

关于义乌中国小商品城展览股份有限公司 股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司 2023 年 11 月 21 日下发的《关于义乌中国小商品城展览股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函》（以下简称“审核问询函”）的要求，中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投证券”或“主办券商”）已按要求组织义乌中国小商品城展览股份有限公司（以下简称“商城展览”、“拟挂牌公司”、“申请挂牌公司”、“公司”）及北京市金杜律师事务所（以下简称“律师”）、立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）等中介机构对上述反馈意见进行认真讨论，需要相关中介机构核查并发表意见的问题，已由各中介机构分别出具核查意见，涉及到《公开转让说明书》及其他相关文件需要改动部分，已经按照反馈意见的要求进行了修改。公司及主办券商对上述反馈意见进行如下回复，请审核。

如无特别说明，本回复中的简称与《公开转让说明书》中的简称具有相同含义。本回复中所列数据可能因四舍五入原因而与所列示的相关单项数据直接计算得出的结果略有不同。

本反馈意见回复中的字体注释如下：

黑体（加粗）	反馈意见所列问题
宋体（不加粗）	对反馈意见所列问题的回复
楷体（加粗）	对公开转让说明书等申报文件的修改或补充披露部分

1、关于独立性

公司控股股东小商品城为上交所上市公司。报告期内，公司与控股股东小商品城等关联方之间存在关联销售与关联采购，公司间接控股股东市场发展集团为公司前五大客户和供应商之一。公司主要经营场所来源于向小商品城租赁的义乌国际博览中心，租赁期限至 2030 年 3 月。申报材料显示，义乌国际博览中心作为公司主要经营场所，系从关联方控股股东小商品城租赁取得。各报告期经常性关联销售占收入比重分别为 4.70%、13.29%和 4.65%，经常性采购占采购总额比重分别为 1.87%、2.54%和 1.03%。

请公司补充说明：（1）公司作为小商品城子公司申请挂牌的原因和目的，分析其合理性和必要性；（2）小商品城及其所属企业的股东、董监高人员及其关联人员直接或间接持有公司股份的情况；（3）实际控制人关于小商品城及其所属企业和其他其所控制企业的战略布局与资本市场规划，公司在资产、业务、人员、财务、机构、技术、资金、信息系统等资源要素方面是否对关联方存在重大依赖或利益输送情形，公司是否具有独立面向市场能力和持续经营能力；（4）小商品城经营业绩来源于公司的比例，报告期公司对小商品城资产总额、营业收入、利润总额、净利润等财务数据的比例及重要财务指标的实际影响；（5）小商品城募集资金是否投向公司业务，投入的金额、比例及对公司财务状况和经营成果的影响；（6）前述关联交易产生的必要性、合理性与公允性，内部决策程序履行情况，后续是否持续发生，是否存在利益输送或侵犯公司及股东利益的情形；（7）租赁价格的定价依据及公允性；结合租赁合同的约定，说明在租赁期内和租赁期满若无法继续租赁对公司持续经营及财务可能产生的影响，公司是否针对该风险采取相应的防范措施；公司使用经营场所对控股股东及实际控制人是否存在依赖，针对依赖风险采取的措施及其有效性；（8）补充说明 2022 年租赁费用减免的具体计算规则，是否构成非经常性损益；（9）补充说明代收物业费、水电费的会计处理，结合准则规定论证是否应当采取净额法确认收入；（10）公司业务中的场馆租赁与物业管理，与股东义乌中国小商品城资产运营管理有限公司之间是否构成同业竞争，是否采取规范措施。

请主办券商及律师补充核查以下事项并发表明确意见：（1）小商品城是否已就公司本次申请挂牌事项履行必要的内部决策程序，是否已充分履行信息披

露义务，是否符合上交所的相关规定或要求；（2）公司本次申请挂牌的信息披露文件是否与小商品城的信息披露文件存在差异；（3）说明同业竞争的核查范围，是否核查义乌市国有资本运营有限公司及其控制的企业与公司之间是否存在同业竞争情形；如公司存在同业竞争情形，相关措施是否充分有效；（4）公司是否具有独立面向市场能力。

请主办券商及会计师补充核查上述事项（4）-（9）并发表明确意见。

回复：

一、公司作为小商品城子公司申请挂牌的原因和目的，分析其合理性和必要性

公司作为小商品城子公司申请在全国中小企业股份转让系统进行挂牌，将有利于实现公司与资本市场的直接对接，拓宽融资渠道、提高融资灵活性和融资效率，从而促进自身业务发展，为公司后续发展提供充分保障。

公司业务有别于小商品城相对更多元化的模式，公司本次申请挂牌，通过独立进行信息披露与展示，将有利于促进市场各方对公司主营业务的理解和认知，吸引专门关注公司业务的投资者群体，提高公司的知名度，促进公司业务市场开拓和发展。

此外，公司本次挂牌有助于促进公司治理结构和激励制度的建设，有助于保持核心人员稳定并进一步吸纳人才，提升团队凝聚力和企业核心竞争力。

对于小商品城，公司的发展壮大进一步丰富和完善小商品城商品展示生态、服务配套生态与贸易履约生态的新进展；可实现资产证券化、股权多元化、运作规范化，有利于完善义乌会展生态体系，更好地服务于商品贸易市场，提升市场流动性，为义乌贸易市场引入更多优质资源，有利于小商品城整体效益最大化，符合小商品城的长期发展战略。

综上所述，公司本次申请挂牌有利于直接对接资本市场，提高公司融资的灵活性和融资效率，有利于提升公司的知名度，促进公司治理结构和激励制度的完善；本次申请挂牌系公司及控股股东小商品城借助资本市场促进实体经济发展、推动上市公司高质量发展的重要举措，符合小商品城长期发展战略，具有合理性

及必要性。

二、小商品城及其所属企业的股东、董监高人员及其关联人员直接或间接持有公司股份的情况

(一) 小商品城及其所属企业的股东直接或间接持有公司股份的情况

截至本回复出具日，公司共有 2 名股东，具体情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	小商品城	29,400,000	98.00%
2	商城资管	600,000	2.00%
合计		30,000,000	100.00%

小商品城直接持有公司 98.00%的股权，为公司的控股股东，同时小商品城通过直接持有公司股东商城资管 100.00%的股权，间接持有公司 2.00%的股权，小商品城直接或间接合计持有公司 100.00%的股权。

小商品城的全体股东均通过持有小商品城股份间接持有公司股份。截至 2023 年 9 月 30 日，小商品城股东持有公司股份情况如下：

单位：股

序号	股东名称	直接持股数量	直接持股比例	间接持股数量	间接持股比例
1	义乌中国小商品城控股有限责任公司	-	-	16,613,954	55.38%
2	浙江浙财资本管理有限公司	-	-	806,405	2.69%
3	香港中央结算有限公司	-	-	429,386	1.43%
4	高雅萍	-	-	176,419	0.59%
5	南方基金—农业银行—南方中证金融资产管理计划	-	-	145,869	0.49%
6	大成基金—农业银行—大成中证金融资产管理计划	-	-	144,627	0.48%
7	中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	-	-	142,175	0.47%
8	蒋仕波	-	-	133,359	0.44%
9	全国社保基金一一六组合	-	-	129,467	0.43%
10	广发基金—农业银行—广发中证金融资产管理计划	-	-	115,363	0.38%
11	其他股东	-	-	11,162,977	37.22%

序号	股东名称	直接持股数量	直接持股比例	间接持股数量	间接持股比例
合计	-	-	-	30,000,000	100.00%

(二) 小商品城董监高人员及其关联人员直接或间接持有公司股份的情况

截至 2023 年 9 月 30 日,小商品城董监高人员及其关联人员持有公司股份的情况如下:

单位:股

序号	姓名	小商品城职务/关联关系	直接持股数量	直接持股比例	间接持股数量	间接持股比例
1	赵文阁	董事长	-	-	1,860	0.01%
2	王栋	副董事长、总经理	-	-	1,641	0.01%
3	李承群	董事	-	-	-	-
4	张浪	董事	-	-	-	-
5	许杭	董事、董事会秘书	-	-	1,641	0.01%
6	张乐平	董事	-	-	-	-
7	马述忠	独立董事	-	-	-	-
8	洪剑峭	独立董事	-	-	-	-
9	罗金明	独立董事	-	-	-	-
10	金筱佳	监事会主席	-	-	-	-
11	王进坚	监事	-	-	-	-
12	吴梦花	监事	-	-	-	-
13	方珉	职工监事	-	-	-	-
14	金永生	职工监事	-	-	-	-
15	黄海洋	副总经理	-	-	-	-
16	张奇真	副总经理	-	-	1,641	0.01%
17	寿升第	副总经理	-	-	-	-
18	李小宝	副总经理	-	-	-	-
19	龚骋昊	副总经理	-	-	1,094	0.00%
20	杨旻	副总经理	-	-	1,094	0.00%
21	黄晓英	副总经理	-	-	-	-
22	赵笛芳	财务负责人	-	-	1,914	0.01%
23	楼红遍	张奇真的配偶	-	-	380	0.00%
24	陈颖	杨旻的配偶	-	-	547	0.00%
合计	-	-	-	-	11,810	0.04%

三、实际控制人关于小商品城及其所属企业和其他其所控制企业的战略布局与资本市场规划，公司在资产、业务、人员、财务、机构、技术、资金、信息系统等资源要素方面是否对关联方存在重大依赖或利益输送情形，公司是否具有独立面向市场能力和持续经营能力

（一）实际控制人关于小商品城及其所属企业和其他其所控制企业的战略布局与资本市场规划

1、小商品城及其所属企业的战略布局与资本市场规划

小商品城致力于为全球中小微企业搭建共享式贸易服务平台，锚定“全球知名国际贸易综合服务商”战略定位，不断丰富和完善三大生态系统：商品展示生态、服务配套生态、贸易履约生态，以此降低贸易成本、缩短贸易链条、提升贸易效率，持续为小商品流通创造价值，加强、巩固我国日用消费品供应链在全球贸易中的优势地位，服务国内国际双循环新发展格局。商品展示生态包括线下实体市场经营和线上平台服务，配套服务生态包括会展板块和酒店板块，贸易履约生态包括仓储物流、自营贸易和支付、征信、保理等业务。

小商品城于 2023 年 6 月披露向不特定对象发行可转换公司债券预案，后结合其实际情况、发展规划等诸多因素决定暂缓推进向不特定对象发行可转换公司债券事项，并于 2023 年 9 月披露相关公告。小商品城下属企业中，商城展览拟申请在全国中小企业股份转让系统挂牌，并已向全国中小企业股份转让系统提交挂牌申请，除前述情形外，小商品城及其所属企业暂无其他资本市场规划。

2、义乌市人民政府国有资产监督管理委员会下属企业的战略布局与资本市场规划

（1）义乌市人民政府国有资产监督管理委员会下属企业战略布局

义乌市人民政府国有资产监督管理委员会（以下简称“义乌市国资办”）下属企业经营业务主要包括市场经营、商品销售、交通客运、仓储物流、水务板块、基础设施、房地产、酒店服务、展览广告九大业务板块。

① 市场经营

市场经营是九大业务板块中最核心的业务板块，主要包括各类市场的开发和经营，承载实体包括小商品城及市场发展集团。其中市场发展集团控股的上市公司浙江中国小商品城集团股份有限公司主要经营有国际商贸城一区至五区、篁园市场等专业市场，目前已经发展为国内外具有重要影响力的小商品市场；同时，市场发展集团本部还经营副食品市场、果品市场、家具市场、义乌装饰城和浙中木材市场等其他多家专业市场，涉及家居建材、生活服务等多个领域。市场发展集团本部所经营的市场主要服务于义乌市本地，为本地居民的生产生活提供商品流通服务，而小商品城则侧重于全国及国际化商品流通服务，打造义乌国际商贸城品牌。经过不断整合，目前已构建以小商品城为核心的多品类专业市场体系，在国内外形成了重要影响力。

② 商品销售

该板块最初的商品销售业务以浙江恒风集团有限公司（以下简称“恒风集团”）二级子公司义乌市恒风进出口有限公司（以下简称“恒风进出口公司”）经营的外贸业务为主，自 2020 年 5 月份开始，市场发展集团下属子公司义乌中国小商品城控股有限责任公司开展大宗商品业务，商品销售业务重心逐渐向商城控股转移，此外商品销售业务还包括商城控股下属的小商品城子公司义乌中国小商品城供应链管理有限公司和浙江义乌中国小商品城进出口有限公司的商品销售业务、义乌市建设投资集团有限公司（以下简称“建投集团”）子公司义乌市鼎富贸易有限公司经营的建筑材料、矿产品、五金产品、机械设备、电子产品的销售业务以及义乌市民爆器材专营有限公司经营的民爆器材销售业务等商品销售业务。因主业定位调整，恒风集团将重点发展公交汽运板块，进出口已做清算，恒风进出口公司于 2021 年 1 月注销。

③ 交通客运

交通客运是九大业务板块的核心业务板块之一，主要承载实体为义乌市交通旅游产业发展集团有限公司（以下简称“交旅集团”）和恒风集团控股的浙江恒风交通运输股份有限公司（以下简称“恒风交运”）。恒风交运成立于 2001 年 12 月，主要经营城乡公交客运、出租客运、长途客运、客运场站、货运代理、城乡物流、旅游、汽车维修等业务。恒风交运具有客运一级经营资质，连续 5 年跻

身中国交通企业百强单位，先后被评为全国信息化工作先进单位、全国交通企业文化建设优秀单位、全国交通行业文明单位、全国模范职工之家等。

④ 仓储物流

仓储物流板块是九大重点业务板块之一，主要承载实体为义乌市国际陆港集团有限公司（以下简称“陆港集团”）。陆港集团是中国物流与采购联合会评定的中国物流企业最高级别的 5A 物流企业，是交通部道路货运二级资质企业，被国家人力资源和社会保障部和中国物流与采购联合会评为全国物流先进集体；其物流场站被交通运输部和浙江省政府共同确定为重点扶持物流园区，也是浙江省交通运输厅确定的重点扶持物流基地。

⑤ 水务板块

水务板块主要承载实体为义乌市水务建设集团有限公司（以下简称“水务集团”）。水务集团是义乌市范围内唯一的自来城市水务经营主体，经营业务包括供水业务、污水处理、水务工程及水利工程四大板块。

⑥ 基础设施

基础设施板块主要承载实体为义乌市城市建设集团有限公司（以下简称“城投集团”）、交旅集团和陆港集团。其中，城投集团主要负责义乌市城市基础设施建设；交旅集团主要负责义乌市公路的建设与养护；陆港集团主要负责市场及物流配套基础设施建设。

⑦ 房地产

房地产板块主要承载实体为商城控股下属企业义乌中国小商品城房地产开发有限公司，同时城投集团、恒风集团、建投集团及交旅集团经营有部分房地产业务。其中义乌中国小商品城房地产开发有限公司、义乌市交通置业有限公司具有房地产开发二级资质，城投集团及恒风集团下属房地产子公司拥有房地产开发三级资质、建投集团下属子公司具有房地产开发四级资质。

⑧ 酒店服务

酒店服务业务板块主要经营载体为市场发展集团本级及小商品城，其中市场

发展集团本级拥有 1 家五星级酒店即义乌国际会议中心（幸福湖酒店），并委托小商品城经营，小商品城拥有海洋酒店、银都华悦、商城宾馆、雅屋博览酒店、银都雅悦和银都璟悦 6 家涉外星级酒店（其中商城宾馆即篁园市场的配套酒店，2015 年上半年重新开业经营），并自主经营。

⑨ 展览广告

展览业务方面，商城展览是义乌市国资办体系内唯一从事展览业务的企业，专业组织国内外展览业务，是国际展览业协会(UFI)、国际展览与项目协会(IAEE)成员，先后承办了中国义乌国际小商品（标准）博览会、中国义乌文化和旅游产品交易博览会、中国义乌进口商品博览会、中国义乌国际森林产品博览会、中国国际五金电器博览会等国家级、省级展会，其中承办的义博会已跻身为广交会、华交会之后的中国第三大出口商品展，成为唯一经国务院批准的日用消费品类国际大型展会。

广告业务方面，义乌市国资办经营载体包括小商品城、恒风集团及城投集团。其中，小商品城主要经营各专业市场广告牌；恒风集团主要经营公交车体广告、客运场站广告及公交电视等媒体；城投集团主要经营城市户外广告牌。

（2）下属企业资本市场规划

目前，义乌市国资办下属企业小商品城于 2023 年 6 月披露向不特定对象发行可转换公司债券预案，后结合其实际情况、发展规划等诸多因素决定暂缓推进向不特定对象发行可转换公司债券事项，并于 2023 年 9 月披露相关公告。此外，小商品城下属企业商城展览拟申请在全国中小企业股份转让系统挂牌，并已向全国中小企业股份转让系统提交挂牌申请，除前述情形外，义乌市国资办其他下属企业暂无其他资本市场规划。

（二）公司在资产、业务、人员、财务、机构、技术、资金、信息系统等资源要素方面是否对关联方存在重大依赖或利益输送情形，公司是否具有独立面向市场能力和持续经营能力

公司在资产、业务、人员、财务、机构、技术、资金、信息系统等资源要素方面不存在对关联方的重大依赖或利益输送情形，具备独立面向市场能力和持续

经营能力，具体如下：

项目	独立性情况
资产	公司完整、独立拥有与会展举办有关的展具，展馆系通过公开竞拍方式租赁控股股东物业，租赁底价经过评估，租赁价格经过 16 轮竞拍确定，价格公允，租赁期自 2022 年 4 月至 2030 年 3 月，且公司在同等条件下具备优先续租权。自 2022 年以来，不存在关联方占用公司资金、资产和其他资源的情形。
业务	公司主要从事展览服务，组建了独立的展览、场馆运营、项目拓展团队，公司拥有独立的经营决策权和实施权，具有直接面向市场独立经营的能力。报告期内，公司自办展客户较为分散且主要分布在义乌市外，公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。报告期内，公司控股股东及其控制的其他企业未从事与公司构成同业竞争的业务，公司与控股股东及其他关联方不存在显失公允或严重影响独立性的关联交易。
人员	公司建立了独立的劳动、人事、工资报酬及社会保障管理体系，独立招聘员工，与员工签订劳动合同。公司的董事、监事、高级管理人员符合《公司法》、《公司章程》中关于董事、监事和高级管理人员任职条件的规定，其任职均系根据《公司法》、《公司章程》规定的程序选举或聘任产生，不存在控股股东超越董事会或股东大会作出人事任免决定的情形。公司总经理、副总经理、财务总监及董事会秘书均专职在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。报告期内，公司人员架构总体较为稳定，公司管理层及核心业务团队未发生重大变更。
财务	公司已经建立了独立的财务部门和财务管理制度，独立核算，并严格按照企业会计准则等有关规定规范公司财务行为和财务运作。公司已开立了独立的基本存款银行账户，独立运营资金，不存在与控股股东、实际控制人控制的其他企业共用银行账户的情形。公司作为独立纳税人，依法独立纳税，不存在与其他单位混合纳税的情形。
机构	公司已按照《公司法》、《公司章程》及其他相关法律、法规及规范性文件的规定设置了由股东大会、董事会、监事会、经营管理层构成的完整组织架构，建立健全了内部经营管理机构，设置了展览部、国际部、项目拓展部、办公室、财务部、数字推广部、场馆运营部、管理部等职能部门并制定了相应的部门及岗位职责。公司的机构独立于控股股东并实行独立运作，拥有机构设置自主权，可以独立行使经营管理职权，不存在与控股股东及其控制的其他企业混合经营、合署办公的情况。
技术	公司注重数字化建设，是业内较早探索信息技术与会展服务融合的企业，公司通过研发、搭建“招展管理系统”、“数字会展管理平台”、“展会综合管理系统”等数字化系统，对业务全链路流程进行数字化跟踪及数据沉淀，并利用数据支持商业决策和资源的调度安排，不存在与控股股东及其控制的其他企业共用、混用技术的情况。
资金	2021 年，公司存在资金被控股股东小商品城调用集中管理的情形。根据小商品城《资金管理制度》等规定，下属子公司需将超出定额外的资金划转至母公司账户，母公司于年末按照 1.5% 的年固定利率结算利息。小商品城集中管理资金已于 2021 年 12 月 17 日全部返还至商城展览。自返还之日起，公司与关联方之间不存在资金拆借或集中管理的情形。公司已实现资金独立管理，对于实际资金使用具备自主权。

信息系统	<p>报告期内，公司存在与控股股东小商品城共用办公信息系统的情形。相关系统维护管理工作由小商品城负责，因此系统使用数据未实现物理隔离，相关系统使用数据最终会汇集到小商品城管理的服务器。但基于：</p> <p>1、公司及控股股东通过权限设置实现信息系统隔离。公司的办公系统仅可由公司人员登陆系统并使用，公司员工账号申请、操作权限设置需要经公司相关负责人审批。公司在系统中涉及的财务、业务等经营数据与控股股东及其他单位能够相互隔离、独立管理，系统内部经营数据的新建、变更及流转均具有独立的操作和审批流程，公司能够独立使用相关系统，不受控股股东影响；</p> <p>2、公司业务流程与审批管理与控股股东独立。公司具有独立的业务部门及人员，独立根据经营需要发起、审批相关流程，独立进行财务核算。公司在系统中各流程节点中所有参与人员均为公司专职员工。</p> <p>公司与控股股东共用办公系统不影响公司的独立性。</p>
------	---

（三）公司的获客方式、获客独立性及与控股股东客户重合的情况

1、公司的获客方式、获客独立性

公司的获客方式主要有以下四类：

（1）在新的展会筹办过程中，公司根据过去已举办的展会登记的参展商和采购商信息，联系和邀请对方前来参加展会；

（2）公司员工前往“广交会”等大型成熟展会，宣传推介公司自办展，将客商引流至义乌；

（3）通过网络平台、杂志报纸等媒体途径做广告宣传，推广公司自办展会，吸引新的采购商和参展商；

（4）通过与组团单位合作，由组团单位负责招引参展商，参展商于公司官网完成展会报名、达成合作。

公司目前的客户资源均为历次展会累积、多渠道宣传推广开发而来，获客能力具有独立性和可持续性，不存在依赖公司控股股东获得客户资源的情形。

2、公司与控股股东客户重合的情况

报告期内，除公司关联方外，公司与控股股东小商品城及其分公司客户重合情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额			与小商品城客户重叠情况
		2023年1-5月	2022年度	2021年度	
1	义乌市双童日用品有限公司	-	-	7.04	小商品城国际商贸城第四分公司市场经营户
2	义乌货郎先生贸易有限公司	-	3.40	4.92	小商品城国际商贸城第五分公司市场经营户
3	浙江省东阳市国泰工具有限公司	2.36	0.49	4.91	小商品城国际商贸城第二分公司市场经营户
4	陈东照	-	-	3.70	小商品城国际商贸城第三分公司市场经营户
5	杭州德远织造有限公司	-	-	3.70	小商品城国际商贸城第四分公司市场经营户
6	马燕仙	-	-	2.77	小商品城国际商贸城第四分公司市场经营户
7	义乌市景程贸易有限公司	2.28	-	2.75	小商品城国际商贸城第二分公司市场经营户
8	厚福亮	-	-	2.64	小商品城国际商贸城第五分公司市场经营户
9	义乌市傲狮进出口有限公司	-	-	1.98	小商品城国际商贸城第二分公司市场经营户
10	义乌市开拓五金有限公司	-	-	1.98	小商品城国际商贸城第二分公司市场经营户
11	义乌市锆龙电子商务有限公司	0.05	0.86	1.95	小商品城国际商贸城第五分公司市场经营户
12	洪惠钦	-	3.40	-	小商品城国际商贸城第四分公司市场经营户
13	黄允毅	-	3.40	-	小商品城国际商贸城第一分公司市场经营户
14	金罕岗	-	3.40	-	小商品城国际商贸城第四分公司市场经营户
15	盛亚芳	-	3.40	-	小商品城国际商贸城第四分公司市场经营户
16	叶思伟	-	3.40	-	小商品城国际商贸城第四分公司市场经营户
17	义乌发现者进出口有限公司	-	3.40	-	小商品城国际商贸城第二分公司市场经营户
18	义乌市大进百货有限公司	-	3.40	-	小商品城进口商品市场分公司市场经营户
19	义乌市翰林电子有限公司	-	3.40	-	小商品城国际商贸城第二分公司市场经营户
20	义乌市瑞仕达	-	3.40	-	小商品城国际商贸城第

序号	客户名称	销售金额			与小商品城客户重叠情况
		2023年1-5月	2022年度	2021年度	
	伞具商行				二分公司市场经营户
21	浙江沅沛宠物用品有限公司	4.10	3.40	-	小商品城国际商贸城第五分公司市场经营户
22	浙江厚昱家居用品有限公司	3.77	3.40	-	小商品城国际商贸城第一分公司市场经营户
23	浙江菠维进出口有限公司	9.61	1.02	1.34	小商品城进口商品市场分公司市场经营户
24	浙江义乌和德进出口有限公司	7.88	-	-	小商品城进口商品市场分公司市场经营户
25	义乌市众兴饰品配件有限公司	5.93	-	-	小商品城国际商贸城第一分公司市场经营户
26	义乌市卡洛进出口有限公司	2.59	-	-	小商品城进口商品市场分公司市场经营户
	合计	38.58	43.13	39.69	-

报告期内，公司向与小商品城及其分公司重叠的客户合计金额分别为 39.69 万元、43.13 万元以及 38.58 万元，占各期营业收入的比例分别为 0.41%、0.84% 以及 0.78%，各期占比均较低。

公司与小商品城及其分公司所重叠的客户主要为各分公司所分管的商贸城各分区的市场经营户，公司向此类客户所销售的主要为公司自办展的展位及部分特装搭建服务，小商品城及其分公司向此类客户所销售的主要为商贸城各分区的商铺使用权。公司、小商品城及其分公司向此类客户所销售的商品或服务均具备真实商业背景，且公司与小商品城及其分公司所销售的商品或服务为互不干涉的独立两类业务，均是客户自身发展需要，故公司与小商品城及其分公司存在客户重叠具备商业合理性。

3、公司获取客户、业务开拓不存在依赖控股股东的情况

公司目前的客户资源均为历次展会累积、多渠道宣传推广开发而来，公司拥有独立的销售团队和销售模式，具备独立的获客能力以及各类业务的持续开拓能力。商贸城各分区的市场经营户参加展会均为自身业务发展需要，不存在小商品城或其分公司要求其参加展会、与公司合作的情形。报告期各期，公司与控股股东小商品城及其分公司重叠的客户销售金额占比均较低，不存在对公司经营业绩

产生重大影响的情况，公司的获取客户、业务开拓均不存在依赖控股股东客户的情况。

四、小商品城经营业绩来源于公司的比例，报告期公司对小商品城资产总额、营业收入、利润总额、净利润等财务数据的比例及重要财务指标的实际影响

报告期内，公司主要专业从事会展及活动项目的策划发起、组织承办、推广及运营、场馆及展会现场服务，主要产品包括自办展、客展、海外展及外出业务等。

报告期内，公司对小商品城资产总额、营业收入、利润总额、净利润等财务数据的比例及重要财务指标的实际影响如下：

单位：万元

项目		2023年5月末 /2023年1-5月 ^{非1}	2022年末/2022 年度	2021年末/2021 年度
总资产	商城展览	18,236.41	19,221.74	20,125.89
	小商品城	3,341,945.96	3,211,100.43	3,101,463.55
	商城展览占比	0.55%	0.60%	0.65%
营业收入	商城展览	4,949.44	5,121.90	9,663.72
	小商品城	516,099.10	761,969.37	603,384.30
	商城展览占比	0.96%	0.67%	1.60%
净利润	商城展览	826.84	-434.45	1,375.93
	小商品城	200,065.45	110,360.11	132,916.86
	商城展览占比	0.41%	-0.39%	1.04%
扣非后归母净利润	商城展览	809.23	-832.64	1,355.13
	小商品城	183,936.58	176,508.76	122,180.80
	商城展览占比	0.44%	-0.47%	1.11%
资产负债率	商城展览	62.28%	69.00%	70.76%
	小商品城	49.04%	52.41%	52.83%
	小商品城（剔除商城展览后）	48.96%	52.31%	52.71%
销售净利率	商城展览	16.71%	-8.48%	14.24%
	小商品城	38.76%	14.48%	22.03%
	小商品城（剔除商城展览后）	38.98%	14.64%	22.16%
毛利率	商城展览	37.31%	17.50%	41.63%

项目		2023年5月末 /2023年1-5月 ^{#1}	2022年末/2022 年度	2021年末/2021 年度
	小商品城	30.58%	15.31%	33.25%
	小商品城（剔除商 城展览后）	30.52%	15.30%	33.11%

注1：小商品城最近一期的数据为2023年6月末/2023年1-6月；

注2：剔除商城展览数据影响后小商品城的主要财务指标采用简便计算方法，未考虑内部交易合并抵消的影响。

与小商品城相比，公司资产和业务规模相对较小。报告期内，公司资产总额、营业收入、利润总额、净利润等主要财务数据占小商品城对应财务数据的比例均低于5%，占比较低。且剔除商城展览数据影响后，小商品城的资产负债率、销售净利率、毛利率等指标变化较小，商城展览对小商品城相关财务指标不构成重大影响。

五、小商品城募集资金是否投向公司业务，投入的金额、比例及对公司财务状况和经营成果的影响

小商品城于2002年5月在上海证券交易所挂牌上市。经中国证券监督管理委员会《关于核准浙江中国小商品城集团股份有限公司股票上市的通知》（证监发行字[2002]23号）和上海证券交易所《关于浙江中国小商品城集团股份有限公司人民币普通股股票上市交易的通知》（上证字[2002]70号）批准，小商品城29,152,099股社会公众股股份在上海证券交易所挂牌交易。上述事项不涉及公开发行股票，不涉及募集资金的情况。小商品城股票上市交易后，注册资本及股份总数未发生变化。

经中国证券监督管理委员会证监发行字[2004]28号文核准，小商品城于2004年3月18日向不特定对象公开增发人民币普通股（A股）20,938,628股，募集资金总额为347,999,997.36元，扣除发行费用后募集资金净额为329,132,020.96元。根据小商品城披露的年度报告，小商品城2004年向不特定对象发行股票的募集资金全部用于义乌小商品国际商贸城项目，不存在投向公司业务的情况。

除前述2004年向不特定对象发行股票外，小商品城于上海证券交易所挂牌上市以来不存在其他通过配股、增发、可转换公司债券等方式募集资金的情况。综上，小商品城募集资金未投向公司业务，募集资金未对公司财务状况和经营成

果产生影响。

六、前述关联交易产生的必要性、合理性与公允性，内部决策程序履行情况，后续是否持续发生，是否存在利益输送或侵犯公司及股东利益的情形

(一) 关联销售的必要性、合理性与公允性，后续是否持续发生

报告期内，公司关联销售的金额分别为 453.77 万元、680.48 万元和 230.03 万元，占营业收入的比例分别为 4.70%、13.29%和 4.65%。关联销售的主要内容为公司向关联方提供展位、展览服务以及大型活动策划搭建等服务，以及向小商品城所有的梅湖会展中心提供物业管理服务等。

1、展位费及展览服务费

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

义乌市国际博览中心为义乌市主要的博览中心，商城展览作为其运营者，承接的部分特定行业的展会契合市场发展集团内其他公司的业务开展需求，则相关关联方为开拓业务渠道、宣传公司产品和服务，亦会报名参加展会，向公司支付展位费及展览服务费。商城展览向关联方提供展位及展览服务系适应关联方业务开展需要，符合商业逻辑，具备必要性和持续性。

报告期内，展览服务及大型活动场馆租赁相关收入分别为 29.09 万元、210.79 万元和 0 万元，客户主要系小商品城集团市场分公司以及母公司的控股股东商城控股下属房地产开发公司。

(2) 关联交易的公允性

展位费以展位面积为结算依据，向关联方的展位费单价与向无关联第三方销售的展位的定价一致。关联方参与商城展览公司的自办展，主要系商城房地产以及下属的房地产置业公司参加 2022 年的房交会。公司 2022 年房交会对应关联销售收入为 45.19 万元，关联销售毛利率为 19.55%，与当年自办展毛利率 22.90% 不存在重大差异，关联交易定价公允。

展览服务费系公司在实施相关服务成本的基础上进行合理加成，与客户进行协商定价。2022 年，浙江中国小商品城集团股份有限公司国际商贸城第二分公

司委托商城展览进行义博会新能源展区的搭建，该业务对应收入和毛利率分别为 115.47 万元和 6.23%，该等搭建活动不涉及展会活动的策划、组织、招展等核心要素，毛利率相对较低，与公司给无关联第三方提供搭建服务的毛利率水平基本一致，相关交易定价公允。

2、大型活动策划、搭建等外出服务

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

为减缓全球卫生事件对市场商户影响，小商品城下属市场运营分公司以及海城义乌中国小商品城投资发展有限公司等关联方 2022 年开始，组织市场商户外出参展并举办义博会巡回展系列活动，于 2022 年新增举办“辽宁海城·义乌市场万里行”活动，2023 年新增举办“万企拓市场·韩国市场万里行活动”，以助力所在市场的经营户拓宽内贸和外贸渠道，由各关联方委托商城展览提供活动宣传策划、采购商招引、展位搭建、展位租赁等展览服务。

除义博会巡回展系列活动外，小商品城各市场分公司为特定垂直行业市场经营户拓展销售渠道，招引市场采购商，活跃小商品城市场人气，于义乌市小商品城市场举办了二区东招商活动、2022 年日用百货、服装服饰行业垂直展暨秋冬新品订货会等大型推介活动，由小商品城各市场分公司委托商城展览提供舞台搭建、广告制作、采购商招引等展览服务。

报告期内，公司大型活动策划、搭建等外出服务的关联销售收入分别为 0 万元、247.11 万元和 86.47 万元。相关交易系基于关联公司拓展市场经营户销售渠道的需求，商城展览公司具备举办展会及大型活动的经验，可协助关联公司组织开展相关推介活动。相关交易具备必要性、合理性及持续性。

(2) 关联交易的公允性

大型活动策划、搭建等外出服务定价，主要步骤为商城展览公司接受关联方委托后，通过采购询价确认该项活动的各项必要成本，在必要成本的基础上预留合理的毛利，以确定最终的定价。2022 年和 2023 年 1-5 月，公司外出业务的收入和毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-5月	2022年
外出业务收入	86.47	398.31
其中：销售给关联方的收入	86.47	247.11
销售给非关联方的收入	-	151.19
外出业务毛利率	3.34%	27.85%
其中：销售给关联方的毛利率	3.34%	31.65%
销售给非关联方的毛利率	-	21.65%

2022年公司外出业务收入销售给关联方的毛利率为31.65%，销售给非关联方毛利率21.65%。2023年1-5月外出业务销售给关联方的毛利率为3.34%。其中2022年外出业务销售给关联方的毛利率略高于销售给非关联方的毛利率，主要系公司向非关联方提供的服务内容中，向义乌市商务局提供的义乌市场建设40周年高峰论坛场地租赁及会展布置服务毛利率较低，剔除该笔收入后，当年外出业务中非关联方客户的毛利率为32.32%，与关联方客户毛利率基本一致；2023年1-5月外出业务销售给关联方的毛利率相对2022年较低，系2023年向关联方销售内容以毛利率较低的搭建服务为主，该等搭建活动不涉及展会活动的策划、组织、招展等核心要素，毛利率相对较低。综上，相关关联交易定价公允。

3、梅湖物业管理

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

梅湖物业管理业务系公司向控股股东小商品城的梅湖会展中心提供物业管理服务。根据小商品城与商城展览签订的《梅湖会展中心场馆委托管理协议》，小商品城将梅湖会展中心场馆委托给商城展览进行管理，商城展览主要负责梅湖会展中心的经营秩序管理、广告管理、安保、保洁等各项管理工作，委托期限为2022年4月1日至2025年3月31日，每年的委托管理费为180万元。2021年1月1日至2022年3月31日期间的梅湖物业管理费通过同一控制下业务结算并入。

梅湖会展中心邻近商城展览的经营场所义乌市国际博览中心，由商城展览负责义乌市国际博览中心运营和物业管理的同时，兼顾梅湖会展中心的物业管理和运营工作，有利于降低集团的整体运营成本，实现集团内部的资源共享，具备商

业合理性及必要性。

报告期内，公司梅湖业务管理收入分别为 169.81 万元、169.81 万元和 70.75 万元。为减少和避免关联交易，公司近期拟终止向小商品城提供梅湖物业管理业务，聚焦展览主业的发展。

(2) 关联交易的公允性

梅湖物业委托管理费 180 万元报价包括人员成本 121.8 万元（共计 14 人，每人按照 8.7 万元/年计算）、设备维保费用 13 万元、卫生保洁和清运费 15.5 万元、零星维修 27 万元和管理费用 2.7 万元。报告期内，梅湖物业管理业务的毛利率分别为 40.82%、39.01%和 50.04%，略高于公司综合毛利率，主要系梅湖会展中心与国际博览中心邻近，两场馆的物业管理和运营人员存在重合，通过重合人员兼顾两场馆的物业管理工作，降低了整体的人员投入。

4、E2 馆场地服务费收入

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

根据浙江中国小商品城集团股份有限公司国际博览中心（合同相关权利义务已由商城展览承接）与浙江中国小商品城集团股份有限公司雅屋博览酒店（以下简称“雅屋博览酒店”）签署的《场地服务费及返佣协议》，雅屋博览酒店向公司承租国际博览中心 E2 馆，用于雅屋博览酒店的宴会接待活动，承租期限为 2020 年 7 月 15 日-2023 年 12 月 28 日。国际博览中心 E2 馆系多功能宴会厅，毗邻雅屋博览酒店，雅屋博览酒店租用该场馆用于承接大型宴会接待活动，具备商业合理性。报告期内，公司向雅屋博览酒店收取的 E2 馆场地服务费收入分别为 211.60 万元、9.58 万元和 72.81 万元，相关交易具备商业合理性、必要性及持续性。

(2) 关联交易的公允性

雅屋博览酒店承租 E2 馆的场地服务费按照该厅实际使用收益进行分成收取。根据合同约定，场地服务费雅屋博览酒店 E2 承接所有业务产生的营业收入按照不含服务费收入的 20%；另外，若宴会为公司介绍预订，则场地服务费收入为场租不含服务费收入的 30%和餐饮收入的 20%。报告期各期，E2 馆场地服务费收入分别为 211.60 万元、9.58 万元和 72.81 万元，该项关联销售定价符合行业惯

例，具备公允性。

5、防疫桌椅租赁及其他收入

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

商城展览为应对展会需求备有较多闲置桌椅等展具设备，2021年和2022年因防控需要，小商品城部分下属市场分公司曾向展览公司租赁桌椅等展具，向商城展览租赁展具较直接采购有助于各公司节约成本，攻坚克难，具有合理性及必要性。2022年后，公司不再向关联方出租防疫桌椅。其他收入主要为商城展览向小商品城市场及酒店分公司收取的展会期间服务点租赁、叉车外包服务等其他展览服务费用，其他展览服务费用为展会期间临时性交易，满足展会期间业务开展的需求，符合商业逻辑。报告期内，公司防疫桌椅租赁及其他收入金额分别为43.27万元、43.19万元和0万元。

