 万元、661.97 万元、15,090.52 万元，2022 年同样增长明显。2021 年、2022 年间，欧菲斯成功入围中国建筑旗下多个地区的 MRO、办公物资集采项目，成为其自建集采平台“云筑网”的供应商之一，双方的合作由此前的地域性合作升级为数字一体化集采项目的全面合作。2022 年，由于合作范围的升级以及合作地域的扩张，欧菲斯对中国建筑的销售规模得以快速提升。

④报告期各年，欧菲斯对中国电建销售实现收入分别为 3,758.14 万元、6,570.52 万元、20,239.38 万元，报告期内增长较快，其中 2022 年增长明显。欧菲斯与中国电建的合作始于 2018 年，在合作期间，欧菲斯持续入围其数字一体化集采项目。在合作初期，中国电建的数字一体化集采尚处于推广阶段，一体化集采在其集团内部的整体铺开尚需过程。2020 年、2021 年间，中国电建采购数字化进程取得较大进展，越来越多的分支机构开始贯彻集采新模式，致使集采供应商的潜在需求得以扩张。同时，2021 年，欧菲斯在入围中国电建办公物资产品集采项目的基础上，进一步实现了 MRO 产品的入围，随着 MRO 供应链体系的针对性拓展，公司与中国电建的合作规模在 2022 年有所突破。

（4）批发模式销售收入的变动分析

2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯批发业务实现销售收入 78,018.99 万元、123,207.90 万元、138,939.33 万元，其中 2021 年、2022 年较之上年度分别增长

45,188.91 万元、15,731.44 万元，增长幅度为 57.92%、12.77%。

作为办公物资供应链体系中的深度参与者，欧菲斯开展批发业务的基本出发点立足于实现与 B2B 直销业务的协同、助力供应链网络的发展，同时拓宽自身的盈利来源。具体的讲：

①基于批发业务，提升欧菲斯在供应链体系中的影响力

欧菲斯是办公物资 B2B 直销行业的主要企业之一，而 B2B 直销渠道在整个办公物资供应链体系中的地位越来越重要，各类商品的上游厂商与分销商，愈加重视该渠道所带来的商业机遇。经营批发业务，可进一步促进公司与优质厂商合作关系的稳定向好，增强公司在供应链体系中的话语权，从而有望在未来获取更多、更优质的采购渠道与品牌授权，加速丰富商品经营的深度与广度，巩固自身直销业务竞争优势。

例如，基于上述考虑，自 2019 年起，公司与惠普公司就其整机分销项目开展合作。惠普公司为计算机领域的知名品牌之一，公司的二级子公司重庆跨越为惠普合作伙伴，可通过指定区域授权的合作伙伴直接购买惠普产品用以转销。2020 年、2021 年、2022 年，惠普整机分销项目实现销售收入 20,620.99 万元、55,759.13 万元、71,192.28 万元，其中 2021 年、2022 年分别增长 35,138.13 万元、15,433.16 万元，是报告期内批发业务增长的主要原因。

②以批发业务为抓手赋能合作商

在数字一体化采购兴起以前，合作商本身就是各地的物资经营单位。数字一体化采购兴起后，在企业采购供应链体系中，合作商既是欧菲斯的属地化直送供应商，同时也可能是欧菲斯的批发业务客户。

作为批发业务的客户，合作商将能够通过欧菲斯获得更为优质、稳定的商品采购来源，在助力合作商实现自身发展的同时，也同步促进了合作商与欧菲斯合作关系的深度绑定，有利于公司维系直送网络的稳定性。此外，通过以优质采购渠道赋能合作商，将在一定程度上丰富合作商产品库，增强其属地化直送的丰富程度与服务水平，从而进一步提升 B2B 直销客户的采购体验与满意度。报告期内，欧菲斯各年通过批发业务赋能主要合作商的销售规模在 2,500 万元上下，体量虽不大，但对增强合作商黏性、扩展合作商供应链渠道、增强其属

地化服务能力有着重要作用。

（5）批发模式前十大客户销售收入的变动情况

2020 年、2021 年、2022 年，批发模式各期前十大客户销售收入、销售内容、批发模式占比情况如下：

单位：万元、%

客户名称	合作内容与类别	2022 年		2021 年		2020 年	
		销售收入	批发占比	销售收入	批发占比	销售收入	批发占比
北京京东世纪贸易有限公司	百乐、斑马、三菱品牌进口高端笔具的批发销售	12,331.64	8.88	14,608.87	11.86	11,850.28	15.19
广州佳同信息科技有限公司	惠普整机分销客户	5,138.85	3.70	6,657.23	5.40	18.64	0.02
北京信志鸿达科技发展有限公司	惠普整机分销客户	2,929.94	2.11	-	-	-	-
上海藏谷纸业有限公司	复印纸批发销售	2,297.10	1.65	2,802.52	2.27	2,492.50	3.19
广州市嘉图科技有限公司	惠普整机分销客户	1,834.35	1.32	2,602.96	2.11	23.21	0.03
甘肃一诺科技有限责任公司	惠普整机分销客户	1,547.45	1.11	372.47	0.30	148.05	0.19
北京网信吉通科技有限公司	惠普整机分销客户	1,531.00	1.10	-	-	-	-
深圳市思高电子有限公司	惠普整机分销客户	1,525.89	1.10	50.33	0.04	26.09	0.03
天津联想超融合科技有限公司	惠普整机分销客户	1,471.48	1.06	-	-	-	-
湖北航天信息技术有限公司	惠普整机分销客户	1,289.84	0.93	839.11	0.68	-	-
深圳市达梦星计算机有限公司	惠普整机分销客户	1,080.19	0.78	2,007.56	1.63	2,227.77	2.86
沈阳金泰源商贸有限公司	复印纸批发销售、合作商	746.88	0.54	1,120.02	0.91	517.11	0.66
广州市新力科技发展有限公司	惠普整机分销客户	612.64	0.44	1,610.10	1.31	138.81	0.18
苏州世纪佳印纸业有限公司	复印纸批发销售	548.78	0.39	632.76	0.51	555.77	0.71
深圳市瑞智联科技有限公司	惠普整机分销客户	519.68	0.37	990.37	0.80	782.26	1.00
杭州孚莲信息科技有限公司	惠普整机分销客户、合作商	403.49	0.29	1,066.66	0.87	83.25	0.11
安徽新美达信息科技有限公司	惠普整机分销客户	297.13	0.21	1,213.97	0.99	-	-
山西华章伟业科贸有限公司	复印纸批发销售、合作商	24.39	0.02	28.42	0.02	519.06	0.67
上海今明科技有限公司	惠普整机分销客户	6.67	0.00	456.08	0.37	950.25	1.22
杭州华网信息技术有限公司	惠普整机分销客户	-	-	-	-	537.88	0.69
山西青毅达贸易有限公司	复印纸批发销售	-	-	-	-	1,570.57	2.01
上海昭阳信息技术有限公司	惠普整机分销客户	-	-	-	-	913.80	1.17
重庆凌能商贸有限公司	酒类批发销售、合作商	-	-	1,139.50	0.92	-	-
合计		36,137.38	26.01	38,198.93	31.00	23,355.30	29.94

欧菲斯报告期各期前十大批发客户共 23 家。报告期各年，欧菲斯向上述 23 家客户销售累计实现批发收入 23,355.30 万元、38,198.93 万元、36,137.38 万元，占批发模式收入比重为 29.94%、31.00%、26.01%，由于批发业务下游客户经营规模普遍不大，公司批发客户较为分散。报告期内，公司对各年批发前十大客户销售变化具体分析如下：

①京东持续为第一大客户，业务规模稳中有升

京东持续为公司第一大批发客户，公司向其自营店铺供货，产生批发业务。京东为大型电商平台，公司与其建立了长期合作关系，主要向其销售百乐、斑马、三菱品牌进口高端笔具等办公物资。报告期内，公司与京东的合作规模较为稳定，长期为公司批发业务第一大客户。

②以批发业务为抓手增强供应链影响力，相关业务规模增加

正如前文所述，为增强上游供应链稳定性、扩大公司供应链影响力，报告期内，公司批发业务主要围绕品牌渠道开展。2019 年下半年，公司与惠普公司达成合作意向，成为惠普公司整机的主要分销渠道之一。2020 年、2021 年、2022 年，作为惠普整机分销商，公司该项业务取得了较快发展，致使其下游客户广泛进入前十大批发客户之列，上述 23 家批发客户中，有 16 家均属此类。惠普整机分销业务的客户采购基于其自身业务需求，经营规模相对较小，易受下游需求波动的影响，导致报告期内此类客户具有一定的结构变动。

③纸张等早期传统批发业务客户相继退出

报告期内，公司对沈阳金泰源商贸有限公司、山西华章伟业科贸有限公司、山西青毅达贸易有限公司的销售额下降较大，由 2020 年的 2,606.74 万元下降至 2022 年的 771.27 万元，其原因：一是 2019 年以来，公司持续围绕 B2B 直销主业构建供应链管理能力和批发业务经营战略由一般的流通销售逐渐转向以增进供应链话语权为主，早期对增强公司供应链影响力作用不大的批发业务相继停止；二是下游区域性办公用品批发商以中小企业居多，经营业绩及产品需求结构不稳定，其采购规模容易产生较大变化。基于双重原因，上述 3 家客户在报告期内相继退出了公司批发前十大客户之列。

3、主营业务收入的品类构成及其变动情况

目前，欧菲斯所经营的产品几乎涵盖了办公物资的全部内容，在销商品涵盖了办公设备、办公耗材、生活用品、办公电器、MRO 等品类，囊括近 40 个商品类别。报告期内，公司主营业务收入按品类、主要商品类别的区分情况如下：

单位：万元、%

品类/商品类别	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
办公设备及周边	227,092.62	27.83	224,562.69	29.25	162,704.02	25.26
电脑及周边	152,965.81	18.74	145,175.96	18.91	93,995.66	14.59
影印设备	26,733.96	3.28	27,488.33	3.58	21,532.77	3.34
音像设备	34,877.94	4.27	40,700.23	5.30	32,260.03	5.01
其他设备	12,514.91	1.53	11,198.17	1.46	14,915.56	2.32
办公耗材	158,645.17	19.44	173,004.80	22.53	170,751.96	26.50
纸张	47,888.61	5.87	56,523.11	7.36	57,862.25	8.98
办公文具	49,202.90	6.03	52,451.59	6.83	50,431.24	7.83
设备耗材	55,065.68	6.75	60,509.59	7.88	52,484.44	8.15
其他办公耗材	6,487.97	0.80	3,520.51	0.46	9,974.02	1.55
生活用品	184,972.46	22.67	157,950.27	20.57	145,542.86	22.59
个人洗护用品	87,963.11	10.78	68,385.79	8.91	69,706.50	10.82
食品饮料	30,319.40	3.72	18,127.87	2.36	9,833.30	1.53
餐饮厨具	13,583.15	1.66	11,429.79	1.49	11,984.97	1.86
环境保洁	11,865.14	1.45	11,213.84	1.46	10,007.15	1.55
运动户外	8,019.85	0.98	13,162.74	1.71	12,513.02	1.94
其他生活用品	33,221.81	4.07	35,630.25	4.64	31,497.91	4.89
办公电器	65,562.17	8.03	61,668.64	8.03	55,411.89	8.60
小家电	29,029.57	3.56	26,255.52	3.42	24,601.74	3.82
大家电	36,532.60	4.48	35,413.12	4.61	30,810.15	4.78
MRO	143,481.18	17.58	108,942.96	14.19	78,178.27	12.14
其他办公物资及服务	36,316.97	4.45	41,682.78	5.43	31,638.94	4.91
总计	816,070.57	100.00	767,812.14	100.00	644,227.94	100.00

目前，公司商品销售仍以办公设备及周边、办公耗材、生活用品、办公电器等为主体，报告期各年，上述类别销售规模占主营业务收入的比重合计分别为 87.86%、85.81%、82.42%，由于 MRO 业务的增长，2022 年，上述传统品类

在整体销售中的占比略有下降。

2020 年伊始，欧菲斯提出“办公物资、MRO、员工福利”的“三轮驱动”战略，巩固并扩张目标客户，完善自身供应链建设，2022 年，相关战略已初显成效。报告期各年，MRO 类商品在欧菲斯整体销售中的占比快速提升，从 2020 年的 12.14%增长至 2022 年的 17.58%，销售额自 2020 年的 78,178.27 万元增长至 2022 年的 143,481.18 万元，日益成为欧菲斯经营业绩的重要组成部分。然而，与 MRO 商品庞大的市场规模相比，欧菲斯的 MRO 直销业务目前仍处于起步阶段，其针对性供应链的建设仍处于发展期，未来有望实现进一步突破。

4、主营业务收入的地域构成及其变动情况

报告期内，公司主营业务收入按地域分类情况如下：

单位：万元、%

地域	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	252,499.02	30.94	237,833.70	30.98	184,523.47	28.64
西南地区	129,697.75	15.89	118,225.82	15.40	98,623.70	15.31
华北地区	118,120.11	14.47	102,417.52	13.34	110,417.05	17.14
东北地区	96,682.25	11.85	92,081.26	11.99	87,167.33	13.53
华南地区	96,478.76	11.82	90,003.53	11.72	64,869.69	10.07
西北地区	67,211.25	8.24	77,685.01	10.12	55,855.48	8.67
华中地区	55,381.44	6.79	49,565.30	6.46	42,771.23	6.64
合计	816,070.57	100.00	767,812.14	100.00	644,227.94	100.00

5、主营业务收入的季度构成

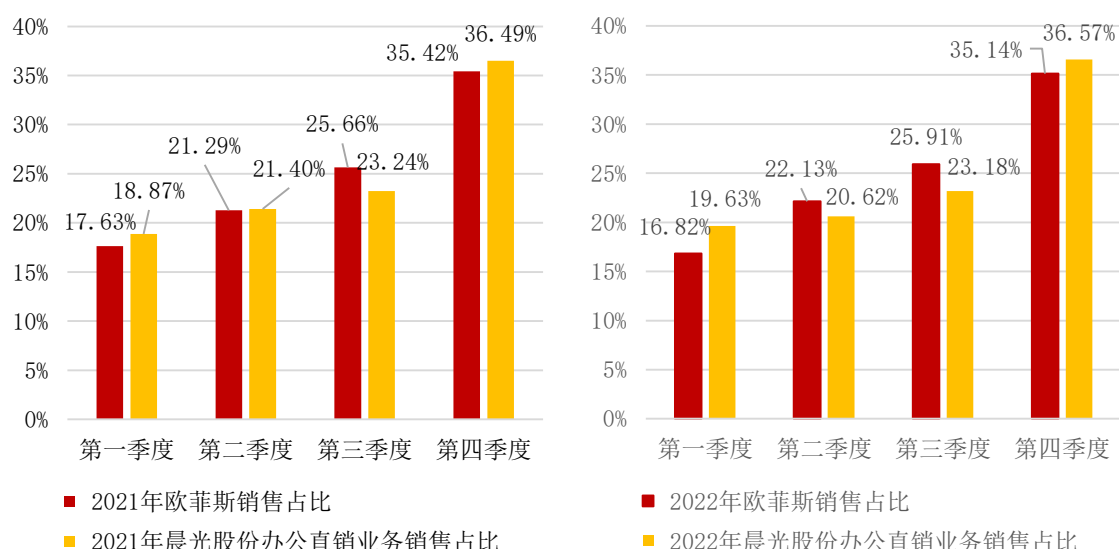
报告期内，公司主营业务收入按季度分类情况如下：

单位：万元、%

季度	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	137,244.87	16.82	135,326.97	17.63	69,378.16	10.77
第二季度	180,564.09	22.13	163,490.39	21.29	143,325.19	22.25
第三季度	211,479.19	25.91	197,020.50	25.66	176,776.21	27.44
第四季度	286,782.42	35.14	271,974.29	35.42	254,748.37	39.54
合计	816,070.57	100.00	767,812.14	100.00	644,227.94	100.00

欧菲斯销售具有一定的季节性，体现为：每年一季度的销售规模占全年主营业务收入的比重较低，约在 15%至 18%之间（2020 年由于宏观环境原因导致第一季度销售额进一步降低），第二季度、第三季度较为平稳，第四季度订单集中，可实现全年销售额的 35%到 40%。

公司 80%以上的销售收入来源于 B2B 直销业务，欧菲斯业务的季节性主要是 B2B 直销业务下游客户的采购习惯所致。例如国家电网、国家税务总局、江苏省政府、中国石油、中国移动等，此类客户一般在第一、第二季度制定当年度物资采购预算与员工福利计划，第二、第三季度逐步开始实施物资采购，第四季度达到采购高峰。下游客户的该种采购习惯致使本行业企业的经营普遍带有一定季节性特征，同行业代表性企业晨光股份办公物资直销业务与欧菲斯具有相同的季节性特征：



数据来源：晨光股份 2021、2022 年第一季度报告、半年度报告、第三季度报告、年度报告，2020 年晨光股份未披露分业务模式的季节收入信息。

6、主要商品的销量、销售价格情况

办公物资的内涵十分广泛，几乎囊括了包括传统办公耗材在内的一切可能在办公环境中使用到的设备、电器、生活用品、MRO 等。

目前，欧菲斯所销售的商品总体涵盖近 50 万 SKU，可分为 6 个品类、近 40 个商品类别，每一个商品类别内部还存在着几十甚至上百种具体商品，而每一种具体商品中还有使用场景、规格、配置、品牌、型号等各种差异。总体上讲，欧菲斯所经营的产品种类繁多、内容庞杂。

报告期内，欧菲斯所经营的各个品类商品中，主要商品类别、主要具体商品销售均价情况如下：

（1）品类 1：办公设备及周边

办公设备及周边产品销售主要由电脑及周边产品、影印设备、音像设备构成。报告期内，上述三个商品类别占该品类销售总额的比重分别为 90.83%、95.01%、94.49%。

具体到各商品类别中看，基于其用途不同，又可分为百余种具体商品，且具体商品之间的价格差异较大。报告期内，上述三大商品类别中，销售较为集中的前五种具体产品销售额、销量、均价（不含税）情况如下：

单位：万元、万、元

类别	具体商品名称	量纲	2022 年			2021 年			2020 年		
			销售收入	销售数量	均价（不含税）	销售收入	销售数量	均价（不含税）	销售收入	销售数量	均价（不含税）
电脑及 周边	电脑/平板电脑/主机/云桌面	台	90,586.33	32.34	2,801.28	82,068.37	28.19	2,911.71	49,728.17	15.82	3,144.21
	工作站/服务器	台	10,280.21	0.45	22,911.09	11,622.87	0.56	20,874.41	9,996.04	0.48	20,803.42
	显示器	台	12,826.50	16.45	779.57	9,758.87	11.56	844.16	2,787.94	2.76	1,008.88
	硬盘/U 盘/移动硬盘	个	8,134.20	34.32	236.99	8,218.97	36.54	224.91	5,862.00	25.63	228.74
	路由器/交换机	台	4,421.01	3.83	1,153.86	3,887.00	4.74	819.84	3,291.50	3.59	917.70
音像 设备	会议显示屏/平板显示屏	台	6,740.29	0.47	14,289.35	6,751.58	0.40	17,058.07	5,456.90	0.34	16,026.15
	广告屏/LED 拼接屏	平方米、块、台	4,028.52	0.49	8,231.55	7,334.72	0.92	7,947.47	5,126.96	0.56	9,209.55
	摄像机/照相机	台	3,041.10	0.77	3,945.38	4,699.82	1.08	4,334.02	4,312.67	1.05	4,101.83
	对讲机/中转台/台式、挂式话机	部	3,028.32	11.01	275.08	2,985.43	13.22	225.89	2,224.83	11.35	195.96
	投影仪	台	3,027.75	0.43	7,084.12	3,200.91	0.47	6,804.66	3,119.46	0.38	8,296.43
影印 设备	黑白打印机/一体机	台	7,583.59	3.58	2,117.14	7,653.80	4.07	1,881.56	8,208.71	4.55	1,802.57
	彩色复合机	台	5,112.88	0.28	18,518.21	4,829.14	0.29	16,902.83	3,689.28	0.23	16,230.89
	扫描仪/扫描枪	台	3,783.69	1.63	2,328.14	3,641.61	2.46	1,479.49	1,445.90	0.73	1,969.62
	彩色打印机/一体机	台	3,028.90	0.74	4,104.76	3,025.96	0.82	3,670.95	2,637.45	0.70	3,780.21
	黑白复合机	台	3,038.19	0.40	7,538.94	3,642.65	0.50	7,260.61	1,406.59	0.17	8,088.51

注：上述均价按以元、以个为单位直接计算，可能与按万取整的数据计算结果有小额差异，为正常情况。下同。

报告期各年，上述 15 项具体产品销售额占办公设备及周边品类销售总额的比重分别为 67.17%、72.73%、74.27%，为该品类较为主要的具体商品，其他具体商品例如网线、录音笔、鼠标、键盘、碎纸机、打卡机、印控仪等等多达百

余项，单项销售额相对较小。

由上述 15 项具体产品的平均售价可以看到，报告期内，发行人对外销售的主要商品平均价格总体稳定，处于市场价格的合理范围之内。由于音像设备、影印设备中每一种具体商品内部的型号规格、具体配置、品牌之间仍有较大差异，广告屏/LED 拼接屏等非标准化产品客户需求差异较大，此类具体产品的销售均价随其销售结构与客户需求的变化有正常波动。

（2）品类 2：办公耗材

办公耗材销售主要由纸张、设备耗材、办公文具构成。报告期内，上述三个商品类别占该品类销售总额的比重分别为 94.16%、97.97%、95.91%，其中：纸张销售较为集中，复印纸、打印纸、标签纸销售占比在该类别的 95%左右，设备耗材一般为标准化产品，主要集中于硒鼓、粉盒、电池、插排、色带，销售占比亦接近 90%；办公文具销售主要以书写笔、书写本为主，但由于文具类别的销售较为分散，主要具体商品占比在 65%左右。

报告期内，上述三大商品类别中，销售较为集中的主要具体产品销售额、销量、均价（不含税）情况如下：

单位：万元、万、元

类别	具体商品名称	量纲	2022 年			2021 年			2020 年		
			销售收入	销售数量	均价（不含税）	销售收入	销售数量	均价（不含税）	销售收入	销售数量	均价（不含税）
纸张	复印纸/打印纸/标签纸	箱、盒等	28,141.52	235.42	119.54	31,861.88	273.47	116.51	31,973.44	296.54	107.82
	复印纸/打印纸/标签纸	包、卷等	17,699.36	936.46	18.90	21,959.05	1,161.11	18.91	22,955.74	1,184.32	19.38
设备耗材	硒鼓	个	27,559.70	72.80	378.56	32,050.73	88.05	364.00	29,397.69	83.25	353.11
	粉盒	个	13,625.96	40.22	338.78	13,200.90	39.05	338.07	10,181.32	30.63	332.39
	色带	个	3,366.05	23.37	144.02	3,182.65	22.34	142.48	3,018.26	19.02	158.65
	插排	个	2,405.85	48.92	49.17	2,550.23	55.95	45.58	807.34	16.89	47.80
	电池	节、板	1,911.68	475.65	4.02	2,057.69	529.77	3.88	1,764.25	501.06	3.52
办公文具	书写笔	盒、支、板、组、套	22,143.57	6,609.81	3.35	22,160.15	6,731.58	3.29	21,484.26	6,641.11	3.24
	书写本	本	2,927.56	378.72	7.73	3,499.81	495.94	7.06	3,795.88	561.31	6.76
	档案盒/文件袋	个	2,646.33	754.00	3.51	2,929.41	873.95	3.35	2,737.18	871.31	3.14
	书写笔芯	支、盒	2,622.51	1,448.92	1.81	2,600.14	1,498.61	1.74	2,365.97	1,497.17	1.58
	标志牌	个	2,076.19	45.66	45.48	2,772.02	65.33	42.43	4,260.88	75.59	56.37

报告期各年，上述 12 项具体产品销售额占办公耗材品类销售总额的比重分

别为 78.91%、81.40%、80.13%，为主要具体商品，其他具体商品包括彩色纸、墨水、计算器、订书机、贴纸、订书钉、橡皮擦、修正带、美工刀等累计三百余项，单种具体商品的销售规模较低。

由上表可见，上述 12 项具体产品的平均售价总体稳定，处于市场价格的合理范围之内。纸张方面，复印纸/打印纸不含税价格稳定在 110 元/箱或 20 元/包左右；设备耗材方面，硒鼓、粉盒价格分别在 350 元/个、330 元/个左右；由于适配性、品牌等存在区别，其内部销售结构随着下游客户需求结构存在自然波动，致使其均价在报告期内稍有波动；插排价格稳定在 45 元/个左右；色带在 150 元/个左右。总体而言，办公耗材的各类具体商品单价较低，例如笔具、笔记本、档案盒、笔芯单价皆在数元不等，销售价格波动不大。

（3）品类 3：生活用品

报告期内，欧菲斯所销售的生活用品主要以个人洗护用品、运动户外、餐饮厨具、环境保洁、食品饮料为主，上述五个商品类别占该品类销售总额的比重分别为 78.36%、77.44%、82.04%。2020 年、2021 年、2022 年，上述五大商品类别中，较为集中的主要具体产品销售额、销量、均价（不含税）情况如下：

单位：万元、万、元

类别	具体商品名称	量纲	2022 年			2021 年			2020 年		
			销售收入	销售数量	均价（不含税）	销售收入	销售数量	均价（不含税）	销售收入	销售数量	均价（不含税）
个人洗护用品	洗衣剂/清洁剂	瓶、桶等	14,624.48	1,085.62	13.47	12,457.87	928.85	13.41	11,006.50	948.44	11.60
	洗发水、沐浴露	瓶、盒、袋等	10,579.31	239.20	44.23	8,885.52	193.56	45.91	8,170.76	167.55	48.77
	洗手液、消毒液	瓶、桶等	9,701.26	596.71	16.26	7,810.08	449.57	17.37	7,568.50	361.89	20.91
	口罩	盒、包、袋等	8,914.58	1,010.02	8.83	5,507.30	696.31	7.91	8,548.53	570.16	14.99
	口罩	个、只	7,714.65	6,125.78	1.26	2,434.91	2,867.47	0.85	5,665.26	2,084.19	2.72
	纸抽、卷纸、面巾纸	箱	7,594.44	92.81	81.83	6,848.47	80.07	85.53	4,906.16	52.73	93.04
	纸抽、卷纸、面巾纸	提	7,377.15	448.37	16.45	6,439.01	383.16	16.81	6,111.97	368.87	16.57
	纸抽、卷纸、面巾纸	包、卷等	4,532.66	669.38	6.77	4,712.55	663.69	7.10	4,913.60	720.93	6.82
食品饮料	各类食用油	桶、瓶等	9,383.52	212.58	44.14	3,585.53	78.84	45.48	2,441.40	58.25	41.91
	休闲食品/调味品	包、箱、盒、瓶、罐等	7,166.09	230.20	31.13	4,053.16	85.48	47.42	2,598.94	96.81	26.84
	各类大米	袋、包、盒等	4,684.97	140.51	33.34	3,416.23	81.60	41.86	2,577.84	69.72	36.97
餐饮厨具	杯/壶/茶具	个、套等	4,834.66	72.89	66.33	4,018.06	60.84	66.04	3,842.04	58.75	65.39
	一次性用品	包、袋、箱、提等	3,707.50	992.53	3.74	2,614.06	805.37	3.25	3,126.18	1,102.11	2.84

	餐具/厨具	个、套等	3,428.32	92.56	37.04	3,547.71	98.10	36.16	3,798.52	136.29	27.87
环境 保 洁	清洁工具	个、套等	3,875.36	251.06	15.44	3,923.98	227.48	17.25	3,093.17	170.73	18.12
	垃圾袋	包、卷	3,028.87	458.93	6.60	2,503.08	351.01	7.13	2,022.64	295.71	6.84
	垃圾桶	个	1,369.32	47.08	29.08	1,536.26	44.67	34.39	1,661.90	39.60	41.96
运 动 户 外	雨伞雨衣	套、件、把、个等	1,794.66	57.62	31.14	1,461.85	36.61	39.93	1,435.07	34.96	41.05
	健身器械	台、组、套、个等	874.41	0.45	1,940.11	2,837.56	1.59	1,784.18	3,440.40	3.10	1,108.23
	跑步机	台	685.42	0.06	11,273.38	1,269.14	0.12	10,268.11	1,383.00	0.14	9,590.81

报告期各年，上述 20 项具体产品销售额占生活用品销售总额的比重分别为 60.68%、56.89%、62.64%。其他具体商品包括工作服、箱包、钟表、球类、饮用水、乳制品、帐篷等等四百余项，单项销售额较小。

由上表可知，上述 20 项中，绝大多数的销售均价较为稳定，由于品牌、规格、用途对健身器械等个别具体商品价格影响较大，随着下游客户需求的变动，其销售均价有正常波动。从总体上看，上述 20 项具体产品的平均售价处于市场价格的合理范围之内。

（4）品类 4：办公电器

办公电气销售由大家电、小家电构成，其中：大家电销售以空调、电视机、电冰箱、热水器为主，占大家电总体销售额的 80%以上；小家电因其种类繁多，销售较为分散，除湿机、饮水机、净水器等 5 种具体产品的占比较高，合计占小家电销售额的 50%左右。

报告期内，上述大家电、小家电类别中，销售较为集中的主要具体产品销售额、销量、均价（不含税）情况如下：

单位：万元、万、元

类别	具体商品名称	量纲	2022 年			2021 年			2020 年		
			销售收入	销售数量	均价（不含税）	销售收入	销售数量	均价（不含税）	销售收入	销售数量	均价（不含税）
大家电	空调	台、套	22,085.24	4.58	4,823.16	21,990.74	4.52	4,863.70	19,084.15	4.46	4,276.56
	电视机	台、套	4,237.34	1.29	3,291.39	4,704.24	1.50	3,130.11	3,497.29	1.31	2,672.34
	热水器	台	1,897.49	1.13	1,678.01	2,106.47	1.37	1,536.56	2,119.15	1.55	1,365.70
	冰箱	台、套	1,347.86	0.89	1,510.54	1,185.84	0.82	1,453.41	1,055.37	0.70	1,501.24
小家电	各类电锅	台	4,303.89	22.01	195.51	2,354.51	10.81	217.88	2,004.29	8.08	248.09
	净水器/饮水机	台	3,576.21	2.87	1,244.55	4,176.38	3.01	1,386.90	3,455.38	2.40	1,441.24
	电水壶	台	2,451.96	20.95	117.03	1,906.20	14.44	132.02	1,834.83	14.59	125.79

除湿机	台	2,317.78	0.84	2,774.45	3,471.18	0.98	3,551.08	3,783.75	0.98	3,844.10
空气净化器	台	1,576.70	0.90	1,750.72	1,466.08	1.03	1,430.33	1,819.76	0.92	1,988.37

报告期各年，上述 9 种具体产品销售额占办公电器品类销售总额的比重分别为 69.76%、70.31%、66.80%，其他具体商品包括洗衣机、消毒柜、电磁炉、台灯、咖啡机、电饭锅、剃须刀等百余项商品，单种销售规模较低。由上表可见，上述 9 种具体产品的平均售价总体稳定，处于市场价格的合理范围之内。

（5）品类 5：MRO

报告期内，公司所经营的 MRO 产品主要仍是安全防护用品（防护服、防护手套、安全鞋等）、五金制品、电工器材、建筑辅材等技术含量有限的消耗品。2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯 MRO 产品销售额增长较快，主要受益于中国节能、中国建筑等新客户、新项目的入围以及中国电建等原有客户的集采品类扩展。整体看，MRO 直销规模从 2020 年的 78,178.27 万元增长至 2022 年的 143,481.18 万元，增长较快，但整体仍处于起步阶段。

欧菲斯 MRO 产品销售涉及近 20 个商品类别、2,000 余种具体商品，相较于其他品类的产品，MRO 产品涉及范围更为广泛、销售更为分散，从电力行业到轨道交通，从建筑领域到能源行业，下游客户需求更为庞杂，需求差异更大，规格、品牌、型号的数量更为繁巨，且不同品牌、规格、型号之间的产品价格差异很大，平均销售价格对 MRO 的销售不具有明显的分析意义。

7、第三方回款情况

报告期内，欧菲斯存在客户（或其下属分支机构）与回款方不一致的情况，绝大多数集中于 B2B 直销模式。

B2B 直销模式下，欧菲斯一般首先需要通过参与客户集团公司或省级单位的招投标、竞争性谈判等成为客户办公物资集采供应商，而后接受客户旗下成千上万、遍布全国的各级分支机构所发出的采购订单，并向其完成货物配送。多数情况下，客户的分支机构将直接向欧菲斯支付货款，欧菲斯向其开具销货发票，此类情况不属于第三方回款（若回款方与下单分支机构属于总分机构关系的，亦不认定为第三方回款），反之，当回款方与下达订单或接受发票的客户分支机构不一致时，则定义为第三方回款。

（1）报告期内公司第三方回款的总体情况

报告期内，公司第三方回款的总体规模、类别、占营业收入比重的情况如下：

单位：万元、%

类别	2022 年		2021 年		2020 年	
	回款金额	占比	回款金额	占比	回款金额	占比
1、客户资金平台统一回款	106,046.30	12.99	107,557.28	14.00	93,889.74	14.57
2、客户委托其他资金平台统一回款	133.24	0.02	151.07	0.02	358.6	0.06
3、回款方与客户分支机构同属解放军或武警下辖的军事机构	10,724.34	1.31	40,409.82	5.26	36,083.97	5.60
4、回款方与客户分支机构同属同一地区的政府机构或事业单位	25,437.71	3.12	35,975.45	4.68	28,026.20	4.35
5、回款方与客户分支机构属母子公司关系	2,082.86	0.26	2,382.27	0.31	3,225.84	0.50
6、个人或其他账户为解放军或武警下辖的军事机构、政府机构或事业单位回款	661.62	0.08	1,620.07	0.21	2,605.63	0.40
7、合作商、厂家直送供应商代客户向公司回款	58.23	0.01	166.24	0.02	331.11	0.05
8、个人或其他账户为企业单位或法人实体回款	1,309.19	0.16	2,101.10	0.27	3,791.83	0.59
9、商业保理	70.25	0.01	847.28	0.11	-	-
合计	146,523.75	17.95	191,210.58	24.89	168,312.92	26.12

注：上表所列占比是指该项回款类别占营业收入之比。

2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯三方回款总规模占营业收入的比重分别为 26.12%、24.89%、17.95%，呈现逐年下降态势，其中 2022 年有较为明显的下降，主要是受军队网上采购商城合作模式调整的影响，欧菲斯军队客户交易规模有所下降，使得上表第 3 类、第 6 类三方回款的规模有较大规模下降。

（2）第三方回款的成因及其商业合理性

公司第三方回款的形成，主要基于其业务模式、销售内容、客户结算习惯等方面的固有特点。

业务模式方面。在 B2B 直销模式下，实际向欧菲斯下达订单的是大型政企客户的全国各级分支机构。由于 B2B 直销客户通常主体规模庞大，分支机构数量多、控制层级多、分布地域广、管理机制复杂，其内部的资金管理与调拨、部门与分支机构间的职责分工极其繁复且时有变动，向供应商支付货款的具体

单位也会呈现一定的复杂性。

销售内容、客户结算习惯方面。公司所销售的产品为办公物资，大部分商品属低值易耗品，在大多数客户的整体采购中不占据主要地位，且政府、军队客户的财务核算制度与企业有所不同，在订单金额较小时，有可能遵循个人垫付货款、取得发票后在本单位报销的结算习惯。

具体到上述九个类别中，其商业合理性如下：

①客户资金平台统一回款。随着“阳光化、一体化”采购模式的深入发展，以国家电网为代表的部分央企已经率先建立起一套集团化管理体系，其整个集团的招投标、平台运营、回款等业务环节均有专门的部门或子公司负责。当欧菲斯中标其项目后，该项目项下的所有分支机构回款将首先由其资金平台汇总，而后统一支付给供应商。

报告期内，涉及客户平台统一回款主要的客户及其回款方、平台名称、双方的控制关系如下：

客户名称	平台名称	平台运营方	平台运营方性质
国家电网	电 E 宝	国网汇通金财（北京）信息科技有限公司	客户的全资子公司
中国移动	和包支付	中移电子商务有限公司	客户的全资子公司
中石化	易派客资金平台	易派客电子商务有限公司	中国石油化工股份有限公司的全资子公司

②客户委托其他资金平台统一回款。与“客户资金平台统一回款”类似，部分客户通过与其他专营资金归集、收付的平台运营方订立业务合同，当欧菲斯中标其项目后，该项目项下的所有分支机构回款将首先由该资金平台汇总，而后统一支付给供应商。

报告期内，涉及此类情况的主要客户为中国电建，其平台为电建商城第三方支付平台，平台运营方为中金支付有限公司。由于客户与平台运营方已就该事项订立业务合同，上述回款方式具有合理性。

欧菲斯与上述平台运营方没有关联关系。

③/④回款方与客户分支机构同属于解放军或武警下辖的军事机构，或同属于同一地区的政府机构或事业单位。由于解放军、武警内部建制复杂且具有一

定的保密属性，供应商难以准确了解不同解放军、武警机构内部相互交叉回款情况的具体原因。

同一地区的政府机构与其管辖的事业单位之间情况类似，除由当地财政资金专户、财政局、国库统一向欧菲斯支付货款的情况外，亦有不同层级部门或事业单位相互交叉回款的情况。政府机构、事业单位下属机构的数量庞大、管理机制复杂，同一地区基于财政资金统筹等原因，可能出现各级机构交叉回款的情况。

在上述两类情形下，由于下达订单或接收发票、回款的分支机构同属解放军、武警系统或同属一个地区的政府分支机构或事业单位，且相关回款均有真实的合同、订单背景，此类回款方式具备合理性。

⑤回款方与客户分支机构属母子公司关系。报告期内，发行人涉及母子公司回款的客户主要为万科企业股份有限公司、顺丰控股股份有限公司等，系基于其集团付款的统一安排。

⑥个人或其他账户为解放军或武警下辖的军事机构、政府机构或事业单位回款。如前文所述，办公物资采购在此类客户整体采购中占比很小，且政府、军队、武警客户的财务核算制度与企业有差异，军队、武警、政府或事业单位很可能遵循个人以微信、支付宝、POS 机刷卡等方式垫付货款、取得发票后在本单位报销的结算习惯，部分政府集采合同（如江苏省政府采购网上商城定点电商项目）甚至明确指出个人回款为其合理付款方式。报告期内，涉及此类回款方式的订单数量众多，但金额普遍很小，具有合理性。

⑦合作商、厂家直送供应商代客户向公司回款。当公司采取合作商直送方式、工厂直送方式向客户交付商品时，基于部分客户的结算习惯等原因，少数客户会以微信、支付宝、POS 机刷卡、现金等方式向合作商或供应商先行支付货款，后由合作商、供应商将货款支付给欧菲斯。报告期内，此类回款方式涉及金额分别为 331.11 万元、166.24 万元、58.23 万元，占主营业务收入比重分别为 0.05%、0.02%、0.01%，占比很小，且订单金额普遍很小，对公司经营无重大影响，且具有合理性。

⑧个人或其他账户为企业单位或非法人实体回款。公司批发业务中存在部

分文具店、贸易行、批发行等小型非法人实体或公司制法人，该类客户单次采购金额小，一般倾向于使用经营者或员工个人银行卡、微信、支付宝方式支付货款。公司直销业务中存在少量客户为中小企业，中小企业采购管理灵活，且单次采购金额小，因此该类客户采购人员经常习惯于使用个人账户付款，该类回款方式具有合理性。报告期内，该类三方回款金额占公司营业收入的比例分别为 0.59%、0.27%、0.16%，占比较小且逐年减少。

⑨商业保理。2021 年，公司与重庆市金科商业保理有限公司（以下简称“金科保理”）签订了应收账款保理协议，约定将对重庆昂拓建设工程有限公司的 847.28 万元应收账款债权转让给金科保理。2022 年，公司将对中国建集成建筑有限公司的 70.25 万元应收账款债权转让给中国农业银行。以上企业与公司均不存在关联关系。

（3）公司相应的管理制度

针对自身第三方回款的特点与商业原因，公司发布并制订了《第三方回款管理办法（2021 年）》《第三方回款分类认定操作指南》等内部控制文件，并组织业务、财务部门相关人员进行了认真学习，并基于上述制度优化 T3 收款系统。报告期内，公司的三方回款具有合理商业背景，不存在重大经营风险，针对第三方回款已制定了较为完善的内部控制措施并得到有效执行。

8、现金交易情况

报告期内，公司存在少量以现金方式收取货款的情况，主要为门店零售等零散客户使用现金支付，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
现金收款	151.68	214.05	697.58
营业收入	816,386.78	768,336.09	644,340.95
现金收款占营业收入的比重	0.02	0.03	0.11

2020 年、2021 年、2022 年，公司现金收款占营业收入比重分别为 0.11%、0.03%、0.02%，占比整体很低且逐年递减。报告期内，现金收款情况对公司业务经营未构成重大影响，针对该情形，公司制定了《库存现金管理办法》对相关现金交易事项进行了全面规范，建立了有效的现金交易相关内部控制制度。

9、员工个人账户代收货款、代付采购款情况

报告期内，公司存在少量利用员工账户代收货款、代付采购款的情况，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
员工个人账户代收货款	4.68	65.57	716.42
营业收入	816,386.78	768,336.09	644,340.95
员工代收货款占营业收入的比重	0.00	0.01	0.11
员工个人账户代付采购款	60.90	399.62	1,966.92
营业成本	750,970.14	707,502.19	588,626.04
员工代付采购款占营业成本的比重	0.01	0.06	0.33

2020 年、2021 年、2022 年，公司员工个人账户代收货款占营业收入比重分别为 0.11%、0.01%、0.00%，其成因主要是零星客户或零售客户采购规模较小，公司送货或销售后采取现结方式，由业务员收款后转存至公司账户。报告期内，公司通过员工个人账户代收货款的占比很低且逐年降低，公司已完善相关内部控制制度，发布《关于禁止员工个人代收公司款项的通知》，对业务人员进行了培训，并通过开通企业微信等方式规范零星收款渠道。

2020 年、2021 年、2022 年，公司员工个人账户代付采购款占营业成本比例分别为 0.33%、0.06%、0.01%，其成因主要是公司下游客户需求广泛，不免存在超出备货范畴及现有供应链网络采购渠道的零星采购需求，而客户通常需求又较为紧迫，通过相关业务人员代为采购相关商品可以及时完成客户的上述采购需求，从而形成了报告期内的少量零星采购。报告期内，随着公司采购内部控制的不断完善与供应链网络的持续发展，此类现象逐渐减少，至 2022 年占比已降低至 0.01%。为进一步完善内部控制制度，公司已发布《关于规范公司代付款项的通知》，严格禁止使用员工个人账户向供应商或合作商支付商品采购款、服务采购款、押金保证金等款项。

公司及其实际控制人承诺以后不再发生类似情况，实际控制人承诺对于代收代付款项可能引起的损失承担相应赔偿责任。

（三）营业成本分析

1、营业成本的总体情况

报告期内，公司营业成本构成如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	750,776.43	99.97	707,321.79	99.97	588,538.07	99.99
其他业务成本	193.71	0.03	180.41	0.03	87.98	0.01
合计	750,970.14	100.00	707,502.19	100.00	588,626.04	100.00

报告期各年，欧菲斯主营业务成本金额分别为 588,538.07 万元、707,321.79 万元、750,776.43 万元，占当期营业成本的比重分别为 99.99%、99.97%、99.97%，其他业务成本占比很小，与营业收入的结构相匹配。

2、主营业务成本的构成

（1）按性质区分

欧菲斯的主营业务为批发业，主营业务成本由商品采购成本及运费构成。报告期内，欧菲斯的主营业务成本按性质的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
商品采购成本	748,108.69	99.64	705,288.10	99.71	585,450.78	99.48
运费	2,667.74	0.36	2,033.68	0.29	3,087.28	0.52
合计	750,776.43	100.00	707,321.79	100.00	588,538.07	100.00

公司不属于生产型企业，主营业务不涉及生产制造成本。报告期内，公司主要成本项目为商品采购成本，各期占主营业务成本的比重分别为 99.48%、99.71%、99.64%。

（2）按业务模式区分

报告期内，公司主营业务成本（不含运费）按业务模式分类情况如下：

单位：万元、%

销售模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
B2B 直销模式	612,603.78	81.89	585,148.33	82.97	510,082.75	87.13

销售模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
批发模式	132,983.88	17.78	117,837.11	16.71	73,680.03	12.59
零售及其他	2,521.03	0.34	2,302.67	0.33	1,688.00	0.29
合计	748,108.69	100.00	705,288.10	100.00	585,450.78	100.00

注：此处主营业务成本不含运费。

2020 年、2021 年、2022 年，B2B 直销模式的主营业务成本占比分别为 87.13%、82.97%、81.89%，各年占比均在 80%以上，批发模式的主营业务成本占比分别为 12.59%、16.71%、17.78%，各类业务模式主营业务成本占比与其主营业务收入结构相匹配。

（3）按商品类别区分

报告期内，公司主营业务成本（不含运费）按品类、主要商品类别的区分情况如下：

单位：万元、%

品类/商品类别	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
办公设备及周边	214,865.56	28.72	211,596.72	30.00	151,624.55	25.90
电脑及周边	146,408.18	19.57	137,896.08	19.55	88,260.91	15.08
影印设备	24,873.17	3.32	25,515.71	3.62	19,937.03	3.41
音像设备	32,367.94	4.33	37,745.87	5.35	29,652.31	5.06
其他设备	11,216.27	1.50	10,439.06	1.48	13,774.30	2.35
办公耗材	144,368.33	19.30	156,733.95	22.22	153,776.21	26.27
纸张	44,597.17	5.96	52,092.61	7.39	53,181.52	9.08
办公文具	43,589.48	5.83	46,040.47	6.53	43,825.25	7.49
设备耗材	50,677.67	6.77	55,375.66	7.85	47,625.90	8.13
其他办公耗材	5,504.01	0.74	3,225.21	0.46	9,143.53	1.56
生活用品	166,984.35	22.32	142,240.49	20.17	129,039.38	22.04
个人洗护用品	77,986.04	10.42	60,243.70	8.54	60,405.98	10.32
食品饮料	28,455.87	3.80	16,541.07	2.35	9,132.73	1.56
餐饮厨具	12,296.59	1.64	10,277.87	1.46	10,650.02	1.82
环境保洁	10,595.38	1.42	10,004.67	1.42	8,896.61	1.52
运动户外	7,376.89	0.99	12,259.95	1.74	11,663.70	1.99

其他生活用品	30,273.58	4.05	32,913.22	4.67	28,290.34	4.83
办公电器	60,526.72	8.09	56,757.40	8.05	50,743.00	8.67
小家电	26,439.23	3.53	23,778.80	3.37	22,109.67	3.78
大家电	34,087.48	4.56	32,978.60	4.68	28,633.34	4.89
MRO	130,084.43	17.39	100,311.97	14.22	72,203.35	12.33
其他办公物资及服务	31,279.30	4.18	37,647.57	5.34	28,064.30	4.79
总计	748,108.69	100.00	705,288.10	100.00	585,450.78	100.00

注：此处主营业务成本不含运费。

报告期内，公司主营业务成本中的商品采购成本结构与各品类、各商品类别的构成情况一致，且与各商品类别的收入占比变动趋势匹配。

3、主营业务成本中运费情况分析

公司的交付方式主要分为自主交付方式和合作商直送方式两大类，其中自主交付方式又可具体体现为自主配送、第三方物流配送和厂商直送。合作商直送方式下，商品配送由合作商完成，运费由合作商直接承担，公司运费仅发生在自主配送和第三方配送两种商品配送方式下。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将与收入直接相关的运费计入营业成本，运费按照配送方式区分情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第三方物流费用	2,316.85	86.85	1,661.16	81.68	2,725.68	88.29
自有物流费用	350.89	13.15	372.52	18.32	361.60	11.71
合计	2,667.74	100.00	2,033.68	100.00	3,087.28	100.00

自有物流费用是自主配送方式下自有物流部门发生的油费、维修费、过路费、保养费等费用，不包括人工成本、车辆租金、车辆折旧等相关费用支出；第三方物流费用主要是第三方配送方式下公司向物流服务提供方支付的物流费用。

2021 年，公司运费有较为明显的下降，主要系为提高配送效率，提升客户服务体验，公司逐步加强了自有物流体系的建设，相应减少了对第三方物流的使用，致使第三方物流费用明显下降。公司发展自有物流体系，主要是引入人

员、车辆，由于人工成本、车辆租赁、折旧费用等未包含在运费中，致使公司运费呈下降趋势。2022 年，公司运费有所上升，主要系受宏观环境影响，部分地区物流配送受限，为保障此类地区的配送服务，相关第三方物流费用支出有所增加。

若将计入其他费用类科目的物流部门职工薪酬、车辆租赁、折旧费用一并考虑，公司总体运费与自主交付方式下营业收入的匹配情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
总运输费用	5,734.70	5,044.58	5,479.18
其中：计入营业成本的物流费用	2,667.74	2,033.68	3,087.28
物流部门职工薪酬	2,880.67	2,814.89	2,240.45
车辆折旧费用	110.74	116.75	109.26
车辆租赁	75.55	79.25	42.18
自主交付+其他批发业务主营业务收入	131,350.65	126,110.80	141,671.52
总运输费用占相关营业收入比例	4.37	4.00	3.87

注：自主交付业务的营业收入=主营业务收入-B2B 直销模式下合作商直送营业收入-厂商直送方式下对应的营业收入。

报告期内，公司自主交付的 B2B 直销业务客户、批发客户整体规模和对收入规模基本稳定，总运输费用占对应主营业务收入的比例分别为 3.87%、4.00% 和 4.37%，无重大变化。

4、主要商品的单位成本情况

欧菲斯主营业务为数字化批发，不涉及生产制造成本，成本核算不涉及人工费用、原材料、制造费用的计量与分摊，各商品类别的主营业务成本（不含运费）由其采购成本构成。

欧菲斯各品类、商品类别、具体商品的单位成本波动主要受以下因素影响：

一是各商品类别、具体商品的采购模式发生结构性变化。报告期内，欧菲斯 B2B 直销模式中，合作商直送交付各年占比分别为 67.00%、73.72%、70.46%，各年存在 3%左右的波动。在合作商直送方式下，欧菲斯向合作商的采购价格以扣点方式确定，其采购单位成本将高于直接由厂商、批发渠道采购商品的单位成本。由于在各商品类别、具体商品中的合作商直送占比存在不同

程度波动，致使整体单位成本出现正常波动。

二是即使已经细分至具体商品层面，其内部的具体构成仍较为庞杂，尤其是非标准化商品、大型设备等，客户定制化需求、品牌等因素对采购成本的影响更大。例如广告屏/LED 拼接屏因其显示方式、安装复杂度的不同，单位采购成本可相差较大，复合机等大型影音设备中，国产品牌与进口品牌的采购成本可以相差较大。鉴于具体商品内部的使用场景、规格、配置、品牌、型号等各种差异，受各期内部销售结构变动的影响，每一种具体商品的单位采购成本有所波动。

尽管受交付结构及销售结构的影响，各具体商品的单位成本稍有波动，但总体处于平稳态势，且与各具体商品的销售均价变动情况总体匹配，具体如下：

（1）品类 1：办公设备及周边

办公设备及周边产品销售主要由电脑及周边产品、影印设备、音像设备构成。报告期内，上述三个商品类别占该品类采购成本总额的比重分别为 90.92%、95.07%、94.78%，与收入结构相匹配。

报告期内，上述三大商品类别中，销售较为集中的前五种具体产品销量、单位成本情况如下：

单位：万元、万、元

类别	具体商品名称	量纲	2022 年			2021 年			2020 年		
			采购成本	数量	单位成本	采购成本	数量	单位成本	采购成本	数量	单位成本
电脑及 周边	电脑/平板电脑/主机/云桌面	台	87,549.63	32.34	2,707.37	78,759.21	28.19	2,794.31	47,443.82	15.82	2,999.77
	工作站/服务器	台	9,870.10	0.45	21,997.10	10,776.58	0.56	19,354.49	9,448.48	0.48	19,663.85
	显示器	台	12,363.31	16.45	751.41	9,464.51	11.56	818.70	2,635.89	2.76	953.86
	硬盘/U 盘/移动硬盘	个	7,579.92	34.32	220.84	7,616.35	36.54	208.42	5,359.71	25.63	209.14
	路由器/交换机	台	4,167.83	3.83	1,087.78	3,594.03	4.74	758.04	3,058.50	3.59	852.73
音像 设备	会议显示屏/平板显示屏	台	6,144.67	0.47	13,026.66	6,116.27	0.40	15,452.94	5,063.73	0.34	14,871.45
	广告屏/LED 拼接屏	平方米、块、 台	3,858.00	0.49	7,883.12	6,970.32	0.92	7,552.62	4,866.94	0.56	8,742.47
	摄像机/照相机	台	2,919.10	0.77	3,787.11	4,450.10	1.08	4,103.74	4,071.24	1.05	3,872.21
	对讲机/中转台/台式、挂式话 机	部	2,820.68	11.01	256.22	2,757.84	13.22	208.67	2,013.51	11.35	177.35
	投影仪	台	2,796.71	0.43	6,543.55	2,935.19	0.47	6,239.77	2,852.27	0.38	7,585.81
影 印 设 备	黑白打印机/一体机	台	7,067.50	3.58	1,973.06	7,138.91	4.07	1,754.98	7,668.11	4.55	1,683.86
	彩色复合机	台	4,821.24	0.28	17,461.95	4,510.26	0.29	15,786.71	3,369.16	0.23	14,822.54

