

关于兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司  
向特定对象发行股票申请文件  
的审核问询函

之

回复报告

保荐机构（主承销商）



（浙江省杭州市五星路 201 号）

二〇二四年十二月

上海证券交易所:

贵所于 2024 年 10 月 29 日出具的《关于兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函》（以下简称“《问询函》”）已收悉，浙商证券股份有限公司作为兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司（以下简称“丽尚国潮”、“发行人”、“公司”）向特定对象发行股票的保荐机构和主承销商，与发行人及申报会计师天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、发行人律师上海市锦天城律师事务所（以下简称“发行人律师”）对《问询函》所列问题认真进行了逐项落实，现对《问询函》问题进行回复，请予审核。

说明:

一、如无特别说明，本《问询函》回复所使用的简称或名词释义与《兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票募集说明书》中的释义相同。

二、本《问询函》回复中的字体包含以下含义:

<b>黑体（加粗）</b>	<b>《问询函》所列问题</b>
宋体	对《问询函》所列问题的回复
<b>楷体（加粗）</b>	<b>对募集说明书、本回复报告的补充和修改</b>

## 目录

目录 .....	3
问题 1. 关于认购对象 .....	4
问题 2. 关于本次募投项目 .....	10
问题 3. 关于融资规模与效益测算 .....	47
问题 4. 关于经营情况 .....	92
问题 5. 关于资产情况 .....	127
问题 6. 关于房地产业务 .....	170
问题 7. 关于财务性投资 .....	181
问题 8. 关于其他 .....	188
保荐机构总体意见 .....	218

## 问题 1. 关于认购对象

根据申报材料，本次向特定对象发行的发行对象为浙江元明控股有限公司（以下简称元明控股），系公司控股股东。

请发行人说明：（1）元明控股的认购数量是否符合《上海证券交易所上市公司证券发行与承销业务实施细则》第 35 条关于认购数量和数量区间的相关规定；（2）元明控股及其关联方从定价基准日前六个月至本次发行完成后六个月内是否存在减持公司股票的情况或减持计划，是否违反《证券法》关于短线交易的有关规定；（3）本次发行完成后，元明控股在公司拥有权益的股份比例，相关股份锁定期限是否符合上市公司收购等相关规则的监管要求。

请保荐机构及发行人律师核查并发表意见，并就发行人是否符合《监管规则适用指引——发行类第 6 号》第 9 条的相关规定发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、发行人说明

（一）元明控股的认购数量是否符合《上海证券交易所上市公司证券发行与承销业务实施细则》第 35 条关于认购数量和数量区间的相关规定

根据《上海证券交易所上市公司证券发行与承销业务实施细则》第三十五条规定：“董事会决议确定具体发行对象的，上市公司应当在召开董事会的当日或者前一日与相应发行对象签订附生效条件的股份认购合同。本条所述认购合同应当载明该发行对象拟认购股份的数量或数量区间或者金额或金额区间、认购价格或定价原则、限售期及违约情形处置安排，同时约定本次发行经上市公司董事会、股东大会批准并经中国证监会注册，该合同即应生效。”

2023 年 6 月 29 日，公司召开第十届董事会第五次会议审议并通过了本次发行的相关议案，公司与元明控股签署了《附条件生效的股份认购协议》。2024 年 5 月 31 日，公司召开第十届董事会第十七次会议审议并通过了《关于调整公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票方案的议案》及其他相关议案，公司与元明控股签署了《附条件生效的股份认购协议之补充协议》。2024 年 7 月 3 日，公司召开第十届董事会第十九次会议审议并通过了《关于调整公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票方案的议案》及其他相关议案，公司与元明控股签署了《附条件生效的股份认购协议之补充协议（二）》。2024 年 11 月 18 日，公司召开第

十届董事会第二十五次会议审议并通过了《关于调整公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票方案的议案》及其他相关议案，公司与元明控股签署了《附条件生效的股份认购协议之补充协议（三）》。

根据公司与元明控股签署的上述协议及《兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案（三次修订稿）》，元明控股拟认购公司本次发行股份的数量为 156,368,141 股，符合《上海证券交易所上市公司证券发行与承销业务实施细则》第 35 条关于认购数量和数量区间的相关规定。

**（二）元明控股及其关联方从定价基准日前六个月至本次发行完成后六个月内是否存在减持公司股票的情况或减持计划，是否违反《证券法》关于短线交易的有关规定；**

公司本次发行的首次定价基准日为第十届董事会第五次会议决议公告日（即 2023 年 6 月 30 日），首次定价基准日前六个月至本回复报告出具日期间，元明控股及其关联方不存在减持公司股票的情形。

元明控股于 2023 年 9 月 6 日已出具《关于特定期间不存在减持情况或减持计划的承诺》，“截至本承诺函出具之日，本公司及关联方不存在减持丽尚国潮股票的情形。自本承诺函出具之日起至丽尚国潮 2023 年度向特定对象发行股票完成后 6 个月内，本公司及关联方将不减持丽尚国潮的股票。如本公司未履行上述承诺，因减持股票所得收益（如有）全部归丽尚国潮所有，本公司愿意依法承担因此产生的法律责任。”。

综上，元明控股及其关联方从定价基准日前六个月至本次发行完成后六个月内不存在减持公司股票的情况或减持计划，不存在违反《证券法》关于短线交易的有关规定的规定的情形。

**（三）本次发行完成后，元明控股在公司拥有权益的股份比例，相关股份锁定期限是否符合上市公司收购等相关规则的监管要求；**

**1、本次发行完成后，元明控股在公司拥有权益的股份比例**

截至本回复报告出具日，公司股份总数为 761,335,236 股，元明控股直接持有公司股份 162,306,296 股，占公司总股本的比例为 21.32%，红楼集团有限公司持有的 77,269,101 股股份表决权无条件且不可撤销地委托元明控股行使，元明控股合计持有公司有表决权股份占公司总股本比例为 31.47%。

根据公司与元明控股签署的《附条件生效的股份认购协议》及补充协议、《兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案（三次修订稿）》，按照元明控股认购公司本次发行的股票数量 156,368,141 股测算，本次发行完成后，公司总股本达 917,703,377 股，元明控股直接持有公司 318,674,437 股股份，占公司总股本的比例为 34.73%，红楼集团有限公司持有的 77,269,101 股股份表决权无条件且不可撤销地委托元明控股行使，元明控股合计持有公司有表决权股份占公司总股本比例为 43.15%。

## **2、相关股份锁定期限是否符合上市公司收购等相关规则的监管要求**

### **（1）相关股份锁定期限**

元明控股已出具《浙江元明控股有限公司股份锁定承诺函》，元明控股已承诺其认购的本次向特定对象发行的股份自发行结束之日起 36 个月内不得转让，其所取得公司本次向特定对象发行的股票因公司分配股票股利、资本公积转增等情形所衍生取得的股份亦应遵守上述股份锁定安排。

### **（2）相关股份锁定期限符合《上市公司收购管理办法》相关规定的情况**

根据《上市公司收购管理办法》第六十三条第一款规定：“有下列情形之一的，投资者可以免于发出要约：……（三）经上市公司股东大会非关联股东批准，投资者取得上市公司向其发行的新股，导致其在该公司拥有权益的股份超过该公司已发行股份的 30%，投资者承诺 3 年内不转让本次向其发行的新股，且公司股东大会同意投资者免于发出要约。”

本次发行完成后，元明控股将持有公司 318,674,437 股，占公司总股本的 34.73%，红楼集团有限公司持有的 77,269,101 股股份表决权无条件且不可撤销地委托元明控股行使，元明控股合计持有公司有表决权股份占公司总股本比例为 43.15%，触发《上市公司收购管理办法》规定的要约收购义务。公司于 2023 年 7 月 17 日、2024 年 6 月 17 日分别召开 2023 年第二次临时股东大会、2024 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于提请股东大会批准公司控股股东免于以要约收购方式增持公司股份的议案》，关联股东元明控股履行了回避表决程序。