(2) 关联交易的公允性

防疫桌椅租赁定价参照展会向参展商租赁桌椅的价格，与向其他非关联第三方所提供的服务价格不存在显著差异，交易定价具备公允性。

(二) 关联采购的必要性、合理性与公允性，后续是否持续发生

报告期内，公司关联采购的金额分别为116.87万元、116.07万元和34.80万元，占采购额的比例分别为1.87%、2.54%和1.03%。

1、活动场地租赁及餐饮服务采购

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

小商品城银都酒店、商城宾馆、海洋酒店及雅屋博览酒店均为义乌排名前列的星级酒店宾馆，分布于各大市场及国际博览中心周边，地理位置优越，具备充足的可供租用的活动场地，餐饮服务质量较高，可以充分且高效地满足商城展览展会或其他大型活动期间的临时场地、餐饮服务，以及商城展览公司业务招待需要，具备必要性、合理性及持续性。报告期内，公司向小商品城旗下的酒店分公司采购的活动场地及餐饮服务金额分别为3.92万元、26.51万元和4.75万元。

(2) 关联交易的公允性

租赁场地及餐饮服务均参照相关酒店市场价格，与向其他独立非关联第三方所销售的场地及餐饮服务不存在显著差异，价格具备公允性。

2、安保服务采购

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

公司作为义乌市主要的展览服务商和展馆运营商，展会举办期间人流量密集，场馆面积大，安保工作量增加，除公司日常保安之外，商城展览需额外向第三方保安公司采购安保服务，以保证展会期间的人员和资产安全。通常情况下，单一保安公司提供的安保服务无法满足规模较大展会的安保需求，展会主办方会同时向多家保安公司采购安保服务。其中公司关联方义乌市保安服务有限公司（以下简称“义乌保安公司”）为义乌市主要的保安公司之一，展会安保需求系公司的经常性需求，向其采购安保服务具备商业合理性、必要性及持续性。报告期各期，公司向关联方采购安保服务的金额分别为 66.13 万元、37.92 万元和 25.42 万元。

(2) 关联交易的公允性

安保服务按照展会举办期间采购的安保人员的数量和时长进行结算，公司各年对义乌市主要保安公司的临聘安保服务进行询价，根据询价结果确定各年度展会的首选安保合作单位。参与询价的第三方保安公司除义乌保安公司外，其余均为与公司无关联第三方，且义乌保安公司的报价与无关联第三方保安公司的报价不存在较大差异。采购价格具备公允性。

3、广告服务采购

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

浙江义乌中国小商品城广告有限责任公司（以下简称“商城广告”）作为国家一级广告企业，和义乌市主要的广告服务提供商，与义乌市小商品城市场以及义乌市主要大型商场具备良好的合作关系。公司向其采购广告服务，主要用于公司自办展的广告宣传，以扩大相关展会的影响力，吸引参展商及采购商参加展会，具备必要性、合理性和持续性。报告期各期，公司向商城广告的采购额分别为

26.13 万元、22.55 万元和 3.77 万元。

(2) 关联交易的公允性

广告服务定价依据为商城广告向第三方采购广告位的成本，加成合理的手续费销售给商城展览。定价与相关服务的市场价格不存在较大差异，采购价格具备公允性。

4、信息服务采购

(1) 关联交易的必要性、合理性及持续性

义乌中国小商品城信息技术有限公司（以下简称“商城信息”）主要开展网络信息技术业务，商城展览向其采购门户网站、会员及预登记系统云资源托管业务，为相关网站和系统提供合适的运行环境。义乌中国小商品城大数据有限公司（以下简称“商城大数据”）主要负责各项互联网数据服务工作，商城展览向其采购展览期间的短信群发服务，使得展览信息能够更高效的送达至参展相关单位。

2021 年、2022 年和 2023 年 1-5 月，公司向商城信息采购云资源托管服务的采购额分别为 0 万元、24.15 万元和 0 万元。公司向商城信息采购云资源托管服务采用一次性买断付费、长期使用形式，故向商城信息的采购集中于 2022 年；向商城大数据公司采购短信群发服务的采购额分别为 0 万元、1.64 万元和 0 万元。公司采用短信群发的形式，向潜在采购商定向推送最新的展会信息，2022 年，公司向商城大数据公司采购五金会短信群发服务，系当年受宏观经济因素影响，采购商需履行信息登记程序，方可通过门禁进入小商品城市场，商城大数据公司作为门禁系统的运营方，拥有小商品城市场的采购商信息，故公司向其采购短信群发服务，以便展会信息更加精准地触达采购商。

(2) 关联交易的公允性

相关服务价格为双方参照该项服务的市场价格以及完成相关服务所需的必要成本进行协商定价，价格具备公允性。

5、其他展会配套服务采购

小商品城各市场分公司主要负责义乌国际商贸城、篁园市场及国际生产资料

市场的日常管理及运营，各市场内商户众多，涉及行业范围广泛，各分公司较商城展览更为熟悉各个市场内商户分布及基本情况。商城展览举办特定行业展会时，通过各市场分公司组织进行参展商招引，具有更高的招展效率。

2021 年公司就第 27 届义博会招展向浙江中国小商品城集团股份有限公司国际商贸城第二分公司采购组团代理服务，统一按 1,000 元/个展位支付。2022 年，为纪念义乌市场建设 40 周年，公司于第 28 届义博会设立“风雨同舟 40 周年”主题展区，向小商品城各市场分公司采购组团代理服务，由各市场分公司遴选、招揽共 40 家市场经营户代表在风雨同舟企业展区参展，再现义乌市场 40 年发展历程，展示市场建设成果，营造浓厚 40 周年氛围。由于各市场分公司无法开具组团费发票，2022 年公司按所得税扣除后价格，即 750 元/个展位进行支付。报告期内，公司与小商品城组团代理费用的结算价格与其他代理商不存在重大差异，定价具备公允性。

义乌市商都国际旅行社有限责任公司、浙江中国小商品城集团股份有限公司采购商服务分公司主要为商城展览提供巴士租赁及采购商组织服务，均为其正常经营范围内的日常业务开展，商城展览结合沟通便捷性等因素，综合考量后选取前述供应商提供配套服务，具备商业合理性。相关服务价格为双方参照市场价格协商定价，价格具备公允性。

报告期各期，公司向小商品城各市场分公司采购其他展会配套服务的金额分别为 3.77 万元、3.30 万元和 0 万元，各期采购额较小。

(三) 内部决策程序履行情况，是否存在利益输送或侵犯公司及股东利益的情形

公司针对报告期内关联交易所履行的内部决策程序如下：公司第一届董事会第七次会议、第一届监事会第四次会议及 2023 年第二次临时股东大会分别审议通过《关于确认公司报告期内关联交易事项的议案》，确认公司在报告期内的关联交易为公司经营需要，价格公允，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

综上所述，公司报告期内发生的关联交易均经董事会、监事会和股东大会审议通过，公司已按照《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》及

《关联交易管理制度》的相关规定履行了决策和审批程序，公司的内部控制制度健全且得到有效执行；相关关联交易定价公允，不存在利益输送或侵犯公司及股东利益的情形。

七、租赁价格的定价依据及公允性；结合租赁合同的约定，说明在租赁期内和租赁期满若无法继续租赁对公司持续经营及财务可能产生的影响，公司是否针对该风险采取相应的防范措施；公司使用经营场所对控股股东及实际控制人是否存在依赖，针对依赖风险采取的措施及其有效性

（一）租赁价格的定价依据及公允性

1、关于公司向控股股东租赁义乌国际博览中心的定价依据

第一步，通过评估确定底价。依据江苏中企华中天资产评估有限公司就义乌市国际博览中心相关房产的租金市场价值所出具的评估报告，评估结果为年租金 924.65 万元（包含国际博览中心主馆及东馆），确定竞拍底价。

第二步，通过竞拍确定成交价。义乌产权交易所组织竞拍，年租金底价从 924.65 万元上涨至中标价 1,120.65 万元。

2、公司向控股股东租赁义乌国际博览中心的定价公允性

（1）价格通过竞拍取得，且底价经评估

2022 年 3 月 1 日，江苏中企华中天资产评估有限公司就义乌市国际博览中心相关房产的租金市场价值进行评估并出具《浙江中国小商品城集团股份有限公司拟确定房地产租金底价涉及的义乌市宗泽东路 59 号房地产市场租金资产评估报告》（以下简称“《评估报告》”），以小商品城 2020 年向无关联第三方的场馆租赁定价作为参考案例，扣除国际博览中心物业管理和日常维修费用得出年租金的市场价值，评估结果为年租金 924.65 万元（包含国际博览中心主馆及东馆）。

2022 年 3 月，小商品城就义乌市国际博览中心房产租赁事宜委托义乌产权交易所（以下简称“产交所”）组织进行竞价活动。2022 年 3 月 15 日上午开始于产交所进行网络竞价，底价参考《评估报告》确定为 924.65 万元。本次竞价招

投标共有包括商城展览在内的 3 位有效竞标人，该等竞标人均具备展览展示会展服务的经营范围和经营能力；本次竞价招投标共经过 16 轮竞拍，其中 3 位竞拍人分别举牌 7 次、5 次和 4 次，价格从 924.65 万元上涨至中标价 1,120.65 万元，最终由商城展览竞得义乌市国际博览中心场馆。2022 年 6 月 13 日，商城展览于义乌市房产处完成租赁备案。

后因国际博览中心东馆被义乌市政府长期征用为方舱医院，公司 2022 年 3 月 31 日后未实际使用国际博览中心东馆，或通过经营国际博览中心东馆获取利益。故公司与小商品城于 2022 年 12 月就东馆退租事项签订《义乌国际博览中心及东馆场地租赁合同补充协议书》，约定东馆退租后国际博览中心其余部分中标的首年含税年租金调整为 919.14 万元，前述价格系根据《评估报告》中义乌国际博览中心主馆的年租金评估价格占总评估价格（含东馆）的比例计算确定。

综上，公司向小商品城租赁国际博览中心的价格系公司参与产交所挂牌竞价形成，竞价过程符合法律法规及产交所相关规定，且竞拍底价及东馆退租调整后的租赁价格系依据合格资产评估机构出具的评估报告，租金价格具备公允性。

（2）与其他同能级城市展馆相比，价格无显著差异

根据在公开交易平台检索场馆招租信息，其他与义乌同能级城市的主要展馆租金定价如下：

场馆名称	出租范围	场馆所在地	租期	出租面积 (m ²)	中标价 (万元/年)	单价 (元/天/m ²)	成交日
蚌埠市会展中心	一层展厅	安徽蚌埠	5 年	4,800.00	85.40	0.49	2019 年 12 月 26 日
余姚市中塑国际会展中心	6 号场馆	浙江宁波余姚	3 年	2,800.00	8.93	0.09	2021 年 8 月 19 日
邢台国际会展中心	整体	河北邢台	15 年	60,100.00	800.00	0.36	2023 年 1 月 17 日
梁山国际会展中心	整体	山东济宁梁山	3 年	32,600.00	10.00	0.01	2022 年 6 月 22 日
慈溪会展中心	整体	浙江宁波慈溪	5 年	24,597.00	212.65	0.24	2023 年 8 月 4 日
义乌市国际博览中心	整体	浙江金华义乌	8 年	117,597.23	1,120.65	0.26	2022 年 3 月 16 日

注：义乌国际博览中心包含东馆；出租面积为实际可使用面积。

由上表，同能级城市的展馆租金平均中标单价为 0.24 元/平方米，与商城展览的 0.26 元/平方米差异不大。其中蚌埠市会展中心一层展厅单价较高，主要系非整体出租，展位面积较小所致；此外，邢台国际会展中心单价略高，主要系该会展中心于 2023 年新建成，相较而言更现代等。此外，租金还受展馆具体位置、周边交通情况和配套服务，以及当地展会举办情况等多种因素影响，不同展馆之间租金定价有所区别。

即义乌市国际博览中心租金定价与同能级城市展馆定价相比，价格无显著差异。

(3) 与可比公司相比，成本结构中场馆租赁成本占比不存在显著差异

从成本结构来看，公司与可比公司场馆租赁成本及占比情况对比如下：

单位：万元

商城展览			
项目	2023 年 1-5 月	2022 年	2021 年
场馆租赁成本	287.47	726.46	836.07
场馆租赁成本/总成本	9.27%	17.19%	14.82%
兰生股份			
可比项目	2022 年	2021 年	2020 年
场地租赁成本	-635.31	6,202.24	9,381.00
场地租赁成本/总成本	-	9.95%	18.07%
米奥会展			
可比项目	2018 年	2017 年	2016 年
自办展场租成本	3,088.52	3,308.26	2,080.60
自办展场租成本/自办展总成本	14.09%	14.38%	12.65%
振威会展			
可比项目	2017 年	2016 年	2015 年
场馆费用	2,959.59	2,739.05	2,038.32
场馆费用/总成本	31.19%	32.19%	36.26%

注1：2021年1月1日起，公司与可比公司开始执行《企业会计准则第21号——租赁》（以下简称新租赁准则），场馆租赁成本实际为场馆相关使用权资产的折旧额，租赁付款额与其现值之间的差额作为未确认融资费用，于报告期内分摊确认。为保证数据可比性，已列示公司报告期各期场馆租赁实际采购额及占成本比例，上表列示的场馆租赁采购额已剔除计入管理费用的场租。

注2：兰生股份2022年场租成本为负，主要因为展览馆场租金使用了简易处理，因宏观经济因素减租导致红冲成本大于使用权资产折旧金额；兰生股份2021年场租成本占比

9.95%，降幅较大系当年开始执行新租赁准则，租赁负债利息计入财务费用。

注3：米奥会展数据来源为招股说明书，上市后年报未披露自办展场地租赁成本金额；

注4：振威会展数据来源为公开转让说明书及招股说明书，年报未披露成本结构中场馆费用金额；

注5：名洋数字未单独披露场馆租赁成本金额，故上表未列示。

由上表，兰生股份、米奥会展和振威会展成本结构中场租成本占比（三年平均值）分别为 14.01%、13.71%和 33.21%，其中振威会展场租成本占营业成本比例较高，主要系振威会展场馆租赁模式为短租模式，即仅在场馆实际使用时间（包括布展时间及展览时间，通常单个展会为 5 天）向场馆所有方进行短租，租赁单价显著高于其他同行业公司。

报告期内，公司营业成本中场馆租赁成本占比平均值为 13.76%，与可比公司米奥会展和兰生股份相比，商城展览成本结构中场馆租赁成本占比不存在显著差异。

（4）与可比公司相比，毛利率不存在显著差异

展馆租赁成本系展览公司成本结构中的重要组成部分，也是展览公司毛利率水平的重要影响因素。报告期内，公司的综合毛利率与可比公司对比具体如下：

单位	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
米奥会展	51.78%	49.34%	56.77%
兰生股份	25.01%	37.73%	29.65%
名洋数字	32.32%	31.62%	42.93%
振威会展	47.49%	25.25%	35.07%
可比公司算数平均数	39.15%	35.99%	41.11%
商城展览	37.31%	17.50%	41.63%

注：商城展览最近一期的数据为2023年1-5月

报告期内，公司的综合毛利率分别为 41.63%、17.50%和 37.31%，可比公司平均毛利率分别为 41.11%、35.99%和 39.15%。其中 2022 年毛利率低于可比公司系公司业务以线下展会为主，且主要展会集中在浙江义乌区域，受当年宏观经济波动影响，义乌市展会开展受限，自办展及客展成功办展数量下降幅度较大，且主要展会参展商数量有所下滑。其余各期公司综合毛利率水平与同行业可比公司不存在重大差异。

综上，公司向控股股东租赁义乌国际博览中心的定价依据充分、价格公允。

(二) 结合租赁合同的约定,说明在租赁期内和租赁期满若无法继续租赁对公司持续经营及财务可能产生的影响,公司是否针对该风险采取相应的防范措施

商城展览与小商品城于 2022 年 3 月签订《义乌国际博览中心及东馆场地租赁合同》(以下简称“《租赁合同》”),约定商城展览向小商品城租赁义乌国际博览中心及国际博览中心东馆场地,租赁期限为 8 年,年租金为 1,120.65 万元,租期内租金三年为一个周期,自第二个周期起在上一个周期的基础上按照 5% 递增。2022 年,因国际博览中心东馆被义乌市政府长期征用为方舱医院,公司退租国际博览中心东馆,并与小商品城于 2022 年 12 月就上述退租事项签订《义乌国际博览中心及东馆场地租赁合同补充协议书》,约定东馆退租后国际博览中心其余部分年租金起始价调整为 919.14 万元,小商品城向公司退回国际博览中心东馆 2022 年 4 月-2023 年 3 月租金 201.51 万元。

根据《租赁合同》约定,“2.1、租赁期限为 8 年,即 2022 年 4 月 1 日至 2030 年 3 月 31 日止。”“4.11、乙方无论因何原因,对应交付的场地租赁费及各项费用不交付或延迟交付,除本合同另有规定外,每逾期一日,应向甲方支付所欠款项万分之五的违约金,逾期支付超过 30 天,甲方有权解除合同。”“10.4、甲方(招租人)由于战略业务调整需要自行使用时,提前 60 天通知方(承租人),本合同自动终止,双方互不承担违约责任,乙方(承租人)需无条件配合场地腾空及其他工作,双方按实际使用日期结算相关费用。”“10.8、本合同期限届满,乙方如需继续使用该场地,应于本合同期限届满前三个月以书面方式通知甲方。同等条件下,甲方对外招租时,乙方享有优先承租权,经双方协商一致后,另行签订场地租赁协议。”

首先,商城展览与小商品城签订的《租赁合同》到期日为 2030 年,合同约定的租赁期限较长,且合同赋予了商城展览租赁到期后同等条件下优先续租的权利,故短期内无法继续租赁义乌国际博览中心场馆,以及合同到期后无法续签合同的概率较低。

其次,《租赁合同》约定的合同期限内提前解除合同的例外情况主要包括承租人无法按时支付租金,以及招租人由于战略调整需要自行使用场馆。公司报告

期内经营情况即现金流状况良好，具备如约支付义乌市国际博览中心租金的能力。义乌市国际博览中心系义乌市内唯一的大型展馆，系义乌市内大型展览活动的主要举办场所。公司控股股东小商品城已签署《义乌中国小商品城展览股份有限公司控股股东关于避免同业竞争的承诺函》，承诺小商品城及控制的其他企业不会采取任何方式直接或间接从事与公司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与公司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务。故招租人小商品城提前解除合同，并自行使用场馆从事展览活动的概率较低。

针对公司无法继续租赁义乌市国际博览中心的风险，公司已在公开转让说明书“重大事项提示”之“主要经营场所来自关联租赁的风险”进行风险提示：“报告期内，公司向控股股东小商品城承租义乌国际博览中心用于公司日常经营。报告期各期，公司营业收入中占比 94.05%、86.84%、90.38%的收入来源于在义乌国际博览中心的自办展、客展举办及场馆租赁业务。若公司控股股东因其自身业务发展需求或其他原因，不再向公司提供相关经营和办公场所的续租服务，则存在对公司正常经营产生较大不利影响的风险。”

（三）公司使用经营场所对控股股东及实际控制人是否存在依赖，针对依赖风险采取的措施及其有效性

首先，尽管公司租赁的义乌市国际博览中心所有权归属于控股股东，但是展馆系通过公开竞拍方式租赁控股股东物业，且竞拍底价已经过评估，租赁价格公允，不存在关联方利益输送或变相资金占用的情形。

其次，根据公司与小商品城租赁合同的约定，国际博览中心的租赁期自 2022 年 4 月至 2030 年 3 月，且在同等条件下具备优先续租权，该等权利受法律保护。公司提前解除合同或租赁期满若无法继续租赁的概率较低。

另外，公司在业务方面独立于控股股东及实际控制人。公司具有从会展项目策划、会展报批到招展招商的独立办展能力及直接面向市场独立经营的能力，订单获取主要依靠公司多年办展积累的参展商和采购商资源、下属大型自办展会的影响力以及持续开发引进新展会的创新力，拥有独立的经营决策权和实施权。

综上，公司主要经营场所系通过公开竞拍的方式取得，关联租赁价格公允，且公司拥有独立完整的业务经营体系，公司使用经营场所来源于小商品城不构成对控股股东及实际控制人的重大依赖。

为降低经营区域和租赁资源集中的影响，减少收入对于单一场馆依赖，公司已加大海外业务的拓展力度，努力做好对国际一线展会资源和参展商的组团参展对接工作。报告期内，公司已服务中国消费品（俄罗斯）品牌展、浙江国际贸易（迪拜）展览会、贝宁（西非）中国商品展览会及印尼国际纺织面料辅料展览会等多个海外展项目。

同时，公司紧密结合我国“一带一路”和 RCEP 的发展情况，积极探索海外自办展，根据参展商的实际需求扩大海外展项目，踊跃拓展新兴市场，为参展商积极搭建、对接国外专业展会平台，拓展国外营销渠道。2023 年，公司已在泰国、西班牙、迪拜等海外区域进行独立办展，全年预计实现海外展收入约 900 万元，收入结构持续优化。

八、补充说明 2022 年租赁费用减免的具体计算规则，是否构成非经常性损益

（一）补充说明 2022 年租赁费用减免的具体计算规则

2022 年 12 月，公司与小商品城签订的《义乌国际博览中心及东馆场地租赁合同补充协议书》（以下简称“《租赁补充协议书》”）约定：“三、……减免乙方 2022 年度国际博览中心 50% 年租金，具体减免金额为 4,595,682.60 元”，租金减免金额 4,595,682.60 元为《租赁补充协议书》约定的义乌国际博览中心（不含东馆）首年租金 9,191,365.20 元的 50%。

根据财政部《关于适用<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>相关问题的通知》（财会〔2022〕13 号），对允许采用简化方法的新冠肺炎疫情相关租金减让的适用范围进行调整，取消了原先“仅针对 2022 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额的减让”才能适用简化方法的限制。故对于由新冠肺炎疫情直接引发的 2022 年 6 月 30 日之后应付租赁付款额的减让，公司选择采用《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》（财会〔2020〕10 号）规范的简化方法进行会计

处理，其他适用条件不变。

（二）是否构成非经常性损益

2022 年国际博览中心的租金减免不构成经常性损益。

依据《浙江省国资委关于做好国有房屋租金减免工作促进服务业领域困难行业恢复发展的通知》（浙国资产权〔2022〕8 号），“二、2022 年被列为疫情中高风险地区所在县级行政区域内的服务业小微企业和个体工商户承租国有房屋，2022 年减免 6 个月租金……”，以及工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部联合颁布的《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300 号）对于中小企业的划分标准，公司不符合小微企业的条件，因此公司将小商品城给予减免的 2022 年度国际博览中心 50%年租金视作股东捐赠，计入“资本公积”科目，未计入当期损益。因此，2022 年国际博览中心的租金减免不构成非经常性损益。

九、补充说明代收物业费、水电费的会计处理，结合准则规定论证是否应当采取净额法确认收入

（一）补充说明代收物业费、水电费的会计处理

公司其他业务中的“物业管理”业务系向小商品城提供的梅湖会展中心物业管理服务及向义乌市国际博览中心辅房出租方提供的辅房物业服务；“水电费”业务系公司根据辅房承租方实际水电用量，参照水电费的市场价格向其统一收取水电费。

1、物业管理的会计处理：公司采取总额法确认物业管理收入。公司在一段时间内按照履约进度确认收入，将服务收入计入其他业务收入，相关的服务成本（主要为员工的职工薪酬）计入其他业务成本，并按照服务收入缴纳了相应的增值税税费。

2、代收水电费的会计处理：公司根据水表读数、电表读数按月或按季度向租赁单位收取水电费计入其他业务收入，将向供电局、自来水公司每月结算支付的水电费计入其他业务成本，并缴纳了相应的增值税税费，符合会计准则中对收入的定义。对于水电费收入，公司根据企业会计准则，将收承租人的水费、电费

扣除应支付给供水、供电企业价款，按照净额法调整后确认收入。

（二）结合准则规定论证是否应当采取净额法确认收入

根据财政部《关于修订印发<企业会计准则第 14 号——收入>的通知》（财会〔2017〕22 号）的要求，公司作为执行企业会计准则的非上市企业，自 2021 年 1 月 1 日起施行《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称新收入准则）。新收入准则进一步明确了总额法与净额法的适用条件及要求：“企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。”

在“物业管理”业务中，公司与租户签署合同时拥有自主定价权，负有向租户交付服务的义务，其主要成本为公司人力成本，在相关服务履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益，同时承担了所交易服务的风险和销售对应账款的信用风险，公司与租户之间的责任义务能够进行明确区分，故在“物业管理”业务中公司为主要责任人，按总额法确认收入符合新收入准则相关规定。

在“水电费”业务中，公司向租户转让的商品为水电资源。公司在租户消耗水电之前无需预购水电资源，需根据租户使用水电的实际情况，按照总表度数向自来水公司和电力公司缴费。对公司而言，其向租户提供的水电资源仅在租户使用时从自来水公司和电力公司购入，在租户使用之前公司并不存在水电资源，不能随时主导资源的使用。因此公司在将水电资源转让给租户之前并未取得对水电资源的控制权。同时，公司接近于市场单价计算收取水电费，对于水电资源没有自主定价权；由于未买断水电资源，因此也未承担相关存货风险。故公司在“水电费”业务中属于代理人，采用应收承租人的水费、电费扣除应支付给供水、供电企业价款后的净额确认收入，按净额法确认收入符合新收入准则相关规定。

十、公司业务中的场馆租赁与物业管理，与股东义乌中国小商品城资产管理有限公司之间是否构成同业竞争，是否采取规范措施

（一）公司场馆租赁与物业管理业务与义乌中国小商品城资产管理有限公司不构成同业竞争

根据《挂牌审核业务规则适用指引第1号》关于同业竞争的定义，同业竞争是指“申请挂牌公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事与公司主营业务相同或相似业务”，公司的主营业务为展览服务，公司业务中的场馆租赁及物业管理业务均属于非主营业务，相关收入计入其他业务收入。根据义乌中国小商品城资产管理有限公司出具的说明，报告期内其收入构成以租金及物业管理收入为主，未有与展览服务相同或相似的业务收入，与商城展览之间不存在同业竞争。

另外，目前现有案例中亦有类似情形，具体如下：

序号	公司名称	相关情形
1	龙旗科技 (主板已过会)	情形： 发行人存在对外出租业务，西安龙飞软件有限公司、龙和实业等实际控制人控制的企业主营业务为自有物业租赁 结论： 根据龙旗科技招股说明书，西安龙飞软件有限公司、龙和实业等实际控制人控制的企业与发行人之间不存在同业竞争
2	豪声电子 (838701.BJ)	情形： 发行人存在对外出租业务，嘉兴兴惠电子有限公司等实际控制人控制的企业主营业务为对外出租自有房屋 结论： 根据豪声电子招股说明书，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争
3	西藏城投 (600773.SH)	情形： 发行人存在物业费收入，上海静安城市发展（集团）有限公司等实际控制人控制的企业主营业务为物业管理 结论： 根据西藏城投向特定对象发行股票反馈回复，上海静安城市发展（集团）有限公司主营业务为不同行业，不涉及房地产项目，不构成同业竞争

（二）义乌中国小商品城资产管理有限公司关于避免同业竞争的承诺

由于义乌中国小商品城资产管理有限公司（以下简称“商城资管”）系公司股东并受小商品城控制，为避免与公司产生新的或潜在的同业竞争，商城资管已出具《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺内容如下：

“1、截至本承诺函出具日，本企业/本公司及本企业/本公司直接或间接控制

的其他企业不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与公司相同、相似业务而与公司构成同业竞争的情形。

2、本企业/本公司将不会采取任何方式（包括但不限于参股、控股、联营、合营、合作、承包经营、租赁经营等方式）直接或间接从事与公司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与公司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务。同时，本企业/本公司将对本企业/本公司直接或间接控制的其他企业按本承诺函的内容进行监督，并行使必要的权力，促使其按照本承诺函履行不竞争的业务。

3、如公司认定本企业/本公司及本企业/本公司直接或间接控制的其他企业正在或将要从事的业务与公司存在同业竞争，则本企业/本公司及本企业/本公司直接或间接控制的其他企业将在公司提出异议后以包括但不限于以下方式退出与公司的竞争：1）终止本企业/本公司及本企业/本公司直接或间接控制的其他企业与公司构成或可能构成竞争的相关业务；2）将竞争业务纳入公司经营，如公司有意受让相关业务，则公司享有相关业务在同等条件下的优先受让权；3）将竞争业务转让给无关联关系的第三方。

4、本承诺函中避免与公司构成同业竞争的方式、方法及认定、后续处置、赔偿等机制同样适用于公司通过子公司开展的各项业务。

5、本承诺函自本企业/本公司签署之日即行生效并不可撤销，并在公司存续且依照全国中小企业股份转让系统有限责任公司、中国证券监督管理委员会或证券交易所相关规定本企业/本公司被认定为不得从事与公司相同或相似业务的关联人期间内有效。”

综上，公司业务中的场馆租赁与物业管理与商城资管之间不构成同业竞争，商城资管已出具相关承诺并已提出未来发生新的或潜在同业竞争下的具体措施，相关措施具备有效性。

十一、小商品城是否已就公司本次申请挂牌事项履行必要的内部决策程序，是否已充分履行信息披露义务，是否符合上交所的相关规定或要求

2023年10月19日，小商品城召开第九届董事会第十三次会议，审议通过了《关于控股子公司义乌中国小商品城展览股份有限公司拟申请新三板挂牌的议案》，同意公司申请在全国中小企业股份转让系统挂牌。2023年10月20日，小商品城在上交所网站披露《浙江中国小商品城集团股份有限公司关于控股子公司义乌中国小商品城展览股份有限公司拟申请新三板挂牌的公告》。

根据《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等法规的规定及小商品城《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》等内部决策规则文件，商城展览本次挂牌不属于需履行股东大会审议事项范围，无需履行股东大会程序。

综上，小商品城已就公司本次申请挂牌事项履行必要的内部决策程序，并已充分履行信息披露义务，符合上交所的相关规定或要求。

十二、公司本次申请挂牌的信息披露文件是否与小商品城的信息披露文件存在差异

经核查小商品城定期报告及临时公告等信息披露文件，公司本次申请挂牌的信息披露文件与小商品城的信息披露主要差异情况如下：

（一）财务信息披露差异情况

小商品城系上交所上市公司，其信息披露主要从小商品城合并口径进行披露，未披露商城展览层面的审计数据。

（二）非财务信息披露差异情况

公司本次申报非财务信息与小商品城披露的非财务信息的差异主要如下：

差异分类	内容
业务与技术	小商品城将酒店、展览、广告业务合并作为业务分部进行业务与技术披露，本次挂牌结合商城展览的业务，对商城展览业务与技术部分表述进行了细化与更新。

差异分类	内容
关联方和关联交易	小商品城的定期报告基于《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》并基于上市公司重要性水平对关联方及关联交易进行披露，公司此次挂牌根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》等规定对关联方及关联交易进行了完整、细化的披露。

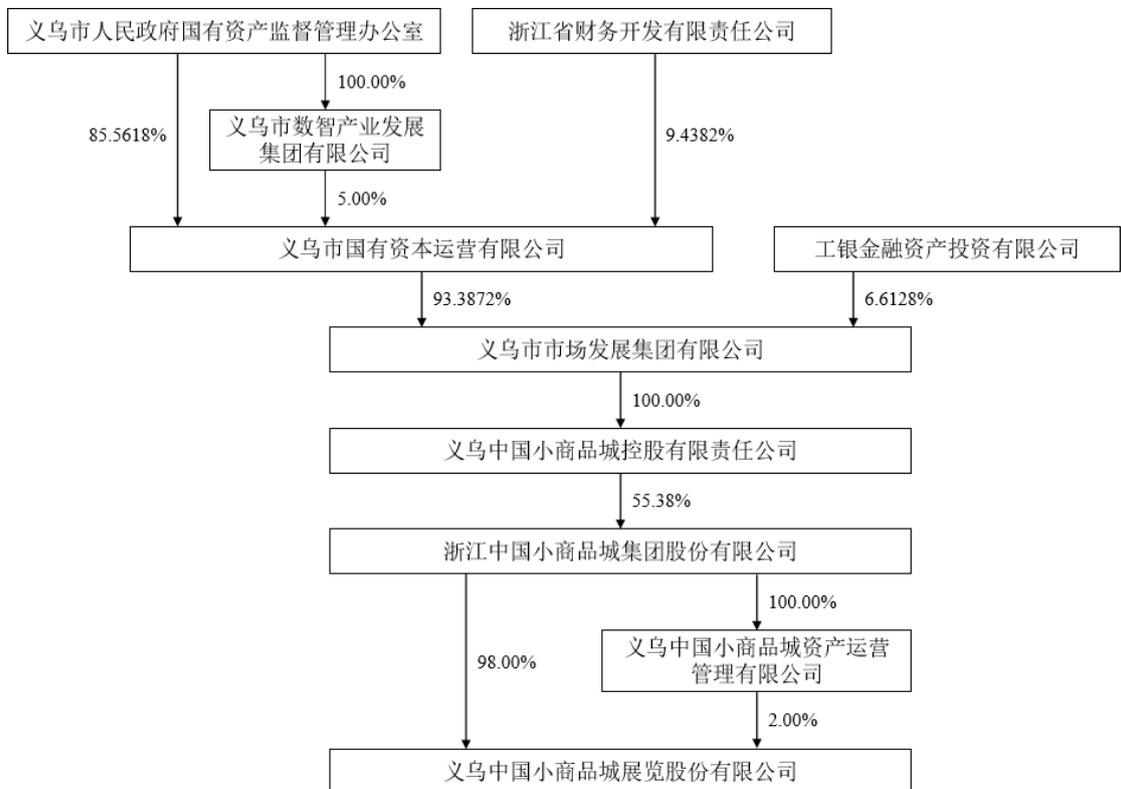
根据上表，公司本次挂牌非财务信息与小商品城披露的非财务信息不存在重大差异。

综上，公司本次申请挂牌的信息披露文件与小商品城的信息披露文件不存在重大差异。

十三、说明同业竞争的核查范围，是否核查义乌市国有资本运营有限公司及其控制的企业与公司之间是否存在同业竞争情形，如公司存在同业竞争情形，相关措施是否充分有效

（一）同业竞争的核查范围

截至报告期末，公司股权结构如下图所示：



根据公司股权结构及各主体职能，同业竞争的核查范围为义乌市市场发展集

团有限公司及其控制的企业，具体原因如下：

序号	主体范围	是否纳入核查范围及原因
1	小商品城及其下属子公司	是，小商品城系公司直接控股股东
2	商城控股及其下属的除小商品城及小商品城子公司以外的其他子公司	是，商城控股半数以上董事兼任小商品城董事，根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》纳入核查范围
3	市场发展集团及其下属的除商城控股及商城控股子公司外的其他子公司	是，市场发展集团董事长李承群兼任小商品城董事，根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》纳入核查范围
4	义乌国资运营公司及其下属的除市场发展集团及市场发展集团子公司外的其他子公司	否，义乌国资运营公司代表义乌市国资办持有划入企业股权，主要承载投融资功能，义乌国资运营公司与划入企业均为市属国有企业，义乌市国资办对义乌国资运营公司与划入企业实施平级管理。根据义乌市国资办确认，义乌国资运营公司与划入企业之间、划入企业相互之间不因受义乌国资运营公司持股而形成关联关系。义乌国资运营公司及其下属的其他企业未有董事长、经理、过半数董事兼任市场发展集团、商城控股、小商品城或商城展览董事、监事或高级管理人员之情形
5	义乌市国资办及其下属的除义乌国资运营公司及义乌国资运营公司子公司外的其他子公司	否，义乌市国资办及其下属的其他企业未有董事长、经理、过半数董事兼任市场发展集团、商城控股、小商品城或商城展览董监高之情形，根据《公司法》、《企业会计准则第36号——关联方披露》以及《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》，该类企业与商城展览之间不构成关联关系

（二）未将义乌市国有资本运营有限公司及其控制的其他企业纳入同业竞争核查的原因

1、义乌市国资办及义乌国资运营公司的职能与定位

（1）义乌市人民政府国有资产监督管理委员会的职能及定位

根据《中华人民共和国企业国有资产法》，履行出资人职责的机构应当依照法律、行政法规以及企业章程履行出资人职责，保障出资人权益，防止国有资产损失。履行出资人职责的机构应当维护企业作为市场主体依法享有的权利，除依法履行出资人职责外，不得干预企业经营活动。

义乌市国资办作为政府职能部门，根据市政府授权，依照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国企业国有资产法》等法律法规履行出资人职责，监管

市属经营性国有资产，负责对所监管企业国有资产保值增值进行监督，不直接参与也不干预监管企业及其下属企业日常经营的管理决策。

（2）义乌市国有资本运营有限公司的职能及定位

2013年12月30日，经义乌市委、市政府《关于深化政府投融资及国有企业管理体制改革的意见》（市委[2013]49号）文件批准，设立义乌市国有资本运营中心（以下简称“义乌国资运营中心”），并明确将义乌市人民政府国有资产监督管理委员会持有的全部经营性资产划转至义乌国资运营中心，义乌国资运营中心于2016年9月改制为义乌市国有资本运营有限公司（以下简称“义乌国资运营公司”）。根据义乌市国资办的确认，义乌国资运营公司代表义乌市国资办持有划入企业的股权，主要承载投融资功能，义乌国资运营公司与划入企业均为市属国有企业，义乌市国资办对义乌国资运营公司与划入企业实施平级管理。义乌国资运营公司与划入企业之间、划入企业相互之间不因受义乌国资运营公司持股而形成关联关系。

2、义乌市国有资本运营有限公司及其控制的其他企业与商城展览之间不具备同业竞争基础

根据《公司法》第二百一十六条第（四）项“国家控股的企业之间不仅因为同受国家控股而具有关联关系”、《企业会计准则第36号——关联方披露》第六条“仅仅同受国家控制而不存在其他关联方关系的企业，不构成关联方”、《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》第六十八条第（九）项“挂牌公司与上述第2项所列法人或其他组织受同一国有资产管理机构控制的，不因此构成关联关系，但该法人或其他组织的董事长、经理或者半数以上的董事兼任挂牌公司董事、监事或高级管理人员的除外”并根据义乌市国资办确认，义乌国资运营公司与划入企业均为市属国有企业，义乌市国资办对义乌国资运营公司与划入企业实施平级管理，义乌国资运营公司与划入企业之间、划入企业相互之间不因受义乌国资运营公司持股而形成关联关系。且义乌国资运营公司及其下属的除市场发展集团及市场发展集团子公司外的其他子公司未有董事长、经理、过半数董事兼任市场发展集团、商城控股、小商品城或商城展览董事、监事或高级管理人员之情形，公司与义乌市国有资本运营有限公司下属的其他企业之间不构成

关联方，不具备同业竞争的基础。

3、同业竞争不穿透核查的案例

经检索现有案例，云星宇等多家公司未将国资运营公司纳入关联方及同业竞争核查范围内，具体如下：

序号	公司名称	控股股东	实际控制人	同业竞争认定
1	云星宇 (873806.NQ)	北京市首都公路发展集团有限公司 (以下简称“首发集团”)	北京市人民政府国有资产监督管理委员会 (以下简称“北京市国资委”)	首发集团系北京国有资本运营管理有限公司(以下简称“北京国管”)全资子公司，北京国管系北京市国资委全资子公司，云星宇同业竞争核查范围为首发集团及其控制的子公司，主要基于： (1)北京国管属于“国有资产管理机构”，是北京市国资委国有资产监督管理职能的延伸，首发集团与北京国管、北京国管持股的其他企业之间不存在关联关系； (2)北京市国资委其他直接监管企业及其下属企业不因同受北京市国资委监管而成为公司的法定关联企业
2	安邦护卫 (已注册)	浙江省国有资本运营有限公司	浙江省人民政府国有资产监督管理委员会(以下简称“浙江省国资委”)	浙江省国有资本运营有限公司作为国有资本运营平台，是浙江省国资委国资监管职能的延伸，注入企业属于《上海证券交易所股票上市规则》第10.1.4条，《深圳证券交易所股票上市规则》第10.1.4条规定的“受同一国有资产管理机构控制的，不因此而形成关联关系”，相互之间不具有关联关系。各注入企业独立经营，不存在同业竞争的情形。
3	山西焦煤 (000983.SZ)	山西焦煤集团有限责任公司 (以下简称“焦煤集团”)	山西省人民政府国有资产监督管理委员会(以下简称“山西省国资委”)	焦煤集团系山西省国有资本运营有限公司(以下简称“省国运公司”)全资子公司，省国运公司系山西省国资委全资子公司，省国运公司是山西省国资委国有资产监督管理职能的延伸，除焦煤集团及其下属企业外，省国运公司及其下属其他企业与山西焦煤不属于同业竞争的范畴
4	南天智联 (874000.NQ)	南天信息 (000948.SZ)	云南省人民政府国有资产监督管理委员会	云南省工业投资控股集团有限责任公司(以下简称“工投集团”)为南天信息的控股股东，未按工投集团、