扫描仪/扫描枪	台	3,536.95	1.63	2,176.32	3,317.83	2.46	1,347.94	1,295.74	0.73	1,765.07
彩色打印机/一体机	台	2,818.95	0.74	3,820.23	2,767.12	0.82	3,356.94	2,492.83	0.70	3,572.92
黑白复合机	台	2,900.59	0.40	7,197.50	3,463.37	0.50	6,903.27	1,322.23	0.17	7,603.39

报告期各年，上述 15 项具体产品采购成本额占办公设备及周边品类总额的比重分别为 67.91%、73.08%、75.03%，与其收入结构相符。

（2）品类 2：办公耗材

办公耗材销售主要由纸张、设备耗材、办公文具构成。报告期内，上述三个商品类别占该品类采购成本总额的比重分别为 94.05%、97.94%、96.19%，与收入结构相匹配。

报告期内，上述三大商品类别中，销售较为集中的主要具体产品销量、单位成本情况如下：

单位：万元、万、元

类别	具体商品名称	量纲	2022 年			2021 年			2020 年		
			采购成本	数量	单位成本	采购成本	数量	单位成本	采购成本	数量	单位成本
纸张	复印纸/打印纸/标签纸	箱、盒等	26,548.90	235.42	112.77	29,680.86	273.47	108.53	29,856.89	296.54	100.68
	复印纸/打印纸/标签纸	包、卷等	16,171.86	936.46	17.27	19,971.91	1,161.11	17.20	20,689.83	1,184.32	17.47
设备耗材	硒鼓	个	25,458.58	72.80	349.70	29,448.68	88.05	334.45	26,863.58	83.25	322.67
	粉盒	个	12,424.73	40.22	308.92	11,991.64	39.05	307.10	9,101.95	30.63	297.15
	色带	个	3,157.60	23.37	135.10	2,947.60	22.34	131.96	2,794.22	19.02	146.88
	插排	个	2,267.52	48.92	46.35	2,368.09	55.95	42.33	734.57	16.89	43.50
	电池	节、板	1,760.44	475.65	3.70	1,860.49	529.77	3.51	1,571.36	501.06	3.14
办公文具	书写笔	盒、支、板、组、套	19,150.51	6,609.81	2.90	19,083.39	6,731.58	2.83	18,549.34	6,641.11	2.79
	书写本	本	2,626.08	378.72	6.93	3,097.53	495.94	6.25	3,298.20	561.31	5.88
	档案盒/文件袋	个	2,351.29	754.00	3.12	2,432.47	873.95	2.78	2,297.47	871.31	2.64
	书写笔芯	支、盒	2,296.87	1,448.92	1.59	2,276.17	1,498.61	1.52	2,044.87	1,497.17	1.37
	标志牌	个	1,952.84	45.66	42.77	2,571.62	65.33	39.36	3,917.78	75.59	51.83

报告期各年，上述 12 项具体产品采购成本额占办公耗材品类成本总额的比重分别为 79.15%、81.50%、80.47%，为主要产品，与其收入结构相匹配。

（3）品类 3：生活用品

报告期内，欧菲斯所销售的生活用品主要以个人洗护用品、运动户外、餐饮厨具、环境保洁、食品饮料为主，上述五个商品类别占该品类采购成本总额

的比重分别为 78.08%、76.86%、81.87%，与收入占比相匹配。2020 年、2021 年、2022 年，上述五大商品类别中，较为集中的主要具体产品销量、单位成本情况如下：

单位：万元、万、元

类别	具体商品名称	量纲	2022 年			2021 年			2020 年		
			采购成本	数量	单位成本	采购成本	数量	单位成本	采购成本	数量	单位成本
个人洗护用品	洗衣剂、清洁剂	瓶、桶等	13,178.73	1,085.62	12.14	11,284.90	928.85	12.15	9,967.38	948.44	10.51
	洗发水、沐浴露	瓶、盒、袋等	9,437.54	239.20	39.45	7,911.25	193.56	40.87	7,248.79	167.55	43.26
	洗手液、消毒液	瓶、桶等	8,688.51	596.71	14.56	7,020.27	449.57	15.62	6,284.92	361.89	17.37
	口罩	盒、包、袋等	7,756.47	1,010.02	7.68	4,551.35	696.31	6.54	6,623.32	570.16	11.62
	口罩	个、只	6,482.00	6,125.78	1.06	2,055.83	2,867.47	0.72	4,587.41	2,084.19	2.20
	纸抽、卷纸、面巾纸	箱	7,177.32	92.81	77.33	6,448.33	80.07	80.53	4,628.70	52.73	87.78
	纸抽、卷纸、面巾纸	提	6,693.45	448.37	14.93	5,786.69	383.16	15.10	5,414.21	368.87	14.68
	纸抽、卷纸、面巾纸	包、卷等	3,973.51	669.38	5.94	4,112.37	663.69	6.20	4,212.69	720.93	5.84
食品饮料	各类食用油	桶、瓶等	8,998.93	212.58	42.33	3,397.08	78.84	43.09	2,256.84	58.25	38.75
	休闲食品/调味品	包、箱、盒、瓶、罐等	6,628.58	230.20	28.79	3,723.86	85.48	43.57	2,378.42	96.81	24.57
	各类大米	袋、包、盒等	4,415.52	140.51	31.43	3,226.14	81.60	39.53	2,388.13	69.72	34.25
餐饮厨具	杯/壶/茶具	个、套等	4,414.28	72.89	60.56	3,630.21	60.84	59.67	3,383.79	58.75	57.59
	一次性用品	包、袋、箱、提等	3,377.36	992.53	3.40	2,379.66	805.37	2.95	2,740.30	1,102.11	2.49
	餐具/厨具	个、套等	3,143.93	92.56	33.97	3,206.14	98.10	32.68	3,421.23	136.29	25.10
环境保护	清洁工具	个、套等	3,514.03	251.06	14.00	3,447.15	227.48	15.15	2,787.21	170.73	16.33
	垃圾袋	包、卷	2,669.27	458.93	5.82	2,187.72	351.01	6.23	1,712.32	295.71	5.79
	垃圾桶	个	1,258.75	47.08	26.73	1,399.34	44.67	31.32	1,465.00	39.60	36.99
运动户外	雨伞雨衣	套、件、把、个等	1,644.06	57.62	28.53	1,318.59	36.61	36.01	1,271.14	34.96	36.36
	健身器械	台、组、套、个等	808.35	0.45	1,793.55	2,648.47	1.59	1,665.28	3,235.77	3.10	1,042.32
	跑步机	台	642.53	0.06	10,567.87	1,200.86	0.12	9,715.66	1,305.44	0.14	9,052.98

报告期各年，上述 20 项具体产品采购成本额占生活用品成本总额的比重分别为 59.91%、56.90%、62.82%，为主要具体商品，结构与销售相匹配。

（4）品类 4：办公电器

办公电气销售由大家电、小家电构成。报告期内，上述大家电、小家电类别中，销售较为集中的主要具体产品销量、单位成本情况如下：

单位：万元、万、元

类别	具体商品名称	量纲	2022 年			2021 年			2020 年		
			采购成本	数量	单位成本	采购成本	数量	单位成本	采购成本	数量	单位成本
大家电	空调	台、套	20,726.88	4.58	4,526.51	20,531.50	4.52	4,540.96	17,751.84	4.46	3,978.00
	电视机	台、套	3,956.10	1.29	3,072.94	4,362.32	1.50	2,902.60	3,236.73	1.31	2,473.24
	热水器	台	1,751.11	1.13	1,548.56	1,950.10	1.37	1,422.49	1,946.56	1.55	1,254.47
	冰箱	台、套	1,261.59	0.89	1,413.87	1,104.15	0.82	1,353.29	972.84	0.70	1,383.84
小家电	各类电锅	台	3,931.47	22.01	178.60	1,981.04	10.81	183.32	1,733.81	8.08	214.61
	净水器/饮水机	台	3,306.28	2.87	1,150.61	3,900.17	3.01	1,295.18	3,214.49	2.40	1,340.77
	电水壶	台	2,260.55	20.95	107.90	1,732.15	14.44	119.97	1,656.17	14.59	113.55
	除湿机	台	2,140.22	0.84	2,561.91	3,191.86	0.98	3,265.33	3,483.30	0.98	3,538.86
	空气净化器	台	1,477.88	0.90	1,641.00	1,293.09	1.03	1,261.55	1,579.70	0.92	1,726.07

报告期各年，上述 9 种具体产品采购成本额占办公电器品类成本总额的比重分别为 70.11%、70.56%、67.43%，与收入结构匹配。

（5）品类 5：MRO

2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯 MRO 产品采购成本额分别为 72,203.35 万元、100,311.97 万元、130,084.43 万元，随销售额增长有同幅度增长。

欧菲斯 MRO 产品销售涉及近 20 个商品类别、2,000 余种具体商品，相较于其他品类的产品，MRO 产品涉及范围更为广泛、销售更为分散，产品内部结构差异更大，平均采购成本对 MRO 的采购不具有明显的分析意义。

（四）毛利与毛利率分析

1、毛利的总体情况

报告期内，公司综合毛利构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务毛利	65,294.14	99.81	60,490.36	99.44	55,689.87	99.96
其他业务毛利	122.50	0.19	343.53	0.56	25.04	0.04
合计	65,416.64	100.00	60,833.89	100.00	55,714.91	100.00
主营业务毛利 （不含运费）	67,961.88	-	62,524.04	-	58,777.15	-

报告期各年，欧菲斯主营业务毛利分别为 55,689.87 万元、60,490.36 万元、

65,294.14 万元，占总体毛利的比重分别为 99.96%、99.44%、99.81%。

不考虑计入主营业务成本运费的情况下，2020 年、2021 年、2022 年，公司主营业务毛利分别为 58,777.15 万元、62,524.04 万元、67,961.88 万元。由于运费已与相关费用类项目合并分析，以下以不含运费的主营业务成本展开毛利率分析。

2、主营业务毛利的构成

（1）按业务模式区分

报告期内，公司主营业务毛利按业务模式区分的构成情况如下：

单位：万元、%

业务模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
B2B 直销模式	61,225.08	90.09	56,503.59	90.37	54,013.69	91.90
批发模式	5,955.45	8.76	5,370.79	8.59	4,338.96	7.38
零售及其他	781.35	1.15	649.66	1.04	424.51	0.72
合计	67,961.88	100.00	62,524.04	100.00	58,777.15	100.00

注：鉴于运费情况已与相关费用类科目合并分析，此处主营业务毛利不含运费，自此下同。

从业务模式结构看，B2B 直销模式与批发模式是欧菲斯经营毛利的主要来源，整体贡献了主营业务毛利的 99.28%、98.96%、98.85%。

（2）按品类区分

报告期内，公司主营业务毛利按品类区分的构成情况如下：

单位：万元、%

品类	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
办公设备及周边	12,227.06	17.99	12,965.97	20.74	11,079.47	18.85
办公耗材	14,276.83	21.01	16,270.85	26.02	16,975.75	28.88
生活用品	17,988.11	26.47	15,709.78	25.13	16,503.48	28.08
办公电器	5,035.46	7.41	4,911.24	7.85	4,668.88	7.94
MRO	13,396.75	19.71	8,630.98	13.80	5,974.92	10.17
其他办公物资及服务	5,037.67	7.41	4,035.22	6.45	3,574.65	6.08
总计	67,961.88	100.00	62,524.04	100.00	58,777.15	100.00

报告期内，办公设备及周边、办公耗材、办公电器、生活用品、其他办公

物资及服务仍然是欧菲斯的主要毛利来源，各年占比合计分别为 89.83%、86.20%、80.29%。

2020 年以来，公司立足于自身客户优势与信息基础设施优势，践行“三轮驱动”战略，MRO 对公司经营业绩的贡献愈发重大，其毛利占比已从 2020 年的 10.17%增长至 2022 年的 19.71%，日益成为公司盈利能力的重要保障。

3、主营业务毛利率总体情况

报告期内，欧菲斯的主营业务毛利率总体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
营业收入	816,386.78	768,336.09	644,340.95
营业成本	750,970.14	707,502.19	588,626.04
营业毛利	65,416.64	60,833.89	55,714.91
综合毛利率	8.01%	7.92%	8.65%
主营业务收入	816,070.57	767,812.14	644,227.94
主营业务成本	750,776.43	707,321.79	588,538.07
主营业务成本（不含运费）	748,108.69	705,288.10	585,450.78
主营业务毛利	65,294.14	60,490.36	55,689.87
主营业务毛利（不含运费）	67,961.88	62,524.04	58,777.15
主营业务毛利率	8.00%	7.88%	8.64%
主营业务毛利率（不含运费）	8.33%	8.14%	9.12%

2020 年、2021 年、2022 年，欧菲斯主营业务毛利率（不含运费，下同）分别为 9.12%、8.14%、8.33%，呈总体稳定趋势，2021 年略有下降，总体原因：

一是报告期内，B2B 直销业务模式下的合作商直送占比有所提升，由 2020 年的 67.00%增长至 2021 年的 73.72%，而合作商直送采取扣点定价，毛利率在 5%左右，低于自主交付下的毛利率。由于合作商直送毛利率较低且其占比提升，致使 B2B 直销业务模式总体毛利率下降。

二是公司的批发业务定位于增强供应链体系影响力、协同 B2B 直销业务、促进供应链网络发展，加之批发是向下游办公物资经营单位销售，其毛利率整体不高。2021 年，批发业务销售收入占比由 2020 年的 12.11%增长至 2021 年的 16.05%，拉动整体毛利率进一步有所下降。

4、不同业务模式的毛利率分析

报告期内，按业务模式区分的毛利率情况如下：

单位：万元

年度	项目	B2B 直销模式	批发模式	零售及其他	合计
2022 年	主营业务收入	673,828.85	138,939.33	3,302.38	816,070.57
	主营业务成本	612,603.78	132,983.88	2,521.03	748,108.69
	主营业务毛利	61,225.07	5,955.45	781.35	67,961.88
	主营业务毛利占比	90.09%	8.76%	1.15%	100.00%
	主营业务收入占比	82.57%	17.03%	0.40%	100.00%
	毛利率	9.09%	4.29%	23.66%	8.33%
2021 年	主营业务收入	641,651.92	123,207.90	2,952.33	767,812.14
	主营业务成本	585,148.33	117,837.11	2,302.67	705,288.10
	主营业务毛利	56,503.59	5,370.79	649.66	62,524.04
	主营业务毛利占比	90.37%	8.59%	1.04%	100.00%
	主营业务收入占比	83.57%	16.05%	0.38%	100.00%
	毛利率	8.81%	4.36%	22.00%	8.14%
2020 年	主营业务收入	564,096.45	78,018.99	2,112.50	644,227.94
	主营业务成本	510,082.75	73,680.03	1,688.00	585,450.78
	主营业务毛利	54,013.70	4,338.96	424.50	58,777.16
	主营业务毛利占比	91.90%	7.38%	0.72%	100.00%
	主营业务收入占比	87.56%	12.11%	0.33%	100.00%
	毛利率	9.58%	5.56%	20.09%	9.12%

报告期内，欧菲斯主要业绩来源为 B2B 直销模式、批发模式，两类模式各年毛利占比之和均在 99%左右。2020 年、2021 年、2022 年，B2B 直销模式毛利率分别为 9.58%、8.81%、9.09%，批发模式毛利率分别为 5.56%、4.36%、4.29%，各自均有小幅波动，具体情况如下：

（1）B2B 直销模式

报告期内，B2B 直销模式毛利率波动的主要原因是合作商直送占比在报告期内的波动。报告期内，欧菲斯主要合作商的扣点一般在 2%到 8%之间，集中在 5%左右，亦即合作商直送方式下的毛利率在 5%左右，由于其占比波动，致使整体 B2B 直销毛利率波动，具体情况如下：

单位：万元

年度	项目	合作商直送	自主交付	合计
2022 年	主营业务收入	474,765.92	199,062.93	673,828.85
	主营业务成本	451,789.59	160,814.19	612,603.78
	主营业务收入占比	70.46%	29.54%	100.00%
	毛利率	4.84%	19.21%	9.09%
2021 年	主营业务收入	473,025.60	168,626.32	641,651.92
	主营业务成本	449,578.76	135,569.57	585,148.33
	主营业务收入占比	73.72%	26.28%	100.00%
	毛利率	4.96%	19.60%	8.81%
2020 年	主营业务收入	377,965.37	186,131.08	564,096.45
	主营业务成本	360,792.77	149,289.98	510,082.75
	主营业务收入占比	67.00%	33.00%	100.00%
	毛利率	4.54%	19.79%	9.58%

2020 年、2021 年、2022 年，B2B 直销模式下的合作商直送毛利率分别为 4.54%、4.96%、4.84%，没有明显波动，且与其定价方式吻合；同时，自主交付毛利率分别为 19.79%、19.60%、19.21%，亦较为稳定。报告期内，各年合作商直送占比分别为 67.00%、73.72%、70.46%，由于其销售收入占比波动且毛利率较低，致使 B2B 直销毛利率 2021 年有所下降、2022 年有所上升。

在 B2B 直销市场快速发展的背景下，整合供应链资源、建设合作商直送网络是当前阶段本行业的务实选择，公司及行业普遍采取合作商直送方式作为完成交付任务的重要手段，具备合理性：

①引入合作商直送网络是 B2B 直销行业供应链发展的大势所趋

B2B 直销业务面向大型政企客户，其分支机构成千上万、遍布全国、深入区县，全部以自主交付的方式在广大区域建立仓储、配送、服务网络，对于行业内绝大多数独立的经营实体来讲都不具有经济性。

然而，基于商品的消费属性，在实际业务中，客户却普遍关注供应商的交付及时性与属地化服务体验。因此，整合行业供应链资源，布局属地化直送与服务力量，以数字化手段赋能传统行业，实现产业整体降本增效与客户体验的提升，不仅是行业发展的大势所趋，也是实现供应链网络扩张、灵活配置市场资源的有效途径，更是国家数字化产业政策的引导方向，为办公物资 B2B 直销

行业目前较为通行的做法。

在合作商直送方式下，合作商在本地自主进行采购备货、存货管理，承担由备货、配送活动带来的相关费用，上述活动皆为合作商作为独立经营实体在本地开展业务的自主行为，合作商本质上为欧菲斯的供应商。欧菲斯向合作商采购商品，采取扣点的方式定价，报告期内，欧菲斯主要中标项目合作商的扣点一般在 2%到 8%之间，集中在 5%左右。由于欧菲斯与合作商所采取的上述定价模式，致使合作商直送部分的销售毛利率集中在 5%左右，低于自主交付毛利率。

②规范建设直送网络，有利于巩固公司市场地位、提升竞争优势

合作商是目前欧菲斯供应链网络的重要组成部分。为更好的满足客户对于交付效率及属地化服务的实际需求，增强自身在全国范围内的直送能力，欧菲斯始终将整合供应链资源、完善属地化直送网络作为重要任务。

报告期内，欧菲斯合作商开拓方面取得了长足进展，并对标合作商直送网络的经营特点，欧菲斯建立起了一整套管控合作商开拓、合作的内控体系，设置了独立部门专项负责，开发了针对性业务系统。未来，公司还将持续加强对合作商体系精细化管理，本次公开发行募集资金拟进行供应链网络的升级建设，在增强自有仓配交付能力的同时，也将更有效的赋能合作商，增强合作商的黏性，推动公司与合作商之间在供应链资源方面实现深度整合。

近年来，受合作商直送网络日益扩展与中标项目规模持续扩大的双重驱动，由合作商直送实现的 B2B 直销收入占比在 2018 年以后明显增长，具体到报告期内，2021 年，由于合作商直送占比上升 6.72 个百分点，使得 B2B 直销毛利率有所下降。

2022 年，合作商直送占比从 2021 年的 73.72%下降至 70.46%，整体下降 3.26 个百分点，拉动 B2B 直销模式毛利率稍有上升，但总体保持稳定态势。2022 年，MRO 领域新客户、新项目逐渐放量，而 MRO 产品又具有专业性强、复杂度高的特点，在面向 MRO 的合作商供应链体系尚未成熟的情况下，欧菲斯在现阶段适当加强了 MRO 产品的自营力度。2022 年，欧菲斯 B2B 直销模式下自主交付占比由 2021 年的 26.28%上升至 29.54%，致使 2022 年合作商直送占

比有所降低，拉动 B2B 直销模式毛利率稍有上升。

（2）批发模式

报告期内，发行人的批发业务定位为增强供应链体系影响力、协同 B2B 直销业务、促进供应链网络发展，加之批发是向下游办公物资经营单位销售，其毛利率整体不高，具体情况如下：

单位：万元

年度	项目	其他批发业务	惠普整机分销业务	合计
2022 年	主营业务收入	67,747.05	71,192.28	138,939.33
	主营业务成本	63,215.22	69,768.66	132,983.88
	主营业务收入占比	48.76%	51.24%	100.00%
	毛利率	6.69%	2.00%	4.29%
2021 年	主营业务收入	67,448.77	55,759.13	123,207.90
	主营业务成本	63,217.88	54,619.23	117,837.11
	主营业务收入占比	54.74%	45.26%	100.00%
	毛利率	6.27%	2.04%	4.36%
2020 年	主营业务收入	57,398.00	20,620.99	78,018.99
	主营业务成本	53,473.15	20,206.89	73,680.03
	主营业务收入占比	73.57%	26.43%	100.00%
	毛利率	6.84%	2.01%	5.56%

2020 年、2021 年、2022 年，批发模式的总体毛利率分别为 5.56%、4.36%、4.29%，整体毛利较低且稍有下降，主要受惠普整机分销项目占比提升的影响。报告期内，在不考虑惠普整机分销项目的情况下，批发业务毛利率分别为 6.84%、6.27%、6.69%，未有明显波动。

惠普为计算机领域的知名品牌之一，公司的全资二级子公司跨越科技为惠普合作伙伴。2020 年、2021 年、2022 年，惠普整机分销业务实现销售收入 20,620.99 万元、55,759.13 万元、71,192.28 万元，占批发业务整体销售收入的比重分别为 26.43%、45.26%、51.24%，占比显著提升。电脑整机分销领域毛利普遍较低，报告期内，欧菲斯运营惠普整机项目的毛利率稳定在 2% 左右，由于其业务占比持续提升，致使批发业务整体毛利率有所下降。

惠普为公司的常年合作伙伴，除整机分销项目外，双方在设备耗材等其他领域有长期密切合作，参与惠普整机分销网络，有利于提升双方合作黏性，同

时加强欧菲斯在整个供应链上的话语权，从而为未来获取其他优质品牌授权奠定良好基础。

5、不同商品类别的毛利率分析

报告期内，欧菲斯经营的各品类整体毛利率情况如下：

单位：万元

品类	2022 年		2021 年		2020 年	
	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率
办公设备及周边	12,227.06	5.38%	12,965.97	5.77%	11,079.47	6.81%
办公耗材	14,276.83	9.00%	16,270.85	9.40%	16,975.75	9.94%
生活用品	17,988.11	9.72%	15,709.78	9.95%	16,503.48	11.34%
办公电器	5,035.46	7.68%	4,911.24	7.96%	4,668.88	8.43%
MRO	13,396.75	9.34%	8,630.98	7.92%	5,974.92	7.64%
其他办公物资及服务	5,037.67	13.87%	4,035.22	9.68%	3,574.65	11.30%
总计	67,961.88	8.33%	62,524.04	8.14%	58,777.15	9.12%

报告期内，欧菲斯各品类产品毛利率总体保持稳定，2021 年总体有所下降，主要仍是由 B2B 直销模式下合作商直送占比提高、批发业务结构变动所致。合作商直送涉及各类产品，且采购定价以扣点形式确定，毛利率与产品类型并无直接关系。报告期内，欧菲斯与合作商合作的定价扣点一般在 2%到 8%之间，集中在 5%左右，报告期内保持稳定态势，但明显低于自主交付毛利率。随着合作商直送比例的提升，2021 年，各类产品的毛利率一般有不同程度下降。

2020 年、2021 年、2022 年，不考虑零售模式，若按交付方式区分，合作商直送方式（即欧菲斯 B2B 直销模式下合作商直送）下所实现的销售额分别为 377,965.37 万元、473,025.60 万元、474,765.92 万元，自主交付方式（即 B2B 直销模式下自主交付与批发模式合计）下所实现的销售额为 264,150.07 万元、291,834.22 万元、338,002.27 万元，由于采购定价模式不相同，上述两类业务的各产品毛利率差异较大，情况如下：

（1）自主交付方式（B2B 直销模式下自主交付+批发模式）毛利率情况

报告期内，B2B 直销模式下自主交付及批发业务涉及的分品类、主要商品类别毛利率情况如下：

单位：万元

品类/商品类别	2022 年			2021 年			2020 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
办公设备及周边	125,264.08	117,316.53	6.34%	109,338.15	101,597.58	7.08%	66,633.56	59,784.39	10.28%
电脑及周边	101,770.00	97,333.35	4.36%	87,648.41	82,962.17	5.35%	45,346.05	41,659.09	8.13%
影印设备	9,829.69	8,720.37	11.29%	11,061.30	9,897.40	10.52%	10,275.23	9,177.50	10.68%
音像设备	7,526.36	6,165.02	18.09%	7,998.98	6,538.87	18.25%	7,365.89	5,984.47	18.75%
其他	6,138.03	5,097.78	16.95%	2,629.46	2,199.14	16.37%	3,646.39	2,963.33	18.73%
办公耗材	76,383.22	66,321.37	13.17%	85,674.28	74,081.76	13.53%	96,158.00	83,207.70	13.47%
纸张	29,226.32	26,798.91	8.31%	36,674.71	33,293.08	9.22%	41,352.34	37,619.22	9.03%
办公文具	27,552.07	23,380.73	15.14%	29,498.69	24,731.85	16.16%	32,466.24	27,072.34	16.61%
设备耗材	14,993.22	12,442.99	17.01%	18,201.85	14,980.71	17.70%	19,733.13	16,449.09	16.64%
其他	4,611.61	3,698.74	19.80%	1,299.02	1,076.12	17.16%	2,606.29	2,067.06	20.69%
生活用品	62,720.05	50,243.13	19.89%	50,468.90	40,101.38	20.54%	57,228.67	44,605.77	22.06%
个人洗护用品	35,250.28	27,749.15	21.28%	26,811.62	20,731.06	22.68%	33,515.71	25,777.57	23.09%
食品饮料	9,245.84	8,166.29	11.68%	7,496.87	6,584.15	12.17%	3,422.51	3,000.70	12.32%
餐饮厨具	3,334.91	2,515.91	24.56%	2,862.11	2,142.45	25.14%	3,820.38	2,832.96	25.85%
环境保洁	3,372.21	2,507.17	25.65%	2,686.70	1,913.69	28.77%	3,211.65	2,399.53	25.29%
运动户外	1,970.49	1,594.94	19.06%	1,946.52	1,543.37	20.71%	1,886.36	1,472.83	21.92%
其他	9,546.32	7,709.67	19.24%	8,665.08	7,186.66	17.06%	11,372.07	9,122.18	19.78%
办公电器	16,620.44	13,900.03	16.37%	14,490.88	11,968.76	17.40%	15,504.27	12,764.98	17.67%
小家电	8,220.65	6,618.37	19.49%	7,487.87	5,958.36	20.43%	8,310.01	6,607.82	20.48%
大家电	8,399.79	7,281.67	13.31%	7,003.01	6,010.39	14.17%	7,194.25	6,157.17	14.42%
MRO	43,388.21	36,279.78	16.38%	22,320.44	18,606.08	16.64%	19,295.51	15,757.11	18.34%
其他办公物资及服务	13,626.26	9,737.23	28.54%	9,541.57	7,051.12	26.10%	9,330.07	6,850.06	26.58%
总计	338,002.27	293,798.07	13.08%	291,834.22	253,406.67	13.17%	264,150.07	222,970.01	15.59%

报告期各年，剔除合作商直送部分后，B2B 自主交付与批发业务毛利率分别为 15.59%、13.17%、13.08%，其中 2021 年下降较为明显，主要由办公设备及周边中的电脑毛利率下降引起，若剔除电脑及周边，其余商品类别总体毛利为 17.14%、16.52%、16.83%，报告期内保持稳定。

报告期内，电脑及周边产品毛利率各年分别为 8.13%、5.35%、4.36%，其毛利率呈持续下降趋势，主要由惠普整机分销业务规模提升所致。惠普整机分销业务毛利率为 2%，低于一般批发业务，因其占比提升，致使电脑及周边产品

毛利出现下降。

除上述因素外，由于各商品类别中的具体商品众多，相互之间仍有较大差异，且规格型号复杂、品牌多样，受下游客户需求的影响，各商品类别内部的具体销售结构变动导致少数商品类别的毛利率有正常波动。

（2）合作商直送方式（B2B 直销模式下合作商直送）毛利率情况

报告期内，B2B 直销模式下合作商直送涉及的分品类、主要商品类别毛利率情况如下：

单位：万元

品类/商品类别	2022 年			2021 年			2020 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
办公设备及周边	101,828.53	97,549.03	4.20%	115,224.54	109,999.14	4.53%	96,070.46	91,840.16	4.40%
电脑及周边	51,195.80	49,074.82	4.14%	57,527.55	54,933.91	4.51%	48,649.61	46,601.82	4.21%
影印设备	16,904.27	16,152.80	4.45%	16,427.03	15,618.31	4.92%	11,257.53	10,759.53	4.42%
音像设备	27,351.59	26,202.92	4.20%	32,701.26	31,207.00	4.57%	24,894.15	23,667.83	4.93%
其他	6,376.88	6,118.49	4.05%	8,568.71	8,239.92	3.84%	11,269.17	10,810.97	4.07%
办公耗材	79,427.43	75,832.52	4.53%	84,709.20	80,614.74	4.83%	73,019.50	69,325.65	5.06%
纸张	18,284.96	17,482.05	4.39%	19,251.71	18,320.39	4.84%	15,985.59	15,130.03	5.35%
办公文具	19,226.60	18,337.37	4.63%	20,977.50	19,788.97	5.67%	16,992.77	16,001.04	5.84%
设备耗材	40,039.98	38,208.79	4.57%	42,259.54	40,356.92	4.50%	32,682.43	31,123.61	4.77%
其他	1,875.88	1,804.32	3.82%	2,220.45	2,148.47	3.24%	7,358.71	7,070.96	3.91%
生活用品	122,070.49	116,579.15	4.50%	107,353.96	102,037.75	4.95%	88,005.27	84,205.85	4.32%
个人洗护用品	52,659.33	50,190.37	4.69%	41,547.74	39,488.58	4.96%	35,984.85	34,477.72	4.19%
食品饮料	20,992.07	20,217.52	3.69%	10,582.80	9,917.09	6.29%	6,379.50	6,104.60	4.31%
餐饮厨具	10,238.12	9,771.26	4.56%	8,556.13	8,127.44	5.01%	8,151.72	7,809.36	4.20%
环境保洁	8,489.17	8,085.80	4.75%	8,519.00	8,085.75	5.09%	6,786.07	6,491.11	4.35%
运动户外	6,048.65	5,781.04	4.42%	11,214.68	10,715.77	4.45%	10,624.75	10,189.67	4.10%
其他	23,643.14	22,533.16	4.69%	26,933.61	25,703.12	4.57%	20,078.38	19,133.40	4.71%
办公电器	48,941.73	46,626.68	4.73%	47,177.76	44,788.64	5.06%	39,907.62	37,978.02	4.84%
小家电	20,808.92	19,820.87	4.75%	18,767.65	17,820.43	5.05%	16,291.72	15,501.85	4.85%
大家电	28,132.81	26,805.82	4.72%	28,410.11	26,968.21	5.08%	23,615.90	22,476.17	4.83%
MRO	100,092.97	93,804.65	6.28%	86,622.52	81,705.90	5.68%	58,882.76	56,446.24	4.14%
其他办公物资及服务	22,404.76	21,397.56	4.50%	31,937.62	30,432.58	4.71%	22,079.76	20,996.86	4.90%

总计	474,765.92	451,789.59	4.84%	473,025.60	449,578.76	4.96%	377,965.37	360,792.77	4.54%

报告期内，欧菲斯与合作商合作的定价扣点一般在 2%到 8%之间，集中在 5%左右，报告期内保持稳定态势。报告期各年，B2B 直销模式下合作商直送毛利率分别为 4.54%、4.96%、4.84%，报告期内保持稳定，且与合作商扣点的定价总体情况吻合。

合作商直送方式中，毛利率主要受定价扣点的影响，与商品类别无直接关系，但与各品类商品的整体盈利水平有关。例如，相较于其他产品，MRO 商品整体流通环节的毛利率水平较高，故而其整体扣点水平略微高于其他品类。

6、主营业务毛利率与同行业可比公司的比较情况

报告期内各年，与齐心集团、晨光股份、广博股份同类业务毛利率的对比情况如下所示：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
齐心集团（B2B）	9.58%	10.42%	13.24%
晨光股份（晨光科力普）	8.35%	9.37%	10.98%
广博股份（办公直销类）	4.04%	5.29%	4.48%
同行业可比公司平均值	7.32%	8.36%	9.57%
欧菲斯主营业务毛利率	8.00%	7.88%	8.64%
欧菲斯主营业务毛利率（剔除成本中的运费）	8.33%	8.14%	9.12%
欧菲斯 B2B 直销+批发业务毛利率（剔除成本中的运费）	8.27%	8.09%	9.09%

数据来源：各公司年度报告。

2020 年、2021 年、2022 年，同行业可比公司同类业务平均毛利率水平为 9.57%、8.36%、7.32%，同期欧菲斯主营业务毛利率为 8.64%、7.88%、8.00%，与同行业平均值没有明显差异。

2020 年，齐心集团 B2B 业务毛利率为 13.24%，晨光股份 B2B 业务毛利率为 10.98%，广博股份同类业务毛利率为 4.48%，欧菲斯当年毛利率水平高于广博股份，与晨光股份接近；2021 年，齐心集团、晨光股份、欧菲斯毛利率呈同方向变动，各家毛利率水平较为接近；2022 年，齐心集团、晨光股份毛利率进一步有所下降，欧菲斯毛利率基本保持稳定，除广博股份以外，各家毛利率进一步趋同。欧菲斯与同行业可比公司同类业务毛利率不存在重大差异。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成及占营业收入比例情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	与营业收入的比值	金额	与营业收入的比值	金额	与营业收入的比值
销售费用	27,552.57	3.37	26,092.94	3.40	23,688.78	3.68
管理费用	15,879.21	1.95	13,648.34	1.78	10,062.11	1.56
管理费用 （剔除股份支付）	13,628.81	1.67	12,225.94	1.59	9,789.69	1.52
研发费用	1,332.79	0.16	1,085.94	0.14	800.92	0.12
财务费用	277.93	0.03	-435.86	-0.06	-162.42	-0.03
期间费用合计	45,042.50	5.52	40,391.36	5.26	34,389.39	5.34
期间费用合计 （剔除股份支付）	42,792.10	5.24	38,968.96	5.07	34,116.97	5.29

报告期内，公司期间费用合计分别为 34,389.39 万元、40,391.36 万元和 45,042.50 万元，占同期营业收入的比例分别为 5.34%、5.26%和 5.52%。公司 2020 年度、2021 年度和 2022 年度分别确认股份支付费用 272.42 万元、1,422.40 万元和 2,250.40 万元，剔除股份支付费用后，报告期各期间费用占同期营业收入的比例分别为 5.29%、5.07%和 5.24%，期间费用率较为稳定。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用的具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	15,744.51	57.14	15,226.85	58.36	13,282.22	56.07
平台及推广服务费	4,978.57	18.07	4,144.16	15.88	3,055.40	12.90
折旧及摊销费用	2,507.45	9.10	2,099.79	8.05	680.67	2.87
业务招待费	1,166.39	4.23	1,043.95	4.00	1,120.53	4.73
广告及业务宣传费	882.00	3.20	826.47	3.17	1,004.26	4.24
仓储、装卸及搬运费	594.92	2.16	406.47	1.56	1,064.96	4.50
租赁、物管及水电费	456.07	1.66	792.65	3.04	2,303.08	9.72
办公费	401.67	1.46	425.23	1.63	468.46	1.98

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
差旅费	351.81	1.28	463.37	1.78	320.03	1.35
会议费	98.42	0.36	393.96	1.51	144.06	0.61
其他	370.76	1.35	270.03	1.03	245.09	1.03
合计	27,552.57	100.00	26,092.94	100.00	23,688.78	100.00

报告期内，公司销售费用分别为 23,688.78 万元、26,092.94 万元和 27,552.57 万元，占营业收入的比例分别为 3.68%、3.40%和 3.37%，占比较为稳定。公司的销售费用主要由职工薪酬、平台及推广服务费和折旧及摊销费用构成，报告期内合计占各期销售费用比例分别为 71.84%、82.29%和 84.31%，占比较高，主要系：（1）公司在全国范围内从事办公物资 B2B 直销业务，主要服务于大型政企客户及其分支机构，终端客户众多，为满足客户的业务需求，实现商品及时送达交付，需要人数较多的销售服务团队和稳定的物流配送体系，使得相关人员的工资支出和仓储库房等运营场地的折旧摊销支出的占比较大；（2）公司需要通过主要直销客户的内部采购平台开展业务，相关的平台及推广服务费支出亦占有一定比例。

（1）职工薪酬

销售费用中的职工薪酬，主要核算与产品销售相关的客户服务人员和物流仓储人员的工资和奖金。

报告期内，公司销售费用中的职工薪酬分别为 13,282.22 万元、15,226.85 万元和 15,744.51 万元，占销售费用的比例分别为 56.07%、58.36%和 57.14%，为销售费用的主要构成。

公司销售人员的平均薪资水平具体情况如下：

单位：万元、人、万元/人、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	人数/金额	同比变动	人数/金额	同比变动	人数/金额
职工薪酬	15,744.51	3.40	15,226.85	14.64	13,282.22
销售人员数量	1,497	-3.11	1,545	-0.77	1,557
销售人员平均薪酬	10.52	6.72	9.86	15.53	8.53
营业收入	816,386.78	6.25	768,336.09	19.24	644,340.95

职工薪酬占营业收入比例	1.93	-	1.98	-	2.06

注：销售人员数量为公司各年度月末销售人员（包括仓储物流人员）在职人数计算的算术平均数。

报告期内，销售相关人员的人均薪酬水平有所提升，但总体变化不大。适度提高业务人员薪酬待遇，有助于进一步巩固公司的竞争力，与营业收入增长情况基本匹配。

（2）平台及推广服务费

平台及推广服务费，主要核算与销售相关的平台服务费、外包服务费、投标费、信息服务费及其他相关费用。

报告期内，公司平台及推广服务费分别为 3,055.40 万元、4,144.16 万元和 4,978.57 万元，占销售费用的比例分别为 12.90%、15.88%和 18.07%，呈现稳步上升的趋势，主要系公司平台服务费增长所致。平台及推广服务费中各类费用的具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
平台服务费	4,282.53	26.85	3,376.00	43.59	2,351.07
外包服务费	216.85	-26.19	293.77	-11.32	331.26
投标费	238.71	59.40	149.75	16.92	128.08
信息服务费	139.21	-16.36	166.44	71.28	97.17
其他	101.29	-35.97	158.19	7.02	147.81
合计	4,978.57	20.13	4,144.16	35.63	3,055.40

① 平台服务费

平台服务费是指公司在大型政企客户指定的交易平台获取订单进行集约化供应，并按照招标文件及协议要求支付的平台技术服务费、采购代理服务费等，其他增值服务费等相关费用，此类费用的收取方一般为大型政企客户集团内部负责平台运营的分支机构，平台服务费一般根据交易金额的一定比例收取。

报告期内，公司平台服务费分别为 2,351.07 万元、3,376.00 万元和 4,282.53 万元，呈上升趋势，主要系公司在报告期内积极提升办公物资 B2B 直销业务规模，与国家电网、中国电建等主要客户的合作规模逐步扩大，平台服务费伴随

公司在相关直销客户采购平台交易金额的增长而增长；同时，公司大力拓展 MRO 客户，入围中国节能等客户 MRO 数字一体化集采项目，其平台服务费率高于其他项目，使得平台服务费进一步增长。

报告期内，与公司合作的主要 B2B 直销客户及其交易平台收费情况如下：

平台名称	对应客户	主要服务内容及合作方式	主要收费及结算方式
国网商城	国家电网	公司使用国网商城办公用品及非电网零星物资选购专区为采购客户提供商品、配送履约服务，“电 E 宝”为国网商城办公用品及非电网零星物资选购专区中提供结算服务。负责招标的采购代理机构向公司收取采购代理服务费用，国网商城平台运营机构向公司收取平台技术服务费。	A、公司按照订单结算金额乘 8‰按月向平台运营方支付服务费。结算金额为各期回款金额； B、公司在协议期内向采购代理机构交纳采购代理服务费用，收费基数为采购人指定的履约交易平台统计生成的订单金额，采购代理服务费用按差额定率累进法计算，费率在 0.12‰至 1.8‰之间。
电建商城	中国电建	客户指定的平台运营方负责电建商城的运营管理，并按约定向公司收取平台流量服务费。	2021 年、2022 年按公司与中国电建交易款项的 2%进行结算；2020 年根据品类按公司与中国电建交易款项的 1%或 2%进行结算。
南网商城	南方电网	公司按客户要求向“南网商城”推送商品，最终用户通过网上订单方式进行采购。公司按约定向平台运营方支付平台服务费。	按季度根据前一个结算周期的实际交易订单金额的 8‰收取订单服务费。
中航金网	中航工业 中国航发	公司作为服务提供方，提供平台上相应商品供应等服务，平台运营方可根据平台运营情况，向公司收取平台使用费、服务费、技术支持费等相关费用。	按季度根据前一个结算周期订单交易总额的 1.5%结算平台基础技术服务费；根据需要另行支付增值技术服务费及其他增值服务类费用。
中兵网上超市	中兵集团	客户指定的平台运营方负责网上超市运营，并按约定向公司收取平台服务费。	按上个季度总成交金额的 2%缴纳平台服务费。
中移动电商平台	中国移动	客户指定的平台运营方负责“中国移动内部电商平台”的运营，并按约定向公司收取平台服务费。	2019 年 9 月至 2022 年 8 月，在自然年度内累计交易金额超过 3,000 万的部分按 0.5%收取平台服务费，未超过不收取费用。2022 年 9 月至 2023 年 8 月，根据实际提交成功的交易额的 1%收取。
中节能电子商城	中国节能	客户通过指定平台向公司采购商品，公司按约定向客户支付平台服务费。	以当期结算价格总额的 8‰向平台方支付平台服务费。

报告期内，公司在主要客户交易平台的平台服务费明细构成具体如下：

单位：万元、%

平台名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

平台名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
国网商城	1,315.27	30.71	1,319.68	39.09	1,209.75	51.46
中节能电子商城	541.10	12.64	245.81	7.28	-	-
电建商城	418.36	9.77	134.88	4.00	75.15	3.20
南网商城	303.09	7.08	271.57	8.04	183.32	7.80
中航金网	283.84	6.63	166.75	4.94	90.70	3.86
中兵网上超市	249.41	5.82	174.03	5.15	45.05	1.92
中移动电商平台	136.16	3.18	95.55	2.83	56.93	2.42
其他客户平台	1,035.29	24.17	967.74	28.67	690.17	29.36
合计	4,282.53	100.00	3,376.00	100.00	2,351.07	100.00

②外包服务费

自主交付方式下，公司将部分客户售后服务、零星维修等非重要的业务运作服务环节进行外包，发生的相关费用计入外包服务费。

报告期内，公司销售费用中的外包服务费分别为 331.26 万元、293.77 万元和 216.85 万元，呈逐步下降的趋势，主要系公司服务效率提升，外包项目相对减少，相关费用有所下降。

③投标费、信息服务费

投标费主要核算招投标过程中发生的报名费、打印费、标书费等；信息服务费主要核算与销售相关的信息系统维护费、技术服务费等。上述两项费用各年度发生金额较小。

（3）折旧及摊销费用

销售费用中的折旧及摊销费用主要核算与销售相关的仓库等使用权资产摊销、固定资产折旧、无形资产摊销及长期待摊费用等，具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
使用权资产摊销费用	1,996.60	1,589.71	-
固定资产折旧费用	340.78	356.98	336.50
其他摊销费用	170.06	153.10	344.17
合计	2,507.45	2,099.79	680.67

报告期内，公司销售费用中的折旧及摊销费用分别为 680.67 万元、2,099.79 万元和 2,507.45 万元，占销售费用的比例分别为 2.87%、8.05%和 9.10%。2021 年，折旧及摊销费金额明显上升，主要系公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，将长期租赁的仓库等经营场所对应的租金作为使用权资产核算并摊销相关费用，根据准则要求公司于 2021 年确认销售费用中使用权资产摊销金额 1,589.71 万元，使得折旧及摊销费用金额上升。

（4）业务招待费

公司业务招待费主要核算为公司进行业务洽谈、业务拓展、对外联络、商务接待等发生的餐饮招待、礼品招待等招待费用支出。

报告期内，公司销售费用中的业务招待费分别为 1,120.53 万元、1,043.95 万元和 1,166.39 万元，占销售费用的比例分别为 4.73%、4.00%和 4.23%，保持相对稳定。

报告期内，公司的客户及供应商数量众多，业务招待费支出较为分散，为加强内部控制，公司对业务招待费实行年度预算管理，控制业务招待费支出总额，并建立了严格的内部控制制度，确保业务招待费的可控、合规。

（5）广告及业务宣传费

广告及业务宣传费主要核算与销售相关的广告费、业务宣传费等经营性支出。报告期内，公司主要通过营销推广活动、门店宣传、商务礼品、参与京东百乐、三菱、斑马品牌自营店铺推广活动等方式进行业务宣传，通过实景广告展位等方式进行广告投放。广告及业务宣传费中各类费用的具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
业务宣传费	871.96	35.83	641.97	1.42	632.96
广告费	10.05	-94.55	184.50	-50.31	371.30
合计	882.00	6.72	826.47	-17.70	1,004.26

报告期内，公司广告及业务宣传费分别为 1,004.26 万元、826.47 万元和 882.00 万元，占销售费用的比例分别为 4.24%、3.17%和 3.20%。2021 年、2022 年，公司广告费持续下降，主要系公司减少线下实体广告投放所致。2022 年，

公司业务宣传费较之以前年度有所上升，主要系参与京东百乐、三菱、斑马品牌自营店铺推广活动、商务礼品等业务宣传支出稍有增加。

（6）仓储、装卸及搬运费

仓储、装卸及搬运费主要核算与经营相关的库房仓储费及商品装卸、搬运、包装过程中的费用支出，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
仓储费	426.31	70.08	250.64	-72.30	904.71
装卸及搬运费	168.61	8.21	155.82	-2.76	160.25
合计	594.92	46.36	406.47	-61.83	1,064.96

报告期内，仓储、装卸及搬运费分别为 1,064.96 万元、406.47 万元和 594.92 万元，占销售费用的比例分别为 4.50%、1.56%和 2.16%。2021 年，仓储费明显下降，主要系公司加快了自有物流仓储部门的建设，在华南地区通过租用仓库并新增仓储部门的方式对产品仓储自行管理，替代了第三方仓储服务商，相关费用在职工薪酬、租金及折旧费用中分别核算，导致仓储费用快速下降。2022 年，仓储费有所上升，主要系当年子公司福分通运营的员工福利业务整体规模有所扩大，为增强终端交付能力，福分通与京东物流达成合作，使用其仓储场地与服务。

（7）租赁、物管及水电费

租赁、物管及水电费主要核算与销售相关的房屋设备租赁费、物业管理费等经营性支出，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
租赁费	188.58	-63.91	522.61	-72.69	1,913.84
物业管理费及水电费	267.48	-0.95	270.04	-30.62	389.24
合计	456.07	-42.46	792.65	-65.58	2,303.08

报告期内，租赁、物管及水电费分别为 2,303.08 万元、792.65 万元和 456.07 万元，占销售费用的比例分别为 9.72%、3.04%和 1.66%。2021 年，公司

租赁及物业管理费金额明显下降，主要系公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，将长期租赁的资产于 2021 年确认为使用权资产，相应折旧费用计入使用权资产摊销金额所致；2022 年，租赁费进一步下降，一是由于总部于 2022 年 5 月迁址后，原办公地址的租赁房屋不再续租，二是广东子公司更换租赁仓库，原短期租赁房产到期不再续租，更换后的租赁房产租期超过一年而作为使用权资产核算。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用的具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	9,912.60	62.43	9,101.29	66.68	7,375.09	73.30
股份支付费用	2,250.40	14.17	1,422.40	10.42	272.42	2.71
折旧及摊销费用	1,446.90	9.11	847.98	6.21	496.54	4.93
信息及管理服务费	698.48	4.40	642.95	4.71	240.04	2.39
中介机构服务费	365.75	2.30	429.71	3.15	347.78	3.46
租赁、物管及水电费	344.43	2.17	324.39	2.38	459.68	4.57
业务招待费	312.94	1.97	234.08	1.72	177.81	1.77
办公费	215.97	1.36	215.38	1.58	289.01	2.87
残疾人就业保障金	150.17	0.94	151.57	1.11	130.79	1.30
差旅费	64.45	0.41	129.65	0.95	54.73	0.54
其他	117.11	0.74	148.94	1.09	218.23	2.17
合计	15,879.21	100.00	13,648.34	100.00	10,062.11	100.00

报告期内，公司管理费用分别 10,062.11 万元、13,648.34 万元和 15,879.21 万元，占营业收入的比例分别为 1.56%、1.78%和 1.95%，剔除股份支付费用后，公司管理费用分别为 9,789.69 万元、12,225.94 万元和 13,628.81 万元，占营业收入的比例分别为 1.52%、1.59%和 1.67%，整体稳中有升，主要系公司为保证业务的长远发展，逐步加大管理人才引进力度、提升管理团队待遇水平、增加多个业务板块的信息技术投入，致使管理费用持续增长。

公司的管理费用主要由职工薪酬、股份支付费用、折旧及摊销费用和信息及系统服务费构成，报告期内合计占各期管理费用比例分别为 83.33%、88.02%

和 90.11%。

（1）职工薪酬

管理费用中职工薪酬主要核算综合管理部门、技术部门及采购部门相关人员的工资及奖金。报告期内，公司管理费用中的职工薪酬分别为 7,375.09 万元、9,101.29 万元和 9,912.60 万元，占管理费用的比例分别为 73.30%、66.68%和 62.43%，保持相对稳定。

公司管理人员平均薪资水平具体情况如下：

单位：万元、人、万元/人、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	人数/金额	同比变动	人数/金额	同比变动	人数/金额
职工薪酬	9,912.60	8.91	9,101.29	23.41	7,375.09
管理人员数量	806	7.47	750	13.29	662
管理人员平均薪酬	12.30	1.32	12.14	8.98	11.14

注：管理人员数量为公司各年按月末管理人员在职人数计算的算术平均数。

报告期内，随着业务规模不断扩大，公司管理人员人数保持增长趋势，平均薪酬稳步增长，有助于进一步巩固公司的竞争力，与营业收入增长情况相匹配。

（2）股份支付费用

①报告期内股份支付的具体事项及股份支付费用的确定依据

报告期内，公司实际控制人控制的二号中心、员工持股平台三号中心、四号中心、五号中心发生过多项出资额转让，涉及股份支付；四号中心、五号中心、业已注销六号中心涉及股份支付费用的服务期摊销；业已注销的六号中心涉及未摊销股份支付费用的加速确认。

二号中心、三号中心、四号中心、五号中心、业已注销之六号中心的成立、后续份额转让一般以获取员工相应服务为目的，从而确定了较低的入股、转让价格，入股、转让价格一般参照公司各期净资产的情况确定，相较于同期公司股权的公允价值偏低。根据《企业会计准则》和《监管规则适用指引——发行类第 5 号》相关规定，上述入股、转让出资额之价格与该等出资额对应公司权益的公允价值之间的差额应当确认为股份支付。

同时，对于设置服务期的四号中心、五号中心，公司根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及协议中关于公司员工离职条款约定，在员工离职并转让相关份额、预计可行权的权益工具数量减少的情况下，于当期将离职员工对应的期前已确认股份支付费用冲回。

②报告期内历次股份支付公允价值的确定方法

根据《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》及其应用指南的相关规定，公司在确定发行人股权的公允价值时，应按以下三个层次顺序参考：公司股份价值有活跃市场的，参考活跃市场价格；公司股份价值无活跃市场的，可参考最近一次外部投资者入股价格；无外部投资者入股价格的，应采取合理估值方法确定。

报告期内，公司股份不存在活跃市场价格，结合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》相关规定，在确定公允价值时，公司参照近期外部投资者合理的入股价格或者采用恰当的估值技术确定公允价值。2019 年 9 月 27 日，欧菲斯有限召开股东会，同意吸收深创投、业如红土为新股东，本次增资价格为 4.75 元/出资额，公司参照此价格作为 2019 年 1 月至 2020 年 6 月所发生的出资额转让情况之公允价值。2023 年 1 月，重庆华康对公司截至 2020 年 12 月 31 日的股东全部权益价值采取收益法进行了估值，并出具了重康评咨报字（2022）第 17-1 号《估值报告》，确定公司股东全部权益在估值基准日 2020 年 12 月 31 日的公允价值为 193,800.00 万元，折合每股公允价格为 8.61 元/股，公司以此作为 2020 年 7 月至 2021 年 6 月所发生的出资额转让情况之公允价值根据。2023 年 1 月，重庆华康对公司截至 2021 年 12 月 31 日的股东全部权益价值采取收益法进行了估值，并出具了重康评咨报字（2022）第 17-2 号《估值报告》，确定公司股东全部权益在估值基准日 2021 年 12 月 31 日的公允价值为 223,300.00 万元，折合每股公允价格为 9.92 元/股，公司以此作为 2021 年 7 月至 2022 年 6 月所发生的出资额转让情况之公允价值根据。

③报告期内股份支付授予日的确定

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及财政部于 2021 年 5 月发布的《股份支付准则应用案例-授予日的确定》的规定，若存在股东大会先批准未具体确定拟授予股份的激励对象及股份数量的股权激励方案，然后再由董事会

