
**中联资产评估集团有限公司关于深圳证券交易所上市审核
中心《关于湖南华凯文化创意股份有限公司申请发行股份购
买资产并募集配套资金的审核中心意见落实函》（审核函
〔2021〕030005号）资产评估相关问题回复
之核查意见**

深圳证券交易所上市审核中心：

2021年2月25日，湖南华凯文化创意股份有限公司（以下简称“华凯创意”、“上市公司”或“公司”）收到贵单位出具的《关于湖南华凯文化创意股份有限公司申请发行股份购买资产并募集配套资金的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕030005号）。中联资产评估集团有限公司技术支持中心组织评估项目组对贵单位审核意见回复进行了认真核查，并就资产评估相关问题回复出具了本核查意见。

问题二：请上市公司结合标的资产核心竞争力、历史经营业绩、行业地位等，说明本次交易定价及评估增值率的合理性；结合标的资产主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等因素，补充披露标的资产未来的经营风险和对持续盈利能力的影响，并说明本次交易评估是否充分考虑了上述因素。

请独立财务顾问和评估师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合标的资产核心竞争力、历史经营业绩、行业地位等，说明本次交易定价及评估增值率的合理性

本次交易标的资产作价参考标的公司股权的评估结果并经交易各方协商确定。根据中联评估出具的《易佰网络评估报告》和《易佰网络加期评估报告》，截至2019年4月30日、2019年12月31日、2020年6月30日，标的公司易佰网络100%股权归属于母公司所有者权益账面值分别为30,771.42万元、44,793.45万元、62,447.49万元，评估值分别为168,151.00万元、182,330.00万元、209,830.00万元，评估结论较账面净资产分别增值137,379.58万元、137,536.55万元、147,382.51万元，增值率为446.45%、307.05%、236.01%。上述评估选用收益法的评估结果作为评估结论，有利于反映易佰网络的盈利能力。本次交易定价及评估增长率具有合理性具体情况分析如下：

（一）标的公司已具有赖以持续发展的核心竞争力

1、自主研发信息化系统，持续提升自动化、智能化运营水平

标的公司的核心竞争优势体现在自主研发和不断完善的信息系统。报告期内，易佰网络在信息化方面持续研发投入，构建的系统涵盖系统基础架构、基础业务系统模块（产品系统、采购系统、物流系统、仓储管理系统、订购管理系统、决策运营系统等）及智能应用系统模块（智能刊登系统、智能调价系统、智能广告

系统、智能备货计划系统等),有效提升了核心业务环节的运营效率和单位人效,以下以调价、刊登、推广、备货四个业务环节举例说明:

1) 智能调价

泛品类跨境电商的 SKU 数量、店铺数量、商品刊登链接众多,对海量商品的调价能力至关重要,因为商品定价直接影响销售收入、存货动销和毛利率水平。

大多数跨境电商卖家通过店铺后台对 Listing (商品页面) 进行手工调价,响应速度和执行效率极低。而通过信息系统实现批量调价功能,则需解决海量数据的存储运算和系统稳定性等技术门槛,还需依靠采购、库存管理等一系列配套系统的同步开发,以及数据积累和算法优化的同步支持才能实现。

2018 年易佰网络开始自主研发“全自动数据整理及调价管理系统”(软著登字第 4845384 号),经不断迭代升级,2019 年在亿级数据存储和运算方面取得技术突破,依托大数据实时运算平台,实现了全平台 Listing (商品页面) 管理,能够有效保障商品数据信息的完整性和调价指令的快速准确传达。2019 年 10 月,该系统与 ERP 系统、TMS 物流管理系统、WMS 仓储管理系统、易佰数据库等实现数据交互,进一步提升了“易佰云”智能化企业管理平台的运转效率。该系统根据库存、库龄、日均加权销量等维度,以大数据算法为支撑,对跨平台、跨店铺的海量商品销售页面计算最优售卖价格,并实现批量、快速的价格升降调整,2020 年以来对毛利率、存货周转率等财务指标的影响逐渐显现。