序号	公司名称	控股股东	实际控制人	同业竞争认定
			委员会（以下简称“云南省国资委”）	云南省国资委控制的全部企业口径披露关联方和同业竞争情况
5	泰和兴 (874067.NQ)	泰和新材 (002254.SZ)	烟台市人民政府国有资产监督管理委员会（以下简称“烟台市国资委”）	烟台国丰投资控股集团有限公司（以下简称“国丰控股”）为泰和新材的控股股东，未按国丰控股、烟台市国资委控制的全部企业口径披露关联方和同业竞争情况

注 1：除云星宇外，北京检验、燕东微、京东方、王府井等上市公司/挂牌公司均未将北京国管及其控制的其他企业纳入同业竞争核查范围。

注 2：除安邦护卫外，物产中大、浙商中拓等上市公司亦认为浙江省国有资本运营有限公司注入企业相互之间不具有关联关系，不构成同业竞争。

注 3：除山西焦煤外，北方铜业亦未将山西省国有资本运营有限公司及其下属其他企业纳入同业竞争核查范围。

4、义乌市国有资产运营有限公司控制的其他企业未有从事展览业务之情形

经义乌市国资办确认，商城展览系义乌市国资体系内唯一从事展览服务的公司，义乌市人民政府国有资产监督管理委员会办公室控制的其他公司与商城展览之间不存在同业竞争。

十四、公司是否具有独立面向市场能力

如本问题之第三小问回复，公司在资产、业务、人员、财务、机构、技术、资金、信息系统等资源要素方面独立于控股股东及其控制的其他企业，具备独立面向市场的能力。

十五、核查程序及意见

（一）核查程序

主办券商、律师执行了以下核查程序：

- 1、访谈公司管理层，了解申请挂牌的原因及目的；
- 2、访谈义乌市国资办，了解小商品城及其所属企业和其他其所控制企业的战略布局与资本市场规划；

3、查阅公司工商信息，取得小商品城披露的《2023年第三季度报告》，获得小商品城的主要股东持股情况；

4、取得小商品城董监高人员的调查问卷，整理小商品城董监高及其关联人员持有小商品城的股权情况；

5、通过访谈公司管理层、查阅公司序时账、资产清单、花名册、银行流水、业务合同等文件资料，核查公司在资产、业务、人员、财务、机构、技术、资金、信息系统等资源要素方面的独立性情况；

6、访谈公司管理层及主要业务人员，了解公司的获客方式；

7、取得公司的客户明细表，梳理公司与控股股东的重合客户清单，分析公司对重合客户是否存在依赖，走访部分重合客户，了解重合客户与公司及控股股东所各自开展的具体业务内容，分析公司与控股股东客户重合的合理性；

8、查阅《挂牌审核业务规则适用指引第1号》等法规关于同业竞争的定义及相关案例，获取义乌中国小商品城资产运营管理有限公司出具的《不存在同业竞争的说明》及《关于避免同业竞争的承诺函》；

9、查阅小商品城第九届董事会第十三次会议决议公告、《浙江中国小商品城集团股份有限公司关于控股子公司义乌中国小商品城展览股份有限公司拟申请新三板挂牌的公告》，并查阅《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等法规的规定及小商品城《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》等内部决策规则文件；

10、查阅小商品城定期报告、临时公告，检索相关信息披露文件中涉及公司有关的内容，核查公司本次挂牌非财务信息与小商品城披露的非财务信息不存在重大差异；

11、访谈义乌市国资办并查阅义乌市委、市政府《关于深化政府投融资及国有企业管理体制改革的意见》（市委[2013]49号），了解义乌国有资产运营公司的设立背景、职能及定位；查阅《公司法》《企业会计准则第36号——关联方披露》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》等法律法规并检索未将国资运营公司纳入关联方及同业竞争核查范围的案例确定公司同业竞争核

查范围；访谈义乌市国资办，确认义乌市国资体系内是否有从事展览服务相同或相似业务的公司。

主办券商和会计师执行了以下核查程序：

1、查阅小商品城及公司报告期内的财务报表，分析比较公司对小商品城重要财务数据的比例及重要财务指标的影响；

2、查阅小商品城历次募集资金的募投项目情况，了解募集资金的投向；

3、获取报告期内公司销售明细表、采购明细表和租赁明细表，统计关联交易明细；

4、访谈关联交易相关人员，了解交易背景、交易必要性、定价原则及交易持续性等；

5、查阅报告期内关联交易的合同，查看交易金额、交易内容、双方主要权利义务；

6、对比同类交易内容下，公司向无关联第三方销售/采购的价格或毛利率，分析差异原因。对于履行询价或招投标程序的关联交易，获取询价单、招标公告、中标公示等；

7、查阅了公司报告期内关于关联交易履行的董事会、监事会、股东大会审议的会议材料；

8、取得并查阅公司向小商品城租赁国际博览中心的租赁合同、评估报告、产权交易所招租公告、竞价过程、成交公告等资料，分析租赁合同中租赁期、优先续租权、提前解除合同等条款对于公司持续经营的影响；

9、网络检索其他同能级城市展馆对外出租价格，获取同行业可比公司公告中成本结构和毛利率的披露数据，对比分析公司场租单价、成本结构中场租占比以及毛利率水平与可比第三方的差异，判断租赁价格的公允性；

10、了解公司 2022 年租赁费用减免的具体计算规则，查阅浙江省国资委对于租赁减免的政策文件，确认租赁减免是否构成非经常性损益；

11、了解报告期内公司对于物业费、水电费收入的会计处理，查阅企业会计准则，复核相关会计处理是否符合准则规定。

（二）核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

1、公司本次申请挂牌有利于直接对接资本市场，提高公司融资的灵活性和融资效率，有利于提升公司的知名度，促进公司治理结构和激励制度的完善；本次申请挂牌系公司及控股股东小商品城借助资本市场促进实体经济发展、推动上市公司高质量发展的重要举措，符合小商品城长期发展战略，具有合理性及必要性；

2、小商品城主要布局三大生态系统：商品展示生态、服务配套生态、贸易履约生态。商品展示生态包括线下实体市场经营和线上平台服务，配套服务生态包括会展板块和酒店板块，贸易履约生态包括仓储物流、自营贸易和支付、征信、保理等业务。义乌市国资办下属企业经营业务主要包括市场经营、商品销售、交通客运、仓储物流、水务板块、基础设施、房地产、酒店服务、展览广告九大业务板块。目前，义乌市国资办下属企业商城展览拟申请在全国中小企业股份转让系统挂牌，并已向全国中小企业股份转让系统提交挂牌申请，除商城展览外，义乌市国资办其他下属企业暂无资本市场规划；

3、小商品城直接持有公司 98.00%的股权，为公司的控股股东，同时小商品城通过直接持有公司股东商城资管 100.00%的股权，间接持有公司 2.00%的股权，小商品城直接或间接合计持有公司 100.00%的股权。小商品城的全体股东、董监高人员及其关联人员均通过持有小商品城股份间接持有公司股份；

4、公司在资产、业务、人员、财务、机构、技术、资金、信息系统等资源要素方面不存在对关联方的重大依赖或利益输送情形，具备独立面向市场能力和持续经营能力；

5、公司具备独立的获客能力，公司与控股股东存在客户重合具有商业合理性，公司获取客户、业务开拓均不存在依赖控股股东的情况；

6、公司业务中的场馆租赁与物业管理与商城资管之间不构成同业竞争，商

城资管已出具相关承诺并已提出未来发生新的或潜在同业竞争下的具体措施，相关措施具备有效性；

7、小商品城已就公司本次申请挂牌事项履行必要的内部决策程序，并已充分履行信息披露义务，符合上交所的相关规定或要求；

8、公司本次申请挂牌的信息披露文件与小商品城的信息披露文件不存在重大差异；

9、本次同业竞争的核查范围为义乌市市场发展集团有限公司及其控制的企业，未将义乌市国有资本运营公司及其下属其他子公司纳入同业竞争核查范围具备合理性。经义乌市国资办确认，商城展览系义乌市国资体系内唯一从事展览服务的公司，义乌市人民政府国有资产监督管理委员会控制的其他公司与商城展览之间不存在同业竞争。

经核查，主办券商和会计师认为：

1、报告期内，公司资产总额、营业收入、利润总额、净利润等主要财务数据占小商品城对应财务数据的比例较低。且剔除商城展览数据影响后，小商品城的资产负债率、销售净利率、毛利率等指标变化较小，商城展览对小商品城相关财务指标不构成重大影响；

2、小商品城募集资金未投向公司业务，募集资金未对公司财务状况和经营成果产生影响；

3、公司关联销售和关联采购具备必要性和合理性；公司报告期内发生的关联交易均经董事会、监事会和股东大会审议通过，公司已按照内部控制制度的规定履行了决策和审批程序，公司的内部控制制度健全且得到有效执行；相关关联交易定价公允，不存在利益输送或侵犯公司及股东利益的情形；

4、公司向小商品城租赁国际博览中心的价格系公开竞拍形成，且竞拍底价经过评估，租金价格具备公允性；公司拥有独立完整的业务经营体系，公司经营场所来源于小商品城不构成对控股股东及实际控制人的重大依赖。为降低经营区域和租赁资源集中的影响，减少收入对于单一场馆依赖，公司已加大海外业务的拓展力度，海外展业务收入持续增长；

5、公司与小商品城签订的《租赁合同》约定的租赁期限较长，合同赋予商城展览租赁到期后同等条件下优先续租的权利，且招租人提前解除合同的概率较低，公司在租赁期内和租赁期满若无法继续租赁的风险可控；

6、2022年租金减免金额为《租赁补充协议书》约定的义乌国际博览中心（不含东馆）首年租金的50%，2022年国际博览中心的租金减免不构成经常性损益；

7、公司“物业管理”业务按总额法确认收入，“水电费”业务中采用应收承租人的水费、电费扣除应支付给供水、供电企业价款后的净额确认收入，符合新收入准则相关规定。

2、关于公司业务模式及合规性

公司主营业务为会展及活动项目的策划发起、组织承办、推广及运营、场馆及展会现场服务。公司披露，公司客户主要为有主办展会需求的展览公司或政府单位、有参加展会需求的企业或个人。公司开发了线上展平台，不断扩大线上展会规模；公司持有增值电信业务经营许可证。

请公司：（1）梳理公转书中“会展公司”“展览公司”等概念，说明各主体及公司自身的产业链上下游定位及关系并保证信息披露准确性、一致性。（2）补充说明“客展”收入中展馆租赁收入、展览服务收入的占比情况，说明“客展”收入中的租赁收入与其他业务收入中的“场馆租赁”的区别以及对应的业务模式；说明租赁业务、物业管理、水电费的收入确认方法，对照《企业会计准则》相关要求论证是否应当采用净额法确认收入。（3）按照销售内容维度（展位、展览服务、场馆租赁等）补充披露销售构成，公司主要收入来源是场馆转租还是展会服务。（4）说明公司业务是否涉及互联网平台的搭建与运营，是否属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台”；线上展会的运营模式、盈利模式及主要经营数据（报告期内累计交易金额、是否存在收款功能及交易金额、终端客户数量，获取的收入及占比）；公司持有的增值电信业务经营许可证是否为公司业务必须资质，相关资质对应的业务内容及产生收入情况；公司运营的系统平台是否涉及收集、使用、存储、对外提供计算机信息系统数据和个人数据，是否符合《个人信息保

护法》《网络安全法》等法律法规关于个人信息保护的规定。（5）说明在销售及采购业务中通过招投标获得的主要订单情况、订单金额及占当期销售收入比重，通过招投标签订的采购合同情况、采购金额及占比，是否存在应履行招投标程序而未履行的情形，如存在，是否存在被处罚的风险、是否构成重大违法违规，是否存在商业贿赂或变相商业贿赂的情形。（6）说明公司经营场所是否存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况，公司在展会期间所采取的消防安全措施。（7）说明公司是否存在未按规定取得审批即举办展会的情形。

请主办券商及律师核查上述事项，并就公司业务合法合规性发表明确意见。

请主办券商及会计师核查上述（1）-（3）事项，并发表明确意见。

回复：

一、梳理公转书中“会展公司”“展览公司”等概念，说明各主体及公司自身的产业链上下游定位及关系并保证信息披露准确性、一致性

（一）会展行业主要概念

根据国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布的《经济贸易展览会 术语》（GB/T 26165-2021）、浙江省市场监督管理局发布的《会展行业管理与服务规范》（DB33/T 770-2020），会展行业主要概念如下：

概念名称	释义
会展	会议、展览等活动的总称
展览、展览会、展会	以产品、技术、服务的展示、展出、参观、洽谈、信息交流为主的活动
展览场馆、展馆	以举办展览活动为主要功能的永久性建筑物
展台	展览会上用于展示活动的结构单元
标准展位、标准展台、标摊	展览场所内展览主办方按统一样式、统一尺寸和统一配置、采用统一材料搭建的展台
特装展台、特装	展览场所内由参展商自行设计和搭建的展台
主办单位	组织、策划、运营展览会，在法律上拥有展览会的所有权，并对展览活动承担主要责任的组织
承办单位	受主办单位委托，具体承担展览会的组织、策划、实施与管理，并承担展览会主要经济责任的组织
协办单位	协助展览主办方举办展览会的组织

概念名称	释义
支持单位	向展览会或其相关活动提供有效资源的组织
展览主办方	展览会主办单位、承办单位、协办单位、支持单位的统称
参展商	与展览主办方签订参展合同，在展览会期间通过固定的展台展示其产品、技术和服务的组织
观众	展览会开展期间，参观展览会的人员
服务商	为会展提供专业配套服务的供应商
招商	邀请可能成为观众的个人或团体参加展览会的活动
招展	邀请可能成为参展商的组织参加展览会的活动

“会展公司”代指“以各类会展活动为主营业务的公司”，“展览公司”代指“以展览活动为主营业务的公司”，会展公司与展览公司的主要区别在于公司经营范围的差异，会展公司除展览会活动外，或主营会议等其他活动，经营范围涵盖更广，展览公司则以展览会及配套服务为主业，展览公司属于会展公司的范畴内。

（二）各主体及公司自身的产业链上下游定位及关系

商城展览是主要从事各类展会项目的策划发起、组织承办、推广及运营、场馆及展会现场服务的一家专业展览公司。会展行业的产业链，是以展览公司和展览场馆为核心，由展览主办方、服务商、参展商和参展观众等多个因素共同组成的链条，这一个链条上的每个元素紧密联系、相互作用，创造出比单一企业更大的协同效应。会展行业各主体及公司自身的产业链上下游定位及关系具体情况如下：

1、行业上游

会展行业的上游环节属于为会展组织实施提供服务阶段，主体包括展馆租赁方以及服务商。展馆是展览等会展的载体，也是业内的竞争性资源，展馆出租方属于会展行业产业链中的关键组成，各会展组织实施机构通常会力求与展馆出租方签署长期的合作协议，以使其会展经营活动得到充分的保障。会展配套服务包括展位搭建、展具租赁、票务、酒店、翻译、安保、物流、媒体及广告等，服务商为会展行业提供了技术、人才、信息和现场运营等服务支持，是会展行业持续发展的基础和必要条件。由于各类服务商数量庞大，相关行业竞争较为充分，因此在选择服务商方面，展览主办方一般拥有较大的自主权。

2、行业中游

会展行业的中游环节包括会展项目的主办单位、承办单位在内的经营单位即展览主办方，展览主办方一般为政府机构、商会协会或包括商城展览在内的各类展览公司。从整个产业链的角度看，它们处于产业的中间环节；从内容上看，它们是会展活动的发起者、主办者，涵盖了会展活动的策划与发起、宣传推广、招商、政府产业协调等，工作内容涉及会展活动的策划、调研、市场分析、项目可行性分析研究、参展商和参展观众的确定和项目立项报批等。

主办单位和承办单位是会展项目的经营主体，其中主办单位拥有会展项目的所有权，是会展项目的发起方；承办单位是会展项目的实际运营方，通常不拥有会展品牌的所有权。在实际操作过程中，如果主办单位具有较强的会展开发和运营实力，主办单位和承办单位也可以合一，即会展项目的发起方同时承担会展运营的责任。

3、行业下游

会展行业的下游环节包括会展的代理合作机构、参展商和参展观众。在招展招商方面，一般存在直销、经销和代销三种模式。直销模式下，展览主办方与参展商直接签署参展协议，并根据约定的展位数量及参展人员数量收取展位费用及人员费用；经销模式下，展览主办方与经销商签署协议，经销商购买展位后根据自身渠道招商招展；代理销售模式下，由展览主办方与展位代理合作机构签署合作协议或招商招展代理协议，由代理合作机构依靠自身渠道进行招商招展撮合展览主办方与参展商达成合作。

（三）信息披露准确性、一致性

“会展公司”和“展览公司”主要区别在于公司经营范围的差异，不同语境下适用不同范围的主体名称，经查阅同行业可比上市公司公开披露的申报文件，亦存在“会展公司”、“展览公司”两类不同表述同时存在的情况，故公司信息披露意思表达准确。

公司已在《公开转让说明书》“释义”之“专业释义”对会展行业主要概念进行了补充披露，补充后披露如下：

“

专业释义		
会展	指	会议、展览等活动的总称
展览、展览会、展会	指	以产品、技术、服务的展示、展出、参观、洽谈、信息交流为主的活动
展览场馆、展馆	指	以举办展览活动为主要功能的永久性建筑物
展台	指	展览会上用于展示活动的结构单元
标准展位、标准展台、标摊	指	展览场所内展览主办方按统一样式、统一尺寸和统一配置、采用统一材料搭建的展台
特装展台、特装	指	展览场所内由参展商自行设计和搭建的展台
主办单位	指	组织、策划、运营展览会，在法律上拥有展览会的所有权，并对展览活动承担主要责任的组织
承办单位	指	受主办单位委托，具体承担展览会的组织、策划、实施与管理，并承担展览会主要经济责任的组织
协办单位	指	协助展览主办方举办展览会的组织
支持单位	指	向展览会或其相关活动提供有效资源的组织
展览主办方	指	展览会主办单位、承办单位、协办单位、支持单位的统称
观众	指	展览会开展期间，参观展览会的人员
服务商	指	为会展提供专业配套服务的供应商
招商	指	邀请可能成为观众的个人或团体参加展览会的活动
招展	指	邀请可能成为参展商的组织参加展览会的活动
参展商	指	与展览主办方签订参展合同，在展览会期间通过固定的展台展示其产品、技术和服务的组织
义博会	指	中国义乌国际小商品（标准）博览会
森博会	指	中国义乌国际森林产品博览会
文旅会	指	中国义乌文化和旅游产品交易博览会
五金会	指	中国义乌五金电器博览会
宠物展	指	义乌国际宠物水族用品展览会
体博会	指	义乌体育及休闲用品博览会

”

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“八、所处（细分）行业基本情况及公司竞争状况”之“（一）公司所处（细分）行业的基本情况”之“4、（细分）行业发展概况和趋势”之“（2）行业上下游关系链”对披露内容进行了修改，修改后披露如下：

“（2）行业上下游关系链

会展行业的产业链，是以展览公司和展览场馆为核心，由**展览主办方、服务商**、参展商和参展观众等多个因素共同组成的链条，这一个链条上的每个元素紧密联系、相互作用，创造出比单一企业更大的协同效应。

①行业上游

会展行业的上游环节属于为会展组织实施提供服务阶段，主体包括**展馆租赁方**以及**服务商**。**展馆**是会展的载体，也是业内的竞争性资源，**展馆**出租方属于**会展行业**产业链中的关键组成，各会展组织实施机构通常会力求与**展馆**出租方签署长期的合作协议，以使其会展经营活动得到充分的保障。会展配套服务包括展位搭建、展具租赁、票务、酒店、翻译、安保、物流、媒体及广告等，**服务商**为**会展行业**提供了技术、人才、信息和现场运营等服务支持，是**会展行业**持续发展的基础和必要条件。由于各类**服务商**数量庞大，相关行业竞争较为充分，因此在选择**服务商**方面，**展览主办方**一般拥有较大的自主权。

②行业中游

会展行业的中游环节包括会展项目的主办单位、承办单位在内的经营单位**即展览主办方**，**展览主办方**一般为**政府机构、商会协会或包括商城展览在内的各类展览公司**。从整个产业链的角度看，它们处于产业的中间环节；从内容上看，它们是会展活动的发起者、主办者，涵盖了会展活动的策划与发起、宣传推广、招商、政府产业协调等，工作内容涉及会展活动的策划、调研、市场分析、项目可行性分析研究、**参展商**和**参展观众**的确定和项目立项报批等。

主办单位和承办单位是会展项目的经营主体，其中主办单位拥有会展项目的所有权，是会展项目的发起方；承办单位是会展项目的实际运营方，通常不拥有会展品牌的所有权。在实际操作过程中，如果主办单位具有较强的会展开发和运营实力，主办单位和承办单位也可以合一，即会展项目的发起方同时承担会展运营的责任。

③行业下游

会展行业的下游环节包括会展的代理合作机构、**参展商**和**参展观众**。在招展

招商方面，一般存在直销、经销和代销三种模式。直销模式下，公司与参展商直接签署参展协议，并根据约定的展位数量及参展人员数量收取展位费用及人员费用；经销模式下，公司与经销商签署协议，经销商购买展位后根据自身渠道招商招展；代理销售模式下，由展览主办方与展位代理合作机构签署合作协议或招商招展代理协议，由代理合作机构依靠自身渠道进行招商招展撮合展览主办方与参展商达成合作。”

二、补充说明“客展”收入中展馆租赁收入、展览服务收入的占比情况，说明“客展”收入中的租赁收入与其他业务收入中的“场馆租赁”的区别以及对应的业务模式；说明租赁业务、物业管理、水电费的收入确认方法，对照《企业会计准则》相关要求论证是否应当采用净额法确认收入

(一) 补充说明“客展”收入中展馆租赁收入、展览服务收入的占比情况

报告期内，公司“客展”收入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-5月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
展馆租赁及配套物业收入	635.00	72.00%	644.42	71.79%	1,533.19	73.10%
主场运营服务收入	242.75	27.53%	250.10	27.86%	551.96	26.32%
展览服务收入	4.16	0.47%	3.08	0.34%	12.17	0.58%
合计	881.91	100.00%	897.60	100.00%	2,097.32	100.00%

公司的客展收入主要分为场地租赁及配套物业服务、展览服务以及主场运营服务。场地租赁及配套物业服务系公司向客展主办单位出租义乌国际博览中心主场馆及会议室以用于客展举办，并提供配套安保、保洁服务，不同客展根据主办单位需求及执行能力的不同会承租不同面积的展馆。场地租赁及配套物业服务业务是公司客展业务收入的主要组成部分，报告期各期场地租赁及配套物业服务业务收入金额分别为 1,533.19 万元、644.42 万元以及 635.00 万元，占各期客展业务收入比例分别为 73.10%、71.79%以及 72.00%。

展览服务系客展举办期间的特装搭建、广告位租赁等临时性展会配套服务，在客展业务收入中占比较低，报告期各期展览服务收入分别为 12.17 万元、3.08

万元以及 4.16 万元，占客展业务收入比例分别为 0.58%、0.34%以及 0.47%。主场运营服务系公司向蒙歌玛利收取的运营服务承包费，报告期各期，归属于客展收入的主场运营服务收入分别为 551.96 万元、250.10 万元以及 242.75 万元，占报告期各期客展收入的比例分别为 26.32%、27.86%以及 27.53%。

（二）说明“客展”收入中的租赁收入与其他业务收入中的“场馆租赁”的区别以及对应的业务模式

公司“客展”收入中的租赁收入系公司向客展主办单位出租义乌国际博览中心主场馆及会议室，以用于客展举办。公司根据内部的展览项目场租价格体系向客展主办方收取场地租赁费，按照租赁时长和租赁面积进行结算。公司其他业务收入中的“场馆租赁”收入系公司将国际博览中心的闲置场馆、辅房及夹层对外转租，并向承租方收取租赁费用，按照租赁年限及租赁面积进行结算。

公司“客展”收入中的租赁收入与其他业务收入中的“场馆租赁”的主要区别如下：

维度	客展-租赁收入	其他业务收入-场馆租赁
租赁期限	短租，按照租赁天数与承租方结算费用	长租，通常按照租赁年限与承租方结算费用
租赁目的	为其他展览公司举办展会提供展馆租赁服务，与主营业务密切相关	向承租方提供办公及经营场所
租赁场所	国际博览中心展馆及会议室	国际博览中心辅房、夹层，以及 A2、B2 场馆（用于羽毛球和篮球运动项目）
租赁价格	较高，不同展馆出租价格一致	较低，不同楼层出租价格存在差异
承租主体	客展主办/承办单位	不限
其他增值服务	有偿提供展会安保及保洁服务，以及特装搭建、广告位租赁等服务，无偿提供展会登记备案、审批指导	向承租方提供物业及水电费服务，并收取物业费及水电费

（三）说明租赁业务、物业管理、水电费的收入确认方法，对照《企业会计准则》相关要求论证是否应当采用净额法确认收入

公司其他业务中的“场馆租赁”业务系将国际博览中心的闲置场馆、辅房及夹层对外转租，并向承租方收取租赁费用。对应的收入确认方法：属于在某一时段内履行的履约义务，公司根据租赁协议约定按月或按季度定期收取租赁费，于合同所属期间内按照直线法分摊确认收入。

对于“场馆租赁”业务，公司采取总额法确认收入。首先，公司与小商品城以及辅房承租方分别签订合同，而非三方签订合同，辅房及夹层的承租方系公司自行招揽，公司承担了辅房和夹层空置的风险、未按合同约定向承租方提供物业水电保障而减收租金的风险，以及对承租方应收账款的信用风险。其次，公司与小商品城签订的租赁合同中未约定商城展览向第三方对外转租的价格，公司具备辅房出租的定价权。故公司在与辅房承租方的租赁业务中承担主要责任人，租赁业务按照总额法确认收入符合企业会计准则相关规定。

公司其他业务中的“物业管理”业务系向小商品城提供的梅湖会展中心物业管理服务及向义乌市国际博览中心辅房出租方提供的辅房物业服务。对应的收入确认方法：属于在某一时段内履行的履约义务，公司根据租赁协议约定按月或按季度定期收取物业费，于合同所属期间内按照直线法分摊确认收入。对于“物业管理”业务，公司采取总额法确认收入，符合企业会计准则相关规定，具体论证详见本回复之“问题 1、关于独立性”之“九、补充说明代收物业费、水电费的会计处理，结合准则规定论证是否应当采取净额法确认收入”的相关内容。

公司其他业务中的“水电费”业务系公司根据辅房承租方实际水电用量，参照水电费的市场价格向其统一收取水电费。水电费的收入确认方法：公司根据水表、电表读数按月或按季度向租赁单位收取水电费，并扣除应支付给供水、供电企业价款后的净额确认收入。对于“水电费”业务，公司采取净额法确认收入，符合企业会计准则相关规定，具体论证详见本回复之“问题 1、关于独立性”之“九、补充说明代收物业费、水电费的会计处理，结合准则规定论证是否应当采取净额法确认收入”的相关内容。

三、按照销售内容维度（展位、展览服务、场馆租赁等）补充披露销售构成，公司主要收入来源是场馆转租还是展会服务

报告期内，公司按照销售内容维度的销售构成明细如下：

单位：万元

项目		2023 年 1-5 月	2022 年度	2021 年度
展会服务相关收入	展位收入	2,254.59	2,727.46	4,325.64
	展览服务收入	1,402.22	624.47	1,865.99
	主场运营服务	312.73	409.58	894.84

项目		2023年1-5月	2022年度	2021年度
	收入			
	小计	3,969.55	3,761.51	7,086.47
场馆租赁及其他收入	客展租赁收入	635.00	644.42	1,533.19
	辅房租赁收入	134.24	440.70	537.83
	物业、水电费及其他收入	210.64	275.27	506.24
	小计	979.89	1,360.40	2,577.25
合计		4,949.44	5,121.90	9,663.72

报告期内，公司展会服务相关收入主要包括自办展展位费收入、展览服务收入及主场运营服务收入，各期展会服务相关收入占营业收入比例分别为73.33%、73.44%、80.20%；公司场馆租赁及其他收入主要包括客展租赁收入、辅房租赁收入及物业、水电费及其他收入，各期场馆租赁及其他收入占营业收入的比例分别为26.67%、26.56%、19.80%。综上，公司报告期内公司主要收入来源为展会服务。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、营业收入的主要构成”之“（5）其他分类”对营业收入按照销售内容维度进行补充披露，修订补充后披露如下：“

单位：元

类型	按销售内容维度分类					
	2023年1-5月		2022年度		2021年度	
展位收入	22,545,936.31	45.55%	27,274,577.53	53.25%	43,256,383.19	44.76%
展览服务收入	14,022,238.13	28.33%	6,244,716.96	12.19%	18,659,910.26	19.31%
主场运营收入	3,127,348.88	6.32%	4,095,784.58	8.00%	8,948,387.48	9.26%
客展租赁收入	6,350,049.94	12.83%	6,444,234.97	12.58%	15,331,865.53	15.87%
辅房租赁收入	1,342,448.86	2.71%	4,407,023.78	8.60%	5,378,251.17	5.57%
物业、水电费及其他收入	2,106,414.93	4.26%	2,752,712.04	5.37%	5,062,364.12	5.24%
合计	49,494,437.05	100.00%	51,219,049.86	100.00%	96,637,161.75	100.00%
原因分析	报告期内，公司营业收入主要包括展会服务收入和场馆租赁及其他收入。其中，展会服务相关收入主要包括自办展展位费收入、展览服务收入及主场运营收入，各期展会服务相关收入占营业收入比例分别为73.33%、73.44%、80.20%；场馆租赁及其他收入主要包括客展租赁收入、辅房租赁收入及物业、水电费及其他收入，各期场馆租赁及其他收入占营业收入的比例分别为26.67%、26.56%、19.80%。					

”

四、说明公司业务是否涉及互联网平台的搭建与运营，是否属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台”；线上展会的运营模式、盈利模式及主要经营数据（报告期内累计交易金额、是否存在收款功能及交易金额、终端客户数量，获取的收入及占比）；公司持有的增值电信业务经营许可证是否为公司业务必须资质，相关资质对应的业务内容及产生收入情况；公司运营的系统平台是否涉及收集、使用、存储、对外提供计算机信息系统数据和个人数据，是否符合《个人信息保护法》《网络安全法》等法律法规关于个人信息保护的规定

（一）说明公司业务是否涉及互联网平台的搭建与运营，是否属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台”

1、公司业务与互联网相关的业务情况

截至本回复报告出具之日，公司自有网站、公司运营的主要公众号、小程序、视频号、抖音号等涉及互联网相关业务的情况如下：

序号	类型	名称	网址	备案信息/ 平台提供方	功能介绍
1	网站	小商品城展览	cccfair.cn	浙 ICP 备 10052311 号-1	公司介绍、品牌建设及对外宣传
2	网站	义乌国际小商品（标准）博览会	chinafairs.org, yiwufair.com, yiwufair.net, yiwufair.org, netfair.net, yiwufairs.com, yiwufairs.net, yiwufairs.org, ywfair.com, ywfair.net, ywfair.org, yiwufair.biz, yiwufair.com.cn, yiwufairs.com.cn, ywfair.com.cn, crystalfair.cn,	浙 ICP 备 10052311 号-2	展会宣传推广、展会预登记、线上展会

序号	类型	名称	网址	备案信息/ 平台提供方	功能介绍
			cccfair.com.cn		
3	网站	森博会	forestryfair.com.cn, forestryfair.com, forestryfair.net, forestryfair.org	浙 ICP 备 10052311 号-5	展会宣传推广、 展会预登记、线 上展会
4	网站	义乌五金会	hardwareexpo.cn, ywhardwareexpo.cn	浙 ICP 备 10052311 号- 9、浙 ICP 备 10052311 号-11	展会宣传推广、 展会预登记、线 上展会
5	网站	文旅会	ccpfair.com, ccpfair.cn, ccpfair.com.cn, ssofair.com	浙 ICP 备 10052311 号- 13、浙 ICP 备 10052311 号- 14、浙 ICP 备 10052311 号- 15、浙 ICP 备 10052311 号-16	展会宣传推广、 展会预登记、线 上展会
6	网站	进口展	importfair.cn, chinainportfair.com	浙 ICP 备 10052311 号- 17、浙 ICP 备 10052311 号-18	展会宣传推广、 展会预登记
7	公众 号	商城展览	/	微信	公司介绍、品牌 建设及对外宣 传
8	公众 号	商城展览 CCC Exhibition	/	微信	公司介绍、品牌 建设及对外宣 传
9	公众 号	义博会	/	微信	展会宣传推广、 展会预登记、线 上展会
10	公众 号	文旅会	/	微信	展会宣传推广、 展会预登记、线 上展会
11	公众 号	义乌五金会	/	微信	展会宣传推广、 展会预登记、线 上展会
12	公众 号	义乌进口展	/	微信	展会宣传推广、 展会预登记
13	公众 号	森博会	/	微信	展会宣传推广、 展会预登记
14	公众 号	义乌宠物展	/	微信	展会宣传推广、 展会预登记
15	公众 号	义乌国际时尚饰	/	微信	展会宣传推广、

序号	类型	名称	网址	备案信息/ 平台提供方	功能介绍
	号	品及配件博览会			展会预登记
16	公众 公号	义乌辅料展	/	微信	展会宣传推广、 展会预登记
17	公众 公号	义乌礼品展	/	微信	展会宣传推广、 展会预登记
18	小程 序	义博会	/	微信	线上展会
19	小程 序	五金会		微信	线上展会
20	小程 序	文旅会	/	微信	线上展会
21	小程 序	森博会	/	微信	线上展会
22	视 频 号	商城展览	/	微信	公司介绍、品牌 建设及对外宣 传
23	抖 音 号	义乌中国小商品 城展览股份有限 公司	/	抖音	公司介绍、品牌 建设及对外宣 传

2、公司业务涉及互联网平台的搭建与运营，属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台”，属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”

（1）“平台”的定义

《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》以及《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》分别对互联网平台的分类分级以及主体责任落实进行了规定。其中，《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》强调了平台的连接属性和主要功能；《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》则在附则中对平台/互联网平台、平台经营者的概念进行了界定，具体如下：

概念	定义
平台	平台，本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。
平台经营者	平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息发布等互联网平台服务的法人及非法人组织。通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的自建网站经营者，可参照平台经营者

适用本指南。

《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“《反垄断指南》”）第二条对互联网平台、平台经营者进行了界定，具体如下：

概念	定义
平台	本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。
平台经营者	平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者。

根据上述法律法规，互联网平台的认定通常强调“是否存在双边或多边参与主体的交互”“是否存在提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务”等因素。

（2）公司业务涉及互联网平台的搭建与运营，属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台”，属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”

上述 7-23 项均基于微信、抖音等第三方平台搭建，并非公司独立建立的网站或 APP。公司作为微信公众号、小程序、视频号、抖音号的账号主体必须遵循抖音、微信等平台的规则，无法独立进行开发、设计和维护。在该等业务模式下，公司并非第三方平台的所有者或运营者，仅作为第三方平台的内容提供方。此外，公司上述平台无法直接实现交易撮合、信息交流等互联网平台服务，需跳转至公司自有系统以完成交互。

上述 1-6 项为公司自主搭建并运营的官方网站。除第 1 项为公司介绍及对外宣传的网站外，其余 2-6 项为公司品牌展会的官方网站，具有展会宣传推广、展会预登记等功能。根据公司出具的说明，在上述网站中，公司共拥有并自主运营线上义博会、线上文旅会、线上五金会、线上森博会共四个线上展会平台。

公司自主运营的线上展会平台为线上展品的展示平台，参展商和采购商可分别通过线上展会平台发布展品和采购需求，并通过该平台的“在线邀约”“发送消息”“视频通话”等功能进行沟通交流，但无法通过该平台实现交易。公司自主运营的线上展会平台不具有提供经营场所的功能，但能够促成双方交易、提高

匹配效率，具有交易撮合、信息交流等功能。

因此，线上义博会、线上文旅会、线上五金会、线上森博会共四个线上展会平台属于互联网平台；公司作为交易撮合、信息交流等互联网平台服务的提供者，属于《反垄断指南》规定的互联网平台经营者。

综上所述，公司业务涉及互联网平台的搭建与运营，线上义博会、线上文旅会、线上五金会、线上森博会共四个线上展会平台属于互联网平台；公司作为交易撮合、信息交流等互联网平台服务的提供者，属于《反垄断指南》规定的互联网平台经营者。

(3) 按照《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》的分类标准，公司自主运营的上述线上展会平台属于网络销售类平台

《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》“2.1 分类依据”及“2.2 分类方案”规定，依据平台的连接对象和主要功能，将平台分为以下六大类，即：网络销售类平台、生活服务类平台、社交娱乐类平台、信息资讯类平台、金融服务类平台、计算应用类平台；《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》第 2.3-2.8 条对六大类平台进行了定义和进一步细分。

根据上述平台分类依据和平台定义，公司自主运营的上述线上展会平台属于网络销售类平台。具体分析如下：

平台类别	连接属性	主要功能	定义	公司业务分析
网络销售类平台	连接人与商品	交易功能	网络销售类平台，连接的是人与商品，其主要功能包括提供销售服务、促成双方交易、提高匹配效率等。包括但不限于以下子平台：综合商品交易类、垂直商品交易类、商超团购类。	参展商和采购商可分别通过线上展会平台发布展品和采购需求，虽无法直接实现交易功能，但具有促成交易、提高交易效率等功能，实现人与商品的连接，公司线上展会平台属于网络销售类平台。
生活服务类平台	连接人与服务	服务功能	生活服务类平台，连接的是人与服务，其主要功能包括提供出行旅游、配送、家政、租房买房、子女教育等服务。包括但不限于以下子平台：出行服务类、旅游服务类、配送服务类、家政服	线上展会平台不提供出行旅游、配送、家政、租房买房、子女教育等服务，不属于生活服务类平台。