确定具体激励对象及股份数量，并同时经批准的股权激励方案与员工进行了沟通并达成一致的情况，应当以发生在后的董事会确定具体激励对象及股份数量并与员工沟通达成一致的日期作为股份支付的授予日。按照上述要求，公司以股东会决议、董事会决议、合伙协议、员工持股协议/财产转让协议、合伙人决议时间较晚者确定为历次股份支付的授予日。

④报告期内股份支付的服务期安排及具体核算方式

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》《监管规则适用指引——发行类第 5 号》及财政部于 2021 年 5 月发布的《股份支付准则应用案例-以首次公开募股成功为可行权条件》的规定，公司以各员工持股平台合伙协议约定的服务期限条款作为历次股份支付服务期安排的确定依据，具体情况如下：

A、二号中心、三号中心

二号中心未明确约定等待期等限制性条件，三号中心合伙协议中关于转让限制的约定如下：

“第二条转让限制

1、考虑到本合伙企业合伙人的历史贡献，本合伙企业不设服务期或财产份额限制转让期。”

按照上述情况，二号中心和三号中心内部合伙份额转让所形成的股份支付不设定服务期。

报告期内，公司对上述两个员工持股平台所发生的股份支付金额一次性计入发生当期，分别计入管理费用和资本公积，并作为偶发事项计入非经常性损益。

B、四号中心、五号中心、业已注销的六号中心

四号中心、五号中心、六号中心合伙协议中关于转让限制及其效力的约定如下：

“第二条：转让限制

1、各方一致同意，除本协议另有约定的情形外，乙方自入伙之日（自全额支付财产份额转让款/出资款之日起算）起五年内（以下简称“限制转让期”），

不得转让其持有的四号/五号/六号中心财产份额（包括向其他合伙人转让），不得要求退伙，五年转让限制期届满后，经甲方同意，合伙人可以将其持有的有限合伙财产份额转让或要求退伙。……

第七条其他

……3、公司进行上市申报不影响本协议第二、三、四条约定的效力。公司进行上市申报并最终实现上市的，则自公司股票在交易所正式交易之日起，本协议第二、三、四条约定不再发生效力。关于乙方所持财产份额的限制按照届时合伙人作出的承诺、公司上市申报文件的要求及相关法律、法规的规定执行。”

按照上述约定，四号中心、五号中心、六号中心受让公司股份及内部合伙份额转让所形成的股份支付存在服务期，且以合伙人入伙之日起五年内与公司预计上市发行日孰早作为限制性服务期到期日。根据现实情况预估，公司将预计上市发行日 2024 年 12 月 31 日作为服务期到期日来确定历次股份支付的服务期。

报告期内，公司对上述设定服务期的三个员工持股平台所发生的股份支付金额在服务期内分摊确认，分别计入管理费用和资本公积，并计入经常性损益。

⑤六号中心股权激励取消，未确认的股份支付费用于 2022 年一次性加速确认

鉴于本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十三、（一）、5、六号中心”所披露的情况，公司于 2022 年一次性确认了六号中心尚未分摊的股份支付费用，作为偶发事项计入非经常性损益。

⑥报告期内股份支付的主要情况

报告期内，公司涉及股份支付的主要情况如下：

A、二号中心

2020 年 12 月，二号中心的有限合伙人一号中心向员工李杰宏、王贵、祝能多、赵晓娟转让二号中心合伙份额，对应欧菲斯有限出资额 23.00 万元，对应欧菲斯有限出资额的授予价格为 2.30 元/出资额，低于同期欧菲斯有限出资额的公允价值 8.61 元/股，差额部分应当确认为股份支付。

B、三号中心

2021 年 2 月，三号中心的有限合伙人王少秋向员工卢闯、贾东霞、夏雯婷转让三号中心合伙份额，对应公司股权 85.00 万股，对应公司股权的授予价格为 2.30 元/股，低于同期公司股权的公允价值 8.61 元/股，差额部分应当确认为股份支付。

C、四号中心

2020 年 4 月，公司员工谭程林、杨娟受让四号中心离职员工的合伙份额，对应欧菲斯有限出资额 3.50 万元，对应欧菲斯有限出资额的授予价格为 1.95 元/出资额，低于同期欧菲斯有限出资额的公允价值 4.75 元/出资额，差额部分应当确认为股份支付。

2020 年 7 月，公司员工李云胜受让四号中心离职员工的合伙份额，对应欧菲斯有限出资额 2.00 万元，对应欧菲斯有限出资额的授予价格为 2.30 元/出资额，低于同期欧菲斯有限出资额的公允价值 8.61 元/股，差额部分应当确认为股份支付。

2020 年 10 月，公司员工田菲、鞠沐等 8 人受让四号中心离职员工的合伙份额，对应欧菲斯有限出资额 5.00 万元，对应欧菲斯有限出资额的授予价格为 2.30 元/出资额，低于同期欧菲斯有限出资额的公允价值 8.61 元/股，差额部分应当确认为股份支付。

2021 年 5 月，公司员工苑咸森、曾来等 5 人受让四号中心离职员工的合伙份额，对应公司股权 7.1252 万股，对应公司股权的授予价格为 2.69 元/股，低于同期公司股权的公允价值 8.61 元/股，差额部分应当确认为股份支付。

2021 年 6 月，公司员工黄剑桥、谢红南受让四号中心离职员工的合伙份额，对应公司股权 2.5447 万股，对应公司股权的授予价格为 2.69 元/股，低于同期公司股权的公允价值 8.61 元/股，差额部分应当确认为股份支付。

2022 年 5 月，公司员工富倩、徐阳等 7 人受让四号中心离职员工的合伙份额，对应公司股权 5.5985 万股，对应公司股权的授予价格为 3.44 元/股，低于同期公司股权的公允价值 9.92 元/股，差额部分应当确认为股份支付。

D、五号中心

2020 年 12 月，二号中心向五号中心转让其持有的欧菲斯有限出资额 85.00 万元，转让价格为 2.30 元/出资额，低于同期欧菲斯有限出资额的公允价值 8.61 元/股，差额部分应当确认为股份支付。五号中心为新设立的员工持股平台，具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十三、（一）概况”。

2022 年 3 月，公司员工黄剑桥受让五号中心离职员工的合伙份额，对应公司股权 3.0537 万股，对应公司股权的授予价格为 3.44 元/股，低于同期公司股权的公允价值 9.92 元/股，差额部分应当确认为股份支付。

E、六号中心

2020 年 12 月，一号中心向六号中心转让其持有的欧菲斯有限出资额 500.00 万元，转让价格为 3.00 元/出资额，低于同期欧菲斯有限出资额的公允价值 8.61 元/股，差额部分应当确认为股份支付。六号中心当时为新设立的员工持股平台，具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十三、（一）概况”。

2022 年 11 月，经公司临时股东大会审议，公司决定取消六号中心股权激励计划，并对六号中心进行注销处理，对六号中心尚未确认的股份支付费用，于 2022 年度做加速到期处理，具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十三、（一）概况”。

⑦报告期内股份支付的具体计算过程及结果

报告期内，相关股份支付之具体情况如下：

单位：万股、元/股、万元

序号	授予时间	平台	相关平台及自然人所受让出资额对应发行人股份	授予价格	公允价值	股份支付费用			确认方式
						2022 年	2021 年	2020 年	
1	2019 年 8 月	四号中心（成立）	112.5000	1.95	4.75	34.98	45.74	54.31	服务期内分期确认
小计			-	-	-	34.98	45.74	54.31	
2	2020 年 4 月	四号中心（员工受让）	3.5000	1.95	4.75	2.04	2.04	1.53	服务期内分期确认
3	2020 年 7 月	四号中心（员工受让）	2.0000	2.30	8.61	2.76	2.76	1.38	服务期内分期确认
4	2020 年 10 月	四号中心（员工受让）	5.0000	2.30	8.61	4.98	6.42	1.83	服务期内分期确认

序号	授予时间	平台	相关平台及白名单人数	授予价格	公允价值	股份支付费用			确认方式
5	2020年12月	二号中心（员工受让）	23.0000	2.30	8.61	-	-	145.13	一次性确认
6	2020年12月	五号中心（成立）	85.0000	2.30	8.61	114.13	131.88	10.99	服务期内分期确认
7	2020年12月	六号中心（成立与加速到期）	500.0000	3.00	8.61	2,060.75	687.00	57.25	服务期内分期确认
小计			-	-	-	2,184.66	830.10	218.11	
8	2021年2月	三号中心（员工受让）	85.0000	2.30	8.61	-	536.35	-	一次性确认
9	2021年5月	四号中心（员工受让）	7.1252	2.69	8.61	11.64	7.76	-	服务期内分期确认
10	2021年6月	四号中心（员工受让）	2.5447	2.69	8.61	4.20	2.45	-	服务期内分期确认
小计			-	-	-	15.84	546.56	-	
11	2022年3月	五号中心（员工受让）	3.0537	3.44	9.92	5.80	-	-	服务期内分期确认
12	2022年5月	四号中心（员工受让）	5.5985	3.44	9.92	9.12	-	-	服务期内分期确认
小计			-	-	-	14.92	-	-	
合计			-	-	-	2,250.40	1,422.40	272.42	

注：各期股份支付费用中包含六号中心 2022 年加速确认股份支付金额以及历次离职员工当期冲回的前期累计确认股份支付金额。

综上，公司员工持股平台受让公司股份及各平台内部财产份额转让所涉及的权益工具公允价格是依据最近一次外部投资者的增资价格或者恰当的估值价格确定，相关公允价格具有公允性及谨慎性；历次股份支付的授予时间均按照授予日的相关规定确定，不存在提前确认的情况；历次股份支付的服务期限均按照协议约定根据相关规则进行合理预计。

（3）折旧及摊销费用

管理费用中的折旧及摊销费用主要核算与管理相关的使用权资产摊销、固定资产折旧、无形资产摊销及长期待摊费用等，具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
使用权资产摊销费用	579.07	319.94	-
固定资产折旧费用	323.22	309.63	296.11
其他摊销费用	544.62	218.40	200.43
合计	1,446.90	847.98	496.54

报告期内，管理费用中的折旧及摊销费用分别为 496.54 万元、847.98 万元和 1,446.90 万元，占管理费用的比例分别为 4.93%、6.21%和 9.11%。2021 年，折旧及摊销费金额明显上升，主要系公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，将长期租赁的办公场所对应的租金作为使用权资产核算并摊销相关费用，根据准则要求公司于 2021 年确认管理费用中使用权资产摊销金额 319.94 万元，使得折旧及摊销费金额上升。2022 年，折旧及摊销费金额继续上升，主要系公司开始使用新总部大楼，相关使用权资产和装修费用的摊销金额上升所致。

（4）信息及管理服务费

信息及管理服务费主要核算与企业管理相关的信息服务费、咨询费等相关服务费支出。

报告期内，公司信息及管理服务费分别为 240.04 万元、642.95 万元和 698.48 万元，占管理费用的比例分别为 2.39%、4.71%和 4.40%，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
信息服务费	523.24	49.37	350.30	105.38	170.56
咨询费	133.46	-45.86	246.51	768.91	28.37
其他	41.78	-9.45	46.14	12.24	41.11
合计	698.48	8.64	642.95	167.85	240.04

2021 年，公司信息服务费大幅增长，主要系公司综合管理部门随业务规模增长而快速扩大，为满足内部管理需求，公司加大了信息化平台建设投入，对原有的信息管理系统平台进行升级扩容，新增各类功能模块，使得信息服务费明显增长。公司咨询费明显增长，主要系公司为加强企业形象建设，聘请了外部机构为公司提供行业管理咨询服务，并为高管进行行业培训，使得咨询费明显增长。

2022 年，随着公司信息化平台建设的持续进行，信息服务费继续增长。

3、研发费用

（1）研发费用变动分析

报告期内，公司研发费用构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,329.96	99.79	1,083.02	99.73	789.10	98.52
折旧及摊销	-	-	2.29	0.21	10.74	1.34
其他	2.83	0.21	0.64	0.06	1.08	0.13
合计	1,332.79	100.00	1,085.94	100.00	800.92	100.00

公司研发活动主要为面向业务特点的信息系统开发与升级，研发费用主要是研发人员的职工薪酬。报告期内，公司研发费用中职工薪酬的金额分别为 789.10 万元、1,083.02 万元和 1,329.96 万元，呈逐年上升趋势，主要系公司为巩固并提高数字化竞争优势，加大了信息系统建设投入及数字化技术研发力度，随着研发项目的陆续开展，公司研发人员及相应工时增加，使得研发费用相应增加。

（2）主要研发项目进度

报告期内，各期累计金额在 100 万元以上的主要研发项目的研发周期、研发进度及发生金额情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	研发周期	研发进度	2022 年度	2021 年度	2020 年度	小计
1	API 项目 2.0	2020.01-2020.12	结项	-	-	116.46	116.46
2	福分通 3.0	2020.01-2022.06	结项	29.74	64.10	79.29	173.13
3	供应商协同平台（SCS）3.0	2021.04-2022.02	结项	23.06	87.20	-	110.26
4	技术中台 1.0	2020.07-2021.12	结项	-	111.30	10.04	121.34
5	欧菲斯 SAPS/4 信息化二期	2020.01-2021.12	结项	-	161.46	158.51	319.98
6	欧菲斯 T3 应收账款管理系统 2.0	2020.06-2022.03	结项	44.94	59.89	59.43	164.26
7	SAPS/4 系统与外围接口升级项目	2022.01-2022.06	结项	124.14	-	-	124.14
8	SCS 平台化	2022.05-2023.05	结项	113.46	-	-	113.46
9	API 迁移项目	2022.05-2023.05	结项	101.75	-	-	101.75
合计				437.09	483.96	423.74	1,344.78

4、财务费用

报告期内，公司财务费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
利息支出	683.45	463.83	289.72
其中：未确认融资费用	509.11	482.29	-
减：利息收入	570.41	985.70	570.13
手续费	161.79	82.48	108.08
其他	3.09	3.53	9.91
合计	277.93	-435.86	-162.42

报告期内，公司财务费用分别为-162.42 万元、-435.86 万元和 277.93 万元。公司财务费用主要由银行借款产生的利息费用、新租赁准则下未确认融资费用摊销以及利息收入构成。

报告期内，为提高资金利用效率、获取适当的保值收益，公司对部分闲置资金进行现金管理，购买了安全性高、流动性好的定期存款和协定存款等一般性存款产品。2021 年，随着公司收入规模的增长和货币资金规模的增加，公司将更多闲置资金用于购买定期存款，购买规模和持有天数均较 2020 年有所增加，导致当年利息收入增长较快。2022 年，公司积极拓展 MRO 数字一体化集采等新项目，资金需求量增大，为保证业务的顺利开展，公司减少了现金管理规模，并新增了部分短期借款，使得当年利息收入规模降低，利息支出规模增大。

5、与同行业可比公司的期间费用率比较分析

（1）总体情况

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率的对比情况如下：

单位：%

费用类型	公司名称	2022 年度 费用率	2021 年度 费用率	2020 年度 费用率
销售费用率	齐心集团	5.41	5.51	5.24
	晨光股份	6.79	7.94	8.40
	广博股份	7.66	6.95	6.72
	可比公司平均值	6.62	6.80	6.79
	发行人	3.37	3.40	3.68

管理费用率	齐心集团	2.08	2.48	2.74
	晨光股份	3.97	4.23	4.59
	广博股份	3.27	3.13	3.19
	可比公司平均值	3.11	3.28	3.51
	发行人	1.95	1.78	1.56
研发费用率	齐心集团	0.86	0.97	0.63
	晨光股份	0.92	1.07	1.22
	广博股份	0.73	0.59	0.59
	可比公司平均值	0.84	0.88	0.81
	发行人	0.16	0.14	0.12
财务费用率	齐心集团	-1.13	0.27	1.11
	晨光股份	-0.21	0.04	0.07
	广博股份	-0.96	1.00	1.57
	可比公司平均值	-0.76	0.44	0.91
	发行人	0.03	-0.06	-0.03

2020 年、2021 年、2022 年，公司与齐心集团、晨光股份、广博股份的销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率均有所差异，整体原因为上述可比公司的业务结构与公司存在一定差异。

自 2015 年办公物资 B2B 直销业务勃兴以来，以齐心集团、晨光股份为代表的传统办公文具制造企业开始向本行业转型，并在近年来取得了良好的市场声誉，极大的促进了其自身的业绩增长。例如，2022 年，晨光股份办公直销业务收入已达 109.29 亿元，占晨光股份总收入的比重近 55%，齐心集团 B2B 业务收入达 84.83 亿元，占其总收入的比重达 98.30%，广博股份办公直销类业务占比超过 40%。考虑同类业务的占比情况、实际业务中的竞争态势、公开披露数据的可比性，公司遂将齐心集团、晨光股份、广博股份列为可比公司。

然而，与公司全面主营办公直销批发业务不同的是，上述可比公司均在不同程度上经营着其他多元化业务，随此类多元化业务经营而产生的费用，是造成公司与可比公司期间费用率有所差异的主要原因之一，其中：

①晨光股份主营业务中，其“传统核心业务”涉及品牌文具的产品开发、生产、铺货、零售，此类业务通常需要保有较多的机器设备、生产管理用地，还涉及对应产品的研发、品牌宣传与推广、经销渠道建设等，均需费用投入；

其“零售大店新业务”涉及高端化产品的零售，晨光生活馆、九木杂物社等门店业态的经营通常需要更多的店面租赁、商品调拨、市场调研、品牌宣传、市场营销费用支出；晨光股份涉及海外业务，其产品已行销 50 多个国家和地区，在泰国、越南、马来西亚等均设有经销体系和采购网络，海外业务的经营使其费用水平进一步上升，汇兑损益的产生也将对费用率产生影响；由于涉及境内外生产、经销、零售、B2B 直销等多个业态，其所对应的内部管理用信息系统、岗位职责设置等各方面管理要求均较仅经营 B2B 直销的企业更为复杂，致使相关费用支出规模提升。此外，晨光股份的主要经营场所位于上海，其薪酬水平一般也要高于主要经营场所位于西南地区的企业。

②齐心集团主营业务中，其 B2B 业务占比虽高达 98.30%，但根据其《2022 年年度报告》，其所定义的“B2B”业务为“办公物资研发、生产和销售”，该业务分为两大板块，其一为“B2B 办公物资集采业务”，其二为“品牌新文具”业务，这一板块的业务内容为品牌文具的研发、生产，经营此类业务的公司，其费用结构将与主营销售的企业有所差异；其“SaaS 云视频服务”业务涉及视频会议、智慧教育业务，此类业务一般需要投入较大的渠道建设、软件开发、系统运维等费用；齐心集团涉及部分海外业务，营业收入比重在 8% 左右，海外业务的经营使其费用支出提升，同时带来一定的汇兑损益；由于涉及多业态，其信息系统、内部管理等也将更为复杂，致使费用规模提升。同时，齐心的主要经营场所位于深圳，其薪酬水平一般较高。

③广博股份整体经营规模较小，2022 年，其营业收入为 24.86 亿元，办公直销类业务占比为 41.35%。广博股份整体业务较为多元，除涉及办公文具的研发与制造外，还经营互联网营销服务、跨境电商业务，其境外业务占比达 45.10%，均需较大的运营、渠道建设、运输等费用投入，同时将产生汇兑损益。

（2）销售费用率比较分析

①与齐心集团相比

公司销售费用主要项目占营业收入的比例与齐心集团对比分析如下：

单位：%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	齐心集团	发行人	差额	齐心集团	发行人	差额	齐心集团	发行人	差额

职工薪酬	2.32	1.93	0.39	2.44	1.98	0.46	1.92	2.06	-0.14
运输费	-	-		-	-	-	0.86	-	0.86
租赁费及折旧费	0.41	0.37	0.04	0.43	0.38	0.05	0.41	0.47	-0.06
市场费	0.70	0.72	-0.02	0.77	0.65	0.12	0.76	0.63	0.13
差旅费	0.12	0.04	0.08	0.15	0.06	0.09	0.13	0.05	0.08
办公费	0.10	0.06	0.04	0.12	0.11	0.01	0.10	0.10	-
中介服务费	1.14	-	1.14	1.06	-	1.06	0.49	-	0.49
其他	0.63	0.26	0.37	0.55	0.22	0.33	0.57	0.38	0.19
合计	5.41	3.37	2.04	5.51	3.40	2.12	5.24	3.68	1.56

注：市场费包括平台及推广服务费、广告及业务宣传费。

2020 年，公司销售费用率低于齐心集团，主要是齐心集团销售费用中运输费、中介服务费、市场费的费率较高。2020 年，公司已将运输费由销售费用调整为营业成本，致使出现差异。同时，公司主要通过招投标、竞争性谈判等方式获取客户，并结合自主交付和合作商直送两种方式进行商品交付，未开展 SaaS 软件服务类业务，不涉及自有品牌产品的推广、经销，亦不涉及海外业务，未发生大额市场费、中介服务费。若剔除上述因素的影响，公司与齐心集团销售费用率基本一致。

2021 年、2022 年，公司销售费用率低于齐心集团，主要系齐心集团中介服务费持续增长，销售人员薪酬费用率有所提高所致。若剔除上述因素的影响，公司与齐心集团销售费用率基本一致。

②与晨光股份相比

公司销售费用主要项目占营业收入的比例与晨光股份对比分析如下：

单位：%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	晨光股份	发行人	差额	晨光股份	发行人	差额	晨光股份	发行人	差额
薪资福利	2.10	1.93	0.17	2.14	1.98	0.16	2.35	2.06	0.29
租赁、折旧及摊销	0.93	0.31	0.62	1.04	0.28	0.76	1.62	0.36	1.26
渠道建设费	0.54	-	0.54	0.63	-	0.63	0.64	-	0.64
品牌推广费	0.36	-	0.36	0.43	-	0.43	0.52	-	0.52
运输及装卸费	-	-	-	0.11	0.05	0.06	0.14	0.17	-0.03

业务宣传费	0.56	0.11	0.45	0.65	0.11	0.54	0.67	0.16	0.51
其他	2.30	1.03	1.27	2.95	0.98	1.97	2.46	0.94	1.52
合计	6.79	3.37	3.42	7.94	3.40	4.54	8.40	3.68	4.72

报告期内，公司销售费用率低于晨光股份，主要体现在租赁、折旧及摊销费用、渠道建设费、品牌推广费、业务宣传费方面。

晨光股份业务规模较大，主营业务呈多元化趋势，传统核心业务、办公直销业务、零售大店业务为其主要经营方向，同时还涉及部分海外业务。2022 年，晨光股份办公物资直销业务销售占比约在 55%，仍有近 50%的业务属于传统核心业务、零售大店业务。

由于经营模式不同，办公物资 B2B 直销业务的销售费用结构与一般办公物资的生产销售、零售有较大区别。

第一，从固定资产方面看，由于办公物资的零售涉及较多设备设施、场地、仓库、店面的构建及租赁，固定资产需求较为庞大，而 B2B 直销业务一般仅在自主交付方式下涉及部分仓库的租赁。由于整体业务结构存在明显差异，其资产结构也存在着较大区别，致使租赁、折旧及摊销费用的差距较为明显。

第二，从渠道建设、品牌推广、业务宣传方面看，B2B 直销业务不涉及下游分销渠道的建设、选址、铺货等工作，此外，欧菲斯为商贸性质行业，不生产，品牌推广压力小，品宣费用较低。对于店面零售模式或厂商经销模式，一般需要针对性的进行下游渠道建设，其中包括对自有品牌产品的分销渠道拓展、自有品牌推广、宣传等，将产生更多的费用支出。由于整体业务开展模式及自有品牌推广上的定位不同，其业务中所产生的费用规模也不尽相同，致使渠道建设费、品牌推广费、业务宣传费方面有所差异。

③与广博股份相比

公司销售费用主要项目占营业收入的比例与广博股份对比分析如下：

单位：%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	广博股份	发行人	差额	广博股份	发行人	差额	广博股份	发行人	差额
职工薪酬	3.11	1.93	1.18	3.29	1.98	1.31	3.05	2.06	0.99
互联网平台费	1.96	-	1.96	1.73	-	1.73	1.80	-	1.80

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	广博股份	发行人	差额	广博股份	发行人	差额	广博股份	发行人	差额
运输仓储费	0.54	0.07	0.46	0.47	0.05	0.42	0.25	0.17	0.08
其他	2.06	1.37	0.69	1.46	1.36	0.10	1.62	1.45	0.17
合计	7.66	3.37	4.29	6.95	3.40	3.56	6.72	3.68	3.04

报告期内，公司销售费用率低于广博股份，除职工薪酬影响因素外，主要系广博股份主营业务包括文教办公用品的制造与销售业务、互联网广告营销与服务业务两部分，兼顾拓展国内市场及国外跨境电商业务，并大力发展海外仓储体系，相应的互联网平台费、运输仓储费的支出较大，同时广博股份营业收入规模相对偏低，使得销售费用率相对较高。

④销售人员平均薪酬对比分析

报告期内，公司销售人员平均薪酬与同行业可比公司比较情况如下：

单位：万元、人、万元/人、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	人数/金额	同比变动	人数/金额	同比变动	人数/金额
发行人					
职工薪酬总额	15,744.51	-	15,226.85	-	13,282.22
职工人数	1,497	-	1,545	-	1,557
职工平均薪酬	10.52	6.69	9.86	15.59	8.53
齐心集团					
职工薪酬总额	20,019.47	-	20,131.44	-	15,393.27
职工人数	1,002	-	1,034	-	1,152
职工平均薪酬	19.98	2.62	19.47	45.73	13.36
晨光股份					
职工薪酬总额	41,910.22	-	37,656.50	-	30,894.10
职工人数	1,255	-	1,238	-	1,313
职工平均薪酬	33.39	9.76	30.42	29.28	23.53
广博股份					
职工薪酬总额	7,728.67	-	9,343.59	-	7,889.85
职工人数	361	-	389	-	410
职工平均薪酬	21.41	-10.87	24.02	24.84	19.24

注：公司销售人员职工人数为各年度月末在职人员算术平均数，可比公司销售人员职工人

数为各年年末相关人员数量。

公司销售人员平均薪酬水平低于同行业可比公司，主要原因如下：

第一，销售人员的定位与性质不同。公司聚焦于办公物资 B2B 直销业务，销售人员主体为商品交付人员和物流仓储人员，主要负责客户的日常对接服务和商品运输，不涉及大规模的品宣、推广、市场开拓、渠道建设与客户挖掘，平均薪酬水平相对较低。同行业可比公司中，齐心集团、晨光股份、广博股份除经营办公物资 B2B 直销业务外，还同时经营着较大规模的自有品牌产品销售业务、高端产品零售业务、海外业务、互联网业务等，此类业务通常需要业务人员进行针对性的市场开拓与推广，其客户来源、销售模式与办公物资 B2B 直销业务存在明显不同，需要与之匹配的营销团队和技术团队作为支撑，相关销售人员的构成和薪资水平与发行人存在较大区别。

第二，公司总部位于重庆，业务开展主要区域较同行业可比公司具备人力成本优势。报告期内，公司自主交付的业务开展区域侧重于西南、东北等地区，此类地区的销售人员占比较高，人力成本相对偏低，同时通过合作商模式在华东、华北、华中等区域快速拓展业务，此类区域的销售人员占比较低。同行业可比公司中，齐心集团总部位于深圳，珠三角地区业务开展规模较大，晨光股份总部位于上海，长三角地区业务开展规模较大，上述地区人力成本相对较高。

（3）管理费用率比较分析

①与齐心集团相比

公司管理费用主要项目占营业收入的比例与齐心集团对比分析如下：

单位：%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	齐心集团	发行人	差额	齐心集团	发行人	差额	齐心集团	发行人	差额
职工薪酬	0.93	1.21	-0.28	1.07	1.18	-0.11	1.21	1.14	0.07
股权激励费用	-0.02	0.28	-0.30	0.07	0.19	-0.12	0.05	0.04	0.01
折旧及摊销费用	0.27	0.18	0.09	0.26	0.11	0.15	0.30	0.08	0.22
办公费	0.12	0.11	0.01	0.22	0.11	0.11	0.20	0.08	0.12
租赁、物管及水电费	0.13	0.04	0.09	0.15	0.04	0.11	0.18	0.07	0.11
差旅费	0.11	0.01	0.10	0.12	0.02	0.10	0.08	0.01	0.07

中介咨询服务费	0.29	0.04	0.25	0.31	0.06	0.25	0.39	0.05	0.34
其他	0.24	0.07	0.17	0.28	0.07	0.21	0.33	0.08	0.25
合计	2.08	1.95	0.13	2.48	1.78	0.70	2.74	1.56	1.18

注：办公费包括信息及管理服务费、办公费；折旧及摊销费用包括固定资产折旧、无形资产摊销和其他摊销费用。

2020 年、2021 年、2022 年，齐心集团整体管理费用率分别为 2.74%、2.48%、2.08%，呈逐年快速下降趋势，至 2022 年已与公司没有重大差异。

2020 年、2021 年，公司管理费用率低于齐心集团，主要是折旧及摊销费用、中介咨询服务费、办公、差旅、租赁等费用差异较大。齐心集团整体业务多元，包括齐心品牌办公文具的生产、互联网 SaaS 软件及服务，还包括海外业务，其管理用固定资产、无形资产投入较多，相应的折旧及摊销费用占比较高。同时，齐心集团作为上市公司，中介咨询服务等相关支出较大，使其管理费用率相对较高，由于业务多元化特征，办公、差旅、租赁等费用也相对较高。

②与晨光股份相比

公司管理费用主要项目占营业收入的比例与晨光股份对比分析如下：

单位：%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	晨光股份	发行人	差额	晨光股份	发行人	差额	晨光股份	发行人	差额
薪资及福利	1.88	1.21	0.67	1.84	1.18	0.66	1.94	1.14	0.80
租赁、折旧及摊销	0.64	0.18	0.46	0.61	0.11	0.50	0.84	0.15	0.69
办公费	0.10	0.11	-0.01	0.11	0.11	0.00	0.16	0.08	0.08
股份支付	0.02	0.28	-0.26	0.44	0.19	0.25	0.63	0.04	0.59
其他	1.33	0.17	1.16	1.23	0.19	1.04	1.01	0.14	0.87
合计	3.97	1.95	2.02	4.23	1.78	2.45	4.59	1.56	3.03

报告期内，公司管理费用率低于晨光股份，主要原因：一是晨光股份总部位于上海，且业务趋于多元化，管理人员平均薪酬相对较高，薪资及福利占比高于公司；二是晨光股份有相当规模的品牌办公用品的生产业务，房屋建筑物及土地使用权资产占比较大，相应分摊的折旧及摊销费用支出和其他支出占比较大；三是晨光股份在 2020 年进行了新一轮的股权激励，股份支付支出金额较大，使得管理费用率相对较高。

③与广博股份相比

公司管理费用主要项目占营业收入的比例与广博股份对比分析如下：

单位：%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	广博股份	发行人	差额	广博股份	发行人	差额	广博股份	发行人	差额
职工薪酬	1.94	1.21	0.72	2.02	1.18	0.84	1.93	1.14	0.79
其他	1.33	0.73	0.60	1.11	0.60	0.51	1.26	0.42	0.84
合计	3.27	1.95	1.32	3.13	1.78	1.35	3.19	1.56	1.63

报告期内，公司管理费用率低于广博股份，主要系广博股份营业收入规模偏低，使得管理费用率相对较高。

④管理人员平均薪酬对比分析

报告期内，公司管理人员平均薪酬与同行业可比公司比较情况如下：

单位：万元、人、万元/人、%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	人数/金额	同比变动	人数/金额	同比变动	人数/金额
发行人					
职工薪酬总额	9,912.60	-	9,101.29	-	7,375.09
职工人数	806	-	750	-	662
职工平均薪酬	12.30	1.32	12.14	8.98	11.14
齐心集团					
职工薪酬总额	8,068.00	-	8,783.13	-	9,652.50
职工人数	637	-	645	-	790
职工平均薪酬	12.67	-6.98	13.62	11.46	12.22
晨光股份					
职工薪酬总额	37,608.88	-	32,470.22	-	25,496.91
职工人数	1,600	-	1,565	-	1,546
职工平均薪酬	23.51	13.30	20.75	25.83	16.49
广博股份					
职工薪酬总额	4,821.21	-	5,731.89	-	5,002.28
职工人数	344	-	534	-	606
职工平均薪酬	14.02	30.66	10.73	30.06	8.25

注：发行人管理人员职工人数为全年月末在职人员算术平均数，可比公司管理人员职工人

数为各年年末人员数量。

报告期内，公司管理人员职工薪酬水平与齐心集团、广博股份总体差异不大，低于晨光股份。

（4）研发费用率比较分析

报告期内，公司研发费用率低于同行业可比公司平均值，主要系公司的研发项目服务于办公物资 B2B 直销业务的数字化信息系统建设，与同行业可比公司相比，公司不进行商品的研发、生产和制造，无大额直接材料、存货消耗投入，使得公司研发费用率整体低于同行业可比公司。

（5）财务费用率比较分析

报告期内，同行业可比公司均涉及办公物资的生产制造和销售，长短期银行借款保持在较高水平，利息支出规模较大。2020 年、2021 年，公司财务费用率低于同行业可比公司平均值，主要系受外汇汇率波动的影响，可比公司财务费用项下产生较大金额的汇兑损失，导致财务费用进一步加大。2022 年，由于汇率变动，可比公司实现较大金额汇兑收益，导致财务费用整体为负，财务费用率平均值低于欧菲斯。

（6）主要业务区域职工薪酬水平与当地一般水平的比较分析

报告期内，公司业务开展主要区域的职工薪酬水平情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
发行人重庆地区员工年均工资	11.50	11.87	11.03
重庆市城镇私营单位职工年均工资	-	5.93	5.57
发行人南京地区员工年均工资	14.12	13.04	10.25
南京市城镇私营单位职工年均工资	-	7.58	7.25
发行人广东地区员工年均工资	12.28	10.60	8.63
广东省城镇私营单位职工年均工资	-	7.32	6.73
发行人长春地区员工年均工资	9.83	8.15	6.63
吉林省城镇私营单位职工年均工资	-	4.79	4.21
发行人苏州地区员工年均工资	11.11	10.08	8.33
苏州市城镇私营单位职工年均工资	-	7.48	6.78
发行人太原地区员工年均工资	9.49	9.05	7.90

山西省城镇私营单位职工年均工资	-	4.57	4.29
发行人沈阳地区员工年均工资	7.95	8.45	7.23
辽宁省城镇私营单位职工年均工资	-	5.02	4.60
发行人成都地区员工年均工资	8.96	9.27	8.29
成都市城镇私营单位职工年均工资	-	6.28	5.80
发行人宁波地区员工年均工资	10.76	9.16	8.58
浙江省城镇私营单位职工年均工资	-	6.92	6.05
发行人上海地区员工年均工资	20.61	17.70	16.03
上海市城镇私营单位职工年均工资	-	9.60	8.01
发行人北京地区员工年均工资	17.01	15.35	15.46
北京市城镇私营单位职工年均工资	-	10.00	9.06

注：1、数据来源为《中国统计年鉴》及各地统计局数据；2、各地区 2022 年平均工资统计数据尚未发布；3、广东地区、太原地区、沈阳地区、宁波地区、长春地区为当地所处省份城镇私营单位年均工资。

报告期内，公司各地区员工平均薪酬水平均高于当地平均工资水平，结合公司股权激励的情况，整体薪酬水平具备一定的吸引力，有助于公司在当地吸引人才，巩固并加强核心竞争力。

（六）经营成果其他重要项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
城市维护建设税	983.63	693.59	520.85
教育费附加	428.43	304.86	229.76
地方教育附加	285.96	202.74	153.17
印花税	276.65	268.48	241.77
房产税	23.20	22.94	60.72
土地使用税	3.66	0.08	0.22
车船税	2.38	4.79	2.97
其他	16.20	0.35	18.87
合计	2,020.10	1,497.84	1,228.32

报告期内，公司税金及附加金额分别为 1,228.32 万元、1,497.84 万元和

2,020.10 万元，税金及附加主要由城市维护建设税、房产税、土地使用税、教育费附加等构成。2021 年，公司税金及附加有所上升，主要系随着公司营业收入的增长，当期应交增值税相应增加，以增值税为税基的城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加随之增加所致。2022 年，公司税金及附加进一步增长，主要系公司调整增值税进项税发票获取方式，将之前定期催收已采购货款的进项税发票变更为与付款周期基本保持一致，由于第四季度采购金额较大，但尚未到付款账期，相关的增值税进项税发票获取不足，应交增值税相应增加，使得与之相关的税金及附加持续增长。

2、其他收益

报告期内，公司其他收益构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
与资产相关的政府补助	5.70	5.70	5.70
与收益相关的政府补助	3,142.47	938.10	588.50
代扣个人所得税手续费返还	5.76	8.59	3.75
合计	3,153.93	952.39	597.95

报告期内，公司其他收益金额分别为 597.95 万元、952.39 万元和 3,153.93 万元，主要为与收益相关的政府补助。公司与收益相关的政府补助占各期营业收入的比例分别为 0.09%、0.12%和 0.38%，占比相对较小，公司不存在对政府补助的重大依赖。

报告期内，公司计入其他收益的政府补助具体情况如下：

（1）与资产相关的政府补助

单位：万元

项目	期初递延收益	2020 年摊销	2021 年摊销	2022 年摊销	期末递延收益	文件名称
欧菲斯办公伙伴控股有限公司中国办公伙伴 O2O 一站式办公解决方案	47.50	5.70	5.70	5.70	30.40	重庆市财政局、重庆市经济和信息化委员会《关于印发重庆市工业和信息化专项资金管理办法的通知》（渝财规〔2018〕2 号）、重庆两江新区经济运行局《关于欧菲斯办公伙伴控股有限公司中国办公伙伴 O2O 一站式办公解决方案项目资金申请报告的批复》（渝两江经审〔2018〕200 号）

（2）与收益相关的政府补助

①2022 年

单位：万元

序号	项目	金额	文件名称
1	重庆市两江新区产业发展扶持资金	2,517.03	重庆两江新区管理委员会《关于印发<重庆两江新区产业发展专项资金管理办法>的通知》（渝两江管发〔2022〕26号）
2	重庆市两江新区辅导备案扶持资金	200.00	重庆两江新区管理委员会办公室《关于印发<重庆两江新区促进企业上市挂牌扶持办法>的通知》（渝两江管办发〔2022〕116号）
3	宁波市地方财政贡献奖励	70.14	浙江前洋经济开发区管委会《关于做好 2022 年第一季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好 2022 年第二季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好 2022 年第三季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好 2021 年第四季度政策兑现申报工作的通知》
4	长春市地方财政贡献奖励	70.00	中共二道区委办公室、二道区人民政府办公室《关于印发<二道区推动 2022 年经济平稳运行工作实施意见>的通知》（长二办发〔2022〕9号）
5	稳岗补贴	59.52	人力资源社会保障部、财政部、国家税务总局《关于做好失业保险稳岗位提技能防失业工作的通知》（人社部发〔2022〕23号）
6	重庆市拟上市重点培育企业财政奖补资金	50.00	重庆市财政局《重庆市拟上市重点培育企业财政奖补办法》（渝财规〔2019〕3号）；重庆市财政局《关于<重庆市拟上市重点培育企业财政奖补办法>的补充通知》（渝财规〔2019〕13号）；重庆市财政局《关于拨付拟上市重点培育企业财政奖补资金的通知》（渝财金〔2022〕22号）
7	重庆市两江新区青年见习补贴	36.04	重庆市人力资源和社会保障局等 6 个部门《关于实施万名青年见习计划的通知》（渝人社发〔2019〕76号）
8	常熟市企业发展奖励资金	30.00	中共常熟市委常熟市人民政府《关于推动科技创新促进经济转型升级发展若干政策的意见》（常发〔2015〕60号）
9	上海市静安区财政扶持资金	27.00	《静安区关于促进中小企业发展的实施意见》
10	东莞市一次性留工培训补助	16.98	广东省人力资源和社会保障厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局《关于做好失业保险稳岗位提技能防失业工作的通知》（粤人社规〔2022〕9号）；东莞市社会保险基金管理中心《关于免申请发放 2022 年一次性留工培训补助的通告》
11	长春市职业技能竞赛补贴	12.00	长春市人力资源和社会保障局《关于全面做好长春市企业职工职业技能竞赛工作的通知》（长人社函〔2021〕17号）
12	南京市建邺区助企纾困稳定经济专项资金	10.00	《建邺区助企纾困稳定经济增长“十六条”措施》
13	苏州市文商旅产业扶持补贴	10.00	苏州国家历史文化名城保护区教育体育和文化旅游委员会、苏州市姑苏区教育体育和文化旅游委员会《关于下达 2021 年姑苏区文商旅产业扶持政策项目扶持资金的通知》（苏名城保护教体文旅〔2021〕49号）
14	其他	33.77	
合计		3,142.47	

②2021 年

单位：万元

序号	项目	金额	文件名称
1	重庆市两路寸滩保税港区产业发展扶持资金	761.34	重庆两路寸滩保税港区管理委员会《关于印发重庆两路寸滩保税港区产业发展扶持政策的意见》（渝保税管委发〔2013〕5号）
2	宁波市地方财政贡献奖励	31.55	浙江前洋经济开发区管委会《关于做好 2020 年第四季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好 2021 年第一季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好 2021 年第二季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好 2021 年第三季度政策兑现申报工作的通知》
3	成都市以工代训专项补贴	26.90	成都市人力资源和社会保障局、成都财政局《关于转发<四川省人力资源和社会保障厅四川省财政厅关于进一步做好以工代训工作的通知>的通

序号	项目	金额	文件名称
			知》（成人社办发〔2020〕134号）
4	上海市静安区财政扶持资金	25.00	《静安区关于促进中小企业发展的实施意见》
5	重庆市渝中区国际消费中心城市核心区建设扶持补助	20.00	重庆市渝中区人民政府办公室《关于印发〈渝中区关于加快国际消费中心城市核心区建设的扶持办法〉的通知》（渝中府办〔2020〕37号）
6	重庆市两江新区青年见习补贴	13.60	重庆市人力资源和社会保障局等6个部门《关于实施万名青年见习计划的通知》（渝人社发〔2019〕76号）、重庆两江新区社会保障局《关于两江新区2021年第三批青年就业见习补贴审核情况的公示》
7	沈阳市以工代训专项补贴	12.36	沈阳市人力资源和社会保障局、沈阳市财政局《关于进一步做好“以工代训”的通知》（沈人社发〔2021〕27号）
8	其他	47.35	
合计		938.10	

③2020 年度

单位：万元

序号	项目	金额	文件名称
1	稳岗补贴	168.73	《国务院关于进一步做好稳就业工作的意见》（国发〔2019〕28号）
2	成都市青羊区少城国际产业扶持资金	62.42	成都市青羊区人民政府办公室《关于印发〈青羊区促进主导产业高质量发展的若干支持政策(试行)〉的通知》（成青府办〔2019〕4号）
3	重庆市渝中区国际消费中心城市核心区建设扶持补助	60.00	重庆市渝中区人民政府办公室《关于印发〈渝中区关于加快国际消费中心城市核心区建设的扶持办法〉的通知》（渝中府办〔2020〕37号）
4	宁波市地方财政贡献奖励	58.91	宁波电商经济创新园区管委会产业发展局、宁波电商经济创新园区管委会经济合作局（口岸办公室）《关于做好2019年第四季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好2020年第一季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好2020年第二季度政策兑现申报工作的通知》《关于做好2020年第三季度政策兑现申报工作的通知》
5	东莞市以工代训专项补贴	37.20	广东省人力资源和社会保障厅、广东省财政厅《关于印发〈关于做好以工代训工作的通知〉》（粤人社规〔2020〕38号）
6	上海市静安区财政扶持资金	33.00	《静安区关于促进中小企业发展的实施意见》
7	北京市怀柔区产业园引进扶持补贴	31.78	北京市怀柔区人民政府《关于印发〈怀柔区促进区域经济发展财政政策〉的通知》（怀政发〔2016〕59号）
8	重庆市两江新区青年见习补贴	21.63	重庆市人力资源和社会保障局等6个部门《关于实施万名青年见习计划的通知》（渝人社发〔2019〕76号）、重庆两江新区社会保障局《关于两江新区2020年第三批青年就业见习补贴公示的通知》《关于两江新区2020年第四批青年就业见习补贴公示的通知》
9	东莞市疫情防控线上培训专项补贴	11.20	东莞市人力资源和社会保障局《关于开展疫情防控期企业职工线上适岗职业技能培训申报工作的通知》
10	其他	103.63	
合计		588.50	

3、投资收益

报告期内，公司投资收益构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度

处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-260.00
应收款项融资贴现损失	-84.11	-	-0.62
金融资产在持有期间的投资收益	284.10	199.78	126.17
合计	199.99	199.78	-134.45

公司的投资收益包括金融资产在持有期间的投资收益、处置长期股权投资产生的投资收益和应收款项融资贴现利息支出，各期总体金额及占营业收入的比例均较小。

①金融资产持有期间投资收益

报告期内，公司购买银行理财产品、结构性存款和大额存单，对闲置资金进行现金管理，投资收益分别为 126.17 万元、199.78 万元和 284.10 万元。

②处置长期股权投资产生的投资收益

2020 年，公司处置长期股权投资产生投资损失 260.00 万元，系当年注销重庆南扩所致。公司于 2020 年 3 月以自有资金 260 万元收购重庆南扩 100%股权，意在扩大业务经营范围。2020 年 7 月，为统一经营资源，重庆南扩将其相关资质转移至母公司，并于 2020 年 12 月注销。

③应收款项融资贴现损失

应收款项融资贴现损失，系公司执行新金融工具准则，“6+9 银行”承兑的银行承兑汇票在票据贴现后终止确认，对应的贴现费用支出，在投资收益中列示。

4、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
应收票据坏账损失	-34.55	-27.53	-13.64
应收账款坏账损失	-1,729.47	-993.58	-1,236.15
其他应收款坏账损失	-45.30	-49.15	-319.44
一年内到期的长期应收款坏账损失	-40.35	-290.67	-107.57
合计	-1,849.67	-1,360.93	-1,676.80

报告期内，公司信用减值损失分别为-1,676.80 万元、-1,360.93 万元和-1,849.67 万元，主要由应收账款坏账损失构成。随着公司业务规模逐步扩大和新增客户的特定因素，应收账款期末余额有所上升，与之相关的信用减值损失也有所增长。

5、资产减值损失

报告期内，资产减值损失分别为-429.60 万元、-213.66 万元和-437.54 万元，由存货跌价损失构成。

6、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
固定资产处置收益	-15.41	4.17	6.49
使用权资产处置收益	106.53	-	-
合计	91.12	4.17	6.49

报告期内，公司资产处置收益金额分别为 6.49 万元、4.17 万元和 91.12 万元。2022 年，公司因变更办公地点终止租赁部分办公场地，产生处置收益 106.53 万元。

7、营业外收入

报告期内，公司营业外收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非流动资产报废利得	3.30	0.79	0.04
罚款及违约金赔偿收入	112.95	29.83	105.69
无法支付的款项	58.66	78.99	48.23
赞助费收入	0.15	4.75	3.89
其他	8.13	6.06	3.82
合计	183.18	120.43	161.68

报告期内，公司营业外收入分别为 161.68 万元、120.43 万元和 183.18 万元，整体金额较小，主要为罚款及违约金赔偿收入和无需支付的款项：（1）罚款及违约金赔偿收入主要包括违约金赔偿款、对供应商和合作商因在供货和服务过

程中给公司造成损失做出的罚款、员工因违反相关内部制度规定产生的罚款等；

（2）无法支付的款项系公司因各种原因无法对供应商支付的货款、停止合作的挂账余额清理等，考虑到公司所处行业及业务经营情况，报告期内出现少量无法支付货款属正常现象。

8、营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非流动资产毁损报废损失	4.19	9.73	14.52
对外捐赠	24.85	36.59	43.87
违约金及罚款支出	163.60	73.36	257.60
其他	5.87	10.70	3.33
合计	198.51	130.37	319.32

报告期内，公司营业外支出分别为 319.32 万元、130.37 万元和 198.51 万元，整体金额较小，主要由对外捐赠、违约金及罚款支出构成，其中，对外捐赠主要包括防疫物资捐赠支出和慈善捐赠支出，违约金及罚款支出包括经济性罚款支出及行政性罚款支出。

（1）经济性违约金及罚款支出

经济性罚款支出主要为违约金支出，主要系公司在南网商城项目履约过程中因商品价格违反协议折扣率、延迟交货等问题向南网支付的违约金。报告期各年，南网项目违约金分别为 173.63 万元、19.73 万元和 80.34 万元。公司已及时就南网项目相关事项进行自查、整改，对欧菲斯商城商品信息与南网商城商品信息进行联动，并及时进行同步调价，但由于南网商城比价系统的经常性调整，此类罚款无法彻底避免，南网商城入驻的多家企业均存在不同程度的此类罚款。

2022 年，公司总部办公地址整体搬迁，提前终止原办公地址康德国际写字楼 11 楼的租赁协议，先前支付的 17.70 万元租赁保证金无需退回，计入营业外支出。

（2）行政性违约金及罚款支出

行政性罚款支出主要系公司原办公地址康德国际办公楼过户后补缴的税收滞纳金、配送人员派送货物产生的交通违规罚款、以及少量的社保滞纳金。自2020年以来，公司行政性罚款支出大幅减少，相关的内部控制已得到加强，不存在重大风险。

9、所得税费用

报告期内，公司所得税费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期所得税费用	4,445.50	3,984.95	3,591.29
递延所得税费用	-347.48	-337.26	-189.06
合计	4,098.02	3,647.69	3,402.23

（七）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益对经营成果的影响参见本节“七、非经常性损益”。

（八）税项情况分析

1、主要税种及缴纳金额

报告期内，公司的主要税种为增值税和企业所得税，适用的具体税率详见本节“八、主要税种及税收优惠情况”。公司增值税、企业所得税实际缴纳情况如下：

（1）增值税

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期初未交数	-464.71	627.99	-386.39
本期已交数	11,492.84	9,180.51	7,014.41
期末未交数	3,671.39	-464.71	627.99

（2）企业所得税

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度

期初未交数	1,600.52	1,434.00	1,341.13
本期已交数	4,293.30	3,818.43	3,498.42
期末未交数	1,752.72	1,600.52	1,434.00

2、会计利润与所得税费用的关系

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
利润总额	19,509.37	18,517.33	18,303.13
按母公司适用税率计算的所得税费用	2,926.41	2,777.60	2,745.47
子公司适用不同税率的影响	675.51	480.60	407.64
调整以前期间所得税的影响	32.54	38.43	-1.77
非应税收入的影响	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	461.85	347.66	242.79
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	1.72	3.40	8.10
所得税费用	4,098.02	3,647.69	3,402.23

3、重大税收政策变化及税收优惠对发行人的影响

报告期内，公司适用的税收政策未发生重大变化，未对公司生产经营造成重大影响。报告期内，公司享受的税收优惠政策主要为企业所得税税收优惠政策，具体情况参见本节“八、主要税种及税收优惠情况”相关内容。

十一、资产状况分析

（一）总资产构成及变动分析

报告期各期末，公司资产总体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	398,501.35	94.28	302,660.57	94.13	290,196.16	97.63
非流动资产	24,183.55	5.72	18,864.07	5.87	7,050.49	2.37
资产总计	422,684.89	100.00	321,524.64	100.00	297,246.65	100.00

报告期各期末，公司资产总额分别为 297,246.65 万元、321,524.64 万元和 422,684.89 万元，呈现增长趋势，主要系公司业务规模逐步增长，与公司主营业务相关的货币资金、应收账款、预付款项等资产相应增长。

公司的资产主要由流动资产构成，报告期各期末流动资产占总资产的比重分别为 97.63%、94.13%和 94.28%，占比保持稳定。因公司主营业务的核心是向供应商、合作商采购办公物资并向大型政企客户、下游批发商销售，不涉及生产制造，故资产主要以流动资产为主，资产结构与公司业务模式相匹配。报告期内，公司与主要客户之间的合作关系稳定、良好，存量项目持续中标，新客户开发不断取得突破，随着办公物资 B2B 直销市场容量的扩张及公司市场地位的增强，公司经营规模持续扩大，流动资产总额随之增长。

报告期各期末，公司非流动资产余额分别为 7,050.49 万元、18,864.07 万元和 24,183.55 万元，占总资产的比重分别为 2.37%、5.87%和 5.72%，其中 2021 年末增长较为明显，主要是公司自 2021 年 1 月 1 日起开始执行新租赁准则，相应确认的使用权资产金额较大所致。

（二）流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司流动资产具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	102,697.99	25.77	91,208.02	30.14	97,242.40	33.51
交易性金融资产	3,012.82	0.76	5,000.83	1.65	-	-
应收票据	4,454.69	1.12	2,331.60	0.77	1,469.52	0.51
应收账款	211,952.83	53.19	147,779.20	48.83	140,753.68	48.50
应收款项融资	7,585.96	1.90	5,285.89	1.75	2,125.66	0.73
预付款项	27,649.56	6.94	20,445.71	6.76	18,176.13	6.26

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他应收款	6,535.78	1.64	5,755.23	1.90	5,983.50	2.06
存货	18,343.92	4.60	18,140.45	5.99	16,709.92	5.76
一年内到期的非流动资产	520.36	0.13	1,120.04	0.37	1,704.15	0.59
其他流动资产	15,747.42	3.95	5,593.62	1.85	6,031.19	2.08
流动资产合计	398,501.35	100.00	302,660.57	100.00	290,196.16	100.00

报告期内，公司的流动资产主要由货币资金、应收账款、预付款项和存货构成。报告期各期末，上述资产合计占流动资产的比重分别为 94.03%、91.71%、90.50%，整体保持相对稳定。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	2.12	0.00	1.97	0.00	2.19	0.00
银行存款	93,158.99	90.71	87,536.41	95.97	94,368.89	97.05
应计利息	11.90	0.01	68.42	0.08	98.32	0.10
其他货币资金	9,524.97	9.28	3,601.22	3.95	2,773.00	2.85
合计	102,697.99	100.00	91,208.02	100.00	97,242.40	100.00