鉴于本次发行对象元明控股已承诺其认购的本次向特定对象发行的股份自发行结束之日起 36 个月内不得转让，经公司股东大会非关联股东批准，元明控股可以免于以要约收购方式认购取得公司本次发行的股份，符合《上市公司收购

管理办法》第六十三条第一款规定的监管要求。

### **(3) 相关股份锁定期限符合《发行注册管理办法》相关规定的情况**

根据《发行注册管理办法》第五十九条规定：“向特定对象发行的股票，自发行结束之日起六个月内不得转让。发行对象属于《发行注册管理办法》第五十七条第二款规定的情形，其认购的股票自发行结束之日起十八个月内不得转让。”根据《发行注册管理办法》第五十七条第二款规定：“……上市公司董事会决议提前确定全部发行对象，且发行对象属于下列情形之一的，定价基准日可以为关于本次发行股票的董事会决议公告日、股东大会决议公告日或者发行期首日：（一）上市公司的控股股东、实际控制人或者其控制的关联人；（二）通过认购本次发行的股票取得上市公司实际控制权的投资者；（三）董事会拟引入的境内外战略投资者。”

元明控股为公司的控股股东，元明控股属于《发行注册管理办法》第五十七条第二款规定的情形，其认购公司本次发行的股票自发行结束之日起十八个月内不得转让。元明控股已承诺其认购的本次发行的股份自发行结束之日起 36 个月内不得转让，符合《发行注册管理办法》第五十七条第二款、第五十九条规定的监管要求。

### **(4) 认购对象的补充承诺**

元明控股已出具《关于兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司向特定对象发行股票事项的补充承诺函》，元明控股已承诺在发行人本次向其发行股份认购完成后，其持有的发行人股份的转让将严格遵守《公司法》《证券法》《上市公司证券发行注册管理办法》《上市公司收购管理办法》等相关法律法规的要求。

综上，本次发行完成后，元明控股将持有公司 318,674,437 股，占公司总股本的 34.73%，元明控股合计持有公司有表决权股份占公司总股本比例为 43.15%，触发《上市公司收购管理办法》规定的要约收购义务。元明控股已承诺其认购的本次发行的股份自发行结束之日起 36 个月内不得转让，认购完成后其持有发行人股份的转让将严格遵守《公司法》《证券法》《上市公司证券发行注册管理办法》《上市公司收购管理办法》等相关法律法规的要求，且免于以要约收购方式增持公司股份事项已经公司股东大会非关联股东批准相关股份锁定期限符合上市公司收购等相关规则的监管要求。

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

保荐机构和发行人律师执行了如下核查程序：

1、查阅了《上海证券交易所上市公司证券发行与承销业务实施细则》、《上市公司收购管理办法》、《发行注册管理办法》等法律规定；

2、取得并查阅了发行人第十届董事会第五次会议文件、第十届监事会第四次会议文件、2023 年第二次临时股东大会会议文件、第十届董事会第十七次会议文件、第十届监事会第八次会议文件、2024 年第二次临时股东大会会议文件、第十届董事会第十九次会议文件、第十届监事会第九次会议文件、第十届董事会第二十五次会议文件、第十届监事会第十三次会议文件及相关公告文件；

3、取得并查阅了发行人与元明控股签署的《附条件生效的股份认购协议》、《附条件生效的股份认购协议之补充协议》、《附条件生效的股份认购协议之补充协议（二）》、《附条件生效的股份认购协议之补充协议（三）》；

4、取得并查阅了《募集说明书》及历次修订的本次的发行预案；

5、取得并查阅了元明控股主要关联方出具的确认文件、调查问卷；

6、取得并查阅了中国证券登记结算有限责任公司出具的《合并普通账户和融资融券信用账户前 200 名明细数据表》；

7、取得并查阅了元明控股出具的《关于特定期间不存在减持情况或减持计划的承诺》、《浙江元明控股有限公司股份锁定承诺函》、《关于本次认购资金来源等相关事项的声明与承诺》、《关于兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司向特定对象发行股票事项的补充承诺函》等承诺文件；

8、取得并查阅了元明控股与红楼集团有限公司签署的《表决权委托协议》；

9、网络检索了浙江省商务厅等政府部门网站、国家企业信用信息公示系统、企查查等网站；

10、取得了发行人出具的相关说明文件。

### （二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、元明控股拟认购公司本次发行股份的数量为 156,368,141 股，符合《上海证券交易所上市公司证券发行与承销业务实施细则》第 35 条关于认购数量和数



量区间的相关规定。

2、元明控股及其关联方从首次定价基准日（即 2023 年 6 月 30 日）前六个月至本回复报告出具日期间不存在减持发行人股票的情形；元明控股已出具承诺函，自承诺函出具之日起至本次发行完成后 6 个月内，元明控股及其关联方将不减持发行人的股票。因此，元明控股及其关联方从定价基准日前六个月至本次发行完成后六个月内不存在减持发行人股票的情况或减持计划，不存在违反《证券法》关于短线交易的有关规定的规定的情形。

3、本次发行完成后，元明控股将持有发行人 318,674,437 股，占发行人总股本的 34.73%，元明控股合计持有公司有表决权股份占公司总股本比例为 43.15%；元明控股已承诺其认购的本次发行的股份自发行结束之日起 36 个月内不得转让，并已经发行人股东大会非关联股东批准，相关股份锁定期限符合上市公司收购等相关规则的监管要求。

4、发行人符合《监管规则适用指引——发行类第 6 号》第 9 条的相关规定，具体分析如下：

（1）本次认购对象元明控股已出具《关于本次认购资金来源等相关事项的声明与承诺》：“本次认购资金为本企业的自有资金或自筹资金，资金来源合法合规，不存在对外募集、代持、结构化安排的情形，不存在直接或间接使用丽尚国潮、丽尚国潮除控股股东及实际控制人之外的其他关联方的资金用于本次认购的情形；不存在丽尚国潮、丽尚国潮除控股股东及实际控制人之外的其他主要股东直接或通过利益相关方向本企业提供财务资助、补偿、承诺收益或其他协议安排的情形；丽尚国潮不存在向本企业作出保底保收益或者变相保底保收益承诺的情形。”

（2）本次认购对象元明控股已出具《关于本次认购资金来源等相关事项的声明与承诺》：“本企业不存在法律法规禁止持股的情形；不存在本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员等通过本企业违规持股的情形；本企业参与本次认购不存在利益输送；本企业不存在接受他人委托代为认购、代他人出资受托持股、信托持股及其他代持情形。”

（3）本次认购对象为发行人控股股东元明控股。丽水南城新区投资发展有限公司持有元明控股 100%股权，丽水经济技术开发区实业发展集团有限公司持

有丽水南城新区投资发展有限公司 100%股权，丽水经开区管委会持有丽水经济技术开发区实业发展集团有限公司 100%股权。本次发行不存在法律法规规定禁止持股、违规持股、不当利益输送等情形，亦不涉及证监会系统离职人员入股的情形。

综上，发行人符合《监管规则适用指引——发行类第 6 号》第 9 条相关规定。

## **问题 2. 关于本次募投项目**

根据申报材料，本次募集资金用于专业市场及亚欧商厦改造升级项目、数字化转型项目、兰州中高端酒店投资开发项目、杭州总部运营管理中心建设项目，其中数字化转型项目投资用于购置硬件设备、外购或自主研发相关软件系统等。