平台类别	连接属性	主要功能	定义	公司业务分析
			务类、房屋经纪类。	
社交娱乐类平台	连接人与人	社交娱乐功能	社交娱乐类平台，连接的是人与人，其主要功能包括社交互动、游戏休闲、视听服务、文学阅读等。包括但不限于以下子平台：即时通讯类、游戏休闲类、视听服务类、直播视频类、短视频类、文学类。	线上展会平台的主要功能非社交互动、游戏休闲、视听服务、文学阅读等，不属于社交娱乐平台。
信息资讯类平台	连接人与信息	信息资讯功能	信息资讯类平台，连接的是人与信息，其主要功能包括提供新闻资讯、搜索服务、音视频资讯内容等。包括但不限于以下子平台：新闻门户类、搜索引擎类、用户内容生成（UGC）类、视听资讯类、新闻机构类。	线上展会平台的主要功能非提供新闻资讯、搜索服务、音视频资讯内容等，不属于信息资讯类平台。
金融服务类平台	连接人与资金	融资功能	金融服务类平台，连接的是人与资金，其主要功能包括提供支付结算的功能，提供网络贷款服务、金融理财服务、金融资讯和证券投资服务等。包括但不限于以下子平台：综合金融服务类、支付结算类、消费金融类、金融资讯类、证券投资类。	线上展会平台不提供支付结算功能，不属于金融服务类平台。
计算应用类平台	连接人与计算能力	网络计算功能	计算应用类平台，连接的是人与计算能力，其主要功能包括应用在手机、操作系统上，进行信息管理和云计算，提供网络服务等。包括但不限于以下子平台：智能终端类、操作系统类、手机软件（APP）应用商店类、信息管理类、云计算类、网络服务类、工业互联网类。	线上展会平台不提供计算应用类服务，不属于计算应用类平台。

如上所述，参展商和采购商可分别通过公司线上展会平台发布展品和采购需求，虽无法直接实现交易功能，但具有促成交易、提高交易效率等功能，公司线上展会平台能够实现人与商品的连接，因此，公司线上展会平台属于网络销售类平台。

此外，根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》“2.3 网络销售类

平台”的进一步规定，网络销售类平台包括但不限于以下子平台：

(1) 综合商品交易类：专门或者主要从事提供衣帽鞋靴、箱包饰品、数码电器、食品洗护等各类商品的综合平台。

(2) 垂直商品交易类：专门或者主要从事某一类型产品交易的平台，具有精准的差异化定位和独特的品牌附加值。

(3) 商超团购类：专门或者主要从事供给蔬菜水果、肉蛋水产、粮油调味、酒水饮料、日用百货等生活用品，并提供团购等配送服务的平台。

根据上述规定，公司自主运营的四个线上展会平台中，线上义博会系综合展品展示平台，展品范围涵盖五金、机电机械、电子电器、日用品、工艺品饰品、文化办公、玩具、体育及户外休闲用品、针纺织品、礼品包装等行业，属于综合商品交易类平台；线上文旅会系文化产品和旅游商品展示平台，属于垂直商品交易类平台；线上五金会系五金电器产品展览平台，属于垂直商品交易类平台；线上森博会系林产品展示平台，属于垂直商品交易类平台。

综上所述，按照《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》的分类标准，公司自主运营的上述线上展会平台属于网络销售类平台，其中线上义博会属于网络销售类平台中的综合商品交易类平台，线上文旅会、线上五金会和线上森博会属于网络销售类平台中的垂直商品交易类平台。

(4) 结合公司主营业务、行业定位、经营规模、线上互联网平台的注册用户及入驻商家数量、线上交易量、线上交易金额、占有的市场份额、所处细分行业的竞争格局等，根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》的规定，公司属于中小型互联网平台，对国家政治经济安全等不构成重大影响，不具有垄断地位或支配市场能力

① 公司自主运营的线上展会平台属于中小型互联网平台，对国家政治经济安全等不构成重大影响

根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》的“3.2 分级方案”的规定，可以将互联网平台分为以下三级：

平台分级	分级依据	具体标准
超级平台	超大用户规模	在中国的上年度年活跃用户不低于 5 亿
	超广业务种类	核心业务至少涉及两类平台业务
	超高经济体量	上年底市值（估值）不低于 10,000 亿人民币
	超强限制能力	具有超强的限制商户接触消费者（用户）的能力
大型平台	较大用户规模	在中国的上年度年活跃用户不低于 5,000 万
	主营业务	具有表现突出的平台主营业务
	较高经济体量	上年底市值（估值）不低于 1,000 亿人民币
	较强限制能力	具有较强的限制商户接触消费者（用户）的能力
中小平台	一定用户规模	在中国具有一定的年活跃用户
	一定业务种类	具有一定业务
	一定经济体量	具有一定的市值（估值）
	一定限制能力	具有一定的限制商户接触消费者（用户）的能力

根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》“3.3 超级平台”“3.4 大型平台”的相关规定，需同时满足上述标准，方可认定为超级平台或大型平台。

公司是一家专业的会展服务商，专业从事会展及活动项目的策划发起、组织承办、推广及运营、场馆及展会现场服务，公司所属行业为其他会议、会展及相关服务。公司自主运营的线上展会平台系公司线下展会平台的导流和营销平台。报告期内，公司自主运营的四个线上展会平台的经营情况分别如下表所示：

序号	平台名称	指标	2023 年 1-5 月 /2023 年 5 月 31 日 ^{注1}	2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日	2021 年度/ 2021 年 12 月 31 日
1	线上 义博会	注册用户数（万名）	0.32	0.64	0.52
		入驻商家数（家）	2,818	1,744	909
		GMV（亿元）	不适用 ^{注2}	不适用	不适用
		平台业务	仅包括综合商品交易类	仅包括综合商品交易类	仅包括综合商品交易类
		经济体量	市值（估值）低于 1,000 亿元	市值（估值）低于 1,000 亿元	市值（估值）低于 1,000 亿元
		限制能力	具有一定的限制商户接触用户的能力	具有一定的限制商户接触用户的能力	具有一定的限制商户接触用户的能力
2		注册用户数（万）	0.03	0.08	0.06

序号	平台名称	指标	2023年1-5月 /2023年5月31日 ^{注1}	2022年度/ 2022年12月31日	2021年度/ 2021年12月31日
	线上 文旅会	名)			
		入驻商家数 (家)	321	1,216	942
		GMV (亿元)	不适用	不适用	不适用
		平台业务	仅包括垂直商品 交易类	仅包括垂直商品 交易类	仅包括垂直商 品交易类
		经济体量	市值(估值)低 于1,000亿元	市值(估值)低 于1,000亿元	市值(估值) 低于1,000亿 元
		限制能力	具有一定的限制 商户接触用户的 能力	具有一定的限制 商户接触用户的 能力	具有一定的限 制商户接触用 户的能力
3	线上 五金会	注册用户数(万 名)	0.4	1.10	13.01
		入驻商家数 (家)	414	662	889
		GMV (亿元)	不适用	不适用	不适用
		平台业务	仅包括垂直商品 交易类	仅包括垂直商品 交易类	仅包括垂直商 品交易类
		经济体量	市值(估值)低 于1,000亿元	市值(估值)低 于1,000亿元	市值(估值) 低于1,000亿 元
		限制能力	具有一定的限制 商户接触用户的 能力	具有一定的限制 商户接触用户的 能力	具有一定的限 制商户接触用 户的能力
4	线上 森博会	注册用户数(万 名)	1.96	0.54	1.72
		入驻商家数 (家)	832	2,383	1,008
		GMV (亿元)	不适用	不适用	不适用
		平台业务	仅包括垂直商品 交易类	仅包括垂直商品 交易类	仅包括垂直商 品交易类
		经济体量	市值(估值)低 于1,000亿元	市值(估值)低 于1,000亿元	市值(估值) 低于1,000亿 元
		限制能力	具有一定的限制 商户接触用户的 能力	具有一定的限制 商户接触用户的 能力	具有一定的限 制商户接触用 户的能力

注1: 根据线上展会平台注册规则, 公司注册用户及入驻商家需于每年度展会召开前重新注册, 线上义博会、线上森博会召开时间为每年10月至11月期间, 此处线上义博会、线

上森博会填写的“2023年1-5月/2023年5月31日”数据系截至2023年12月12日的的数据。
 注2：如上文所述，采购商和参展商通过线上展会进行交易有关的磋商并于线下达成交易的，无须向公司支付任何费用。公司线上展会平台不具有线上交易功能，未产生线上交易量、交易金额等。因此，公司未产生任何与自有线上展会平台运营相关的收入。此外，根据公司的说明，公司线上展会创办以来，未就采购商和参展商通过线上展会进行交易有关的磋商并于线下达成交易的金额进行统计，无法提供相关的交易数据。

根据上述分类标准，公司自主运营的四个线上展会平台在中国境内的年度注册用户一般不超过2万人，年度入驻商家均不超过3千人，属于中小型平台，对国家政治经济安全等不构成重大影响。综上，根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》的规定，公司自主运营的线上展会平台属于中小型互联网平台，对国家政治经济安全等不构成重大影响。

② 公司自主运营的线上展会平台不具有垄断地位或支配市场能力

公司是一家专业的会展服务商，专业从事会展及活动项目的策划发起、组织承办、推广及运营、场馆及展会现场服务。我国会展行业的参与方主要由国内企业、外资企业、商会协会和政府部门构成。中国对外贸易中心集团有限公司、中国国际展览中心集团公司等国有会展企业办展历史较长、经验丰富且有政府影响力和展会资源，在会展行业中占据重要地位。2004年以后国家逐步放开会展审批权限，促进了民营会展企业的蓬勃发展，米奥会展、兰生股份、振威展览等民营会展企业抓住历史机遇，在其细分领域中形成了独特的竞争优势。

近年来，国家陆续出台《国务院办公厅关于推进对外贸易创新发展的实施意见》《商务部办公厅关于创新展会服务模式 培育展览业发展新动能有关工作的通知》等政策，积极支持企业线上办展。

经检索公开信息，上述主要同行业可比公众公司均已设立线上展会平台，具体情况如下：

公司名称	是否存在线上展会平台	平台名称	平台概况
米奥会展	是	线上数字展平台——网展贸 MAX	全球首推纯在线数字展览；30万+年度预注册买家；37亿+提单买家；180万+展会买家
兰生股份	是	线上平台 1.0 “3D 虚拟 AI 家园”	2022年，线上平台经过3年迭代，已经建立了一套集成前、

公司名称	是否存在线上展会平台	平台名称	平台概况
			中、后端多个子平台的一站式智慧会展数字底座。2022年世界人工智能大会上，平台共为大会承载了133场论坛活动在线直播和1.07亿线上流量。
振威展览	是	“会展云”数字会展解决方案	早在2009年，振威展览就深耕线上产业运营，依托传统会展，目前整合行业大数据近1,200万条，建立多项自有信息化服务平台。

如上所述，会展行业不存在明显的准入门槛，其他经营者进入相关市场的难度低；主要同行业可比公众公司均已设立线上展会平台，市场竞争充分，公司不具备能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力；此外，公司运营的互联网平台不存在交易功能且不产生任何收益，公司无法实现对相关商品或服务的价格、数量或者其他交易条件的控制。因此，公司在相关市场不具有垄断地位或者支配市场能力。

综上所述，根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》的规定，公司自主运营的线上展会平台属于中小型互联网平台，对国家政治经济安全等不构成重大影响，不具有垄断地位或支配市场能力。

（5）公司行业竞争状况公平有序、合法合规，不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争行为，不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，不存在违反反垄断相关规定的情形；不直接服务于普通消费者的民生领域，不存在导致民生领域过渡金融化的情形等

① 《反垄断法》和《反垄断指南》关于垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争行为的相关规定

a、垄断协议、限制竞争

根据《中华人民共和国反垄断法》（以下简称“反垄断法”）第十六条、第十七条、第十八条的规定，垄断协议，是指排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。具体而言包括：①与具有竞争关系的经营者达成下列垄断协议：固

定或者变更商品价格；限制商品的生产数量或者销售数量；分割销售市场或者原材料采购市场；限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品；联合抵制交易；国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。②经营者与交易相对人达成下列垄断协议：固定向第三人转售商品的价格；限定向第三人转售商品的最低价格；国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。

根据《禁止垄断协议规定》第五条的规定，垄断协议是指排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。协议或者决定可以是书面、口头等形式。其他协同行为是指经营者之间虽未明确订立协议或者决定，但实质上存在协调一致的行为。

根据《反垄断指南》第五条“垄断协议的形式”的规定，平台经济领域垄断协议是指经营者排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。协议、决定可以是书面、口头等形式。其他协同行为是指经营者虽未明确订立协议或者决定，但通过数据、算法、平台规则或者其他方式实质上存在协调一致的行为，有关经营者基于独立意思表示所作出的价格跟随等平行行为除外。

b、滥用市场支配地位

根据《反垄断法》第二十二条的规定，市场支配地位，是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。滥用市场支配地位的行为包括：以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品；没有正当理由，以低于成本的价格销售商品；没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易；没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易；没有正当理由搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件；没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇；国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。

根据《反垄断法》第二十三条的规定，认定经营者具有市场支配地位，应当依据下列因素：该经营者在相关市场的市场份额，以及相关市场的竞争状况；该经营者控制销售市场或者原材料采购市场的能力；该经营者的财力和技术条件；其他经营者对该经营者在交易上的依赖程度；其他经营者进入相关市场的难易程

度；与认定该经营者市场支配地位有关的其他因素。

根据《反垄断法》第二十四条的规定，有下列情形之一的，可以推定经营者具有市场支配地位：一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的；两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二的；三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三的。有前款第二项、第三项规定的情形，其中有的经营者市场份额不足十分之一的，不应当推定该经营者具有市场支配地位。被推定具有市场支配地位的经营者，有证据证明不具有市场支配地位的，不应当认定其具有市场支配地位。

根据《禁止滥用市场支配地位行为规定》第六条的规定，市场支配地位是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。

根据《反垄断指南》第十二条至第十七条的规定，具有市场支配地位的平台经济领域经营者，可能滥用市场支配地位，具体行为包括：以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品；没有正当理由，以低于成本的价格销售商品，排除、限制市场竞争；无正当理由拒绝与交易相对人进行交易，排除、限制市场竞争；无正当理由对交易相对人进行限定交易，排除、限制市场竞争；无正当理由实施搭售或者附加不合理交易条件，排除、限制市场竞争；无正当理由对交易条件相同的交易相对人实施差别待遇，排除、限制市场竞争。

c、经营者集中

根据《反垄断法》第二十五条、《国务院关于经营者集中申报标准的规定》第二条及《经营者集中审查规定》第四条的规定，经营者集中是指下列情形：（一）经营者合并；（二）经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权；（三）经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。

根据《国务院关于经营者集中申报标准的规定》第三条的规定，经营者集中达到下列标准之一的，经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：（一）参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业

额合计超过 100 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币；（二）参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 20 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币。营业额的计算，应当考虑银行、保险、证券、期货等特殊行业、领域的实际情况，具体办法由国务院反垄断执法机构会同国务院有关部门制定。

② 公司的行业竞争状况公平有序、合法合规

如本问题之“（4）”之“② 公司自主运营的线上展会平台不具有垄断地位或支配市场能力”回复，我国会展行业的参与方主要由国内企业、外资企业、商会协会和政府部门构成。中国对外贸易中心集团有限公司、中国国际展览中心集团公司等国有会展企业办展历史较长、经验丰富且有政府影响力和展会资源，在会展行业中占据重要地位。2004 年以后国家逐步放开会展审批权限，促进了民营会展企业的蓬勃发展，米奥会展、兰生股份、振威展览等民营会展企业抓住历史机遇，在其细分领域中形成了独特的竞争优势。近年来，国家陆续出台《国务院办公厅关于推进对外贸易创新发展的实施意见》《商务部办公厅关于创新展会服务模式 培育展览业发展新动能有关工作的通知》等政策，积极支持企业线上办展。上述主要同行业可比公众公司均已设立线上展会平台。公司的行业竞争状况公平有序、合法合规。

③ 公司不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争行为，不存在违反反垄断相关规定的情形

a、公司不存在与相关主体达成或实施垄断协议、限制竞争的情形

公司已出具承诺：“公司未与采购商、参展商等任何主体签署书面的、存在经营者排除、限制竞争内容的协议、决定、条款或存在其他协同行为；亦不存在以书面以外的形式进行前述行为的情形。”

公司不存在与相关主体达成或实施垄断协议、限制竞争的情形。

b、公司不存在滥用市场支配地位的情形

如上所述，会展行业不存在明显的准入门槛，其他经营者进入相关市场的难

度低；主要同行业可比公众公司均已设立线上展会平台，市场竞争充分，公司不具备能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力；此外，公司运营的互联网平台不存在交易功能且不产生任何收益，公司无法实现对相关商品或服务的价格、数量或者其他交易条件的控制。因此，公司在相关市场不具有市场支配地位，亦不存在滥用市场支配地位的情形。

c、公司不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务

报告期内，公司不存在合并、通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权、通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响等涉及经营者集中的情形。因此，公司不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务。

综上所述，公司的行业竞争状况公平有序、合法合规，不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争行为，不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，因此，不存在违反反垄断相关规定的情形。

④ 公司不直接服务于普通消费者的民生领域，不存在导致民生领域过度金融化的情形等

公司的主营业务为会展及活动项目的策划发起、组织承办、推广及运营、场馆及展会现场服务，不属于直接服务于普通消费者的民生领域，不存在导致民生领域过度金融化的情形等。

综上所述，公司行业竞争状况公平有序、合法合规，不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争行为，不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，不存在违反反垄断相关规定的情形；不直接服务于普通消费者的民生领域，不存在导致民生领域过度金融化的情形等。

(6) 公司符合监管法规要求，不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形

如上所述，公司符合互联网平台相关的监管法规要求。

此外，根据义乌市网信办于2023年12月18日出具的《证明》，经查，2021

年1月1日至今,义乌中国小商品城展览股份有限公司未受到义乌市网信办行政处罚。

根据金华市市场监督管理局于2023年7月14日出具的《证明》,经查询浙江省企业信用综合监管系统,在2020年1月1日至2023年7月14日期间,公司不存在受到行政处罚的情形。

根据浙江省信用中心于2023年12月18日开具的《企业专项信用报告》,2018年12月18日至2023年12月17日期间,公司在经济信息化、市场监管等领域不存在违法违规情况。

经登录中国市场监管行政处罚文书网(<http://cfws.samr.gov.cn/>)、中国执行信息公开网(<http://zxgk.court.gov.cn/>)、人民法院公告网(<https://rmfygg.court.gov.cn/>)、信用中国网站(<https://www.creditchina.gov.cn/>)、国家企业信用信息公示系统(<https://www.gsxt.gov.cn/index.html>)、人民检察院案件信息公开网(<https://www.12309.gov.cn/12309/ajxxgk/index.shtml>)、各级市场监督管理局、各级工业和信息化部及国家互联网信息办公室(<http://www.cac.gov.cn/>)、浙江网信网(<https://www.zjwx.gov.cn/>)、互联网信息服务投诉平台(<https://ts.isc.org.cn/#/home>)等政府主管部门相关网站查询,截至本回复报告出具之日,公司不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形。

综上所述,截至本回复报告出具之日,公司符合监管法规要求,不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形。

(7) 公司互联网平台后续规划及相关承诺

① 公司线上展会平台的业务规划

在因宏观经济因素等特殊情况导致线下展会难以顺利举办的情况下,为维护参展商、采购商的联系,收集行业信息,维系老客户,拓展新商机等,公司推出线上展会作为线下展会的一种补充。

历时3年的线上展会在维系老客户方面取得了一定的成果,但在吸引新客户方面表现不佳。尽管公司已投入大量人力、物力,但线上展会为公司经营提供支撑方面所发挥的作用极其有限。

2023 年，随着会展业和市场经济的逐步复苏，展会核心重新聚焦至线下展会现场，线上展会的影响进一步削弱，流量转向线下，企业入驻线上展会的意愿普遍不高，线上展会效果显著下降。

公司并非以线上展会平台等互联网平台经营为主营业务的企业。公司主营业务为会展及活动项目的策划发起、组织承办、推广及运营、场馆及展会现场服务，业务收入均来自于线下展会等相关业务。线上展会商业模式尚未成型，目前暂未探索出较好的线上展会盈利方式，线上展会难以成为主办方的主营收入。线上展会平台的参展商及采购商无需支付任何费用，报告期各期公司无任何线上展会收入。线上展会平台对公司业务经营影响较小。

基于上述考虑，公司决定关停线上展会。

公司已终止线上义博会、线上文旅会、线上森博会、线上五金会共四个线上展会平台的运营。

② 公司相关承诺

a、公司出具的承诺

关于公司的线上展会平台业务，在上述业务规划的基础上，公司作出以下承诺：

“本公司承诺：本公司已于 2023 年 12 月 18 日终止线上义博会、线上文旅会、线上森博会、线上五金会共四个线上展会平台的运营，且在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，本公司不再开展前述线上展会平台业务。”

b、公司控股股东小商品城出具的承诺

“本公司承诺：商城展览已于 2023 年 12 月 18 日终止线上义博会、线上文旅会、线上森博会、线上五金会共四个线上展会平台的运营，且在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，商城展览不再开展前述线上展会平台业务。

如相关主体因上述事项对商城展览主张相关权利给商城展览造成损失的，本公司将承担商城展览因此产生的全部损失。”

综上，公司业务涉及互联网平台的搭建与运营，公司自主运营的线上义博会、

线上文旅会、线上五金会、线上森博会共四个线上展会平台属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《反垄断指南》规定的“平台”，公司属于《反垄断指南》规定的互联网平台经营者；按照《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》的分类标准，公司自主运营的上述线上展会平台属于网络销售类平台，其中线上义博会属于网络销售类平台中的综合商品交易类平台，线上文旅会、线上五金会和线上森博会属于网络销售类平台中的垂直商品交易类平台；公司自主运营的线上展会平台属于中小平台，不属于大中型互联网平台，对国家政治经济安全等不构成重大影响，不具有垄断地位或支配市场能力；公司的行业竞争状况公平有序、合法合规，不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争行为，不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，不存在违反反垄断相关规定的情形，不直接服务于普通消费者的民生领域，不存在导致民生领域过度金融化的情形等；公司符合监管法规要求，不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形；公司已于 2023 年 12 月 18 日终止线上义博会、线上文旅会、线上森博会、线上五金会共四个线上展会平台的运营，并承诺在股转系统挂牌期间不再开展前述线上展会平台业务。

（二）线上展会的运营模式、盈利模式及主要经营数据（报告期内累计交易金额、是否存在收款功能及交易金额、终端客户数量，获取的收入及占比）

1、线上展会的背景、线上线下展会之间的相互作用、交互情况、活跃度

如上所述，在因宏观经济因素等特殊情况导致线下展会难以顺利举办的情况下，展会主办方需要新平台维护与参展商、采购商等各方的关系，保持展会的存在感。在该背景下，线上展会具有较高的热度。

从线上展会的定位来看，线上展会系线下展会的导流和营销平台。一方面，线上展会给采购商提供沉浸式的参展体验，另一方面，线上展会不能脱离线下展而存在，线上展会发挥着阶段性营销、为线下展会引流的作用。

根据公司以往线上展会的实际举办情况，在展会即将召开及开幕阶段，因开幕式等新闻宣传活动，参展商、采购商在线上展会平台相对比较活跃，线上展品浏览人数可能达几万人次。线上展会的活跃程度也因不同类型展会的客商群体数量、类型等因素而存在差异，专业展的活跃度相较综合展更低。

2023 年以来，随着线下展会活动的全面放开，参展商和采购商更加注重参与线下展会活动，线上展会的活跃度有所下降。

2、线上展会的运营模式、盈利模式及主要经营数据

公司的线上展会平台系公司线下展会的增值配套服务，主要用于展会信息的宣传、展前信息的预告以及提供采购商与参展商沟通的平台。

参展商注册登录后，可以在线上展会平台以发布产品信息等方式进行宣传。线上展会平台通过展商展品匹配功能进行采购商和参展商的双向匹配，采购商和参展商可根据自身需求进行邀约、发送消息或视频通话，以此进行交易磋商，但采购商和参展商无法通过平台进行线上交易。线上展会的参展商及采购商无需支付任何费用，报告期各期公司无任何线上展会收入。

（三）公司持有的增值电信业务经营许可证是否为公司业务必须资质，相关资质对应的业务内容及产生收入情况

1、公司持有的增值电信业务经营许可证是公司业务必须资质

《互联网信息服务管理办法（2011 修订）》第四条规定，国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。

《中华人民共和国电信条例（2016 修订）》第七条规定，国家对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度。经营电信业务，必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。未取得电信业务经营许可证，任何组织或者个人不得从事电信业务经营活动。

根据上述规定，公司利用自有网站发布展会宣传信息、进行展会预登记等，涉及从事互联网信息服务，应当办理相关增值电信业务经营许可。

截至本回复报告出具之日，公司已按照相关规定办理增值电信业务经营许可证，具体情况如下：

证书名称	中华人民共和国增值电信业务经营许可证
------	--------------------

持证主体	义乌中国小商品城展览股份有限公司
证书编号	浙 B2-20100244
业务种类（服务种类）及覆盖范围	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、信息即时交互服务。【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】
发证机构	浙江省通信管理局
有效期	2022.11.18-2025.07.08
网站域名	义乌国际小商品（标准）博览会：chinafairs.org, yiwufair.com, yiwufair.net, yiwufair.org, netfair.net, yiwufairs.com, yiwufairs.net, yiwufairs.org, ywfair.com, ywfair.net, ywfair.org, yiwufair.biz, yiwufair.com.cn, yiwufairs.com.cn, ywfair.com.cn, crystalfair.cn, cccfair.com.cn; 小商品城展览：cccfair.cn; 森博会：forestryfair.com.cn, forestryfair.com, forestryfair.net, forestryfair.org; 五金会：hardwareexpo.cn; 义乌五金会：ywhardwareexpo.cn; 义乌博览中心：cccec-expo.com; 文交会：ccpfair.com, ccpfair.cn, ccpfair.com.cn; 义乌文化和旅游产品交易博览会：ssofair.com; 进口展：importfair.cn, chinaimportfair.com

2、相关资质对应的业务内容及产生收入情况

如上所述，公司主要利用自有网站发布展会宣传信息、进行展会预登记等，报告期内，公司未产生任何与自有网站运营相关的收入。

综上，公司持有的增值电信业务经营许可证是公司业务必须资质；报告期内，公司网站仅为展会宣传和预登记使用，未产生任何与网站运营相关的收入。

（四）公司运营的系统平台是否涉及收集、使用、存储、对外提供计算机信息系统数据和个人数据，是否符合《个人信息保护法》《网络安全法》等法律法规关于个人信息保护的规定

1、公司运营的系统平台涉及收集、使用、存储、对外提供计算机信息系统数据和个人数据

公司目前运营的系统平台如下：

(1) 数字会展管理平台及组团报名系统

为优化展览组织的效率和秩序、整合客商资源，公司开发了数字会展管理平台及组团报名系统，其主要功能为展会门禁设备管理，用户签到数据统计和分析，用户信息采集，用户预登记，场馆人员热区分布，展会市场联动等。数字会展管理平台与组团报名系统功能相同，前者为主平台且适用于个人参展商，后者适用于组团参展商。

采购商在参加展会前可通过数字会展管理平台及组团报名系统中的展会预登记系统进行登记。公司收集采购商的信息（包括身份信息、人像图片信息等个人信息）并存储在公司数据库，由公司数字推广部统一管理。

此外，为提高集团信息化建设和运营水平，小商品城及其下属子公司的相关数据资源通过云存储、云计算、云服务器等云端资源提供至集团专用数据中台进行进一步存储和管理，数据中台由义乌中国小商品城大数据有限公司和小商品城数字化发展部共同运营。因此，公司收集的数据除由公司数字推广部进行统一存储管理外，亦会提供至数据中台进行集中存储（保存在以义乌中国小商品城大数据有限公司名义开设的阿里云等账户）和管理，由义乌中国小商品城大数据有限公司进行数字化产品分析和建立客户档案。义乌中国小商品城大数据有限公司已制定《数据中台数据使用审批制度》等数据安全制度，对数据进行分级管理并严格规范数据使用申请流程。

(2) 线上展会平台

如上所述，线上展会平台为线上展品的展示平台，参展商和采购商可分别通过线上展会平台发布展品和采购需求，并通过该平台的“在线邀约”“发送消息”“视频通话”等功能进行沟通交流，具有交易撮合、信息交流等功能，线上展会平台注册环节等涉及个人信息的收集。

(3) 招展管理系统

招展管理系统的主要功能为招展业务处理、展位分配、财务审核等，主要用于参展商登记，仅涉及企业信息的收集、使用和存储，不涉及个人信息收集等。

(4) 展会综合管理系统 (CRM)

展会综合管理系统 (CRM) 主要用于客户数据的集中存储以及电话外呼服务, 是公司客户数据的管理系统, 不涉及个人信息的收集, 仅涉及个人信息的存储和使用环节。

(5) TCM 内容发布平台

TCM 内容发布平台系公司对自有网站的统一管理系统, 属于公司内部管理系统, 不涉及对用户信息的收集、存储、使用和对外提供。

综上, 公司运营的系统平台中, 数字会展管理平台及组团报名系统、招展管理系统、线上展会平台、展会综合管理系统 (CRM) 等系统平台涉及收集、使用、存储、对外提供计算机信息系统数据和个人数据。

2、公司运营的系统平台符合《个人信息保护法》《网络安全法》等法律法规关于个人信息保护的规定。

公司运营的系统平台中, 数字会展管理平台及组团报名系统、线上展会平台及展会综合管理系统 (CRM) 涉及个人信息的收集、使用、存储、对外提供等环节。《网络安全法》《个人信息保护法》的相关规定以及公司采取的行为和措施如下:

相关法律法规	公司收集、使用、存储、对外提供个人信息的行为
<p>《中华人民共和国网络安全法》第四十一条规定: “网络运营者收集、使用个人信息, 应当遵循合法、正当、必要的原则, 公开收集、使用规则, 明示收集、使用信息的目的、方式和范围, 并经被收集者同意。</p> <p>网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息, 不得违反法律、行政法规的规定和双方的约定收集、使用个人信息, 并应当依照法律、行政法规的规定和与用户的约定, 处理其保存的个人信息。”</p> <p>《中华人民共和国个人信息保护法》第六条规定: “处理个人信息应当具有明确、合理的目的, 并应当与处理目的直接相关, 采取对个人权益影响最小的方式。</p> <p>收集个人信息, 应当限于实现处理目的的最小范围, 不得过度收集个人信息。”</p>	<p>公司数字会展管理平台及组团报名系统、线上展会平台收集的用户个人信息系用于展会服务系统, 是实现系统功能所必要的个人信息。</p> <p>同时, 该等信息均在用户授权同意下收集, 用户在注册使用上述系统前均需明确知晓并同意《用户服务协议》中关于个人信息收集的内容、范围等相关条款。</p>

相关法律法规	公司收集、使用、存储、对外提供个人信息的行为
<p>《中华人民共和国网络安全法》第四十条规定：“网络运营者应当对其收集的用户信息严格保密，并建立健全用户信息保护制度。”</p> <p>《中华人民共和国个人信息保护法》第九条规定：“个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责，并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全。”</p>	<p>公司已建立《客商数据录入管理》《公司数据库安全管控制度》《办公电脑安全管理规定》《展会行业数据库创建及运用流程》等制度，对收集的用户信息进行存储管理和保护。</p>
<p>《中华人民共和国个人信息保护法》第十四条规定：“基于个人同意处理个人信息的，该同意应当由个人在充分知情的前提下自愿、明确作出。法律、行政法规规定处理个人信息应当取得个人单独同意或者书面同意的，从其规定。”</p>	<p>就公司收集、存储、使用敏感个人信息（身份证件号码、人像图片信息等）的具体方式，已在《用户服务协议》中明确收集个人信息的范围并充分尊重用户的知情权，取得被采集人的同意。</p>
<p>《中华人民共和国网络安全法》第四十二条规定：“网络运营者不得泄露、篡改、毁损其收集的个人信息；未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。但是，经过处理无法识别特定个人且不能复原的除外。网络运营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保其收集的个人信息安全，防止信息泄露、毁损、丢失。在发生或者可能发生个人信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。”</p> <p>《中华人民共和国个人信息保护法》第二十三条规定：“个人信息处理者向其他个人信息处理者提供其处理的个人信息的，应当向个人告知接收方的名称或者姓名、联系方式、处理目的、处理方式和个人信息的种类，并取得个人的单独同意。接收方应当在上述处理目的、处理方式和个人信息的种类等范围内处理个人信息。接收方变更原先的处理目的、处理方式的，应当依照本法规定重新取得个人同意。”</p>	<p>为提高集团信息化建设和运营水平，小商品城及其下属子公司的相关数据资源通过云存储、云计算、云服务器等云端资源提供至集团专用数据中台进行进一步存储和管理（数据中台由义乌中国小商品城大数据有限公司和小商品城数字化发展部共同运营），公司收集的数据除在公司的展会综合管理系统（CRM）进行统一存储管理外，亦会提供至数据中台（保存在以义乌中国小商品城大数据有限公司名义开设的阿里云等账户）进行集中存储和管理，由义乌中国小商品城大数据有限公司进行数字化产品分析和建立客户档案。数字会展管理平台及组团报名系统、线上展会平台收集用户个人信息时，已在《用户服务协议》隐私条款中明确告知用户其个人信息将提供和授权给其他个人信息处理者进行使用，包括接收方名称、联系方式、处理目的、处理方式等。</p> <p>此外，义乌中国小商品城大数据有限公司已制定《数据中台数据使用审批制度》等数据安全制度，对数据进行分级管理并严格规范数据使用申请流程。</p>

截至本回复报告出具之日，公司不存在因违反《个人信息保护法》《网络安全法》等法律法规及相关规定而受到主管部门处罚的情况。

根据义乌市网信办于 2023 年 12 月 18 日出具的《证明》，经查，2021 年 1 月 1 日至今，义乌中国小商品城展览股份有限公司未受到义乌市网信办行政处罚。

根据浙江省信用中心于 2023 年 12 月 18 日开具的《企业专项信用报告》，2018 年 12 月 18 日至 2023 年 12 月 17 日期间，公司在经济信息化等领域不存在违法违规情况。

经登录中国市场监管行政处罚文书网（<http://cfws.samr.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、人民法院公告网（<https://rmfygg.court.gov.cn/>）、信用中国网站（<https://www.creditchina.gov.cn/>）、国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、人民检察院案件信息公开网（<https://www.12309.gov.cn/12309/ajxxgk/index.shtml>）、各级工业和信息化部及国家互联网信息办公室（<http://www.cac.gov.cn/>）、浙江网信网（<https://www.zjwx.gov.cn/>）、互联网信息服务投诉平台（<https://ts.isc.org.cn/#/home>）等相关政府主管部门相关网站查询，截至本回复报告出具之日，公司不存在因个人信息、数据安全而被行业主管部门处罚或要求整改等情形。

此外，公司已于 2023 年 12 月 18 日终止运营线上展会平台业务，公司承诺按照相关法律法规及《用户服务协议》的约定在合理的期限内删除用户个人信息或进行匿名化处理。

公司已出具承诺：“本公司已于 2023 年 12 月 18 日终止线上义博会、线上文旅会、线上森博会、线上五金会共四个线上展会平台的运营，且在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，本公司不再开展前述线上展会平台业务。上述线上展会平台终止运营后，本公司将按照相关法律法规的规定在合理的期限内删除用户个人信息或进行匿名化处理。”

义乌中国小商品城大数据有限公司已出具承诺：“商城展览的线上展会平台终止运营后，本公司将按照相关法律法规的规定在合理的期限内删除线上展会平台相关的用户个人信息或进行匿名化处理。”

综上，截至本回复报告出具之日，公司运营的系统平台符合《个人信息保护法》《网络安全法》等法律法规关于个人信息保护的规定，不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形。

五、说明在销售及采购业务中通过招投标获得的主要订单情况、订单金额及占当期销售收入比重，通过招投标签订的采购合同情况、采购金额及占比，是否存在应履行招投标程序而未履行的情形，如存在，是否存在被处罚的风险、是否构成重大违法违规，是否存在商业贿赂或变相商业贿赂的情形

(一)说明在销售及采购业务中通过招投标获得的主要订单情况、订单金额及占当期销售收入比重，通过招投标签订的采购合同情况、采购金额及占比

报告期内，公司通过招投标获取的订单对应的销售金额分别为 992.13 万元、423.94 万元和 312.73 万元，占当期营业收入比例分别为 10.27%、8.28%和 6.32%；通过招投标签订的采购合同对应的采购额分别为 1,199.04 万元、1,506.26 万元和 1,569.78 万元，占当期采购总额的比例分别为 15.66%、23.68%和 40.64%。具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-5 月	2022 年	2021 年
招投标获取的销售额	312.73	423.94	992.13
占销售额的比例	6.32%	8.28%	10.27%
招投标签订合同的采购额	1,569.78	1,506.26	1,199.04
占采购额的比例	40.64%	23.68%	15.66%

公司报告期内通过招投标获取的单笔合同金额超过 100 万元以上的订单对应的销售内容、主要客户、销售金额如下：

单位：万元

序号	合同签署时间	项目名称	客户名称	合同金额
1	2021.2	主场运营服务合作	深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司	1,105.00

公司报告期内通过招投标签订的单笔合同金额超过 100 万元以上的采购合同对应采购内容、主要供应商、采购金额如下：

单位：万元

序号	合同签署时间	项目名称	供应商名称	合同金额
1	2021.9	文旅会十一地前厅特装搭建	杭州坤成会展有限公司	145.86
2	2021.12	法律服务委托合同	北京市金律师事务所	207.55
3	2022.3	义乌国际博览中心及东馆场地租赁	浙江中国小商品城集团股份有限公司	1,120.65

序号	合同签署时间	项目名称	供应商名称	合同金额
4	2022.10	新国潮展区特装搭建	浙江欧雅特展览展示有限公司	298.67
5	2022.11	义博会主题形象展区	深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司	103.85
6	2023.3	文旅会十一地前厅特装搭建	杭州坤成会展有限公司	133.42

(二) 是否存在应履行招投标程序而未履行的情形, 如存在, 是否存在被处罚的风险、是否构成重大违法违规, 是否存在商业贿赂或变相商业贿赂的情形

根据《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国政府采购法》及配套法律法规, 应当履行招投标程序的主要情形如下:

序号	规定名称	规定具体内容
1	《中华人民共和国招标投标法》	第三条 在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购, 必须进行招标: (一) 大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目; (二) 全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目; (三) 使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。前款所列项目的具体范围和规模标准, 由国务院发展计划部门会同国务院有关部门制订, 报国务院批准。法律或者国务院对必须进行招标的其他项目的范围有规定的, 依照其规定。
2	《中华人民共和国招标投标法实施条例》	第二条 招标投标法第三条所称工程建设项目, 是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。 前款所称工程, 是指建设工程, 包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等; 所称与工程建设有关的货物, 是指构成工程不可分割的组成部分, 且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等; 所称与工程建设有关的服务, 是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。
3	《必须招标的工程项目规定》	第五条 本规定第二条至第四条规定范围内的项目, 其勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购达到下列标准之一的, 必须招标: (一) 施工单项合同估算价在 400 万元人民币以上; (二) 重要设备、材料等货物的采购, 单项合同估算价在 200 万元人民币以上; (三) 勘察、设计、监理等服务的采购, 单项合同估算价在 100 万元人民币以上。同一项目中可以合并进行的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购, 合同估算价合计达到前款规定标准的, 必须招标。
4	《中华人民共和国政府采购法》	第二条 本法所称政府采购, 是指各级国家机关、事业单位和团体组织, 使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。 第二十六条 政府采购采用以下方式: (一) 公开招标;