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 97,242.40 万元、91,208.02 万元和 102,697.99 万元，占流动资产的比重分别为 33.51%、30.14%和 25.77%。公司的货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成，其中其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金、保函保证金及存放于电 E 宝、易派客、和包支付等电子支付平台中的资金。

2021 年末，公司货币资金余额有所下降，主要系公司为增强合作商黏性、维护自身供应链网络稳定性，提高了对合作商的付款效率，导致当年采购付款金额的增幅超过销售收款金额的增幅，使得当年末货币资金余额有所下降。同时，公司于 2021 年末购买了 5,000 万元兴业银行净值型理财产品，此类理财产品划入交易性金融资产核算，进一步导致货币资金余额的下降。

2022 年末，公司货币资金余额有所上升，主要系公司为提高资金使用效率，开始更多的使用票据进行结算，随着业务规模扩大，银行承兑汇票保证金余额有所上升，同时公司为保证业务的快速拓展，新增部分银行借款，使得货币资金余额进一步上升。

报告期各期末，公司其他货币资金余额分别为 2,773.00 万元、3,601.22 万元、9,524.97 万元，主要构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行承兑汇票保证金	7,363.47	77.31	2,379.05	66.06	2,304.41	83.10
保函保证金	704.98	7.40	764.26	21.22	104.68	3.78
第三方平台资金	1,456.52	15.29	457.90	12.72	363.91	13.12
合计	9,524.97	100.00	3,601.22	100.00	2,773.00	100.00

银行承兑汇票保证金是公司开具银行承兑汇票存入的保证金；保函保证金为公司参与投标或在大型客户履约过程中按照招标方或客户要求开具投标保函或履约保函而存入的保证金；第三方平台资金主要为大型政企客户通过易派客、电 E 宝、和包支付等电子支付平台向公司支付的货款中公司暂未提现的部分。

报告期各期末，公司的货币资金中存在使用受限制的情形，为其他货币资金中银行承兑汇票保证金和保函保证金。

2、交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	3,012.82	5,000.83	-
其中：结构性存款	3,012.82	-	-
理财产品	-	5,000.83	-
合计	3,012.82	5,000.83	-

报告期各期末，公司交易性金融资产余额分别为 0.00 万元、5,000.83 万元

和 3,012.82 万元，主要为结构性存款和理财产品。

3、应收票据及应收款项融资

报告期各期末，公司应收票据及应收款项融资的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收票据账面余额	4,530.87	2,373.22	1,483.61
其中：银行承兑汇票	1,913.65	1,118.92	768.95
商业承兑汇票	2,617.22	1,254.31	714.66
减：坏账准备	76.17	41.62	14.09
应收票据账面价值	4,454.69	2,331.60	1,469.52
应收款项融资账面价值	7,585.96	5,285.89	2,125.66
其中：银行承兑汇票	7,585.96	5,285.89	2,125.66
账面价值合计	12,040.65	7,617.49	3,595.18

公司对应收票据的承兑人的信用等级进行了划分，分为信用等级较高的 6 家大型商业银行和 9 家上市股份制商业银行（以下简称“6+9 银行”）以及信用等级一般的其他商业银行（以下简称“非 6+9 银行”）。6 家大型商业银行分别为中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、中国邮政储蓄银行、交通银行，9 家上市股份制商业银行分别为招商银行、浦发银行、中信银行、中国光大银行、华夏银行、中国民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行。

对于期末已背书或贴现但未到期的票据，“6+9 银行”承兑的银行承兑汇票在背书或贴现时终止确认，“非 6+9 银行”承兑的银行承兑汇票以及商业承兑汇票在背书或贴现时继续确认应收票据，同时确认负债，待到期兑付后终止确认。

期末“6+9 银行”承兑的银行承兑汇票余额在应收款项融资列报，“非 6+9 银行”承兑的银行承兑汇票、商业承兑汇票余额在应收票据列报。

报告期各期末，公司应收票据账面价值分别为 1,469.52 万元、2,331.60 万元和 4,454.69 万元，应收款项融资的账面价值分别为 2,125.66 万元、5,285.89 万元和 7,585.96 万元，两者合计金额分别为 3,595.18 万元、7,617.49 万元和 12,040.65 万元，占流动资产的比例合计分别为 1.24%、2.52%和 3.02%，票据余

额呈增长趋势，主要系部分客户为提高资金运营效率，以票据方式结算货款的金额增加所致，其中以银行承兑汇票为主。

2021 年末，公司应收票据和应收款项融资账面余额分别较上年末增加 889.61 万元和 3,160.23 万元，主要系中国水利电力物资北京有限公司、重庆长安汽车股份有限公司开始采用银行承兑汇票结算货款所致，从上述两客户收到的银行承兑汇票期末账面余额较 2020 年末增长 3,188.43 万元。

2022 年末，公司应收票据和应收款项融资账面余额分别较上年末增加 2,157.65 万元和 2,300.07 万元，主要系中国石油、大唐集团等大型央企、国企客户提高了以票据方式结算货款的金额所致，其中商业承兑汇票增长 1,362.91 万元，承兑人主要为中国石油、国药控股等规模较大、信誉良好的央企、国企，承兑风险较低。

（1）已背书或贴现且尚未到期的票据情况

报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据及应收款项融资情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额
银行承兑汇票	995.94	598.93	175.00	175.40	165.89	538.88
商业承兑汇票	-	894.20	-	255.07	-	122.69
合计	995.94	1,493.13	175.00	430.47	165.89	661.57

报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据及应收款项融资期后兑付情况如下：

单位：万元

时间	项目	已背书或贴现且未到期的票据金额	期后兑付情况	票据未到承兑期金额	是否存在期后无法兑付情形
2022 年末	应收票据	1,493.13	1,088.77	404.36	否
	其中：银行承兑汇票	598.93	548.93	50.00	否
	商业承兑汇票	894.20	539.84	354.36	否
	应收款项融资	995.94	777.94	218.00	否
	其中：银行承兑汇票	995.94	777.94	218.00	否

	合计	2,489.07	1,866.71	622.36	否
2021 年末	应收票据	430.47	430.47	-	否
	其中：银行承兑汇票	175.40	175.40	-	否
	商业承兑汇票	255.07	255.07	-	否
	应收款项融资	175.00	175.00	-	否
	其中：银行承兑汇票	175.00	175.00	-	否
	合计	605.47	605.47	-	否
2020 年末	应收票据	661.57	661.57	-	否
	其中：银行承兑汇票	538.88	538.88	-	否
	商业承兑汇票	122.69	122.69	-	否
	应收款项融资	165.89	165.89	-	否
	其中：银行承兑汇票	165.89	165.89	-	否
	合计	827.46	827.46	-	否

注：期后兑付情况截至 2023 年 3 月 31 日

公司已背书或贴现且未到期的应收票据及应收款项融资期后兑付情况良好，2020 年末及 2021 年末已背书或贴现且未到期的票据均在期后完成兑付。2022 年末，已背书或贴现且未到期的票据金额为 2,489.07 万元，截至 2023 年 3 月 31 日已兑付 1,866.71 万元，剩余 622.36 万元尚未到兑付期限，其中银行承兑汇票 268.00 万元，商业承兑汇票 354.36 万元，承兑付款单位信用良好，承兑风险较低，按照历史经验及期后兑付情况来看，上述剩余已背书或贴现且未到期的票据出现到期无法兑付情形的可能性较小。

（2）票据质押情况

报告期各期末，公司应收票据及应收款项融资的质押情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收票据	5.72	231.98	6.00
其中：银行承兑汇票	5.72	231.98	6.00
应收款项融资	5,740.95	3,869.47	1,078.48
其中：银行承兑汇票	5,740.95	3,869.47	1,078.48
合计	5,746.67	4,101.45	1,084.48

报告期内，公司应收票据质押金额逐步增长，主要系公司与招商银行、浙商银行合作开展了票据池业务，将收到的银行承兑汇票质押于银行用于开具应

付票据，上述业务规模有所增加。

（3）票据坏账准备计提情况

报告期内，对于银行承兑汇票，因其承兑人多为信誉良好、资本金充足的商业银行，不存在因无法承兑而导致款项回收困难的重大风险，公司未对其计提坏账准备；对于商业承兑汇票，公司采用和应收账款一致的坏账计提比例对期末商业承兑汇票计提坏账准备；对于在收入确认时以应收账款进行初始确认后转为商业承兑汇票结算的情形，公司按照账龄连续计算的原则对商业承兑汇票计提坏账准备。

报告期各期末，公司根据信用风险特征对商业承兑汇票实施减值测试，按组合计提的坏账准备分别为 14.09 万元、41.62 万元、76.17 万元。

报告期各期末，公司因出票人未履约而将其转为应收账款的票据情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
商业承兑汇票	-	33.33	-
银行承兑汇票	-	-	-
合计	-	33.33	-

2021 年末，由于客户长春信基房地产开发有限公司、公主岭弘盛房地产开发有限公司、吉林市恒大新盛房地产开发有限公司向公司开具的商业承兑汇票无法到期兑付，公司已将此部分票据转为应收账款并全额计提坏账准备。

4、应收账款

（1）应收账款变动分析

报告期内，公司应收账款余额及其周转情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度
应收账款账面余额	218,072.60	152,202.37	144,287.28
坏账准备	6,119.77	4,423.17	3,533.59
应收账款账面价值	211,952.83	147,779.20	140,753.68
营业收入	816,386.78	768,336.09	644,340.95
应收账款周转率	4.41	5.18	5.34

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 140,753.68 万元、147,779.20 万元和 211,952.83 万元，占公司流动资产比例分别为 48.50%、48.83% 和 53.19%，呈增长趋势。

2021 年末，公司应收账款账面余额较 2020 年末增长 7,915.10 万元，主要系公司业务规模快速增长，营业收入从 2020 年的 64.43 亿元增长至 2021 年的 76.83 亿元，应收账款规模随之增长。2021 年，公司应收账款周转率为 5.18，与 2020 年相比未出现重大变化。

2022 年末，公司应收账款账面余额较 2021 年末增长 65,870.23 万元，有较大增长，同时公司整体应收账款周转率为 4.41，与 2021 年相比下降 0.77，主要影响因素如下：

①新增 MRO 物资集采项目影响

报告期内，公司积极拓展 MRO 数字一体化集采业务，成功入围中国建筑、中国电建等大型央企的 MRO 物资集采项目，公司与此类客户在 MRO 集采业务的合作规模在 2022 年有所扩大，由于结算周期相对较长，上述客户的新增 MRO 集采业务实际执行的信用期在 6 至 12 个月之间，相应的应收账款周转率偏低，使得相关客户 2022 年末的应收账款余额上升，同时带动 2022 年整体应收账款周转率有所下降。

②实际账期较长的客户收入增长影响

由于部分大型政企客户需要较长的采购回款审批周期，实际账期较其他客户相对较长。公司 2022 年对此类客户销售规模有所扩大，使得相关客户的应收账款余额上升，导致整体应收账款周转水平有所下降。此类客户多为行业龙头，在业内具有较大影响力，通常在商业洽谈或招投标、竞争性谈判中占据主动地位，对于账期具有较强的控制力。同时，正因为此类客户声誉良好，具有极高的经营稳定性，其应收账款的回收风险较低。

③2022 年末国内宏观环境影响

2022 年末，受累于国内宏观环境出现的短期波动，政府机构客户及部分大型央企、国企客户的回款进度有所减缓，进一步导致年末应收账款余额增长，使得应收账款周转水平进一步下降。

2022 年末，公司应收账款余额增长较快的前五家大型政企客户分别为中国建筑、中国电建、中国邮政、中国石油和吉林省政府，上述客户的应收账款余额较 2021 年末合计增长 46,254.64 万元，为余额增长的主要部分。2021 年、2022 年，上述五家客户和其他客户的应收账款余额及应收账款周转率情况如下：

单位：万元、%、次

项目	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度		2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	
	金额	占比	金额	占比
营业收入总额（不含税）	816,386.78	100.00	768,336.09	100.00
中国建筑	15,090.52	1.85	661.97	0.09
中国电建	20,239.38	2.48	6,570.52	0.86
中国邮政	13,475.25	1.65	932.34	0.12
中国石油	62,996.80	7.72	66,425.43	8.65
吉林省政府	9,321.52	1.14	1,736.92	0.23
中国联通、中航工业、重庆市政府等其他 15 家 2022 年末应收账款余额增长较大的大型政企客户	173,303.70	21.23	130,197.31	16.95
其他客户	521,959.61	63.94	561,811.60	73.12
应收账款余额	218,072.60	100.00	152,202.37	100.00
中国建筑	15,188.54	6.96	668.17	0.44
中国电建	13,500.80	6.19	2,501.70	1.64
中国邮政	7,909.14	3.63	250.04	0.16
中国石油	30,172.58	13.84	23,105.03	15.18
吉林省政府	6,169.20	2.83	160.68	0.11
中国联通、中航工业、重庆市政府等其他 15 家 2022 年末应收账款余额增长较大的大型政企客户	51,481.79	23.61	25,815.85	16.96
其他客户	93,650.54	42.94	99,700.89	65.51
应收账款周转率	4.41	-	5.18	-
中国建筑	1.90	-	1.97	-
中国电建	2.53	-	3.55	-
中国邮政	3.30	-	1.61	-
中国石油	2.36	-	2.71	-
吉林省政府	2.95	-	6.49	-
中国联通、中航工业、重庆市政府等其他 15 家 2022 年末应收账款余额增长较大的大型政企客户	4.48	-	6.88	-

项目	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度		2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	
	金额	占比	金额	占比
其他客户	5.40	-	5.52	-

2022 年末，中国建筑、中国电建应收账款余额较 2021 年末增长较大，主要系公司与上述客户的 MRO 集采业务规模快速增长所致，且此类业务的结算周期相对较长，使得相关客户的应收账款周转率有所下降；中国邮政应收账款余额较 2021 年末有所增长，主要系公司在 2022 年实现了与中国邮政的数字一体化集采项目合作，业务规模快速扩大所致，同时中国邮政分支机构较多，实际账期相对较长，应收账款周转率低于总体平均水平；中国石油、吉林省政府应收账款余额较 2021 年末有所增长，除本身审批周期较长外，主要系受累于国内宏观环境出现的短期波动，审批周期进一步加长，应收账款期末余额进一步增长，应收账款周转率有所下降。

2022 年，其他 15 家应收账款期末余额增长较大的大型政企客户不同程度的受到上述情况的影响，使得应收账款周转水平有所下降，但仍高于总体水平。

若剔除 2022 年应收账款规模增长最快的前 20 家大型政企客户，2021 年、2022 年，其他客户的应收账款周转率分别为 5.52、5.40，总体周转水平基本稳定。

综上，公司 2022 年应收账款期末余额增长、应收账款周转速度放缓是由新业务拓展、客户结构变化及宏观环境影响等多种因素影响所致，公司不存在放宽信用期从而提升业绩的行为。

（2）应收账款分类及坏账准备计提情况

①应收账款的分类

报告期各期末，公司应收账款类别构成及坏账准备计提情况如下：

单位：万元、%

类型	应收账款余额	占比	坏账计提金额	综合计提比例	账面价值	占比
2022 年 12 月 31 日						
单项计提坏账准备的应收款项	723.77	0.33	723.77	100.00	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	217,348.83	99.67	5,396.00	2.48	211,952.83	100.00

类型	应收账款余额	占比	坏账计提金额	综合计提比例	账面价值	占比
合计	218,072.60	100.00	6,119.77	2.81	211,952.83	100.00
2021 年 12 月 31 日						
单项计提坏账准备的应收款项	574.56	0.38	574.56	100.00	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	151,627.81	99.62	3,848.61	2.54	147,779.20	100.00
合计	152,202.37	100.00	4,423.17	2.91	147,779.20	100.00
2020 年 12 月 31 日						
单项计提坏账准备的应收款项	241.23	0.17	241.23	100.00	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	144,046.05	99.83	3,292.36	2.29	140,753.68	100.00
合计	144,287.28	100.00	3,533.59	2.45	140,753.68	100.00

报告期各期末，公司应收账款计提坏账准备总额分别为 3,533.59 万元、4,423.17 万元和 6,119.77 万元，其中按信用风险特征组合计提坏账准备 3,292.36 万元、3,848.61 万元和 5,396.00 万元，按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款余额的比重各年末均在 99%以上。报告期内，公司客户以政府、央企、银行等信誉度较高的大型政企机构为主，应收账款具有较高的可回收性，各年坏账综合计提比例分别为 2.45%、2.91%和 2.81%，未发生明显变化。

②按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

公司应收账款账龄起算时点为收入确认之时。报告期各期末，按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项，其账龄分布情况及坏账准备计提情况如下：

单位：万元、%

项目	应收账款余额	占比	坏账计提金额	计提比例	账面价值	占比
2022 年 12 月 31 日						
6 个月以内	190,147.57	87.48	2,852.21	1.50	187,295.35	88.37
7-12 个月	17,155.17	7.89	857.76	5.00	16,297.42	7.69
1-2 年	8,046.83	3.70	804.68	10.00	7,242.15	3.42
2-3 年	1,060.27	0.49	318.08	30.00	742.19	0.35
3-4 年	670.36	0.31	335.18	50.00	335.18	0.16
4-5 年	202.72	0.09	162.18	80.00	40.54	0.02
5 年以上	65.90	0.03	65.90	100.00	-	-
合计	217,348.83	100.00	5,396.00	2.48	211,952.83	100.00

项目	应收账款余额	占比	坏账计提金额	计提比例	账面价值	占比
2021 年 12 月 31 日						
6 个月以内	136,891.94	90.28	2,053.38	1.50	134,838.56	91.24
7-12 个月	7,986.42	5.27	399.32	5.00	7,587.10	5.13
1-2 年	3,858.43	2.54	385.84	10.00	3,472.58	2.35
2-3 年	2,334.01	1.54	700.20	30.00	1,633.81	1.11
3-4 年	456.29	0.30	228.15	50.00	228.15	0.15
4-5 年	95.02	0.06	76.01	80.00	19.00	0.01
5 年以上	5.70	0.00	5.70	100.00	-	-
合计	151,627.81	100.00	3,848.61	2.54	147,779.20	100.00
2020 年 12 月 31 日						
6 个月以内	129,722.59	90.06	1,945.84	1.50	127,776.75	90.78
7-12 个月	7,122.63	4.94	356.13	5.00	6,766.50	4.81
1-2 年	5,998.50	4.16	599.85	10.00	5,398.65	3.84
2-3 年	1,064.42	0.74	319.33	30.00	745.10	0.53
3-4 年	130.37	0.09	65.18	50.00	65.18	0.05
4-5 年	7.54	0.01	6.03	80.00	1.51	0.00
5 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	144,046.05	100.00	3,292.36	2.29	140,753.68	100.00

报告期各期末，公司账龄在一年以内的应收账款余额各年占比均在 95%以上，账龄结构较为合理，信用风险总体可控。2022 年末，公司应收账款账龄在 7-12 个月的余额增幅较大，主要系：A、公司 MRO 物资集采业务金额在 2022 年快速增长，公司根据行业惯例并结合客户情况给予了此类客户相关业务较长的回款周期，实际执行的信用期集中在 6 个月至 1 年之间，导致 2022 年末应收账款账龄在 7-12 个月的余额增幅较大；B、受年末国内宏观环境影响，部分客户回款进度减慢，使得账龄在 7-12 个月的余额进一步增大。

报告期各期末，公司应收账款账龄超过一年的比例分别为 5.00%、4.45%和 4.62%，主要集中在 1-2 年和 2-3 年账龄内，相关客户主要集中在军网客户、政府单位、中国石油等单位。军网客户、政府机构等由于资金预算、财政审批等支付款项流程较长，且多在年底结算，部分政府单位将货款支付列入下年度预算中，导致账龄较长。中国石油等单位分支机构较多，客户办事人员交接频繁，货款对账周期和财务审批流程较长，也导致了应收账款账龄较长。

③单项计提坏账准备的应收款项

报告期各期末，公司单项计提坏账准备的应收账款余额分别为 241.23 万元、574.56 万元和 723.77 万元，已全额计提坏账准备。

(3) 应收账款坏账准备计提政策及比例与同行业可比公司的比较情况

公司采用账龄分析法对应收账款组合计提坏账准备，其计提比例与同行业可比公司的比较情况如下：

账龄	组合坏账准备计提比例（%）			
	欧菲斯	齐心集团 (B2B 业务)	晨光股份 (晨光科力普)	广博股份
6 个月以内	1.50	0.50	0.50	5.00
7-12 个月	5.00	5.00	5.00	
1-2 年	10.00	10.00	10.00	10.00
2-3 年	30.00	30.00	50.00	30.00
3-4 年	50.00	80.00	100.00	50.00
4-5 年	80.00	80.00	100.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00	100.00	100.00

注：上述数据来源于同行业可比公司的年度报告。其中，晨光股份选取其专营 B2B 直销业务的子公司晨光科力普相关会计政策为比较基准；齐心集团选取其 B2B 业务相关会计政策为比较基准；广博股份选取除互联网广告营销与服务业务以外的应收账款坏账准备计提比例为比较基准，广博股份同时存在低风险组合，坏账准备计提比例为 0.5%。

报告期内，公司的坏账准备计提比例没有发生变化。由上表可以看出，在 6 个月以内、7-12 个月、1-2 年三个账龄区间内，公司 6 个月以内的应收账款坏账准备计提比例高于齐心集团（B2B 业务）、晨光股份（晨光科力普），低于广博股份，其余两个区间与同行业可比公司相等。鉴于下游客户信用期等因素，办公物资 B2B 直销业务的应收账款账龄绝大部分集中这三个期间内，公司的坏账准备计提政策与同行业可比公司无明显差异。

报告期各期末，公司应收账款坏账准备占应收账款余额比例与同行业可比公司对比情况如下表：

单位：%

公司名称	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
欧菲斯	2.81	2.91	2.45
晨光股份	1.84	2.29	2.30

齐心集团	3.59	2.92	2.34
广博股份	11.77	5.75	7.06
广博股份（剔除单项计提金额及互联网服务账龄计提金额）	2.91	5.17	6.07

由上表可见，公司应收账款坏账准备计提比例高于晨光股份、低于齐心集团和广博股份。广博股份应收账款坏账准备计提比例较高，主要系其包含互联网广告营销与服务业务相关的坏账准备计提金额，剔除此类业务，随着办公物资 B2B 直销类业务营收占比的不断提高，相应的坏账准备计提比例也随之大幅下降。

综上所述，公司报告期内与同行业可比公司坏账准备计提政策及计提比例无显著差异，坏账准备计提较为充足。

（4）各年应收账款前五名客户及其信用政策

①应收账款前五名客户

报告期各期末，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	是否为关联方	应收账款余额	占比	账龄情况
2022 年 12 月 31 日					
1	中建电子商务有限责任公司	否	7,450.31	3.42	0-6 个月、7-12 个月
2	上海中建电子商务有限公司	否	6,775.91	3.11	0-6 个月、7-12 个月
3	国网智联电商有限公司	否	5,466.50	2.51	0-6 个月
4	北京京东世纪贸易有限公司	否	3,703.72	1.70	0-6 个月
5	中国水利水电第四工程局有限公司	否	3,605.36	1.65	0-6 个月、7-12 个月
合计			27,001.80	12.39	-
2021 年 12 月 31 日					
1	北京京东世纪贸易有限公司	否	5,405.40	3.55	0-6 个月、1-2 年
2	新疆石油管理局有限公司	否	3,743.68	2.46	0-6 个月
3	国网江苏省电力有限公司	否	3,648.97	2.40	0-6 个月、1-2 年、3-4 年
4	国网电商科技有限公司	否	2,390.72	1.57	0-6 个月
5	中国水利电力物资北京有限公司	否	1,892.59	1.24	0-6 个月
合计			17,081.36	11.22	-

序号	客户名称	是否为关联方	应收账款余额	占比	账龄情况
2020年12月31日					
1	北京京东世纪贸易有限公司	否	4,384.24	3.04	0-6个月
2	中国石油天然气股份有限公司长庆油田分公司	否	3,520.23	2.44	0-6个月
3	国网电商科技有限公司	否	2,725.13	1.89	0-6个月、7-12个月
4	国网江苏省电力有限公司	否	2,268.95	1.57	0-6个月、7-12个月、2-3年
5	辽河石油勘探局有限公司物资分公司	否	1,819.76	1.26	0-6个月
合计			14,718.31	10.20	-

报告期内，公司与客户集团公司通过招投标等方式建立业务关系，而向公司实际下达订单、签收货物并履行付款义务的是客户数以千计、各个层级的分支机构，应收账款核算方面，公司将此类客户分支机构作为独立的客户进行管理。

报告期内，公司合并客户主要是国家电网、中国石油等大型政企客户。报告期各期末，公司按照合并客户汇总后的应收账款前五名及其下属前五名分支机构的情况如下：

单位：万元、%

序号	合并客户/客户名称	是否为关联方	应收账款余额	占比	账龄情况
2022年12月31日					
1	中国石油	否	30,172.58	13.84	
1.1	中国石油天然气股份有限公司青海油田分公司	否	3,030.06	1.39	0-6个月
1.2	中国石油天然气股份有限公司长庆油田分公司	否	2,433.72	1.12	0-6个月、7-12个月
1.3	中国石油运输有限公司物联网分公司	否	1,971.02	0.90	0-6个月
1.4	新疆石油管理局有限公司	否	1,781.59	0.82	0-6个月、7-12个月、1-2年
1.5	吉林石油集团有限责任公司	否	1,341.40	0.62	0-6个月
1.6	其他	否	19,614.79	8.99	
2	国家电网	否	21,137.06	9.69	
2.1	国网智联电商有限公司	否	5,466.50	2.51	0-6个月
2.2	国网内蒙古东部电力有限公司物资分公司	否	624.04	0.29	0-6个月
2.3	国网山西省电力公司忻州供电公司	否	595.68	0.27	0-6个月
2.4	国网江苏省电力有限公司	否	591.98	0.27	0-6个月

序号	合并客户/客户名称	是否为关联方	应收账款余额	占比	账龄情况
2.5	国网河北省电力有限公司物资分公司	否	497.98	0.23	0-6 个月
2.6	其他	否	13,360.88	6.13	
3	中国建筑	否	15,188.54	6.96	
3.1	中建电子商务有限责任公司	否	7,450.31	3.42	0-6 个月、7-12 个月
3.2	上海中建电子商务有限公司	否	6,775.91	3.11	0-6 个月、7-12 个月
3.3	中建安装集团有限公司莱西分公司	否	842.09	0.39	0-6 个月
3.4	中建集成科技有限公司	否	67.41	0.03	0-6 个月、7-12 个月
3.5	中建电子信息技术有限公司	否	37.00	0.02	7-12 个月
3.6	其他	否	15.82	0.01	
4	中国电建	否	13,500.80	6.19	
4.1	中国水利水电第四工程局有限公司	否	3,605.36	1.65	0-6 个月、7-12 个月
4.2	中国水利水电第十一工程局有限公司	否	2,018.35	0.93	0-6 个月、7-12 个月
4.3	中国水利水电第六工程局有限公司	否	1,238.76	0.57	0-6 个月、7-12 个月
4.4	中国水电建设集团十五工程局有限公司	否	968.53	0.44	0-6 个月、7-12 个月
4.5	中国水利水电第三工程局有限公司	否	661.75	0.30	0-6 个月、7-12 个月、4-5 年
4.6	其他	否	5,008.05	2.30	
5	江苏省政府	否	8,867.21	4.07	
5.1	南京市江北新区管理委员会教育和社会保障局	否	379.95	0.17	0-6 个月
5.2	新沂市公安局	否	214.88	0.10	0-6 个月
5.3	江苏省未成年犯管教所	否	184.85	0.08	0-6 个月
5.4	南京市栖霞区教育局	否	133.08	0.06	0-6 个月
5.5	南京市江宁医院	否	117.69	0.05	0-6 个月、7-12 个月、1-2 年
5.6	其他	否	7,836.76	3.59	
合计			88,866.20	40.75	
2021 年 12 月 31 日					
1	国家电网	否	26,335.30	17.30	
1.1	国网江苏省电力有限公司	否	3,648.97	2.40	0-6 个月、1-2 年、3-4 年
1.2	国网电商科技有限公司	否	2,390.72	1.57	0-6 个月
1.3	国网智联电商有限公司	否	1,634.06	1.07	0-6 个月
1.4	国网上海市电力公司	否	1,241.38	0.82	0-6 个月、1-2 年
1.5	国网河北省电力有限公司物资分公司	否	700.65	0.46	0-6 个月

序号	合并客户/客户名称	是否为关联方	应收账款余额	占比	账龄情况
1.6	其他	否	16,719.52	10.99	
2	中国石油	否	23,105.03	15.18	
2.1	新疆石油管理局有限公司	否	3,743.68	2.46	0-6 个月
2.2	中国石油集团川庆钻探工程有限公司长庆钻井总公司	否	1,539.25	1.01	0-6 个月、7-12 个月
2.3	吉林石油集团有限责任公司	否	1,226.52	0.81	0-6 个月
2.4	中国石油天然气股份有限公司长庆油田分公司	否	1,215.63	0.80	0-6 个月
2.5	中国石油运输有限公司物联网分公司	否	845.74	0.56	0-6 个月
2.6	其他	否	14,534.23	9.55	
3	江苏省政府	否	7,975.41	5.24	
3.1	南京鼓楼医院	否	348.67	0.23	0-6 个月、7-12 个月、1-2 年
3.2	南京市江北新区管理委员会教育和社会保障局	否	197.40	0.13	0-6 个月
3.3	南京市江宁区卫生健康委员会	否	152.38	0.10	0-6 个月
3.4	南京市江宁区教育技术装备中心	否	147.52	0.10	0-6 个月
3.5	盐城滨海港经济区中心幼儿园	否	128.92	0.08	0-6 个月
3.6	其他	否	7,000.52	4.60	
4	北京京东世纪贸易有限公司	否	5,405.40	3.55	0-6 个月、1-2 年
5	南方电网	否	4,258.14	2.80	
5.1	广西电网有限责任公司南宁供电局	否	709.20	0.47	0-6 个月
5.2	广西新电力投资集团有限责任公司博白供电局	否	195.55	0.13	0-6 个月
5.3	广西电网有限责任公司桂林供电局	否	165.02	0.11	0-6 个月
5.4	广东电网有限责任公司茂名供电局	否	161.84	0.11	0-6 个月
5.5	贵州电网有限责任公司遵义供电局	否	152.07	0.10	0-6 个月
5.6	其他	否	2,874.46	1.89	
合计			67,079.27	44.07	
2020 年 12 月 31 日					
1	中国石油	否	25,887.35	17.94	
1.1	中国石油天然气股份有限公司长庆油田分公司	否	3,520.23	2.44	0-6 个月
1.2	辽河石油勘探局有限公司物资分公司	否	1,819.76	1.26	0-6 个月
1.3	新疆石油管理局有限公司	否	1,709.44	1.18	0-6 个月
1.4	中国石油集团测井有限公司新疆分公司	否	1,141.24	0.79	0-6 个月、7-12 个月
1.5	大庆油田物资公司	否	1,013.25	0.70	0-6 个月

序号	合并客户/客户名称	是否为关联方	应收账款余额	占比	账龄情况
1.6	其他	否	16,683.43	11.56	
2	国家电网	否	25,288.24	17.53	
2.1	国网电商科技有限公司	否	2,725.13	1.89	0-6 个月、7-12 个月
2.2	国网江苏省电力有限公司	否	2,268.95	1.57	0-6 个月、7-12 个月、2-3 年
2.3	国网山西省电力公司朔州供电公司	否	1,439.43	1.00	0-6 个月
2.4	国网辽宁省电力有限公司	否	1,201.61	0.83	0-6 个月
2.5	国网河北省电力有限公司物资分公司	否	797.97	0.55	0-6 个月
2.6	其他	否	16,855.15	11.68	
3	江苏省政府	否	4,547.46	3.15	
3.1	南京市栖霞区教育局	否	439.77	0.30	0-6 个月
3.2	南京市江宁区教育技术装备中心	否	174.50	0.12	0-6 个月
3.3	江阴市人民医院	否	120.76	0.08	0-6 个月
3.4	射阳县合德镇实验幼儿园	否	91.47	0.06	0-6 个月、7-12 个月
3.5	射阳县通洋小学	否	86.24	0.06	0-6 个月
3.6	其他	否	3,634.72	2.52	
4	北京京东世纪贸易有限公司	否	4,384.24	3.04	0-6 个月
5	国家税务总局	否	4,197.98	2.91	
5.1	国家税务总局驻马店市税务局第一税务分局	否	150.51	0.10	0-6 个月
5.2	国家税务总局咸阳市税务局	否	102.62	0.07	0-6 个月
5.3	国家税务总局抚顺市税务局第二稽查局	否	64.17	0.04	0-6 个月
5.4	国家税务总局榆林市税务局	否	57.75	0.04	0-6 个月
5.5	国家税务总局抚顺市税务局第一稽查局	否	47.99	0.03	0-6 个月
5.6	其他	否	3,774.94	2.62	
合计			64,305.27	44.57	

注 1：上表的“合并客户”：为企业法人的，包括其控制或管理的企业集团体系内子公司、分公司或分支机构；为政府或国家机关的，包括其下辖管理并纳入省级政采、统一集采范围的各级分支机构或由其管理的各类事业单位，下同。

注 2：对于上表中的政府机构客户，将其管辖的事业单位合并其范围内披露，主要是考虑：（1）从管辖地域看，该等事业单位属于该地域登记管辖；（2）从业务实质及经营情况看，该等事业单位属于相关的政府集采项目范围，下同。

由上表可见，公司应收账款对应的客户主要集中于政府机构、大型央企集团等，客户集中度相对较高，然而具体到其分支机构时，则呈现出较为分散的态势。

②对主要客户的信用政策

报告期内，公司制定了集团客户信用管理办法，重点对客户分级、信用评测、交易开始、资信变动情况、交易终止等各个环节进行明确规定，由总部管理部门负责制定流程和信用管理制度，由业务部门进行客户风险判断、类型分析和资料收集维护，由财务部门负责信用管理流程审批、风险管控并为信用管理工作提供财务数据支持，在此基础上建立了健全的集团客户信用政策与档案以便对业务开展进行全过程控制。

报告期内，公司客户主要以信誉良好的大型政企单位为主，公司通过招标或竞争性谈判方式获得供应商入围资格并与客户签订框架协议，部分项目会单独招标并与客户下属分子公司直接签订合同，相关协议一般依据客户提供的格式合同条款进行。公司主要客户的信用期一般为最终客户收到货物或发票后的30天至60天或者收到货物确认后的90天内，总账期一般在60天至180天，对于中国建筑、中国电建等客户新增的MRO类业务，实际执行的信用期集中在6个月至1年之间。

报告期内，各期应收账款前五名客户的信用政策、结算方式如下：

序号	客户名称	信用政策	实际回款周期 (自收入确认起算)	报告期内信用政策是否发生变更
1	国家电网有限公司	在收到协议货物及增值税专用发票后30日内通过第三方支付平台电e宝付款。	应收账款确认后60天至180天	否
2	中国石油天然气集团有限公司	总账期90个日历日，客户对其所购商品进行收货确认的日期的次日为总账期开始计算日。部分分、子公司的单独项目在货物验收并开票后30个自然日内支付交易款项。	应收账款确认后60天至180天	否
3	江苏省政府	以采购单位拿到发票至转账付款的时间为准，承诺60天。	应收账款确认后60天至180天	否
4	国家税务总局	货物验收合格并见票后30日内进行支付。	应收账款确认后60天至180天	否
5	中国南方电网有限责任公司	在发票送达之日起60日内支付。	应收账款确认后60天至180天	否
6	北京京东世纪贸易有限公司	验收入库30天后与乙方结算，结算核定后7个工作日内付款。	应收账款确认后60天至180天	否

序号	客户名称	信用政策	实际回款周期 （自收入确认起算）	报告期内信用政策是否发生变更
7	中国建筑集团有限公司	在收到合法合规发票后 60 个工作日内安排支付货款。	MRO 类业务：应收账款确认后 6 个月至 1 年 其他类业务：应收账款确认后 60 天至 180 天	否
8	中国电力建设集团有限公司	以 45 天为周期，即在上一个自然月度内的交易款项，甲方须在收到乙方专用发票后的 45 天内支付给乙方。	MRO 类业务：应收账款确认后 6 个月至 1 年 其他类业务：应收账款确认后 60 天至 180 天	否

如上表所述，公司主要客户的信用政策受客户格式协议约定影响而有所不同，公司对主要客户的信用政策及执行情况未发生变化。

（5）应收账款期后回款情况

报告期内，发行人期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款余额	218,072.60	152,202.37	144,287.28
期后回款金额	111,572.66	143,757.92	142,387.78
期后回款率	51.16	94.45	98.68

截至 2023 年 3 月 31 日，公司期后回款金额占应收账款余额的比例分别为 98.68%、94.45%和 51.16%，处于较高水平。2022 年末公司应收账款期后回款金额占比为 51.16%，主要系统计截止日较年末相距较近、春节假期延迟支付、部分客户的应收账款尚在信用期内等原因，使得回款金额占比相对较低，应收账款回款风险总体较低。公司已根据谨慎性原则制定了坏账准备计提政策，按政策对不同账龄的应收账款计提了坏账准备。

（6）应收账款保理情况

报告期内，为加快资金回笼，公司存在应收账款保理业务，对此类业务公司根据合同条款均不终止确认相关应收账款，并根据原有账龄计算坏账准备，直至客户实际偿还相关款项。报告期各期末，公司应收账款保理具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款保理余额	2,796.71	-	-

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款余额	218,072.60	152,202.37	144,287.28
占比	1.28	-	-

2021 年，公司对重庆昂拓建设工程有限公司的应收账款开展保理业务，应收账款转让金额为 847.28 万元，客户已在 2021 年实际偿还此笔应收账款。

2022 年，公司增加了应收账款保理规模，对中国建筑、中国电建的应收账款进行保理，应收账款保理金额为 2,867.71 万元，截至 2022 年末，由于未到信用账期，尚未实际偿还的应收账款保理余额为 2,796.71 万元，占 2022 年末应收账款余额的比例为 1.28%。

5、预付款项

（1）预付款项的账龄情况

报告期各期末，公司预付款项的账龄情况如下：

单位：万元、%

账龄	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	26,686.60	96.52	20,389.14	99.72	17,921.46	98.60
1-2 年	941.75	3.41	22.08	0.11	214.78	1.18
2-3 年	14.79	0.05	28.15	0.14	34.38	0.19
3 年以上	6.42	0.02	6.34	0.03	5.51	0.03
合计	27,649.56	100.00	20,445.71	100.00	18,176.13	100.00

报告期各期末，公司一年以内账龄预付款项余额占比分别为 98.60%、99.72% 和 96.52%，账龄集中在 1 年以内，为预付款项的主要部分。2022 年末，账龄超过 1 年的预付款项主要为预付酒类产品供应商宜宾五粮液酒类销售有限责任公司的五粮液采购款。公司已在期后结算相关采购商品，不存在大额的长期预付款项，未发生减值的情况。

公司的预付款项主要为采购商品的预付货款。报告期各期末，公司预付款项余额分别为 18,176.13 万元、20,445.71 万元、27,649.56 万元，占公司流动资产比例分别为 6.26%、6.76%、6.94%，预付款项余额呈增长趋势，主要原因如下：

①预付款相关商品品类的业务规模不断扩大

报告期内，公司采购的部分商品及服务来自于惠普、五粮液、金红叶纸业（“清风”、“铂丽雅”等面巾纸、手帕纸品牌的所有者）、福临门、海能达等知名品牌，预付采购款符合上游结算特点。随着相关业务规模扩大，预付款项相应增加。

②医疗物资及试剂等临时性采购规模扩大

2022 年第四季度，受国内宏观环境影响，抗原检测试剂、防护服、药品等医疗物资短期需求激增，致使货源紧俏，相关供应商要求采取预付款方式结算，公司主要根据下游客户采购需求进行此类医疗物资及试剂的临时性采购，该因素致使当年末预付账款余额较之年初增加 2,200 万元左右。

(2) 各期末预付账款前五名供应商情况

报告期各期末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	是否为关联方	账面余额	占比	款项内容
2022 年 12 月 31 日					
1	惠普（重庆）有限公司	否	13,106.64	47.40	货款
2	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	否	4,110.22	14.87	货款
3	金红叶纸业集团有限公司	否	549.79	1.99	货款
4	北京乐普诊断科技股份有限公司	否	487.02	1.76	货款
5	重庆钧升汇桐教育科技有限公司	否	440.96	1.59	货款
合计			18,694.64	67.61	
2021 年 12 月 31 日					
1	惠普（重庆）有限公司	否	12,481.39	61.05	货款
2	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	否	2,393.27	11.71	货款
3	四川智信汇融科技有限公司	否	600.00	2.93	货款
4	海能达通信股份有限公司	否	510.48	2.50	货款
5	金红叶纸业集团有限公司	否	375.73	1.84	货款
合计			16,360.87	80.03	
2020 年 12 月 31 日					
1	惠普（重庆）有限公司	否	13,802.90	75.94	货款
2	金红叶纸业集团有限公司	否	300.42	1.65	货款

序号	单位名称	是否为关联方	账面余额	占比	款项内容
3	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	否	266.70	1.47	货款
4	金祺创（北京）技术有限公司	否	251.54	1.38	技术服务费
5	上海沁优家具有限公司	否	164.24	0.90	货款
合计			14,785.79	81.34	

①惠普（重庆）有限公司

惠普（重庆）有限公司为电脑整机、显示器知名制造商。从 2019 年开始，公司与惠普公司开始就整机分销业务开展合作，2020 年、2021 年、2022 年合作规模不断增加，双方采用预付款的方式结算，导致报告期各期末该供应商的预付金额较大。

②宜宾五粮液酒类销售有限责任公司

为适应下游采购需求的拓展，公司在 2021 年逐步引入了较为知名的酒类产品供应商宜宾五粮液酒类销售有限责任公司，高端酒类产品多以预付款为结算条件，符合行业惯例。

③金红叶纸业集团有限公司预付账款情况

金红叶纸业集团有限公司为面巾纸、手帕纸行业知名企业，旗下“清风”、“铂丽雅”、“真真”等品牌均为知名品牌，同时亦为公司长期合作的纸品供应商。报告期内，公司对其预付款项增加，主要系采购、销售规模扩大所致。

④其他供应商预付账款情况

报告期内，公司对其他供应商的预付账款相对较为分散，单项金额较小，合作内容涉及医疗物资及试剂、专用设备、办公家具等多个领域。其中，公司与北京乐普诊断科技股份有限公司的合作主要涉及抗原检测试剂盒采购，2022 年第四季度，受宏观环境影响，相关商品需求激增，上游供应商遂要求采取预付款方式合作；公司与四川智信汇融科技有限公司、海能达通信股份有限公司、重庆钧升汇桐教育科技有限公司的合作主要涉及各类专用设备的采购，该等商品专用性强，且客户对相关商品的性能要求较高，公司与供应商采用预付款方式结算。

6、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 5,983.50 万元、5,755.23 万元、6,535.78 万元，占公司流动资产比例分别为 2.06%、1.90%、1.64%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
其他应收款余额	7,103.73	6,342.82	6,526.44
坏账准备	567.95	587.59	542.93
其他应收款账面价值	6,535.78	5,755.23	5,983.50

（1）按款项性质划分的其他应收款账面余额

公司其他应收款主要由押金及保证金、资金拆借款构成，具体如下：

单位：万元

款项性质	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
押金及保证金	6,640.72	5,135.24	3,861.67
外部单位往来	195.43	745.54	898.55
资金拆借	169.87	330.46	1,622.25
员工备用金	19.03	30.77	33.95
代收代付款	70.63	67.10	65.05
其他	8.04	33.71	44.98
合计	7,103.73	6,342.82	6,526.44

押金及保证金主要是由公司支付的履约保证金和投标保证金形成。随着公司竞争力的不断增强和大型项目履约历史的积累，公司在巩固现有客户的基础上不断开拓新客户，积极参与大型客户的办公物资招标采购项目，导致履约保证金和投标保证金金额逐年增加。

外部单位往来款和资金拆借款主要是发行人向其他企业借出的拆借款以及由于其他原因形成的往来款，呈逐年下降趋势。

2020 年，资金拆借及外部单位往来款金额较大，主要情况如下：

① 对康德实业其他应收款余额 1,500 万元

康德实业为重庆市一家房地产企业，与公司无关联关系。2018 年，公司从该公司购买康德国际写字楼 14 层和 15 层的办公用商品房，建筑面积共计 2,722.36 平方米。购买时，由于康德实业在所购房产上设定有抵押致使无法办

理房屋所有权证，康德实业曾承诺尽快归还银行借款从而解除抵押、办理产权证。2020 年，康德实业经营情况恶化，未能向银行按时还款。为及时办理房屋所有权证，在取得康德实业以位于九龙坡区石小路 177 号地下车库负 4 层面积共计 3,400.74 平方米的 86 个车位，九龙坡区奥体路 1 号、渝中区医学院路 9 号、渝中区经纬大道 347 号，面积共计 10,661.51 平方米的房屋作为抵押物后，公司向该公司借出 1,500 万元，帮助其向银行还款，并办妥所购房屋产权证。

上述其他应收款在 2020 年末未全额计提减值准备，主要是考虑当时康德实业尚在按约还款，且公司尚在康德国际写字楼租赁其他物业，租金也可按照协议抵偿该部分欠款和利息，公司判断上述款项具有较强的可回收性。2021 年，康德实业债务违约，公司就上述债权对康德实业提起诉讼并一审胜诉。2021 年末，重庆市渝中区人民法院出具执行裁定书，裁定强制执行康德实业 86 个车位，其中一个车位变卖成交，其余 85 个车位按变卖流拍价共计 5,475,176.00 元以物抵债给公司，公司已办妥车位产权证。

2022 年末，公司对康德实业的其他应收款余额为 169.87 万元。由于租金仍在抵偿该部分欠款和利息，公司判断上述款项具有较强的可回收性。

②对山西省医药集团股份有限公司其他应收款余额 600 万元

山西省医药集团股份有限公司是国有企业，与公司无关联关系。2020 年，新冠疫情使下游客户的口罩等防疫用品需求激增，而市场上货源较为短缺。为增加相关物资货源，公司与该公司洽谈业务，并按当时行情预付了 600 万货款，但该公司此后声称其上游货源出现问题，难以向公司按约交付货物。

上述其他应收款在 2020 年末未全额计提减值准备，主要是考虑该供应商为国有企业，且经营规模大、经营状况良好，预期可以还款。2021 年，双方仍未就还款事宜协商一致，公司就该事项上诉至法院，经法院判决，山西省医药集团股份有限公司需向公司退还货款。截至 2022 年末，款项已全部收回。

员工备用金主要是差旅费借款、零星采购借款形成的其他应收款。公司已制定了员工备用金制度，正式员工可申请员工备用金，用于因公出差等事项，申请备用金的管理员工须及时进行费用报销。报告期各期末，公司员工备用金逐年下降，系公司加强了备用金管理。

(2) 其他应收款的账龄及坏账准备计提情况

①其他应收款的分类

报告期各期末，其他应收款的分类及坏账准备计提情况如下：

单位：万元、%

类型	其他应收款余额	占比	坏账计提金额	综合计提比例	账面价值	占比
2022年12月31日						
单项计提坏账准备	174.63	2.46	174.63	100.00	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	6,929.10	97.54	393.32	5.68	6,535.78	100.00
押金保证金及员工备用金组合	6,659.75	93.75	332.99	5.00	6,326.77	96.80
账龄组合	269.34	3.79	60.33	22.40	209.01	3.20
合计	7,103.73	100.00	567.95	8.00	6,535.78	100.00
2021年12月31日						
单项计提坏账准备	238.84	3.77	238.84	100.00	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	6,103.97	96.23	348.74	5.71	5,755.23	100.00
押金保证金及员工备用金组合	5,166.01	81.45	258.30	5.00	4,907.71	85.27
账龄组合	937.96	14.79	90.44	9.64	847.52	14.73
合计	6,342.82	100.00	587.59	9.26	5,755.23	100.00
2020年12月31日						
单项计提坏账准备	225.34	3.45	225.34	100.00	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	6,301.09	96.55	317.59	5.04	5,983.50	100.00
押金保证金及员工备用金组合	3,895.62	59.69	194.78	5.00	3,700.83	61.85
账龄组合	2,405.48	36.86	122.81	5.11	2,282.67	38.15
合计	6,526.44	100.00	542.93	8.32	5,983.50	100.00

②按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款

除押金保证金、员工备用金等低风险组合以及单项计提坏账准备以外，发行人采用账龄分析法计提坏账准备。报告期各期末，按该方法计提坏账准备的账龄分布情况及坏账准备计提情况如下：

单位：万元、%

类型	其他应收款余额	占比	坏账计提金额	计提比例	账面价值	占比
2022年12月31日						
1年以内	76.44	1.08	3.82	5.00	72.62	1.11
1-2年	6.80	0.10	0.68	10.00	6.12	0.09

类型	其他应收款余额	占比	坏账计提金额	计提比例	账面价值	占比
2-3 年	186.10	2.62	55.83	30.00	130.27	1.99
3-4 年	-	-	-	50.00	-	-
合计	269.34	3.79	60.33		209.01	3.20
2021 年 12 月 31 日						
1 年以内	97.42	1.54	4.87	5.00	92.55	1.61
1-2 年	836.70	13.19	83.67	10.00	753.03	13.08
2-3 年	0.10	0.00	0.03	30.00	0.07	0.00
3-4 年	3.74	0.06	1.87	50.00	1.87	0.03
合计	937.96	14.79	90.44		847.52	14.73
2020 年 12 月 31 日						
1 年以内	2,393.65	36.68	119.68	5.00	2,273.97	38.00
1-2 年	2.11	0.03	0.21	10.00	1.90	0.03
2-3 年	9.71	0.15	2.91	30.00	6.80	0.11
3-4 年	-	-	-	50.00	-	-
合计	2,405.48	36.86	122.81		2,282.67	38.15

对于押金保证金、员工备用金组成的其他应收款组合，由于可回收性较高，属低风险组合，发行人以其余额的 5%计提减值准备，情况如下：

单位：万元、%

年度	账面余额	坏账准备	计提比例	账面价值
2022 年末	6,659.75	332.99	5.00	6,326.77
2021 年末	5,166.01	258.30	5.00	4,907.71
2020 年末	3,895.62	194.78	5.00	3,700.83

（3）单项计提坏账准备的其他应收款

单位：万元、%

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
2022 年 12 月 31 日				
深圳市宏锐国际贸易有限公司	93.84	93.84	100.00	预计无法收回
南京苏宁易购电子商务有限公司	57.89	57.89	100.00	预计无法收回
东莞市三嘉光学科技有限公司	13.50	13.50	100.00	预计无法收回
苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	5.00	5.00	100.00	预计无法收回
深圳市南骏科技有限公司	4.40	4.40	100.00	预计无法收回
合计	174.63	174.63	100.00	

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
2021 年 12 月 31 日				
深圳市宏锐国际贸易有限公司	93.84	93.84	100.00	预计无法收回
上海浩泽净水科技发展有限公司	64.21	64.21	100.00	预计无法收回
南京苏宁易购电子商务有限公司	57.89	57.89	100.00	预计无法收回
东莞市三嘉光学科技有限公司	13.50	13.50	100.00	预计无法收回
苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	5.00	5.00	100.00	预计无法收回
深圳市南骏科技有限公司	4.40	4.40	100.00	预计无法收回
合计	238.84	238.84		
2020 年 12 月 31 日				
深圳市宏锐国际贸易有限公司	93.84	93.84	100.00	预计无法收回
上海浩泽净水科技发展有限公司	64.21	64.21	100.00	预计无法收回
南京苏宁易购电子商务有限公司	57.89	57.89	100.00	预计无法收回
苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	5.00	5.00	100.00	预计无法收回
深圳市南骏科技有限公司	4.40	4.40	100.00	预计无法收回
合计	225.34	225.34		

（4）其他应收款前五名情况

报告期各期末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	是否为关联方	账面余额	占比	账龄	款项内容
2022 年 12 月 31 日						
1	国网电商科技有限公司	否	683.00	9.61	1 年以内、1-2 年、2-3 年、3-4 年	履约保证金
2	江苏常熟服装城管理委员会财政局	否	491.78	6.92	1 年以内	履约保证金
3	上海中建电子商务有限公司	否	400.00	5.63	1 年以内	履约保证金
4	重庆市康德实业（集团）有限公司	否	184.23	2.59	1 年以内、2-3 年	资金拆借、押金
5	中航金网（北京）电子商务有限公司	否	120.00	1.69	1 年以内、1-2 年	履约保证金
合计			1,879.01	26.44		
2021 年 12 月 31 日						
1	山西省医药集团股份有限公司	否	485.40	7.65	1-2 年	单位往来
2	国网电商科技有限公司	否	444.79	7.01	1 年以内、1-2 年、2-3 年	履约保证金、投标保证金
3	重庆市康德实业（集团）有限公司	否	362.51	5.72	1 年以内、1-2 年、2-3 年、4-5 年	资金拆借、押金

序号	单位名称	是否为关联方	账面余额	占比	账龄	款项内容
4	中建电子商务有限责任公司	否	230.00	3.63	1 年以内	履约保证金
5	南方电网供应链集团有限公司	否	160.00	2.52	1 年以内、3-4 年	履约保证金
合计			1,682.70	26.53		
2020 年 12 月 31 日						
1	重庆市康德实业（集团）有限公司	否	1,351.50	20.71	1 年以内、1-2 年、3-4 年	资金拆借、押金
2	山西省医药集团股份有限公司	否	600.00	9.19	1 年以内	单位往来
3	国网物资有限公司	否	400.00	6.13	1 年以内	履约保证金
4	王长福	否	282.65	4.33	1 年以内	资金拆借
5	中国人民解放军 32619 部队	否	226.00	3.46	1 年以内	投标保证金
合计			2,860.15	43.82		