2) 智能刊登

跨境电商在网店上线商品的运营环节称为“商品刊登”。2018 年易佰网络自主研发的智能刊登系统(自动化销售平台管理软件 V1.0,软著登字第 4843935 号),运用梅森旋转算法等技术方法,对每个 SKU 可批量生成数百种差异化的标题文案和图片组合,自动快速翻译成多国语言,快速刊登至跨平台多个站点,自动匹配平台细分类目,增加买家搜索关键词下单的概率,并根据销量数据自动筛选带来最多订单转化的刊登方案,对其他销售页面进行批量优化调整。例如,亚马逊平台团队通过智能刊登系统,在 2020 年 9 月当月刊登商品销售页面数量超过 450 万条,平均每天刊登数量超过 15 万条,这是传统人工刊登所无法比拟

的。

通过优化系统算法实现智能刊登，解决了采用人工刊登的泛品类卖家编辑速度慢、批量修改难、翻译成本高等痛点，有助于易佰网络相比竞争对手更快速地上线销售新品、抢占新兴市场，提升商品在电商平台的曝光度和订单转化率，对于报告期和未来销售业绩的增长具有直接促进作用。

3) 智能广告

2018 年易佰网络自主研发的“智能广告投放运行监控分析统计系统”（软著登字第 4189718 号），突破了十亿级广告数据存储和实时运算的技术壁垒，可针对不同业务场景和时间阶段的广告需求，设置差异化的投放策略，并对广告数据进行跟踪。

该系统对易佰网络报告期和未来销售业绩的增长具有直接促进作用。经统计，2019 年以来易佰网络在亚马逊的广告订单金额占总销售收入的比例约 30%，即通过付费推广在自然流量基础上带来的增量业绩约占 30%。与此同时，通过不断升级智能广告系统的算法，易佰网络在亚马逊的推广支出转化效率还有所提升。亚马逊后台会统计卖家支出的推广费用占其对应的广告订单金额的比例（简称“ACoS 值”），该比例降低意味着投放相同金额的推广费带来更高的销售额，即广告投放效果较好。经统计，报告期内易佰网络在亚马逊推广的 ACoS 值在 14-18% 之间波动，2020 年以来有所下降，特别是二季度降低至 13.33%，表明易佰网络在亚马逊上的营销投入转化效率有所提升。

4) 智能备货

易佰网络自主研发智能 MRP 计划系统（Material Requirement Planning，物资需求计划），基于自身泛品类、多平台、多市场的运营策略，设置精细化系统参数配置并实现自动化算法分析，综合考虑每个 SKU 历史销量及预期未来销售趋势，并结合实时库存量、预计到货、供货交运周期、物流时效等影响因素，自动输出采购、调拨、发运等指令建议并传输至其他系统模块，指引人员执行指令，以实现供应链关键环节的智能化精细化管控。

2018年11月之前，易佰网络以销售小组为单位手工计算和提出采购需求，供应链部门通过Excel统计报表进行备货逻辑校验，存在因缺乏统筹系统管理而导致的采购缺货、冗余等情况。2018年11月后，易佰网络针对亚马逊FBA模式、国内仓模式、海外仓模式，逐步进行备货逻辑及自动化算法研究，自主研发PC端系统应用程序，并持续完善算法因子及调整逻辑，形成易佰云MRP计划系统并不断迭代升级。

该系统每天能从凌晨开始计算，在5-6个小时内完成上千万条分平台的产品信息、上百万条FBA链接及库存、20-40多万个SKU的全量数据计算，并在每天9:00-10:00前生成2-10万多条SKU的采购备货指令、5-10万多条FBA仓和海外仓的发运指令，并输出给采购、物流、销售部门执行，相比早期人工计算的方式，大幅提升备货计划的准确性和各业务环节的运转效率。