序号	规定名称	规定具体内容
		<p>(二) 邀请招标；(三) 竞争性谈判；(四) 单一来源采购；(五) 询价；(六) 国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。公开招标应作为政府采购的主要采购方式。</p> <p>第二十七条 采购人采购货物或者服务应当采用公开招标方式的，其具体数额标准，属于中央预算的政府采购项目，由国务院规定；属于地方预算的政府采购项目，由省、自治区、直辖市人民政府规定；因特殊情况需要采用公开招标以外的采购方式的，应当在采购活动开始前获得设区的市、自治州以上人民政府采购监督管理部门的批准。</p>
5	《浙江省政府集中采购目录及标准(2023年版)》(浙财采监(2022)13号)	<p>四、公开招标数额标准</p> <p>政府采购货物和服务项目，预算金额达到公开招标数额标准的，应当实行公开招标。因特殊情况需要采用非公开招标采购方式的，应当在采购活动开始前获得设区市以上人民政府采购监督管理部门或县级人民政府批准。全省货物和服务项目公开招标数额标准：省、市、县(市、区)三级均为400万元。</p>
6	《关于规范国有企业非生产经营性货物和服务招标采购的指导意见(试行)》(义国资委发(2018)77号)	<p>国有企业非生产经营性货物服务采购采用目录方式管理，纳入采购目录且货物采购预算金额在200万元及以上、服务采购预算金额在100万元及以上的，必须纳入市公共资源交易平台进行招标采购。</p>

公司是一家专业的会展服务商，专业从事会展及活动项目的策划发起、组织承办、推广及运营、场馆及展会现场服务，未从事工程以及与工程建设有关的销售货物、提供服务业务，报告期内也未对外采购工程及工程建设有关的货物或服务，不属于《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《必须招标的工程项目规定》规定的必须履行招投标程序的情形。

另外，根据《中华人民共和国政府采购法》《浙江省政府集中采购目录及标准(2023年版)》的规定，对于政府采购货物和服务项目，纳入浙江省政府集中采购目录且采购预算金额达到400万元的，应当实行公开招标。公司客户中存在少量政府及事业单位，公司对前述客户的销售内容系展位费或展览配套服务，未纳入浙江省政府集中采购目录，不涉及应当履行公开招标的情形。

根据义乌市国资办和义乌市财政局发布的《关于规范国有企业非生产经营性货物和服务招标采购的指导意见(试行)》，国有企业非生产经营性货物服务采购采用目录方式管理，纳入采购目录且货物采购预算金额在200万元及以上、服务采购预算金额在100万元及以上的，必须纳入市公共资源交易平台进行招标采

购。公司作为义乌市国有企业，除小商品城及其控制的其他主体向公司采购相关服务未履行招投标程序外，对于纳入采购目录且采购预算在前述标准以上的采购均依法依规履行招投标程序。

小商品城及其控制的其他主体向公司采购相关服务未履行招投标程序，系根据《中华人民共和国招标投标法实施条例》第九条规定，除招标投标法第六十六条规定的可以不进行招标的特殊情况外，有下列情形之一的，可以不进行招标：

（一）需要采用不可替代的专利或者专有技术；（二）采购人依法能够自行建设、生产或者提供；（三）已通过招标方式选定的特许经营项目投资人依法能够自行建设、生产或者提供；（四）需要向原中标人采购工程、货物或者服务，否则将影响施工或者功能配套要求；（五）国家规定的其他特殊情形。招标人为适用前款规定弄虚作假的，属于招标投标法第四条规定的规避招标。小商品城及其控制的其他主体向公司采购相关服务未履行招投标程序，主要系依据上述第二款“采购人依法能够自行建设、生产或者提供”实施，符合《中华人民共和国招标投标法实施条例》的相关规定。

综上，报告期内公司在销售和采购环节不存在应履行招投标程序而未履行的情形。

六、说明公司经营场所是否存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况，公司在展会期间所采取的消防安全措施

（一）公司经营场所不存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况

公司经营场所为义乌国际博览中心，系向控股股东小商品城租赁的物业。

根据当时有效的《中华人民共和国消防法（2008 修订）》第十三条，按照国家工程建设消防技术标准需要进行消防设计的建设工程竣工，依照下列规定进行消防验收、备案：（一）本法第十一条规定的建设工程，建设单位应当向公安机关消防机构申请消防验收；（二）其他建设工程，建设单位在验收后应当报公安机关消防机构备案，公安机关消防机构应当进行抽查。

经核查，公司经营场所办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况

如下：

主体	场所	文件出具机关	消防验收、备案文件	主要内容
小商品城	义乌国际博览中心	金华市公安局消防支队	《建设工程消防验收意见书》金公消验[2010]第 0332 号	综合评定该工程消防验收合格

（二）公司在展会期间所采取的消防安全措施

报告期内，公司举办的各大展会均已制定包括活动场所消防安全措施、应急救援预案在内的安全工作方案，并与其他申请文件作为申请材料一并提交主管部门办理大型群众性活动治安许可。展会期间，公司严格执行各项消防安全管理规定，落实消防安全分工，保障消防通道畅通、消防设施配置齐全。

此外，公司已根据《机关、团体、企业、事业单位消防安全管理规定》（公安部令第 61 号）等相关规定建立《安全生产管理制度》《综合治理、消防、安全生产、维稳、反恐网格化管理体系的实施方案（试行）》《社会管理综合治理（创安）及安全生产（防火）工作管理考核、奖惩制度》等与消防安全相关的内部管理规章制度；公司配置相关消防设施设备，对消防设施设备进行定期维护保养和维修检查，并留存相关维护保养记录及第三方检测报告；公司定期开展包括消防安全检查、消防演练、消防安全培训、安全例会等工作并留存相关记录。

根据义乌市消防救援支队于 2023 年 7 月 12 日出具的《证明》，公司自 2021 年 1 月 1 日至 2023 年 7 月 11 日期间未发生因违反消防法律法规而受到行政处罚的行为。

综上所述，公司经营场所不存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况，公司在展会期间采取了必要且有效的消防安全措施。

七、说明公司是否存在未按规定取得审批即举办会展的情形

（一）举办会展所需的审批要求

根据浙江省市场监督管理局发布的《会展行业管理与服务规范》。举办单位应根据市场预测和发展需要进行展会活动策划，并形成立项策划书。立项策划书应经举办单位内部相关职能部门评审，记录并保存评审中提出的问题及改进建议（包括会议未能解决的事项）。通过项目评审的立项策划书应向辖区市级政府会

展管理部门或会展相关行业协会报备，原则上同类展会至少相隔三个月；并按《浙江省大型群众性活动安全管理办法》规定，在活动举办日的 20 日前向举办地公安部门提出安全许可申请，取得安全许可。接展要求：（1）展会须取得当地安全部门的安全许可；（2）展馆方接展原则上要求同类展会至少相隔三个月；（3）主承办单位应有相应的风险管理能力和诚信。

根据《义乌市展览活动管理办法》，在本市举办的展览活动实行项目备案制度。其中，各级党政机关参与主办的展览以及国家有关规定需要报批的展览，须完成规定审批手续后再行备案。市会展业联合会负责展览活动项目协调，市会展业联合会确定展览档期后 5 个工作日内，将展览活动有关情况向市旅游与会展管理委员会备案。举办单位应在展览活动举办日 20 个工作日前依法向公安机关治安管理部门提出书面申请，并取得相关安全许可。举办单位为安全的第一责任主体。公安机关消防部门依法实施消防安全检查。

义乌市会展活动的开展实行审批备案制，其中国家级展会需上报全国清理和规范庆典研讨会论坛活动工作领导小组（以下简称“国清组”）进行审批备案，其他市县级展会均无需上报国清组审批，报送当地会展业联合会审批备案同意即可。

（二）公司不存在未按规定取得审批即举办会展的情形

经对报告期内公司自办展及客展相关审批文件的抽查、对公司相关业务负责人进行访谈，确认报告期内公司国家级自办展均已取得国清组关于相关同意举办相关展会的通知文件，其他市县级自办展及客展均已取得义乌市会展业联合会的关于同意举办相关展会的意见的函。

报告期内，公司不存在未按规定取得审批即举办会展的情形。

八、核查程序及意见

（一）核查程序

主办券商、律师执行了以下核查程序：

1、查阅会展行业相关的研究报告、行业标准文件，了解会展行业涉及的主

要主体，分析会展行业产业链各主体的定位情况；

2、取得公司的收入明细表，访谈公司相关业务负责人，了解公司的业务模式，分析公司的行业定位；

3、访谈公司相关负责人，了解公司业务涉及的系统平台及其具体运营模式，了解线上展会平台的运营模式、具体经营数据等；

4、检索同行业可比公司的线上展会平台信息，了解行业竞争状况；

5、查阅《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》《中华人民共和国反垄断法》《禁止垄断协议规定》《禁止滥用市场支配地位行为规定》《经营者集中审查规定》《国务院关于经营者集中申报标准的规定》等法律法规，了解互联网平台、平台经营者的认定标准及反垄断相关规定；

6、抽查报告期内公司的主要合同，了解公司是否存在垄断协议；

7、取得公司、控股股东及义乌中国小商品城大数据有限公司出具的说明与承诺；

8、取得并查阅市场监督管理局等主管机构出具的《证明》；

9、取得并查阅义乌市网信办出具的《证明》；

10、登录中国市场监管行政处罚文书网（<http://cfws.samr.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、人民法院公告网（<https://rmfygg.court.gov.cn/>）、信用中国网站（<https://www.creditchina.gov.cn/>）、国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、人民检察院案件信息公开网（<https://www.12309.gov.cn/12309/ajxxgk/index.shtml>）及相关政府主管部门网站查询公司被行业主管部门处罚或要求整改的情形；

11、取得并查阅了公司通过招投标方式获取、合同金额 100 万元以上的项目合同文本、相应招投标文件等；

12、查阅《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《必须招标的工程项目规定》《中华人民共和国政府采购法》《浙江省政

府集中采购目录及标准（2023年版）》《关于规范国有企业非生产经营性货物和服务招标采购的指导意见（试行）》等法律法规，检索通过招投标方式获取项目的相关法定要求；

13、取得并查阅公司经营场所取得的消防验收意见书，了解公司经营场所的消防验收情况；取得并查阅各大展会期间公司的消防安全措施等安全工作方案、公司制定的消防安全内部制度、消防设施维护保养记录及第三方检测报告、开展消防工作的相关记录；取得并查阅义乌市消防救援支队出具的《证明》；查阅《中华人民共和国消防法》等法律法规，了解消防安全相关要求；

14、查阅会展行业相关的法律法规和规章制度，了解会展活动举办的审批程序；

15、访谈公司相关业务负责人，查阅公司报告期内所举办展会的审批文件，对比各展会所适用的审批要求，分析各展会的审批文件完备性。

主办券商、会计师执行了以下核查程序：

1、查阅会展行业相关的研究报告、行业标准文件，了解会展行业涉及的主要主体，分析会展行业产业链各主体的定位情况；

2、取得公司的收入明细表，访谈公司相关业务负责人，了解公司的业务模式，分析了公司的行业定位；

3、取得公司的收入明细表，分析“客展”收入构成及占比情况；

4、询问公司客展及场馆租赁业务负责人，了解“客展”收入中的租赁收入与其他业务收入中的“场馆租赁”的区别以及对应的业务模式；

5、了解报告期内公司对于租赁业务、物业管理、水电费收入的收入确认方法，查阅企业会计准则，复核收入确认方法是否符合准则规定；

6、取得公司的收入明细表，复核收入按照销售内容维度分类的准确性。

（二）核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

1、公司已梳理行业相关概念，已说明各主体及公司自身的产业链上下游定位及关系，信息披露准确且一致；

2、公司业务涉及互联网平台的搭建与运营，公司自主运营的线上义博会、线上文旅会、线上五金会、线上森博会共四个线上展会平台属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《反垄断指南》规定的“平台”，公司属于《反垄断指南》规定的互联网平台经营者；按照《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》的分类标准，公司自主运营的上述线上展会平台属于网络销售类平台，其中线上义博会属于网络销售类平台中的综合商品交易类平台，线上文旅会、线上五金会和线上森博会属于网络销售类平台中的垂直商品交易类平台；公司自主运营的线上展会平台属于中小平台，不属于大中型互联网平台，对国家政治经济安全等不构成重大影响，不具有垄断地位或支配市场能力；公司的行业竞争状况公平有序、合法合规，不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争行为，不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，不存在违反反垄断相关规定的情形，不直接服务于普通消费者的民生领域，不存在导致民生领域过度金融化的情形等；公司符合监管法规要求，不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形；公司及其控股股东承诺将于公司在股转系统正式挂牌之日前终止线上义博会、线上文旅会、线上森博会、线上五金会共四个线上展会平台的运营，并承诺在股转系统挂牌期间不再开展前述线上展会平台业务；

3、公司的线上展会系线下展会的导流和营销平台，为线下展会的增值配套服务，主要用于展会信息的宣传、展前信息的预告以及提供采购商与参展商沟通的平台。报告期各期公司无任何线上展会收入；

4、公司持有的增值电信业务经营许可证是公司业务必须资质。报告期内，公司网站仅为展会宣传和预登记使用，未产生任何收入；

5、公司运营的系统平台中，数字会展管理平台及组团报名系统、招展管理系统、线上展会平台、展会综合管理系统（CRM）等系统平台涉及收集、使用、存储、对外提供计算机信息系统数据和个人数据。截至本回复报告出具之日，公司运营的系统平台符合《个人信息保护法》《网络安全法》等法律法规关于个人信息保护的规定，不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形；

6、报告期内公司在销售和采购环节不存在应履行招投标程序而未履行的情形；

7、公司经营场所不存在未依法办理消防验收、消防备案或进行消防安全检查的情况，公司在展会期间采取了必要且有效的消防安全措施；

8、公司报告期内所举办的会展均已取得审批文件，不存在未按规定取得审批即举办会展的情况；

9、截至本回复报告出具之日，公司在业务资质、互联网平台、数据安全、个人信息保护、招投标、消防及会展审批等方面合法合规，符合监管法规要求，不存在被行业主管部门处罚或要求整改等情形。

经核查，主办券商、会计师认为：

1、公司已梳理行业相关概念，已说明各主体及公司自身的产业链上下游定位及关系，信息披露准确且一致；

2、公司“客展”收入构成以展馆租赁及配套物业收入为主，主场运营服务收入、展览服务收入为辅；公司“客展”收入中的租赁收入系公司向客展主办单位出租义乌国际博览中心主场馆及会议室，其他业务收入中的“场馆租赁”收入系公司将国际博览中心的闲置场馆、辅房及夹层对外转租，用做承租方经营及办公场所，二者在租赁期限、租赁目的、租赁场所、租赁价格、承租主体以及其他增值服务提供方面均存在较大差异；

3、公司的租赁业务和物业管理业务按照总额法确认收入，水电费收入按照净额法确认收入，符合企业会计准则规定；

4、公司已在公转书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、营业收入的主要构成”之“（5）其他分类”对营业收入按照销售内容维度进行补充披露，公司主要收入来源是展会服务。

3、关于客户/供应商蒙歌玛利公司

申报材料披露，深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司同时是公司的客户和供

应商。销售内容主要为主场运营服务，一是蒙歌玛利租赁国际博览中心的仓库、辅房用于办公所需支付的房租，二是运营服务承包费。前五大客户表格部分披露的销售内容为“展览服务场馆租赁”。采购内容为场馆布置等展览服务以及零星特装展位的搭建服务。

请公司：（1）补充说明蒙歌玛利的基本情况，包括设立时间、注册资本、股东结构，是否与公司存在关联关系。（2）补充说明各报告期对蒙歌玛利公司的运营服务承包费、房租收入及占比，说明运营服务承包合同主要条款（合作期限责任划分、费用收取）、收入确认政策，销售价格是否公允。（3）该合作是否为独家合作，该业务披露为“展览服务”，与其他客户的销售内容披露相同，是否准确。（4）补充说明公司代客户向蒙哥马利公司等供应商采购展览服务和蒙哥马利公司自行向参展商提供展览服务的业务产生背景，是否存在不正当竞争、利益输送等情形，公司代为采购服务的利润空间是否合理。

请主办券商、会计师补充核查上述事项，对于公司客户和供应商重合商业合理性、价格公允性、会计处理是否符合准则规定，发表明确意见。

回复：

一、补充说明蒙歌玛利的基本情况，包括设立时间、注册资本、股东结构，是否与公司存在关联关系

（一）蒙歌玛利的基本情况

深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司的基本情况如下：

公司名称	深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司
注册资本	1,010.00 万元
成立时间	2009 年 7 月 15 日
注册地址	深圳市南山区南头街道马家龙社区大新路 198 号创新大厦 B 座 1902D
股东结构	刘安持股 60.00%， 阚成菊持股 40.00%
经营范围	一般经营项目是：建筑装修装饰工程、室内装潢设计与施工、展览展示设计与施工（以上项目需取得资质证明后方可经营）；展览器材销售与租赁及其它国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；文化活动策划（不含限制项目）。

2021 年 3 月 1 日，为更好地开展义乌市及周边地区的业务，蒙歌玛利特

设立义乌分公司，并将与商城展览的相关业务转移至义乌分公司，由义乌分公司与商城展览继续开展后续业务。

（二）是否与公司存在关联关系

蒙歌玛利由刘安持股 60.00%，阚成菊持股 40.00%，总部位于广东省深圳市，蒙歌玛利及其董监高人员与公司均不存在关联关系，公司与蒙歌玛利的交易不涉及关联交易。

二、补充说明各报告期对蒙歌玛利公司的运营服务承包费、房租收入及占比，说明运营服务承包合同主要条款（合作期限责任划分、费用收取）、收入确认政策，销售价格是否公允

（一）各报告期对蒙歌玛利公司的运营服务承包费、房租收入及占比

各报告期，公司对蒙歌玛利公司的运营服务承包费、房租收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-5 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主场运营服务	312.73	81.32%	409.58	68.09%	894.84	74.99%
场馆租赁	46.47	12.08%	112.16	18.65%	112.18	9.40%
其他	25.35	6.59%	79.76	13.26%	186.18	15.60%
合计	384.56	100.00%	601.50	100.00%	1193.21	100.00%

（二）运营服务承包合同主要条款（合作期限、责任划分、费用收取）

公司与蒙歌玛利于 2021 年 2 月 23 日完成签订《主场运营服务合作项目合同》，合同主要条款如下：

项目	主要条款内容
合作期限	1、2021 年 2 月 23 日-2023 年 12 月 31 日； 2、合同签订 3 年，合同期间考核优良续签 2 年，甲方有权提出续签 2 年合同，乙方无权利提出续签合同，若甲方需要续签，则提前一个月以书面形式通知乙方。
责任划分	1、甲方应为乙方完成现场管理和基础服务工作提供必要的辅助； 2、乙方作为甲方制订的主场管理服务商，每年需签署《安全责任书》以及《合同廉洁责任书》，并负责为甲方提供合同所约定的各项主场运营服务；

项目	主要条款内容
	<p>3、未经甲方同意，乙方不得将主场运营另行委托第三方，否则甲方有权单方取消乙方主场管理服务商的资格，不向其支付任何费用；若已支付的，乙方应予以全额返还，并且乙方需赔偿甲方的实际损失及可期待利益损失。若经甲方事先书面同意乙方可以将本合同约定权利义务的部分非主体、非关键性工作委托第三方完成受委托的第三方应当具备相应的资格条件，并不得再次转委托。乙方应当就委托项目向甲方负责，受委托的第三方就委托项目与乙方承担连带责任；</p> <p>4、在展览期间，乙方在其所管辖区域范围内发生的所有承建安全事故，均由乙方作为事故处理的牵头责任人，负责事故的全程处理并承担所有承建安全事故的直接责任和连带责任，甲方概不承担；</p> <p>5、在展览期间，因乙方或乙方工作人员的原因导致人员伤亡或财产损害的，由乙方承担相应的损害赔偿赔偿责任；若甲方承担了赔偿责任的，乙方应返还甲方由此支付的全额费用；</p> <p>6、乙方应严格执行本合同。若乙方违反本合同及相关规定，造成甲方损失的，乙方应承担赔偿责任，甲方将履约保证金中扣除相应的金额作为违约金，情节严重时，有权终止合同；若履约保证金不足以赔偿甲方损失，甲方有权在未付款项中扣除不足部分；若乙方在未付款项仍不足赔偿甲方损失，则乙方应继续承担赔偿责任，直至偿清为止。</p>
费用收取	<p>1、主场运营服务暂定合同价：11,049,966 元/年；</p> <p>2、南广场地下室及 CD 夹层办公场租费：121.67 万元/年，于每年 1 月 15 日前支付；</p> <p>3、押金和保证金：履约保证金 30.00 万元，展材押金 50.00 万元；</p> <p>4、主场运营服务费用结算方法：</p> <p>（1）签订合同后 15 天内、后续各年度 1 月 15 日前支付当年暂定合同价的 30.00%；</p> <p>（2）各年度 6 月 30 日前支付当年暂定合同价的 40.00%；</p> <p>（3）各年度 12 月 20 日前根据当年实际承包情况支付剩余的款项；</p> <p>（4）实际承包费用结算方式：根据当年年度实际展览面积就 2017-2019 三年平均展览面积即基准线面积的浮动程度进行调整：</p> <p>a、当年实际展览面积浮动在基准线面积的±5%以内，则按暂定合同价结算；</p> <p>b、当年实际展览面积较基准线面积上浮 5%以上，则在暂定合同价的基础上，需增加超出 5%的部分按比例乘以暂定合同价款的金额；</p> <p>c、当年实际展览面积较基准线面积下降 5%以上，则在暂定合同价的基础上，需扣减下降超过 5%的部分按比例乘以暂定合同价款金额。</p>

（三）运营服务承包合同收入确认政策

公司与蒙歌玛利签订的《主场运营服务合同》收入确认政策为“展会结束后，双方根据结算单进行结算确认相关收入”。

（四）销售价格是否公允

2020 年 12 月，商城展览为更合理地分配人力资源、提高经营效率、优化资

源要素结构、保证对外服务水平的统一质量和标准，公司决定将主场运营相关服务对外承包。

2021年1月11日，商城展览于义乌市公共资源交易中心发布《义乌中国小商品城展览有限公司主场运营服务合作项目》招标公告，投标的最低限价以2017年-2019年公司相关业务的实际利润金额平均值1,358.99万元下调15%为基准，即1,155.14万元。

2021年1月21日，商城展览于义乌市公共资源交易中心公示三家中标候选人，分别为蒙歌玛利、智奥会展（深圳）有限公司以及深圳市特发展览策划有限公司，中标候选人报价分别为12,266,666元/年、12,250,000元/年以及12,248,282元/年。2021年1月29日，经评标委员会评标，最终由蒙歌玛利以12,266,666元/年价格中标。

综上，公司与蒙歌玛利之间的业务开展的销售价格公允。

三、该合作是否为独家合作，该业务披露为“展览服务”，与其他客户的销售内容披露相同，是否准确

国内展馆的主场运营主要可分为长期承包和短期承包两类。长期承包即主场运营服务商与展馆所有方或承租方签订长期合作协议，负责合作期限内的该展馆内所有展会的主场运营相关服务的提供，并根据展馆大小及主场运营服务商的能力由展馆所有方或承租方自行决定主场运营服务商的数量。短期承包主要由展馆所有方或承租方根据每个展会的开展单独进行主场运营服务商确定，选定的主场运营服务商仅在特定展会提供主场运营相关服务。

蒙歌玛利是公司主场运营服务的独家合作商，主要系蒙歌玛利作为一家国内最早一批进行规模化展览展示设计与施工的企业，拥有丰富的主场运营服务经验，具备满足义乌国际博览中心所开办的展会期间各项主场运营服务需要的执行能力，且主场运营由一家服务商进行执行，可较大程度保证各项服务质量的一致性，有利于公司与主场运营服务商的沟通以及对主场运营服务商的管理，提高执行效率。

公司与蒙歌玛利之间的主场运营服务，系展览服务的细分类别之一，为提高

信息披露的准确性、避免产生歧义，公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“1、报告期内前五名客户情况”对披露内容进行了修改，修改后披露如下：

“1、报告期内前五名客户情况

2023年1月-5月前五名销售客户情况

单位：万元

业务类别		展位、展览服务、主场运营服务、场馆租赁			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	义乌市文化和广电旅游体育局	否	展位、展览服务	1,063.21	21.48%
2	义乌市经济和信息化局	否	展览服务	500.00	10.10%
3	深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司	否	主场运营服务、场馆租赁等	384.56	7.77%
4	市场发展集团	是	展位、展览服务等	230.03	4.65%
5	浙江省文化和旅游厅	否	展位	127.17	2.57%
合计		-	-	2,304.97	46.57%

注：市场发展集团包括浙江中国小商品城集团股份有限公司及其分公司等义乌市市场发展集团有限公司同一实际控制下的公司。

2022年度前五名销售客户情况

单位：万元

业务类别		展位、展览服务、主场运营服务、场馆租赁			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	市场发展集团	是	展位、展览服务等	656.48	12.82%
2	深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司	否	主场运营服务、场馆租赁等	601.50	11.74%
3	义乌市市场监督管理局	否	展位、展览服务	262.86	5.13%
4	义乌市鼎文展览服务有限公司	否	展位、展览服务	171.52	3.35%
5	浙江省国际贸易展览有限公司	否	展览服务	138.56	2.71%
合计		-	-	1,830.91	35.75%

注：市场发展集团包括浙江中国小商品城集团股份有限公司及其分公司、义乌中国小商品城供应链管理有限公司、浙江义乌林业开发有限公司、海城义乌中国小商品城投资发展有限公司、义乌综合保税区运营管理有限公司、浙江智捷元港国际供应链科技有限公司、义乌中国小商品城房地产开发有限公司、浦江绿谷置业有限公司、义乌瀚鼎商博置业有限公司、义乌锦华商博置业有限公司、义乌鸿鼎商博置业有限公司、义乌市鸿图商博置业有限公司、义乌卓瑞商博置业有限公司、义乌苏溪商博置业有限公司、义乌市锦悦商博置业有限公司等义乌市市场发展集团有限公司同一控制下的公司。

2021 年度前五名销售客户情况

单位：万元

业务类别		展位、展览服务、主场运营服务、场馆租赁			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	义乌市文化和广电旅游体育局	否	展览服务	1,374.06	14.22%
2	深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司	否	主场运营服务、场馆租赁等	1,193.21	12.35%
3	市场发展集团	是	展位、展览服务等	502.03	5.20%
4	义乌市市场监督管理局	否	展位、展览服务	266.38	2.76%
5	义乌市翔达展览服务有限公司	否	展览服务	205.31	2.12%
合计		-	-	3,540.99	36.64%

注：市场发展集团包括浙江中国小商品城集团股份有限公司及其分公司、义乌中国小商品城供应链管理有限公司、义乌中国小商品城大数据有限公司、浙江义乌农村经济发展有限公司、义乌市汇商汽车发展有限公司、浙江义乌林业开发有限公司等义乌市市场发展集团有限公司同一实际控制下的公司。

”

四、补充说明公司代客户向蒙歌玛利公司等供应商采购展览服务和蒙歌玛利公司自行向参展商提供展览服务的业务产生背景，是否存在不当竞争、利益输送等情形，公司代为采购服务的利润空间是否合理

（一）公司代客户向蒙歌玛利公司等供应商采购展览服务和蒙歌玛利公司自行向参展商提供展览服务的业务产生背景

公司代客户向蒙歌玛利公司等供应商采购的展览服务主要为特装搭建服务，公司作为自办展的展览主办方之一，对参展商客户的需求更加了解，除参展商主动提出特装需求外，对于购买了多个展位的参展商客户公司会接触并咨询其是否

需要由公司提供特装搭建服务并进行报价，因公司所积累的丰富特装供应商资源及自身品牌影响力，客户或更加信赖公司，在综合考虑价格等因素后，由公司为客户确定特装供应商、为客户提供服务。

蒙歌玛利公司自行向参展商提供的展览服务主要为两方面，一方面是蒙歌玛利整体承包了义乌国际博览中心的主场运营服务，为参展商提供标摊搭建、租赁展具、运输装卸等主场运营相关的展览服务，另一方面是蒙歌玛利系特装供应商之一，其自身拥有特装设计及搭建的能力，公司对展馆内参展商所选择的特装供应商的选择并无强制要求，故参展商也可根据自身需要联系蒙歌玛利协商开展特装等其他展览服务。

2021年后，公司着手业务转型，并通过招投标程序确定了蒙歌玛利整体承包主场运营服务，公司更多地专注于展览的组织策划、招展招商等新业务的开拓和执行，已逐步减少自身搭建、搬运等劳动密集型业务的开展。

（二）是否存在不当竞争、利益输送等情形

公司代客户向蒙歌玛利等供应商采购展览服务时，结合参展商的需求进行报价，同时以多方询价方式确定最终的供应商，金额较大的则按照规定履行公开招标程序进行供应商的确定，参展商一般会同时直接向蒙歌玛利或其他特装供应商直接询价进行对比，最终结合其自身条件、价格优惠、设计方案等多方因素，确定由公司代为确定特装供应商还是直接与特装供应商签订合同。

公司在业务开展过程中严格遵守相关法律法规，严格把控商业道德底线，不存在恶意压价、虚假宣传等不正当竞争的情形，不存在与相关单位进行利益输送等违法违规情形。

（三）公司代为采购服务的利润空间是否合理

公司一般根据参展商的需求、结合特装供应商采购预算预留 15%左右的利润空间向参展商进行报价，参展商一般在收到公司报价的同时，会向其他第三方供应商进行询价，公司的报价处于市场价格的合理区间内，与其他第三方的报价不存在显著差异，与市场惯例基本一致，符合商业逻辑，价格具备公允性，利润空间具备商业合理性。

五、公司客户和供应商重合商业合理性、价格公允性、会计处理是否符合准则规定

(一) 报告期内客户供应商重合的具体情况

报告期内，公司各期前十大主要客户及各期前十大主要供应商中，存在即是客户又是供应商的重合情况，具体情况如下：

单位：万元

客户/供应商名称	项目	2023年1-5月		2022年度		2021年度	
		金额	占销售收入/采购额比例	金额	占销售收入/采购额比例	金额	占销售收入/采购额比例
深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司	销售	384.56	7.77%	601.50	11.74%	1,193.21	12.35%
	采购	105.59	2.78%	295.73	5.22%	366.76	4.88%
市场发展集团	销售	230.03	4.65%	656.48	12.82%	502.03	5.20%
	采购	444.83	11.73%	1,218.34	21.49%	1,389.67	18.50%
义乌市博森展览服务有限公司	销售	65.94	1.33%	11.84	0.23%	78.88	0.82%
	采购	26.98	0.71%	55.22	0.97%	66.17	0.88%
浙江欧雅特展览展示有限公司	销售	47.07	0.95%	9.51	0.19%	16.79	0.17%
	采购	282.05	7.44%	59.87	1.06%	55.47	0.74%
浙江英睿会展服务有限公司	销售	18.87	0.38%	-	-	1.13	0.01%
	采购	122.21	3.22%	-	-	32.69	0.44%
义乌市博裕会展有限公司	销售	3.18	0.06%	0.49	0.01%	4.14	0.04%
	采购	8.09	0.21%	60.15	1.06%	32.71	0.44%
杭州坤成会展有限公司	销售	2.32	0.05%	-	-	4.16	0.04%
	采购	200.30	5.28%	-	-	264.75	3.52%
浙江省国际贸易展览有限公司	销售	1.51	0.03%	138.56	2.71%	-	-
	采购	22.96	0.61%	3.11	0.05%	-	-
义乌市广盛广告有限公司	销售	1.19	0.02%	0.89	0.02%	5.63	0.06%
	采购	122.84	3.24%	331.07	5.84%	263.53	3.51%
义乌市艺博展览服务有限公司	销售	1.17	0.02%	1.86	0.04%	4.94	0.05%
	采购	-	-	50.14	0.88%	-	-
浙江绿的展览服务有限公司	销售	0.09	0.00%	-	-	-	-
	采购	99.03	2.61%	-	-	9.78	0.13%
北京水木文创管理顾问有限公司	销售	-	-	-	-	0.30	0.00%
	采购	94.34	2.49%	-	-	217.92	2.90%

注：市场发展集团包括浙江中国小商品城集团股份有限公司及其分公司等义乌市市场发展集团有限公司同一实际控制下的公司。

（二）客户供应商重合的背景、商业合理性及价格公允性

报告期内，公司存在客户与供应商重合的情况，主要原因系公司向供应商采购必要的业务开展所需服务及物资的同时，公司所开办的各类展会或能契合公司供应商自身业务渠道开拓需求，届时其参与展会，公司向其提供展位或广告宣传等展览服务，进而形成公司销售收入。同时公司利用过去展会所积累的客户资源，在举办其他展会期间，借助老客户的自身资源进行新客商的招引，公司向其支付组团服务费用，进而公司的客户亦会成为公司的供应商。

公司各期前十大的主要供应商与客户重合情况中，主要为关联方市场发展集团以及深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司，其他客户销售金额与采购金额重叠金额较少且也均为独立进行的购销活动，针对主要主体的重合情况分析如下：

1、公司与市场发展集团交易情况

公司与关联方市场发展集团的交易背景、商业合理性及价格公允性的具体情况请参见本回复报告之“1、关于独立性”之“六、前述关联交易产生的必要性、合理性与公允性，内部决策程序履行情况，后续是否持续发生，是否存在利益输送或侵犯公司及股东利益的情形”。

报告期内，公司向市场发展集团及下属公司采购的内容主要为国际博览中心场馆租赁、安保、广告、酒店和采购商及参展商组团服务等业务开展必需的服务，公司向市场发展集团及下属公司销售的内容主要为展位及展览服务。公司向包括市场发展集团在内的供应商采购必要的业务开展所需服务及物资的同时，公司所开办的各类展会或能契合公司供应商自身业务渠道开拓需求，届时其参与展会，公司向其提供展位或广告宣传等展览服务，进而公司的供应商亦成为公司的客户。同时公司过去所积累的客户资源，会成为公司的采购商招引组团单位，为公司提供新的采购商资源，介绍更多的采购商来参观展会，届时公司的客户亦会成为公司的供应商。

公司既是市场发展集团的客户又是市场发展集团的供应商具有商业合理性，交易价格具备公允性。

2、公司与深圳市蒙歌玛利展览工程有限公司交易情况

(1) 公司与蒙歌玛利的合作背景

公司向控股股东小商品城整体承租义乌国际博览中心并负责日常及展会期间的运营服务。2020年之前，包括展位布置、展具租赁、地毯铺设、特装搭建等在内的主场运营相关服务主要由公司结合展会策划情况及参展商实际需求，将相关业务分别外包给其他第三方公司，此类商业模式下，公司自身人员投入高、展会期间工作量庞大且第三方公司所提供的服务质量无法得到非常好的保证，对公司业务开展效率及品牌形象维护、客户关系保持产生一定的不利影响。

2020年12月，公司为更合理地分配人力资源、提高经营效率、优化资源要素结构、保证对外服务水平的统一质量和标准，决定将前述主场运营相关服务对外承包。

2021年1月11日，公司于义乌市公共资源交易中心发布《义乌中国小商品城展览有限公司主场运营服务合作项目》招标公告。2021年1月29日，经评标委员会评标，最终由蒙歌玛利中标。2021年2月23日，公司与蒙歌玛利签订《主场运营服务项目合同》。

(2) 公司与蒙歌玛利的具体合作方式

① 蒙歌玛利作为公司的客户

a、合作内容

公司向蒙歌玛利的销售内容为包括展具租赁、标准展位搭建、地毯铺设等在内的主场运营服务。

在展会筹办及开展期间，由蒙歌玛利主要负责直接对接主办单位、参展商。蒙歌玛利参照公司提供的价格标准，向主办单位提供标准展位搭建、场馆布置、地毯铺设等展览服务并收取相应的费用，向参展商提供电源点、展具租赁、板车搬运等展览服务，并收取相应服务费用，以及负责展馆现场特装展位搭建的管理工作，并向有特装需求的参展商收取特装管理费用。

b、合作定价

商城展览向蒙歌玛利的销售的主场运营服务定价主要包括两个方面，其一是蒙歌玛利租赁义乌国际博览中心的仓库、辅房用于办公所需支付的房租，于每年1月15日前全额支付。其二则是主场运营服务承包费，主场运营服务承包费与当年实际展览面积相关，首先公司与蒙歌玛利根据合同签订前三年期间的原主场运营服务的收益情况，约定年度暂定合同价格，年末以前三年的平均展览面积作为基准，结合当年实际开办的展览面积进行调整得到当年的决算金额，调整政策为开办展览面积偏差在5%以内的，按原合同暂定价格结算，偏差在5%以上的，对合同价格按比例进行调整。主场运营服务承包费每年分三次按比例支付，一般为当年1月15日前，支付合同暂定价格的30%，每年6月30日前，支付合同暂定价格的40%，每年12月20日前，根据实际调整后的价格支付剩余的款项。

② 蒙歌玛利作为公司的供应商

a、合作内容

公司向蒙歌玛利的采购内容主要为自办展期间的场馆布置等展览服务以及零星特装展位的搭建服务。自办展期间，公司作为展会主办单位与其他第三方客展主办单位相同，需向蒙歌玛利采购展会开展所必需的各项展览配套服务，并向蒙歌玛利支付相应费用。此外，在展会筹办期间，部分政府单位参展商有特装展位需求，向公司提出采购特装搭建服务，公司会在接收到特装需求后，结合参展商要求以及供应商能力等综合考量，最终确定特装搭建供应商来完成特装搭建服务。蒙歌玛利属于公司长期合作的合格特装搭建供应商之一，故存在向蒙歌玛利采购特装搭建服务的情况。

b、合作定价

公司向蒙歌玛利采购的场馆布置等展览服务的定价与蒙歌玛利向其他第三方主办单位销售的展览服务的定价参照同一套标准进行，结合实际情况双方协商调整。特装搭建服务的价格一般根据特装规模、设计搭建、人员投入等多因素进行综合考量，主要由有特装需求的参展商、以及特装搭建服务供应商协商定价。

综上，公司客户和供应商重合均具有真实交易背景，符合双方业务逻辑，契

合双方业务发展需求，具有商业合理性。公司向供应商所销售的展位、展览服务及出租的场馆，均与相同展会的其他客户或其他场馆承租方参照相同的价格标准，不存在显著异常的价格差异。公司向客户采购的商品或服务均以市场价格完成，应履行招投标或询价程序的均已履行招投标或询价程序，与客户向其他第三方提供的商品或服务不存在显著的价格差异，交易价格公允。

（三）会计处理是否符合准则规定

《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条规定“企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。”

公司既是客户又是供应商的销售和采购业务均系独立交易事项，按照销售或采购流程独立开展，公司在确认收入时采用总额法进行会计处理，即按照销售交易的不含税总价款确认收入，按实际采购价格核算采购成本，相关会计处理符合准则规定。

六、核查程序及意见

（一）核查程序

主办券商、会计师执行了以下核查程序：

- 1、查阅蒙歌玛利的工商信息，梳理蒙歌玛利的基本情况，访谈蒙歌玛利的相关负责人，了解公司与蒙歌玛利的业务开展的背景；
- 2、取得公司的工商档案、董监高人员签署的调查问卷，梳理公司的关联方清单，访谈公司管理层，分析公司与蒙歌玛利是否存在关联关系；
- 3、取得公司主场运营服务的招投标相关文件，查阅公司与蒙歌玛利签订的《主场运营服务合作项目合同》，梳理合同的主要条款及执行情况，分析销售价格的公允性；
- 4、访谈公司财务负责人，了解公司对蒙歌玛利业务的收入确认政策及具体

收入确认情况：

5、取得公司的收入明细表，梳理报告期内公司向蒙歌玛利的销售情况，函证公司与蒙歌玛利之间的往来金额，对蒙歌玛利进行实地走访；

6、访谈公司相关业务部门负责人及经办人，了解公司与蒙歌玛利的业务开展情况、参展商确定特装供应商的情况；

7、取得公司的销售及采购明细表，梳理公司客户与供应商重叠明细，分析重叠客户供应商的交易内容；

8、函证公司与主要重叠客户供应商的往来金额，对主要重叠客户供应商进行实地走访，访谈重叠客户供应商的负责人、业务经办人，了解重叠客户供应商的基本情况、与公司的合作背景、业务开展情况、未来开展计划；