7、存货

报告期各期末，公司存货规模及变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
存货账面余额	19,068.00	18,755.46	17,484.85
存货跌价准备	724.08	615.01	774.93
存货账面价值	18,343.92	18,140.45	16,709.92
存货账面价值占流动资产的比例	4.60	5.99	5.76

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 16,709.92 万元、18,140.45 万元和 18,343.92 万元，占流动资产比例分别为 5.76%、5.99%和 4.60%，总体规模保持稳定。报告期内，公司主要经营办公物资 B2B 直销业务，商品交付模式分为自主交付方式和合作商直送方式两大类，其中在合作商直送方式下公司无需自行备货，存货主要为公司履行自主交付方式下的商品销售而进行的备货。

报告期内，公司整体业务规模稳步增长，主要是依赖于合作商直送网络的扩张带来的营业收入增长。受限于公司自身仓储物流能力的服务半径，公司自主交付方式下的营业收入增长不明显，其对应的存货水平也保持相对稳定。

（1）存货构成分析

报告期各期末，公司存货的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日			账面余额占存货余额的比例
	账面余额	跌价准备	账面价值	
库存商品	18,011.19	724.08	17,287.11	94.46
发出商品	1,056.81	-	1,056.81	5.54
合计	19,068.00	724.08	18,343.92	100.00
项目	2021 年 12 月 31 日			账面余额占存货余额的比例
	账面余额	跌价准备	账面价值	
库存商品	17,949.37	615.01	17,334.36	95.70
发出商品	806.09	-	806.09	4.30
合计	18,755.46	615.01	18,140.45	100.00
项目	2020 年 12 月 31 日			账面余额占存货余额的比例
	账面余额	跌价准备	账面价值	
库存商品	16,705.25	774.93	15,930.32	95.54
发出商品	779.60	-	779.60	4.46
合计	17,484.85	774.93	16,709.92	100.00

公司存货由库存商品和发出商品组成，发出商品主要系客户尚未签收的已发出商品，此类商品尚不满足收入确认条件。

报告期各期末，公司库存商品余额分别为 16,705.25 万元、17,949.37 万元和 18,011.19 万元，占当期期末存货余额的比例分别为 95.54%、95.70%和 94.46%，占比较高，整体规模保持稳定。

报告期各期末，公司发出商品余额分别为 779.60 万元、806.09 万元和 1,056.81 万元，占当期期末存货余额的比例分别为 4.46%、4.30%和 5.54%，占比较低。2022 年末，公司发出商品增长较多，主要系因部分地区年末物流不及时，货物在途时间变长，使得尚未签收的发出商品增多。

（2）库存商品的库龄情况

报告期各期末，公司库存商品整体库龄情况如下：

单位：万元、%

库龄	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
6 个月以内	13,125.12	72.87	13,457.75	74.98	13,872.19	83.04
7 月至 1 年	1,838.30	10.21	1,847.61	10.29	766.18	4.59

1 年至 2 年	1,666.09	9.25	1,639.87	9.14	1,596.29	9.56
2 年至 3 年	784.06	4.35	740.43	4.13	263.87	1.58
3 年以上	597.61	3.32	263.71	1.47	206.72	1.24
合计	18,011.19	100.00	17,949.37	100.00	16,705.25	100.00

报告期各期末，库龄在 1 年以内的库存商品余额分别为 14,638.37 万元、15,305.36 万元和 14,963.43 万元，占存货账面余额的比例分别为 87.63%、85.27% 和 83.08%，库存商品总体库龄较短。

报告期各期末，库龄在 1 年以上的库存商品主要为办公文具、复印纸、设备耗材等办公耗材，上述三类库存商品 1 年以上的各期末余额合计分别为 1,425.68 万元、1,735.22 万元和 1,781.10 万元，占 1 年以上库存商品账面余额的比例分别为 68.98%、65.63%和 58.44%，占比较高。其中办公文具和设备耗材是公司销售的重要品类，具有种类繁多、需求分散、易于存储的特点，公司会根据销售情况集中储备各类办公文具用品和设备耗材，使得其库存周期相应较长；复印纸属大宗商品，其上游原材料的价格波动较为频繁，导致复印纸大宗采购的价格波动亦较为频繁，鉴于复印纸具有较为良好的可储存性，公司可在价格相对较低时进行集中备货，致使其库存周期有所延长。

公司主营办公物资销售，各类办公用品的覆盖面广、细分种类繁多，规格、型号、品牌等各異，虽然公司已经建立了较为完善的存货管理制度与库存商品收发存制度，但在实际业务中仍难以避免出现极少量的滞销存货，对于该部分商品，发行人已对其全额计提了跌价准备。

（3）存货跌价准备计提情况

①存货跌价准备的计提方式

公司为流通性企业，其库存商品为直接用于出售的备货。按照《企业会计准则》要求，在资产负债表日，当存货的可变现净值低于成本时，发行人计提存货跌价准备，会计政策与同行业可比公司不存在差异。

公司所销售的商品为办公物资，多数为标准品，市场售价较为透明。报告期各期末，公司以市场公允价格为基础，结合存货的库龄估计预计售价，并以历史经营数据推算平均销售费用率及销售税金，最终得到可变现净值。

办公物资虽为低值易耗品，但大多数品类的可储存性较好，且款式、设计

等因素对其可出售性的影响有限，在一般情况下，办公物资通常具有较长的储存周期。结合办公物资的特点，发行人预计，库龄对预计售价的影响如下：

库龄	市场公允价格基础上的折扣比例
6个月以内	100%
6个月至1年	98%
1年至2年	90%
2年至3年	60%
3年以上	可变现净值为零

②报告期内存货跌价准备的计提、转销情况

报告期内，公司存货跌价准备计提、转销的具体情况如下：

单位：万元

年度	类别	期初余额	计提金额	转回或转销金额	期末余额
2022年度	库存商品	615.01	437.54	328.47	724.08
	发出商品	-	-	-	-
	合计	615.01	437.54	328.47	724.08
2021年度	库存商品	774.93	213.66	373.58	615.01
	发出商品	-	-	-	-
	合计	774.93	213.66	373.58	615.01
2020年度	库存商品	815.64	429.60	470.31	774.93
	发出商品	-	-	-	-
	合计	815.64	429.60	470.31	774.93

③存货跌价准备计提比率与同行业可比公司的比较

报告期内，存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：%

公司名称	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
欧菲斯（仅库存商品）	4.02	3.43	4.64
齐心集团（仅库存商品）	1.24	2.97	3.63
晨光股份（仅库存商品）	5.92	4.89	4.31
广博股份（仅库存商品）	12.75	5.71	16.21

注：公司没有在产品、原材料，因此仅对比库存商品跌价计提比例

公司存货跌价准备计提比例高于齐心集团，低于广博股份，与晨光股份基本持平，整体保持稳定，与同行业可比公司不存在重大差异。

8、一年内到期的非流动资产

报告期各期末，一年内到期的非流动资产系一年内到期的长期应收款，占流动资产的比重分别为 0.59%、0.37%和 0.13%。

9、其他流动资产

报告期各期末，其他流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日 账面价值	2021 年 12 月 31 日 账面价值	2020 年 12 月 31 日 账面价值
大额存单	12,262.43	2,002.88	4,006.97
待抵扣进项税额	1,522.02	2,060.39	569.27
应收退货成本	1,220.69	1,080.02	888.32
待摊费用	645.21	364.82	479.58
预缴所得税	94.03	84.37	81.14
其他	3.05	1.14	5.91
合计	15,747.42	5,593.62	6,031.19

报告期各期末，公司其他流动资产账面价值分别为 6,031.19 万元、5,593.62 万元和 15,747.42 万元，占流动资产比例分别为 2.08%、1.85%和 3.95%。2022 年，公司其他流动资产增长较快，系浦发银行大额可转让存单购买规模大幅增加所致。

（三）非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动资产具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	2,080.04	8.60	-	-	-	-
固定资产	2,439.82	10.09	4,371.94	23.18	4,091.88	58.04
使用权资产	12,909.51	53.38	11,547.12	61.21	-	-
无形资产	1,723.70	7.13	709.85	3.76	813.99	11.55
长期待摊费用	2,305.97	9.54	899.15	4.77	1,140.91	16.18
递延所得税资产	1,707.23	7.06	1,336.00	7.08	1,003.72	14.24
其他非流动资产	1,017.27	4.21	-	-	-	-

非流动资产合计	24,183.55	100.00	18,864.07	100.00	7,050.49	100.00

报告期各期末，投资性房地产、固定资产、使用权资产和长期待摊费用合计占非流动资产的比重分别为 74.22%、89.15%和 81.61%，是公司非流动资产的主要方面。2021 年末，非流动资产余额明显增长，主要系公司于 2021 年开始适用新租赁准则，将长期租赁的资产确认为使用权资产所致。

1、投资性房地产

2022 年末，公司投资性房地产账面原值 2,638.87 万元，累计折旧 558.84 万元，账面价值 2,080.04 万元。

2022 年，母公司、重庆子公司办公场所整体由原址康德国际写字楼搬迁至新址互联网产业园一期 1 幢。搬迁后，发行人购买的康德国际写字楼 14 层、15 层物业由自用改为对外出租，相应地由固定资产转入投资性房地产科目进行核算。公司对该项投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量。

报告期各期末，未发现公司投资性房地产发生减值的迹象，故未计提减值准备。

2、固定资产

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值
2022 年 12 月 31 日			
房屋及建筑物	563.16	26.75	536.41
营业设备	587.89	415.22	172.67
运输设备	1,114.54	757.99	356.55
办公设备	1,200.59	461.79	738.80
电子设备	1,707.98	1,072.59	635.39
合计	5,174.17	2,734.34	2,439.82
2021 年 12 月 31 日			
房屋及建筑物	3,202.04	433.49	2,768.55
营业设备	568.70	337.50	231.20
运输设备	981.85	609.22	372.63

项目	账面原值	累计折旧	账面价值
办公设备	720.10	287.20	432.90
电子设备	1,328.05	761.38	566.66
合计	6,800.73	2,428.79	4,371.94
2020年12月31日			
房屋及建筑物	2,638.87	308.14	2,330.73
营业设备	542.58	235.63	306.95
运输设备	878.60	490.83	387.77
办公设备	668.49	217.27	451.23
电子设备	1,090.92	475.72	615.20
合计	5,819.47	1,727.59	4,091.88

报告期各期末，公司固定资产净值分别为 4,091.88 万元、4,371.94 万元和 2,439.82 万元，占各期末非流动资产的比重分别为 58.04%、23.18%和 10.09%。公司的主营业务为商品流通，固定资产整体规模不大，主要由办公用房屋及建筑物以及营业、运输、办公、电子用各类设备组成。

报告期内，公司固定资产使用状况较为良好，未计提减值准备。发行人的固定资产折旧政策情况如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	5	4.75
办公设备	年限平均法	5	5	19.00
电子设备	年限平均法	3	5	31.67
运输工具	年限平均法	4	5	23.75
营业设备	年限平均法	5	5	19.00

报告期内，同行业可比公司折旧政策情况如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
晨光股份				
房屋及建筑物	年限平均法	20	5	4.75
机器设备	年限平均法	10	5-10	9.00-9.50
运输设备	年限平均法	4-10	0-10	31.67
其他设备	年限平均法	2-10	0-10	23.75
齐心集团				

房屋建筑物	年限平均法	40	10	2.25
机器设备	年限平均法	5-12	5-10	7.50-19.00
运输设备	年限平均法	3-10	5-10	9.00-31.67
电子设备	年限平均法	3-5	5-10	18.00-31.67
其他设备	年限平均法	3-5	5-10	18.00-31.67
广博股份				
房屋及建筑物	年限平均法	10-30	3-10	3.00-9.70
专用设备	年限平均法	10	3-10	9.00-9.70
运输工具	年限平均法	5	3-10	18.00-19.40
通用设备	年限平均法	5-10	3-10	9.00-19.40
其他设备	年限平均法	5-10	3-10	9.00-19.40

注 1：同行业可比公司数据来源于定期报告或招股说明书

注 2：公司办公设备及营业设备选取同行业可比公司其他设备、通用设备折旧年限作为对比。

通过对相同类别资产的折旧区间年限进行对比分析，公司固定资产折旧政策与同行业可比公司政策基本一致，折旧政策制定合理。

3、使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产构成情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值
2022 年 12 月 31 日			
房屋及建筑物	16,943.13	4,090.90	12,852.23
运输设备	98.87	41.59	57.28
合计	17,042.00	4,132.49	12,909.51
2021 年 12 月 31 日			
房屋及建筑物	13,385.63	1,889.88	11,495.75
运输设备	71.14	19.77	51.37
合计	13,456.77	1,909.65	11,547.12

根据财政部 2018 年 12 月修订的《企业会计准则第 21 号—租赁》，公司从 2021 年 1 月 1 日开始执行新租赁准则，对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产和租赁负债。公司使用权资产主要为公司租入的仓储设施、办公场地及货运设备。2021 年末、2022 年末，公司使用权资产账面价值分别为 11,547.12 万元和 12,909.51 万元，占公司非流动资产的比例分别为 61.21%和

53.38%。

报告期各期末，未发现公司使用权资产发生减值的迹象，故未计提减值准备。

4、无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	账面价值
2022 年 12 月 31 日			
软件	1,125.12	406.98	718.14
土地使用权	1,014.01	8.45	1,005.56
合计	2,139.13	415.43	1,723.70
2021 年 12 月 31 日			
软件	1,016.98	307.14	709.85
土地使用权	-	-	-
合计	1,016.98	307.14	709.85
2020 年 12 月 31 日			
软件	1,016.98	203.00	813.99
土地使用权	-	-	-
合计	1,016.98	203.00	813.99

报告期各期末，公司无形资产净值分别为 813.99 万元、709.85 万元、1,723.70 万元，占各期末非流动资产的比重分别为 11.55%、3.76%、7.13%，由土地使用权及公司外购的 SAP 等管理软件构成。

报告期各期末，未发现公司无形资产发生减值的迹象，故未计提减值准备。

5、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用构成和摊销情况如下：

单位：万元

项目	期初数	本期增加	本期摊销	期末数
2022 年 12 月 31 日				
房屋装修	704.57	2,002.06	578.42	2,128.21
软件费	194.58	158.17	174.99	177.76
房屋租金	-	-	-	-

项目	期初数	本期增加	本期摊销	期末数
其他	-	-	-	-
合计	899.15	2,160.22	753.40	2,305.97
2021 年 12 月 31 日				
房屋装修	798.25	153.16	246.84	704.57
软件费	187.33	116.31	109.05	194.58
房屋租金	-	-	-	-
其他	-	-	-	-
合计	985.57	269.47	355.89	899.15
2020 年 12 月 31 日				
房屋装修	1,000.73	160.62	363.10	798.25
软件费	149.95	114.89	77.52	187.33
房屋租金	274.12	-	118.79	155.33
其他	8.52	-	8.52	-
合计	1,433.32	275.52	567.93	1,140.91

报告期各期末，长期待摊费用余额分别为 1,140.91 万元、899.15 万元、2,305.97 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 16.18%、4.77%、9.54%。长期待摊费用主要是公司办公场所、仓储设施的装修费用。除此以外，房屋租金主要为太原子公司一次性支付的仓库租金，软件服务费主要为自华为软件技术有限公司购买的云服务费用。

长期待摊费用 2021 年期初数与 2020 年期末数之间的差异，系公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则所致。

2022 年末，长期待摊费用增长较快，系 2022 年公司新总部大楼产生的房屋装修费摊销导致。

6、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 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
资产减值准备	8,005.31	1,399.98	6,145.26	1,092.26	5,050.76	870.81
内部交易未实现	361.12	84.20	416.30	98.34	460.92	107.63

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 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
利润						
可抵扣亏损	356.01	72.45	304.97	54.05	220.05	11.00
预计销售退回	80.66	14.07	67.23	12.20	84.39	14.28
租赁费用	739.25	136.54	401.51	79.16	-	-
合计	9,542.35	1,707.23	7,335.27	1,336.00	5,816.12	1,003.72

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 1,003.72 万元、1,336.00 万元、1,707.23 万元，占各期末非流动资产的比重分别为 14.24%、7.08%、7.06%，主要由资产减值准备、内部交易未实现利润所导致的可抵扣暂时性差异产生。

7、其他非流动资产

2022 年末，公司其他非流动资产余额为 1,017.27 万元，系由定期存款构成。

（四）资产周转能力分析

1、主要资产周转能力指标分析

报告期内，公司的主要资产周转能力财务指标如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
应收账款周转率（次）	4.41	5.18	5.34
存货周转率（次）	39.71	39.05	30.93

报告期内，公司应收账款周转率分别为 5.34、5.18 和 4.41，2020 年、2021 年，公司应收账款余额随营业收入增长而同步增长，应收账款周转率保持相对稳定；2022 年，公司应收账款周转率有所下降，相关分析请参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、（二）、4、应收账款”。

报告期内，公司存货周转率分别为 30.93、39.05 和 39.71，整体有所上升，主要系公司通过合作商直送的规模逐步增加，合作商直送方式下，公司不需要进行备货，各期存货账面余额并未发生明显变动，在营业收入逐步增长的情况下使得存货周转率有所上升。公司存货周转率、存货周转天数情况如下：

单位：万元、天

项目	2022年12月31日/2022年度	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度
存货账面余额	19,068.00	18,755.46	17,484.85
存货平均账面余额	18,911.73	18,120.16	19,029.96
营业成本	750,970.14	707,502.19	588,626.04
存货周转率	39.71	39.05	30.93
不包括厂商直送的自主交付业务营业成本	105,626.17	102,557.93	114,345.22
存货周转率（不包括厂商直送的自主交付）	5.59	5.66	6.01
存货周转天数（不包括厂商直送的自主交付）	65	64	61

注 1：公司存货全部为自主交付方式下采购形成的备货，上述存货周转率（自主交付）、存货周转天数（自主交付）基于自主交付业务的营业成本计算。

注 2：自主交付业务的营业成本=主营业务成本（不含运费）-B2B 直销模式下合作商直送营业成本-厂商直送方式下对应的营业收入。

报告期内，公司不包括厂商直送的自主交付业务规模相对稳定，基于自主交付方式下的存货周转率分别为 6.01、5.66 和 5.59，存货周转天数分别为 61 天、64 天和 65 天，总体较为稳定。

2、与同行业可比公司比较情况

报告期各年，公司主要资产周转指标与同行业可比公司的比较情况如下所示：

公司简称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
应收账款周转率			
晨光股份	8.38	10.48	9.89
齐心集团	2.47	2.18	2.94
广博股份	3.84	5.07	4.75
平均值	4.90	5.91	5.86
发行人	4.41	5.18	5.34
存货周转率			
晨光股份	9.71	9.06	7.13
齐心集团	26.83	24.66	25.85
广博股份	8.28	10.67	11.04
平均值	14.94	14.80	14.67
发行人	39.71	39.05	30.93

（1）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 5.34、5.18 和 4.41，高于齐心集团，与广博股份基本持平，低于晨光股份，整体趋势有所下降。

晨光股份为文具行业的龙头企业之一，以文具制造为发端，业务模式涵盖传统生产制造业务、零售大店业务以及与公司直接可比的晨光科力普办公物资 B2B 直销业务。根据晨光股份披露资料，2020 年、2021 年、2022 年，晨光股份下属子公司晨光科力普营业收入分别为 50.00 亿元、77.66 亿元和 109.30 亿元，占晨光股份营业收入的比例分别为 38.06%、44.10%和 54.66%，占比逐年提升，但其传统核心业务和零售大店业务的收入占比仍然是其主要收入来源，此类业务的账期显著低于办公物资 B2B 直销业务，致使晨光股份整体应收账款周转率明显高于公司和齐心集团。

齐心集团主营业务为以 B2B 办公物资集采业务，其中办公物资、MRO 工业用品、员工福利用品为其重点发展的商品领域，主要客户集中在央企、央管金融机构、政府、军队四大类客户，与公司的主要销售商品类别、客户群体存在一定差异，导致应收账款周转率水平有所不同。

广博股份主营业务包括文教办公用品业务和互联网广告营销与服务业务两大类，其中办公直销类业务占比开始逐年上升，成为文教办公用品业务的重要增长点，应收账款周转率也逐渐与公司持平。

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 30.93、39.05 和 39.71，高于晨光股份、齐心集团和广博股份，主要系公司依靠自主交付和合作商直送相结合的方式实现商品配送，在合作商直送方式下公司无需进行备货。由于公司合作商直送方式下对应的营业收入占比较高，使得总体存货周转率水平远高于可比公司整体存货周转率水平。

十二、偿债能力、流动性及持续盈利能力分析

（一）负债构成及变动分析

1、总负债构成及变动分析

报告期各期末，公司负债总体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	321,702.74	96.46	234,702.40	95.77	231,101.22	99.56
非流动负债	11,800.92	3.54	10,360.93	4.23	1,030.31	0.44
合计	333,503.66	100.00	245,063.34	100.00	232,131.53	100.00

报告期各期末，公司负债主要由流动负债构成，流动负债占负债总额的比重分别为 99.56%、95.77%和 96.46%。

公司流动负债主要由向供应商、合作商采购办公物资产生的应付账款构成，公司主营办公物资数字化商贸，业务特性决定了经营性应付款项较高的特点。报告期内，公司与主要供应商、合作商保持了良好、稳定的合作关系，随着公司业务发展，采购规模也随之增长，导致流动负债规模增长较快。

2021 年末，公司非流动负债余额增长明显，主要系公司 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，由此产生的租赁负债增长。

2022 年末，公司流动负债余额增长明显，主要系：（1）公司当期主要通过合作商网络扩大业务规模，在合作商直送方式下，公司一般与其采用“背靠背”结算方式，即当客户向公司支付货款之后，公司再向合作商支付货款的结算方式，受此种结算方式影响，在应收账款期末余额快速增长的情况下，公司尚未收到客户款项，与合作商的款项结算相对滞后，使得与之相关的应付账款余额随之同步增长；（2）公司当期积极拓展 MRO 物资采购等新项目，资金需求量较大，为保证业务的稳定开展，提高资金使用效率，公司增加了票据交易规模，并新增了部分银行借款，使得短期借款和应付票据余额较 2021 年末有较大增长。

2、流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司流动负债构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	15,143.10	4.71	-	-	3,572.64	1.55
应付票据	12,246.02	3.81	7,078.40	3.02	4,429.42	1.92
应付账款	240,926.05	74.89	178,557.45	76.08	175,090.89	75.76
合同负债	27,853.85	8.66	28,419.74	12.11	31,833.45	13.77
应付职工薪酬	4,447.60	1.38	5,029.80	2.14	4,621.39	2.00
应交税费	7,850.62	2.44	3,713.92	1.58	3,005.81	1.30
其他应付款	4,422.16	1.37	4,114.83	1.75	3,163.70	1.37
一年内到期的非流动负债	2,409.46	0.75	2,275.05	0.97	-	-
其他流动负债	6,403.88	1.99	5,513.23	2.35	5,383.92	2.33
合计	321,702.74	100.00	234,702.40	100.00	231,101.22	100.00

公司流动负债主要由应付账款和合同负债构成。报告期各期末，上述两项合计占流动负债的比例分别为 89.54%、88.19%和 83.55%。

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
抵押借款	3,801.69	-	-
保证借款	3,880.00	-	3,100.00
信用借款	1,000.00	-	-
保理借款	2,796.71	-	-
票据贴现借款	3,655.80	-	468.88
应计利息	8.90	-	3.76
合计	15,143.10	-	3,572.64

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 3,572.64 万元、0 万元和 15,143.10 万元，占流动负债的比例分别为 1.55%、0.00%、4.71%，占比较低。

2022 年，因自身业务发展需要，公司增加了对外借款规模、票据贴现规模和应收账款保理规模，以满足公司日常经营的流动资金需求。

根据新金融工具准则，对于期末已贴现但未到期的“非 6+9 银行”承兑的应收票据，于票据到期兑付前不能终止确认，在贴现时确认为短期借款。2020 年末、2022 年末，公司票据贴现借款金额分别为 468.88 万元和 3,655.80 万元。

2022 年，公司开展应收账款保理业务，对于附追索权不能终止确认的应收账款保理，在保理时确认为短期借款。2022 年末，公司应收账款保理借款余额 2,796.71 万元。

（2）应付票据

公司应付票据为银行承兑汇票，各期末余额分别为 4,429.42 万元、7,078.40 万元、12,246.02 万元，占流动负债的比例分别为 1.92%、3.02%、3.81%，呈增长趋势。报告期内，为提高公司资金使用效率、降低资金使用成本，公司使用银行承兑汇票支付部分采购货款，票据期限以 3 个月为主。

期末应付票据余额的变化取决于采购金额、采购时点和票据期限等因素。报告期各期末，公司应付票据余额变化主要由应付票据前五名供应商变化导致，公司应付票据前五名供应商的合计应付票据余额分别为 4,169.42 万元、7,023.52 万元和 10,186.57 万元，占当期期末应付票据总金额的比例分别为 94.13%、99.22%和 83.19%，集中度较高。

2021 年末，公司应付票据余额较 2020 年末增长 2,648.98 万元，主要系：

（1）公司于 2020 年末成为宜宾五粮液酒类销售有限责任公司的渠道商，2021 年 12 月对其开立 2,000 万元银行承兑汇票支付货款；（2）公司与芬欧汇川（中国）有限公司票据结算规模扩大，2021 年末应付票据余额较之上一年末增长 1,014.46 万元。

2022 年，为提高资金使用效率，随着相关业务规模扩大，公司应付票据支付规模有所增加，导致 2022 年末应付票据余额较 2021 年末增长 5,167.62 万元，主要系：（1）2022 年，公司引进河南蓝仓建材有限公司和伍金网络科技（杭州）有限公司作为中国建筑 MRO 物资集中采购项目备货供应商和合作商，年末应付票据余额合计为 3,191.73 万元；（2）2022 年末，公司向宜宾五粮液酒类销售有限责任公司采购形成的应付票据金额进一步增加，较之上一年末增长 1,116.30 万元；（3）2022 年，公司向重庆数敏信息技术有限公司采购华为路由

器、交换机产品，采用票据结算方式，年末应付票据余额 1,257.00 万元。

报告期各期末，公司应付票据前五名情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	是否为关联方	应付票据余额	占期末应付票据比例
2022 年 12 月 31 日				
1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	否	3,116.30	25.45
2	芬欧汇川（中国）有限公司	否	2,621.54	21.41
3	河南蓝仓建材有限公司	否	1,986.71	16.22
4	重庆数敏信息技术有限公司	否	1,257.00	10.27
5	伍金网络科技（杭州）有限公司	否	1,205.02	9.84
合计			10,186.57	83.19
2021 年 12 月 31 日				
1	亚太森博（广东）纸业有限公司	否	2,157.67	30.48
2	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	否	2,000.00	28.25
3	芬欧汇川（中国）有限公司	否	1,915.46	27.06
4	金红叶纸业集团有限公司上海长宁分公司	否	818.50	11.56
5	深圳齐心集团股份有限公司	否	131.89	1.86
合计			7,023.52	99.22
2020 年 12 月 31 日				
1	亚太森博（广东）纸业有限公司	否	2,150.67	48.55
2	芬欧汇川（中国）有限公司	否	901.00	20.34
3	金红叶纸业集团有限公司上海长宁分公司	否	610.00	13.77
4	海南办公伙伴商贸有限公司	否	350.35	7.91
5	深圳齐心集团股份有限公司	否	157.40	3.55
合计			4,169.42	94.13

（3）应付账款

报告期各期末，公司应付账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
货款	240,926.05	178,457.12	174,973.04
设备款	-	100.32	117.86
合计	240,926.05	178,557.45	175,090.89

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 175,090.89 万元、178,557.45 万元和 240,926.05 万元，占流动负债的比重分别为 75.76%、76.08%和 74.89%，占比较高。

2021 年末，公司应付账款余额有所增长，主要系公司业务规模增长，应付账款规模随之增长。

2022 年末，公司应付账款余额较 2021 年末增长 62,368.60 万元，增幅较大，主要系公司当期主要通过合作商网络扩大业务规模，在合作商直送方式下一般采用“背靠背”结算方式，即当客户向公司支付货款之后，公司再向合作商支付货款的结算方式，受此种结算方式影响，在应收账款期末余额快速增长的情况下，公司尚未收到客户款项，与合作商的款项结算相对滞后，使得与之相关的应付账款余额随之同步快速增长。

①应付账款账龄情况

报告期各期末，公司应付账款账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	237,289.66	98.49	176,549.30	98.88	174,278.47	99.54
1-2 年	2,849.60	1.18	1,481.39	0.83	478.25	0.27
2-3 年	405.29	0.17	302.92	0.17	265.15	0.15
3 年以上	381.49	0.16	223.83	0.13	69.02	0.04
合计	240,926.05	100.00	178,557.45	100.00	175,090.89	100.00

报告期内，公司按照与供应商约定的信用期进行货款结算，执行情况良好。

报告期各期末，公司应付账款账龄主要集中在 1 年以内。1 年以上账龄的应付账款占比较低，且单家金额较小。公司部分央企客户、政府单位客户支付审批流程较长，在合作商直送“背靠背”结算模式下，相应导致对合作商的延迟付款。

②应付账款前五名单位

报告期各期末，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	是否为关联方	账面余额	占比	账龄	款项内容
2022 年 12 月 31 日						
1	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司	否	6,879.49	2.86	1 年以内	货款
2	广东和容科技股份有限公司	否	5,561.90	2.31	1 年以内	货款
3	新疆明辉利科技有限公司	否	5,038.55	2.09	1 年以内	货款
4	航天信息系统工程（北京）有限公司	否	3,472.74	1.44	1 年以内	货款
5	泰州市鼎奕贸易有限公司	否	2,872.26	1.19	1 年以内，1-2 年	货款
合计			23,824.94	9.89		
2021 年 12 月 31 日						
1	新疆明辉利科技有限公司	否	3,968.81	2.22	1 年以内	货款
2	河北第九空间科技有限公司	否	3,306.15	1.85	1 年以内	货款
3	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司	否	2,993.20	1.68	1 年以内	货款
4	新疆蓝尚博工贸科技有限公司	否	2,208.74	1.24	1 年以内	货款
5	新疆硕诺鼎商贸有限公司	否	1,972.19	1.10	1 年以内	货款
合计			14,449.09	8.09		
2020 年 12 月 31 日						
1	新疆蓝尚博工贸科技有限公司	否	4,542.50	2.59	1 年以内	货款
2	湖北众联鑫泰科技有限公司	否	2,439.42	1.39	1 年以内	货款
3	福建兄弟文仪科技发展股份有限公司	否	2,238.13	1.28	1 年以内	货款
4	陕西世鼎信息科技有限公司	否	2,031.08	1.16	1 年以内	货款
5	厦门市美亚柏科信息安全研究所有限公司	否	2,028.24	1.16	1 年以内	货款
合计			13,279.37	7.58		

（4）合同负债

报告期各期末，公司合同负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
货款	27,853.85	28,419.74	31,833.45
其中：惠普整机分销业务预付款	11,490.18	11,276.21	12,219.29
政府、国央企预付款	16,363.67	17,143.53	19,614.16

报告期各期末，公司合同负债的构成主要包括两部分：一是下游办公物资批发商预付货款，报告期各年占比在 40%左右；二是政府、央企、国企及大型

金融机构等 B2B 直销客户的年末预付货款。

惠普整机分销业务中，由于惠普要求公司采用预付款方式结算，公司也对下游批发客户提出了同样的结算要求，致使各期末惠普整机业务的合同负债金额较高。

（5）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
短期薪酬	4,431.49	4,990.97	4,606.55
离职后福利-设定提存计划	16.11	12.11	8.39
辞退福利	-	26.72	6.45
合计	4,447.60	5,029.80	4,621.39

公司应付职工薪酬包含短期薪酬、离职后福利-设定提存计划和辞退福利，其中，短期薪酬占比最高，主要为已计提尚未发放的工资、奖金、津贴、补贴、工会经费和职工教育经费。报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 4,621.39 万元、5,029.80 万元和 4,447.60 万元，占流动负债的比例分别为 2.00%、2.14%和 1.38%，总额呈增长趋势，占比保持相对稳定。

（6）应交税费

报告期各期末，公司应交税费构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
增值税	5,193.40	1,595.69	1,197.26
企业所得税	1,846.74	1,684.88	1,515.14
代扣代缴个人所得税	40.57	37.25	33.95
城市维护建设税	397.13	183.86	115.51
教育费附加	171.22	79.53	49.99
地方教育附加	114.15	53.02	33.83
印花税	85.64	75.76	40.77
其他	1.77	3.93	19.37
合计	7,850.62	3,713.92	3,005.81

报告期各期末，公司应交税费分别为 3,005.81 万元、3,713.92 万元和 7,850.62 万元，占流动负债的比例分别为 1.30%、1.58%和 2.44%，主要由应缴纳的企业所得税、增值税构成。2022 年末，公司应交税费较 2021 年末增长较多，主要系公司调整增值税进项税发票获取方式，将之前定期催收已采购货款的进项税发票变更为与付款周期基本保持一致，由于第四季度采购金额较大，但尚未到付款账期，相关的增值税进项税发票获取不足，使得应交增值税余额有所增长，随着增值税进项税发票的逐步获取，公司增值税额将趋于稳定。

（7）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
押金保证金	4,332.79	3,945.54	3,073.88
预提费用	1.90	14.52	3.81
代收代付款	49.42	68.12	42.03
其他	38.05	86.65	43.98
合计	4,422.16	4,114.83	3,163.70

报告期各期末，公司其他应付款金额分别为 3,163.70 万元、4,114.83 万元和 4,422.16 万元，占流动负债的比例分别为 1.37%、1.75%和 1.37%。公司其他应付款主要由押金保证金构成，其他应付款金额逐年增长，主要系随着公司业务规模和合作商直送规模的增加，合作商押金保证金随之逐年增长所致。

（8）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，一年内到期的非流动负债余额分别为 0 万元、2,275.05 万元、2,409.46 万元，系一年内到期的租赁负债。

（9）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
待转销项税额	5,566.54	5,082.76	5,191.24
已背书未终止确认的商业承兑汇票	837.34	430.47	192.69

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
合计	6,403.88	5,513.23	5,383.92

公司的其他流动负债包括待转销项税额和期末已背书未到期未终止确认的应收票据。

3、非流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	10,434.60	88.42	9,166.76	88.47	-	-
预计负债	1,301.35	11.03	1,147.25	11.07	972.71	94.41
递延收益	30.40	0.26	36.10	0.35	41.80	4.06
递延所得税负债	34.57	0.29	10.82	0.11	15.79	1.53
合计	11,800.92	100.00	10,360.93	100.00	1,030.31	100.00

报告期各期末，公司非流动负债主要由租赁负债和预计负债构成。

（1）租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
尚未支付的租赁付款额	11,581.18	10,278.78	-
减：未确认融资费用	1,146.57	1,112.02	-
合计	10,434.60	9,166.76	-

自 2021 年 1 月 1 日起，公司开始执行新租赁准则，对长期经营性租赁分别确认使用权资产和租赁负债，租赁负债项目用以列示公司作为承租人尚未支付的租赁付款额现值。2021 年末、2022 年末，公司租赁负债余额分别为 9,166.76 万元和 10,434.60 万元，占非流动负债的比例分别为 88.47%和 88.42%。

（2）预计负债

预计负债由应付退货款构成。公司对附有销售退回条件的收入根据预计退货率冲减收入并确认预计负债，报告期各期末，应付退货款金额分别为 972.71

万元、1,147.25 万元、1,301.35 万元，其金额随着公司收入规模的增加而逐年增长。

（3）递延收益

报告期各期末，公司递延收益金额分别为 41.80 万元、36.10 万元和 30.40 万元，为政府补助相关款项。

（4）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
金融资产应计利息收益	217.63	32.64	71.30	10.69	105.29	15.79
交易性金融资产公允价值变动	12.82	1.92	0.83	0.12	-	-
合计	230.45	34.57	72.12	10.82	105.29	15.79

报告期各期末，递延所得税负债余额分别为 15.79 万元、10.82 万元和 34.57 万元，占各期末非流动负债的比重分别为 1.53%、0.11%和 0.29%，占比较低，主要由金融资产应计利息收益和交易性金融资产公允价值变动所导致的应纳税暂时性差异构成。

（二）偿债能力分析

1、主要偿债能力指标

报告期内，公司的主要偿债能力财务指标如下：

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.24	1.29	1.26
速动比率（倍）	1.18	1.21	1.18
资产负债率（合并）（%）	78.90	76.22	78.09
资产负债率（母公司）（%）	82.58	78.90	80.52
项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	24,592.12	22,197.16	19,987.84
利息保障倍数（倍）	238.28	514.05	69.32

（1）短期偿债能力分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.26、1.29 和 1.24，速动比率分别为 1.18、1.21 和 1.18，流动比率和速动比例均大于 1 且保持稳定，公司短期偿债能力较好。

（2）长期偿债能力分析

报告期各期末，公司资产负债率（合并）分别为 78.09%、76.22%和 78.90%，处于较高水平，主要系公司合作商模式下产生的业务收入占比较高，在此种模式下经营性应收款项、应付款项占比较高且呈现同步增长的趋势，随着业务规模快速增长，应付款项占比进一步升高，使得资产负债率保持在较高水平；同时，公司目前融资方式较为单一，随着新业务的逐步拓展，公司资金需求量增大，新增了部分短期借款，使得资产负债率有所升高。

长远来看，为防范极端情况下因客户回款不及时而导致的流动性压力，以及保障有充足的资金用于仓储体系建设、技术开发等长期资本投入，有必要充实资本金，降低财务杠杆。本次上市成功有助于直接提升公司的资本实力，预计本次公开发行完成后，公司资产负债率可以下降到 63%左右。

报告期内，公司分别实现息税折旧摊销前利润 19,987.84 万元、22,197.16 万元和 24,592.12 万元，利息保障倍数分别为 69.32、514.05 和 238.28。2022 年，为满足营运资金需求，公司适度增加银行融资，导致利息保障倍数有所下降。但综合来看，利息保障倍数均保持在较高水平，公司长期偿债能力较好。

2、同行业可比公司偿债能力指标对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司偿债能力指标的比较情况如下：

公司简称	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
流动比率（倍）			
晨光股份	1.85	1.83	1.74
齐心集团	1.40	1.27	1.28
广博股份	1.34	1.45	1.32
平均值	1.53	1.52	1.45
发行人	1.24	1.29	1.26
速动比率（倍）			

公司简称	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
晨光股份	1.55	1.48	1.42
齐心集团	1.35	1.22	1.23
广博股份	1.15	1.14	1.13
平均值	1.35	1.28	1.26
发行人	1.18	1.21	1.18
资产负债率（母公司）（%）			
晨光股份	23.33	25.75	30.02
齐心集团	69.80	69.17	72.57
广博股份	56.23	42.78	44.31
平均值	49.58	45.90	48.97
发行人	82.58	78.90	80.52

报告期内，公司流动比率、速动比率与齐心集团、广博股份较为接近，低于晨光股份，与同行业可比公司平均值没有明显差异。

与同行业可比公司相比，公司资产负债率较高，主要是同行业可比公司成立时间长，且均为上市公司，在股权融资及内部经营积累方面要优于本公司，相应增厚了可比公司净资产规模，使得资产负债率相对较低。股权融资方面，广博股份进入资本市场以来，完成股权融资 3 次，募资总金额超过 11 亿元；齐心集团进入资本市场以来，完成股权融资 3 次，募资总金额超过 26 亿元；晨光股份进入资本市场以来，融资 1 次，募资总金额为 7.89 亿，远高于公司融资规模。内部经营积累方面，齐心集团、晨光股份分别成立于 2000 年、2008 年，截至 2022 年末，两家公司的未分配利润分别达到 7.53 亿元、52.22 亿元，亦高于公司的经营积累。

（三）报告期内股利分配具体情况

2020 年以来，发行人的股利分配均为现金分红，具体情况如下：

1、2020 年股利分配情况

欧菲斯有限于 2020 年 5 月 27 日召开股东会，审议通过关于《欧菲斯控股公司向实缴出资股东分配利润》的议案，对公司 2019 年度净利润以现金分红方式进行分配，向全体在册股东派发现金股利 2,499.83 万元（含税）。

2、2021 年股利分配情况

公司于 2021 年 4 月 28 日召开 2020 年年度股东大会，审议通过关于《2020 年利润分配》的议案，对公司 2020 年度净利润以现金分红方式进行分配，以公司总股本 225,000,000 股为基数，向全体在册股东每股派发现金 0.22 元（含税），共计派发现金红利 4,950.00 万元。

3、2022 年股利分配情况

公司于 2022 年 5 月 16 日召开 2021 年年度股东大会，审议通过关于《2021 年利润分配》的议案，对公司 2021 年度净利润以现金分红方式进行分配，以公司总股本 225,000,000 股为基数，向全体在册股东每股派发现金 0.22 元（含税），共计派发现金红利 4,950.00 万元。

截至本招股书说明书签署日，公司上述利润分配计划均已执行完毕，公司不存在正在执行中或尚未执行完毕的利润分配计划。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动现金流入小计	865,886.41	860,737.60	698,677.22
经营活动现金流出小计	852,921.97	854,020.80	648,889.71
经营活动产生的现金流量净额	12,964.44	6,716.80	49,787.51
投资活动现金流入小计	24,127.74	9,538.80	49,721.72
投资活动现金流出小计	37,528.85	12,693.50	56,585.85
投资活动产生的现金流量净额	-13,401.11	-3,154.69	-6,864.13
筹资活动现金流入小计	20,061.61	4.14	5,610.32
筹资活动现金流出小计	13,003.58	10,304.95	11,724.09
筹资活动产生的现金流量净额	7,058.03	-10,300.82	-6,113.77
现金及现金等价物净增加额	6,621.36	-6,738.71	36,809.60

1、经营活动产生的现金流量分析

（1）经营活动产生的现金流量情况

报告期内，公司经营活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	853,883.84	852,041.29	691,990.72
收到的税费返还	85.44	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	11,917.13	8,696.31	6,686.50
经营活动现金流入小计	865,886.41	860,737.60	698,677.22
购买商品、接受劳务支付的现金	787,722.94	796,569.36	599,354.19
支付给职工以及为职工支付的现金	27,565.53	24,991.21	20,185.98
支付的各项税费	17,437.45	14,366.96	11,662.20
支付其他与经营活动有关的现金	20,196.06	18,093.27	17,687.35
经营活动现金流出小计	852,921.97	854,020.80	648,889.71
经营活动产生的现金流量净额	12,964.44	6,716.80	49,787.51

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 49,787.51 万元、6,716.80 万元和 12,964.44 万元，经营性现金流量净额持续为正。

2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额较 2020 年显著下降，主要系：

（1）公司在合作商直送方式下一般采用“背靠背”结算方式，即当客户向公司支付货款之后，公司再向合作商支付货款的结算方式，而公司客户主要为政府机构和大型央企、国企客户，结算高峰期一般集中在年末，由于公司向合作商付款时间相较于向客户收款时间具有一定的滞后性，普遍存在跨年支付的情况，在 2020 年下半年业务规模快速增长的情况下，期末留存了大额待支付的合作商款项在 2021 年进行实际支付，使得 2020 年经营活动产生的现金流量净额较大；

（2）2021 年，公司业务规模稳定增长，为增强合作商黏性、维护自身供应链网络稳定性，公司提高了向合作商的付款效率，上述原因使得 2021 年经营活动产生的现金流量净额出现下降。2020 年、2021 年，公司购买商品、接受劳务支付的现金占销售商品、提供劳务收到的现金的比例分别为 86.61%和 93.49%，呈上升趋势，和公司的款项支付情况相符。

2022 年，公司业务规模稳定增长，经营活动产生的现金流量净额较 2021 年有所上升。

（2）销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入匹配性分析

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比较情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	853,883.84	852,041.29	691,990.72
营业收入	816,386.78	768,336.09	644,340.95
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	104.59	110.89	107.40

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为 107.40%、110.89%和 104.59%。总体来看，公司销售商品的收入能及时转化为现金流入公司，公司的主营业务获取现金能力较强。

（3）经营活动产生的现金流量净额与净利润匹配性分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的关系如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
净利润	15,411.35	14,869.64	14,900.90
加：资产减值准备	2,287.21	1,574.59	2,106.41
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	954.21	846.32	721.32
使用权资产折旧	2,575.67	1,909.65	-
无形资产摊销	116.01	104.14	105.73
长期待摊费用摊销	753.40	355.89	567.93
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-91.12	-4.17	-6.49
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.89	8.93	14.48
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-12.82	-0.83	-
财务费用（收益以“-”号填列）	683.45	463.83	289.72
投资损失（收益以“-”号填列）	-284.10	-199.78	133.84
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-371.23	-332.29	-204.85
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	23.75	-4.98	15.79
存货的减少（增加以“-”号填列）	-641.00	-1,644.19	2,619.90
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-82,941.74	-14,564.42	-61,425.60
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	72,250.12	1,912.07	89,676.00
其他	2,250.40	1,422.40	272.42
经营活动产生的现金流量净额	12,964.44	6,716.80	49,787.51

2020 年，公司经营活动产生的现金流量净额大幅高于净利润，主要系公司在此期间业务规模快速扩大，营业收入在 2020 年下半年明显增长，在“背靠背”

付款模式的影响下，公司对于合作商的付款相对滞后，存在跨年付款的情况，使得当年经营性应付项目的增长金额明显高于经营性应收项目的增长金额，导致现金流量净额较高。

2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额低于净利润，主要系公司在受“背靠背”付款模式影响的同时，提高了向合作商的付款效率，使得经营性应付项目的增长金额快速下降并低于经营性应收项目的增长金额，受此影响，公司在此期间经营活动产生的现金流量净额明显下降，并低于当期净利润。

2022 年，公司业务规模稳定增长，经营活动产生的现金流量净额与净利润基本匹配。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
收回投资收到的现金	23,815.47	8,800.00	49,493.03
取得投资收益收到的现金	287.81	196.91	119.19
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	24.46	60.14	9.08
收到其他与投资活动有关的现金	-	481.76	100.42
投资活动现金流入小计	24,127.74	9,538.80	49,721.72
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,433.67	893.50	1,043.20
投资支付的现金	33,095.18	11,800.00	53,760.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	1,782.65
投资活动现金流出小计	37,528.85	12,693.50	56,585.85
投资活动产生的现金流量净额	-13,401.11	-3,154.69	-6,864.13

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-6,864.13 万元、-3,154.69 万元和-13,401.11 万元，公司将经营过程中阶段性的闲置资金用于理财投资，各年投资活动现金流量净额主要是当年理财产品购买金额、赎回金额之间的差额。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	13,681.69	-	5,140.06
收到其他与筹资活动有关的现金	6,379.92	4.14	470.26
筹资活动现金流入小计	20,061.61	4.14	5,610.32
偿还债务支付的现金	5,000.00	3,100.00	8,890.06
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	5,052.77	4,995.90	2,793.95
支付其他与筹资活动有关的现金	2,950.80	2,209.05	40.08
筹资活动现金流出小计	13,003.58	10,304.95	11,724.09
筹资活动产生的现金流量净额	7,058.03	-10,300.82	-6,113.77

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-6,113.77 万元、-10,300.82 万元和 7,058.03 万元。

2021 年，公司逐步清偿了前期借款，同时提高了分红金额，使得筹资活动产生的现金流量净额有所下降。

2022 年，为支持业务持续增长，公司新增了部分短期借款，并通过票据贴现、应收账款保理等多种方式提高资金使用效率，使得筹资活动产生的现金流量净额有所上升。

（五）发行人的重大资本性支出

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金支出分别为 1,043.20 万元、893.50 万元和 4,433.67 万元。公司资本性支出主要是购买办公场所、建设用地和电子设备等长期资产，与公司的业务发展相适应，不存在跨行业投资的情形。

2、未来其他可预见的重大资本性支出计划

本次发行募集资金投资项目将是公司未来可预见的重大资本性支出。募集资金投资项目的具体情况，详见本招股说明书“第七节 募集资金运用及发展战略规划”。除此之外，公司无其他可预见的重大资本支出计划。

（六）流动性风险分析

报告期各期末，公司偿债能力指标良好，未出现到期债务违约不能偿还的情况；公司资产负债结构与实际经营模式相匹配，流动资产占比较高，在总资产中的占比分别为 97.63%、94.13%和 94.28%，为资产的主要部分，流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、应收账款及存货构成，合计占流动资产的比例分别为 87.77%、86.61%和 84.32%，其中应收账款账龄较短，回款状况良好，存货销售顺畅，变现能力较强。整体来看，公司流动性风险较低。

同时，本次发行上市后，公司资产负债率将进一步降低，偿债能力相应提升，且融资方式将更加多样、灵活，有利于公司保持良好的资本结构，进一步降低流动性风险。

（七）持续经营能力分析

报告期内，公司主营业务突出，具有较强的盈利能力，各期营业收入分别为 644,340.95 万元、768,336.09 万元和 816,386.78 万元，净利润分别为 14,900.90 万元、14,869.64 万元和 15,411.35 万元，公司收入规模不断扩大，盈利能力不断提升。

公司是一家面向办公物资垂直产业链，主要为大型政企客户提供办公物资“数字化、一站式”采购服务的供应商。自成立以来，公司的主营业务始终专注于以“数字化”、“一站式”为鲜明特点的办公物资 B2B 直销业务，是办公物资 B2B 直销市场的主要企业之一。

未来，公司将继续专注于办公物资 B2B 直销业务，进一步提升数字化服务能力和产品交付能力，从而为客户提供覆盖更全面、交付更高效的企业采购一体化服务，最终将自身打造为全国领先的数字化采购服务供应商。随着下游大型政企客户对于集约化采购需求的增加，良好的市场前景和行业地位将为公司未来营业收入和净利润的稳定增长奠定坚实的基础。

公司一直以来专注于主营业务，业务模式成熟，经营策略稳健，截至目前不存在影响公司持续经营能力的不利变化，影响公司持续经营能力的风险因素具体情况请参见本招股说明书“第三节 风险因素”。

管理层认为，公司多年来积累了大量优质客户资源和突出的竞争优势，主

营业务经营情况良好，能够积极应对和防范各种不利风险因素，具备持续经营能力。

十三、报告期内重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并等事项的必要性、基本情况及影响分析

报告期内，发行人不存在重大资产业务重组或股权收购合并。

十四、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大期后事项、或有事项及其他重要事项。

第七节 募集资金运用及发展战略规划

一、本次募集资金运用情况

（一）本次募集资金投资项目概况

1、本次募集资金投资项目概览

根据公司第一届董事会第十七次会议、2021 年年度股东大会分别审议通过的关于《公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性》的议案、公司第一届董事会第三十一次会议、2023 年第三次临时股东大会分别审议通过的关于《关于调整募投项目使用募集资金金额》的议案，公司拟申请向社会公开发行人民币普通股 A 股，发行数量为不超过 7,500 万股，占本次发行后总股本的 25%。募集资金总额将根据市场情况和向询价对象的询价情况确定。

本次发行 A 股募集资金计划全部用于以下与主营业务相关的项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	项目投资总额	募集资金投资额
1	供应链体系交付网络建设项目	欧菲斯	72,607.03	72,607.03
2	数字化运营平台建设项目	重庆谊风	30,437.36	30,437.36
合计			103,044.39	103,044.39

本次募集资金到位前，公司将根据实际经营需要，通过自筹资金对上述项目进行前期投入；本次募集资金到位后，公司将严格按照有关制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项，若本次发行实际募集资金低于募集资金投资项目投资额，公司将通过自筹资金解决。

2、募集资金使用管理制度

公司已制定《募集资金管理制度》，对募集资金存放、使用、用途变更、管理与监督作出明确规定。公司募集资金到位后，将严格按照该制度对募集资金的专项使用进行监督和管理。

3、募集资金投资项目备案与环保情况

公司本次发行募集资金投资项目的备案情况如下：

序号	项目名称	备案文号	签发部门
1	供应链体系交付网络建设项目	2205-500105-04-01-753595	重庆两江新区经济运行局
2	数字化运营平台建设项目	2205-500105-04-04-291977	重庆市渝中区发展和改革委员会

本次发行扣除发行费用后的募集资金拟全部用于公司主营或其他相关业务。公司本次募集资金投资项目均与主营业务密切相关，且已在相关部门办理备案手续。

本次募集资金投资项目中的“供应链体系交付网络建设项目”涉及仓库投建。根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》第五十三项的规定，对于不涉及石油、天然气及含有毒、有害、危险品的仓储项目，无需编制建设项目环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表。“供应链体系交付网络建设项目”涉及的仓储内容不包含上述内容，不需要取得环境保护管理部门相关环境影响评价的批复文件。

本次募集资金投资项目中的“数字化运营平台建设项目”主要涉及软件、硬件投资，不涉及土地或房产建设。对照《建设项目环境影响评价分类管理名录》，“数字化运营平台建设项目”不属于建设项目环境影响评价审批管理范畴，不需要取得环境保护管理部门相关环境影响评价的批复文件。

4、募集资金投资项目与公司主营业务之间的关系

本次发行募集资金投资项目符合公司主营业务的发展方向，将主要用于供应链体系交付网络建设、数字化运营平台建设项目，致力于打造强大、完善的供应链体系以及全面、高效的数字化运营平台，募集资金投资项目的建成将有助于提高公司的整体业务承载能力、仓储物流能力、交付服务能力和管理决策效率等，对公司主营业务发展提供强有力的支持，实现公司运营效率提升及成本降低，并进一步拓宽公司业务发展方向，巩固并提高公司的核心竞争力。