2、“双蓝海”产品开发策略，避开服装、消费电子等红海市场品类

易佰网络在产品开发方面采用“双蓝海策略”，首先在发展初期战略性地避开服装、消费电子等处于红海市场的品类，优先切入并不断深耕家居园艺、健康美容、汽车摩托车配件、工业及商业用品等蓝海品类。易佰网络属于较早专注于上述产品品类的跨境出口电商，建立了一定的先发优势和规模优势，与其他以经营服装、消费电子为主的跨境出口电商企业形成差异化竞争。

除上述四大品类外，对于其他品类产品易佰网络同样深入研究市场需求和消费行为，采用蓝海战术进行差异化开发，产品开发方向主要集中在有稳定市场需求而相对冷门的细分领域（以市场竞争相对激烈的家居品类为例，代表性蓝海产品包括家装工具里的瓷砖找平器、牧场工具里的栅栏加固器、园艺工具里的摇蜜机、巢础等）。

这类产品具有生命周期长、更新换代慢的特点，在细分领域市场需求较大，市场竞争程度低于3C电子产品、服装，且产品售价相对较低，消费者对价格高低的敏感性较低，因此具有较大的调价空间，有利于维持相对较高的利润水平。

经统计，标的公司2018年、2019年以及2020年前三季度均产生收入的SKU约为5.5万个，占各期收入比例分别约为77%、71%、61%，说明标的公司开发

销售的产品具有较强的生命力和竞争力，与自身坚持差异化的选品策略相关。

易佰网络通过严控产品开发时间和开发成本来提高开发效率，并在产品开发和供应链管理各环节贯彻“小批量、多批次、低成本快速试错”的管控逻辑，从而提升产品从开发上线、采购销售到库存管理的整体周转效率。

3、坚持泛品类、多平台、多市场经营，国内仓和海外仓发货均衡发展，有效分散经营风险

易佰网络属于泛品类电商，执行多品类发展的经营策略，目前开发销售的SKU规模已超过37万个，涵盖8个大类、20余个一级品类和120余个二级细分品类，不存在对单一品类和产品的重大依赖。泛品类经营的优势主要体现在诸如“新冠”疫情等突发情况下，不会存在单一品类产品（如消费电子产品、户外用品）销量骤减而影响持续经营的情况，同时能够快速响应需求，及时开发新品，从而有效提高易佰网络的抗风险能力，不断扩充、更新产品开发数量，有效促进各产品线的业绩增长。

易佰网络在深耕亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada等主流第三方平台的同时，积极在沃尔玛、Joom、Jumia等新兴第三方电商平台开设网店，不存在依赖特定平台的情况。易佰网络对单个目标市场亦不存在依赖，排名第一的美国市场收入占比仅约20%左右。除美国、英国等英语市场外，易佰网络在德国、意大利、法国、西班牙、日本等小语种发达国家也快速发展，并敏锐抓住东南亚、南美洲甚至非洲等发展中国家和地区电商市场的巨大发展潜力，拓展销售半径。

此外，易佰网络在海外仓发货、FBA仓发货、国内仓发货等经营模式上亦均衡发展。前两者的优势在于大幅提升订单配送时效，有利于提升买家购物体验，降低平均物流成本，但对海外仓商品的品类选择、仓储成本和商品动销率管控提出更高要求；后者的优势在于适用更广范围的SKU，更容易进行库存管理，从而降低资金周转压力，但配送时间较长。易佰网络最大化地发挥各种模式的优势和特点，动态应对市场变化，有效分散经营风险。

2020年“新冠”疫情期间，易佰网络充分发挥了多种仓储模式协同发展和运营平台、海外仓库、终端市场的多元化分布的优势，在3-5月亚马逊部分FBA

仓对非生活必需品或医疗用品类商品暂时性限制入库的情况下，及时调整经营策略，将补货发运至第三方海外仓继续运营，保障终端销售的持续性。相比于品类、平台或模式单一的跨境出口电商企业，易佰网络表现出明显更强的抗风险能力和持续经营能力。