请发行人说明：（1）结合专业市场及亚欧商厦改造升级项目经营年限、装修及设备成新情况、历史及行业一般的翻新周期等说明该项目实施的必要性；（2）数字化转型项目搭建新系统及升级现有系统的具体情况，新老系统的主要功能差异，发行人是否具备募投项目自主研发相关软件系统的实施能力，本项目的实施是否能够有效提升发行人的运营能力及盈利水平；（3）兰州中高端酒店投资开发项目与发行人现有酒店项目在地点、客户群体、品牌定位等方面的差异情况，现有酒店项目的经营情况，二者是否具有竞争关系；（4）结合杭州总部运营管理中心建设项目的具体内容、现有房屋面积、员工人数、同行业平均水平等，说明该项目购置房屋的必要性及新增房屋面积的合理性；（5）量化分析募投项目新增折旧和摊销对发行人经营业绩的可能影响。

请保荐机构对上述事项核查并发表明确意见。

### **【回复】**

#### **一、发行人说明**

（一）结合专业市场及亚欧商厦改造升级项目经营年限、装修及设备成新情况、历史及行业一般的翻新周期等说明该项目实施的必要性。

1、专业市场及亚欧商厦改造升级项目经营年限、装修及设备成新情况、历史翻新周期

专业市场及亚欧商厦改造升级项目包括杭州环北专业市场改造升级、南京环北专业市场改造升级、兰州亚欧商厦改造升级三个子项目，该三处经营场所的相关情况如下：

**(1) 经营年限**

截至 2024 年 6 月 30 日，杭州环北专业市场、南京环北专业市场、兰州亚欧商厦的经营年限情况如下：

经营场所		开业时间	经营年限
杭州环北专业市场		2009 年	15 年
南京环北专业市场		2002 年	22 年
兰州亚欧商厦	B1 层超市	1994 年	30 年
	1-8 层商场	1994 年	30 年
	9-10 层酒店	1996 年	28 年

根据上表，截至 2024 年 6 月 30 日，杭州环北专业市场、南京环北专业市场、兰州亚欧商厦的经营年限分别约 15 年、22 年、28 年-30 年。

**(2) 装修及设备成新情况**

截至 2024 年 6 月 30 日，杭州环北专业市场、南京环北专业市场、兰州亚欧商厦的装修及设备成新情况如下：

经营场所	类别	账面原值	账面价值	成新率
杭州环北专业市场	装修工程	4,041.81	675.97	16.72%
	相关设备	3,659.77	424.80	11.61%
	<b>小计</b>	<b>7,701.58</b>	<b>1,100.77</b>	<b>14.29%</b>
南京环北专业市场	装修工程	5,858.30	644.54	11.00%
	相关设备	535.25	255.99	47.83%
	<b>小计</b>	<b>6,393.55</b>	<b>900.53</b>	<b>14.08%</b>
兰州亚欧商厦	装修工程	25,635.59	3,447.42	13.45%
	相关设备	4,440.10	757.48	17.06%
	<b>小计</b>	<b>30,075.69</b>	<b>4,204.90</b>	<b>13.98%</b>
<b>合计</b>	装修工程	35,535.70	4,767.93	13.42%
	相关设备	8,635.12	1,438.27	16.66%
	<b>合计</b>	<b>44,170.82</b>	<b>6,206.20</b>	<b>14.05%</b>

注：相关设备包括通用设备、专用设备及其他设备等。

根据上表，截至 2024 年 6 月 30 日，杭州环北专业市场、南京环北专业市场、兰州亚欧商厦合计的装修、设备资产成新率分别为 13.42%、16.66%。

### (3) 历史翻修周期

杭州环北专业市场、南京环北专业市场、兰州亚欧商厦自开业以来的主要翻新情况如下：

经营场地		开业时间	翻新时间	主要翻新内容
杭州环北专业市场	内部区域	2009年	2013年-2014年	市场内部装修改造
			2018年-2022年	地下一层、地下二层、第6层、第8层、市场中厅等区域装修改造
南京环北专业市场	内部区域	2002年	2010年-2011年	一期大楼、二期大楼等部分楼层、区域装修改造
			2015年-2019年	一期大楼、二期大楼等部分楼层、区域装修改造
	外立面		2011年	外立面局部改造
	2018年		外立面局部改造	
兰州亚欧商厦	B1层超市	1994年	2011年	超市装修改造
	1-8层商场		2011年-2012年	部分楼层装修改造
			2015年	部分楼层装修改造
			2018年	部分楼层装修改造
	外立面	2009年	外立面装修改造	
	9-10层酒店	1996年	2007年	客房装修改造
2016年-2019年			客房、会议室、健身房、洗衣间等装修改造	

根据上表，杭州环北专业市场内部区域翻新周期根据不同情况约为4年-9年，外立面未进行过翻新；南京环北专业市场内部区域翻新周期根据不同情况约为4年-9年，外立面局部翻新周期约7年-9年；兰州亚欧商厦中的超市、商场、外立面、酒店的历史翻新周期根据不同情况分别约为17年、3年-18年、15年、9年-12年。

#### 2、行业一般的翻新周期

根据中国建筑装饰协会数据以及亿欧智库的研究报告，公共建筑物装修更新周期约为5年-8年，酒店的更新周期为6年-8年。

根据部分同行业上市公司公开披露信息，酒店翻新周期情况如下：

行业	同行业公司	翻新周期情况
酒店	锦江股份（600754.SH）	每家门店通常3-5年会进行一次大规模的翻新

行业	同行业公司	翻新周期情况
酒店	君亭酒店（301073.SZ）	中高端商务酒店大概在 8-10 年会进行装修

根据上述信息，公共建筑物的装修更新周期约为 5 年-8 年，酒店的更新周期为 6 年-8 年或 3 年-10 年。

### 3、该项目实施的必要性

#### （1）杭州环北专业市场、南京环北专业市场改造升级项目实施的必要性

##### 1）本次拟改造升级区域装修及相关设施陈旧老化

截至 2024 年 6 月 30 日，公司杭州环北专业市场、南京环北专业市场的经营年限分别约 15 年、22 年，其装修及设备整体成新率分别为 14.29%、14.08%。目前，杭州环北专业市场、南京环北专业市场本次拟改造升级区域空间布局不合理、装修陈旧破损、相关设施设备老化、设计不符合业务发展需求等问题日益显现，对商家和消费者的吸引力逐步减弱。

##### 2）本次拟翻新周期已达到公司历史及行业一般的翻新周期

公司杭州环北专业市场、南京环北专业市场本次拟改造升级区域的翻新周期已达到公司历史及行业一般的翻新周期，具体如下：

经营场所	经营年限	区域	历史翻新周期	行业一般翻新周期	本次拟翻新周期（注）
杭州环北专业市场	15 年	市场内部	约 4 年-9 年	约 5 年-8 年	约 10 年-13 年
		外立面	无		约 15 年-18 年
南京环北专业市场	22 年	市场内部	约 4 年-9 年	约 5 年-8 年	约 5 年-11 年
		外立面	约 7 年-9 年		约 6 年-8 年

注：杭州环北专业市场负 1 层至第 5 层前次装修改造时间为 2013 年-2014 年，外立面自开业以来未进行改造；南京环北专业市场内部区域前次装修改造时间为 2015 年-2019 年，外立面前次局部改造时间为 2018 年。本次专业市场改造升级项目建设周期为 3 年，假设为 2024 年-2026 年。

##### 3）本次拟改造升级主要内容

公司杭州环北专业市场、南京环北专业市场本次拟对以下方面进行改造升级：

序号	改造升级区域/设施	改造升级内容及效果
1	公共区域	通过对公共区域重新设计改造，注入潮流商业装饰元素，使市场氛围更时尚，改善经营环境，增强市场的品牌附加值；在符合相关法律法规的前提下，通过合理增设商铺来提高空间利用率、增加租金收入；

		优化市场动线布局，增强商铺引流，缩小商铺间的坪效差距，实现楼层整体的均衡性发展。
2	外立面	通过使用节能环保材料对外立面更新改造，可以增强保温性能，提升空调的运行效率，降低能耗；提升外立面安全性，消除安全隐患；提升建筑外立面整体的质感，满足专业市场发展对于时尚元素的需求，进一步提高市场整体形象。
3	设备	更换部分老旧设备，增强消费舒适性和体验感，降低维保成本，提升市场整体的物业服务响应能力，有效提高服务质量。