本次募集资金投资项目与公司主营业务、技术的关系如下：

（1）供应链体系交付网络建设

本项目将新建五大中心仓、20个省级仓，并配置263个前置云仓，以组建完善的供应链体系交付网络。其中，以常熟、重庆、东莞、长春、郑州五地的中心仓为各大区域核心仓储、配送中心，以省级仓为各主要省域仓储物流节点，

对合作商仓储进行信息化改造作为前置合作云仓。中心仓、省级仓、前置云仓共同组成公司三级仓储系统，在此基础上整合供应商资源，以实现更大规模、更广覆盖的商品集中采购、集中分发、本地化配送的完整供应链体系，将有效降低公司采购成本、保障交付商品质量，增强公司主营业务盈利能力。

（2）数字化运营平台建设项目

该项目是对公司前中后端信息系统的全面升级，一是采购基础资源，对信息系统容量、处理能力、应急备份能力、系统安全保障等各方面进行升级，服务于公司不断扩大的业务规模、扩张的业务形态、持续完善的供应链体系；二是通过数字化交易平台的升级，提升公司对政企客户的服务能力、服务效率，增强客户体验，助力 MRO、员工福利等重点市场的开拓，并为赋能合作商、搭建完整供应链体系、参与产业互联网建设提供数字化信息系统的支持；三是通过数字化核心系统、数字化能力平台的建设，提高中后台信息系统的能力及使用效率，降低公司运营成本，提升管理效能。

5、公司董事会对本次募集资金投资项目的意见

公司本次拟投资项目均经过董事会讨论，董事会全体成员一致认为：本次募集资金投资项目符合国家产业政策和公司发展战略，具有较好的市场前景和盈利能力，对于实现公司未来发展目标具有关键作用。

6、募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目将围绕公司主营业务展开，由公司自主实施，实施后不会新增构成重大不利影响的同业竞争或者对本公司的独立性产生不利影响。

（二）项目投资背景

1、行业处于快速发展阶段

近年来，在国民经济发展、经济转型升级、企业更加注重办公环境和员工关怀等因素驱动下，办公物资市场规模稳步增长。放眼未来，国内经济仍有较高的增长潜力，产业结构存在加速转型升级的趋势，我国人均办公物资消费量仍有较大增长空间，办公物资市场规模将维持较高速度的增长。预期到 2025 年，大办公物资市场规模将达到 6 万亿元。

当前，大型政企客户办公物资数字化集中采购市场已初具规模，随着政企客户办公物资需求增长、企业数字化集采覆盖率提升、纳入数字化集采的商品品类增加，我国办公物资 B2B 直销行业仍将拥有较长的快速发展时期。首先，目前为止，进行办公物资电商化采购的央企仅占有所有央企的三分之一，未来，在政策推动、降本增效需求的驱使下，剩余三分之二的央企、大量的国有企业以及其他大型企业很有可能将陆续实施办公物资电商化采购。其次，随着大型企业或机构在员工关怀、职工福利、改善办公环境方面的需求继续增长，在工业、户外办公中所频繁使用到的 MRO 产品更多进入数字化集采范围，纳入数字化集中采购的产品类型将更加多样。此外，在数字化采购方面，中小微企业由于单一企业采购量低、采购需求分散，数字化采购渗透率较低，未来随着 B2B 交付网络的完善和数字化采购成本的下降，办公物资 B2B 直销模式有望进入中小微企业市场。

2、行业存在降低流通成本的需求

当前，我国经济循环中存在商品流通成本高、效率低的问题，主要原因包括流通环节繁杂、流通层级多、流通链条长、信息不透明、主体规模小等。就办公物资流通行业而言，行业存在“长链多端、多交易主体、多使用主体、多决策主体”的特点，行业流通成本居高不下，急需通过对行业全链条进行数字化改造、实现供应链整合以降低流通成本。

2017 年，国务院便发布《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》，提出要以提高流通现代化水平为重点任务之一，引导传统流通企业向供应链服务企业转型。2022 年 3 月，《中共中央、国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》亦提出“促进现代流通体系建设，降低全社会流通成本”。以数字化技术赋能市场主体、打造智能供应链体系、线上线下融合，进而建设产业互联网以打通行业上下游的信息壁垒、实现行业资源整合，是降低流通成本的重要手段。办公物资 B2B 直销正是利用以上手段降低办公物资行业流通成本的初步体现，未来，办公物资 B2B 直销应当进一步升级为办公物资产业互联网，覆盖到更多的大型企业和更广阔的中小企业市场。已建立行业先发优势的企业应当以整合供应链、压缩流通链条、建设现代化商贸流通企业为目标，进而参与甚至主导办公物资行业产业互联网的建设。

3、行业存在市场整合、集中度适度提升的发展趋势

从欧美发达国家市场和国内其他商品流通市场的发展过程来看，商贸流通行业在经过群雄逐鹿的发展阶段后，将进入头部企业整合市场、集中度适度提升的新阶段，办公物资流通行业也将面临这一发展趋势。经过多年的发展，各个企业的综合实力已经过一段时间的市场检验，行业信息不对称的局面已初步缓解，现阶段主要面向大型政企客户市场的办公物资 B2B 直销行业已形成以晨光股份、得力集团、齐心集团、欧菲斯、京东为第一梯队，十余家企业争相发展的竞争格局，而依靠更多的中标项目履历、更强的交付能力，行业主要企业已经在竞争中占据较大的优势。

未来，在大型政企客户数字化集中采购市场进一步扩大、中小企业 B2B 直销市场亟待开发的同时，行业主要企业之间的竞争也将更加激烈，行业存在市场集中度提升的发展趋势。行业主要企业中，率先实现更完善供应链体系搭建、更优质数字化信息系统开发的企业将拥有更大的竞争优势，占据更高的市场份额，甚至主导办公物资行业产业互联网的发展。

（三）项目必要性

1、立足当下，抓住行业高增长的机遇，快速提高欧菲斯的业务能力

国家政策引导、企业需求释放、技术普及应用等因素合力驱动下，办公物资 B2B 直销行业正处于快速成长期。办公物资 B2B 直销领域已形成了包括欧菲斯在内的一批竞争力较强的企业。未来，行业内的主要企业有望继续巩固其竞争优势，并取得更大的市场份额。行业高速增长、业务向头部集中，迫切需要发行人提高现时的业务能力，更好的服务客户，抓住行业高增长的机遇。

交付能力方面，公司虽已初步构建了覆盖全国的供应链网络，但各地区业务单元较为独立，为了保证交付的及时性，一般选择本地区采购，并自行组织仓储、配送。公司拟实施供应链体系交付网络建设项目，完善各区域内商品采购、调拨、配送等职能，力争形成覆盖全国的 24 小时订单统一配送能力。同时，大区中心仓、省级共享仓的建立也将有助于大幅增加集采规模，降低子公司、合作商的采购成本、备货压力，此外，子公司、合作商统一从中心仓、省级仓提货，产品的一致性也将更有保障。

信息系统方面，公司现有的信息系统虽然基本可以应对当前的业务需求，甚至在同行业企业中还具有一定的自主研发优势，但面对快速增长的业务规模、日益激烈的市场竞争，仍然需要实施数字化运营平台建设项目，对信息系统进行大幅扩容和深度优化。数字化基础设施方面，公司需要大幅提升网络带宽、增加云服务器容量以提升信息系统整体处理能力，同时在云上灾备、网络防火墙、信息安全服务等方面加强投入，提高信息系统安全性；管理信息系统方面，公司将对核心管理系统 SAP 及公司系统门户进行升级建设，提升各业务部门之间、业务部门与业务支持部门之间的协作水平，增强决策层对公司整体运营的掌控能力，降低公司运营成本；业务运营支持系统方面，公司将建立数字化商品中心、数字化交易中心、数字化用户中心等能力平台，通过全方位的数据收集、数据分析，支撑客户运营、业务运营、产品运营、内容运营，辅助经营分析、业务决策分析；业务前端，公司将对合约平台、批发购、企业购、MRO 商城进行深度优化，以提升客户使用体验。

2、放眼未来，有效提高欧菲斯数字化水平，实现更全面的供应链整合，构建核心竞争力，获得长期发展动力

在办公物资 B2B 直销模式初步覆盖的大型政企客户市场，数字化集中采购已经在客户降本增效、降低物资采购成本方面发挥一定的积极作用，“优势产品集中采购备货、自主加合作商仓配”的模式也成功解决了办公物资流通行业的部分问题，实现了一定程度的供应链整合。但由于合作商的采购、仓配体系相对独立，厂商、B2B 直销企业、合作商以及其他中小经营单位之间的有效协作尚未完全建立，供应链整合仍有较大的发展空间，政企客户降本增效水平有望进一步提高。从整个办公物资流通行业来看，交易层级多、交易规模散、流通链条长的问题依旧存在，在数字化采购模式尚未渗透的中小企业市场尤为明显，而现阶段的 B2B 直销模式尚无法有效全面整合供应链、大幅缩短流通链条，降低中小企业办公物资采购成本。

行业需要形成一个更为数字化、一体化的 B2B 交易网络，实现更全面的供应链整合。通过数据标准化、云端协作，提高端到端的信息透明度，将企业自身和合作商甚至是厂商、批发商的仓配、供应能力协同，借助云计算、大数据等技术实现精准决策，从客户需求、商品部署、物流服务、厂商供应等环节实

现产业全链路的数字化、智能化升级。

公司拟通过供应链体系交付网络建设项目、数字化运营平台建设项目两个项目的建设，在交付网络数字化、连接产业上下游、全面整合供应链方面展开布局，有望在办公物资 B2B 直销行业数字化深入发展、供应链深度整合、B2B 模式扩散至中小企业市场的长期发展前景中，构建核心竞争力，占据先发优势，获得长期发展动力。

具体而言，在供应链体系交付网络建设项目中，公司将建设大区中心仓、省级共享仓，强化对子公司、合作商的库存部署能力；同时，公司将逐步展开对合作商的数字化赋能工作，将公司自主开发的 WMS 系统、TMS 系统向合作商开放，提高合作商仓配管理的数字化水平，打通公司与合作商之间的仓库资源、库存资源、物流资源。在数字化运营平台建设项目中，公司将大幅提高数据采集、处理、分析能力，为公司交付网络的数字化、智能化提供进一步的技术支持。

未来，公司还可以将仓配体系、数字化业务平台向行业内其他中小供应商开放，缩短整个行业的流通链条，降低行业流通成本，积极参与办公物资产业互联网的建设。

（四）项目可行性

1、项目符合国家政策鼓励发展方向

数字化、一站式为核心的物资采购新模式受到政策支持而得以快速发展。智能仓储协同交付体系作为 B2B 数字供应链中最重要的环节，也在国家出台的多项政策中得到大力倡导。

2021 年 8 月，商务部等 9 部门联合制定了《商贸物流高质量发展专项行动计划（2021-2025 年）》，提出推动 5G、大数据、物联网、人工智能等现代信息技术与商贸物流全场景融合应用，提升商贸物流全流程、全要素资源数字化水平。未来，鼓励本行业数字化发展的政策支持有望进一步深化，保障商贸物流基础设施用地需求，鼓励有条件的地方政府加大财政支持力度，引导社会资金投入商贸物流高质量发展项目建设。

2、欧菲斯具有强大的供应链人才团队及供应商合作基础

欧菲斯经过多年的耕耘，已初步打造出了一支专业、高效的供应链管理服务团队以满足公司业务发展的需要，包括采购、仓储、物流、技术开发等在内的供应链管理服务人员近 700 人，为全国供应链体系交付网络建设项目的实施积累了丰富的丰富的人才储备。

欧菲斯目前经营的产品类别覆盖办公物资的主要品类，以及员工福利、MRO 的部分品类，共约 40 个商品类别，近 50 万个 SKU。公司在多年的经营过程中累积了大量的厂商、批发商渠道，全国供应链体系交付网络建设项目实施后，可以对供应商资源进行有效的整合、优化。

3、欧菲斯办公物资、员工福利、MRO 三大业务线共享供应链资源

欧菲斯成立以来，一直致力于构建由数字平台、交付网络和数据资源驱动的数字化采购服务能力。具体业务层面，欧菲斯在办公物资的基础上陆续启动了 MRO、员工福利两大业务线，未来 3-5 年内，两条新业务线将成为继办公物资之后的重要增长源和利润源。

办公物资、员工福利、MRO 三大业务线共享客户群体、平台系统、交付网络，具有很好的协同效应，为未来供应链体系交付网络产能利用提供了充足的订单保障。

（五）募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金投资项目与公司现有的主营业务紧密相关，有利于巩固公司的市场地位，强化和拓展公司的核心竞争力，提高公司的盈利水平，因此，募集资金投资项目的实施，将对本公司的财务状况和经营成果产生积极的影响。

1、对净资产和每股净资产的影响

本次发行后，公司的净资产总额和每股净资产将大幅提高，有助于优化公司的财务结构，提高公司的抗风险能力。

2、对资产负债率和资本结构的影响

本次发行后，公司的资产负债率将有一定幅度的下降，可以有效降低公司的财务风险，增强公司的后续融资能力。

3、对净资产收益率和盈利水平的影响

本次发行募集资金到位后，公司的净资产规模将得到较大规模的提高，由于募集资金投资项目需要建设周期，在项目效益充分发挥前，公司的净资产收益率会有一定幅度的下降。但随着募集资金投资项目的实施完成以及对公司业务能力提升作用的逐步显现，公司的净资产收益率将会稳步提高，并维持在合理水平。

4、新增折旧摊销对发行人未来经营成果的影响

本次募集资金投资项目实施完成后，公司固定资产、无形资产有较大幅度增加，每年新增折旧、摊销相应增加，在本次募集资金投资项目尚未完全建成并投入使用的情况下，新增固定资产、无形资产产生的折旧、摊销对当期利润会有一定的负面影响。本次募集资金投资项目在建设完成后将有助于提高公司的数字化运营能力、交付服务能力、整体业务承载能力、管理决策效率等，对公司后续的发展也会形成长期支撑，随着公司业务规模持续快速的扩张，募投项目效益将会逐步显现。

二、公司发展战略规划

（一）公司的总体发展战略

随着数字化技术及数字化经济的高速发展及相关政策的大力推动，政企客户的数字化采购市场份额将会保持长期持续增长。为了更好的顺应市场发展趋势，提升竞争优势和市场份额，公司总体发展战略将持续聚焦政企客户阳光化、数字化、一体化物资采购，帮助政企客户实现更加阳光、透明、合规的采购管理，助力央国企降本增效。在保障办公物资品类销售收入增长的基础上，大力发展 MRO、企业员工福利业务，打造“三轮驱动”的业务发展动力。

同时，凭借多年的行业资源积累和先发优势，公司将持续提升数字化运营能力，以技术为驱动打造行业数字供应链、智能仓储等基础设施，进而达成欧菲斯由“数字化采购”向“数字化供应链”升级的发展战略，为在非生产性物资产业互联网中占据先发地位奠定良好的基础。

为达成公司的长期战略目标，公司的主要经营策略是：

1、加大业务拓展力度，建立欧菲斯城市运营中心，全面拓展政府、央企、

国企、院校、医院以及大型金融机构、民企、外企的数字化采购市场。

2、加大 MRO 和员工福利数字化采购市场的投入，扩展数字化采购的服务生态。

3、提升数字化供应链能力，充分整合公司的全国商品集采、省级商品集采能力，构建全国三级云仓的智能仓储交付网络，赋能子公司、合作商，降低交付成本并提升效能。

4、加大技术投入，以技术驱动全链路、全场景的数字化转型，提升行业商品流转效能，推出欧菲斯云战略，全面连接和赋能行业上下游，进而推动整个企业非生产性物资采销行业数字化转型。

（二）未来两年的具体发展规划

根据公司的总体发展战略，为充分抓住政企物资数字化采购高速发展、头部 B2B 直销供应商集中的机遇，未来两年，公司将以大型政企客户的办公物资数字化集中采购为主要的业务切入口，大力发展 MRO 工业品和企业员工福利板块业务，保持公司作为国内领先的 B2B 物资采购电商供应商的市场地位，实现业绩的稳步增长。公司将通过加强全国供应链集采和省级供应链的整合，结合全国三级云仓的升级构建，提升订单的交付效能和降低交付成本。

同时，公司将进一步建设精细化的数据运营能力和用户运营能力，提升中标项目的订单业绩占比和客户满意度。此外，公司将持续加大技术投入，并将公司自研的数字化产品及全场景的数字化采购解决方案开放给行业的上、下游，真正推动全产业链路的协同效能。

公司将采取的具体措施如下：

1、持续发力大客户项目运营及入围

公司以大客户管理中心为主体，全面整合公司的业务拓展管理及中标项目的运营管理，持续聚集提升行业客户覆盖率、项目占有率，提升客户满意度。

（1）提高入围项目占有率

为实现在项目端进行集团一体化管理，公司计划对营销部门进行整合，提升连接整合资源的能力，以项目为抓手，整合内外部资源，为入围项目、平台

端业务做好服务。公司将进一步提升对总部各部门及子公司直销团队的统筹，根据行业的特性构建相匹配的产品、营销、履约、售后资源，赋能各级交付团队，进行资源的输出和再优化，进而提高中标项目占有率。

（2）持续提升行业客户覆盖率

面对央国企采购数字化改革的大势，在服务好现有客户、提高复购率的基础上，公司将对未覆盖的大客户持续开拓。公司大客户拓展团队将国企客户开发作为未来三年的重点工作，并在全集团一体化的营销管理推动下，通过对所有分支机构的帮扶、考核机制，持续提升对央国企客户的覆盖率。

2、大力推进 MRO、企业员工福利市场的拓展

借助办公领域积累的终端客户资源、数字化能力、物流仓储网络、底层的信息化能力，公司将大力开发 MRO、企业员工福利市场，使 MRO、员工福利成为公司业绩增长的重要板块。

（1）MRO

欧菲斯将打造一批具有 MRO 专业知识能力的售前售后工程师团队进行专业的客户拓展、深挖与解决方案的输出，加大服务力度。针对于 MRO 传统线下交易是基于信息差和专业度服务差异来盈利的特点，欧菲斯会着重在 MRO 标准化商品模型方面搭建专业的专家团，制定基于商品呈现、交易、流转、应用与营销的商品画像，协助客户实现 MRO 采购标准化、线上化与透明化。

（2）企业员工福利

公司自 2017 年成立福分通运营团队，一直致力于福利行业全产业链资源及产品技术的融合，借助于公司的数字化运营能力及供应链，为各类型政企客户提供福利的一站式数字化采购解决方案。

福分通项目发展目标是，依托公司的行业资源沉淀及覆盖全国的销售网络，不断丰富平台应用场景，大力推进福利相关供应链资源整合，提升订单的仓储分拣效率，致力于构建一个技术加供应链服务双轮驱动，全量全场景全链接的数字化福利平台。

3、增强供应链整合能力，持续完善交付网络

经过多年发展，公司已经搭建起较为完善的全国交付服务网络体系。为了

适应公司业务发展需求，公司将进一步提升自身供应链整合能力，完善全国性交付服务网络，按照区域横向和行业纵向分阶段、分时期完善合作商体系，从而构建起区域合作商核心架构，同时强化行业线合作商考核，实现交付网络的不断进化。

（1）加大全国城市运营中心的建设投入

公司拟增建多个城市运营中心，并以城市运营中心为轴心，全面推进公司战略在区域城市的工作，同时将区域合作商的管理能力和赋能能力集中化，使属地化合作商体系的数字化能力成长更快、效率更高，进一步提高政企客户对公司的认知，从而拓宽数字化采购的行业线及市场份额。

（2）加强合作商体系精细化管理及赋能

公司将全面推动合作商体系一体化，结合严格的考核体系及强大的培训体系，形成的合作商精细化管理，公司将通过信息化管理及电商化经营方式对合作商体系的订单流、交付过程及签收结果等进行全程跟踪和监控，让整个交付服务体系可视化、在线化和数字化。同时，公司将自身的供应链能力、智能仓储能力、信息技术能力及品牌能力等下沉到区域合作商体系中，形成全链路、全流程、全场景的闭环循环生态服务体系。

（3）加强优质合作商的拓展

对行业内潜在优质合作商进一步挖掘和开拓，在核心项目上建立较强的合作管理。同时，多维度、多领域开辟和建设一批具有专业产品属性和行业特性的合作商体系，如 MRO、礼品等，通过对交付体系的增补和强化，可以大大提高在某些细分领域的突破和成长，同时终端客户对于本公司的专业能力和行业认知将上升，也进一步提高公司的盈利能力。

4、搭建三位一体的数字化供应链体系

依托欧菲斯多年扎根于办公物资行业的深厚底蕴，全面推进“人、货、场”的数字化建设，引领行业升级率先推进三位一体的数字化转型，为行业赋能，为大型客户创造更加便利更加高效的服务体验。

（1）采销管理的数字化全链路运营

公司将依托自研开发的 SCS 管理系统，实现合作商加供应商和采销的权限

分级管理，从供应商和商品的创建、审核、新增、修改、价格调整、库存维护、物流跟进及售后以及财务结算等全流程均可实现在线化操作，并通过大数据看板实现客户需求及商品库存的提前预测和智能分析，对公司内部外部各环节效率提升将起到巨大作用。

（2）产品品类数字化全覆盖

当前欧菲斯已形成 6 个品类、近 40 个商品类别、近 50 万 SKU 的商品库。下一步，公司将继续实施产品数字化工作，以极致单品、行业爆品以及差异化产品的拓展为核心，储备数百万可用 SKU 以及数万爆款热销 SKU。

（3）仓储物流的数字化建设

公司将建立三级智能仓配体系，依托物流基建网、技术支持、大数据服务，为行业客户提供全方位的综合供应链服务。公司通过自建区域中心仓和省级仓及三级前置云仓，将供应商、平台方、批发商的仓配能力协同起来，配合末端网点专业服务，实现区域调拨、仓间调拨、层级间调拨、逆向物流等的仓储、运输、配送、客服、售后正逆向物流一体化。

未来两年，公司将建立五个一级区域中心仓，在原有的 11 个二级省级仓的基础上，科学部署新增 20 个省级仓，利用信息系统对三级前置云仓进行改造。

（三）拟定上述计划所依据的假设条件

公司拟定上述计划所依据的主要假设条件为：

- 1、国家宏观政治、经济、法律和社会环境等，以及公司所在行业及相关领域的国家政策没有发生不利于公司经营活动的重大变化；
- 2、本次公司股票发行上市能够成功，募集资金能够顺利到位；
- 3、公司能够保持现有管理团队、业务团队的稳定；
- 4、不会发生对公司正常经营造成重大不利影响的突发性事件和其它不可抗力因素。

（四）实施上述计划将面临的主要困难

在实施上述计划时，本公司面临着公司内部管理制度的调整能否适应公司快速发展的要求；能否建立稳定的融资渠道等不确定因素。在资产规模、生产

规模、销售规模、人员规模等快速发展的背景之下，公司在发展战略、资金统筹、组织安排、管理模式、内部控制、人才引进、市场拓展等方面都将面临着更大的挑战。

（五）公司业务发展计划与现有业务的关系

公司业务发展计划是在公司现有业务的基础上，按照公司发展战略和经营目标而制定的。发展计划是对公司现有业务的巩固、夯实、扩展和提升，发展计划的实施，将进一步强化公司主营业务，全面提升公司核心竞争力。

第八节 公司治理与独立性

一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》《证券法》等法律法规和《公司章程》的规定，逐步建立健全了规范的公司治理机构，建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。

截至本招股说明书签署日，公司建立了符合上市公司治理规范性要求的《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理制度》《总经理工作细则》《独立董事工作制度》等相关工作制度和内部控制制度，并建立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会。

上述机构及人员均按照《公司法》等相关法律法规、《公司章程》及各议事规则的规定行使职权和履行义务。

参照公司治理相关法律法规的标准，公司管理层认为公司在公司治理方面不存在重大缺陷。

二、公司管理层对内部控制的自我评估意见及注册会计师的鉴证意见

（一）发行人管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层认为，根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，公司内部控制于 2022 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

申报会计师对公司的内部控制有效性进行了审核，并出具了天健审〔2023〕8-348 号《关于欧菲斯集团股份有限公司内部控制的鉴证报告》，报告的结论性意见为：“我们认为，公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2022 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”

（三）报告期内内控不规范的整改情况

报告期内，公司存在内控不规范的情况，具体情况如下：

1、关联方资金占用情况

报告期内，公司存在关联方资金拆借。上述事项参见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“七、（二）、3、（2）关联方资金拆借”所述。

关联方资金占用事项已于 2022 年末全面停止，相关资金及利息已全部转回公司自有银行账户，公司已履行了内部决策程序，独立董事已发表独立意见。

2、第三方回款情况

报告期内，公司存在第三方回款事项。上述事项参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（二）、7、第三方回款情况”所述。

针对自身第三方回款的特点与商业原因，公司制定了较为完善的内部控制制度，发布了《第三方回款管理办法（2021 年）》《第三方回款分类认定操作指南》《关于执行第三方回款问题解决方案的通知》等内部控制文件，组织业务、财务部分相关人员对此类制度进行了认真学习。同时，公司加强信息管理系统建设，通过 T3 收款系统对第三方回款客户进行有效识别和管理，加强了此类内控风险事项的管控力度。

报告期内，公司各类第三方回款情形均具有合理的商业背景，不存在重大经营风险，针对第三方回款已制定了较为完善的内部控制措施，业已得到有效执行。

3、员工个人账户代收货款、代付采购款情况

报告期内，公司存在使用员工个人账户代收货款、代付采购款事项。上述事项参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（二）、9、员工个人账户代收货款、代付采购款情况”所述。

报告期内，公司通过员工个人账户代收货款、代付采购款的金额逐年降低，为避免此类内控不规范情况的发生，公司制定并发布了《关于禁止员工个人代收公司款项的通知》《关于规范公司代付款项的通知》等规定，严格禁止使用员工个人账户向供应商或合作商支付商品采购款、服务采购款、押金保证金等

款项，审计截止日后，公司已不存在通过员工个人账户代付采购款的情形。同时，公司通过开通企业微信等方式规范零星收款渠道，审计截止日后，已不存在通过员工个人账户代为收款的情形。

公司及其实际控制人承诺以后不再发生类似情况，实际控制人对于代收代付款项可能引起的损失承担相应责任。

4、现金交易情况

报告期内，公司存在现金交易事项。上述事项参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（二）、8、现金交易情况”所述。

报告期内，现金交易情况对公司业务经营未构成重大影响。针对现金交易情形，公司制定了《库存现金管理办法》对相关现金交易事项进行全面规范，建立了有效的现金交易相关内部控制制度。

综上所述，上述内控不规范情况不存在损害公司及其股东合法权益的情形，不存在后续影响和重大风险隐患，不属于主观故意或恶意行为且未构成重大违法违规，不构成对内控有效性的重大不利影响。

除上述事项外，报告期内，公司不存在其他内控严重不规范的情况，审计截止日后，公司未再出现上述财务内控不规范或不能有效执行情形。申报会计师已出具《内部控制鉴证报告》（天健审〔2023〕8-348号），认为欧菲斯按照《企业内部控制基本规范》和相关规定于2022年12月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

三、公司报告期内违法违规情况说明

报告期内，公司及子公司受到的行政处罚情况如下：

序号	被处罚主体	处罚机关	处罚时间	处罚原因	主要处罚依据	处罚情况	不构成重大违法违规行为原因分析
1	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司渝北店	国家税务总局重庆市渝北区税务局双龙湖税务所	2020年4月	未按期办理纳税申报	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款100元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
2	欧菲斯办公伙伴重庆有限公司沙坪坝西永店	国家税务总局重庆西永综合保税区税务局第二税务所	2020年3月	未按期办理纳税申报	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款100元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。

3	南京子公司	国家税务总局南京市玄武区税务局	2020年4月	丢失发票	《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条	罚款250元	该处罚不属于《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第一款规定的“处1万元以上3万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
4	南京子公司	国家税务总局南京市玄武区税务局	2020年8月	丢失发票	《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条	罚款200元	该处罚不属于《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第一款规定的“处1万元以上3万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
5	南京子公司	国家税务总局南京市玄武区税务局	2020年10月	丢失发票	《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条	罚款100元	该处罚不属于《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第一款规定的“处1万元以上3万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
6	南京子公司	国家税务总局南京市玄武区税务局	2020年12月	丢失发票	《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条	罚款100元	该处罚不属于《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第一款规定的“处1万元以上3万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
7	广东办公伙伴商贸有限公司东莞东城主山分公司	国家税务总局东莞市税务局东城税务分局	2020年6月	未按期办理纳税申报	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款2,000元	国家税务总局东莞市税务局东城税务分局已在《涉税信息查询结果告知书》中明确该违法行为为“一般违法行为”。
8	广东办公伙伴商贸有限公司大岭山分公司	国家税务总局东莞市税务局大岭山税务分局	2020年8月	未按期办理纳税申报	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款2,000元	国家税务总局东莞市税务局大岭山税务分局已在《涉税征信证明》中明确该违法行为为“一般违法行为”，不属于重大违法行为。
9	广东办公伙伴商贸有限公司寮步分公司	国家税务总局东莞市税务局寮步税务分局	2020年8月	未按期办理纳税申报	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款2,000元	国家税务总局东莞市税务局寮步税务分局已在《涉税信息查询结果告知书》中明确该违法行为为“一般违法行为”。
10	山东子公司烟台分公司	国家税务总局烟台经济开发区税务局第一税务所	2020年5月	未按期办理纳税申报（2019年7月1日至2019年9月30日）	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款500元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
11	山东子公司烟台分公司	国家税务总局烟台经济开发区税务局第一税务所	2020年5月	未按期办理纳税申报（2019年10月1日至2019年12月31日）	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款500元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
12	宁波子公司翠柏分公司	宁波市海曙区市场监督管理局	2021年12月	销售质量不合格产品	《中华人民共和国产品质量法》第五十条	责令停止销售不合格“思高”强力变色固态胶棒；没收不合格“思高”强力变色固态胶棒4个；没收违法所得5.6元；罚款36元	1、《行政处罚决定书》（甬海市监处罚〔2021〕824号）认定宁波子公司翠柏分公司积极配合调查，违法所得较少，根据《宁波市行政处罚自由裁量权行使规则》第十一条第（五）项的规定，决定予以从轻处罚。 2、宁波海曙区市场监督管理局已出具证明，明确前述违法属于“一般违法行为”。
13	宁波子公司翠柏分公司	宁波市海曙区市场监督管理局	2022年12月	购进二类医疗器械（口罩）却无法提供供应商资	《中华人民共和国医疗器械监督管理条例》第八	警告	1、宁波子公司翠柏分公司仅受到“警告”，未被处以责令停产停业等《中华人民共和国医疗器械监督管理条例》第

				质证明和进货查验记录	十九条		八十九条适用于“情节严重”的处罚措施。 2、宁波海曙区市场监督管理局已出具证明，明确前述违法不属于重大违法行为。
14	贵州子公司	贵阳市南明区税务局	2022年5月	未按期进行资料报送	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款 200 元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
15	安徽子公司	蚌埠市淮上区税务局	2022年5月	未按期办理纳税申报（2019年10月1日至2019年10月31日）	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款 50 元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
16	安徽子公司	蚌埠市淮上区税务局	2022年5月	未按期办理纳税申报（2019年12月1日至2019年12月31日）	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款 50 元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
17	黑龙江子公司	哈尔滨市南岗区税务局	2022年6月	未按期办理纳税申报（2019年8月1日至2019年8月31日）	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款 200 元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
18	工品公司	重庆市渝中区税务局	2022年5月	未按期办理纳税申报（2019年10月1日至2019年12月31日）	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款 100 元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。
19	常熟子公司	国家税务总局常熟市税务局第一税务分局	2022年11月	未按期办理个人所得税（工资薪金所得）纳税申报	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条	罚款 50 元	该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的“处二千元以上一万元以下的罚款”的情节严重情形，不构成重大违法违规。

报告期内，除上述行政处罚外，公司及子公司不存在其他被行政处罚的情形。报告期内，公司及子公司不存在重大违法违规行为，亦不存在被国家行政机关和行业主管部门重大处罚的情况。

四、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

（一）资金占用情况

报告期内，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间发生的资金往来情况参见本节之“七、（二）、3、（2）关联方资金拆借”。除上述资金拆借外，公司报告期内不存在其他资金占用情形。

为整改和杜绝资金占用问题，2020年12月21日，公司创立大会审议通过了《防范控股股东及关联方占用公司资金制度》，该制度对有偿或无偿地拆借公司的资金给控股股东及其他关联方使用、代偿债务等资金占用形式进行了明

文禁止，截至本招股说明书签署日，公司已建立有效的资金管理制度，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）对外担保情况

报告期内，除为合并报表范围内主体相关债务的履行提供担保外，公司及子公司不存在对外担保的情形。

五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司具有独立、完整的业务体系，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有直接面向市场独立自主经营的能力。

（一）资产独立

公司具备与其日常经营有关的完整资产，合法拥有与日常经营有关的房屋、仓储、物流设备、必需的经营资质、注册商标的所有权或使用权；公司的资产与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资产界定明确且划分清晰，公司的资产独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，截至本招股说明书签署日，不存在公司股东及其他关联方占用公司资金、资产或其他资源的情形。

（二）人员独立

公司建立了独立、完整的劳动用工、人事及工资管理体系，公司与员工依法签署《劳动合同》，公司员工与控股股东、实际控制人及其控制的企业完全分离。

公司的董事、监事、总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人等高级管理人员的任职，均按照《公司法》《公司章程》规定的程序选举或聘任。公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人等全部高级管理人员未在实际控制人控制的其他企业领取薪酬，不存在在控股股东、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的情形；公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人控制的其他企业兼职的情形。

（三）财务独立

公司已设立独立的财务部门并配备独立的财务人员，建立了独立、完整财务核算体系和规范的财务管理制度，公司能够独立作出财务决策。公司财务不存在被控股股东、实际控制人干预的情况，公司独立开设银行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户，公司作为独立纳税义务人，依法独立申报和缴纳各项税款。

（四）机构独立

公司已经按照《公司法》《公司章程》的规定设立了股东大会、董事会、监事会法人治理结构和内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，公司根据经营发展需要建立相应部门，各职能部门职能明确、权责清晰。公司拥有自己独立的经营场所，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司自主开展经营活动，具有独立的供应和销售业务体系并以自己的名义独立开展业务和签订各项业务合同，具有直接面向市场独立经营的能力；公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行产品销售或者采购的情况，不存在显失公平的关联交易。截至本招股说明书签署日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定性

自成立以来，公司主营业务始终为数字化商贸，核心业务是面向大型政企客户的办公物资 B2B 直销。最近三年，公司 B2B 直销业务各年占比均在 80% 以上，主营业务收入稳步增长，经营情况稳定，没有发生重大不利变化。

最近三年，公司始终由王立金等九人共同控制，控制权未发生变更，实际控制人未变更。公司股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

最近三年，公司董事、高级管理人员不存在重大不利变化。

（七）发行人不存在主要资产、商标有重大权属纠纷、重大偿债风险、重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生重大变化等对持续经营有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司主要资产、商标权属清晰，不存在重大纠纷或潜在纠纷。报告期内，公司负债主要以应付账款、应付票据、合同负债、租赁负债等经营性负债为主，不存在重大偿债风险。

报告期内，公司不存在对主营业务经营有重大影响的担保、诉讼、仲裁等或有事项。公司与康德实业的诉讼情况请参见本招股说明书“第十节 其他重要事项”之“三、（一）公司的重大诉讼和仲裁事项”，但该诉讼对公司经营没有重大影响。

截至本招股说明书签署日，公司外部政策环境、经营环境稳定，不存在已经或将要发生重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，公司控股股东一号中心除控制发行人外，未控制其他企业。除发行人及子公司外，公司实际控制人共同或单独控制的其他企业如下：

序号	企业名称	主营业务	关联关系
1	新欧菲斯	无实际经营业务，间接持股并控制欧菲斯集团	实际控制人共同控制的企业
2	一号中心	无实际经营业务，直接持股并控制欧菲斯集团	实际控制人通过新欧菲斯共同控制的企业
3	二号中心	无实际经营业务，直接持股欧菲斯集团	实际控制人通过新欧菲斯共同控制的企业
4	点动科技及其子公司	信息互动业务；软件和信息技术服务	叶贯强持股 10.21%，通过一致行动协议与陈科斌共同控制的企业
5	苏州线厂	餐饮、烟草经营	吴骏寅控制的企业

（二）发行人与控股股东、实际控制人的近亲属控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人的近亲属控制的企业情况如下：

序号	企业名称	主营业务	关联关系
1	文一集团及其子公司	投资管理、城市更新项目及房地产项目服务；物流运输服务；药品及医疗器械的销售；有色金属及矿石的销售；园区管理服务；停车场服务	叶贯强胞姐叶丽芳及其配偶叶建勋共同控制的企业
2	广东文一科技有限公司	玩具、动漫及游艺用品销售	叶贯强胞姐叶丽芳控制的企业
3	东莞市文一实业有限公司	未实际经营	叶贯强胞姐叶丽芳控制的企业
4	东莞市味力食品有限公司	食品食材的销售	叶贯强胞姐叶彩玲及其配偶王学强共同控制的企业
5	沈阳市欣航星办公用品商行	于 2017 年 6 月被吊销营业执照，无实际业务	安平胞弟安成控制的个体工商户
6	太原龙宇咨询管理有限公司	未实际经营	刘志荣儿子刘振超控制的企业
7	成都环太揽月企业管理有限公司	物业管理，房屋租赁	曾刚配偶徐严菊持有 40% 股权，曾刚胞弟曾雄持有 30% 股权，曾刚胞弟曾伟的配偶田秀英持有 30% 股权的企业
8	宁波市江北森通贸易商行	木材批发业务	戴开岳配偶王志英控制的个体工商户
9	长春市宽城区白山桌球俱乐部	于 2009 年 11 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长顺控制的个体工商户
10	长春市文彩摄影器材有限责任公司	于 2002 年 10 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长顺控制的公司
11	吉林省文彩摄影器材有限公司	于 2002 年 10 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长顺控制的公司
12	吉林省文彩摄影器材礼品有限公司	于 2005 年 10 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长顺控制的公司
13	吉林省亿亿香美容有限公司	于 2012 年 10 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长顺持有 50% 股权并担任执行董事的企业
14	吉林省湘西部落饮食有限公司	于 2017 年 1 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长顺控制的公司
15	吉林省文彩装饰工程有限公司	于 2006 年 10 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长顺控制的公司
16	二道区公园天天烤肉城	于 2010 年 12 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长久控制的个体工商户
17	长春市金岛肥牛饮食有限公司	于 2007 年 11 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长久控制的企业
18	长春康乐宫大戏院	于 2016 年 11 月被吊销营业执照，无实际业务	王长福胞兄王长久控制的企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及实际控制人控制的企业、公司实际控制人的近亲属直接或者间接控制的法人或其他组织未从事

与公司相同、相似的业务，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，也不会因本次发行募集资金的使用而产生同业竞争。

（三）公司控股股东、实际控制人等关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人已出具《关于避免同业竞争的承诺函》，具体参见本招股说明书之“第十二节 附件”之“附件二、九、控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺”。

七、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《深圳证券交易所股票上市规则》和《企业会计准则》等法律、法规及规范性文件的有关规定，截至本招股说明书签署日，公司关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人

（1）发行人的控股股东为一号中心。

（2）发行人的实际控制人为王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳。

2、子公司

截至本招股说明书签署日，公司拥有 46 家全资子公司，系公司的关联方，其基本情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、分公司和参股公司情况”。

3、控股股东、实际控制人直接或者间接控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人外，控股股东、实际控制人直接或者间接控制的其他企业如下：

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	新欧菲斯	王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳合计持有 100.00%股权的企业
2	一号中心	王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳通过新欧菲斯控制的企业

3	二号中心	王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳通过新欧菲斯控制的企业
4	点动科技	叶贯强持股 10.21%，通过一致行动协议与陈科斌共同控制的企业
5	广东点动星宇信息科技有限公司	点动科技控制的企业
6	广州点客孵化器运营管理有限公司	点动科技控制的企业
7	广州互动点金信息科技有限公司	点动科技控制的企业
8	广州点动爱车信息科技有限公司	点动科技控制的企业
9	惠州点动信息科技有限公司	点动科技控制的企业
10	广州源宇科技有限公司	点动科技控制的企业
11	服采供应链科技（广东）有限公司	点动科技控制的企业
12	广州点动新媒体科技有限公司	点动科技控制的企业
13	杭州点动星熠科技有限公司	点动科技控制的企业
14	毕节点动信息科技有限公司	点动科技控制的企业
15	江西点动星通信息科技有限公司	点动科技控制的企业
16	苏州线厂	吴骏寅控制的企业

4、实际控制人担任董事、高级管理人员的法人或其他组织

截至本招股说明书签署日，除发行人外，实际控制人担任董事、高级管理人员的法人或其他组织如下：

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	沈阳市沈北新区华泰信息咨询有限公司	安平持有 9.9220%股权并担任董事的企业
2	山西航天工业研究院集团有限公司	刘志荣持有 11.0272%股权并担任董事的企业
3	重庆纯尚商贸有限公司	王立金持有 26.32%股权并担任执行董事的企业
4	上海办公伙伴贸易发展有限公司	何志持有 8.2804%股权并担任董事；吴骏寅持有 8.0716%股权并担任董事；曾刚持有 8.0716%股权并担任董事；王长福持有 6.2443%股权；刘志荣持有 5.2210%股权；吴亮亮的配偶万华持有 3.8641%股权并担任董事；戴开岳持有 3.5606%股权，于 2007 年 5 月被吊销营业执照
5	东莞市零售行业协会	叶贯强担任会长的其他组织

5、直接或间接持有公司 5%以上股份的其他自然人、法人、其他组织及其控制的其他企业

除控股股东、实际控制人之外，持有公司股份 5%以上的其他自然人、法人、其他组织及其控制的其他企业如下：

（1）直接持有公司股份 5%以上的其他自然人、法人、其他组织

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	三号中心	直接持有公司 5.1161%股份的企业

（2）间接持有公司股份 5%以上的其他自然人、法人、其他组织

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	王立芳	通过一号中心间接持有公司 7.8846%股份

6、公司董事、监事、高级管理人员及其控制的或者担任董事、高级管理人员的法人或其他组织

（1）公司董事、监事、高级管理人员

公司的董事、监事、高级管理人员名单参见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“十二、（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。

（2）公司董事、监事、高级管理人员直接或间接控制的或者担任董事、高级管理人员的法人或其他组织

①除发行人及其子公司之外，公司董事、监事、高级管理人员（除实际控制人外）直接或间接控制的法人或其他组织

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	重庆逸洲商务服务有限公司	钟圆双与其配偶刘亦扬共同控制的企业
2	重庆心梦境动漫设计有限公司	孙玉旺与其配偶陈颖共同控制的企业
3	重庆聚禾财务咨询有限公司	孙玉旺持有 50%股权并担任监事的企业

②除发行人及其子公司之外，公司董事、监事、高级管理人员（除实际控制人外）担任董事、高级管理人员的法人或其他组织

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	天宝动物营养科技股份有限公司	许翔担任董事的企业
2	云南杨丽萍文化传播股份有限公司	许翔担任副董事长的企业
3	广西桂深红土创业投资有限公司	许翔担任董事兼总经理的企业

4	四川润兆渔业有限公司	许翔担任董事的企业
5	昆明嘉和科技股份有限公司	许翔担任董事的企业
6	南宁红土邕深创业投资有限公司	许翔担任董事长兼财务负责人的企业
7	成都工投红土创新投资有限公司	许翔担任董事长兼总经理的企业
8	成都红土创新投资管理有限公司	许翔担任董事长兼总经理的企业
9	深圳市普乐方文化科技股份有限公司	许翔担任董事的企业
10	贵州红土创业投资有限公司	许翔担任董事的企业
11	重庆西永创新投资有限公司	许翔担任董事兼总经理的企业
12	成都创新投资管理有限公司	许翔担任总经理的企业
13	云南红土创业投资有限责任公司	许翔担任董事长兼总经理的企业
14	云南无线数字电视文化传媒股份有限公司	许翔担任董事的企业
15	德蓝水技术股份有限公司	许翔担任董事的企业
16	重庆市园林建筑工程（集团）股份有限公司	许翔担任董事的企业
17	重庆大唐测控技术有限公司	许翔担任董事的企业
18	四川饭扫光食品集团股份有限公司	许翔担任董事的企业
19	重庆网泰科技有限公司	许翔担任董事长兼总经理的企业
20	重庆蓝牙三泰电子技术发展有限公司	许翔担任董事长的企业
21	重庆海浪生物乳业股份有限公司	许翔担任董事的企业
22	成都美尔贝科技股份有限公司	许翔担任董事的企业
23	渝深创富私募股权投资基金管理有限公司	许翔担任董事、廖浩明担任董事兼经理的企业
24	若尔盖青藏文旅文化发展有限公司	许翔担任董事的企业
25	成都红土银科创新投资有限公司	许翔担任董事长的企业
26	广西桂深红土投资管理有限公司	许翔担任总经理的企业
27	成都红土菁科创业投资管理有限公司	许翔担任执行董事兼经理的企业
28	贵州红土创新资本管理有限公司	许翔担任总经理的企业
29	黄山徽之恋文化传播有限公司	许翔担任董事的企业
30	云南杨丽萍影视发展有限公司	许翔担任执行董事兼总经理的企业
31	重庆业如红土股权投资基金管理有限公司	许翔担任董事长兼总经理的企业
32	重庆市紫建电子股份有限公司	许翔担任董事的企业
33	云南红土创新企业管理有限公司	许翔担任董事长兼总经理的企业
34	四川优机实业股份有限公司	许翔担任董事的企业
35	云南滇科涂镀层材料有限公司	许翔担任董事的企业
36	国家电投集团财务有限公司	唐勤华担任董事的企业

37	上海正一科技有限公司	唐勤华持股 25%并担任董事的企业，2007 年 4 月被吊销营业执照
38	上海波仪技术有限公司	上海正一科技有限公司持股 20%且唐勤华担任董事的企业，2007 年 4 月被吊销营业执照

7、直接或间接控制公司的法人的董事、监事及高级管理人员

新欧菲斯通过控制一号中心、二号中心间接控制公司，新欧菲斯的董事、监事、高级管理人员如下：

序号	关联方姓名	在新欧菲斯任职
1	王立金	董事长兼总经理
2	叶贯强	董事
3	曾刚	董事
4	吴亮亮	董事
5	王长福	董事
6	安平	董事
7	戴开岳	监事
8	刘志荣	监事会主席
9	吴骏寅	监事

8、公司控股股东、实际控制人、直接或间接持有公司股份 5%以上自然人、公司董事、监事、高级管理人员的关系密切的家庭成员

公司控股股东、实际控制人、直接或间接持有公司股份 5%以上自然人、公司董事、监事、高级管理人员的关系密切的家庭成员，包括配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母等。

9、公司控股股东、实际控制人、直接或间接持有公司股份 5%以上自然人、公司董事、监事、高级管理人员的关系密切的家庭成员控制的或者担任董事、高级管理人员的法人或其他组织

（1）控股股东、实际控制人、直接或间接持有公司股份 5%以上自然人关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的其他企业如下：

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	广东文一朝阳集团有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳及其配偶叶建勋共同控制的企业

序号	关联方名称/姓名	关联关系
2	东莞市朝阳药业有限公司	文一集团控制的企业
3	东莞市一点动科技有限公司	文一集团控制的企业
4	东莞市红叶商贸有限公司	文一集团控制的企业
5	东莞建大城市更新有限公司	文一集团控制的企业
6	东莞市运通供应链管理有限公司	文一集团控制的企业
7	广东文一科技有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳控制的企业
8	东莞市文一实业有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳控制的企业
9	广东汇店通科技有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳的配偶叶建勋控制的企业
10	东莞市皆利实业投资有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳的配偶叶建勋持有 40% 股权并担任执行董事的企业
11	东莞市文一商住开发有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳的配偶叶建勋担任执行董事兼经理的企业，东莞市皆利实业投资有限公司全资子公司
12	东莞市文一实业投资有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳的配偶叶建勋持有 23.68% 股权并担任执行董事兼经理的企业
13	东莞市华南红利茶叶市场服务管理有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳的配偶叶建勋持有 50% 股权并担任监事的企业
14	青岛西虹视科技有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳的配偶叶建勋担任董事的企业
15	九次方大数据信息集团有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳的配偶叶建勋担任董事的企业
16	广东掌洲岛科技有限公司	叶贯强胞姐叶丽芳的配偶叶建勋担任执行董事兼总经理的企业
17	东莞市味力食品有限公司	叶贯强胞姐叶彩玲及其配偶王学强共同控制的企业
18	沈阳市欣航星办公用品商行	安平胞弟安成控制的个体工商户，于 2017 年 6 月被吊销营业执照
19	太原龙宇咨询管理有限公司	刘志荣的儿子刘振超控制的企业
20	佛山市嘉明铝业有限公司	刘志荣胞妹刘珏荣的配偶刘兆青控制的企业
21	佛山市嘉实铝业有限公司	刘志荣胞妹刘珏荣的配偶刘兆青控制的企业
22	佛山市南海鸿岱金属有限公司	刘志荣胞妹刘珏荣的配偶刘兆青持有 40.5% 股权并担任监事的企业
23	福安药业（集团）股份有限公司	王立芳的配偶汪天祥控制的企业
24	江西顺劲医药有限公司	福安药业控制的企业
25	重庆福爱医药有限责任公司	福安药业控制的企业
26	烟台只楚制药有限公司	福安药业控制的企业
27	宁波天衡医药销售有限公司	福安药业控制的企业
28	福安药业集团宁波天衡制药有限公司	福安药业控制的企业
29	福安药业集团重庆博圣制药有限公司	福安药业控制的企业

序号	关联方名称/姓名	关联关系
30	福安药业集团庆余堂制药有限公司	福安药业控制的企业
31	广安凯特制药有限公司	福安药业控制的企业
32	福安药业集团湖北人民制药有限公司	福安药业控制的企业
33	福安药业集团重庆礼邦药物开发有限公司	福安药业控制的企业
34	重庆生物制品有限公司	福安药业控制的企业
35	福安药业集团重庆凯斯特医药有限公司	福安药业控制的企业
36	烟台沃净环保科技有限公司	福安药业控制的企业
37	上海衡临医药科技有限公司	福安药业控制的企业
38	福安药业集团烟台只楚药业有限公司	福安药业控制的企业
39	Fuan Tianheng(USA),LLC	福安药业控制的企业
40	嘉兴通晟股权投资合伙企业（有限合伙）	福安药业控制的企业
41	澄迈瑞衡健康产业有限公司	福安药业控制的企业
42	福安药业集团重庆三禾兴医药科技有限公司	福安药业控制的企业
43	广州赛康医药科技有限公司	福安药业控制的企业
44	福安药业集团烟台福祥生物医药有限公司	福安药业控制的企业
45	优诺金生物工程（苏州）有限责任公司	王立芳的配偶汪天祥担任董事的企业
46	三亚哈曼酒店管理有限公司	王立芳儿子汪璐控制的企业
47	重庆北部妇产医院有限公司	王立芳儿子汪璐控制的企业
48	重庆博文医院管理有限公司	王立芳儿子汪璐控制的企业
49	重庆亚地酒店管理有限公司	王立芳儿子汪璐控制并担任执行董事的企业
50	邹骊珠	曾刚儿子曾令宏的配偶邹骊珠控制的个体工商户
51	成都鑫龙杰环保科技有限公司	曾刚儿子曾令宏的配偶邹骊珠的父母邹波、郑萍共同控制的企业
52	成都环太揽月企业管理有限公司	曾刚配偶徐严菊持有 40%股权，曾刚胞弟曾雄持有 30%股权，曾刚胞弟曾伟的配偶田秀英持有 30%股权的企业
53	宁波市江北森通贸易商行	戴开岳的配偶王志英控制的个体工商户
54	宁波新诺恒物资有限公司	戴开岳女儿戴乐泉的配偶鲍绍宏持有 49%股权并担任执行董事兼总经理的企业
55	武进区嘉泽叠石建筑服务工程队	吴亮亮儿子万嘉南的配偶孙欢的母亲王荣梅控制的个体工商户
56	吉林天华企业管理咨询有限公司	王长福的配偶王少娟的胞姐王少秋控制的企业

序号	关联方名称/姓名	关联关系
57	吉林省吉田上品农业科技有限公司	王长福的配偶王少娟的胞姐王少秋控制的企业
58	上海益优实业发展有限公司	王长福的配偶王少娟的胞姐王少秋控制的企业，2012年5月被吊销营业执照
59	长春市宽城区白山桌球俱乐部	王长福胞兄王长顺控制的个体工商户，于2009年11月被吊销营业执照
60	长春市文彩摄影器材有限责任公司	王长福胞兄王长顺控制的公司，于2002年10月被吊销营业执照
61	吉林省文彩摄影器材有限公司	王长福胞兄王长顺控制的公司，于2002年10月被吊销营业执照
62	吉林省文彩摄影器材礼品有限公司	王长福胞兄王长顺控制的公司，于2005年10月被吊销营业执照
63	吉林省亿亿香美容有限公司	王长福胞兄王长顺持有50%股权并担任执行董事的企业，于2012年10月被吊销营业执照
64	吉林省湘西部落饮食有限公司	王长福胞兄王长顺控制的公司，于2007年1月被吊销营业执照
65	吉林省文彩装饰工程有限公司	王长福胞兄王长顺控制的公司，于2006年10月被吊销营业执照
66	二道区公园天天烤肉城	王长福胞兄王长久控制的个体工商户，于2010年12月被吊销营业执照
67	长春市金岛肥牛饮食有限公司	王长福胞兄王长久控制的企业，于2007年11月被吊销营业执照
68	长春康乐宫大戏院	王长福胞兄王长久控制的企业，于2016年11月被吊销营业执照
69	吉林省中通能源控股有限公司	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞控制的企业
70	吉林省中通配售电有限公司	吉林省中通能源控股有限公司控制的企业
71	吉林省中通电力工程有限公司	吉林省中通能源控股有限公司控制的企业
72	吉林省中通新能源热力有限公司	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞控制的企业
73	长春市成飞科技有限责任公司	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞控制的企业
74	吉林省鸿硕科技中心（有限合伙）	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞控制的企业
75	辽宁卫达信息有限公司	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞控制的企业
76	宁波宏阳成飞新能源科技合伙企业（有限合伙）	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞控制的企业
77	宁波卓越成飞新能源科技合伙企业（有限合伙）	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞控制的企业
78	宁波宏阳博远新能源科技合伙企业（有限合伙）	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞控制的企业
79	吉林粮食集团科技发展有限公司	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的父亲杜弋飞持股20%并担任董事的企业，于2007年11月被吊销营业执照
80	吉林中通电子科技有限公司	王长福的儿子王宽的配偶杜欣倬的母亲董地控制的企业