（二）标的公司历史经营业绩表现出良好增长趋势和持续盈利能力

报告期内，易佰网络在保持良好的业绩增长趋势同时，经营活动现金流情况持续改善，存货周转率不断提升，存货和货币资金占总资产的比例呈此消彼长的趋势，资产负债率亦持续下降，核心盈利指标均进一步改善，具体数据情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年		2018年
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
营业收入	200,939.88	29.12%	356,715.35	96.81%	181,250.44
净利润	17,200.21	776.59%	9,650.28	7.01%	9,018.42
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	17,481.48	123.62%	17,528.14	94.70%	9,002.68
经营活动产生的现金流量净额	41,502.00	1111.33%	-3,052.07	74.72%	-12,072.41
综合毛利率	62.64%	3.02个百分点	59.62%	-0.39个百分点	60.00%
净利率	8.56%	7.30个百分点	2.71%	-2.27个百分点	4.98%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润率	8.70%	3.71个百分点	4.91%	-0.06个百分点	4.97%
存货周转率（次/年）	3.10	0.05	3.05	0.34	2.71
项目	2020年6月末		2019年末		2018年末
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
货币资金	29,013.85	365.88%	6,227.75	10.46%	5,638.18
存货余额	40,836.92	-27.20%	56,091.23	46.16%	38,377.43
货币资金占总资产比例	27.38%	20.64个百分点	6.75%	-2.32个百分点	9.07%
存货余额占总资产比例	38.54%	-22.23个百分点	60.77%	-0.98个百分点	61.75%
资产负债率	41.06%	-10.41个百分点	51.47%	-26.94个百分点	78.41%

注：1、2018年、2019年、2020年1-6月数据经审计，同比2019年1-6月数据未经审计；

2、2020年1-6月同比变动相对2019年1-6月，2019年同比变动相对2018年，2020年6月末同比变动相对2019年末，2019年末同比变动相对2018年末；

3、2020年1-6月的存货周转率为年化结果。

（三）标的公司在跨境出口电商领域已形成较为领先的行业地位

得益于在跨境出口电商领域的深耕细作，近年来易佰网络的成长受到第三方平台的高度认可，获得 ebay2016 年度精选商品卓越表现奖、ebay2017 年度飞跃进步奖、ebay2018 年度大中华区销售季军、Lazada2018 年度激“赞”卖家奖、Shopee2018 年度最佳潜力奖、Shopee2019 年度新加坡市场最佳卖家和 2020 年度马来西亚最佳卖家、Wish2019 年度卖家之星、雨果网“跨境拾年领军企业（2010-2020）”奖等奖项，逐步树立了在跨境出口电商行业的口碑和地位。

综上所述，标的公司当前已初步形成规模，并在相关品类领域形成一定的先发优势，通过坚持自主研发和不断升级信息系统，提升自身的经营管理效率，报告期内表现出良好的业绩增长趋势和持续盈利能力，具有赖以持续发展的核心竞争力，在跨境出口电商领域已形成领先的行业地位。未来，随着易佰网络经营规模不断扩大，为不断提升易佰网络智能化、数据化运营能力，优化各部门整体运营效率和人均创收水平，易佰网络拟进一步对“易佰云”智能化企业管理平台进行升级，从而保持和提升持续盈利能力。

二、结合标的资产主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等因素，补充披露标的资产未来的经营风险和对持续盈利能力的影响，并说明本次交易评估是否充分考虑了上述因素。

（一）标的公司主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等情况

报告期内，美国、英国和欧盟主要国家稳定保持在易佰网络的销售地区排名前列，其当前政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等情况具体如下：