## (2) 兰州亚欧商厦改造升级项目实施的必要性

### 1) 本次拟改造升级区域装修及相关设施陈旧老化

截至 2024 年 6 月 30 日，公司兰州亚欧商厦的经营年限已达 28 年-30 年，其装修及设备整体成新率为 13.98%。目前，公司兰州亚欧商厦 B1 层超市装修风格、设施设备逐步陈旧老化，曾经优越的购物环境及消费者体验感逐渐消退；1-8 层商场物业条件与竞争店差距日益加大，新品牌招商难度加大、现有品牌店面存在级别下降可能，原有动线的设计已不能满足以精致家庭消费者为主的购物习惯，部分老旧设施设备维保费用不断增加；9-10 层酒店随着设施日益陈旧老化，维保成本较高，竞争优势逐渐减弱，复住率呈下降趋势；外立面幕墙陈旧老化，辨识度和吸引力逐渐降低。

### 2) 本次拟翻新周期已达到或接近公司历史及行业一般的翻新周期

公司兰州亚欧商厦本次拟改造升级区域的翻新周期已接近公司历史及行业一般的翻新周期，具体如下：

经营场所	经营年限	区域	历史翻新周期	行业一般翻新周期	本次拟翻新周期 (注)
兰州亚欧商厦	28 年-30 年	超市	约 17 年	约 5 年-8 年	约 13 年-15 年
		商场	约 3 年-18 年		约 6 年-8 年
		外立面	约 15 年		约 15 年-17 年
		酒店	约 9 年-12 年	约 6 年-8 年 或 3 年-10 年	约 5 年-10 年

注：兰州亚欧商厦前次装修改造时间为：超市 2011 年、商场 2018 年、外立面 2009 年、酒店 2016 年-2019 年。本次兰州亚欧商厦改造升级项目建设周期为 3 年，假设为 2024 年-2026 年。

### 3) 本次拟改造升级主要内容

公司兰州亚欧商厦本次拟对以下方面进行改造升级：

序号	改造升级区域/设施	改造升级内容及效果
1	B1层超市	综合多年经营沉淀和品牌积累、本土消费者需求等多方面因素考虑，通过家庭厨房、海鲜世界、预制菜、进口酒窖、多彩生活等场景化、生活化的经营策略，重新定位品类划分。
2	1-8层商场	通过内部的平面动线改造、垂直动线改造、各楼层互动空间改造，增设部分自动扶梯，改变原动线不足，同时增加优质铺位，促进优质品牌引进，搭建精致生活品牌氛围，提高消费者留店体验时间，促进不同业态的相互引流，从而实现多业态消费相互转化；替换部分老旧设施设备，扩充一层中庭场地，增加促销活动空间，配合活动策划为高楼层引流，增加时尚辨识度，有效促进销售。
3	9-10层酒店	对酒店基础设施、内部装修和空间利用进行改造和全面升级，提升服务品质和入住体验，有助于提高入住率和收益率。
4	外立面	为了配合亚欧商厦整体经营战略的调整，增加个性化辨识度，对外立面升级并增加亮化改造，通过矩阵式灯光、户外LED大屏，为消费者带来焕然一新的体验，更好地彰显在消费者心中的商业地位，提升亚欧商厦的整体形象。

综上，专业市场及亚欧商厦改造升级项目涉及的杭州环北专业市场、南京环北专业市场以及兰州亚欧商厦的经营年限长、装修及设备成新率较低，拟改造升级区域装修及相关设施陈旧老化，本次拟翻新周期已达到或接近公司历史及行业一般的翻新周期；专业市场本次改造升级将进一步提升市场形象和服务品质，提高市场出租率，增加经营效益；兰州亚欧商厦本次改造升级将升级商厦整体形象和消费体验，提升经营效益。因此，公司本次专业市场及亚欧商厦改造升级项目的实施具有必要性。

**(二) 数字化转型项目搭建新系统及升级现有系统的具体情况，新老系统的主要功能差异，发行人是否具备募投项目自主研发相关软件系统的实施能力，本项目的实施是否能够有效提升发行人的运营能力及盈利水平。**

**1、数字化转型项目搭建新系统及升级现有系统的具体情况，新老系统的主要功能差异**

公司数字化转型项目拟基于现有信息化系统并结合未来业务发展需求，构建集前台、中后台于一体的数字化智能化体系，使前中后台各系统间相互对接、信息互通，实现全组织、全业务、全过程的数据治理，打造覆盖各项业务的全链路数字化运营能力，实现公司全面数字化转型升级。

本项目将通过搭建新系统、升级现有系统，最终形成数字化决策管理平台，具体情况如下：



### (1) 搭建新系统的具体情况

根据所覆盖的业务环节，本项目拟搭建的新系统包括前台、中后台，具体情况如下：

#### ①前台新系统情况

前台将新建采批服务系统、物流和仓储服务系统，主要功能如下：

编号	系统	主要功能
1	采批服务系统	为公司专业市场商户建立高效、便捷的运营管理数字化服务系统，具备运营端、商户端、普通用户端三大功能模块，增强专业市场和商户的数字化运营和管理能力，同时普通用户端可实现线上查询市场、店铺及商品信息并进行线上咨询等，但不具备交易功能。
2	物流和仓储服务系统	为公司专业市场商户构建市场内部货物流转和仓储数字化服务系统，具备运营端、商户端、拉包工端三大功能模块，实现拉包工统一规范管理以及报价透明化，营造和谐有序的物流服务环境；实现库存精细化管理、数据监控分析等，提升库存动态管理和监控的数字化管理水平。

#### ②中后台新系统情况

中后台将新建统一业务系统、统一业财系统、统一数据系统、数据治理和应用系统、施工过程管理系统、数字财务系统、人力资源数字系统、统一资产管理



系统和统一合同管理系统，主要功能如下：

编号	系统	主要功能
1	统一业务系统	可提供数据洞察、知识库、行业动态、流程管理、日程会议等功能，将各业务系统数据打通，实现全公司的业务数据能够按照多维度进行统计、分析和展现；设置统一入口，实现功能共享，避免系统的重复建设。
2	统一业财系统	可提供业财结算功能、业财核算、业财凭证管理、业财系统管理等功能，通过业财融合，向前提供业财结算服务，向后提供核算服务，通过数字化，实现自动化、智能化，释放财务管理资源，促进财务转型，促进业财组织管理模式升级发展。
3	统一数据系统	可提供数据浏览器、指标中心、数据规划、虚拟数据湖、台账管理等功能，统一数据管理规范，实现数据资产沉淀；其次通过企业级数据整合，消灭数据孤岛，打破数据壁垒，实现初步管理与决策辅助；最后通过数字资产与数据模型，实现数据驱动业务自动化，支撑业务增长。
4	数据治理、应用系统	在统一数据系统的基础上，开展公司整体数据治理，制定数据标准，进行数据规范化、标准化、统一化管理；同时，在数据治理基础上，深化数据分析工作，出具各类数据分析报表，为公司经营、管理提供决策支持。
5	施工过程管理系统	可提供专业市场、商场改造施工项目管理等功能，可实现项目从立项、计划、执行过程、过程资产以及智能预警分析管理的项目全生命周期管理，加强公司对项目管理力度，确保公司项目规范、有序、顺利的完成。
6	数字财务系统	可提供财务核算、合并报表、费用控制、供应链、全面预算、电子档案、财务共享等功能，可实现财务核算和报表数字化转型，促进企业的发展；一方面提供企业的业、票、财、税一站式产品服务，基于微服务架构实现业务系统、财务系统、税务系统、资金系统的集成应用与数据共享；另一方面构建全面预算管理体系，通过建立预算主体、预算科目、预算模型等，统一口径、指标、模板，实现标准化管理、预算优化与辅助决策。
7	人力资源数字系统	可提供招聘管理、核心人事、绩效管理、薪酬福利、员工服务、培训发展等功能，实现公司人力资源的线上化全面管理能力，可实现包括人事招聘、人员状态、各类人事事务流程、培训、薪资绩效的全流程管理。
8	统一资产管理系统	可提供资产台账管理、维修、保养、巡检、物联监控、智能分析预警等功能，提升公司内部管理效率，进而降低资产运营成本。
9	统一合同管理系统	可提供供应商管理、合同管理、收支计划管理、合同履行过程管理、统计分析等功能，推动公司建立标准的供应商管理体系、合同管理体系，为进行全面的收支规划构建坚实基础。