（2）公司董事、监事、高级管理人员（除实际控制人外）关系密切的家庭成员直接或间接控制的或者担任董事、高级管理人员的法人或其他组织情况如下：

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	重庆博界科技有限公司	孙玉旺的配偶陈颖的胞兄陈伟控制的企业
2	重庆市北碚区炫舞音像制品经营部	孙玉旺的配偶陈颖的胞兄陈伟控制的个体工商户

10、报告期及报告期前十二个月内曾存在关联关系的法人或组织

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	东莞市石碣名益精品店	叶贯强曾控制的个体工商户，于 2020 年 5 月注销
2	广东云微动力信息科技有限公司	叶贯强曾控制的企业，于 2019 年 12 月注销
3	惠州市艾普特网络科技有限公司	叶贯强曾控制的企业，于 2019 年 4 月注销
4	东莞市东凌实业投资有限公司	叶贯强曾担任执行董事兼经理的企业，于 2022 年 6 月辞任
5	浙江点动信息科技有限公司	点动科技曾控制的企业，于 2021 年 11 月注销
6	淮安点动信息科技有限公司	点动科技曾控制的企业，于 2021 年 12 月注销
7	国点科技（广东）有限公司	点动科技曾控制的企业，于 2022 年 11 月注销
8	点动聚云（珠海）技术开发有限公司	点动科技曾控制的企业，于 2023 年 1 月注销
9	襄阳点动信息科技有限公司	点动科技曾控制的企业，于 2023 年 3 月注销
10	点动（广州）信息科技有限公司	点动科技曾控制的企业，因其他投资者增资于 2022 年 5 月变更为参股子公司
11	广东融益数字科技有限公司	点动科技曾控制的企业，因其他投资者增资于 2022 年 8 月变更为参股子公司
12	东莞市货嘀物流有限公司	文一集团曾控制的企业，于 2020 年 11 月注销
13	东莞市吉艺印刷有限公司	叶贯强胞姐叶丽萍曾控制的企业，叶丽萍于 2019 年 1 月对外转让股权
14	广州市增城文速办公用品经营部	叶贯强胞姐叶丽芳曾控制的个体工商户，于 2020 年 5 月注销
15	东莞市富汇行小额贷款有限公司	叶贯强曾持有 10% 股权，叶贯强的关系密切的家庭成员叶建勋、王学强、叶丽芳曾分别持有 10% 股权，叶建勋曾担任执行董事的企业，于 2021 年 10 月注销
16	广东米趣酒业有限公司	叶贯强胞姐叶彩玲及其配偶王学强曾共同控制的企业，于 2020 年 5 月注销

序号	关联方名称/姓名	关联关系
17	姑苏区昊亮烟杂店	吴骏寅儿子吴昊亮控制的个体工商户，于2022年6月注销
18	沈阳市斯达特计算机应用有限公司	安平曾控制的企业，于2022年2月注销
19	山西双通建筑材料有限公司	刘志荣曾持有1%股权并担任执行董事兼总经理的企业，于2022年1月转让于无关联第三方并辞任董事及总经理职务
20	两江新区哈珞宠物店	王立金儿子王朝旻曾控制的个体工商户，于2020年10月注销
21	海南安祺森健康产业有限公司	福安药业曾控制的企业，于2021年8月注销
22	Red Realty LLC	福安药业曾控制的企业，于2022年12月失去控制权
23	重庆赛富贸易有限公司	王立芳儿子汪璐曾担任副董事长兼总经理的企业，于2022年1月辞任
24	重庆深渝创新投资管理有限公司	许翔曾担任董事兼经理的企业，于2022年12月注销
25	重庆华林自控仪表股份有限公司	许翔曾担任董事的企业，于2022年3月注销
26	重庆金冠汽车制造股份有限公司	许翔曾担任董事的企业，于2019年11月辞任
27	浙江红土创业投资管理有限公司	许翔曾担任董事的公司，于2020年4月辞任
28	四川欧菲斯科技有限公司	曾刚儿子曾令宏曾控制的企业，于2019年12月对外转让股权
29	宁波沃玛办公伙伴贸易有限公司	戴开岳曾控制的企业，于2019年1月注销
30	宁波曼尼特磁业有限公司	戴开岳女儿戴乐泉的配偶鲍绍宏的父母鲍文焕、丁芹芬曾共同控制的企业，于2019年2月注销
31	杭州才通网络科技有限公司	戴开岳女儿戴乐泉的配偶鲍绍宏的母亲丁芹芬曾控制的企业，于2020年6月注销
32	南京优一百办公产业连锁有限公司	吴亮亮及其配偶万华曾共同控制的企业，于2020年4月注销
33	芜湖优一百办公产业连锁有限公司	吴亮亮及其配偶万华曾共同控制的企业，于2020年6月注销
34	合肥优一百办公产业连锁有限公司	吴亮亮配偶万华曾控制的企业，于2022年7月注销
35	南京怡莲礼业文化传播有限公司	吴亮亮母亲葛云曾控制的企业，于2020年10月注销
36	江苏办公伙伴贸易发展有限公司	吴亮亮及其配偶万华曾共同控制的企业，于2020年9月注销
37	南京路通文化有限公司	吴亮亮配偶万华的兄弟万仁明曾控制的企业，于2022年7月注销
38	长春市养生主生物科技有限公司	王长福的配偶王少娟的胞姐王少秋曾控制的企业，于2020年6月注销
39	瞬易达（吉林）电子商务有限公司	王长福儿子王宽曾控制的企业，于2020年6月注销

序号	关联方名称/姓名	关联关系
40	宽城区华正商品批发中心欧标文具店	王长福胞兄王长久控制的个体工商户，于 2022 年 7 月注销
41	长春市云基科技有限公司	王长福的配偶王少娟的胞姐王少秋曾控制的企业，于 2023 年 3 月注销
42	欧菲斯办公伙伴（大连）商贸有限公司	发行人曾控制的企业，于 2019 年 9 月注销
43	重庆南扩建筑工程有限公司	发行人曾控制的企业，于 2020 年 12 月注销
44	欧菲斯办公伙伴连云港有限公司	发行人曾控制的企业，于 2022 年 10 月注销

11、其他关联方

根据《公司法》《企业会计准则》及《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规所规定的其他关联方。

（二）报告期内的关联交易

报告期内，公司与关联方发生的关联交易汇总如下表所示：

单位：万元

类别	交易类型	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经常性关联交易	关联采购	82.39	42.36	54.40
	关联销售	154.24	122.52	260.37
	关键管理人员薪酬	431.58	438.79	571.93
	关联租赁	1,333.09	1,376.59	1,085.78
偶发性关联交易	关联担保	具体内容详见本部分“（二）、3、（1）关联担保”。		
	关联方资金拆借	具体内容详见本部分“（二）、3、（2）关联方资金拆借”。		
	关联方商标转让	具体内容详见本部分“（二）、3、（3）关联方商标转让”。		

注：公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，2021 年、2022 年关联租赁的交易金额系相关使用权资产当期折旧摊销、财务费用及简化处理的短期租赁的合计金额。

1、重大关联交易的标准

发行人报告期内关联交易分为重大关联交易和一般关联交易。重大关联交易指对财务状况和经营成果产生重大影响的关联交易，参照《深圳证券交易所股票上市规则》，发行人将公司与关联法人发生的交易金额在人民币 300.00 万

元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司提供关联担保除外），或与关联自然人发生的交易金额在 30.00 万元以上的关联交易（公司提供关联担保除外）认定为重大关联交易。此外，公司接受关联方担保属于公司单方面获得利益的交易，关键管理人员薪酬为公司正常经营活动的必要支出，均为一般关联交易。

根据前述判断标准，报告期内，经常性关联交易中，发行人向王志英、戴开岳、王长福租赁房产的交易为重大关联交易，其余交易为一般关联交易；偶发性关联交易中，发行人与王长福资金拆借为重大关联交易，其余交易为一般关联交易。

2、报告期内经常性关联交易

报告期内，公司的经常性关联交易主要包括采购商品、销售商品和支付关键管理人员薪酬。

（1）采购商品及接受劳务

报告期内，公司因业务需要向关联方采购，具体交易金额如下：

单位：万元

	关联交易内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
东莞市朝阳药业有限公司	采购商品	26.71	-	11.10
广东汇店通科技有限公司	采购商品	-	-	4.78
南京路通文化有限公司	采购商品	-	-	0.23
文一集团	接受劳务	21.90	5.72	7.71
山西航天工业研究院集团有限公司	接受劳务	18.55	21.19	15.18
苏州线厂	接受劳务	15.22	15.45	15.40
合计		82.39	42.36	54.40
营业成本		750,970.14	707,502.19	588,626.04
占营业成本的比例		0.01%	0.01%	0.01%

报告期内，公司关联采购金额、占当期营业成本的比例很小，不会对公司财务状况与经营情况产生重大影响，关联交易的价格均按照市场价格协商确定，价格公允。

（2）关联销售

报告期内，公司关联销售的内容主要为出售办公物资，具体如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
重庆北部妇产医院有限公司	销售商品	53.22	26.44	8.05
福安药业集团重庆博圣制药有限公司	销售商品	28.09	14.83	-
福安药业集团庆余堂制药有限公司	销售商品	19.48	16.15	-
福安药业	销售商品	9.69	5.89	-
福安药业集团重庆礼邦药物开发有限公司	销售商品	11.43	6.80	-
重庆福爱医药有限责任公司	销售商品	7.33	4.65	-
长春市云基科技有限公司	销售商品	6.98	5.41	-
广安凯特制药有限公司	销售商品	6.87	5.93	-
苏州线厂	销售商品	3.91	25.87	0.38
山西航天工业研究院集团有限公司	销售商品	1.95	1.94	3.07
福安药业集团重庆凯斯特医药有限公司	销售商品	1.22	0.70	0.01
重庆业如红土股权投资基金管理有限公司	销售商品	0.94	0.73	0.93
姑苏区吴亮烟杂店	销售商品	0.91	1.41	1.35
重庆生物制品有限公司	销售商品	0.52	0.33	-
福安药业集团重庆三禾兴医药科技有限公司	销售商品	0.50	-	-
吉林中通电子科技有限公司	销售商品	0.34	-	-
东莞市味力食品有限公司	销售商品	0.32	0.08	1.29
东莞市吉艺印刷有限公司	销售商品	0.20	-	-
点动科技	销售商品	0.13	3.87	18.56
东莞市零售行业协会	销售商品	0.13	-	0.13
东莞市朝阳药业有限公司	销售商品	0.06	0.58	3.16
沈阳市沈北新区华泰信息咨询有限公司	销售商品	0.02	0.05	0.21
文一集团	销售商品	-	-	14.34
四川欧菲斯	销售商品	-	-	208.89
东莞建大城市更新有限公司	销售商品	-	0.80	-
宽城区华正商品批发中心欧标文具店	销售商品	-	0.06	-
合计		154.24	122.52	260.37
营业收入		816,386.78	768,336.09	644,340.95

关联方	关联交易内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
占营业收入的比例		0.02%	0.02%	0.04%

报告期内，公司向关联方销售的交易金额分别 260.37 万元、122.52 万元、154.24 万元，占当期营业收入比重分别为 0.04%、0.02%、0.02%，占比较小且呈下降趋势，上述关联交易未对公司财务状况与经营情况产生重大影响。报告期内，公司关联客户主要为四川欧菲斯，其交易情况如下：

四川欧菲斯曾为公司实际控制人曾刚之子曾令宏、曾刚胞弟曾雄、曾刚弟媳田秀英共同投资经营的公司，2019 年 12 月，曾令宏、曾雄、田秀英已将四川欧菲斯转让给无关联第三方谢勇、杨艳。报告期内，公司与四川欧菲斯关联销售金额分别为 208.89 万元、0.00 万元、0.00 万元，该关联销售的主要原因为：四川欧菲斯主营业务为办公家具的生产、销售，在招标方对家具供应商有生产类相关经营资质要求时，四川欧菲斯相对于商贸企业拥有竞争优势，2019 年，四川欧菲斯基于该优势中标国网山西省电力公司 2019 年第一次零星物资电商化采购项目，由于四川欧菲斯未在山西省设立仓储物流中心，在山西区域交付能力较弱，为保证交付商品的及时性，四川欧菲斯与太原子公司达成合作，由太原子公司为四川欧菲斯上述项目交付商品。

发行人太原子公司为四川欧菲斯提供落地交付服务的扣点为 5%，与发行人合作业务平均扣点趋同，定价公允。除公司与四川欧菲斯关联销售外，公司向其他关联方的销售金额较小，均为关联方因自身办公或正常业务需求向公司采购办公物资。报告期内，公司关联销售的金额整体较小，公司的关联销售具有合理性，关联交易定价公允。

（3）关键管理人员薪酬

关键管理人员薪酬包括董事、监事、高级管理人员的薪酬。报告期内，公司支付给关键管理人员的薪酬如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
关键管理人员薪酬	431.58	438.79	571.93

（4）关联租赁

报告期内，公司向关联方租赁仓储、办公用场所的情况如下：

单位：万元

出租方	租赁资产	2022 年度	2021 年度	2020 年度
成都环太揽月企业管理有限公司	房屋及建筑物	392.60	402.22	264.62
文一集团	房屋及建筑物	228.10	235.00	211.83
苏州线厂	房屋及建筑物	300.87	311.12	270.76
重庆纯尚商贸有限公司	房屋及建筑物	66.43	68.73	62.61
王长福	房屋及建筑物	185.69	190.9	148.79
宁波市江北森通贸易商行	房屋及建筑物	21.61	22.33	20.00
王志英	房屋及建筑物	29.47	31.01	23.81
戴开岳	房屋及建筑物	54.70	59.69	45.13
山西航天工业研究院集团有限公司	房屋及建筑物	53.62	55.59	38.24
合计		1,333.09	1,376.59	1,085.78

报告期内，公司的关联租赁金额分别 1,085.78 万元、1,376.59 万元、1,333.09 万元。关联租赁主要系各子公司因日常办公或仓储的需要，长期向关联方租赁房产，各子公司向关联方租赁房产的租金价格系综合考虑房屋所在区位、房屋结构及配套设施等相关因素并经租赁双方协商确定，与同地段、同类型房产的租金价格不存在重大差异。各子公司按合同约定向出租方结算租金，就上述关联租赁事项，租赁双方不存在纠纷及潜在纠纷。公司与关联方不存在通过关联租赁对公司或关联方进行利益输送、调节成本费用的情形。

3、报告期内偶发性关联交易

报告期内，公司的偶发性关联交易主要包括关联方担保、关联方资金拆借和关联方商标转让。

（1）关联担保

①公司作为担保方

报告期内，不存在公司为关联方提供担保的情况。

②公司作为被担保方

报告期内，公司关联方为公司提供担保的情况如下表所示：

单位：万元

序号	关联担保人/抵押人	被担保方	最高担保金额（万元）	被担保的主债务发生期间	担保/抵押合同编号
1	叶建勋、叶丽芳	广东子公司	7,150.00	2019.12.23-2029.12.22	东银（1700）2019 年最高保字第 033564 号
2	吴骏寅、周小莹	苏州子公司	960.00	2019.1.7-2022.1.7	2018 年苏（新）最高担保字第 0683 号
3	苏州线厂	苏州子公司	960.00	2019.1.7-2022.1.7	2018 年苏（新）最高抵字第 0567 号
4	周小莹	苏州子公司	800.00	2019.3.11-2022.3.10	512XY201900536305
5	吴骏寅	苏州子公司	800.00	2019.3.11-2022.3.10	512XY201900536306
6	曾刚、徐严菊	成都子公司	1,100.00	2020.6.11-2023.6.10	D310121200611146
7	鲍绍宏	宁波子公司	1,400.00	2018.10.25-2024.10.24	3399932Q100618100004
8	戴开岳	宁波子公司	1,400.00	2018.10.25-2024.10.24	3399932Q100618100001
9	戴乐泉	宁波子公司	1,400.00	2018.10.25-2024.10.24	3399932Q100618100003
10	王志英	宁波子公司	1,400.00	2018.10.25-2024.10.24	3399932Q100618100002
11	戴开岳	宁波子公司	465.00	2018.10.25-2024.10.24	3399932Q100418100001
12	戴开岳、王志英	宁波子公司	935.00	2018.10.25-2024.10.24	3399932Q100418100002
13	刘志荣、高琳萍	太原子公司	900.00	2020.3.9-2020.6.24	OFSGR-BZ-2020-01
14	王长福、王少娟	长春子公司	1,000.00	2018.12.19-2021.12.17	2018 年二道（抵）字 0030 号
15	汪天祥、王立金、田晓华	发行人	6,000.00	2018.4.8-2021.4.7	2018040300000003（最高保）
16	王立金	发行人	3,000.00	2020.6.28-2023.6.27	2020 年渝长字第 9051118-1 号
17	王立金、田晓华	发行人	2,000.00	2019.3.22-2020.3.21	2019 年渝长字第 9031922-1 号
18	王立金	发行人	1,500.00	2020.3.27-2021.3.8	（2020）渝银综授总字第 000047 号-担保 01
19	王立金	发行人	2,000.00	2021.5.26-2022.4.8	（2021）渝银字第 000268 号-担保 01
20	安平	沈阳子公司	1,500.00	2019.8.31-2020.9.1	沈光银大东高保字 2019-004-2 号
21	安平、邹倩	沈阳子公司	82.51	2019.8.31-2020.9.1	沈光银大东高抵字 2019-004-1 号
22	孙雅艳、邹柯	沈阳子公司	217.82	2019.8.31-2020.9.1	沈光银大东高抵字 2019-004-2 号
23	一号中心	发行人	3,000.00	2021.12.29-2022.12.28	公高保字第 DB2100000070733
24	曾刚、徐严菊	成都子公司	500.00	2022.8.29-2023.8.28	成金担信字[2022]0448-1 号
25	一号中心	发行人	2,000.00	2022.10.27-2024.3.16	信银渝最高保字第 16122008 号
26	吴骏寅、周小莹	苏州子公司	700.00	2022.3.14-2025.3.13	512XY202200861204
27	叶贯强	广东子公司	1,000.00	2022.1.1-2025.12.31	GDCW4-20220001
28	叶贯强	广东子公司	300.00	2022.1.1-2023.12.31	GDCG5-20220173
29	叶贯强	广东子公司	167.70	货物抵达指定地点 60 日内	GDCG5-20220720
30	叶贯强	广东子公司	1,200.00	2022.1.1-2026.12.31	-

31	安平	沈阳子公司	-	2022.8.8-2022.12.31	SYCG5-20220129

注：叶丽芳、叶建勋系叶贯强的胞姐和姐夫；周小莹与吴骏寅系夫妻关系；曾刚与徐严菊系夫妻关系；戴开岳与王志英系夫妻关系，戴乐泉、鲍绍宏系戴开岳、王志英夫妇的女儿、女婿；刘志荣与高琳萍系夫妻关系；王长福与王少娟系夫妻关系；王立金与田晓华系夫妻关系，汪天祥系王立金的姐夫；安平与邹倩系夫妻关系，邹柯系邹倩的胞兄，孙雅艳、邹柯系夫妻关系。

第 27 项担保系叶贯强为广东子公司应向亚太森博（广东）纸业有限公司支付的纸品采购货款在最高额度内提供连带责任保证，合作期间为 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，最高保证额度为 1,000.00 万元；

第 28 项担保系叶贯强为广东子公司应向得力集团有限公司支付的货款在最高额度内提供连带责任保证，合作期间为 2022 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，最高保证额度为 300.00 万元；

第 29 项担保系叶贯强为广东子公司向广东瑞勤信息科技有限公司支付的货款 167.70 万元及可能产生的违约金、律师费、诉讼费、保全费等承担连带保证责任，合同签署时间为 2022 年 12 月 26 日，担保期限为支付货款期限届满 2 年；

第 30 项担保系叶贯强为广东子公司应向亚太森博（广东）纸业有限公司支付的纸品采购货款及相关费用在最高额度内提供连带责任保证，合作期间为 2022 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日，最高保证额度为 1,200.00 万元；

第 31 项担保系安平为沈阳子公司应向福建恒安集团厦门商贸有限公司抚顺分公司支付的货款提供连带责任保证，合作期间为 2022 年 8 月 8 日至 2022 年 12 月 31 日。

公司的上述关联方为公司提供担保系支持公司的发展，未向公司收取任何担保费用，未对公司的业务和经营成果造成不利影响。报告期内，公司不存在银行借款逾期等情形，未发生关联方实际履行担保责任的情形。

（2）关联方资金拆借

单位：万元

关联方	拆借金额	起始日	到期日	利率
拆入				
吴亮亮	19.00	2018 年 12 月 31 日	2020 年 9 月 23 日	-
拆出				

王长福	100.00	2020年5月14日	2021年6月4日	4.23%
王长福	182.65	2020年5月28日	2021年6月4日	
一号中心	75.31	2022年6月1日	2022年6月30日	0.00%

报告期内，公司关联方资金拆借主要为发行人与吴亮亮、王长福、一号中心的资金往来，具体情况如下：

2018年12月，南京子公司因日常办公需要购置公务车一辆，总价59.00万，公司实际控制人吴亮亮为本次购车垫付19.00万元资金，未约定利息，2020年9月23日，南京子公司将该垫付资金归还吴亮亮，该笔拆入资金金额较小，不会对公司财务状况与经营情况产生重大不利影响。

长春子公司长期租赁王长福所有的位于长春市二道区安乐路的房产用于办公，2020年，王长福拟对该房产进行装修改造，因装修资金周转的需求向长春子公司拆借282.65万元资金，发行人考虑该房产的装修有益于改善员工办公环境和提升企业形象，故同意向王长福出借该项资金，2020年3月20日，欧菲斯有限召开临时股东会，审议通过了关于《长春子公司向王长福出借资金》的议案，王长福与长春子公司就本次资金拆借签署了借款协议，借款期间为2020年5月14日至2021年11月14日，按年利率4.23%计息。2021年6月4日，王长福提前向长春子公司归还本金及利息合计295.01万元。该关联交易产生的收益对发行人当期经营成果、主营业务未产生重大影响。

2020年12月，欧菲斯有限整体变更为股份有限公司时，注册资本由22,104.6316万元增加至22,500.00万元，整体变更存在资本公积转增股本的情形，发起人一号中心、二号中心、三号中心、四号中心、五号中心、六号中心的自然人合伙人应缴纳个人所得税，税款合计75.31万元。在缴纳税款时，由于经办人员对代扣代缴义务理解有误，直接由发行人于2022年6月代缴了上述税款，发现该错误后，一号中心于2022年6月向发行人归还了全部款项，由于上述资金占用时间较短，发行人未向一号中心收取利息。至此，公司与关联方资金拆借已经全部结清，公司与关联方资金拆借问题已整改完毕。

截至本招股说明书签署日，公司与关联方不存在资金拆借的情形。

（3）关联方商标转让

报告期内，公司自关联方受让 8 项商标，具体情况如下：

商标名称	证书号	类别	转让人	受让人	转让对价 (元)	转让时间
瑞利夫 R-LEAF	3043108	16	文一集团	发行人	0.00	2020 年 4 月
瑞利夫 R-LEAF	36974089	16	文一集团	发行人	0.00	2020 年 4 月
瑞利夫 R-LEAF	36997989	9	文一集团	发行人	0.00	2020 年 4 月
瑞利夫 R-LEAF	36990305	21	文一集团	发行人	0.00	2020 年 4 月
瑞利夫 R-LEAF	3043110	9	文一集团	发行人	0.00	2020 年 4 月
G-LEAF 吉丽	3043107	20	叶建勋	发行人	0.00	2020 年 6 月
G-LEAF 吉丽	3043109	9	文一集团	发行人	0.00	2020 年 6 月
G-LEAF 吉丽	3042884	16	文一集团	发行人	0.00	2020 年 6 月

2020 年 3 月，因业务调整，文一集团不再从事办公业务，叶建勋和文一集团名下办公业务相关商标无法应用于文一集团现有业务，叶建勋和文一集团将其持有的办公业务相关商标转让给公司。上述商标转让系公司关联方对公司业务发展的支持，未对公司资产及业务独立性产生重大不利影响。

4、关联方往来款余额

（1）应收关联方款项

报告期各期末，公司应收关联方款项余额如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款	重庆北部妇产医院有限公司	52.35	10.99	2.50
	长春市云基科技有限公司	-	6.10	-
	四川欧菲斯	-	3.65	5.21
小 计		52.35	20.74	7.71
预付款项	山西航天工业研究院集团有限公司	5.46	-	-
	小 计	5.46	-	-
其他应收款	王长福	-	-	282.65
小 计		-	-	282.65

注 1：出于重要性考虑，上表仅列示各期末余额超过 5 万元的关联方应收款项余额；

注 2：2020 年末，公司对王长福的其他应收款系因王长福向长春子公司拆借资金尚未归还所致。

（2）应付关联方款项

报告期各期末，公司应付关联方款项余额如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
应付账款	东莞市朝阳药业有限公司	25.84	-	-
	东莞市文一商住开发有限公司	19.57	-	-
	小计	45.41	-	-
合同负债	吉林中通电子科技发展有限公司	61.95	-	-
	小计	61.95	-	-
一年内到期的非流动负债	成都环太揽月企业管理有限公司	245.23	219.66	-
	苏州线厂	241.45	230.50	-
	文一集团	198.65	166.93	-
	王长福	148.93	142.18	-
	重庆纯尚商贸有限公司	53.12	50.71	-
	戴开岳	40.66	38.42	-
	山西航天工业研究院集团有限公司	38.93	-	-
	王志英	24.93	21.75	-
	宁波市江北森通贸易商行	16.55	15.80	-
	小计	1,008.45	885.95	-
租赁负债	成都环太揽月企业管理有限公司	1,700.37	1,945.60	-
	苏州线厂	795.38	1,036.83	-
	文一集团	291.01	356.95	-
	王长福	468.01	624.09	-
	戴开岳	199.64	254.46	-
	山西航天工业研究院集团有限公司	178.09	-	-
	重庆纯尚商贸有限公司	174.99	228.12	-
	王志英	75.91	103.33	-
	宁波市江北森通贸易商行	74.43	90.98	-
	小计	3,957.83	4,640.36	-

注 1：出于重要性考虑，上表仅列示各期末余额超过 5 万元的关联方应付款项余额；

注 2：租赁负债主要系公司向关联方租赁不动产产生的未来应付房租，根据新租赁准则确认为租赁负债，其中 1 年内到期的租赁负债重分类至一年内到期的非流动负债。

5、关联交易对财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司的关联交易具有合理性、必要性，定价具有公允性；关联交易未损害公司及其他非关联股东的利益，对公司的财务状况和经营成果未产生重大不利影响。

（三）关于规范关联交易的制度安排

1、《公司章程》的相关规定

《公司章程》第三十五条规定：公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司的合法权益，不得利用其控制地位损害公司的利益。

《公司章程》第三十七条第六款规定：对股东、实际控制人及其关联人提供的担保，须经股东大会审议通过。

《公司章程》第七十四条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

2、《股东大会议事规则》的相关规定

《股东大会议事规则》第三十三条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的通知应当充分披露非关联股东的表决情况。其表决事项按扣除关联股东所持表决权后的数量为准。

3、《董事会议事规则》的相关规定

《董事会议事规则》第十一条规定：董事个人或者其所任职的其他企业直接或者间接与公司已有的或者计划中的合同、交易、安排有关联关系时（聘任合同除外），不论有关事项在一般情况下是否需要董事会批准同意，均应当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度。有关联关系的董事，在董事会审议有关关联交易时应当自动回避并放弃表决权，即：不参与投票表决，其所代表的

表决权不计入有效表决总数；不得代理其他董事行使表决权；不对投票表决结果施加影响；如有关联关系的董事为会议主持人的，不得利用主持人的有利条件，对表决结果施加影响。

关联董事的回避程序为：（1）关联董事应主动提出回避申请，否则其他董事有权要求其回避；（2）当出现是否为关联董事的争议时，由董事会临时会议过半数通过决议决定该董事是否属关联董事，并决定其是否回避；（3）关联董事不得参与审议有关关联交易事项；（4）董事会对关联交易进行表决时，扣除关联董事所代表的表决权，由出席董事会议的非关联董事按照《公司章程》的规定进行表决。

第三十八条规定：回避表决

出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：

- （1）法律法规等规定董事应当回避的情形；
- （2）董事本人认为应当回避的情形；

（3）本公司《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

4、《独立董事工作制度》的相关规定

《独立董事工作制度》第二十三条规定：为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除应当具有法律、法规及《公司章程》赋予董事的职权外，公司赋予独立董事以下特别职权：需要提交股东大会审议的关联交易，应当在独立董事发表事前认可意见后，提交董事会审议。独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具专项报告。

《独立董事工作制度》第二十四条规定：需要披露的关联交易、提供担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、提供财务资助、募集资金使用、股票及其衍生品种投资等重大事项，独立董事应当向董事会或股东

大会发表独立意见。

5、《关联交易管理制度》的相关规定

《关联交易管理制度》第五条规定：公司与关联人发生的交易达到下列标准之一的，应当提交董事会审议并及时披露：

（1）与关联自然人发生的成交金额超过 30 万元的交易；

（2）与关联法人（或者其他组织）发生的成交金额超过 300 万元，且占上市公司最近一期经审计净资产绝对值超过 0.5%的交易。

公司与关联人发生的成交金额超过 3000 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的，应当比照第九条的规定，提供评估报告或审计报告，并提交股东大会审议。日常关联交易可免于审计或者评估。

《关联交易管理制度》第六条规定：若公司与关联自然人发生的成交金额在 30 万元以下的关联交易，或者公司与关联法人发生的成交金额（含同一标的或同一关联法人在连续 12 个月内发生的关联交易累计金额）在 300 万元以下的，或占公司最近一期经审计总资产或市值低于 0.5%的关联交易，则由公司董事长审批决定。若董事长本人或其近亲属为关联交易对方的，应由董事会审议通过。

（四）报告期内关联交易履行决策程序的情况及独立董事意见

2023 年 4 月 10 日，公司召开第一届董事会第三十一次会议、第一届监事会第二十二次会议，分别审议通过了《补充确认报告期内关联交易》，关联董事回避表决；2023 年 4 月 25 日，公司召开 2023 年第三次临时股东大会，审议通过了《补充确认报告期内关联交易》，关联股东回避表决。上述决策过程符合《公司章程》《关联交易管理制度》等相关制度规定的决策程序。

独立董事对公司报告期内的关联交易进行了核查未发表不同意见。公司全体独立董事均认为：“公司最近三年发生的关联交易系正常经营所需，关联交易定价依据公允、合理，遵循市场公平交易的原则，且均已履行了法律法规、《公司章程》中规定的批准程序，不存在损害公司及股东利益的情况，不会对公司的独立性产生影响，公司亦不会因该等关联交易而对关联方产生严重依赖。”

（五）减少和规范关联交易的主要措施

公司控股股东、实际控制人、三号中心、王立芳及董事、监事、高级管理人员已出具《关于减少和规范关联交易的承诺》，具体情况如下：

1、承诺人严格按照证券监督法律、法规及规范性文件所要求对关联方以及关联交易进行了完整、详尽的披露。除本次发行及上市文件中披露的关联交易外（如有），承诺人及承诺人关联方（包括关联自然人和关联企业，下同）与发行人之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、在发行人上市以后，承诺人严格按照《中华人民共和国公司法》等法律、法规和规范性文件与中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的相关规定，以及发行人的公司章程，行使股东和董事、监事、高级管理人员的权利，履行股东和董事、监事、高级管理人员的义务，在股东大会和董事会对承诺人及承诺人关联方与发行人之间的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

3、承诺人及承诺人关联方将尽量减少与发行人的关联交易。如果届时发生确有必要的关联交易，承诺人保证承诺人及承诺人关联方将遵循市场化原则和公允价格公平交易，严格履行法律和发行人公司章程设定的关联交易的决策程序，并依法及时履行信息披露义务，绝不通过关联交易损害发行人及其非关联股东合法权益。

4、承诺人承诺不会利用关联交易转移、输送利益，不会通过发行人的经营决策权损害发行人及其他股东的合法权益。

5、如承诺人违背上述承诺，给发行人造成了经济损失、索赔责任及额外的费用，承诺人以当年度以及以后年度发行人利润分配方案中承诺人享有的利润分配作为履约担保，且若承诺人未履行上述赔偿义务，则在赔偿发行人全部损失前，所持的发行人股份不得转让。

八、关联方变化情况

公司报告期内关联方的变化情况参见本节之“七、（一）、10、报告期及报告期前十二个月内曾存在关联关系的法人或组织”。

（一）报告期内曾经存在的关联方后续关联交易情况

报告期内，除四川欧菲斯、姑苏区昊亮烟杂店、南京路通文化有限公司、长春市云基科技有限公司、宽城区华正商品批发中心欧标文具店、东莞市吉艺印刷有限公司外，其他曾经存在的关联方与发行人不存在关联交易。

报告期内，姑苏区昊亮烟杂店、南京路通文化有限公司、长春市云基科技有限公司、宽城区华正商品批发中心欧标文具店与发行人关联交易金额均较小，未对公司财务状况与经营情况产生重大不利影响，该 4 家企业均已依法注销，不存在后续交易；四川欧菲斯仅在 2020 年度与发行人发生 208.89 万元交易，其他年度未发生交易，四川欧菲斯与发行人的后续交易情况参见本节之“七、（二）、2、报告期内经常性关联交易”，东莞市吉艺印刷有限公司仅在 2022 年有 0.20 万元交易。

（二）报告期内曾经存在的关联方的相关资产、人员的去向

报告期内，与发行人存在关联交易的曾经关联方相关资产、人员的去向情况如下：

序号	关联方名称/姓名	关联关系	相关资产、人员的去向
1	姑苏区昊亮烟杂店	吴骏寅儿子吴昊亮控制的个体工商户，于 2022 年 6 月注销	少量存货变卖，人员解除劳动合同
2	四川欧菲斯	曾刚儿子曾令宏曾控制的企业，于 2019 年 12 月对外转让股权	相关资产、人员保留在四川欧菲斯，不涉及资产、人员处置
3	宽城区华正商品批发中心欧标文具店	王长福胞兄王长久控制的个体工商户，于 2022 年 7 月注销	少量存货变卖，人员解除劳动合同
4	长春市云基科技有限公司	王长福的配偶王少娟的胞姐王少秋曾控制的企业，于 2023 年 3 月注销	轻资产公司，少量存货变卖，人员解除劳动合同
5	东莞市吉艺印刷有限公司	叶贯强胞姐叶丽萍曾控制的企业，于 2019 年 1 月对外转让股权	相关资产、人员保留在该公司，不涉及资产、人员处置
6	南京路通文化有限公司	吴亮亮配偶的兄弟万仁明控制的企业，于 2022 年 7 月注销	轻资产公司，少量存货变卖，人员解除劳动合同

第九节 投资者保护

一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

2023年4月，公司召开2023年第三次临时股东大会，审议通过了关于《公司首次公开发行股票前滚存未分配利润分配方案》的议案，本次股票发行成功后，公司本次首次公开发行股票前滚存的未分配利润由股票发行后的新老股东按发行后的持股比例共同享有。

二、本次发行前后股利分配政策的差异情况

（一）本次发行前的股利分配政策

根据本次发行前《公司章程》的规定，公司关于股利分配政策的一般规定如下：

- 1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。
 - 2、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。
 - 3、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。
- 股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。
- 4、公司持有的本公司股份不参与分配利润。
 - 5、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利的派发事项。
 - 6、公司可以采取现金或者法律、法规允许的其他方式分配股利。

（二）本次发行后的股利分配政策

根据上市后适用的《公司章程（草案）》，公司发行上市后的股利分配方

式将优先采用现金分红的方式，符合中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）的相关要求，更有利于保护投资者的合法利益。与此同时，《公司章程（草案）》中对股利分配的实施条件，尤其是现金分红的条件、比例和发放股票股利的分配条件等作出较为详细的规定，并进一步完善了利润分配的决策程序和机制，增强了股利分配政策的可操作性。

三、有关现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制

2023年4月，公司2023年第三次临时股东大会审议通过了关于《公司上市后三年股东分红回报规划》的议案，对本次发行上市后的股利分配政策作出了相应规定。

（一）有关现金分红的股利分配政策

1、公司利润分配政策的基本原则

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报。公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，利润分配不得超过可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

2、利润分配的方式及时间间隔

公司根据实际情况以及法律、法规、规范性文件以及公司章程的相关规定，可以按顺序采取现金、现金与股票相结合或者股票的方式分配利润。公司原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

公司具备公司章程规定的现金分红条件的，应当全部或部分采用现金分红进行利润分配。公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

3、分红的条件及比例

公司实施现金分红应同时满足以下条件：

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司累计可供分配利润为正值。

4、现金分红的比例和期间间隔

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

“重大投资计划或重大资金支出”指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备、建筑物的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且绝对值达到 5,000 万元。

（二）有关现金分红的决策程序和监督机制

1、公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟定，经独立董事对利润分配预案发表独立意见，并经董事会过半数表决通过后提交股东大会审议批准。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

2、股东大会审议利润分配方案时，公司应为股东提供网络投票方式，通过

多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

3、监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案、利润分配政策的修改进行审议。

4、公司无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在定期报告中说明原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事发表独立意见。

为维护中小投资者利益，切实保障投资者的合法权益，落实利润分配政策，公司承诺上市后将严格按照《公司章程（草案）》规定的利润分配政策履行利润分配决策程序，并实施利润分配。

四、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排，尚未盈利或存在累计未弥补亏损的，关于投资者保护的措施

发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排，不存在尚未盈利或累计未弥补亏损的情况。

第十节 其他重要事项

一、重要合同

本节所指重要合同是指公司已履行、正在履行或将要履行的，对本公司生产经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同。

（一）销售合同

报告期内，公司与主要客户采用“框架合同+订单”的合作模式。公司与主要客户一般签订年度框架合同，对合同期限、权利义务、结算方式等事项进行约定，不涉及具体的交易金额，当客户发生具体需求时，客户通过订单的形式明确具体交易标的、具体规格型号、数量、单价等信息。公司重要销售框架合同认定为公司与报告期前五大客户签订的协议。报告期内，公司前五大客户重要销售合同情况如下：

序号	客户名称	销售方	合同标的	合同金额	执行期限	实际履行情况
1	中国石油天然气集团有限公司	发行人	通用类物资	以订单为准	2019.9.5-2021.9.4	履行完毕
2	中国石油天然气集团有限公司	发行人	通用类物资	以订单为准	2021.8.31-2023.2.28	履行完毕
3	南方电网物资有限公司	发行人	通用类物资	以订单为准	2019.1.1-2020.12.31	履行完毕
4	南方电网互联网服务有限公司	发行人	通用类物资	以订单为准	2021.1.21-2021.12.31	履行完毕
5	南方电网互联网服务有限公司	发行人	通用类物资	以订单为准	2021.12.30-2022.12.31	履行完毕
6	江苏省财政厅	发行人	通用类物资	以订单为准	2019.1.28-2022.1.27	履行完毕
7	江苏省财政厅	江苏子公司	通用类物资	以订单为准	2022.3.23-2024.12.31	正在履行
8	国家税务总局	发行人	通用类物资	以订单为准	2018.5.15-2023.6.30	正在履行
9	国网物资有限公司	发行人	办公类物资	以订单为准	2019.10.22-2020.9.30	履行完毕
10	国网物资有限公司	发行人	办公类物资	以订单为准	2020.10.1-2021.9.31	履行完毕
11	国网物资有限公司	发行人	办公类物资	以订单为准	2021.10.15-2022.9.30	履行完毕
12	国网物资有限公司	发行人	办公类物资	以订单为准	2022.10.1-2023.9.30	正在履行

（二）采购合同

报告期内，公司与主要供应商采用“框架合同+订单”的合作模式。公司与主要供应商一般签订年度框架合同，框架合同约定合同期限、权利义务、结算方式等事项，供应商通过具体订单确定具体交易标的、具体规格型号、数量、单价等内容。

公司重要采购框架合同认定为公司与报告期前五大供应商签订的累计订单金额超 2,000.00 万元的合同。报告期内，公司前五大供应商重要采购合同情况如下：

序号	供应商名称	采购方	合同标的	合同金额	执行期限	实际履行情况
1	百乐贸易（深圳）有限公司	广东子公司	百乐所有商品	以订单为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
2	百乐贸易（深圳）有限公司	广东子公司	百乐所有商品	以订单为准	2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
3	百乐贸易（深圳）有限公司	广东子公司	百乐所有商品	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
4	百乐贸易（深圳）有限公司	广东子公司	百乐所有商品	以订单为准	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
5	芬欧汇川（中国）有限公司	发行人	复印纸	以订单为准	2020.3.1-2021.2.28	履行完毕
6	芬欧汇川（中国）有限公司	发行人	复印纸	以订单为准	2021.4.1-2022.3.31	履行完毕
7	芬欧汇川（中国）有限公司	常熟子公司	复印纸	以订单为准	2022.6.1-2022.12.31	履行完毕
8	惠普（重庆）有限公司	跨越科技	电脑	以订单为准	2020.7.16-长期	正在履行
9	航天信息系统工程（北京）有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2020.9.17-2021.9.30	履行完毕
10	航天信息系统工程（北京）有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2021.9.30-2022.9.30	履行完毕
11	航天信息系统工程（北京）有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2021.10.1-2022.9.30	履行完毕
12	航天信息系统工程（北京）有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2022.10.1-2023.9.30	正在履行
13	山东众立信息技术有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2020.5.25-2021.12.31	履行完毕
14	山东众立信息技术有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
15	山东众立信息技术有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2021.3.1-2024.3.31	正在履行
16	新疆蓝尚博工贸科技有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2020.1.15-2021.4.30	履行完毕
17	新疆明辉利科技有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2021.5.1-2021.12.31	履行完毕
18	新疆明辉利科技有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31	履行完毕

序号	供应商名称	采购方	合同标的	合同金额	执行期限	实际履行情况
19	新疆明辉利科技有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
20	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
21	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
22	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2022.5.1-2022.12.31	履行完毕
23	武汉今日华泰文化办公用品有限责任公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
24	广东和容科技股份有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
25	广东和容科技股份有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2023.3.2-2024.1.31	正在履行
26	广东和容科技股份有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2023.2.15-2023.12.31	正在履行
27	广东和容科技股份有限公司	发行人	特定商品和配套落地服务	以订单为准	2023.1.1-2023.4.30	正在履行

（三）授信与借款合同

1、授信合同

公司重要授信合同认定为公司授信金额在 2,000 万元以上的授信合同。截至 2022 年 12 月 31 日，公司正在履行的重要授信合同具体情况如下：

单位：万元

序号	合同名称	合同编号	授信银行	被授信人	授信额度	授信期限	担保方式	担保方及担保合同编号
1	《授信协议》	2020 年渝长字第 9051118 号	招商银行重庆分行	欧菲斯	3,000.00	2020.6.28-2023.6.27	保证担保	2020 年渝长字第 9051118-1 号（王立金）
							抵押担保	2020 年渝长字第 9051118-2 号（欧菲斯）
							质押担保	2020 年渝长字第 9051118 号（欧菲斯）
2	《授信协议》	2021 年渝长字第 9120609 号	招商银行重庆分行	欧菲斯	5,000.00	2022.5.16-2025.5.15	抵押担保	2021 年渝长字第 9120609-1 号（欧菲斯）
							质押担保	2021 年渝长字第 9120609-2 号（欧菲斯）
3	《授信额度合同》	（2022）渝银综授额字第 000008 号	广发银行重庆分行	欧菲斯	①授信额度最高限额：7,000.00 ②授信额度敞口	2022.6.22-2023.5.16	质押担保	（2022）渝银综授额字第 000008 号-05-

序号	合同名称	合同编号	授信银行	被授信人	授信额度	授信期限	担保方式	担保方及担保合同编号
					最高限额： 2,000.00			担保 01（欧菲斯）
4	《融资额度协议》	BC2022061500000364 号	浦发银行重庆分行	重庆子公司	5,000.00	2022.6.29-2025.6.15	保证担保	ZB832120220000024 号（欧菲斯）
5	《融资额度协议》	BC2022092600000712 号	浦发银行重庆分行	欧菲斯	12,000.00	2022.11.4-2025.11.4	抵押担保	ZD832120220000016 号（欧菲斯）

2、借款合同

公司重要借款合同认定为公司借款金额在 2,000 万元以上的借款合同。截至 2022 年 12 月 31 日，公司不存在正在履行的重要借款合同。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，除为合并报表范围内主体相关债务的履行提供担保外，公司及子公司不存在对外担保的情形。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）公司的重大诉讼和仲裁事项

报告期内，公司及子公司存在 1 项金额超过 500 万元的尚未了结的诉讼，为公司与康德实业房屋买卖合同纠纷。

2018 年 2 月 2 日，公司与康德实业签订了《重庆市商品房买卖合同》，约定公司向康德实业购买位于重庆市渝中区经纬大道 333 号 2 幢 14 层 1-4、15 层 1-4 号商品房，购房款总金额为 26,679,128.00 元。发行人购买上述房产时，所购房产已被康德实业抵押于第三方。

为顺利办理所购房产的过户登记，2020 年 4 月 29 日，公司与康德实业签订了《借款合同》及《抵押合同》，约定公司向康德实业出借资金用于涤除发行人所购房产的抵押权，借款金额为 15,000,000.00 元，借款利率按年利率 7.3% 计付，借款期限为 2 个月，康德实业以其位于九龙坡区石小路 177 号地下车库负 4 层共计 86 个车位、重庆市九龙坡区奥体路 1 号共计 28 套办公用房、重庆市渝中区医学路 9 号 1 单元第 3 层非住宅、重庆市渝中区经纬大道 347 号商服用房作为抵押。2020 年 4 月 30 日，公司与康德实业共同就《借款合同》及《抵押合

同》申请办理了具有强制执行效力的债权文书公证。

借款期限届满后，康德实业未能按期还款，公司于 2021 年 2 月 1 日向重庆市渝中区人民法院申请强制执行（案号：（2021）渝 0103 执 3319 号）。2022 年 3 月 31 日，因未能进一步提供被执行人可供执行的财产和线索，重庆市渝中区人民法院裁定终结本次执行程序，待康德实业有可供执行的条件时，公司可向法院申请恢复强制执行程序。

除法院通过以物抵债裁定实现部分回款外，康德实业在案外通过房租抵偿、物管费抵偿方式偿还了部分借款，截至 2022 年 12 月 31 日，公司对康德实业尚未收回的借款余额为 169.87 万元。

上述纠纷中公司尚未收回的借款余额占公司总资产、净资产的比例较小，且公司已采取较为充分的担保措施保证债权的实现，上述诉讼不会对公司的经营活动产生重大不利影响。综上所述，截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁事项。

（二）主要关联人的重大诉讼和仲裁事项

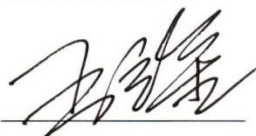
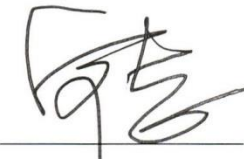
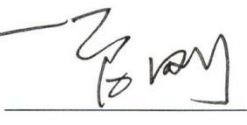
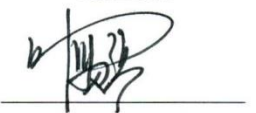
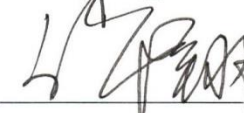
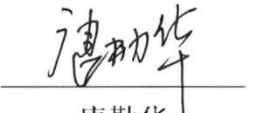
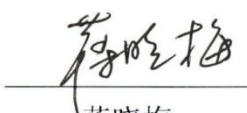
截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、子公司、董事、监事、高级管理人员均不存在作为一方当事人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。公司控股股东、实际控制人最近三年不存在重大违法违规行为。

第十一节 声 明

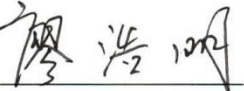
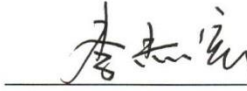
发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

		
王立金	何 志	曾 刚
		
叶贯强	许 翔	安 平
		
唐勤华	王攀娜	蒋晓梅

全体监事签名：

		
刘志荣	廖浩明	李杰宏

其他高级管理人员签名：

		
钟圆双	孙玉旺	张若鸿

欧菲斯集团股份有限公司

2023 年 6 月 20 日

发行人控股股东、实际控制人声明

本合伙企业/本公司/本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东签章：

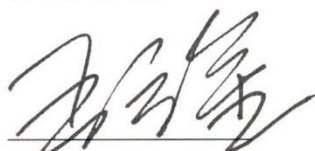
重庆欧菲斯办公伙伴一号企业管理中心（有限合伙）（盖章）

控股股东执行事务合伙人：重庆新欧菲斯办公伙伴企业管理有限公司（盖章）

执行事务合伙人法定代表人（签字）：


王立金

实际控制人签名：


王立金


王长福


叶贯强


吴亮亮


曾 刚


刘志荣


吴骏寅


安 平


戴开岳

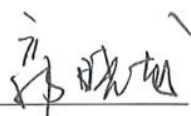
欧菲斯集团股份有限公司

2023 年 6 月 20 日

保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：


郭晓龙

保荐代表人：


高亚军


何 猛

法定代表人：


林传辉



2023 年 6 月 20 日

保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构董事长、总经理：


林传辉



2023 年 6 月 20 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人签名：_____

黄 勇

经办律师签名：_____

叶 菲

黄夕晖

梁铭明

上海东方华银律师事务所

2023 年 6 月 20 日



地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：(0571) 8821 6888
传真：(0571) 8821 6999

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《欧菲斯集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审（2023）8-347 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审（2023）8-348 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对欧菲斯集团股份有限公司在招股说明中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

祝芹敏 刘静亚 顾立盟

天健会计师事务所负责人：

龙文虎

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二三年九月二十日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人签名： 殷翔龙
殷翔龙

经办资产评估师签名： 郭赋斌
郭赋斌

聂金
聂金

重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司



2023年6月20日



天健会计师事务所

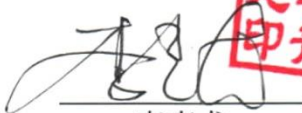
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路1366号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

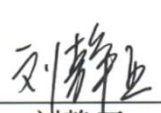
验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《欧菲斯集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（天健验〔2021〕8-33号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对欧菲斯集团股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


李青龙




刘静亚



天健会计师事务所负责人：


龙文虎



天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二三年六月二十日





大华会计师事务所

大华会计师事务所（特殊普通合伙）
北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层 [100039]
电话：86 (10) 5835 0011 传真：86 (10) 5835 0006
www.dahua-cpa.com

验资机构声明

大华特字[2023]002968 号

本所及签字注册会计师已阅读《欧菲斯集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签名：



杨雄

经办注册会计师签名：

段奇

罗怀金

大华会计师事务所（特殊普通合伙）



2023 年 6 月 20 日

第十二节 附 件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文书，该等文书同时在中国证监会指定网站巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）披露，具体如下：

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况（参见“附件一”）；
- （七）与投资者保护相关的承诺（参见“附件二”）；
- （八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项（参见“附件二”）；
- （九）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报告及审阅报告；
- （十）内部控制鉴证报告；
- （十一）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十二）股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明（参见“附件三”）；
- （十三）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明（参见“附件四”）；
- （十四）募集资金具体运用情况（参见“附件五”）；
- （十五）子公司、参股公司简要情况（参见“附件六”）；

（十六）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅地点

投资者可以在下列地点查阅备查文件。

（一）发行人：欧菲斯集团股份有限公司

联系地址：重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢

联系人：田菲

联系电话：023-88117929

（二）保荐人（主承销商）：广发证券股份有限公司

联系地址：广东省广州市天河区马场路 26 号广发证券大厦

联系人：聂韶华

联系电话：020-66338888

传真：020-87553600

附件一：落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配 决策程序、股东投票机制建立情况

一、落实投资者关系管理相关规定的安排

（一）信息披露制度及投资者服务计划

为保护投资者的合法权益、规范公司信息披露行为，根据《公司法》《证券法》《公司章程（草案）》及《深圳证券交易所股票上市规则》的要求，2023年4月10日，公司第一届董事会第三十一次会议审议通过了《信息披露管理制度》。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

为进一步规范和加强公司与投资者之间的信息沟通，保护投资者的利益，2023年4月10日，公司第一届董事会第三十一次会议审议通过了《投资者关系管理制度》。公司通过多渠道、多平台、多方式开展投资者关系管理，通过公司网站、新媒体平台、电话、传真、电子邮箱等渠道，采取股东大会、投资者说明会、路演、分析师会议、接待来访、座谈交流等方式，与投资者进行沟通交流。

（二）负责信息披露部门、主要负责人和联系电话

董事会办公室是公司负责投资者关系管理和信息披露的负责部门，具体负责公司信息汇集、对外披露、投资者关系管理的具体工作。公司由董事会秘书担任信息披露和投资者关系管理的直接负责人。