1、美国地区

因素	与标的公司及所处行业相关内容
----	----------------

政治环境	美国新任总统拜登上台后的对华政策引人关注，2021年2月在七国集团（G7）特别峰会和慕尼黑安全会议上高呼“美国回来了”，试图重振美国的领导力，修复与西方盟友的关系，统一对华政策的步调。拜登提到，必须为与中国的长期战略竞争做准备，并预言这将是激烈竞争。中国作为美国长期竞争对手的定位没有发生根本改变，但拜登政府的应对显然更为理性，既全力竞争又不放弃合作努力，没有发出将中国视为“敌人”或推动两国新冷战的言论，与以激进遏华为主线的特朗普主义有所区分。截至目前，美国新政府的对华政策虽有轮廓但不甚具体，如何执行也尚在酝酿之中，未来走向尚待观察 ¹ 。
经济环境	美国商务部2021年2月发布的季度数据显示，2020年美国电商销售额增长32%，达到7,900亿美元，高于前一年的5,980亿美元，其中电商占零售总支出的14%，较2019年的11.3%有显著增长 ² 。此外，美国人口普查局公布的数据显示，2020年美国人在电子商务上的支出为7917亿美元，同比增长32.4% ³ 。
国际贸易和关税	关税战，是特朗普执政时期美国国际贸易政策的代名词。新任美国总统拜登上台后，有关国际贸易和关税方面的政策和态度逐渐释放。候任贸易代表戴琦在2021年2月末美国参议院组织的听证会上，虽然承认中国是重要的合作伙伴，但也认为中国是强大的对手，支持以关税作为抗衡中国贸易政策的合法工具，表示美国商务政策新团队不打算彻底改变特朗普政府的强硬立场 ⁴ 。

2、英国地区

因素	与标的公司及所处行业相关内容
政治经济环境	2020年英国当地时间1月31日，英国正式退出欧盟，进入为期11个月的过渡期。从2021年1月1日起，英国与欧盟将实现全面的政治和经济独立，英国与欧盟之间将增设海关边境。英国与欧盟之间的亚马逊物流欧洲整合服务（Pan-EU）库存转运将停止，但是，亚马逊物流欧洲整合服务将继续在欧盟地区内运输库存，以支持卖家在德国、法国、意大利和西班牙站点上的销售。
国际贸易	正式脱欧之后，英国获得了独立的外贸政策，可以自由与欧盟之外的国家签署自由贸易协定，制定独立的产业政策。根据英国国家统计局2020年12月公布的数据，2020年上半年，在前五大贸易伙伴中，英国仅与中国实现双边货物贸易正增长，这主要是由于英国从中国进口的货物增长了17.2%，中国已经成为英国日益重要的贸易伙伴 ⁵ 。
税务	随着英国脱欧，自2021年起，在商品销售环节，如果跨境电商卖家从英国境外或通过英国境内的库存向英国买家配送商品，由电商平台代收代缴适

¹ 《拜登对华政策信号：竞争对手定位不变，但不推动新冷战》，2021年2月26日，《中国新闻周刊》

² 《销售额高达8000亿美元！2020年美国电商势如破竹》，2021年2月20日，腾讯网

³ 《2020年美国电子商务支出7917亿美元 同比增长32.4%》，2021年2月21日，搜狐网

⁴ 《美国候任贸易代表称：中国是强大对手，能像指挥乐队一样指挥经济》，2021年2月26日，观察者网；

《美国贸易代表提名人戴琦：拜登政府支持使用关税》，2021年2月26日，人民日报海外网

⁵ 《中英贸易不断增长 抓住机遇深化合作作为正解》，2021年2月25日，中国日报网

用的增值税。如果跨境电商卖家从英国境外向英国买家配送商品，且该买家在英国登记了增值税（企业及机构买家），则电商平台无需代收和代缴增值税，已登记增值税的买家可通过其增值税申报单自行申报英国增值税。

3、欧盟地区

政治经济环境	2020年12月30日，中欧领导人共同宣布如期完成中欧投资协定谈判。中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东认为，中欧投资协定将会给中欧双方带来新的市场机遇和投资机遇，有力促进双方在投资领域的自由化便利化，并为双方企业开展合作提供更多投资机会，从而促进中欧经贸关系迈向更高水平的新阶段 ⁶ 。
国际贸易和税务	2021年7月1日起，欧盟将实施《欧盟税务行政合作指令》修订法案，主要变化包括：统一注册号管理，引入一站式注册申报服务；欧盟成员彼此之间的固定远程销售额度统一，取消低于22欧元的商品的进口增值税豁免政策；规定销售环节由电商平台代扣代缴增值税。欧盟各国尚未正式出台对上述欧盟指令的具体实施细则。