9、查阅重叠客户供应商的工商信息，对比公司的关联方清单，访谈公司管理层、相关业务部门负责人、经办人，了解公司与重叠客户供应商的交易背景、交易内容；

10、取得公司的科目明细账，对公司与重叠客户供应商之间的业务开展各环节进行抽样测试，访谈公司财务负责人，了解重叠客户供应商不同业务的会计处理，查阅公司与重叠客户供应商往来的会计记录；

11、查阅公司与重叠客户供应商签订的合同，了解公司与重叠客户供应商的定价方式，对比相同或类似的其他第三方的定价情况，分析公司与重叠客户供应商的价格公允性。

（二）核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

1、蒙歌玛利的设立、出资及股东均与公司无关，蒙歌玛利与公司不存在关联关系；

2、各报告期公司对蒙歌玛利公司的运营服务承包费、房租收入与合同约定基本一致，合同条款清晰，收入确认政策与合同约定及业务开展情况相符，具有商业合理性，公司向蒙歌玛利销售的价格具备公允性；

3、蒙歌玛利是公司主场运营服务的独家合作商，与公司的实际业务开展需要相适应，具备商业合理性；

4、公司已在《公开转让说明书》中对公司与蒙歌玛利之间业务的披露口径进行了修改，已将“展览服务”修改为“主场运营服务”，与实际情况一致，披露准确；

5、公司代客户向蒙歌玛利公司等供应商采购展览服务和蒙歌玛利公司自行向参展商提供展览服务均具有真实交易背景，与各自业务开展需求相符，具有商业合理性，不存在不当竞争、利益输送等违法违规情形，公司代为采购服务的利润空间符合行业惯例，具有商业合理性；

6、公司客户和供应商重合均具有真实交易背景，符合商业逻辑，具备商业合理性，价格公允，相关会计处理符合准则规定。

4、关于公司业绩

申报文件显示，报告期各期，公司营业收入分别为 9,663.72 万元、5,121.90 万元和 4,949.44 万元，2022 年营业收入较上年度下降 47.00%。报告期内公司毛利率 41.63%、17.50%和 37.31%。公司主要通过直销与代销（即组团单位）两种模式进行销售，自办展展位直销的比例报告期各期分别为 57.38%、50.36%和 70.23%。

请公司：（1）补充说明 2023 年 1-5 月收入、净利润与以往正常年份同期的波动情况及合理性；（2）补充说明公司所处行业现状和发展趋势、行业竞争格局、市场容量、核心竞争优势、业务拓展能力、期末在手订单、期后签订合同、截至目前期后业绩实现情况（收入、毛利率、净利润、现金流）、较正常年份同期的波动情况及原因，结合上述情况说明公司业绩是否具备稳定性，是否具备持续经营能力；（3）补充说明公司收入确认方法是否符合准则要求和同行业惯例，确认依据是否充分；（4）补充说明会展场馆主要租赁其他方、租赁资源较为集中的情况是否符合会展服务行业惯例；公司业务发展规划，业务拓展及开展经营是否均依赖控股股东小商品城；结合报告期内自办展的主办单位、承办单位、合

作单位、合作模式、办展年限/频次等说明公司作为展务执行单位是否存在无法继续承办的风险，公司持续经营能力是否存在重大不确定性。

请主办券商、会计师补充核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、补充说明 2023 年 1-5 月收入、净利润与以往正常年份同期的波动情况及合理性

本次选用 2021 年 1-5 月作为 2023 年 1-5 月以往正常年份财务数据的对比期间，主要系考虑到 2020 年前公司规模相对较小，业务模式尚未完全成熟；2020 年上半年及 2022 年上半年，受外部客观因素影响，公司主要展会举办规模缩小，部分展会延期或取消，对当期业绩造成了较大影响，同期对比数据失真。

2021 年 1-5 月与 2023 年 1-5 月的收入、净利润金额对比列示如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-5 月	2023 年 1-5 月	变动金额	变动比率
营业收入	2,355.58	4,831.53	2,475.95	105.11%
净利润	182.17	826.84	644.68	353.90%

注：2021 年 1-5 月上述财务数据未经审计或审阅。

2023 年 1-5 月，公司营业收入相对 2021 年同期增加 2,475.95 万元，增幅为 105.11%，变动影响分析如下：①受上一年度展会延期及本年度首次举办展会影响，2023 年 1-5 月自办展收入增幅较大。由于外部客观因素影响，中国义乌文化和旅游产品交易博览会（以下简称“文旅会”）由 2022 年下半年延期至 2023 年 3 月 31 日至 2023 年 4 月 2 日期间举办，当期确认收入 1,640.92 万元；与文旅会同期举办的新国货潮品展系 2023 年度首次举办的展会，当期确认收入 542.26 万元；②海外展收入持续提升。报告期内，公司积极拓展海外展业务，2023 年 1-5 月海外展业务收入为 178.77 万元，2021 年同期海外展收入为 0 元。

2023 年 1-5 月，公司净利润相对 2021 年同期增加 644.68 万元，增幅为 353.90%，其中上一年度展会延期、本期首次举办的展会及海外展对净利润的影响金额为 472.20 万元，变动影响列示如下：

单位：万元

展会名称	营业收入	直接或间接可归属于展会的成本与费用	分摊的租赁成本	分摊的人工	扣除租赁、人工成本后的展会利润	对净利润的影响
文旅会	1,640.92	1,250.87	42.74	68.38	501.16	375.87
国潮展	542.26	472.82	6.11	9.77	85.32	63.99
海外展	178.77	172.36		36.70	43.12	32.34
合计	2,361.95	1,896.05	48.85	114.85	629.60	472.20

注：对净利润影响=扣除租赁、人工成本后的展会利润*（1-企业所得税税率25%）。

除前述因素外，2023年1-5月与2021年1-5月净利润差异的影响因素还包括应收账款减值金额下降等。

二、补充说明公司所处行业现状和发展趋势、行业竞争格局、市场容量、核心竞争优势、业务拓展能力、期末在手订单、期后签订合同、截至目前期后业绩实现情况（收入、毛利率、净利润、现金流）、较正常年份同期的波动情况及原因，结合上述情况说明公司业绩是否具备稳定性，是否具备持续经营能力

（一）公司所处行业现状和发展趋势、行业竞争格局、市场容量

1、公司所处的行业

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），所属行业为“L7289 其他会议、会展及相关服务”。根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为“12111013 综合支持服务”。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“L7289 其他会议、会展及相关服务”。

2、会展行业概况

（1）会展行业简介

会展是会议、展览及大型活动等集体性活动的简称，一般由政府或其他社会团体组织，基于一定的地域优势、经济特色或资源优势，将供需双方召集于一起，按照事先约定的时间和地点所举行的综合性活动，是现代商业服务业的重要组成部分，亦是现代经济贸易的重要枢纽。会展主要包括会议与展览，其中会议主要为企事业单位及公司的各种业务会议、专业研讨会、各种大型会议等，展览主要为展览销售活动、大规模商品交易活动等。

会展行业产业链较长、产业关联度较大，对贸易及经济发展具有较强的助推

作用，是推动国民经济发展的重要增长点。具体来看，会展业不仅能够带来场馆租赁费、展位费、搭建费等直接收入，也能够带动参展企业和目标买家实现贸易互动，促成双方贸易的达成，对参展企业销售业绩增长具有显著的促进作用。此外，会展业具有“一带九”的联动优势，即会展业除本身产值外，利用其产业关联效应能带动交通、通讯、酒店、餐饮、旅游、零售、广告、印刷、装饰、物流货运等周边产业的发展。

(2) 会展行业分类

① 根据业务模式划分

根据业务模式的不同，一般可将会展业务分为两类：自办展和代理展。自办展业务系会展公司以其自有品牌办展，并负责会展项目的策划与发起、会展实施、招商招展等工作，拥有会展品牌的所有权。而代理展业务指展会代理公司代理组展单位销售展位并承担部分组织职能，仅为会展业务的中间环节，展会代理企业一般不拥有会展品牌所有权。

根据举办地不同，会展业务又可分为境内办展和境外办展。其中境内办展指组展单位在我国境内与展馆租赁方签定场地租赁协议举办展会。境外办展是指由我国办展单位组织企业在国外举办经贸展览会或者在国外参加海外办展单位举办的经贸展览会。作为促进国际商业贸易的重要平台，境外办展与国际贸易和中国经济状况紧密相关，海外出展可促进国际商业交流，增进企业出口贸易，因而具有强大的经济拉动作用。

② 根据参展商专业性划分

根据举办展会的目标群体不同，一般可将会展业务分为两类：综合性展会与专业性展会。综合性展会，参展企业包括几个不同行业，这类展会一般规模较大，往往按行业划分展区。专业性展会，参展企业有特定行业限定，展示某一行业甚至某一项产品，展出者和参观者都是专业人士的展览会，如汽车展、珠宝展、建材展等。

3、会展行业发展情况

(1) 全球会展行业发展概况

① 全球会展行业规模较大且持续增长

随着经济全球化水平的不断提升和国家间合作的不断加深，会展行业与旅游业、房地产并称为“世界三大无烟产业”，也由此成为城市名片、城市经济助推器的代名词。人类社会文明进步越快，对彼此的物质、文化交流需求也越高，因此会展在国家经济发展中的地位也愈加重要。现今，欧洲会展经济在国际上整体实力最强，规模最大，德国、意大利、法国、英国都已经成为世界级的会展业大国，大多数行业顶级和世界大型展会在欧洲举办，其展出规模、参展商数量、国际参展商比例、观众人数、贸易效果及相关服务质量等均居世界领先地位。同时，欧美发达国家在国际会展行业内倡导形成了国际展览局（BIE）这一政府间国际组织及国际展览业协会（UFI）、国际展览与项目协会（IAEE）、独立组展商协会（SISO）等国际性行业协会组织。

会展业作为现代服务业的重要支柱之一，其全球市场的规模正在逐步扩大。根据 UFI 发布的《2022 年全球展览场馆地图》显示，至 2022 年，纳入 UFI 统计的全球室内展览面积总和达到 4,060 万平方米，2017 年以来每年平均增速为 3.46%，其中拥有 5,000 平方米及以上展览面积的场馆数量有 1,358 家，与 2017 年相比增加 12%。全球性会展为广大参展商提供了一个将商品和服务推销给大规模潜在客户群体的平台，促进参展商和潜在客户进行交流及商业合作，从而成为国际贸易的重要营销渠道。

② 欧美地区市场主导地位稳固，增速放缓

欧洲会展行业市场规模将保持一个较为稳定的增长率，其主导地位未动摇。欧洲会展行业市场正在“数字化”进程中，其展会形式、互动与信息分析均在创新中。博闻等大型欧洲展会企业仍是全球会展行业的领导者。但是，随着全球会展行业市场的发展，欧洲会展行业市场的增长率将低于发展中国家。欧洲会展企业将他们的本土展览经验输送到新兴市场以获得新的利润增长点，这些企业试图用品牌战略来吸引更多的展商以期对抗未来的低增长率态势。

北美市场亦将保持一个较为稳定的增长率，从居民可支配收入和生活水准上看，北美已经是一个成熟的市场，且这个市场中有大量的竞争企业。北美自由贸易协定积极地促进了这个地区货物与服务的贸易。各个展会中，先进科技的进步及其应用给展商带来了潜在的收益。美国政府认为，会展是经济的重要的刺激因素，因为会展同时促进了旅游业和就业率。

③ 亚太、中东非地区市场规模占比不断提升

目前，国际会展行业形成了以欧美国家为中心，辐射亚太、中南美、中东非的格局。亚太地区、中东非地区会展市场占比不断提升。其原因在于，一方面随着国际会展行业的不断发展，众多国际知名的会展品牌纷纷进入亚太、中东非市场，通过行业细分、跨地域的协调、延伸以巩固自身地位；另一方面亚太、中东非地区经济的高速发展以及人民生活水平的日益提升，促使当地贸易需求增加，当地会展市场规模亦随之增长。

④ 中南美地区市场规模较小，尚待开发

中南美地区会展行业市场的外部支持环境相比于其他几个地区显得较弱。经济的持续动荡成为了减少投资者信心的主要原因。尽管如此，由于巴西、墨西哥、智利、哥伦比亚等新兴市场国家的人民生活标准的提升，中南美地区的会展行业市场仍然保持一个较为稳健的增长趋势。这个地区的会展行业企业会有策略性地与欧美会展企业合作，共同促进这个地区的会展行业市场规模。

(2) 国内会展行业发展情况

① 区域分布方面，东部地区会展行业相对发达

2022年，受宏观经济因素影响，中国展览数量和展览面积均出现下滑，全年共举办经贸类展览1,807个，同比下降38.7%，展览总面积5,576万平方米，同比下降41.1%。其中，华东地区共举办展览758个，全国占比41.9%，展览面积2,248万平方米，全国占比40.3%。其次是华南地区，举办展览373个，占比20.6%，展览面积1,341万平方米，占比24.1%。

东部地区各类贸易开展频繁，展会作为客商与采购商的沟通接触的关键纽带，更多的企业愿意通过展会来寻求新的合作伙伴，同时东部地区交通更加便捷，展

览场馆资源丰富，各家企业能够更快、更便捷也就更愿意地前来参展，使得东部地区展会开展的规模和面积均在国内处于领先地位。

② 行业分布方面，轻工业类会展需求最高

从行业分布看，展览可分为重工业、轻工业、农业、服务业和专项展览 5 大行业，2022 年，不同行业展览举办数量和规模差异化明显。从不同行业展览的举办数量看，轻工业展览居于首位，2022 年共举办 755 个，占已知行业分类展览总数量的 47.3%，展览总面积约为 2,273 万平方米，占已知行业分类展览总面积的 41.6%。次之为重工业展览，而后依次为服务业展览、农业展览及专项展览。从举办面积看，轻工业展览为首，次之为重工业展览，而后依次为服务业展览、农业展览、专项展览，展览行业结构与 2021 年相比基本保持一致。

轻工业类产品丰富多样，产品创新性高，分销渠道是各轻工业企业拓展自身业务的重要因素，展会宣传推介产品的宗旨充分贴合其业务需求，对轻工业类企业拓宽销售渠道具有关键作用，轻工业类会展亦成为各地区、各展览公司更为青睐的展会类型。

4、行业竞争格局

公司是国际展览业协会（UFI）、国际展览与项目协会（IAEE）成员，专业组织国内外展览业务。自 2005 年创办以来，历经多年的精心打造，现已发展成为国内组展、海外出展、展览配套服务于一体，业务范围一条龙的专业展览企业。先后承办了中国义乌国际小商品（标准）博览会、中国义乌文化和旅游产品交易博览会、中国义乌进口商品博览会、中国义乌国际森林产品博览会、中国国际五金电器博览会等国家级、省级展会

为深化企业机制改革，小商品城将原浙江中国小商品城集团股份有限公司国际博览中心、义乌国际小商品博览会有限公司的经营业务统一整合至商城展览，进一步优化了会展行业资源配置，增强了公司竞争力。

行业内其他主要企业情况如下：

(1) 境外的主要竞争对手

欧美发达国家在全球会展产业的竞争中占传统主导地位,经过多年培育和发展壮大,已形成一批办展经验丰富、资金实力雄厚、综合竞争力强的会展龙头企业,他们通过在海外设立办事处、子公司或合资公司、兼并收购等形式扩大全球市场份额,提升品牌影响力,目前在全球会展行业市场份额中占据着主要地位。世界著名的大型展览集团均来自于欧美发达国家,这类展览集团包括英富曼集团、励展博览集团、法兰克福展览集团公司、德国汉诺威展览公司等,其运作时间久、办展经验丰富、品牌影响力较高。但因会展产业的地域化特点及全球经济发展趋势,欧美大型展览集团的增长率已趋于放缓。亚太地区国家经济近年来迅猛发展,使得中国大陆、日本、新加坡、阿联酋、中国台湾、中国香港等国家和地区的会展产业规模有了巨大的提升,市场潜力巨大,全球会展产业的区域重心由欧美开始逐渐转向亚太地区。世界主要展览机构情况如下:

序号	公司名称	公司简介
1	英富曼集团	英富曼集团 (Informa), 伦敦证券交易所上市公司, 是全球领先的会展主办方, 每年在全球举办超过 200 个贸易和消费类专业展览会, 运营世界最顶级的信息安全大会 blankhat。2018 年合并了博闻集团, 携手打造世界最大的商业展会主办机构, 亚洲业务由亚洲博闻有限公司负责, 在中国、印度和东南亚会展行业中处于领先地位。
2	励展博览集团	励展博览集团是专注于展览及会议的专业主办机构, 每年在 30 多个国家举办 500 多个展会项目, 其展览及会议组合为跨美洲、欧洲、中东、亚太和非洲地区 43 个行业部门提供服务。
3	法兰克福展览集团公司	法兰克福展览集团公司总部位于德国, 全球最大规模的展览会主办企业之一, 每年举办一百多个贸易展览。法兰克福展览有限公司在法兰克福市拥有 10 个展厅和会议中心, 其主要业务是在国内外举办各种展览, 每年在世界 28 个城市举办的贸易展览就有 100 多个, 亚洲市场主要由法兰克福展览亚洲控股有限公司开展。

(2) 境内的主要竞争对手

我国会展行业的参与方主要由国内企业、外资企业、商会协会和政府部门构成。中国对外贸易中心集团有限公司、中国国际展览中心集团有限公司等国有会展企业办展历史较长、经验丰富且有政府影响力和展会资源, 在会展行业中占据重要地位。2004 年以后国家逐步放开会展审批权限, 促进了民营会展企业的蓬勃发展, 米奥会展、兰生股份、振威展览等民营会展企业抓住历史机遇, 在其细分领

域中形成了独特的竞争优势。剩余会展企业数量众多但规模偏小，每年组展数量较少，竞争力偏弱。国内主要会展企业介绍如下：

序号	公司名称	公司简介
1	中国对外贸易中心集团	<p>中国对外贸易中心是商务部直属事业单位，中国对外贸易中心集团有限公司系其下属单位，拥有专业办展经验、卓越的业绩、专业的服务，在中国会展业中占有举足轻重的地位，通过旗下子公司及控股/参股公司经营电子商务、广告、进出口贸易、旅游、酒店、餐饮、物业等会展产业链系列业务。其主要负责承办中国进出口商品交易会（又称“广交会”），主要运营广交会展馆、参与运营国家会展中心（天津）展馆。</p> <p>2019年中国对外贸易中心集团有限公司所经营的广交会展馆办展面积达752.4万平方米（含“广交会”），2019年度组展面积83.5万平方米，自主举办的家博会、建博会、汽车展均为世界知名品牌大展，办展区域集中在广东省。受宏观经济因素影响，2020年广交会采取网上办展的形式。2021年，广交会采取线上线下融合的形式，时间由以往的三期调整为一期，时长为5天。</p>
2	中国国际展览中心集团公司	<p>中国国际展览中心集团公司是中国国际贸易促进委员会直属企业，是一家集展馆经营、国内组展、海外出展、展览工程、展览运输、展览广告等业务于一身的集团企业，主要运营中国国际展览中心展馆。中国国际展览中心集团公司组展方向主要为建筑材料、消费品等，以轻工业为主，组展区域集中在北京市。</p>
3	上海市国际展览中心有限公司	<p>上海市国际展览中心有限公司成立于1984年，是中国国际贸易促进委员会上海市分会的直属企业，也是上海最早成立的从事国际会展的国有专业公司。公司承办一批知名的大型专业展会，模具、汽车、燃料展相继成为全球展览业协会（UFI）认证的展览项目，已形成展览组织、运输、搭建、展示策划设计、会务等会展业多元化经营模式。</p> <p>上海市国际展览有限公司组展集中于以“汽车展、婚纱展、模具展、染料展”为核心的四大品牌展，知名展览包括“上海国际汽车工业展览会”、“中国·上海国际婚纱摄影器材展览会”、“中国国际模具技术展览会”及“中国国际染料工业及有机颜料、纺织化学品展览会”等，办展区域集中在上海市。</p>
4	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	<p>浙江米奥兰特商务会展股份有限公司（股票代码：300795.SZ，以下简称“米奥会展”）专业从事会展项目的策划发起、组织承办、推广及运营服务。2020年度受全球宏观经济因素影响，米奥会展公司未举办海外线下展会，由此营业收入大幅降低至9,435.33万元；2021年度米奥会展营业收入有所回升，达18,164.09万元；2022年度随着海外展会的恢复，米奥会展营业收入上升至34,831.30万元。</p>
5	天津振威国际会展集团股份有限公司	<p>天津振威国际会展集团股份有限公司（股票代码：834316.NQ，以下简称“振威会展”）的主营业务是组织举办各类型专业性展览会及博览会、交易会，振威会展致力于打造参展企业与采购商、专业观众之间精准高</p>

序号	公司名称	公司简介
		效的展示和贸易平台，能够提供展位、形象展示、技术交流、产品发布、经济合作、会议论坛、宣传推广及其他相关服务。2020 年度受宏观经济因素影响，振威会展营业收入下降至 20,355.67 万元；2021 年度振威会展业绩有所恢复，实现营业收入 25,060.95 万元；2022 年度，振威会展营业收入小幅下降至 24,691.32 万元。
6	东浩兰生会展集团股份有限公司	2020 年 10 月，东浩兰生会展集团股份有限公司（股票代码：600826.SH，以下简称“兰生股份”）完成重大资产重组，置出外贸资产的同时注入会展资产，兰生股份主营业务由进出口贸易转变为会展业务。重大资产重组完成后，兰生股份拥有会展业全产业链资源，业务涵盖展览组织、展馆运营、会议活动赛事、会展服务等。兰生股份倾力打造东浩兰生会展品牌，旗下会展集团成为首批通过“上海品牌”认证的会展企业。
7	中国机械国际合作股份有限公司	中国机械国际合作股份有限公司系中国机械工业集团有限公司全资子公司，主要从事国际展览、国际贸易、工程成套和文化传媒业务，以及与这些业务相关的实业投资。组展方向主要为汽车工业，区域主要集中在广东、辽宁、内蒙古等省区。
8	国药励展展览有限责任公司	国药励展展览有限责任公司系励展博览集团与中国医药集团有限公司合资成立的组展单位，办展方向主要为医药医疗保健、实验器材、体育用品和美容美发等，办展区域主要集中在上海市、广东省、重庆市和北京市等地区。
9	北京名洋数字科技股份有限公司	北京名洋数字科技股份有限公司（股票代码：831946.NQ，以下简称“名洋数字”）是一家以会展项目的组织承办、主场运营、展位创意设计及制作为一体的综合型会展服务公司，目前主要立足于会展项目的组织承办、为行业展览主办机构提供主场运营服务、为参展商提供展位创意设计及制作服务。名洋数字经过多年的努力探索和积累，目前已发展成为一家以策划、组织、承办展览、会议项目和主场运营服务、展台、展厅等工程设计制作为一体的综合型会展服务公司。

（二）公司核心竞争优势

1、项目经验优势

商城展览自成立以来一直致力于会展业务，拥有 18 年的项目运作经验。公司先后承办了义博会、文旅会、森博会、五金会和进口展等国家级、省级展会。对会展策划发起、会展项目实施、展中运营、展后服务拥有深刻理解。公司所运营管理的义乌国际博览中心展馆，其建筑主体会展展馆总建筑面积超过 23 万平方米，同时拥有 7,600 平方米大型会议活动多功能厅，可提供国际标准展位 5,000 个，业务范围包括自办展、客展、海外展和巡回展等。

2、团队优势

专业的会展团队是公司重要的竞争优势。公司自成立以来通过招募与内部培养，锤炼了一支富有创新能力和实践经验的人才队伍，持续稳定的人才培养机制为公司未来扩大经营规模提供了先决条件。

3、参展商优势

经过 18 年的深耕和突出的品牌优势，公司积累了大量稳定的参展商资源。同时，公司通过与全国各地的会展行业相关企业合作，举办一系列高质量、能够代表公司实力和服务水平的会展，不断增强公司的影响力，赢得客户信任，并与客户保持密切的合作关系，从而使得公司能够持续吸引客户参展。

4、采购商优势

在积累办展经验的同时，公司也积累了大量的采购商数据，对采购商的需求理解颇为深刻。公司在营销时，可以根据采购商的不同画像有针对性地推广展会相关情况，更高效地吸引采购商参观展会，进而更好的促成采购商与参展商之间的交易。

5、场地优势

公司整体承租了义乌国际博览中心场馆，该场馆是浙江中部较大的单一场馆，相较于其他没有自营场馆的展览公司，公司的业务开展稳定、灵活，展期更加合理，在义乌市、浙江省内具有较高的市场竞争力。

（三）公司的业务拓展能力

公司具有良好的业务拓展能力，先后承办了中国义乌国际小商品（标准）博览会、中国义乌文化和旅游产品交易博览会、中国义乌进口商品博览会、中国义乌国际森林产品博览会、中国国际五金电器博览会等国家级、省级展会，其中承办的义博会已跻身为广交会、华交会之后的中国第三大出口商品展，成为唯一经国务院批准的日用消费品类国际大型展会。凭借十余年会展行业的经验累积，在行业内树立了良好的品牌形象，获得了各行各业客户的广泛认可，为公司的业务拓展奠定了坚实基础。2023 年，公司成功举办印尼面料辅料展，组织 11 家企业

共计 22 人参加印尼国际纺织面料辅料展，企业收获意向采购商 600 余家，现场意向成交额超 300 万元，成功举办首届义乌礼品、时尚用品及家庭用品展览会，展览面积 2 万平方米，集结 370 家优质企业，到会采购商 2.1 万人次，意向成交额 5.3 亿元。公司坚持打通外贸渠道，培育自办展，不断引入新资源，开拓新项目，将所积累的经验资源充分运用到业务开拓中。

同时近年来，随着社交媒体、短视频快速发展，公司积极推动数字化转型，基于多年来用户画像体系的构建和优化，在原有获客渠道基础之上，借助微信、抖音等新渠道实现用户触达。对于不同获客渠道，公司赋予不同单链，可以通过用户链路追踪获客渠道，从而分析获客渠道的转化率，帮助公司降本增效。另一方面，公司凭借社交媒体、短视频裂变式传播形成了更为广泛的用户触达，帮助公司吸引更多的参展商及市场采购商。

相较于传统会展企业，公司通过数字化手段对海量用户数据进行分析，形成精准的用户画像，并可在不同获客渠道之间复用。依托用户画像构建与精准营销技术，公司不断积累优质用户资源，实现正向循环，从而拓宽自身业务渠道。

（四）公司期末在手订单、期后签订合同情况

截至 2023 年 5 月 31 日，公司在手订单含税金额为 4,359.51 万元，期末在手订单较充足。2023 年 5 月 31 日至 2023 年 10 月 31 日，公司新签订合同含税金额为 7,426.23 万元，期后合同签订情况良好。

（五）公司截至目前期后业绩实现情况（收入、毛利率、净利润、现金流）、较正常年份同期的波动情况及原因

2023 年 1-10 月和 2021 年 1-10 月，公司主要经营数据如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2021 年 1-10 月	变动金额	变动幅度
营业收入	10,691.60	8,797.01	1,894.59	21.54%
营业成本	6,129.36	4,888.95	1,240.41	25.37%
净利润	2,208.09	1,458.04	750.05	51.44%
毛利率	42.67%	44.42%	-	1.75%
经营活动产生的现金流量净额	3,485.92	4,153.29	-667.37	-16.07%
投资活动产生的现金流量净额	92.80	-4,131.82	4,224.62	-102.25%

项目	2023年1-10月	2021年1-10月	变动金额	变动幅度
筹资活动产生的现金流量净额	-258.05	-	-258.05	-

注1：毛利率的变动幅度=当期毛利率-上期同比毛利率

注2：上述财务数据未经审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺

2023年1-10月，公司的营业收入为10,691.60万元，较2021年同期营业收入8,797.01万元增加1,894.59万元，增幅21.54%，主要系随着客观环境因素的改善，各展会人气升温，参展商规模扩大，同时公司海外展业务不断拓展，国潮展等新展会顺利举办，收入有较大幅度的增长。

2023年1-10月，公司的净利润为2,208.09万元，较2021年同期净利润1,458.04万元增加750.05万元，主要系2023年1-10月业务毛利增长、人员成本及财务费用减少等原因所致。

2023年1-10月公司毛利率为42.67%，较2021年同期毛利率44.42%小幅度下降1.75%，毛利率不存在显著波动，变动幅度属于正常区间内。

2023年1-10月，公司经营活动产生的现金流量净额为3,485.92万元，较2021年同期经营活动产生的现金流量净额4,153.29万元下降667.37万元，主要系2022年因客观环境因素影响，部分展会未正常开展，此部分展会预收取的展位费顺延至2023年的展会使用，故2023年经营活动产生的现金流入有所减少。

2023年1-10月，公司投资活动产生的现金流量净额为92.80万元，较2021年同期投资活动产生的现金流量净额-4,131.82万元增长4,224.62万元，主要系2021年1-10月期间公司资金按照小商品城《资金管理制度》等规定，将超出定额外的资金划转至母公司账户，此期间与母公司的现金流入流出作为投资活动产生的现金流。

2023年1-10月，公司筹资活动产生的现金流量净额为-258.05万元，2021年同期无筹资活动产生的现金流。公司筹资活动现金流的形成系租赁事项的影响，2023年1-10月收到减免退租金金额661.08万元，作为收到其他与筹资活动有关的现金列示，支付租赁负债919.14万元，作为支付其他与筹资活动有关的现金列示，2021年1-10月未支付此部分租金。

三、补充说明公司收入确认方法是否符合准则要求和同行业惯例，确认依据是否充分

（一）公司收入确认方法符合准则要求，确认依据充分

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第四条：“企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。”

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十一条：“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。”

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十三条：“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。”

报告期内，公司会展组织及配套服务收入的确认方式为：“（1）自办展业务收入：展会举办完毕，根据合同约定以及实际参展情况结算后确认收入；（2）展览配套服务收入：合同约定的劳务完成之后确认收入。”公司组织展会以及提供配套服务收入属于在某一时点履行履约义务。展会举办期间，公司提供展位及展览配套服务给客户。当展会举办完毕后，相关服务的主要风险和报酬已实际转移给客户，且公司享有现时收款的权利。故公司展会结束后根据合同约定、实际客户参展情况进行结算后确认自办展收入，当合同约定的劳务完成后确认展览服务收入，符合企业会计准则的规定。

报告期内，公司展馆运营管理收入的确认方式为：“（1）客展业务收入：展会举办完毕，完成展会项目决算后确认收入；（2）辅房出租及物业管理收入：按合同所属期间分摊确认。”客展收入属于在某一时点履行履约义务，根据客展合同约定，客展主办方通常需在展会届满后一定时间内向公司申请结算，展馆租金及其他收费项目的具体金额以公司出具的结算单为依据。客展举办结束并完成项目决算后，公司已向客户提供按照合同约定的全部服务，且相关对价金额已确认且很可能收回，故客展收入确认符合企业会计准则的规定。

公司提供辅房出租及物业管理收入属于在某一时段履行履约义务。在合同约定的租赁期或服务期内，在公司提供租赁或物业服务的同时，客户已取得并消耗公司履约所带来的经济利益。公司按照合同约定，在合同所属期间分摊确认收入，符合企业会计准则的规定。

综上所述，商城展览收入确认政策符合准则规定，收入确认依据充分。

（二）公司收入确认方法符合行业惯例，确认依据充分

公司同行业可比公司相同或相似业务收入确认的方法具体如下：

可比公司	收入类型	收入确认的具体方法
兰生股份	展馆运营收入	（1）场租收入：按合同所属期间结束确认。 （2）现场服务收入：按完成合同约定的现场服务并取得客户签署现场服务账单的时点确认收入。
	会展组织收入	合同履约义务已完成，在展会结束后根据有权取得的对价很可能收回的金额确认收入。
	会展配套服务收入	合同履约义务完成后，并取得对方确认之后确认收入。
米奥会展	线下商务会展服务收入	展会已结束，公司已根据合同约定提供相关服务，已取得价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入。
名洋数字	展台搭建项目收入	展台搭建完成即确认收入。
	主场运营项目收入	项目运营完成即确认收入。
振威会展	会展业务收入	客户根据合同约定参展，公司根据合同约定提供全部服务，展会结束后，收入金额能够可靠地计量，已经收回销售款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，展会相关的成本能够可靠地计量，确认展会收入。
	活动传播业务收入	公司根据订单或合同约定提供全部活动传播服务，传播活动结束后，收入金额能够可靠地计量，已经收回销售款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，相关的成本能够可靠地计量，确认活动传播收入。

可比公司	收入类型	收入确认的具体方法
	展馆运营服务业务收入	根据每期已发生成本占预计总成本的比例确定提供服务的履约进度，并按履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，公司已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。

兰生股份、米奥会展、名洋数字和振威会展收入确认方法中，与会展组织及配套服务收入的确认方式均为展会结束、完成合同履约义务后确认收入，与公司会展组织及配套服务的收入确认方式不存在显著差异。

对于展馆运营业务，不同于公司展馆对外出租的业务模式，振威股份主要系为展馆建设运营方提供专业的咨询服务；相比之下，兰生股份展馆运营中的场租收入与公司客展模式类似。兰生股份为合同所属期间结束确认展馆场租收入，与公司客展收入确认方式不存在显著差异。

综上所述，商城展览收入确认政策与同行业可比公司收入确认政策不存在显著差异，符合行业惯例，收入确认依据充分。

四、补充说明会展场馆主要租赁其他方、租赁资源较为集中的情况是否符合会展服务行业惯例；公司业务发展规划，业务拓展及开展经营是否均依赖控股股东小商品城；结合报告期内自办展的主办单位、承办单位、合作单位、合作模式、办展年限/频次等说明公司作为展务执行单位是否存在无法继续承办的风险，公司持续经营能力是否存在重大不确定性

(一) 会展场馆主要租赁其他方、租赁资源较为集中的情况是否符合会展服务行业惯例

同行业可比公司租赁会展场馆情况如下：

公司名称	是否自有场馆	租赁场馆情况
米奥会展	否	聚焦于“一带一路”沿线国家。成立以来已在阿联酋、印度、南非、墨西哥、波兰、土耳其、巴西、埃及、哈萨克斯坦、约旦、尼日利亚、肯尼亚、伊朗等 13 个国家举办线下展会，2019 年的境外自办展规模达 22.7263 万平方米（场馆租赁面积）
兰生股份	否	集中于上海世博展览馆。长期租赁使用上海世博展览馆，同时，部分展会项目租赁使用国家会展中心（上海）、上海新国际博览中心等知名场馆

公司名称	是否自有场馆	租赁场馆情况
振威会展	否	以国家会展中心（天津）为主，同时在国家会展中心（上海）、北京·中国国际展览中心（新馆）、新疆国际会展中心和西安国际会展中心等排展
商城展览	否	集中于义乌国际博览中心

因会展场馆偏向于社会公益性质的建筑，场馆使用率普遍较低，且占地面积大，建筑成本较高，仅靠运营场馆投资回收期较长，会展场馆所有者多为亏损状态，故我国大型会展场馆目前多为政府机构或国资单位投资建设并对外出租用于日常会展活动的举办，由展览公司长期或临时租赁进行运营或开展业务活动。

根据同行业可比上市公司公开披露文件，用于经营活动的会展场馆主要来自租赁其他方的方式在行业内较为普遍，且所租赁的场馆均与展览公司的业务开展地域相适应，呈现区域性的集中。

综上，公司会展场馆主要租赁其他方、租赁资源较为集中的情况具有商业合理性，符合会展服务行业惯例。

（二）公司业务发展规划，业务拓展及开展经营是否均依赖控股股东小商品城

1、公司业务发展规划

公司秉持“以贸兴展，以展兴贸，展贸互动，共促繁荣”的理念，将充分发挥专业优势，以质量为本，真诚为客户提供一流服务，顺应时代发展潮流，加大数字化建设，致力于成为会展行业的领跑者。为实现上述总体的发展战略及经营目标，公司拟定的业务发展规划如下：

（1）注重数字化建设，增强公司核心竞争力

公司始终注重数字化建设，是业内较早探索信息技术与会展服务融合的企业，公司通过研发、搭建“招展管理系统”、“数字会展管理平台”、“展会综合管理系统”等数字化系统，对业务全链路流程进行数字化跟踪及数据沉淀，并利用数据支持商业决策和资源的调度安排。未来公司将增加数字化建设投入，通过对新技术的应用，提高会展智能化水平，将新兴科技运用到实际中来，推动展会的信息化和智慧场馆建设，提供智慧化的会展策划方案，更好地满足客户需求，更

高效合理地分配公司资源，利用新科技充分实现“降本增效”。

(2) 加大市场开发，提升品牌知名度

公司自办展业务为公司核心产品，未来公司计划提高展位自招比例，做大做专自办展，提高各展会的实际对接效果，提高参展商和客商的满意度，优化展会环境，对部分自办展进一步考虑向专业化、规模化、市场化转型的可行性。客展方面，公司拟积极开发引进专业展会，及时储备新的展会对接项目，拓宽增收新渠道。海外展为公司未来开拓的主要市场之一，随着国际贸易的恢复，结合公司的海外布局，计划努力做好对国际一线展会资源和参展商的组团参展对接工作，积极探索海外自办展，根据参展商的实际需求扩大海外展项目，积极带领本地企业“走出去”，在国际上树立品牌形象。

(3) 提高团队管理水平

未来公司将加强公司企业文化建设，提升企业凝聚力，开展员工综合素质培训工作，增强新员工归属感，提高公司员工的综合素质，推进公司良好文化氛围的形成。开展多层次、多渠道的会展职业教育、全方位立体式的资质培训和在职会展人员再教育培训等。

重视制度建设，充分发挥制度的约束和激励作用是商城展览加强自身建设，提高会展服务水平的必然选择。有一套科学严谨的规章制度并严格付诸实施，是实现各项工作规范化的重要保证之一。完善展会预留制度、创建文明工作网格化管理规定、展会活动管理办法细则、馆长责任制等，对标国内同类型展览公司的绩效考核管理机制，积极推动会展线体制机制改革，不断增强公司的核心竞争力。按照会展业发展规律，学习先进展览公司运营机制，不断完善公司内部运营管理制度，对各个工作流程进行监督和考核，勤练内功，大胆尝试项目化模式，不断完善招展招商激励机制，调动员工积极性，提升企业精细化管理水平。

(4) 根据需要适时进行资本化运作

公司将借助资本市场的力量，同时也会关注其他融资机会，拓展公司的融资渠道，根据公司需要适时引入资本，缓解公司在业务扩张过程中的财务压力，增强公司资金实力。获得资金支持后，公司将合理利用财务杠杆，实现业务扩张，

助力公司健康快速发展。

2、业务拓展及开展经营不存在依赖控股股东小商品城的情况

公司目前的客户资源均为历次展会累积、多渠道宣传推广开发而来，公司拥有独立的销售团队和销售模式，具备各类业务的持续开拓能力。公司与控股股东小商品城及其分公司存在重叠客户的情况，所重叠的客户主要为各分公司所分管的商贸城各分区的市场经营户，公司向此类客户所销售的主要为公司自办展的展位及部分特装搭建服务，小商品城及其分公司向此类客户所销售的主要为商贸城各分区的商铺使用权。报告期各期，公司与控股股东小商品城及其分公司重叠的客户销售金额占比均较低，公司、小商品城及其分公司向此类客户所销售的商品或服务均具备真实商业背景，且公司与小商品城及其分公司所销售的商品或服务为互不干涉的独立两类业务，均是客户自身发展需要，故公司与小商品城及其分公司存在客户重叠具备商业合理性，不存在小商品城或其分公司要求其参加展会、与公司合作的情形，不存在对公司经营业绩产生重大影响的情况，公司不存在依赖控股股东客户的情况。