公司信息披露和投资者关系负责人：钟圆双

联系电话：023-88117929

电子邮箱：zhongyuanshuang@officemate.cn

地址：重庆市渝北区金开大道西段106号1幢

二、股利分配决策程序

本次发行后，公司股利分配决策程序参见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“三、有关现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制”。

三、股东投票机制建立情况

《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》建立了累积投票制度、中小投资者单独计票、股东大会网络投票、征集投票权等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

（一）累积投票制度

根据《公司章程（草案）》，董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决。股东大会就选举董事、监事进行表决时，选举二名以上董事或监事，应当实行累积投票制。

前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票

根据《公司章程（草案）》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）股东大会网络投票

根据《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

公司应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间以及表决程序。股东大会网络或其他方式投票的开始时间，不得早于现场股东大会召开前一日下午 3:00，并不得迟于现场股东大会召开当日上午 9:30，其结束时间不得早于现场股东大会结束当日下午 3:00。

（四）征集投票权

根据《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》，公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投

票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

附件二：与投资者保护相关的承诺

一、限售安排、自愿股份锁定、延长锁定期限承诺

（一）发行人实际控制人王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳承诺

1、承诺人直接或间接所持公司股份系为承诺人实益持有、合法有效，不存在委托持股、委托投资、信托等情况，承诺人所持公司股份未设置任何质押、查封等权利限制，亦不存在任何第三方权益，承诺人所持公司股份不存在权益纠纷。

2、自公司首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理承诺人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

3、在上述持股锁定期届满后，在承诺人担任董事、监事或高级管理人员的期间，每年转让的股份不超过承诺人直接或间接持有公司股份数的 25%，并且在卖出后六个月内不再买入发行人股份，买入后六个月内不再卖出发行人股份；在离职后半年内，不转让承诺人持有的公司股份。每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的 25%。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对股票减持有不同规定，承诺人自愿无条件地遵从该等规定。

（二）发行人控股股东一号中心、二号中心承诺

1、承诺人所持公司股份系为承诺人实益持有、合法有效，不存在委托持股、委托投资、信托等情况，承诺人所持公司股份未设置任何质押、查封等权利限制，亦不存在任何第三方权益，承诺人所持公司股份不存在权益纠纷。

2、自公司首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理承诺人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

3、公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行

价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，承诺人直接或间接持有的公司股票的锁定期限自动延长六个月（若上述期间公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，上述收盘价须按照中国证监会、深圳证券交易所的有关规定作复权处理）。

4、承诺人在锁定期（包括延长的锁定期）届满后，承诺人拟减持股票的，将认真遵守《公司法》《证券法》以及中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定。

5、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对股票减持有不同规定，承诺人自愿无条件地遵从该等规定。

（三）其他股东三号中心、四号中心、五号中心、深创投、业如红土承诺

1、承诺人所持公司股份系为承诺人实益持有、合法有效，不存在委托持股、委托投资、信托等情况，承诺人所持公司股份未设置任何质押、查封等权利限制，亦不存在任何第三方权益，承诺人所持公司股份不存在权益纠纷。

2、自公司首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理承诺人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

3、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对股票减持有不同规定，承诺人自愿无条件地遵从该等规定。

（四）其他董事、监事、高级管理人员何志、钟圆双、孙玉旺、张若鸿、李杰宏承诺

1、本人间接所持发行人股份系为本人实益持有、合法有效，不存在委托持股、委托投资、信托等情况，本人所间接持有的发行人股份未设置任何质押、查封等权利限制，亦不存在任何第三方权益，本人所间接持有的发行人股份不存在权益纠纷。

2、自公司首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

3、在上述持股锁定期届满后，在承诺人担任董事、监事或高级管理人员的期间，每年转让的股份不超过承诺人直接或间接持有公司股份数的 25%，并且在卖出后六个月内不再买入发行人股份，买入后六个月内不再卖出发行人股份；在离职后半年内，不转让承诺人持有的公司股份。每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的 25%。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对股票减持有不同规定，承诺人自愿无条件地遵从该等规定。

（五）实际控制人关系密切家庭成员王立芳、万华、万仁明、王学强、高琳萍、刘振超、曾令宏、曾雄、曾伟、王少娟、王丹妮、王宽承诺

1、本人间接所持发行人股份系为本人实益持有、合法有效，不存在委托持股、委托投资、信托等情况，本人所间接持有的发行人股份未设置任何质押、查封等权利限制，亦不存在任何第三方权益，本人所间接持有的发行人股份不存在权益纠纷。

2、自公司首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

3、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对股票减持有不同规定，承诺人自愿无条件地遵从该等规定。

二、股东持股及减持意向承诺

（一）发行人控股股东一号中心、二号中心

1、减持股份的条件

承诺人将严格按照公司首次公开发行股票招股说明书及承诺人出具的承诺载明的各项锁定期限要求，并严格遵守相关法律、法规、规范性文件规定及监管要求，在锁定期内不减持持有的发行人股份。锁定期届满后的两年内，在不违反相关法律、法规、规范性文件之规定以及承诺人作出的其他公开承诺前提下，承诺人存在适当减持发行人股份的可能。

2、减持股份的方式

若承诺人在前述锁定期届满后减持的，承诺人拟通过包括但不限于二级市场集中竞价交易、大宗交易、协议转让等方式减持直接或者间接所持有的发行人股份。

3、减持股份的价格

承诺人减持直接或者间接所持有的发行人股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律法规及证券交易所规则要求；承诺人在发行人首次公开发行股票前直接或者间接所持有的发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于首次公开发行股票的发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。

4、减持股份的数量

在锁定期届满后的两年内，若减持，承诺人每年减持的发行人股份数量不超过承诺人上一年末所持有的发行人股份总数的 25%。

5、减持股份的期限

锁定期届满后，承诺人减持直接或者间接所持发行人股份时，应提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知发行人，由发行人及时予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

6、信息披露

承诺人减持所持股票的，将严格依照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及中国证监会和深圳证券交易所的相关规定履行信息披露义务，公开披露持股意向及减持意向。若承诺人拟通过证券交易所集中竞价交易系统进行减持，将配合发行人在承诺人减持前提前至少 15 个交易日公告减持计划；若承诺人拟通过其他方式进行减持，将配合发行人在承诺人减持前提前至少 3 个交易日公告减持计划。如届时相关法律、法规、规范性文件对减持需履行的信息披露义务另有规定的，按照届时有效的规定执行。

7、为严格履行上述承诺事项，承诺人承诺将遵守的约束措施

①如果承诺人未履行招股说明书中披露的相关承诺事项，承诺人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。如因未履行相关承诺事项

而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的二十个工作日内将所获收益支付给公司指定账户。

②如果因承诺人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将依法向投资者赔偿相关损失。如果承诺人未承担前述赔偿责任，公司有权扣减承诺人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。同时，在承诺人未承担前述赔偿责任期间，不得转让承诺人持有的公司股份。

（二）直接持股超过5%以上股东三号中心承诺

1、减持股份的条件

承诺人作为发行人持股 5%以上的股东，严格按照公司首次公开发行股票招股说明书及承诺人出具的承诺载明的各项锁定期限要求，并严格遵守相关法律、法规、规范性文件规定及监管要求，在锁定期内不减持直接或者间接持有的发行人股份。

2、减持股份的方式

锁定期届满后，承诺人拟通过包括但不限于二级市场集中竞价交易、大宗交易、协议转让等方式减持直接或者间接所持有的发行人股份。

3、减持股份的价格

承诺人减持直接或者间接所持有的发行人股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律法规及证券交易所规则要求；承诺人在发行人首次公开发行股票前直接或者间接所持有的发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于首次公开发行股票的发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。

4、减持股份的数量

承诺人将根据相关法律法规及证券交易所规则，结合证券市场情况、发行人股票走势及公开信息、承诺人需要等情况，就所持有的发行人股份数量进行自主决策、择机减持。限售期结束后的 24 个月内，承诺人减持发行人股份的比例不超过承诺人所持有发行人股份的 100%。

5、减持股份的期限

锁定期届满后，承诺人减持直接或者间接所持发行人股份时，应提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知发行人，由发行人及时予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

6、信息披露

承诺人减持所持股票的，将严格依照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》、中国证监会和深圳证券交易所的相关规定履行信息披露义务，公开披露持股意向及减持意向。若承诺人拟通过证券交易所集中竞价交易系统进行减持，将配合发行人在承诺人减持前提前至少 15 个交易日公告减持计划；若承诺人拟通过其他方式进行减持，将配合发行人在承诺人减持前提前至少 3 个交易日公告减持计划。如届时相关法律、法规、规范性文件对减持需履行的信息披露义务另有规定的，按照届时有效的规定执行。

7、为严格履行上述承诺事项，承诺人承诺将遵守的约束措施

（1）如果承诺人未履行上述相关承诺事项，承诺人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。如因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的二十个工作日内将所获收益支付给公司指定账户。

（2）如果因承诺人未履行上述相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将依法向投资者赔偿相关损失。如果承诺人未承担前述赔偿责任，公司有权扣减承诺人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。同时，在承诺人未承担前述赔偿责任期间，不得转让承诺人持有的公司股份。

三、稳定股价的措施和承诺

根据《公司法》《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等相关法律法规的要求，为保护中小股东和投资者利益，公司制定了《公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定公司股价预案》（以下简称“《预案》”）。具体如下：

一、启动价格稳定措施的条件、程序及停止条件

（一）预警条件：公司上市后三年内，当公司股票连续 20 个交易日的收盘

价低于最近一期定期报告披露的每股净资产的 120%时，公司将在 10 个交易日内召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

（二）启动条件及程序：公司上市后三年内，当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期定期报告披露的每股净资产时，应当在 10 日内召开董事会、25 日内召开股东大会，审议稳定股价具体方案，明确该等具体方案的实施期间，并在股东大会审议通过该等方案后的 10 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。

（三）停止条件：在上述第（二）项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续 20 个交易日收盘价高于最近一期定期报告披露的每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。上述第（二）项稳定股价具体方案实施期满后，如再次发生上述第（二）项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

二、具体措施

（一）发行人稳定股价的具体措施

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司应依照法律、法规、规范性文件、公司章程及公司内部治理制度的规定，及时履行相关法定程序后采取以下部分或全部措施稳定公司股价，并保证股价稳定措施实施后，公司的股权分布仍符合上市条件：

1、在不影响公司正常生产经营的情况下，经公司董事会、股东大会审议同意回购公司股票，公司为稳定股价进行股份回购时，除应符合相关法律法规要求之外，还应符合下列各项：

（1）公司回购股份的价格不高于上一期经审计的每股净资产；

（2）回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

（3）公司单次用于回购股份的资金总额不低于上一个会计年度经审计净利润的 10%，或单次回购股份数量不低于回购时股份公司股本的 1%。

如果回购完成后公司股价再次触及《预案》启动条件，公司应继续按照《预案》内容履行回购股份义务，且连续 12 个月内回购股份数量不超过回购时

公司股本的 5%；单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

2、在保证公司经营资金需求的前提下，经公司董事会、股东大会审议同意，通过实施利润分配或资本公积转增股本的方式稳定公司股价。

3、通过削减开支、限制高级管理人员薪酬、暂停股权激励计划等方式提升公司业绩、稳定公司股价。

4、采取法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他方式。

（二）控股股东、实际控制人稳定股价的具体措施

控股股东、实际控制人将根据法律、法规及公司章程的规定启动稳定公司股价的措施增持公司股份，至消除连续 20 个交易日收盘价低于每股净资产的情形为止。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。控股股东、实际控制人在满足以下条件的情形下履行上述增持义务：

1、增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

2、增持价格不超过公司上一会计年度末经审计的每股净资产的价格；

3、单次用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东、实际控制人及其控制的企业累计从公司所获得现金分红金额的 10%；

4、单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东、实际控制人及其控制的企业累计从公司所获得现金分红金额的 50%；

5、公司以回购公众股作为稳定股价的措施未能实施，或者公司已采取回购公众股措施但公司股票收盘价仍低于上一会计年度末经审计的每股净资产。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，控股股东、实际控制人将继续按照上述原则执行稳定股价预案。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

控股股东、实际控制人将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 日内向公司提交增持计划并公告。控股股东、实际控制人将在公司公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入公司股份的计划。

如果公司公告控股股东、实际控制人增持计划后 10 个交易日内，其股价已经不能满足启动股价稳定措施条件的，或者继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件时，或者继续增持股票将导致公司控股股东、实际控制人不得不履行要约收购义务时，控股股东、实际控制人可不再实施上述增持公司股份的计划。

（三）董事、高级管理人员增持

公司董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员将根据法律、法规及公司章程的规定启动稳定公司股价的措施，增持公司股份，至消除连续 20 个交易日收盘价低于每股净资产的情形为止。若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整。

董事、高级管理人员在满足以下条件的情形下履行上述增持义务：

- 1、增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；
- 2、增持价格不超过公司上一会计年度末经审计的每股净资产的价格；
- 3、单次用于增持的资金金额不超过董事、高级管理人员上一年度自公司领取税后薪酬及津贴总和的 10%；
- 4、单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过上一年度自公司领取税后薪酬及津贴总和的 50%；
- 5、公司已采取回购公众股措施，且控股股东、实际控制人已采取增持股份措施，但公司股票收盘价仍低于上一会计年度末经审计的每股净资产。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，董事、高级管理人员将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

董事、高级管理人员将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 日内向公司提交增持计划并公告。董事、高级管理人员将在公司公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入公司股份的计划。

如果公司公告董事、高级管理人员增持计划后 10 个交易日内，其股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，董事、高级管理人员可不再实施上述增持公司股份的计划。

触发前述股价稳定措施的启动条件时公司的董事、高级管理人员，不因在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间内职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施；公司于上市后三年内新聘用的董事、高级管理人员须遵照《预案》要求履行相关义务，公司将在其作出承诺履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺要求后，方可选举或聘任。公司及控股股东、实际控制人应当促成公司新聘用的该等董事、高级管理人员遵守本预案并签署相关承诺。

三、约束措施

在启动条件满足时，如公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

（一）公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（二）如果控股股东、实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的，则公司有权将与拟增持股票所需资金总额相等金额的应付控股股东、实际控制人现金分红予以暂时扣留，直至其按本预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

（三）如果有增持义务的董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，则公司有权将与该等董事、高级管理人员拟增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，直至该等董事、高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

（四）如因发行人股票上市地上市规则等证券监管法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致公司、控股股东、董事及高级管理人员在一定时期内无法履行其稳定股价义务的，相关责任主体可免于前述约束措施，但其亦应

积极采取其他合理且可行的措施稳定股价。

四、本预案有效期

自公司完成首次公开发行股票并上市之日起生效，有效期三年。

发行人、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员承诺，自本公司股票上市后三年内，将严格执行上述股价稳定预案中的具体措施，以稳定公司股票合理价值区间。

四、股份回购和股份买回的措施和承诺

发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员分别出具了股份回购的承诺，具体内容参见本节“附件二、五、对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺”、“附件二、八、依法承担赔偿责任的承诺”。

五、对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

（一）发行人承诺

1、承诺人保证公司本次公开发行股票并在主板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

（二）发行人控股股东一号中心、实际控制人承诺

1、承诺人保证公司本次公开发行股票并在主板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，承诺人将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次发行完成后，公司的股本、净资产将大幅度增加，在募集资金投资项目对公司业绩增长的促进作用尚未完全显现情况下，公司每股收益和净资产收

益率等指标在短时间内可能出现一定幅度的下降。为降低本次发行摊薄即期回报的影响，充分保护中小股东的利益，公司承诺将采取如下措施实现业务可持续发展从而增加未来收益，以填补被摊薄即期回报。

（一）填补被摊薄即期回报的措施

1、巩固和发展公司主营业务，提高公司持续盈利能力

公司的主营业务始终专注于以“数字化”、“一站式”为鲜明特点的办公物资 B2B 直销业务，公司通过数字化技术的应用、供应链体系的优化、产品品类管理能力的积累和售后服务的完善，不断提升公司对大型政企客户的服务能力。本次发行后，公司将持续巩固和发展主营业务，提升固有客户黏性和新客户的获取能力，增强公司核心竞争力和持续盈利能力。

2、强化募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司已对本次发行募集资金投资项目的可行性和必要性进行了充分论证，募投项目符合公司的战略目标和行业发展趋势。本次发行募集资金到位后，公司将全力调配各项资源、积极推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日实现预期效益，以提升公司的盈利水平。同时，为规范募集资金的管理和使用，确保本次发行募集资金专项用于募投项目，公司已经根据相关法律、法规及规范性文件的规定和要求，制定了《募集资金管理制度》，严控募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

3、提升公司治理水平，为企业发展提供制度保障

公司将严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，不断提升公司治理水平，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和《公司章程》的规定行使职权，做出科学、合理的经营决策，确保独立董事能够独立履行职责，维护公司及中小股东的利益，确保监事会能够独立有效地行使对董事和高级管理人员的监督权和检查权，为公司的健康发展提供制度保障。

4、完善利润分配政策，建立健全投资回报机制

公司已根据《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》（2022年修订）及《上市公司章程指引》等规定的相关要求制定了《公司章程（草案）》和《公司上市后三年股东分红回报规划》，明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，建立健全了有效的股东回报机制，强化了中小投资者权益保障机制。

5、其他方式

公司承诺未来将根据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，并参照上市公司较为通行的惯例，继续补充、修订、完善公司投资者权益保护的各項制度并予以实施。

上述各项措施为公司为本次发行募集资金有效使用的保障措施及防范本次发行摊薄即期回报风险的措施，不代表公司对未来利润做出的保证。

（二）填补被摊薄即期回报的承诺

公司承诺将最大程度促使上述填补被摊薄即期回报措施的实施，公司未履行填补被摊薄即期回报措施的，将及时公告未履行的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，将向公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

公司控股股东、实际控制人及实际控制人控制的其他股东二号中心承诺：

1、承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2、承诺自本承诺出具日至公司首次公开发行并上市实施完毕前，若中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足该等规定时，承诺人承诺届时将按照最新规定出具补充承诺。

公司董事、高级管理人员为保证公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺如下：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其

他方式损害公司利益；

2、承诺将严格自律并积极促使公司采取实际行动，对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、在自身职权范围内积极推动公司薪酬制度的完善使之符合摊薄即期填补回报措施的要求，承诺支持公司董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、当参与公司制订及推出股权激励计划的相关决策时，在自身职权范围内使股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、承诺自本承诺出具日至公司首次公开发行并上市实施完毕前，若中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足该等规定时，承诺人承诺届时将按照最新规定出具补充承诺。

七、利润分配政策的承诺

（一）发行前滚存利润分配方案

2023年4月25日，公司召开2023年第三次临时股东大会，审议通过了关于《公司首次公开发行股票前滚存未分配利润分配方案》的议案，本次股票发行成功后，公司本次首次公开发行股票前滚存的未分配利润由股票发行后的新老股东按发行后的持股比例共同享有。

（二）发行上市后利润分配政策

2023年4月25日，公司2023年第三次临时股东大会审议通过了关于《公司上市后三年股东分红回报规划》的议案，对本次发行上市后的股利分配政策作出了相应规定，公司的利润分配政策如下：

1、公司利润分配政策的基本原则

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报。公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，利润分配不得超过可分配利润的范围，不得损害

公司持续经营能力。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

2、利润分配的方式及时间间隔

公司根据实际情况、法律、法规、规范性文件以及公司章程的相关规定，可以按顺序采取现金、现金与股票相结合或者股票的方式分配利润。公司原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

公司具备公司章程规定的现金分红条件的，应当全部或部分采用现金分红进行利润分配。公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

3、分红的条件及比例

公司实施现金分红应同时满足以下条件：

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司累计可供分配利润为正值。

4、现金分红的比例和期间间隔

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，

现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

5、股票股利分配的条件

在公司经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金股利分配的前提下，提出股票股利分配预案。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

6、决策程序和机制

公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟定，经独立董事对利润分配预案发表独立意见，并经董事会过半数表决通过后提交股东大会审议批准。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会审议利润分配方案时，公司应为股东提供网络投票方式，通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案、利润分配政策的修改进行审议。

7、公司利润分配政策的调整

公司应当根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见制定或调整分红回报规划及计划。但公司应保证现行及未来的分红回报规划及计划不得违反以下原则：即在公司当年盈利且满足现金分红条件的情况下，公司应当采取现金方式分配股利，现金方式分配的利润不少于当次分配利润的 20%。

如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政

策的，应以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因；调整后的利润分配政策不得违反证券监管部门的有关规定；有关调整利润分配政策的议案，须经董事会、监事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应当对该议案发表独立意见，股东大会审议该议案时应当采用网络投票等方式为公众股东提供参会表决条件。利润分配政策调整方案应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

公司外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化是指以下情形之一：

（1）因国家法律、法规及行业政策发生重大变化，对公司生产经营造成重大不利影响而导致公司经营亏损；

（2）因出现战争、自然灾害等不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响而导致公司经营亏损；

（3）因外部经营环境或者自身经营状况发生重大变化，公司连续三个会计年度经营活动产生的现金流量净额与净利润之比均低于 20%；

（4）证券监管部门规定的其他事项。

8、利润分配政策的披露

（1）公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

①是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

②分红标准和比例是否明确和清晰；

③相关的决策程序和机制是否完备；

④独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

⑤中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及是否合规和透明等进行详细说明。

（2）公司无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在定期报告中说明原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事发表独立意见。

（三）发行人承诺

1、本次股票发行成功后，公司本次首次公开发行股票前滚存的未分配利润由股票发行后的新老股东按发行后的持股比例共同享有。

2、为维护中小投资者的利益，公司将严格按照《公司章程（草案）》《公司上市后三年股东分红回报规划》及股东大会审议通过的其他利润分配政策（包括现金分红政策）履行利润分配决策程序，并实施利润分配。

八、依法承担赔偿责任的承诺

（一）发行人承诺

若招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在有关违法事实被有关部门认定后依法回购首次公开发行的全部新股。公司将按照二级市场价格且不低于发行价并加上中国人民银行规定的同期同档次银行存款利息回购公司股票（公司如有派发股利、转增股本、配股等除权除息事项，上述发行价亦将作相应调整）。

若招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将在该等违法事实被有权部门认定后依法赔偿投资者损失。

（二）发行人控股股东一号中心、实际控制人承诺

若公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，承诺人将利用公司控股股东、实际控制人的地位促成公司在被有权部门认定违法事实后及时启动依法回购公司首次公开发行的全部新股工作，并启动依法购回承诺人已转让的原限售股份工作。承诺人将按照二级市场价格且不低于发行价并加上中国人民银行规定的同期同档次银行存款利息回购公司股票（公司如有派发股利、转增股本、配股等除权除息事项，上述发行价亦将作相应调整）。

若公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将在该等违法事实被有权部门认定后依法赔偿

投资者损失。

（三）发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

若招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将在该等违法事实被有权部门认定后依法赔偿投资者损失。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

（四）证券服务机构承诺

广发证券承诺：因广发证券为发行人首次公开发行股票事宜制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人律师承诺：因东方华银为发行人首次公开发行股票事宜制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

申报会计师及验资机构天健承诺：因我们为欧菲斯集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

资产评估机构承诺：因重庆华康为发行人首次公开发行股票事宜制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

九、控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺

为避免未来发生同业竞争，更好地维护公司中小股东的利益，公司控股股东一号中心、实际控制人王立金、王长福、叶贯强、吴亮亮、曾刚、刘志荣、吴骏寅、安平、戴开岳出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体情况如下：

1、除发行人及其子公司外，承诺人及承诺人控制的其他公司、合作或联营企业目前没有通过任何形式直接或间接从事（包括但不限于自营、与他人共同经营或为他人经营）与发行人的主营业务及其他业务相同、相似的业务（下称“竞争业务”）；承诺人与发行人不存在同业竞争。

2、除发行人及其子公司以及承诺人向发行人书面披露的企业外，承诺人目

前未直接或间接控制任何其他企业，亦未对其他任何企业施加任何重大影响。

3、承诺人及承诺人直接或间接控制的除发行人外的子公司、合作或联营企业将不会采取以任何方式（包括但不限于参股、控股、联营、合营、合作）直接或间接从事竞争业务或与发行人业务可能构成实质竞争的业务。

4、若因任何原因出现承诺人或承诺人控制的除发行人以外的其他企业将来直接或间接从事竞争业务或与发行人业务可能构成实质竞争的业务的业务的情形，则承诺人将在发行人提出异议后及时转让或终止上述业务或促使承诺人控制的其他企业及时转让或终止上述业务；如发行人进一步要求收购上述竞争业务，承诺人将在同等条件下给予发行人优先受让权，并尽最大努力促使交易条件平等合理、交易价格公允、透明。

5、若发生承诺人或承诺人控制的除发行人以外的其他企业将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的投资机会或其他商业机会，在同等条件下赋予发行人该等投资机会或商业机会之优先选择权。

6、承诺人将促使承诺人及承诺人配偶的直系亲属（即父母及子女）及承诺人的其他近亲属（兄弟姐妹、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女）履行上述避免同业竞争承诺中与承诺人相同的义务。

7、如承诺人违反上述承诺，发行人及发行人其他股东有权根据本承诺函依法申请强制承诺人履行上述承诺，承诺人愿意就因违反上述承诺而给发行人及发行人其他股东造成的全部经济损失承担赔偿责任；同时，承诺人因违反上述承诺所取得的利益归发行人所有。

8、自本承诺函出具日起，本承诺函项下之承诺为不可撤销且持续有效，本承诺函有效期自签署之日起至下列日期中的较早日期终止：（1）承诺人不再直接或间接持有发行人 5%以上股份之日；或（2）发行人终止在深圳证券交易所上市之日。

十、未能履行承诺的约束措施

（一）发行人承诺

发行人保证将严格履行招股说明书披露的承诺事项，同时提出未能履行承

诺时的约束措施如下：

1、若公司未履行相关承诺事项，公司应当在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、公司将在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺；

3、因公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法向投资者承担赔偿责任；

4、对未履行其已作出承诺或因该等人士的自身原因导致公司未履行已作出承诺的公司股东、董事、监事、高级管理人员，公司将立即停止对其进行现金分红，并停发其应在公司领取的薪酬、津贴，直至该等人士履行相关承诺；

5、若因未履行相关承诺事项而被司法机关和/或行政机关作出相应裁决、决定，本公司将严格依法执行该等裁决、决定。

（二）发行人控股股东一号中心、实际控制人、二号中心承诺

1、若承诺人未履行相关承诺事项，承诺人应当在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因并向公司的股东和社会公众投资者道歉；

2、承诺人将在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺；

3、若因承诺人未履行相关承诺事项，致使公司或者投资者遭受损失的，承诺人将向公司或者投资者依法承担赔偿责任；

4、若承诺人未承担前述赔偿责任，公司有权立即停发承诺人作为公司董事、监事、高级管理人员应领取的薪酬、津贴，直至承诺人履行相关承诺，并有权扣减承诺人作为公司股东所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任，如当年度现金利润分配已经完成，则从下一年度应向承诺人分配的现金分红中扣减；

5、若承诺人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益全部归公司所有；

6、若因未履行相关承诺事项而被司法机关和/或行政机关作出相应裁决、决定，承诺人将严格依法执行该等裁决、决定。

（三）公司董事、监事、高级管理人员承诺

- 1、若承诺人未履行相关承诺事项，承诺人应当在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因并向公司的股东和社会公众投资者道歉；
- 2、在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺；
- 3、若承诺人未能履行相关承诺事项，致使公司或投资者遭受损失的，承诺人将向公司或者投资者依法承担赔偿责任；
- 4、若承诺人未承担前述赔偿责任，公司有权立即停发承诺人应在公司领取的薪酬、津贴，直至承诺人履行相关承诺；对于持有公司股份的董事、监事、高级管理人员，公司有权扣减承诺人从公司所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任，如当年度现金利润分配已经完成，则从下一年度应向承诺人分配的现金分红中扣减；
- 5、若承诺人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有；
- 6、若因未履行相关承诺事项而被司法机关和/或行政机关作出相应裁决、决定，承诺人将严格依法执行该等裁决、决定。

十一、股东信息披露专项承诺

根据证监会发布的《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的相关要求，公司出具了《欧菲斯集团股份有限公司关于股东信息披露专项承诺》，承诺内容如下：

- 1、本公司的直接或间接股东不存在属于法律法规规定禁止持股主体的情形，各股东作为持股主体符合相关法律法规的规定；
- 2、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员未直接或间接持有本公司股份，本公司各直接或间接股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排；
- 3、本公司不存在以本公司股份进行不当利益输送的情形。

十二、不存在证监会系统离职人员入股的专项承诺

根据证监会发布的《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的相关要求，发行人已对其股东持股情况出具了《关于不存在证监会系统离职人员入股的专项承诺》，承诺内容如下：

本公司现有直接或间接股东不存在下述离开证监会系统未满十年的工作人员：

1、从中国证监会机关、派出机构、深沪证券交易所、全国中小企业股份转让系统公司离职的工作人员；

2、从中国证监会系统其他会管单位离职的会管干部；

3、在中国证监会发行部或公众公司部借调累计满 12 个月并在借调结束后三年内离职的中国证监会系统其他会管单位的非会管干部；

4、从中国证监会机关、派出机构、深沪证券交易所、全国中小企业股份转让系统公司调动到中国证监会系统其他会管单位并在调动后三年内离职的非会管干部。

附件三：股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明

一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

1、股东大会

公司根据《公司法》《证券法》等相关法律、法规并参照《上市公司章程指引》《上市公司治理准则》等规章、规则制定了《公司章程》，建立了股东大会制度并审议通过了《股东大会议事规则》。

自整体变更为股份有限公司以来，公司股东大会的召开、决议的内容及签署均符合《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定，不存在股东违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

2、董事会

公司根据《公司法》《证券法》等相关法律、法规并参照《上市公司章程指引》《上市公司治理准则》等规章、规则制定了《公司章程》，建立了董事会制度并审议通过了《董事会议事规则》。

自整体变更为股份有限公司以来，公司历次董事会在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和《公司章程》的规定。公司董事已按照相关规定认真履行职责，充分行使权利。

3、监事会

公司根据《公司法》《证券法》等相关法律、法规并参照《上市公司章程指引》《上市公司治理准则》等规章、规则制定了《公司章程》，建立了监事会制度并审议通过了《监事会议事规则》。

自整体变更为股份有限公司以来，公司历次监事会在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和《公司章程》的规定。公司监事已按照相关规定认真履行职责，充分行使权利。

二、独立董事制度的建立健全及运行情况

公司已建立独立董事制度，现有独立董事 3 名，独立董事人数不少于董事会总人数的三分之一，其中 1 名会计专业人士。

公司独立董事自任职以来，分别担任董事会设立的战略委员会、提名委员会、审计委员会与薪酬与考核委员会的委员，均依据《公司法》《证券法》《公司章程》《独立董事工作制度》等法律法规和公司规定的要求，积极参与公司决策，发挥了在财务、法律、战略决策等方面的专业特长，为公司的重大决策提供专业及建设性的意见，认真监督管理层的工作，促使公司治理结构不断完善。公司独立董事对各次董事会会议的有关决策事项未曾提出异议。

三、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司设董事会秘书 1 名。董事会秘书是公司高级管理人员，承担法律、法规及《公司章程》对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应的报酬。董事会秘书对公司和董事会负责。

自公司聘任董事会秘书以来，董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作制度》有关规定履行职责，认真筹备董事会和股东大会，并及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职责发挥了重要作用。

附件四：审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

公司董事会下设战略、提名、薪酬与考核、审计四个专门委员会。专门委员会成员全部由董事组成，其中薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会中独立董事占多数并担任主任委员，审计委员会中担任主任委员的独立董事是会计专业人士。各专门委员会委员名单如下：

委员会名称	召集人	委员
战略委员会	王立金	王立金、何志、唐勤华
提名委员会	唐勤华	唐勤华、蒋晓梅、王立金
薪酬与考核委员会	蒋晓梅	蒋晓梅、王攀娜、叶贯强
审计委员会	王攀娜	王攀娜、蒋晓梅、安平

一、战略委员会

1、人员构成

战略委员会由王立金、何志、唐勤华 3 名委员组成，设召集人 1 名，由公司董事长王立金担任，负责主持委员会工作。战略委员会委员任期与董事会任期一致，委员任期届满，可以连选连任。

2、战略委员会职责

根据公司《战略委员会工作细则》的规定，战略委员会的主要职责如下：

（1）对公司的长期发展规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议；（2）对公司的经营战略包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略进行研究并提出建议；（3）对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议；（4）对公司重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；（5）对其他影响公司发展战略的重大事项进行研究并提出建议；（6）对以上事项的实施进行跟踪检查；（7）公司董事会授权的其他事宜。

3、运行情况

自公司董事会设立战略委员会以来，董事会战略委员会严格按照《战略委员会工作细则》规定的职权范围对公司战略规划以及业务发展目标等相关事务进行讨论和决策，董事会战略委员会依法履行了职权，运行情况良好。

二、提名委员会

1、人员构成

提名委员会由唐勤华、蒋晓梅、王立金 3 名委员组成，其中独立董事占多数，设召集人 1 名，由独立董事唐勤华担任，负责主持委员会工作。提名委员会委员任期与董事会任期一致，委员任期届满，可以连选连任。

2、提名委员会职责

根据公司《提名委员会工作细则》的规定，提名委员会的主要职责如下：

（一）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；（二）研究董事、总经理及其他高级管理人员的选任或聘任标准和程序，并向董事会提出建议；（三）遴选合格的董事人选和高级管理人员人选；（四）在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会候选人的建议；（五）在总经理聘期届满时，向董事会提出新聘总经理候选人的建议；（六）对董事人选和高级管理人员人选进行审核并提出建议；（七）对董事、总经理及其他高级管理人员的工作情况进行评估，在必要时根据评估结果提出更换董事、总经理或其他高级管理人员的意见或建议；（八）董事会授权的其他事宜。

3、运行情况

自公司董事会设立提名委员会以来，董事会提名委员会会议严格按照《提名委员会工作细则》规定的职权范围对公司董事会的规模、构成及由董事会聘任的其他高级管理人员的选聘等进行讨论和决策，董事会提名委员会依法履行了职权，运行情况良好。

三、薪酬与考核委员会

1、人员构成

薪酬与考核委员会由蒋晓梅、王攀娜、叶贯强 3 名委员组成，其中独立董事占多数，设召集人 1 名，由独立董事蒋晓梅担任，负责主持委员会工作。薪酬与考核委员会任期与董事会任期一致，委员任期届满，可以连选连任。

2、薪酬与考核委员会职责

根据公司《薪酬与考核委员会工作细则》的规定，薪酬与考核委员会的主

要职责如下：（1）制定高级管理人员的岗位工作职责；（2）制定高级管理人员的业绩考核体系与业绩考核指标，进行考核并提出建议；（3）制定董事、监事、高级管理人员的薪酬制度和薪酬标准；（4）制定董事、监事、高级管理人员的长期激励计划；（5）对授予长期激励计划人员的资格、授予条件、行权条件等进行审查；（6）董事会授权的其他事宜。

3、运行情况

自公司董事会设立薪酬与考核委员会以来，董事会薪酬与考核委员会会议严格按照《薪酬与考核委员会工作细则》规定的职权范围对公司董事、高级管理人员的薪酬和业绩考核体系与指标进行讨论和决策，董事会薪酬与考核委员会依法履行了职权，运行情况良好。

四、审计委员会

1、人员构成

审计委员会由王攀娜、蒋晓梅、安平 3 名委员组成，其中独立董事占多数，设召集人 1 名，由独立董事王攀娜担任，负责主持委员会工作。审计委员会委员任期与董事会任期一致，委员任期届满，可以连选连任。

2、审计委员会职责

根据公司《审计委员会工作细则》的规定，审计委员会的主要职责如下：（1）监督及评估外部审计工作，提议聘请或者更换外部审计机构；（2）监督及评估内部审计工作；（3）审核公司的财务信息及其披露；（4）监督及评估公司的内部控制；（5）协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；（6）负责法律法规、公司章程和董事会授权的其他事情。审计委员会须每年至少召开一次无管理层参加的与外部审计机构的单独沟通会议。董事会秘书可以列席会议。

3、运行情况

自公司董事会设立审计委员会以来，董事会审计委员会会议严格按照《审计委员会工作细则》规定的职权范围与公司会计师沟通，并对公司内部控制、财务审计等相关事务进行讨论和决策，依法履行了职权，运行情况良好。

附件五：募集资金投资项目具体情况

一、供应链体系交付网络建设项目

（一）项目概况

该项目拟在常熟、重庆、东莞、长春、郑州五个城市进行中心仓建设，并在公司尚未布局仓储的省份设置省级仓，同时布局合作商前置云仓。

（二）项目投资概算

本项目投资主要内容如下表：

单位：万元，%

序号	项目	投资金额	比例
1	中心仓土地购买总投入	9,813.57	13.52
2	中心仓建设投入	45,344.34	62.45
3	省级仓租赁投入	2,043.60	2.81
4	仓配作业设备投入	9,625.54	13.26
5	车辆购买投入	2,575.00	3.55
6	人力投入	3,205.00	4.41
合计		72,607.03	100.00

（三）项目建设内容

该项目规划建设 5 大区域中心仓、20 个省级仓、263 个合作商前置云仓。中心仓以自行建设或购买产权方式取得，包括选址江苏省常熟市的华东地区中心仓、选址重庆市的华西地区中心仓、选址广东省东莞市的华南地区中心仓、选址吉林省长春市的华北地区中心仓以及选址河南省郑州市的华中地区中心仓。省级仓通过租赁方式取得。

（四）项目组织方式及实施进度

中心仓建设期为 3 年，分两期实施，一期为华东中心仓、华西中心仓，二期为华北中心仓、华南中心仓、华中中心仓，主要建设环节包括中心仓土建及配套装修、设备购买及安装、车辆购买等。

项目建设内容	月进度											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36

一期	中心仓土建及配套装修												
	设备购买及安装												
	车辆购买												
二期	中心仓土建及配套装修												
	设备购买及安装												
	车辆购买												

（五）项目环境保护及环评情况

本项目实施后主要进行仓储物流工作，除生活污水、废弃物外，无其他环境污染及排放物。本项目不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》需要备案或审批的情形。

（六）实施主体

该项目实施主体为欧菲斯集团股份有限公司。

（七）实施地点

中心仓项目实施地点为江苏省常熟市、重庆市、广东省东莞市、吉林省长春市、河南省郑州市，省级仓实施地点为以上地区以外公司其他尚未布局仓库的省份。

二、数字化运营平台建设项目

（一）项目概况

该项目是对公司前中后端信息系统的全面升级，主要包括基础资源采购、数字化核心系统的升级建设、数字化能力平台的升级建设、数字化交易平台升级。

（二）项目投资概算

本项目投资主要内容如下表：

单位：万元，%

序号	项目	投资金额	比例
1	硬件投入	3,137.00	10.31
2	软件投入	3,777.20	12.41
3	外采服务投入	6,456.36	21.21

4	人员投入	17,066.80	56.07
合计		30,437.36	100.00

注：硬件投入包括带宽、云服务器、云存储等基础服务资源采购。

（三）项目建设内容

基础资源采购主要包括购买带宽、云服务器、灾备服务等数字化系统所需的基础服务，是进行前中后端数字化信息系统优化提升的前提条件；

数字化核心系统是对 SAP 系统的扩容及公司系统门户、办公系统的优化，通过数据标准化、流程规范化、考核体系化实现公司管理提升，加强内部协作层级和管理决策科学性；

数字化能力平台通过全方位的数据收集、数据建模、数据分析、数据挖掘，支撑客户运营、业务运营、产品运营、内容运营、经营分析、辅助业务决策分析。

大数据平台整合全集团的资源，打造集数据采集、数据处理、监测管理、应急指挥可视化平台于一体的大数据平台，以信息化提升数据化管理与服务能力。

数字化交易平台的升级包括对合约平台等前端交易平台的优化升级，打造为终端客户提供一站式 MRO 采购的 MRO 交易平台，着力于满足客户需求、提升客户体验，服务于公司主营业务的快速发展。

（四）项目组织方式及实施进度

本项目分四年实施，根据业务需要逐年投入。

（五）项目环境保护及环评情况

本项目不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》需要备案或审批的情形。

（六）实施主体

该项目实施主体为谊风信息技术（重庆）有限公司。

（七）实施地点

该项目实施地点位于公司现有办公地址。

附件六：子公司、参股公司简要情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 46 家子公司，无参股子公司。子公司简要情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	注册地	主要生产 经营地	主营业务 情况	在发行人业务板块中定位	股东构成 及控制情 况	2022 年 12 月 31 日/2022 年度			
										总资产 (万元)	净资产 (万元)	营业收入 (万元)	净利润 (万元)
1	重庆子公司	2015/1/29	8,000.00	5,480.00	重庆两江新区人和街道龙湖西路 49 号 4-1-105	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢	办公物资的销售	重庆市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	46,583.28	12,483.07	124,310.76	1,623.25
2	跨越科技	2020/7/3	500.00	0.00	重庆市渝中区解放碑街道民权路 58 号八层 814 号房屋	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢	办公物资的销售	惠普品牌商品批发业务	重庆子公司持股 100.00%	15,286.44	1,539.93	72,562.26	821.36
3	太原子公司	2015/4/7	7,500.00	4,027.36	太原市迎泽区南内环东街 158 号（互联网+智慧产业园 D 座 201 号）	太原市迎泽区南内环东街 158 号（互联网+智慧产业园 D 座 201 号）	办公物资的销售	山西省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	7,507.67	5,186.81	16,896.36	66.38
4	苏州子公司	2015/3/5	4,000.00	2,433.59	苏州市友新路 6 号	苏州市友新路 6 号	办公物资的销售	苏州市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	7,556.93	2,335.08	23,786.00	-5.66
5	长春子公司	2015/3/31	6,500.00	5,022.06	吉林省长春市二道区安乐路 382 号	吉林省长春市二道区安乐路 382 号	办公物资的销售	吉林省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展	发行人持股 100.00%	33,537.52	11,617.54	39,320.83	2,295.99

								展、地方批发渠道建设等					
6	宁波子公司	2015/2/13	5,100.00	1,772.65	浙江省宁波市海曙区顺德路 136 弄 58 号（1-20）室	浙江省宁波市海曙区顺德路 136 弄 58 号（1-20）室	办公物资的销售	浙江省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	4,254.77	2,556.47	9,926.56	197.90
7	沈阳子公司	2015/3/23	5,000.00	2,182.65	辽宁省沈阳市和平区三好街 67 号五层 E128 房间	辽宁省沈阳市和平区三好街 67 号五层 E128 房间	办公物资的销售	辽宁省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	7,744.47	2,224.46	14,641.32	-102.99
8	广东子公司	2015/2/15	6,500.00	4,812.06	广东省东莞市道滘镇文一路 1 号 102 室、103 室、104 室、105 室	广东省东莞市道滘镇文一路 1 号 102 室、103 室、104 室、105 室	办公物资的销售	广东省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	16,379.12	8,628.60	38,189.22	663.31
9	上海子公司	2015/7/2	5,000.00	1,940.00	上海市静安区灵石路 695 号 25 幢 704 室	上海市静安区灵石路 695 号 25 幢 704 室	办公物资的销售	上海市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	5,439.26	2,120.53	16,876.23	127.42
10	北京子公司	2016/3/2	5,000.00	1,940.00	北京市怀柔区杨宋镇和平路甲 1 号楼 1 至 2 层 9 单元 101	北京市通州区世界侨商中心 7-2-707	办公物资的销售	北京市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	5,433.02	1,692.25	10,531.84	-171.09
11	成都子公司	2015/4/3	6,000.00	3,979.92	成都市青羊区东城根中街 9 号附 3 号	成都市新都区大丰镇通力路 30 号/成都市青羊区商业街 6 号 2 栋 1 层	办公物资的销售	四川省及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等	发行人持股 100.00%	11,910.53	5,336.09	17,498.44	-187.71
12	南京子公司	2015/3/25	5,188.00	3,232.06	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部园 5B	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部	办公物资的销售	南京市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的	发行人持股 100.00%	6,047.13	4,394.48	2,485.37	96.21

					幢 6 层 601	园 5B 幢 6 层 601		招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等。自 2021 年开始，南京子公司业务逐步转移至江苏子公司					
13	江苏子公司	2021/1/28	5,188.00	2,000.00	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部园 5B 幢 6 层 601	南京市建邺区奥体大街 68 号国际研发总部园 5B 幢 6 层 601	办公物资的销售	自 2021 年开始，逐步承接南京子公司业务，负责南京市及周边省市的订单交付及客户服务；区域性市场的拓展，包括区域性项目的招投标、地方性大客户的拓展、地方批发渠道建设等。	发行人持股 100.00%	24,979.36	4,293.39	64,415.97	933.51
14	福分通	2017/5/9	500.00	500.00	重庆市渝中区石油路街道经纬大道 789 号 4-1#部分房屋	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢	办公物资的销售	专注于员工福利市场的开拓及员工福利品的销售	发行人持股 100.00%	8,394.54	1,772.89	8,529.88	629.80
15	重庆谊风	2014/11/12	6,000.00	6,000.00	重庆市渝中区石油路街道经纬大道 789 号 4-2#部分房屋	上海市闵行区沪闵路 7940 号宁谷国际 1310 室	办公行业相关软件的开发	电商交易系统、进销存管理系统和仓储物流管理系统等信息系统的研发，为发行人及外部客户提供软件技术服务	发行人持股 100.00%	2,730.74	429.20	2,336.44	247.19
16	常熟子公司	2022/3/21	5,000.00	0.00	常熟市莫城街道莫干路 1 号云裳大厦 1 幢 2201	常熟市莫城街道莫干路 1 号云裳大厦 1 幢 2201	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	11,155.81	440.58	21,975.73	440.58
17	工品公司	2019/9/26	5,000.00	200.00	重庆市渝中区石油路街道经纬大道 789 号 4-3#部分房屋	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 1 幢	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	394.70	157.33	369.06	47.26
18	湖南子公司	2018/8/31	5,000.00	0.00	湖南省长沙市雨花区万家丽中路三段 36 号喜盈门商业广场 4、5、7 栋 1534	湖南省长沙市雨花区万家丽中路三段 36 号喜盈门商业广场 4、5、7 栋 1534	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	0.33	-0.72	0.00	-0.25

19	苏州运营	2022/9/6	4,000.00	0.00	江苏省苏州市常熟市莫城街道莫干路1号云裳大厦1幢2201	江苏省苏州市常熟市莫城街道莫干路1号云裳大厦1幢2201	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	536.69	3.84	521.24	3.84
20	青岛子公司	2018/12/20	2,000.00	0.00	山东省青岛市市北区华阳路18号大成公馆1号楼2单元1003室	山东省青岛市市北区华阳路18号大成公馆1号楼2单元1003室	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	1.32	-0.38	3.60	-0.02
21	河南子公司	2017/8/24	1,100.00	0.00	郑州市金水区文化路117号2楼203室	郑州市金水区文化路117号2楼203室	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	490.02	52.36	885.47	-11.98
22	安徽子公司	2016/12/28	1,008.00	0.00	安徽省合肥市瑶海区龙岗开发区包公大道与相城路交口都市科技工业园5号楼D座3层东101	安徽省合肥市瑶海区龙岗开发区包公大道与相城路交口都市科技工业园5号楼D座3层东101	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	4.95	-94.68	0.00	-0.70
23	宁夏子公司	2018/8/15	1,000.00	0.00	宁夏银川市兴庆区丽景南街颐园小区10号楼3单元601室	宁夏银川市兴庆区丽景南街颐园小区10号楼3单元601室	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	0.60	-0.51	0.00	-0.07
24	新疆子公司	2018/9/17	1,000.00	0.00	新疆乌鲁木齐经济技术开发区上海路浦东街3号-浦东街3号众创空间1层102-507室	新疆乌鲁木齐经济技术开发区上海路浦东街3号-浦东街3号众创空间1层102-507室	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	0.04	-1.35	0.00	-0.06
25	甘肃子公司	2018/11/7	1,000.00	0.00	甘肃省兰州市兰州新区彩虹城B区25号楼110室（商铺）	甘肃省兰州市兰州新区彩虹城B区25号楼110室（商	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	2.33	-0.67	0.00	-0.08

						铺)							
26	子狗良品	2018/8/15	1,000.00	0.00	长春市二道区安乐路 382 号-111 室	长春市二道区安乐路 382 号-111 室	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	5.70	-0.32	0.00	-0.08
27	山东子公司	2017/1/16	1,000.00	0.00	山东省济南市高新区春晖路 2966 号济南高新区战略性新兴产业基地 21 号楼 7026	山东省济南市高新区春晖路 2966 号济南高新区战略性新兴产业基地 21 号楼 7026	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	132.20	39.01	196.78	5.59
28	江西子公司	2018/11/5	1,000.00	0.00	江西省南昌市东湖区叠山路 288 号（第 2 层）	江西省南昌市东湖区叠山路 288 号（第 2 层）	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	1.01	-1.16	0.00	-0.28
29	内蒙古子公司	2018/2/28	1,000.00	0.00	内蒙古自治区呼和浩特市新城区万通路水岸小镇 AB 区中路 14 号	内蒙古自治区呼和浩特市新城区万通路水岸小镇 AB 区中路 14 号	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	1.15	-0.85	0.00	-0.09
30	西藏子公司	2018/12/7	1,000.00	0.00	西藏拉萨市城东区城关花园 3 区 13 栋 2 单元 2 层 201 号	西藏拉萨市城东区城关花园 3 区 13 栋 2 单元 2 层 201 号	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	0.47	-0.52	0.00	-0.09
31	贵州子公司	2018/7/24	1,000.00	0.00	贵州省贵阳市南明区花果园路花果园项目 R-2 区第 1 栋（1）1 单元 5 层 16 号	贵州省贵阳市南明区花果园路花果园项目 R-2 区第 1 栋（1）1 单元 5 层 16 号	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	0.72	-0.28	0.00	-0.10
32	黑龙江子公司	2018/5/21	1,000.00	0.00	哈尔滨市南岗区清滨路副 67 号-1-夹层	哈尔滨市南岗区清滨路副 67 号-1-夹层	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	230.06	20.07	485.18	13.06
33	云南子公司	2018/8/22	1,000.00	0.00	云南省昆明市官渡区世纪城金源	云南省昆明市官渡区世纪城	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股	1.07	-1.12	0.00	-0.25

	司				国际商务中心 3 幢 13B 号	金源国际商务中心 3 幢 13B 号			100.00%				
34	陕西子公司	2018/7/3	1,000.00	0.00	陕西省西安市国家民用航天产业基地神舟五路航天城中心广场 1 号楼 1107-2A326	陕西省西安市国家民用航天产业基地神舟五路航天城中心广场 1 号楼 1107-2A326	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	0.48	-0.52	0.00	-0.07
35	深圳子公司	2018/12/20	1,000.00	0.00	深圳市龙华区龙华街道清华社区华清大道 254 号榕讯工业园 A 栋 5 层 503b	深圳市龙华区龙华街道清华社区华清大道 254 号榕讯工业园 A 栋 5 层 503b	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	13.74	-0.56	9.62	-0.37
36	河北子公司	2018/6/11	1,000.00	0.00	河北省石家庄市新华区民族路 69 号金拓大厦 1302 室	河北省石家庄市新华区民族路 69 号金拓大厦 1302 室	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	3.56	-32.83	0.00	-4.59
37	福建子公司	2018/10/22	1,000.00	0.00	福建省福州市台江区茶亭街道群众路 49 号东半座三层 01 室	福建省福州市台江区茶亭街道群众路 49 号东半座三层 01 室	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	0.65	-0.40	0.00	-0.27
38	湖北子公司	2017/10/27	1,000.00	0.00	武汉市蔡甸区麦山街土山村, 龙王村武汉正东和泰置业管理有限公司工业项目 5 号厂房	武汉市蔡甸区麦山街土山村, 龙王村武汉正东和泰置业管理有限公司工业项目 5 号厂房	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	3.17	-59.25	0.05	-10.68
39	天津子公司	2016/4/8	1,000.00	0.00	天津市河北区宁园街慧宁嘉园 1-612	天津市河北区宁园街慧宁嘉园 1-612	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股 100.00%	63.68	57.17	9.59	-2.14

40	青海子公司	2018/10/23	1,000.00	0.00	青海省西宁市城北区朝阳东路34-2号	青海省西宁市城北区朝阳东路34-2号	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	0.73	-5.14	0.00	-0.08
41	海口子公司	2018/1/23	1,000.00	0.00	海口市美兰区机场东路16-3号康业花园西湖苑第2层F-2B房	海口市美兰区机场东路16-3号康业花园西湖苑第2层F-2B房	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	0.85	-0.15	0.00	-0.04
42	广西子公司	2018/8/15	1,000.00	0.00	南宁市青秀区金浦路16号汇东国际B座B1003号	南宁市青秀区金浦路16号汇东国际B座B1003号	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	发行人持股100.00%	1.53	-1.62	0.00	-0.28
43	云越科技	2022/6/15	2,000.00	0.00	重庆市高新区虎溪街道大学城南路22号3幢21-3	重庆市渝北区金开大道西段106号1幢	办公物资销售	区域性项目的市场拓展	重庆子公司持股100.00%	59.05	-20.03	62.21	-20.03
44	品商通	2019/12/27	500.00	0.00	重庆市渝中区石油路街道经纬大道789号4-6#部分房屋	重庆市渝北区金开大道西段106号1幢	未实际经营	未实际经营	发行人持股100.00%	3.03	-142.67	0.00	-46.74
45	企修通	2019/12/3	500.00	100.00	重庆市渝中区石油路街道经纬大道789号4-5#部分房屋	重庆市渝北区金开大道西段106号1幢	办公设备维修服务	数字化商贸业务配套服务	发行人持股100.00%	20.34	-12.28	5.94	-25.38
46	欧菲斯咨询	2020/3/25	500.00	0.00	重庆市渝中区和平路9号10-1#	重庆市渝北区金开大道西段106号1幢	企业管理咨询服务	数字化商贸业务配套服务	重庆子公司持股100.00%	0.08	-0.12	0.00	-0.02