（二）标的公司的经营风险和对持续盈利能力的影响

1、标的公司的经营风险

鉴于上述主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等情况，标的公司面临的主要经营风险如下：

（1）政策变动带来的风险

中国跨境出口电商行业尚处在快速发展期，相应政策、法律体系尚在不断完善中。虽然国家为促进跨境电商行业的加速发展，接连颁布对跨境电子商务的相关支持政策，并提出具体措施以解决跨境电商在通关、支付等方面存在的难题，但不排除未来监管部门出台新的跨境出口电商政策法规要求、出口贸易政策，从而改变行业经营环境，若易佰网络未能满足新的政策要求，易佰网络的整体盈利能力将受到一定程度的影响。

（2）宏观经济波动的风险

易佰网络主要从事跨境出口电商业务，如果未来国际经济形势发生诸如经济增长放缓或停滞等重大不利变化，或者出现系统性的金融危机，都将严重制约整个国外消费市场的市场需求，从而对公司持续经营造成不利影响。

⁶ 《历时7年35轮谈判，中欧投资协定谈判如期完成——中欧合作共赢开新局》，2021年1月1日，人民日报

（3）新型冠状病毒疫情带来的风险

现阶段，虽然我国在“新冠”疫情防控方面取得良好成效，经济活动全面恢复，社会生产经营有序开展，但假如未来发生较大范围内的第二波“新冠”疫情且政府再次出台限制人员流动、企业复工的疫情防控政策，则易佰网络及其上游供应商的生产经营将受到较大不利影响。

自“新冠”疫情 2020 年上半年在海外多国爆发以来，海外消费需求加速由线下向线上转移，长期来看，对我国跨境出口电商行业的发展具有推动作用。但是，短期来看，跨境物流价格和跨境物流时效波动频繁，上半年大幅增长，下半年逐渐回落，对易佰网络应对市场环境快速变化的能力提出了很大的挑战。2020 年第四季度，德国、法国等部分国家为遏制第二波“新冠”疫情采取了不同时间和地域范围内的封锁政策，防控效果和持续时长存在较大不确定性，进一步推动线上消费的同时，对于线上订单的配送成本和时效可能造成一定影响。

（4）中美经贸关系恢复不及预期的风险

2018 年 5 月以来，美国在国际贸易战略、进出口政策等方面呈现保护主义趋势，其全球贸易政策呈现出较强的不确定性，给我国跨境电商企业的发展环境带来一定的不稳定因素，主要体现在税收政策、汇率变动、合规性监管政策等经营规则的变动风险。2020 年 1 月 15 日，中美达成第一阶段经贸协议，也推动美方实现对华加征关税由升到降的转折，包括暂停原定 2019 年 12 月 15 日要加征的关税，并将 2019 年 9 月 1 日生效的对华已加征关税税率从 15%降至 7.5%，有助于推动中美经贸关系逐步回归正轨。新任美国总统拜登上台后，有关国际贸易和关税方面的政策和态度逐渐释放。候任贸易代表戴琦在 2021 年 2 月末美国参议院组织的听证会上，虽然承认中国是重要的合作伙伴，但也认为中国是强大的对手，支持以关税作为抗衡中国贸易政策的合法工具，表示美国商务政策新团队不打算彻底改变特朗普政府的强硬立场。在此背景下，尽管如此，中美第一阶段经贸协议的落实进程和效果尚存在较大不确定性，对于中美经贸关系的恢复以及中国面向美国的跨境出口电商业务可能存在不利影响。

（5）境外经营风险

易佰网络的主要经营主体香港易佰通过亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方平台向境外终端消费者销售商品。终端消费者所在国家或地区的政治环