公司组建了独立的展览、场馆运营、项目拓展团队，公司拥有独立的经营决策权和实施权，具有直接面向市场独立经营的能力。报告期内，公司自办展客户较为分散且主要分布在义乌市外，公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。报告期内，公司控股股东及其控制的其他企业未从事与公司构成同业竞争的业务，公司与控股股东及其他关联方不存在显失公允或严重影响独立性的关联交易。

公司完整、独立拥有与会展举办有关的展具，展馆系通过公开竞拍方式租赁控股股东物业，租赁底价经过评估，租赁价格经过 16 轮竞拍确定，价格公允，租赁期自 2022 年 4 月至 2030 年 3 月，且公司在同等条件下具备优先续租权。自 2022 年以来，不存在关联方占用公司资金、资产和其他资源的情形。

综上，公司的业务拓展及开展经营均不存在依赖控股股东小商品城的情况。

(三) 结合报告期内自办展的主办单位、承办单位、合作单位、合作模式、办展年限/频次等说明公司作为展务执行单位是否存在无法继续承办的风险，公司持续经营能力是否存在重大不确定性

1、公司自办展的基本信息

报告期内，公司所开展的自办展的相关单位及合作模式如下：

序号	展会名称	主办单位	承办单位	协办单位	展务执行单位/合作单位	合作模式	办展年限/频次
1	中国义乌文化和旅游产品交易博览会(以下简称“文旅会”)	中华人民共和国文化和旅游部、中国国际贸易促进委员会、浙江省人民政府	文化和旅游部资源开发司、浙江省文化和旅游厅、中国国际贸易促进委员会浙江省委员会、中国非物质文化遗产保护协会、中国旅游协会旅游商品与装备分会、义乌市人民政府	-	义乌中国小商品城展览股份有限公司	由商城展览负责文旅会的策划实施、具体要求落实等展务执行工作，由文旅部门提供支持经费用于支持展区组织设计搭建、配套活动组织等展务会务工作及相关运营成本	一年一届
2	中国义乌国际小商品(标准)博览会(以下简称“义博会”)	中华人民共和国商务部、浙江省人民政府、中国国际贸易促进委员会、国家标准化管理委员会、中国轻工业联合会、中国商业联合会	浙江省商务厅、浙江省市场监督管理局、中国国际贸易促进委员会浙江省委员会、义乌市人民政府	-	义乌中国小商品城展览股份有限公司	由商城展览负责义博会的策划实施、具体要求落实等展务执行工作，商务部门整体承包部分展区，负责该区域的招展组织工作，并由商务部门承担该部分的相关费用支付于商城展览	一年一届

序号	展会名称	主办单位	承办单位	协办单位	展务执行单位/合作单位	合作模式	办展年限/频次
3	中国义乌国际森林产品博览会（以下简称“森博会”）	国家林业和草原局、浙江省人民政府	中国林业产业联合会、浙江省林业局、浙江省人民政府台湾事务办公室、义乌市人民政府	中国林产工业协会、全国各省（区、市）林业（林草）局、森工（林业）集团、浙江省各市人民政府、浙江省民宗委、浙江省林业产业联合会	义乌中国小商品城展览股份有限公司	由商城展览负责森博会的策划实施、具体要求落实等展务执行工作，林草部门负责配合各地相关企业、机构的招展组织工作	一年一届
4	中国义乌国际五金电器博览会（以下简称“五金会”）	义乌市人民政府	浙江中国小商品城集团股份有限公司	-	义乌中国小商品城展览股份有限公司	由商城展览负责五金会的策划实施、具体要求落实等展务执行工作，义乌市人民政府、小商品城提供配合	一年一届
5	义乌汽车文化节	义乌中国小商品城展览股份有限公司	义乌昊卓展览服务有限公司	-	-	由义乌昊卓负责展会项目策划、招展等各项配套工作，由商城展览提供展览场地、并配合协助门票销售、办理许可、现场管理等各项工作	一年一届
6	义乌礼品、时尚用品及家庭用品展览会（以下简称“义乌礼品展”）	励展华博展览（深圳）有限公司、义乌中国小商品城展览有限公司、义乌市新起点展览有限公司	励展华博展览（深圳）有限公司、义乌中国小商品城展览有限公司、义乌市新起点展览有限公司	-	-	由励展华博负责展会的整体管理，并与商城展览、新起点展览各自按比例负责展商招引、承担成本费用、	一年一届

序号	展会名称	主办单位	承办单位	协办单位	展务执行单位/合作单位	合作模式	办展年限/频次
						利润分成	

2、公司作为展务执行单位不存在无法继续承办的风险，公司持续经营能力不存在重大不确定性

公司作为文旅会、义博会等自办展的展务执行单位，负责自办展的策划、统筹、招展、搭建等展会过程的各项主要工作，公司已经形成了完整的自办展筹办工作体系，数十年来的经验累积使得公司能够以最优的策划、最好的排期、最高效的组织完成展会任务，契合主承办单位的初衷，与主承办单位配合默契，在相关展会筹办方面具备领先的经验优势，公司过去所积累的参展商、采购商资源也能够充分满足未来地展会需要，因此公司作为展务执行单位不存在无法继续承办的风险，公司所积累的执业经验均能拓展运用至其他展会活动中，成为公司经营业绩的新增长点，公司持续经营能力不存在重大不确定性。

五、核查程序及意见

（一）核查程序

主办券商、会计师执行了以下核查程序：

- 1、了解公司各年度 1-5 月的经营情况，查阅公司 2021 年 1-5 月的财务报表，分析与 2023 年 1-5 月收入、净利润的差异原因；
- 2、查阅行业相关的公开统计数据、研究报告以及同行业可比公司的公开资料，了解公司所处行业的现状和发展趋势、行业的竞争格局、行业内的主要企业等行业情况；
- 3、访谈公司管理层，对比公司与同行业可比公司的差异，了解公司业务模式、核心竞争优势；
- 4、取得公司期末在手订单及期后签订合同明细、公司 2023 年 1-10 月及 2021 年 1-10 月的主要经营数据，分析公司期后经营情况较以往正常年份同期的波动情况及原因，分析公司是否具备持续经营能力；
- 5、了解公司各项业务的收入确认方法，查阅企业会计准则对于相关业务收入确认方法的要求，查阅同行业可比公司的公告及公开资料中对于收入确认方式的描述。

6、查阅同行业可比公司的公开资料，了解同行业可比公司用于开展业务的会展场馆来源、租赁资源的集中情况，分析公司与行业惯例是否存在显著差异；

7、访谈公司管理层及各业务部门负责人，了解公司的业务拓展模式及能力、未来业务发展规划；

8、取得公司的销售客户明细表，分析公司与控股股东客户重叠情况，对部分重叠客户进行了实地走访，了解重叠客户与公司及控股股东分别开展的交易内容，分析公司的业务拓展是否依赖公司控股股东；

9、访谈公司管理层，查阅公司序时账、资产清单、花名册、银行流水、业务合同等文件资料，核查公司在资产、业务、人员、财务、机构、技术、资金、信息系统等资源要素方面的独立性情况，分析公司的开展经营是否依赖公司控股股东；

10、查阅公司自办展的公开资料，访谈公司相关业务负责人，了解公司自办展的主办单位、承办单位、合作单位、合作模式、办展年限/频次等基本情况，分析公司作为展务执行单位是否存在无法继续承办的风险以及公司的持续经营能力。

（二）核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

1、公司 2023 年 1-5 月收入相对正常年份同期即 2021 年 1-5 月增长较大，主要由于上一年度展会延期及新增展会影响自办展收入增长，同时海外展收入规模扩大；净利润增幅较大，主要原因为展会收入增长带来的毛利增长，以及应收账款减值减少；

2、公司所处行业处于稳步发展状态，公司具备核心竞争优势，拥有良好的业务拓展能力，期末在手订单充足，期后签订合同情况良好，期后业绩实现情况较正常年份同期有所增长，不存在显著的不利变动，公司业绩具备稳定性，公司具备持续经营能力；

3、公司收入确认方法符合准则要求和同行业惯例，确认依据充分；

4、会展场馆主要租赁其他方、租赁资源较为集中的情况符合会展服务行业管理；

5、公司业务发展规划契合实际，具有可行性，公司的业务拓展及开展经营均不存在依赖控股股东小商品城的情况；

6、公司作为展务执行单位不存在无法继续承办自办展的风险，公司的持续经营能力不存在重大不确定性。

5、关于代销

申报材料显示，公司存在授权代理中介机构开发参展商的情形，代销商以商城展览名义对外开展销售活动，撮合商城展览与参展商签署协议，商城展览根据展位数计提组织费支付给组团单位。

请公司：（1）补充说明各报告期代销商数量及变动情况、主要代销商基本情况，包括成立时间、合作开始时间、交易费用计算标准及金额、是否存在仅为公司提供服务、成立当年即为公司服务、已注销或前员工参与设立等情形，是否存在为公司代垫费用、利益输送等情形，直销与代销客户收费是否存在差异，是否合理，是否存在对主要代销商的依赖；（2）说明相关费用会计处理，是否与销售费用中的“市场推介活动费用”金额一致。

请主办券商、会计师补充核查并发表明确核查意见。

回复：

一、补充说明各报告期代销商数量及变动情况、主要代销商基本情况，包括成立时间、合作开始时间、交易费用计算标准及金额、是否存在仅为公司提供服务、成立当年即为公司服务、已注销或前员工参与设立等情形，是否存在为公司代垫费用、利益输送等情形，直销与代销客户收费是否存在差异，是否合理，是否存在对主要代销商的依赖

（一）各报告期代销商数量及变动情况

公司向代销商的交易模式为代销商作为组团单位为公司自办展招引参展商，

参展商向公司报名参加展会，公司向代销商以其所招引的参展商数量为准支付参展商组团费。报告期各期，公司代销商数量及变动情况如下：

单位：家

报告期	2023年1-5月	2022年度	2021年度
代销商数量	20	33	40

2021年度、2022年度及2023年1-5月，公司代销商的数量分别为40家、33家以及20家。2022年代销商数量较2021年度减少7家，主要系受宏观经济因素影响，公司展会开办规模受限，展位代销需求较2021年度有所下降所致。2023年1-5月公司代销商数量为20家，较2021年度、2022年度均偏低，主要系2023年公司展位代销需求较高的义博会排期于下半年举办，展会的组团服务尚未完成所致。

综上，公司报告期各期代销商数量变动与公司业务开展情况相符，具有商业合理性，不存在重大变化。

（二）主要代销商基本情况

1、主要代销商交易情况

（1）2023年1-5月前五大代销商交易情况

单位：万元

序号	代销商名称	交易金额	占参展商组团费的比例
1	永嘉县瓯北镇科隆展览信息咨询社	44.73	16.61%
2	义乌市日新展览有限公司	39.74	14.75%
3	上海鸣达展览服务有限公司	29.58	10.98%
4	义乌恒诺会展服务有限公司	22.39	8.31%
5	义乌市博森展览服务有限公司	15.37	5.70%
合计		151.81	56.36%

（2）2022年度前五大代销商交易情况

单位：万元

序号	代销商名称	交易金额	占参展商组团费的比例
1	义乌市日新展览有限公司	43.22	14.82%
2	永嘉县瓯北镇科隆展览信息咨询社	36.79	12.61%

3	义乌恒诺会展服务有限公司	22.76	7.80%
4	义乌市君达会展服务有限公司	19.29	6.61%
5	上海鸣达展览服务有限公司	19.03	6.52%
合计		141.09	48.37%

(3) 2021 年度前五大代销商交易情况

单位：万元

序号	代销商名称	交易金额	占参展商组团费的比例
1	永嘉县瓯北镇科隆展览信息咨询社	78.21	14.41%
2	义乌市日新展览有限公司	69.80	12.86%
3	上海鸣达展览服务有限公司	38.04	7.01%
4	义乌市君达会展服务有限公司	36.46	6.72%
5	义乌恒诺会展服务有限公司	36.27	6.68%
合计		258.77	47.67%

2、主要代销商基本情况

(1) 永嘉县瓯北镇科隆展览信息咨询社

公司名称	永嘉县瓯北镇科隆展览信息咨询社
注册资本	-
成立时间	2006 年 4 月 10 日
注册地址	浙江省温州市永嘉县瓯北街道龙桥中路 37 号
股权结构	陈金声为经营者
经营范围	科技信息交流，展览信息咨询（法律、法规规定需凭许可证经营的凭许可证经营）
与公司合作开始时间	2009 年
是否仅为公司提供服务	否
是否成立当年即为公司提供服务	否
是否已注销	否
是否有公司前员工参与设立	否
交易费用计算标准	<p>1、第 27 届义博会（2021 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10 个（含 10 个）展位按 1,700 元/展位计提，11-30 个（含 30 个）展位按 1,800 元/展位计提，31 个以上（含 31 个）展位按 2,000 元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为 6：4，未完成招展比例任务</p>

	<p>的，在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>2、第 28 届义博会（2022 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10 个（含 10 个）展位按 1,700 元/展位计提，11-30 个（含 30 个）展位按 1,800 元/展位计提，31 个以上（含 31 个）展位按 2,000 元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为 6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>3、第 5 届五金会（2021 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,300 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,400 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,600 元/个计提。</p> <p>4、第 6 届五金会（2022 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,600 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,700 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,800 元/个计提。</p> <p>5、第 7 届五金会（2023 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,600 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,700 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,800 元/个计提。</p>
--	---

(2) 义乌市日新展览有限公司

公司名称	义乌市日新展览有限公司
注册资本	8 万元
成立时间	2007 年 7 月 5 日
注册地址	浙江省义乌市江东街道永胜小区 16 幢 2 单元 301（自主申报）
股权结构	方康君持股 87.50%、方俊持股 12.50%
经营范围	展览服务
与公司合作开始时间	2009 年
是否仅为公司提供服务	否
是否成立当年即为公司提供服务	否
是否已注销	否
是否有公司前员工参与设立	否
交易费用计算标准	<p>1、第 27 届义博会（2021 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p>

	<p>(3) 浙江省以外, 1-10 个 (含 10 个) 展位按 1,700 元/展位计提, 11-30 个 (含 30 个) 展位按 1,800 元/展位计提, 31 个以上 (含 31 个) 展位按 2,000 元/展位计提;</p> <p>(4) 一层及二层展位招展比例为 6: 4, 未完成招展比例任务的, 在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>2、第 28 届义博会 (2022 年): 以 10 个展位为起点计提组织费:</p> <p>(1) 金华以内 (不包括义乌) 按 1,200 元/展位计提;</p> <p>(2) 浙江省内 (金华地区除外) 按 1,500 元/展位计提;</p> <p>(3) 浙江省以外, 1-10 个 (含 10 个) 展位按 1,700 元/展位计提, 11-30 个 (含 30 个) 展位按 1,800 元/展位计提, 31 个以上 (含 31 个) 展位按 2,000 元/展位计提;</p> <p>(4) 一层及二层展位招展比例为 6: 4, 未完成招展比例任务的, 在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>3、第 5 届五金会 (2021 年):</p> <p>(1) 组织展位数 10-50 个, 按 1,300 元/个计提;</p> <p>(2) 组织展位数 51-100 个, 按 1,400 元/个计提;</p> <p>(3) 组织展位数 101-150 个, 按 1,500 元/个计提;</p> <p>(4) 组织展位数 151 个以上, 按 1,600 元/个计提。</p> <p>4、第 6 届五金会 (2022 年):</p> <p>(1) 组织展位数 10-50 个, 按 1,500 元/个计提;</p> <p>(2) 组织展位数 51-100 个, 按 1,600 元/个计提;</p> <p>(3) 组织展位数 101-150 个, 按 1,700 元/个计提;</p> <p>(4) 组织展位数 151 个以上, 按 1,800 元/个计提。</p> <p>5、第 7 届五金会 (2023 年):</p> <p>(1) 组织展位数 10-50 个, 按 1,500 元/个计提;</p> <p>(2) 组织展位数 51-100 个, 按 1,600 元/个计提;</p> <p>(3) 组织展位数 101-150 个, 按 1,700 元/个计提;</p> <p>(4) 组织展位数 151 个以上, 按 1,800 元/个计提。</p>
--	--

(3) 上海鸣达展览服务有限公司

公司名称	上海鸣达展览服务有限公司
注册资本	50 万元
成立时间	2012 年 10 月 17 日
注册地址	上海市金山区枫泾镇环东一路 65 弄 5 号 2068 室
股权结构	陈文昌持股 100.00%
经营范围	一般项目: 会议及展览服务; 专业设计服务; 市场营销策划; 企业形象策划; 广告制作; 广告发布; 广告设计、代理。(除依法须经批准的项目外, 凭营业执照依法自主开展经营活动)
与公司合作开始时间	2015 年
是否仅为公司提供服务	否
是否成立当年即为公司提供服务	否
是否已注销	否

是否有公司前员工参与设立	否
交易费用计算标准	<p>1、第 27 届义博会（2021 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10 个（含 10 个）展位按 1,700 元/展位计提，11-30 个（含 30 个）展位按 1,800 元/展位计提，31 个以上（含 31 个）展位按 2,000 元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为 6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>2、第 28 届义博会（2022 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10 个（含 10 个）展位按 1,700 元/展位计提，11-30 个（含 30 个）展位按 1,800 元/展位计提，31 个以上（含 31 个）展位按 2,000 元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为 6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>3、第 5 届五金会（2021 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,300 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,400 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,600 元/个计提。</p> <p>4、第 6 届五金会（2022 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,600 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,700 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,800 元/个计提。</p> <p>5、第 7 届五金会（2023 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,600 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,700 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,800 元/个计提。</p>

(4) 义乌恒诺会展服务有限公司

公司名称	义乌恒诺会展服务有限公司
注册资本	10 万元
成立时间	2014 年 7 月 7 日
注册地址	浙江省金华市义乌市江东街道东洲社区永胜小区 97 幢 1 号 4 楼
股权结构	吴志刚持股 100.00%
经营范围	会展服务
与公司合作开始时间	2015 年
是否仅为公司提供服务	否

是否成立当年即为公司提供服务	否
是否已注销	否
是否有公司前员工参与设立	否
交易费用计算标准	<p>1、第 27 届义博会（2021 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10 个（含 10 个）展位按 1,700 元/展位计提，11-30 个（含 30 个）展位按 1,800 元/展位计提，31 个以上（含 31 个）展位按 2,000 元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为 6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>2、第 28 届义博会（2022 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10 个（含 10 个）展位按 1,700 元/展位计提，11-30 个（含 30 个）展位按 1,800 元/展位计提，31 个以上（含 31 个）展位按 2,000 元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为 6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>3、第 5 届五金会（2021 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,300 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,400 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,600 元/个计提。</p> <p>4、第 6 届五金会（2022 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,600 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,700 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,800 元/个计提。</p> <p>5、第 7 届五金会（2023 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,600 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,700 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,800 元/个计提。</p>

（5）义乌市博森展览服务有限公司

公司名称	义乌市博森展览服务有限公司
注册资本	200 万元
成立时间	2008 年 5 月 4 日
注册地址	浙江省义乌市江东永胜俞店 3 幢 2 号四楼
股权结构	王永生持股 100.00%

经营范围	展览服务
与公司合作开始时间	2009 年
是否仅为公司提供服务	否
是否成立当年即为公司提供服务	否
是否已注销	否
是否有公司前员工参与设立	否
交易费用计算标准	<p>1、第 27 届义博会（2021 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10 个（含 10 个）展位按 1,700 元/展位计提，11-30 个（含 30 个）展位按 1,800 元/展位计提，31 个以上（含 31 个）展位按 2,000 元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为 6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>2、第 28 届义博会（2022 年）：以 10 个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按 1,200 元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按 1,500 元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10 个（含 10 个）展位按 1,700 元/展位计提，11-30 个（含 30 个）展位按 1,800 元/展位计提，31 个以上（含 31 个）展位按 2,000 元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为 6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调 200 元/展位予以计提。</p> <p>3、第 5 届五金会（2021 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,300 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,400 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,600 元/个计提。</p> <p>4、第 6 届五金会（2022 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,600 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,700 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,800 元/个计提。</p> <p>5、第 7 届五金会（2023 年）：</p> <p>（1）组织展位数 10-50 个，按 1,500 元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数 51-100 个，按 1,600 元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数 101-150 个，按 1,700 元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数 151 个以上，按 1,800 元/个计提。</p>

(6) 义乌市君达会展服务有限公司

公司名称	义乌市君达会展服务有限公司
注册资本	379 万元

成立时间	2013年4月8日
注册地址	浙江省义乌市福田街道稠州北路1133号双创大厦1幢一单元6楼626室（自主申报）
股权结构	旷义达持股97.3615%、旷再龙持股2.6385%
经营范围	会展服务；企业管理咨询服务；商务信息咨询；展览展示服务；市场营销策划；酒店预订服务；景区门票代理；企业形象策划；旅游信息咨询；设计、制作、代理、发布国内各类广告；国内贸易、国际贸易。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
与公司合作开始时间	2015年
是否仅为公司提供服务	否
是否成立当年即为公司提供服务	否
是否已注销	否
是否有公司前员工参与设立	否
交易费用计算标准	<p>1、第27届义博会（2021年）：以10个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按1,200元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按1,500元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10个（含10个）展位按1,700元/展位计提，11-30个（含30个）展位按1,800元/展位计提，31个以上（含31个）展位按2,000元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调200元/展位予以计提。</p> <p>2、第28届义博会（2022年）：以10个展位为起点计提组织费：</p> <p>（1）金华以内（不包括义乌）按1,200元/展位计提；</p> <p>（2）浙江省内（金华地区除外）按1,500元/展位计提；</p> <p>（3）浙江省以外，1-10个（含10个）展位按1,700元/展位计提，11-30个（含30个）展位按1,800元/展位计提，31个以上（含31个）展位按2,000元/展位计提；</p> <p>（4）一层及二层展位招展比例为6：4，未完成招展比例任务的，在原档级的组织费中下调200元/展位予以计提。</p> <p>3、第5届五金会（2021年）：</p> <p>（1）组织展位数10-50个，按1,300元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数51-100个，按1,400元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数101-150个，按1,500元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数151个以上，按1,600元/个计提。</p> <p>4、第6届五金会（2022年）：</p> <p>（1）组织展位数10-50个，按1,500元/个计提；</p> <p>（2）组织展位数51-100个，按1,600元/个计提；</p> <p>（3）组织展位数101-150个，按1,700元/个计提；</p> <p>（4）组织展位数151个以上，按1,800元/个计提。</p> <p>5、第7届五金会（2023年）：</p> <p>（1）组织展位数10-50个，按1,500元/个计提；</p>

	(2) 组织展位数 51-100 个, 按 1,600 元/个计提;
	(3) 组织展位数 101-150 个, 按 1,700 元/个计提;
	(4) 组织展位数 151 个以上, 按 1,800 元/个计提。

(三) 是否存在为公司代垫费用、利益输送等情形

公司与主要代销商之间的交易均具有真实交易背景, 交易价格公允, 单一代销商交易金额均较小, 对公司经营业绩不存在重大影响, 主要代销商与公司控股股东、董监高、其他核心人员、其他股东均不存在关联关系, 不存在为公司代垫费用、利益输送等情形。

(四) 直销与代销客户收费是否存在差异, 是否合理

公司通过代销模式获得的客户与直销模式下获得的客户参展流程相同, 均为通过公司官网或联系公司相关人员直接报名参展, 收款模式、定价标准、优惠政策与直销客户均一致, 公司直销与代销客户的价格不存在显著差异。

公司向代销与直销模式获得的客户提供的商品或服务均采用一致的标准, 不存在差别对待的情况, 参照相同的定价标准可避免侵害客户权益、尽可能保障商业公平性, 同时可避免部分客户通过改变销售模式等方式削减公司收益的情况发生, 具有商业合理性。

(五) 是否存在对主要代销商的依赖

报告期各期, 公司主要代销商基本稳定, 公司向各期前五大代销商所支付的参展商组团费金额分别为 258.77 万元、141.09 万元以及 151.81 万元, 占当期总参展商组团费的比例分别为 47.67%、48.37%以及 56.36%。

报告期各期, 公司通过各期前五大代销商取得的客户数量、销售的展位数量情况如下:

单位: 个

项目	2023 年 1-5 月		2022 年		2021 年	
	数量	所占比例	数量	所占比例	数量	所占比例
客户数量	673	22.38%	678	14.20%	1,209	19.10%
展位数量	870	11.98%	875	15.12%	1,599	11.76%

注: 展位数指标准展位数, 单一参展客户可根据自身实际情况需求购买多个标准展位

报告期各期, 公司通过各期前五大代销商获取的客户实现的收入情况如下:

单位：万元

项目	2023年1-5月		2022年		2021年	
	收入金额	占营业收入的比例	收入金额	占营业收入的比例	收入金额	占营业收入的比例
通过各期前五大代销商获取的客户实现的收入	543.15	10.97%	595.56	11.63%	1,253.15	12.97%

2021年、2022年以及2023年1-5月，公司通过各期前五大代销商获取的客户数量分别为1,209个、678个及673个，占各期自办展总客户数量的19.10%、14.20%及22.38%，实现销售的展位数量分别为1,599个、875个及870个，占各期自办展总展位数的11.76%、15.12%、11.98%，实现的收入金额分别为1,253.15万元、595.56万元以及543.15万元，占各期营业收入的比例分别为12.97%、11.63%以及10.97%。

报告期内，公司通过各期前五大代销商获取的客户数量占各期自办展总客户数量的比例、实现销售的展位数量占各期自办展总展位数的比例、实现的收入占各期营业收入的比例均相对较低，公司的业务开展不存在依赖主要代销商的情况。

二、说明相关费用会计处理，是否与销售费用中的“市场推介活动费用”金额一致

公司市场推介活动费用主要系支付给代销商的拓展组团费用，公司与代销商签订《展会组展协议书》，约定交易费用计算标准，按展会与代销商提交的销售佣金结算表进行审核，审核无误后，支付拓展组团费用。

《企业会计准则第14号——收入》第二十八条规定“企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产；但是，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益。增量成本是指企业不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）”。拓展组团费用属于不取得销售合同就不会发生的开支，因此在新收入准则下拓展组团费用属于增量成本。

公司在与客户确定展位位置后，自动生成电子销售协议，收取全款，拓展组团费用用于与客户签订合同并展会开展结束后与代销商结算，在支付组团费用时计入“销售费用——市场推介活动费用”。

综上，公司对拓展组团费用的会计处理符合企业会计准则的规定，金额与销售费用中的“市场推介活动费用”一致。

三、核查程序及意见

（一）核查程序

主办券商和会计师执行了以下核查程序：

1、查阅公司业务流程相关制度，访谈公司业务部门负责人，了解公司报告期内业务开展及变动情况，梳理公司的业务模式，了解公司与代销商的合作模式、定价政策；

2、查阅公司财务管理制度，访谈公司财务部门负责人，了解公司各项业务的收入确认政策、费用归集方式等具体会计处理方式，对比直销与代销模式下的会计处理是否存在差异；

2、查阅同行业可比上市公司公开披露的文件，了解同行业可比上市公司的销售模式、收入确认政策、费用归集方式等具体会计处理方法；

3、取得公司报告期各期的收入明细表，梳理报告期各期公司主要代销商清单及交易情况、报告期各期通过公司主要代销商获取的客户实现的收入的情况，分析公司业务开展对主要代销商的依赖程度；

4、查阅公司相关展会的展位费定价标准，对比直销与代销客户展位费收入情况，分析不同情况展位费收入差异的原因；

5、对公司报告期各期主要代销商进行函证和实地走访，访谈主要代销商的负责人、业务经办人，了解公司与主要代销商的合作背景及业务开展情况，查阅主要代销商的工商信息，了解主要代销商的基本情况，分析主要代销商与公司之间的关联关系；

6、取得主要代销商的《展会组展协议书》和组团明细清单，访谈公司相关业务负责人，了解公司与主要代销商的合作情况，对比公司与主要代销商的实际结算与定价政策、组团数量的匹配情况；

7、取得公司报告期各期的销售费用明细表，查阅企业会计准则相关规定，

访谈公司财务负责人，了解公司代销相关费用的会计处理方法，取得公司代销相关费用的会计处理记录，分析公司相关费用的会计处理是否符合准则规定，比较代销相关费用与销售费用中的“市场推介活动费用”是否一致。

（二）核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

1、公司报告期各期代销商数量变动与公司业务开展情况相符，具有商业合理性，不存在重大变化；

2、主要代销商与公司的合作开始时间均晚于其成立时间，不存在成立当年即为公司服务的情况，不存在报告期内新成立且即成为公司主要代销商的情况，不存在仅为公司提供服务的状况；

3、公司主要代销商均由与公司无关的非关联第三方设立或经营，不存在公司前员工参与设立的情况；

4、截至本回复出具日，公司主要代销商均处于正常经营状态，不存在已注销的情况；

5、公司与主要代销商之间的交易均具有真实交易背景，交易价格公允，单一代销商交易金额均较小，对公司经营业绩不存在重大影响，主要代销商与公司控股股东、董监高、其他核心人员、其他股东均不存在关联关系，不存在为公司代垫费用、利益输送等情形；

6、公司直销与代销客户收费参照相同标准，不存在显著差异，具有商业合理性；

7、公司报告期各期通过主要代销商获取的客户实现的收入占各期营业收入的比例均较低，公司的业务开展不存在对主要代销商的依赖；

8、公司向代销商支付的组团费用金额与公司销售费用中的“市场推介活动费用”金额一致，公司与代销商相关费用会计处理符合企业会计准则等规章制度的规定，与同行业可比公司会计处理惯例不存在显著差异，相关会计处理合法合规，具有商业合理性。

6、关于其他说明和披露问题

(1) 关于历史沿革。公司为国有企业，实际控制人为义乌市国资办。请公司以表格形式说明公司设立、增资、股权转让、吸收合并等历次国有股权变动时所履行的国有股权管理相关程序（内部决策、国有资产审计、评估及备案、国有资产监管机构备案审批、产权交易所公开挂牌等），是否合法合规，相应审批主体是否为有权主体及依据。

请主办券商及律师结合相关法律法规、公司国有股东及其持股方的管理权限等，核查公司国有股权变动时是否履行国有股权管理方面的相关程序，并就国有股权变动是否合法合规、是否存在国有资产流失情形发表明确意见。

(2) 关于信息披露。①请公司说明公转书披露的股东“本次可公开转让股份数量（股）”的计算依据，信息披露是否准确。② 公司披露，“商城展览中层管理人员以及核心技术（业务）骨干共计 18 人满足小商品城限制性股票股权激励条件”；有 16 名员工以及龚娉持有小商品城股权激励计划的限制性股票。请公司补充披露剩余人员相关情况，保持信息披露一致性。③ 请公司补充披露监事金佳敏的职业经历保持时间连续。

请主办券商及律师核查上述事项。

(3) 关于财务规范性。报告期内公司存在大股东资金占用情形。请公司补充说明报告期内规范情况及制度建设与执行情况，说明报告期后是否存在新增财务不规范情形。请主办券商及会计师核查上述事项。

(4) 关于使用权资产。请公司补充披露使用权资产的租赁位置、面积、年限、租金约定等情况，说明会计计量是否符合企业会计准则，期末余额是否准确。请主办券商及会计师核查上述事项。

(5) 关于合同负债。请公司补充披露合同负债前五大客户名称及金额，余额较高是否符合行业惯例。请主办券商及会计师补充核查合同负债余额的真实性并发表明确意见。

回复：

一、关于历史沿革

(一) 公司为国有企业，实际控制人为义乌市国资办。请公司以表格形式说明公司设立、增资、股权转让、吸收合并等历次国有股权变动时所履行的国有股权管理相关程序（内部决策、国有资产审计、评估及备案、国有资产监管机构备案审批、产权交易所公开挂牌等），是否合法合规，相应审批主体是否为有权主体及依据

公司历次国有股权变动时所涉及的相关法律规定及履行的国有股权管理相关程序等如下：

序号	事项	相关依据	履行的国有股权管理相关程序
1	2005 年 12 月, 商城展览有限设立	<p>1、《浙江中国小商品城集团股份有限公司章程》（2005 年 5 月）</p> <p>第四十六条 股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：……</p> <p>（十六）审议高于最近一次经审计的净资产的 10%（不包括 10%）的公司直接或间接从事的投资、抵押、担保、委托经营、受托经营、租赁等事项；……</p> <p>第四十八条 股东大会对董事局的具体授权内容为：……</p> <p>（一）董事局有权决定公司直接或间接从事投资、抵押、担保、委托经营、受托经营、租赁等业务时的权限为不超过最近一次经审计的公司净资产的 10%；……</p> <p>2、《义乌中国小商品城房地产开发有限公司章程》（2005 年 8 月）</p> <p>第十七条 股东会行使下列职权：（一）决定公司的经营方针和投资计划；……</p>	<p>（1）内部决策： 2005 年 12 月 7 日，小商品城和商城房地产签署了《义乌中国小商品城展览有限公司章程》，决定共同出资设立商城展览有限，注册资本为 800 万元，均以货币方式出资。</p> <p>根据小商品城及商城房地产出具的确认函，商城展览有限设立时，小商品城及其子公司商城房地产均已履行内部决策程序，公司设立行为合法合规。</p> <p>（2）国有资产审计、评估及备案： ①公司设立不涉及审计、评估及备案程序。 ②2005 年 12 月 9 日，义乌至诚会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（义至会师验字（2005）第 741 号），根据该报告，截至 2005 年 12 月 8 日止，公司（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 800 万元，出资方式均为货币资金。</p> <p>（3）国有资产监管机构备案审批： 根据小商品城出具的确认函，商城展览有限设立时，小商品城已履行相关国资程序，公司设立行为合法合规。</p> <p>（4）产权交易所公开挂牌：不适用，公司设立不属于应当在产权交易所公开挂牌的情形。</p>
2	2020 年 1 月, 吸收合并义博公	<p>1、《国有资产评估管理办法》</p> <p>第三条 国有资产占有单位有下列情形之一的，应当进行资产评估：……</p>	<p>（1）内部决策： 2019 年 9 月 30 日，商城展览有限、义博公司分别作出股东会决议或股东决定，同意：商城展览有限与义博公司采取吸收合</p>

序号	事项	相关依据	履行的国有股权管理相关程序
	司	<p>(二) 企业兼并、出售、联营、股份经营；……</p> <p>2、《企业国有资产评估管理暂行办法》</p> <p>第六条 企业有下列行为之一的，应当对相关资产进行评估：……</p> <p>(三) 合并、分立、破产、解散；……</p> <p>3、《企业国有资产监督管理暂行条例》</p> <p>第二十一条 国有资产监督管理机构依照法定程序决定其所出资企业中的国有独资企业、国有独资公司的分立、合并、破产、解散、增减资本、发行公司债券等重大事项。……</p> <p>4、《义乌市国有企业投资监督管理暂行办法》（义国资委发〔2014〕42号）</p> <p>第三条 本办法所称的投资包括但不限于以下事项：</p> <p>(一) 股权投资：新设权属企业、收购兼并、股权置换、合资合作、出资企业追加投入等；……</p> <p>第二十三条 市国资委对市属企业本级下列投资项目实行备案、核准制：</p> <p>(一) 主业投资项目实行备案制（市域外投资除外）；</p> <p>(二) 市域外主业投资项目实行核准制；</p> <p>(三) 非主业投资项目实行核准制。</p> <p>主业原则上是指由企业发展战略和规划确定的主要经营业务（含核心业务和培育业务）；非主业是指主业以外的其他经营业务。</p>	<p>井形式合并，合并后存续的公司为商城展览有限，义博公司解散；公司合并后存续公司注册资本为 1,800 万元，小商品城持有商城展览有限 1,600 万元出资额，商城房地产持有商城展览有限 200 万元出资额；确认 2019 年 9 月 30 日的合并协议。</p> <p>(2) 国有资产审计、评估及备案：</p> <p>①2023 年 10 月 16 日，上海立信资产评估有限公司就商城展览有限吸收合并义博公司出具了《义乌中国小商品城展览股份有限公司拟吸收合并所涉及的义乌国际小商品博览会有限公司净资产追溯资产评估报告》（信资评报字〔2023〕第 G00010 号），经评估，义博公司在评估基准日 2019 年 9 月 30 日的净资产为人民币 1,187.28 万元。</p> <p>②2023 年 10 月 26 日，立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）出具《义乌中国小商品城展览股份有限公司验资报告》（立信中联验字〔2023〕D-0037 号），审验确认截至 2019 年 12 月 5 日止，商城展览有限已收到因吸收合并义博公司而增加的注册资本（实收资本）合计 1,000.00 万元整，变更后的注册资本为人民币 1,800.00 万元，实收资本人民币 1,800.00 万元。</p> <p>(3) 国有资产监管机构备案审批</p> <p>2019 年 7 月 23 日，小商品城向义乌市国资办提交了《关于吸收合并义乌国际小商品博览会有限公司的请示》（义商司〔2019〕194 号），拟将商城展览有限和义博公司两家公司以吸收合并方式进行整合，存续公司为商城展览有限。吸收合并后存续的商城展览有限注册资本为 1,800 万元，其中，小商品城出资 1,600 万元，商城房地产出资 200 万元。</p> <p>2019 年 8 月 30 日，义乌市国资办向小商品城下发《抄告单》（义国资第 35 号），同意将义博公司合并入商城展览有限，合并后商城展览有限注册资本增至 1,800 万元。</p> <p>(4) 产权交易所公开挂牌：该次吸收合并不属于需要在产权交易所公开挂牌的情形。</p>
3	2020 年 6 月，第	1、《企业国有资产交易监督管理办法》（国资委、财政部令第	<p>(1) 内部决策：</p> <p>①2020 年 5 月 28 日，小商品城投资发展</p>

序号	事项	相关依据	履行的国有股权管理相关程序
	一次股权转让	<p>32号)：</p> <p>第九条 产权转让应当由转让方按照企业章程和企业内部管理制度进行决策，形成书面决议。……</p> <p>第三十一条 以下情形的产权转让可以采取非公开协议转让方式：</p> <p>(一) 涉及主业处于关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域企业的重组整合，对受让方有特殊要求，企业产权需要在国有及国有控股企业之间转让的，经国资监管机构批准，可以采取非公开协议转让方式；</p> <p>(二) 同一国家出资企业及其各级控股企业或实际控制企业之间因实施内部重组整合进行产权转让的，经该国家出资企业审议决策，可以采取非公开协议转让方式。</p> <p>第三十二条 采取非公开协议转让方式转让企业产权，转让价格不得低于经核准或备案的评估结果。……</p> <p>2、《浙江中国小商品城集团股份有限公司投资管理制度（试行）》（2019年修订版）</p> <p>第十一条 集团董事长办公会有权决定下述项目的投资：</p> <p>在董事会闭会期间决定公司直接或间接从事交易涉及的资产总额不超过公司最近一次经审计总资产2.5%的购买、出售、置换资产、对外投资、对内投资（包括工程项目、固定资产建造、更新改造等）、委托经营、受托经营、承包、租赁、委托理财等事项。</p>	<p>部向董事长、总经理办公会提交了《关于对部分下属控股子公司进行业务重组的议案》，拟受让商城房产所持有的商展有限11.11%股权，对应注册资本200万元，受让价格为342万元。2020年6月3日，小商品城出具《“三重一大”集体决策事项告知单》，同意上述议案。</p> <p>2020年6月5日，上述议案经公司董事会以闭会期间小额业务签批方式审议通过。</p> <p>该次股权转让无须提交公司股东大会审议批准。</p> <p>②2020年6月3日，商展有限召开股东会并作出决议，同意商城房产将拥有商展有限11.11%的200万元股权转让给小商品城；商展有限作出股东决定，同步修改公司章程。</p> <p>(2) 国有资产审计、评估及备案：未履行审计、评估及备案程序</p> <p>(3) 国有资产监管机构备案审批：未预先取得国家出资企业的审议决策</p> <p>(4) 产权交易所公开挂牌：该次股权转让属于“同一国家出资企业及其各级控股企业或实际控制企业之间因实施内部重组整合进行产权转让”的情形，未在产权交易所公开挂牌。</p>
4	2022年4月，第二次股权转让	<p>1、《企业国有资产交易监督管理办法》（国资委、财政部令第32号）：</p> <p>第九条 产权转让应当由转让方按照企业章程和企业内部管理制度进行决策，形成书面决</p>	<p>(1) 内部决策：</p> <p>①2022年4月13日，本次股权转让经公司董事会以闭会期间小额业务签批方式审议通过。</p> <p>该次股权转让无须提交公司股东大会审议批准。</p>