## (2) 升级现有系统的具体情况

本项目拟对公司原有的物业管理、智慧园区管理、ERP、CRM、微信客服、酒店管理等系统进行升级，主要功能比较如下：

原有系统		升级系统	
现有系统名称	主要功能	升级后系统名称	主要功能
物业管理系统	运营端主要用于专业市场的租赁及转租管理等；商户端主要用于商户线上查询缴费金额、缴纳垃圾清运费等杂费等。	租赁系统	在原有系统运营端功能基础上升级优化租赁及转租管理等功能，增加装修管理、业财集成、电子签章、统计分析等功能； 在原有系统用户端功能基础上增加商户线上申请办理转租、店铺装修等功能。
智慧园区管理平台	运营端主要用于市场物业报修及设备维修工单、设备巡检和考勤管理；商户端主要用于商户物业报修及设备维修申请。	智慧园区系统	在原有系统运营端、商户端功能基础上升级优化相关功能。
商友 ERP	运营端主要用于亚欧商厦自营商品库存收发信息管理。	百货系统	在原有系统运营端功能基础上增加联营客户和租赁客户的招商管理、合同管理、物业管理等功能，提高运营效率。
商友 CRM	运营端主要用于亚欧商厦会员管理。	会员系统	在原有系统运营端功能基础上升级优化会员管理功能，新增动态标签群运营、会员数据分析模型等功能； 在原有系统用户端功能基础上升级优化相关功能。
商友微信客服平台	用户端主要包括电子会员卡、积分兑礼等功能，用于亚欧商厦的会员服务，主要实现实体卡会员向电子卡会员的转化。		
住哲酒店管理系统	运营端主要用于亚欧大酒店的客户管理、办理客户入住、退房、结算和易耗品管理，以及经营数据统计和分析。	酒店管理系统	在原有系统运营端功能基础上升级优化客户管理、客房管理、结算管理、经营分析等功能，提升客户入住体验。

### (3) 公司核心业务板块前台涉及搭建新系统及升级原有系统情况

本项目拟围绕公司核心业务板块的前台搭建新系统及升级原有系统，包括为专业市场管理业务搭建采批服务、物流和仓储服务新系统，并升级原有租赁系统、智慧园区系统；为商贸百货零售业务升级原有百货系统、会员系统、酒店管理系统。本项目与核心业务板块前台相关的系统软件购置费用合计 1,145.00 万元，对应业务板块搭建新系统及升级现有系统的具体情况如下：

业务板块	专业市场管理和商贸百货零售业务模式			本项目建设内容				本项目实施后业务模式情况		
	运营环节	具体情况	公司收入来源	系统名称	建设方案	投入金额(万元)	实现功能	具体情况	公司收入来源	是否发生重大变化
专业市场管理	商铺租赁	公司向商户出租商铺，商户独立自主开展服装批发和零售业务。	向商户收取的租赁费、物业费及服务费等	采批服务系统	新建	350.00	具备运营端、商户端、普通用户端三大功能模块，其中运营端可实现对商户管理及其运营数据的统计和分析等；商户端可实现商品展示及上下架、客户会员信息及店铺员工权限等数字化管理，经营数据展示和分析等；普通用户端可实现线上查询市场、店铺及商品信息并进行线上咨询等，但不具备交易功能，双方自行线下洽谈交易及结算。	本项目实施后，原有业务模式不变。公司将提升专业市场的数字化运营管理能力，并具备向专业市场商户提供数字化管理增值服务的能力，有助于提升商户数字化运营能力并降低商户在市場内部货物流转和仓储的成本，同时增强商户与专业市场的粘性和稳定的长期合作关系，稳定市	本项目实施后，该业务原有收入来源不变，仍为向商户收取租赁费、物业费、服务费等；公司向商户提供的数字化管理增值服务前期不收服务费，后续择时向商户收取年度服务费。	业务模式及收入来源未发生重大变化
	市场内部货物流转	商户线下对接市场内的拉包工运送货物并交于物流公司进行发货（拉包工费用由商户支付），并手工记录商品库存收发信息。		物流和仓储服务系统	新建	345.00	具备运营端、商户端、拉包工端三大功能模块，其中运营端可实现对拉包订单、发货记录的查询、统计和分析等；商户端可实现线上查询并对接市场内的拉包工，并对市场内部的			

业务板块	专业市场管理和商贸百货零售业务模式			本项目建设内容				本项目实施后业务模式情况		
	运营环节	具体情况	公司收入来源	系统名称	建设方案	投入金额(万元)	实现功能	具体情况	公司收入来源	是否发生重大变化
市场运营管理							货物流转和商品库存动态管理和监控进行数字化管理等；拉包工端可为实现拉包订单的接收、查询和统计等。	场的出租率和租金水平。		
		原有物业管理系统具备运营端、商户端两个功能模块，其中运营端主要用于专业市场的租赁及转租管理等；商户端主要用于商户线上查询缴费金额、缴纳垃圾清运费等杂费等。		租赁系统	升级	150.00	在原有系统运营端的功能基础上优化租赁及转租管理等功能，增加装修管理、业财集成、电子签章、统计分析等功能；在原有系统商户端的功能基础上增加商户线上申请办理转租、店铺装修等功能。			
		原有智慧园区系统具备运营端、商户端两个功能模块，其中运营端主要用于专业市场的物业报修及设备维修工单、设备巡检和考勤管理等；商户端主要用于物业报修及设备维修申请。		智慧园区系统	升级	60.00	在原有系统运营端、商户端的功能基础上升级优化相关功能。			

业务板块	专业市场管理和商贸百货零售业务模式			本项目建设内容				本项目实施后业务模式情况		
	运营环节	具体情况	公司收入来源	系统名称	建设方案	投入金额(万元)	实现功能	具体情况	公司收入来源	是否发生重大变化
商贸百货零售	商品运营管理	原有系统运营端主要用于亚欧商厦自营商品库存收发信息管理。	收取联营客户的扣点收入，自营商品销售收入，商铺租赁收入	百货系统	升级	120.00	在原有系统运营端的功能基础上增加联营客户和租赁客户的招商管理、合同管理、物业管理等功能。	本项目实施后，原有业务模式不变。 升级系统可提升亚欧商厦运营管理效率以及升级优化会员管理功能，提升对客户的服务质量。	本项目实施后，该业务原有收入来源不变。	业务模式及收入来源未发生重大变化
	会员管理	原有系统具备运营端、用户端两个功能模块，其中运营端主要用于亚欧商厦会员管理；用户端主要包括电子会员卡、积分兑礼等功能。		会员系统	升级	60.00	在原有系统运营端的功能基础上升级优化会员管理功能，新增动态标签群运营、会员数据分析模型等功能；在原有系统用户端功能基础上升级优化相关功能。			
	酒店业务经营管理	公司以自营模式对外提供住宿、会议、用餐等服务。原有系统运营端主要用于亚欧大酒店的客户信息管理、办理客户入住、退房、结算和易耗品管理，以及经营数据统计和分析。	酒店住宿、会议、用餐等服务收入	酒店管理系统	升级	60.00	在原有系统运营端的功能基础上升级优化客户管理、客房管理、结算管理、经营分析等功能。	本项目实施后，原有业务模式不变。 升级系统可提升欧亚大酒店运营能力，提升服务质量，改善客户入住体验。	本项目实施后，该业务原有收入来源不变。	业务模式及收入来源未发生重大变化
合计						1,145.00				