境、人文环境、法律环境、商业环境均与中国大陆存在较大差异，易佰网络可能在经营过程中因对境外子公司所在地或商品销售所在地的政策制度、法律法规、文化传统、价值观等不熟悉而对境外经营造成不利影响。

同时，易佰网络境外子公司所在地或商品销售所在地的监管体系、外汇管理、税收体系等有关政策法律如发生对易佰网络不利的变化，亦可能对易佰网络的整体盈利能力造成一定程度的影响。

（6）汇率波动风险

易佰网络开展跨境出口电商零售业务的主要结算货币为外币。未来若人民币升值，将影响易佰网络产品的销售价格，削弱产品的市场竞争力。此外，若未来收付货币汇率出现大幅波动，汇兑损益会对公司经营业绩产生一定影响。

2、标的公司经营对持续盈利能力的影响分析

首先，易佰网络主要依托第三方电商平台开展业务，销售市场分布广泛，覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区。企业未来除继续加大美国欧洲地区的市场拓展力度的同时，积极拓展东南亚、南美洲市场。全球化的市场布局策略有利于抵消部分国家或地区上述部分风险，进而保持稳健的发展态势。2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月，易佰网络分别实现营业收入 181,250.44 万元、356,715.35 万元、200,939.88 万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 9,002.68 万元、17,528.14 万元、17,481.48 万元，表现了良好的发展速度和潜力。因此，结合历史期的经营情况，标的公司能够保持良好的持续盈利能力。

此外，结合以往的经营经验，易佰网络未来维持生产经营、持续盈利能力的稳定性具有可行性，具体因素分析如下：①跨境出口电商业务面向全球性海量市场，发展空间广阔；②坚持泛品类、多平台、多市场经营，国内仓和海外仓发货均衡发展，有效分散经营风险；③快速响应终端需求，产品开发流程不断优化，供应链效率不断提升；④自主研发的信息系统进一步优化，营销环节和存货管理的经营效率得以提升；⑤在品类上差异化竞争，商品平均售价和客单价稳步提升。

（三）本次交易评估是否考虑上述因素

2017 年、2018 年、2019 年，易佰网络分别实现营业收入 91,594.23 万元、

181,250.44 万元、356,715.35 万元，复合增长率约为 97.35%；实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 3,721.80 万元、9,002.68 万元、17,528.14 万元，复合增长率约为 117.02%；此外，2020 年度，根据未经审计的财务数据，易佰网络实现营业收入约 41-43 亿元，同比增长约 15-20%，净利润约 3.4-3.5 亿元，同比增长约 95-100%，整体保持了良好的业绩增长趋势，由此看出易佰网络具有较强的抗风险的能力。

标的公司结合历史期的收入以及利润的增长水平，在未来盈利预测中结合盈利预测出具时点中美经贸关系、新型冠状病毒疫情等因素的最新进展以及对易佰网络经营指标的影响，谨慎预计 2021 年-2024 年收入复合增长率为 9.45%，净利润复合增长率约为 5.34%。此外，上市公司已在重组报告书“重大风险提示/一、易佰网络的经营风险”中作出了相关风险提示。

三、中介机构核查意见

经核查，评估师认为：上市公司结合标的资产核心竞争力、历史经营业绩、行业地位等，说明了本次交易定价及评估增值率的合理性；结合标的公司主要经营地区主要的政治经济环境、贸易、税务等政策法规因素补充披露了标的公司可能存在的经营风险，并分析了对可持续盈利能力的影响；补充披露了交易估值出具时点中美经贸关系、新型冠状病毒疫情等因素的最新进展以及标的公司在未来盈利预测中的考虑，并在重组报告书中作出了相关风险提示。上述相关分析具有合理性。

（本页无正文，为《中联资产评估集团有限公司关于深圳证券交易所上市审核中心〈关于湖南华凯文化创意股份有限公司申请发行股份购买资产并募集配套资金的审核中心意见落实函〉（〔2021〕030005 号）资产评估相关问题回复之核查意见》之签章页）

中联资产评估集团有限公司

2021 年 3 月 8 日