序号	事项	相关依据	履行的国有股权管理相关程序
		<p>议。……</p> <p>第三十一条 以下情形的产权转让可以采取非公开协议转让方式：</p> <p>（一）涉及主业处于关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域企业的重组整合，对受让方有特殊要求，企业产权需要在国有及国有控股企业之间转让的，经国资监管机构批准，可以采取非公开协议转让方式；</p> <p>（二）同一国家出资企业及其各级控股企业或实际控制企业之间因实施内部重组整合进行产权转让的，经该国家出资企业审议决策，可以采取非公开协议转让方式。</p> <p>第三十二条 采取非公开协议转让方式转让企业产权，转让价格不得低于经核准或备案的评估结果。……</p> <p>2、《关于印发<义乌市国资办监管清单、授权放权清单>的通知》（义国资办发〔2020〕63号）</p> <p>“义乌市国资办授权放权清单管理事项”第8条：市属企业集团内的企业国有产权非公开协议转让和无偿划转方案放权市属企业。</p> <p>3、《浙江中国小商品城集团股份有限公司投资管理制度（试行）》（2021年修订版）</p> <p>第十二条 公司董事长办公会有权决定下述项目的投资：</p> <p>在董事会闭会期间决定公司直接或间接从事交易涉及的资产总额不超过公司最近一次经审计总资产2.5%的购买、出售、置换资产、对外投资、对内投资（包括工程项目、固定资产建造、更新改造等）、委托经营、受托经营、承包、租赁、委托理财等事项。</p>	<p>②2022年4月13日，商展有限股东小商品城作出股东决定，同意将小商品城持有的商展有限2%的股权（对应注册资本36万元）转让给商城资管；商展有限召开股东会并作出股东决议，同步修改公司章程。</p> <p>（2）国有资产审计、评估及备案：</p> <p>①2022年4月12日，安永出具《审计报告》（安永华明（2022）专字第61759624_B01号），根据该报告，截至2021年11月30日，商展有限的所有者权益（净资产）为62,166,224.30元。</p> <p>②2022年4月12日，中企华出具《评估报告》（苏中资评报字〔2022〕第1033号），根据该报告，经评估，截至评估基准日2021年11月30日，商展有限的净资产价值为62,272,337.88元。</p> <p>2022年4月12日，小商品城对上述评估报告进行了备案。</p> <p>（3）国有资产监管机构备案审批：</p> <p>2022年2月25日，小商品城出具《采取非公开协议方式转让股权的必要性及受让方情况》《股权转让方案》等文件，拟采取非公开协议转让方式，向全资子公司商城资管转让商展有限2%的股权。</p> <p>2022年3月30日，商城控股出具《批复单》（义商控股司批〔2022〕11号），同意商展有限引入商城资管作为新股东，同意小商品城采取非公开协议方式转让商展有限股权。</p> <p>该次股权转让已放权市属企业自行决定，无需提交义乌市国资办核准。</p> <p>（4）产权交易所公开挂牌：该次股权转让属于“同一国家出资企业及其各级控股企业或实际控制企业之间因实施内部重组整合进行产权转让”的情形，未在产权交易所公开挂牌。</p>
5	2022年4月，整	《关于印发<义乌市国资办监管清单、授权放权清单>的通	<p>（1）内部决策：</p> <p>①2022年4月14日，商展有限召开股东</p>

序号	事项	相关依据	履行的国有股权管理相关程序
	体变更为股份有限公司	知》(义国资办发(2020)63号)“义乌市国资办授权放权清单管理事项”第7条:市属企业决定所属企业合并、分立、解散、清算、重组、改制等事项。	<p>会并作出如下决议:同意公司以2021年11月30日为股改基准日,由有限责任公司整体变更为股份有限公司。</p> <p>②2022年4月27日,公司召开了创立大会暨2022年第一次临时股东大会,审议通过了《关于义乌中国小商品城展览股份有限公司筹办情况及筹办费用的报告》等议案,同意将商展有限变更为股份有限公司。</p> <p>(2)国有资产审计、评估及备案:</p> <p>①2022年4月12日,安永出具《审计报告》(安永华明(2022)专字第61759624_B01号),根据该报告,截至2021年11月30日,商展有限的所有者权益(净资产)为62,166,224.30元。</p> <p>②2022年4月12日,中企华出具《评估报告》(苏中资评报字(2022)第1033号),根据该报告,经评估,截至评估基准日2021年11月30日,商展有限的净资产价值为62,272,337.88元。</p> <p>2022年4月12日,小商品城对上述评估报告进行了备案。</p> <p>(3)国有资产监管机构备案审批: 2022年4月20日,小商品城出具批复单,同意商展有限股份制改造方案。</p> <p>(4)产权交易所公开挂牌:不属于需要在产权交易所公开挂牌的情形。</p>

公司设立、增资、股权转让、吸收合并等历次国有股权变动时所履行的国有股权管理相关程序合法合规,相应审批主体为有权主体。

(二)结合相关法律法规、公司国有股东及其持股方的管理权限等,核查公司国有股权变动时是否履行国有股权管理方面的相关程序,国有股权变动是否合法合规、是否存在国有资产流失情形

公司历史沿革方面存在如下程序性瑕疵:

(1)公司于2020年1月吸收合并义博公司时,未按国资规定进行资产评估及评估备案。根据当时有效并实施的《国有资产评估管理办法》(中华人民共和国国务院令 第91号)、《企业国有资产评估管理暂行办法》(国务院国有资产监督管理委员会令 第12号)等相关规定,国有资产占有单位、国有企业涉及合

并事项的，应当对相关资产进行评估。企业国有资产评估项目实行核准制和备案制，地方国有资产监督管理机构及其所出资企业的资产评估项目实行备案管理。

(2) 公司于 2020 年 6 月进行第一次以非公开协议方式进行股权转让时，未预先取得国家出资企业的审议决策，且未履行审计、评估程序。根据当时有效并实施的《企业国有资产交易监督管理办法》（国务院国有资产监督管理委员会、财政部令第 32 号）第三十一条，同一国家出资企业及其各级控股企业或实际控制企业之间因实施内部重组整合进行产权转让的，经该国家出资企业审议决策，可以采取非公开协议转让方式。同时，根据《企业国有资产交易监督管理办法》第三十二条，符合同一国有控股企业或国有实际控制企业内部实施重组整合，转让方和受让方为该国有控股企业或国有实际控制企业及其直接、间接全资拥有的子企业的情形的，按照《公司法》、公司章程履行决策程序后，转让价格可以资产评估报告或最近一期审计报告确认的净资产值为基础确定，且不得低于经评估或审计的净资产值。

除上述瑕疵外，上述吸收合并事项和股权转让事项已履行其他必要的法律手续。就上述瑕疵，义乌市国资办作为公司实际控制人已出具确认函，说明商城展览历史沿革中存在的上述吸收合并、股权转让等国有股权变动情形均系国有企业集团内部调整，已履行相关内部批准程序，不存在出资不实、损害公司债权人利益及国有资产流失的情形；此外，上海立信资产评估有限公司已就商展有限吸收合并义博公司事宜出具了追溯《资产评估报告》，对上述吸收合并事项的瑕疵予以补正。

此外，小商品城及商城房地产已出具确认函，说明自公司及前身商城展览有限设立至今，各项国有股权变动均已履行必要的决策和审批流程，程序合法合规，不存在出资不实、损害公司债权人利益及国有资产流失的情形。

除上述情况外，公司及前身商城展览有限的设立及历次国有股权变动均履行了包括国有股权管理在内的必要的法律程序，符合当时法律法规的规定，设立及历次股权变动合法、合规、真实、有效，不存在国有资产流失的情形。

（三）核查程序及意见

1、核查程序

主办券商、律师执行了以下核查程序：

- （1）取得并查阅公司工商档案、审计报告、评估报告、验资报告等资料；
- （2）取得并查阅公司、小商品城及商城房地产公司章程及相关内部治理制度；
- （3）取得并查阅义乌市国资办、小商品城、商城房地产出具的确认函；
- （4）查阅《企业国有资产交易监督管理办法》《国有资产评估管理办法》《企业国有资产评估管理暂行办法》《义乌市国有企业投资监督管理暂行办法》《关于印发<义乌市国资办监管清单、授权放权清单>的通知》等法律法规，了解国有股权变动的相关规定。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

- （1）公司设立、增资、股权转让、吸收合并等历次国有股权变动时所履行的国有股权管理相关程序合法合规，相应审批主体为有权主体；
- （2）除上述已披露情况外，公司及其前身商展有限的设立及历次股权变动均履行了包括国有股权管理在内的必要的法律程序，符合当时法律法规的规定，设立及历次股权变动合法、合规、真实、有效，不存在国有资产流失的情形。

二、关于信息披露

（一）请公司说明公转书披露的股东“本次可公开转让股份数量（股）”的计算依据，信息披露是否准确

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得

超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

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

公司股东出具的《承诺函》承诺：“本公司/本企业将严格遵守《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》的相关规定：‘挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更后，后续持有人应继续执行股票限售规定。’”

2022 年 4 月 14 日，商城资管从商城展览控股股东小商品城处受让小商品城所持有商城展览的 2.00%的股权，商城资管为小商品城的全资子公司，故其所持有的公司的股份应参照控股股东相同要求执行限售规定。2022 年 4 月 29 日，商城展览完成股改整体变更设立股份有限公司，截至本回复报告出具之日，公司成立已满 1 年。根据前述规定，以及公司控股股东及其他股东出具的《承诺函》，本次可公开转让股份数量情况如下：

单位：股

股东名称	持股数量 (a)	持股比例	本次可公开转让股份占持股数量的比例 (b)	本次可公开转让股份数量 (c=a*b)
------	-------------	------	-----------------------	---------------------

小商品城	29,400,000	98.00%	33.33%	9,800,000
商城资管	600,000	2.00%	33.33%	200,000
合计	30,000,000	100.00%	33.33%	10,000,000

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“二、股份挂牌情况”之“（三）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺”之“3、股东所持股份的限售安排”对“本次可公开转让股份数量（股）”内容进行了更正，更正后披露如下：

“

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例	是否为董 事、监事 及高管	是否为控 股股东、 实际控制 人、一致 行动人	是否为做 市商	挂牌前 12 个月内受 让自控股 股东、实 际控制人 的股份数 量(股)	因司法裁 决、继承 等原因而 获得有限 售条件股 票的数量 (股)	质押股份 数量 (股)	司法冻结 股份数量 (股)	本次可公开 转让股份数 量(股)
1	浙江中国小商 品城集团股份 有限公司	29,400,000	98.00%	否	是	否	0	0	0	0	9,800,000
2	义乌中国小商 品城资产运营 管理有限公司	600,000	2.00%	否	是	否	0	0	0	0	200,000
合计	-	30,000,000	100.00%	-	-	-	0	0	0	0	10,000,000

”

(二) 公司披露, “商城展览中层管理人员以及核心技术(业务)骨干共计 18 人满足小商品城限制性股票股权激励条件”; 有 16 名员工以及龚娉持有小商品城股权激励计划的限制性股票。请公司补充披露剩余人员相关情况, 保持信息披露一致性

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“(五) 股权激励情况或员工持股计划”之“2、商城展览员工参加小商品城股权激励情况”对相关情况进行了修订和补充, 修订补充后披露如下:

“2、商城展览员工参与小商品城股权激励情况

根据小商品城所公示的《2020 年限制性股票激励计划首次授予激励对象名单》, 2020 年 12 月 11 日, 商城展览中层管理人员以及核心技术(业务)骨干共计 18 人满足小商品城限制性股票股权激励条件, 获得小商品城授予的限制性股票。首次授予时, 商城展览员工持有小商品城限制性股票股权激励情况如下:

序号	姓名	首次授予股权激励股数(股)
1	金亚非	200,000
2	虞东民	160,000
3	陈元英	160,000
4	丁进	100,000
5	傅青松	100,000
6	吴惠忠	100,000
7	王春飞	100,000
8	陈东波	80,000
9	何剑剑	80,000
10	傅晓琴	80,000
11	骆忠进	80,000
12	胡一舟	80,000
13	黄建东	80,000
14	楼小娟	80,000
15	吴天文	80,000
16	季伟	80,000
17	贾文俊	80,000
18	傅玮	80,000

该次激励计划限制性股票限售期为自激励对象获授限制性股票授予登记完成之日起 24 个月内。在限售期内，激励对象根据本激励计划获授的限制性股票予以限售，不得转让、用于担保或偿还债务。该次计划授予的限制性股票在 2021-2023 年的三个会计年度中，分年度进行业绩考核并解除限售，每个会计年度考核一次，以达到公司业绩考核目标作为激励对象的解除限售条件。此外，激励对象个人层面绩效考核按照公司现行的相关规定组织实施，并依照激励对象的考核结果确定其实际可解除的股份数量。

2023 年 1 月 16 日，为前述激励计划限制性股票第一个限售期解除限售日，公司激励对象获授的限制性股票已满足解除限售条件，截至 2023 年 5 月 31 日，商城展览员工所持有的前述股权激励计划限制性股票及解除限售情况如下：

序号	姓名	首次授予股权激励股数（股）	2023 年已解除限售股数（股）
1	金亚非	200,000	66,000
2	虞东民	160,000	52,800
3	陈元英	160,000	52,800
4	文春勇	160,000	52,800
5	许承志	100,000	33,000
6	丁进	100,000	33,000
7	傅青松	100,000	33,000
8	吴惠忠	100,000	33,000
9	陈东波	80,000	26,400
10	何剑剑	80,000	26,400
11	傅晓琴	80,000	26,400
12	骆忠进	80,000	26,400
13	胡一舟	80,000	26,400
14	黄建东	80,000	26,400
15	楼小娟	80,000	26,400
16	吴天文	80,000	26,400

自小商品城首次授予限制性股票股权激励日至本公开转让说明书签署日，商城展览持有股权激励的员工变动情况如下：

序号	姓名	变动日期	变动情况
1	傅玮	2021 年 3 月 1 日	离职调出公司
2	王春飞	2022 年 2 月 1 日	离职调出公司

序号	姓名	变动日期	变动情况
3	文春勇	2022年3月27日	入职调入公司
4	贾文俊	2022年4月25日	离职调出公司
5	许承志	2022年5月17日	入职调入公司
6	季伟	2023年1月3日	离职调出公司
7	龚婷	2023年6月29日	入职调入公司
8	傅晓琴	2023年8月1日	离职调出公司

2023年6月29日，公司聘任龚婷为财务总监，龚婷于2020年获得小商品城首次授予股权激励80,000股，2023年1月已解除限售股份数为26,400股。”

(三) 请公司补充披露监事金佳敏的职业经历保持时间连续

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员”对金佳敏的职业（创业）经历进行了补充，补充后披露如下：

“

序号	姓名	职业（创业）经历
1	金亚非	1980年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于中国计量大学。2009年1月至2011年1月，任小商品城国际商贸城第一分公司主任；2011年1月至2016年4月，任小商品城主管；2016年4月至2019年1月，任小商品城国际商贸城第四分公司副总经理；2019年1月至2020年1月，任商城展览有限公司总经理；2020年1月至2022年4月，任商城展览有限公司执行董事兼总经理；2022年4月至今，任公司董事长、总经理。
2	虞东民	1978年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于浙江师范大学。1999年12月至2000年7月，任小商品城信息公司主管；2000年7月至2006年1月，任小商品城会展中心主管；2006年1月至2008年1月，任商城展览有限公司副经理；2008年1月至2012年6月，任商城展览有限公司经理；2012年6月至2014年7月，任义博公司经理；2014年7月至2017年7月，任小商品城中国梦办公室主任；2017年7月至2020年4月，任小商品城海洋酒店副总经理；2020年4月至2022年4月，任商城展览有限公司副总经理；2022年4月至今，任公司董事、副总经理。
3	陈元英	1978年出生，中国籍，无境外永久居留权。2005年12月至2007年12月，任小商品城会展中心主管；2008年1月至2010年7月，任小商品城建设办副经理；2010年8月至2019年1月，任小商品城国际博览中心分公司经理；2019年1月至2022年4月，任商城展览有限公司副总经理；2022年4月至2023年6月，任公司董事、副总经理、财务负责人；2023年6月至今，任公司董事、副总经理。

序号	姓名	职业（创业）经历
4	朱幸平	1983年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于浙江林学院。2015年1月至2016年5月，任小商品城国际商贸城第五分公司主管；2016年5月至2021年1月，任小商品城总部市场发展部主管、经理、副总经理；2021年1月至2021年9月，任小商品城创新和发展改革部副总经理；2021年9月至2022年8月，任商城大数据副总经理；2022年8月至今，任小商品城全球数贸中心项目公司（筹）副总经理；2022年4月至今，任公司董事。
5	赵婷婷	1983年出生，中国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，毕业于浙江工商大学。2016年5月至2017年8月，任小商品城监察审计部主管；2017年8月至2019年1月，任小商品城国际商贸城第五分公司办公室主任；2019年1月至2020年12月，任小商品城市场发展部副总经理；2020年12月至2022年1月，任小商品城市场运营分公司行政服务中心总经理；2022年2月至今，任小商品城市场运营分公司副总经理；2022年4月至今，任公司董事。
6	陈双双	1989年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于北华航天工业学院。2011年3月至2019年9月，任小商品城海洋酒店财务部会计主管；2019年9月至2020年7月，任市场发展集团幸福湖国际会议中心分公司财务部会计主管；2020年7月至2021年8月，任小商品城法务审计部内控专员；2021年8月至今，任小商品城法务审计部内控业务副主管；2022年4月至今，任公司监事会主席。
7	陈东波	1982年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于中共中央党校函授学院。2009年1月至2015年9月，任小商品城国际博览中心分公司安保部主管、团支部书记；2015年10月至2016年6月，任小商品城国际博览中心分公司安保部副经理；2016年7月至2021年4月，任商城展览有限管理部副经理；2021年4月至今，任商城展览有限管理部经理；2022年4月至今，任公司职工监事。
8	金佳敏	1989年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于浙江万里学院。2010年12月至2011年9月，任浙江新美心食品工业有限公司品控主管； 2011年9月至2012年2月，自由职业 ；2012年2月至2012年8月，任小商品城银都酒店前厅部员工； 2012年8月至2013年4月，自由职业 ；2013年4月至2016年2月，任义博公司员工；2016年2月至今，任商城展览有限主管；2022年4月至今，任公司职工监事。
9	文春勇	1978年出生，中国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，毕业于浙江师范大学。2009年至2012年，任商城展览有限网络主管；2012年至2014年，任义博公司IT主管；2014年至2020年，任商城展览有限市场推广部副经理；2020年至2021年，任商城大数据副总经理；2021年至2022年，任小商品城数字化发展部副总经理；2022年至今，任公司副总经理。
10	许承志	1984年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于浙江工商大学。2006年8月至2007年12月，任小商品城篁园市场分公司市场调研员；2008年1月至2008年12月任小商品城篁园市场分公司办公室副主管；2009年1月至2011年8月，

序号	姓名	职业（创业）经历
		任小商品城基建办篁园市场项目办行政办主管；2011年8月至2013年1月，任小商品城国际商贸城第三分公司办公室主管；2013年1月至2016年7月，任小商品城国际商贸城第三分公司工程部副经理；2016年8月至2019年2月，任小商品城国际商贸城第三分公司工程部经理；2019年2月至2022年5月，任小商品城国际商贸城第三分公司办公室主任；2022年5月至今，任公司办公室主任；2023年6月至今，任公司董事会秘书。
11	龚娉	1991年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于浙江财经大学。2013年6月至2018年5月，任浙江义乌中国小商品城贸易责任有限公司核算会计；2018年6月至2019年8月，任小商品城篁园市场分公司总账会计；2019年9月至2021年4月，任小商品城篁园市场分公司财务副经理；2021年5月至2022年10月，任小商品城财务管理分公司副经理；2022年11月至2023年6月，任小商品城财务管理分公司经理；2023年6月至今，任公司财务总监；2023年8月至今，兼任财务部经理。

”

（四）核查程序及意见

1、核查程序

主办券商、律师执行了以下核查程序：

（1）取得公司的工商档案，查阅报告期内股权变动、整体变更事项的相关文件，确认公司股本演变的相关时间节点，对比相关法律法规对申请挂牌公司董监高、控股股东所持股份的限售期限规定；

（2）查阅公司股东所签署的《承诺函》，分析公司于本次挂牌之日可解禁并可公开转让的股份数量；

（3）查阅公司控股股东小商品城就股权激励计划所公开披露的相关文件，了解股权激励计划的基本情况，查阅股权激励计划授予对象的清单及授予股份数量情况；

（4）取得公司报告期各期的花名册，对比小商品城公开披露的股权激励授予对象名单，分析公司员工参与小商品城股权激励的情况；

（5）访谈公司人力专员，了解报告期内公司参与小商品城股权激励计划的员工流动情况；

(6) 取得公司董监高签署的个人信息调查问卷，访谈公司董监高、各业务部门负责人及员工代表，了解相关人员的基本情况 & 职业经历。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

(1) 公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“二、股份挂牌情况”之“(三) 股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺”之“3、股东所持股份的限售安排”对“本次可公开转让股份数量(股)”内容进行了更正，更正后本次可公开转让的股份数量披露准确，符合《全国中小企业股份转让系统业务规则(试行)》《公司章程》的相关规定；

(2) 公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“(五) 股权激励情况或员工持股计划”之“2、商城展览员工参加小商品城股权激励情况”补充披露员工参与的控股股东小商品城股权激励计划情况，参与股权激励计划的公司员工的变动情况及解除限售情况与实际一致；

(3) 公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员”补充披露监事金佳敏的职业经历，与实际一致。

三、关于财务规范性

(一) 请公司补充说明报告期内规范情况及制度建设与执行情况，说明报告期后是否存在新增财务不规范情形

报告期内，公司存在资金被控股股东小商品城占用的情形。此前在商城展览账面货币资金达到一定规模后，按照小商品城《资金管理制度》等规定，将超出定额外的资金划转至母公司账户，母公司于年末按照 1.5% 的年固定利率结算利息。小商品城占用资金已于 2021 年 12 月 17 日全部返还至商城展览。2021 年，公司与小商品城的关联资金拆借情况如下：

单位：万元

关联方名称	期初余额	2021 年增加额	2021 年减少额	2021 年期末余额
浙江中国小商品城集团股份有限公司	5,692.82	5,888.00	11,580.82	-

除上述情形外，期后至本回复出具日公司不存在新增关联方资金占用或新增其他财务不规范情形。

公司报告期内规范情况及制度建设与执行情况如下：

(1) 为防范资金占用的再次发生，确保财务独立性，公司根据有关法律、法规及规范性文件的规定，建立并健全法人治理结构，制定并完善了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》等公司治理制度，财务方面制定了《财务管理和会计制度》，对货币资金管理作出了严格要求与规范。

(2) 公司控股股东小商品城出具了《独立性的承诺》，承诺“确保公司设立了独立的财务部门，根据现行法律法规，结合自身情况制定了财务管理制度，建立了规范独立完善的财务核算体系，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度，能够独立作出财务决策，不存在资金被股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。确保公司的财务人员专职在公司任职，并领取薪酬。确保公司开设独立的银行账户，未与控股股东及其控制的其他企业共用银行账户。确保公司已进行有效的税务登记，作为独立的纳税人，公司依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。”

(3) 原中国银行资金归集母子账户切断后，相关资金转至后开立的金华银行账户；公司存取金华银行账户资金相关的审批流程无需母公司的审批同意，对于实际资金使用具备自主权。

(二) 核查程序及意见

1、核查程序

主办券商和会计师执行了以下核查程序：

(1) 查阅《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》《财务管理和会计制度》等内控制度，获取控股股东出具的《独立性的承诺》，了解公司银行账户资金划转的审批流程；

(2) 获取公司报告期初至本回复出具日与控股股东及其控制其他公司之间

的往来明细账及各期余额情况，核查期后是否新增资金占用或其他财务不规范情形。

2、核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

公司已建立并健全法人治理结构，制定完善公司治理制度及财务管理制度并有效执行；公司控股股东小商品城出具了确保公司独立性的承诺，相关措施具体明确，切实可行；原中国银行资金归集母子账户切断后，公司账户资金相关的审批流程无需母公司的审批同意，对于实际资金使用具备自主权。公司不存在关联方资金占用或新增其他财务不规范情形。报告期后至本回复出具日，公司不存在关联方资金占用或新增其他财务不规范情形。

四、关于使用权资产

（一）请公司补充披露使用权资产的租赁位置、面积、年限、租金约定等情况

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“（二）非流动资产结构分析”之“2、营业收入的主要构成”之“（5）其他分类”对使用权资产情况进行补充披露，修订补充后披露如下：

“公司的使用权资产系向控股股东小商品城租赁的义乌市国际博览中心。2022年3月，商城展览与小商品城签订《义乌国际博览中心及东馆场地租赁合同》（以下简称“《租赁合同》”），约定商城展览向小商品城租赁义乌国际博览中心及国际博览中心东馆场地。2022年，因国际博览中心东馆被义乌市政府长期征用为方舱医院，公司退租国际博览中心东馆，并与小商品城于2022年12月就上述退租事项签订《义乌国际博览中心及东馆场地租赁合同补充协议书》（以下简称“《租赁补充协议书》”）。公司使用权资产的租赁位置、面积、年限、租金约定等情况如下：

维度	《租赁合同》	《租赁补充协议书》
租赁位置	义乌市宗泽东路59号义乌国际博览中心、国际博览中心东馆场馆	义乌市宗泽东路59号义乌国际博览中心

租赁面积	总建筑面积 268,128.44 平方米（其中主馆面积 233,506.94 平方米，东馆面积 29,090.29 平方米，人防面积 5,531.21 平方米）	总建筑面积 239,038.15 平方米（其中主馆面积 233,506.94 平方米，人防面积 5,531.21 平方米）
租赁年限	8 年，2022 年 4 月 1 日至 2030 年 3 月 31 日	
租金约定	第一年起始租金 1,120.65 万元，租期内租金三年为一个周期，自第二个周期起在上一个周期的基础上按 5% 递增	第一年起始租金 919.13652 万元，租期内租金三年为一个周期，自第二个周期起在上一个周期的基础上按 5% 递增

注：2020 年 1 月 1 日至 2022 年 3 月 31 日的租金系通过同一控制下业务合并结算并入，2020 年度、2021 年度、2022 年 1-3 月的租金分别为 889.40 万元、1,067.29 万元、266.82 万元。

”

（二）说明会计计量是否符合企业会计准则，期末余额是否准确

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则的规定。

1、使用权资产的初始计量

使用权资产按照成本进行初始计量。使用权资产=租赁负债的初始计量金额+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）+租赁发生的初始直接费用+公司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（不包括属于为生产存货而发生的成本）。

公司使用权资产的初始计量金额为按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值、在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额、发生的初始直接费用和公司为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现值之和。

（1）租赁付款额的确定

租赁付款额包括：

①固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；

②取决于指数或比率的可变租赁付款额，包括与消费者价格指数挂钩的款项、与基准利率挂钩的款项和为反映市场租金费率变化而变动的款项等，在初始计量

时根据租赁期开始日的指数或比率确定；除了取决于指数或比率的可变租赁付款额之外，其他可变租赁付款额均不纳入租赁负债的初始计量中；

③购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；

④行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；

⑤根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项

（2）折现率的确定

在计算租赁付款额的现值时，公司使用增量借款利率作为折现率，增量借款利率等于无风险利率与付款方信用利差之和，即 4.60%。

（3）发生的初始直接费用

依据《租赁合同》约定，在合同签订时一次性交纳竞拍成交价的 10%作为履约保证金，在场地试用期届满，向公司控股股东小商品城提出履约保证金返还的书面申请，小商品城在确认租赁场地符合合同约定的条件后十日内，将履约保证金余额无息返还至公司。

公司将履约保证金的资金时间价值损失作为取得使用权的必要成本，即初始直接费用合计金额 33.86 万元，计入使用权资产初始成本中。

公司初始确认使用权资产情况如下：

单位：万元

期间	金额
2020 年度	847.05
2021 年度	1,016.46
2022 年 1 月至 2022 年 3 月	254.12
2022 年 4 月至 2023 年 3 月	1,067.29
2023 年 4 月至 2024 年 3 月	1,067.29
2024 年 4 月至 2025 年 3 月	1,067.29
2025 年 4 月至 2026 年 3 月	1,120.65
2026 年 4 月至 2027 年 3 月	1,120.65
2027 年 4 月至 2028 年 3 月	1,120.65
2028 年 4 月至 2029 年 3 月	1,176.68

期间	金额
2029年4月至2030年3月	1,176.68
初始尚未支付的租赁付款额合计	11,034.81
年折现率	4.60%
经营租赁付款额现值	8,737.14
初始直接费用	33.86
使用权资产	8,771.00

2、使用权资产的后续计量

(1) 计提折旧

根据《新租赁准则》第二十一条规定，“承租人应当参照《企业会计准则第4号——固定资产》有关折旧规定，对使用权资产计提折旧。承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，应当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，应当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。”

公司使用权资产在租赁期满时均无法取得所有权，租赁资产剩余使用寿命均大于租赁期，故使用权资产的折旧期限按照确定或预估的租赁期确定，并采用直线法对使用权资产进行折旧。

报告期各期，公司使用权资产计提折旧情况如下表：

单位：万元

项目	2023年1-5月	2022年度	2021年度
房屋建筑物	295.57	745.12	852.40
合计	295.57	745.12	852.40

各期计提折旧额按照租赁物用途和受益对象使用面积合理分摊至成本费用，各期成本费用分摊金额如下表：

单位：万元

项目	2023年1-5月	2022年度	2021年度
营业成本	287.47	726.46	836.07
管理费用	8.10	18.66	16.34
合计	295.57	745.12	852.41

(2) 租赁变更

根据新租赁准则第二十八条规定，“租赁发生变更且同时符合下列条件的，承租人应当将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：（一）该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；（二）增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。”

根据新租赁准则第二十九条规定，“租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，承租人应当按照本准则第九条至第十二条的规定分摊变更后合同的对价，按照本准则第十五条的规定重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。”

报告期内，公司租赁变更系国际博览中心东馆被义乌市政府长期征用为方舱医院而缩小了原租赁面积，不符合作为一项单独租赁进行会计处理，应在租赁变更生效日对租赁负债进行重新计量。

对于租赁变更导致的租赁范围缩小，公司基于原使用权资产部分终止的比例确定使用权资产账面价值的调减金额，并将部分终止的相关利得或损失计入当期损益。公司终止确认使用权资产和租赁负债的账务处理为：

借：租赁负债——租赁付款额

贷：租赁负债——未确认融资费用

使用权资产

资产处置收益

对于租金变更导致的租赁变更，承租人应当相应调整使用权资产的账面价值。公司调整使用权资产账面价值的会计处理为：

借：租赁负债——租赁付款额

贷：使用权资产

租赁负债——未确认融资费用

未作为一项单独租赁进行会计处理的租赁变更对使用权资产的影响如下表：

单位：万元

初始确认金额	租赁变更影响额	租赁范围缩小影响额	调整后金额
8,737.14	-438.35	-947.93	7,384.73

综上所述，公司使用权资产的会计计量符合企业会计准则的规定，期末余额准确。

（三）核查程序及意见

1、核查程序

主办券商和会计师执行了以下核查程序：

（1）取得公司使用权资产明细，查阅公司与小商品城签订的国际博览中心租赁合同，了解使用权资产的租赁位置、面积、年限、租金约定等情况；

（2）查阅企业会计准则对于使用权资产会计计量的要求，复核公司使用权资产的会计计量是否符合企业会计准则的规定。

2、核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“（二）非流动资产结构分析”之“2、营业收入的主要构成”之“（5）其他分类”对使用权资产情况进行补充披露。公司使用权资产的会计计量符合企业会计准则的规定，期末余额准确。

五、关于合同负债

（一）请公司补充披露合同负债前五大客户名称及金额，余额较高是否符合行业惯例

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“八、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）流动负债结构及变化分析”之“5、合同负债”之“（2）其他情况披露”对合同负债前五大客户情况进行补充披露，修订补充后披露如下：

“报告期内，公司合同负债前五大客户名称及金额如下：

(1) 2023年5月31日

单位名称	2023年5月31日		
	款项性质	合同负债金额 (元)	占合同负 债比例
永康国深置业有限公司	房交会展位费	1,783,018.85	7.43%
浙江中国小商品城集团股份有限公司	梅湖会场业务 管理费	1,334,994.67	5.57%
义乌市鼎文展览服务有限公司	文具展展览服 务费	943,396.23	3.93%
义乌通惠商博置业有限公司	房交会展位费	839,622.64	3.50%
义乌拱辰商博置业有限公司	房交会展位费	839,622.64	3.50%
江苏汇鸿国际集团会展股份有限公司	义博会展位费	425,849.06	1.78%
合计	-	6,166,504.09	25.71%

(2) 2022年12月31日

单位名称	2022年12月31日		
	款项性质	合同负债金额 (元)	占合同负 债比例
义乌市文化和广电旅游体育局	文旅会展位费	7,607,547.20	19.62%
永康国深置业有限公司	房交会展位费	1,783,018.85	4.60%
义乌通惠商博置业有限公司	房交会展位费	839,622.64	2.16%
义乌拱辰商博置业有限公司	房交会展位费	839,622.64	2.16%
义乌市文化和广电旅游体育局	文旅会展位费	781,132.08	2.01%
江苏汇鸿国际集团会展股份有限公司	义博会展位费	425,849.06	1.10%
合计	-	12,276,792.47	31.65%

(3) 2021年12月31日

单位名称	2021年12月31日		
	款项性质	合同负债金额 (元)	占合同负 债比例
中卡通联(北京)科技有限公司	义乌礼品展展 位费	36,679.25	0.47%
浙江红雨医药用品有限公司	义乌礼品展展 位费	24,452.83	0.31%
轻库科技控股有限公司	义乌礼品展展 位费	24,452.83	0.31%
义乌市小鱼儿文化用品有限公司	义乌礼品展展 位费	24,452.83	0.31%
郭春苗	五金会展位费	22,793.96	0.29%

单位名称	2021年12月31日		
	款项性质	合同负债金额 (元)	占合同负债比例
台州依尔佳工贸有限公司	五金会展位费	22,793.96	0.29%
浙江博顿物联科技有限公司	五金会展位费	22,793.96	0.29%
宁波锡安卫浴实业有限公司	五金会展位费	22,793.96	0.29%
合计	-	201,213.58	2.57%

公司自办展及客展均采取预收模式。自办展项目通常于展会开始前半年至一年内启动报名，参展商报名之后5至7个工作日内完成全额展位费的预付。对于客展业务，公司向客展主办方所收取的场地租金、配套安保保洁等展会相关费用需在展会开始前一天中午12点之前根据展会预算单完成支付，在展会结束后根据决算情况进行退款或补交。

报告期内，公司与同行业可比公司合同负债金额及占当期营业收入情况如下：

单位：元

公司	项目	2023年5月31日 ^注	2022年12月31日	2021年12月31日
商城展览	合同负债金额	23,981,565.58	38,783,651.82	7,834,579.02
	占当期营业收入比重	48.45%	75.72%	8.11%
兰生股份	合同负债金额	266,218,125.61	207,693,599.77	202,577,556.90
	占当期营业收入比重	47.09%	26.87%	21.90%
米奥会展	合同负债金额	168,589,274.35	72,443,270.02	72,986,850.35
	占当期营业收入比重	47.71%	20.80%	40.18%
名洋数字	合同负债金额	373,164.69	4,212,820.26	43,122.64
	占当期营业收入比重	0.49%	3.37%	0.04%
振威会展	合同负债金额	40,657,265.68	49,507,441.86	56,201,187.67
	占当期营业收入比重	19.38%	20.05%	22.43%

注：由于可比公司2023年5月31日财务数据未披露，上表可比公司最近一期的合同负债金额为2023年6月30日财务数据。

名洋数字各期合同负债占收入的比重低于其他几家可比公司，主要系名洋数字报告期内的收入结构以数字化产品及解决方案收入为主，而以预收模式为

主的传统会展服务的收入占比较低。

2021 年末，公司合同负债占收入比例低于另外可比公司兰生股份、米奥会展和振威会展，主要系公司主要自办展集中于下半年举办，故截至前一年年末报名并缴纳展位费的参展商数量相对较少；2022 年末，公司合同负债占收入比例为 75.72%，高于同行业可比公司，系当年受经济波动影响，部分展会停办或延期至下一年举办，且按期举办的展会存在部分参展商因客观原因无法参会，预收参展商展位费未退回的部分用于抵扣下一年参展费用，故当年合同负债余额较高；2023 年 5 月末，公司合同负债余额占收入比例与兰生股份、米奥会展 2023 年上半年对应占比基本一致，合同负债余额较高符合行业惯例。”

（二）核查程序及意见

1、核查程序

主办券商和会计师执行了以下核查程序：

（1）了解与销售合同相关的关键内部控制，评价内部控制设计的合理性，测试相关关键内部控制执行的有效性；

（2）取得重要合同负债对应的销售合同、银行回单，检查预收款金额是否与销售合同约定的条款相匹配，核实期末合同负债余额的准确性；

（3）获取合同负债明细、账龄明细，分析账龄是否准确；

（4）选取重要的合同负债客户执行函证程序，确认期末合同负债余额的真实性、准确性；

（5）查验合同负债期后结转收入情况，以及是否存在期后退款情况。

2、核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“八、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）流动负债结构及变化分析”之“5、合同负债”之“（2）其他情况披露”对合同负债前五大客户情况进行补充披露。报

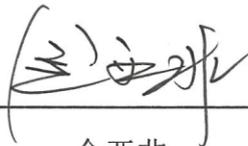
告期内，公司合同负债余额真实准确。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号—公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过7个月，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

截至本回复出具之日，公司不存在未披露的涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项；财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日未超过7个月。

（本页无正文，为《义乌中国小商品城展览股份有限公司对全国中小企业股份转让系统有限责任公司〈关于义乌中国小商品城展览股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函〉的回复》之签字盖章页）

法定代表人：


金亚非

义乌中国小商品城展览股份有限公司



(本页无正文，为《中信建投证券股份有限公司对全国中小企业股份转让系统有限责任公司〈关于义乌中国小商品城展览股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函〉的回复》之签字盖章页)

项目负责人签名： 史玮
史 玮

项目组成员签名： 胡锦涛
胡锦涛

王昂
王 昂

陈泓璇
陈泓璇

内核负责人签名： 张耀坤
张耀坤