(4) 公司运营管理中后台涉及搭建新系统情况

本项目与公司运营管理中后台相关的系统软件购置费用合计 2,680.00 万元，

具体情况如下：

本项目实施前		本项目建设内容				本项目实施后
运营管理环节	运营管理模式	系统名称	建设方案	投入金额(万元)	主要功能	运营管理模式
业务系统管理	公司各经营主体自用的小系统共有二十多个，系统分散且未实现功能共享和数据统一。	统一业务系统	新建	305.00	数据洞察、知识库、行业动态、流程管理、日程会议等	实现全公司各系统的业务数据按照多维度进行统计、分析和展现；实现功能共享，避免系统的重复建设。
业财数据管理	公司各业务系统和财务系统未实现联动，财务做账主要依靠手工对账。	统一业财系统	新建	230.00	业财结算功能、业财核算、业财凭证管理、业财系统管理等	实现业务和财务数据联动，自动根据业务数据生成财务凭证，实现相关财务处理事项自动化、智能化，释放财务管理资源，促进财务转型和业财组织管理模式升级发展。
数据管理	公司存在各经营主体及各部门的系统数据标准、统计口径不统一，导致无法实现数据打通。	统一数据系统	新建	395.00	数据浏览器、指标中心、数据规划、虚拟数据湖、台账管理等	将全公司各系统数据进行统一管理，辅助公司的管理与决策，并通过数字资产与数据模型，实现数据驱动业务自动化，支撑业务增长。
数据治理和应用	公司尚未有效整合数据资源，发挥数据的价值。	数据治理、应用系统	新建	300.00	开展公司整体数据治理，制定数据标准，进行数据规范化、标准化、统一化管理	在数据治理基础上，深化数据分析工作，出具各类数据分析报表，为公司经营、管理提供决策支持。
施工项目管理	公司各主体自行记录各项目相关信息。	施工过程管理系统	新建	100.00	专业市场、商场改造施工项目管理等	实现项目从立项、计划、执行过程以及智能预警分析管理的项目全生命周期管理，加强公司对项目管理力度，确保公司项目规范、有序、顺利的完成。

本项目实施前		本项目建设内容				本项目实施后
运营管理环节	运营管理模式	系统名称	建设方案	投入金额(万元)	主要功能	运营管理模式
财务管理	公司财务系统费用管理、预算管理、电子档案等缺少系统支撑；合并报表需手工进行合并编制；现有业务系统与财务系统尚未实现集成联动。	数字财务系统	新建	650.00	财务核算、合并报表、费用控制、供应链、全面预算、电子档案、财务共享等	实现业务系统、财务系统、税务系统、资金系统的集成应用与数据共享；构建全面预算管理体系，建立预算主体、预算科目、预算模型等，统一口径、指标、模板，实现标准化管理、预算优化与辅助决策。
人力资源管理	公司目前使用excel进行相关信息记录。	人力资源数字系统	新建	200.00	招聘管理、核心人事、绩效管理、薪酬福利、员工服务、培训发展等	实现公司人力资源的线上化全面管理能力。实现不同经营模式、不同主体、不同类型的员工的人事管理，包括人事的招聘、人员状态、各类人事事务流程、培训、薪资绩效等，实现人事的全流程管理。
资产管理	公司目前使用excel进行相关信息记录。	统一资产管理系统	新建	300.00	资产台账管理、维修、保养、巡检、物联监控、智能分析预警等	提升公司内部管理效率，进而降低资产运营成本。
合同管理	公司各主体合同管理系统比较分散且功能单一，未实现数据的统一整理。	统一合同管理系统	新建	200.00	供应商管理、合同管理、收支计划管理、合同履行过程管理、统计分析等	推动公司建立标准的供应商管理体系、合同管理体系，为进行全面的收支规划构建坚实基础。
合计				2,680.00		

(5) 公司搭建新系统及升级原有系统相关的其他投入

本项目与公司搭建新系统及升级原有系统相关的其他投入合计 2,228.29 万元，具体情况如下：

项目	投入金额(万元)	费用说明
数字化咨询	350.00	采购数字化咨询服务，聘请咨询机构制定公司未来三年数字化建设计划。

项目	投入金额(万元)	费用说明
云服务器资源费用	278.29	在公司建设自有服务器机房前,采购云服务器资源来支撑各系统的运营。
数字化转型项目迭代升级	1,100.00	根据公司未来业务发展情况,预估采批服务系统、物流和仓储服务系统、统一业务系统、统一业财系统、统一数据系统未来三年持续迭代升级费用,迭代升级后业务模式及收入来源不会发生重大变化。
系统运维费	200.00	未来三年系统运维相关费用
服务器扩容及其他	300.00	未来三年服务器扩容、安全等保测评等费用
合计	2,228.29	

综上,本项目将实现公司核心业务板块前台以及公司中后台运营管理的数字化转型升级,为核心业务板块的客户提供数字化管理增值服务,提升服务质量,同时切实提升公司运营管理效率,增强客户对公司的粘性及稳定的长期合作关系,有助于公司经营业绩的可持续增长。因此,本项目搭建新系统及升级原有系统具有必要性,不会导致原有业务模式及收入来源发生重大变化,符合投向主业的要求。

## 2、发行人是否具备募投项目自主研发相关软件系统的实施能力

数字化转型项目委托专业服务商负责相关软件系统的具体设计、开发、实施和部署工作;公司数字化转型团队负责项目统筹管理以及相关软件系统的规划确认、上线准备、项目验收等开发和实施辅助工作,且后续将承接新建系统代码进行系统自主运维和迭代升级相关工作。截至本回复报告出具日,本项目相关软件系统的工作分工和开发进度情况如下:

序号	主要建设内容	建设方案	专业服务商主要职责	公司数字化转型团队主要职责	开发进度
1	采批服务系统	搭建新系统	相关软件系统的具体设计、开发、实施和部署	项目统筹管理以及相关软件系统的规划确认、上线准备、项目验收等开发和实施辅助工作,且后续将承接新建系统代码进行系统	已完成基础版本开发并开始试运行;已取得相关软件著作权2项。
2	物流和仓储服务系统				已完成基础版本开发并开始试运行;已取得相关软件著作权3项。
3	统一业务系统				已完成基础版本开发并开始进一步优化迭代;正在申请相关软件著作权。
4	统一业财系统				已基本完成开发,正在进行凭证数据的验证;正在申请相关软件著作权。



序号	主要建设内容	建设方案	专业服务商主要职责	公司数字化转型团队主要职责	开发进度
5	统一数据系统	升级原有系统		自主运维和迭代升级相关工作	已基本完成开发,已完成部分数据验证;正在申请相关软件著作权。
6	数据治理、应用系统				-
7	施工过程管理系统				-
8	数字财务系统				-
9	人力资源数字系统				-
10	统一资产管理系统				-
11	统一合同管理系统				-
12	百货系统				-
13	会员系统				-
14	酒店管理系统				-
15	租赁系统				运营端已优化租赁管理、转租管理等功能;商户端已开发线上申请办理转租、店铺装修等手续的功能。
16	智慧园区系统				-

公司已于 2023 年 5 月成立全资子公司浙江丽尚云环数字科技有限公司,逐步组建了数字化转型专业团队负责数字化转型项目的实施。截至本回复报告出具日,公司数字化转型团队已有 12 名 IT 专业技术人员,具有计算机科学与技术、信息管理与信息系统、软件工程等专业背景;平均从业时间 13 年以上,其中主要负责人工作年限 19 年以上;具备丰富的从业经验,主要人员曾参与某知名软件企业(A 股主板上市)OA 系统、某知名物业服务集团(香港主板上市)智慧园区系统、某知名水果连锁企业的数字化系统等项目的开发和实施。

综上,数字化转型项目委托专业服务商负责相关软件系统的具体设计、开发、实施和部署工作,公司组建的数字化转型团队负责项目统筹管理以及相关软件系统的规划确认、上线准备、项目验收等开发和实施辅助工作,且后续将承接新建系统代码进行系统自主运维和迭代升级相关工作。截至本回复报告出具日,本项目已有 7 个软件系统正在开发或试运行中。因此,公司具备数字化转型项目的实施能力。

### 3、本项目的实施是否能够有效提升发行人的运营能力及盈利水平

(1) 本项目将打造一体化的数字化智能化体系,实现公司全面数字化转型升级

公司通过本项目新建采批服务系统、物流和仓储服务系统等运营端，升级优化租赁系统、智慧园区系统、百货系统、会员系统、酒店管理系统等运营端，并新建统一业务系统、统一业财系统、统一数据系统、数据治理及应用系统、施工过程管理系统、数字财务系统、人力资源数字系统、统一资产管理系统、统一合同管理系统等中后台运营管理系统，切实推动公司核心业务板块前台运营端以及公司中后台运营管理的数字化转型升级。

现阶段公司通过信息化建设能够进行部分业务流程及数据的处理、存储、检索，但随着公司主营业务规模不断扩大，各业务部门的日常作业需求日趋增加，管理难度及管理成本不断加大，公司原有系统的功能模块及运算能力难以满足未来的发展需求；同时，交易数据、管理数据和市场数据等不断增加，公司在数据精细化加工、深入挖掘数据价值以及对原有系统数据链接等能力仍较为欠缺。因此，公司需要功能更全面、运作更高效、使用更便捷的信息化系统和数字化管理体系，使各系统间相互对接、信息互通，实现全组织、全业务、全过程的数据治理，打造覆盖各项业务的全链路数字化运营能力，实现公司全面数字化转型升级。

## **(2) 本项目有助于发挥数据资产价值，为公司经营管理和业务发展赋能**

中国已进入数字经济时代，数据资产将成为企业核心竞争力。通过本项目建设，公司将积累和整合各类交易和经营数据形成数据资产，搭建数据治理体系，并逐步提升和发挥数据资产价值；将利用人工智能和大数据技术，提升公司的决策分析能力，提高公司管理和运营效率，提升公司核心竞争力。

### **①内部积累的数据资产价值**

公司通过前期已应用的系统积累了一定的数据，但由于公司原有系统过于分散，并且数据口径不统一，导致数据可用性差。

公司通过本项目构建统一数据标准体系、搭建数据资产平台，打破公司内部各系统之间的数据壁垒，实现跨系统和跨部门的数据汇总和沉淀，并通过深度数据分析和融合智能决策模型，为公司提供专业领域的业务分析、跨部门协同的公司级经营分析、跨公司的集团级经营分析，为管理决策提供辅助支持，实现业务提质增效。

### **②外部积累的数据资产价值**

目前公司专业市场仅有基本的商户信息，其他如客户、物流、仓储等数据均未有积累和沉淀，根本原因在于缺少一个完善的系统能够让专业市场商户对其经营管理情况进行数字化管理。

公司通过本项目为公司专业市场的商户建立采批服务系统、物流和仓储服务系统，凭借系统积累的各项经营管理数据，可以分析出专业市场和商户的经营情况，例如专业市场商户共计服务的客户数量、客户分布地区，热门商户和商品，商户的发展需求等，既能判断商户的稳定性，又可以为商户提供更多的增值服务，进而提高商户对公司的粘性，保障专业市场出租率的稳定性。

上述系统建设完成并稳定运营后，积累海量的数据可以与当下大模型深度技术融合，进行深度学习，探索服装批发专业市场领域的 AI 应用路径，推动专业市场从传统管理到智能管理的转型。

### ③为客户提供数字化管理增值服务，增强客户粘性

本项目拟围绕专业市场管理业务新建采批服务系统、物流和仓储服务系统，并升级原有租赁系统、智慧园区系统，系公司向杭州环北、南京环北等专业市场约 4,100 家商户提供数字化管理增值服务，公司提供前述系统给专业市场商户前期免费使用，有助于提升商户的运营和管理效率，降低商户的物流和仓储成本，提升商户盈利能力。例如，前述新建系统能够解决公司专业市场商户缺时间、缺客源、竞争压力大、仓储物流成本高等痛点，增强商户的数字化运营和管理能力，给商户提供线上展示的平台，方便商户进行对外宣传，帮助商户实时对外发布上新信息，吸引新老客户上线浏览，增加客源；统一物流中拉包、拼包等费用标准，降低商户物流费用和物流风险；此外，通过前述系统数据的深度挖掘分析，公司未来可以为专业市场商户提供更多增值服务，根据其需求，整合资源，提供更多个性化服务，包括数据分析服务、微营销服务、内容设计服务、面料供应商服务、打版设计服务，以及数字人服务、智能客服等人工智能服务。因此，本项目可提升专业市场的服务质量，增强商户对公司的粘性，稳定专业市场出租率和商铺租金水平。

本项目拟围绕商贸百货零售业务升级原有百货系统、会员系统、酒店管理系统，主要根据客户的实际需求升级优化相关功能，并提升亚欧商厦、欧亚大酒店运营端的数字化及运营管理能力，提升服务质量，增强客户对公司的粘性。

### (3) 本项目有助于公司提高管理效率，降本增效

#### ①提高管理效率，降低经营成本

本项目通过核心业务板块前台新系统的搭建以及原有系统的升级优化，一方面推动专业市场管理业务运营端的数字化转型，提升专业市场的数字化运营管理能力，并实现了对商户的相关运营数据的统计和分析；另一方面推动商贸百货零售业务运营端的数字化转型，提升亚欧商厦和亚欧大酒店的数字化运营管理能力，并对商厦和酒店相关运营数据进行统计和分析。因此，本项目将提升核心业务板块的运营管理效率和服务质量，以及经营管理分析及决策能力，同时降低核心业务板块的运营管理成本。

本项目通过公司中后台运营管理新系统的搭建，一方面推动公司中后台运营管理的数字化转型，开展综合数据治理和应用分析，并实现业财融合，并利用大数据及人工智能相关技术，整合内外部信息流，收集类型丰富、规模庞大的数据样本，进行多维度数据深度分析，动态掌握各区域业务情况和变动趋势，为公司经营决策、营销推广、供应链管理等方面提供数据支撑，提升公司决策分析能力；另一方面有助于公司打造功能全面、高效运转、安全可靠、使用便捷的数字化管理体系，涵盖财务管理、人力资源管理、资产管理、合同管理等模块，通过数据可视化和分析工具，加强公司管理层对业务模块的管控力度，实现公司内部信息传输、交换、处理的自动化，提升公司跨区域、集团化运营管理效率，推动公司整体运营管理的数字化转型。举例，公司通过本项目可实现数字化作业，丰富移动办公场景，让确定性业务自动化，非确定性业务智能化，提升业务效率，例如将公司目前正在使用的银企直连、租赁系统、用友财务系统等进行集成，实现自动对账、自动生成凭证，实现标准业务自动化，大大减少财务人员在对账、制单上花费的时间和精力；对于非标准业务，系统提供便捷的选择模式，通过智能化处理后的分项可能性选择，大大提升业务处理效率，有助于业务量增长的同时能够控制人员增长速率，降低经营成本。因此，本项目将提升公司整体运营管理效率，经营管理分析及决策能力，同时降低公司整体运营管理成本。

#### ②未来为客户提供收益型增值服务增加经营效益

本项目搭建的新系统稳定运营后，公司未来可根据客户需求通过为客户提供收益型增值服务实现收益，举例如下：

序号	收益型增值服务项目	未来盈利模式
1	代运营	采批服务系统建成后，公司未来可根据商户的需求择时新建代运营功能模块，为专业市场商户提供专门运营团队，帮助商户进行日常运营、推广工作，例如商品上下架，门店活动等，收取代运营费用。
2	广告	采批服务系统建成后，公司通过其普通用户端免费为专业市场商户提供线上宣传店铺及其商品的增值服务，未来将根据商户的需求择时新建广告功能模块，通过展示店铺及其商品的广告获得收入，并根据用户数据和行为分析向用户精准推送广告。
3	数据分析	采批服务系统建成后，公司未来可根据商户的需求择时应用数据进行深度挖掘分析，为商户提供门店经营管理、市场商品交易、行业发展趋势等方面数据分析服务来增加收入。
4	生活消费	采批服务系统建成后，公司未来可根据商户的需求择时新建生活消费功能模块，利用内外部优质资源，为市场内商户提供品质保障或性价比更高的生活消费服务。
5	科技输出	基于本项目相关系统的辅助开发经验，以及组建的数字化转型运营团队，公司未来可以向同类业务公司对外输出数字化转型解决方案，采用“科技+运营”融合的方式对外提供服务，增加公司收入。

注：公司已部分调整专业市场新系统建设方案以及未来收益型增值服务项目规划，新建的采批服务系统、物流和仓储服务系统目前及未来均不涉及交易功能模块，主要原因为：在该等新系统前期开发试运行过程中，公司了解到专业市场商户与其客户洽谈批发业务不适合线上交易撮合，需要线下实地看货，以及协商采购量和对应的批发价格；专业市场商户向拉包工发单送货不适合线上交易撮合，需要线下根据货物预估重量和体积，以及协商货物运输量及对应的费用。

综上，本项目的实施能够有效提升公司的运营能力及盈利水平。

#### 4、数字化转型项目是否符合行业发展趋势

##### (1) 专业市场管理行业数字化转型趋势

根据中研普华研究院《2025-2030年中国专业市场行业市场前景预测及投融资战略咨询报告》，越来越多的专业市场开始采用数字化手段提升运营效率和服务质量；预计到2025年，数字化相关投入将达到行业总投资的30%以上。近年来，专业市场管理行业上市公司数字化转型情况如下：

序号	公司简称及代码	数字化转型举措	数字化转型目标	数字化转型进展/效果
1	小商品城 600415.SH	2023年，公司数字化升级的主要工作包括： ①数字市场：完成生意参谋、电子名片、活动日历等数字化工具上线；AI互动屏、数字市场小程序、客流分析系统等数字	/	2023年，公司数字化升级进展如下： ①数字市场：“传统市场数字化+贸易履约数字化”的国际贸易综合服务体系初步形成；

序号	公司简称及代码	数字化转型举措	数字化转型目标	数字化转型进展/效果
		<p>软硬件服务功能迭代优化。</p> <p>②线上平台：上线第三方服务平台首页及服务专区；推出小商AI、数字人、AI智能商品发布、智能扣图等。</p> <p>③贸易履约：初步建成数字化跨境物流第三方交付平台，为贸易主体提供“端到端”全链路数字化供应链解决方案。</p>		<p>②线上平台：chinagoods平台自2020年10月份上线以来，累计上传商品数超1000万个，注册采购商超409万人，已上线运营西班牙站、迪拜站、哥伦比亚站等6个国家站，全年服务在线贸易额超人民币650亿元；</p> <p>③贸易履约：已上线“集合派”“销客派”等数字物流服务产品，完成货物出运量超4.5万TEU，首条“义乌中国小商品城·RCEP丝路快航”航线启动运营。</p>
2	美凯龙 601828.SH	<p>2021年非公开发行股票募投项目“天猫‘家装同城站’项目”总投资8.91亿元，建设基于本地化服务(LBS)的新零售商品平台、以线上线下一体化为核心的营销推广平台等。</p>	<p>借助阿里线上流量，结合美凯龙线下卖场，通过商户与商品运营并行的方式，深化公司本地化家居新零售业务，重点解决目前家居装饰及家具行业线上线下信息不对称导致的融合效率低下的行业痛点，优化消费者购物体验，从而实现销售的快速增长。</p>	<p>2023年，公司核心商场已实现数字化升级达295家，除了对于商场端的场域数字化升级之外，先后完成对商品运营、用户运营、内容运营的升级与创新。</p> <p>企业微信好友数日均新增12,000人，全年新增超400万人。持续完善并推进礼品线上化系统在全国商场的使用，覆盖264家正常经营商场。</p>
		<p>2021年非公开发行股票募投项目“新一代家装平台系统建设项目”总投资6.29亿元，线上信息化系统建设包括建立业务共享中台及业务流程节点组件库，对装修相关业务的快速化、多样化灵活发展提供系统支持，底层与公司现有的基础服务系统集成，快速建立家装产业集团强大、稳定的SaaS系统，同时开发ERP业务管理系统、小程序、智慧营销、电子合同中台等工具。</p>	<p>为公司家装业务系统化管理平台提供强大服务支持，同时对公司装修业务供应链及工艺品质等方面进行优化，提升家装智能化、科技化、高效能支持，以适应装修业务的快速、多样化发展。</p>	
		<p>2021年非公开发行股票募投项目“3D设计云平台建设项目”总投资6.23亿元，建设内容包</p>	<p>基于大数据、云计算和AI等技术，致力于打造智能沉浸式家装设计互动一体</p>	

序号	公司简称及代码	数字化转型举措	数字化转型目标	数字化转型进展/效果
		括：在线智能家装 3D 云设计软件开发（含开发 AI 智能设计、建立户型数据库、建立真实商品三维模型数据库、全景式多媒体互动演示服务）和设计云平台营销推广计划。	化平台，促进家装家居装饰及家具行业的信息化升级发展。	
3	富森美 002818.SZ	2023 年，公司数字化升级的主要工作包括： ①信息化管理：公司持续推动 NCC 信息系统业财税资一体化应用和全面预算管理，对招商管理、商户维护、业务开展、质量控制以及资产、资金等关键环节或重点事项进行准确计划管理、重点跟进、协调和解决； ②精细化管理：公司建立了统一招商、统一运营、统一营销、统一管理等平台系统； ③标准化管理：公司建立了从招商、运营、营销、物业、安保到服务的完整业务标准化流程。	以信息化、精细化、标准化管理为抓手，全面提升管理水平。	2023 年，公司数字化升级进展如下： ①信息化管理：促进公司财务核算和财务管理升级，不断强化收入、费用、成本、税收、资金等管控； ②精细化管理：打通业务模块，实现数据、资金、信息的精确管理和共享，提高业务反应和执行能力； ③标准化管理：提升了管理的准确性与及时性，降本增效，进一步提高公司高质量运营及综合能力。
4	轻纺城 600790.SH	2023 年，公司致力打造数实共生专属模式： ①线上拓市提质增效，与上下游平台合作互链，迭代升级“孔雀云展”、“小哥找布”、“金蚕宝宝”门店管理系统 2.0，发布“嘀嗒找布”小程序； ②智慧物流提标扩面，完善利可达平台布局，紧紧围绕“揽货、引流、促平台”工作主线，实现公司下属市场全覆盖； ③数字赋能向高攀登，与中青宝公司合作打造元宇宙线上交易平台，赋能面料产品和纺织成品线上交易。	①打造纺织产品线上交易平台。 ②迭代网上轻纺城产品呈现方式，推进优质面料库和核心采供库建设，不断强化品牌营销和媒体矩阵建设，优化用户体验功能，推进数字化技术向外输出。 ③构建产业联动“智慧脑”，推动交易大脑、印染大脑、物流大脑、仓储大脑和市场大脑“五脑合一”，建设面向纺织全产业链的数字化产业生态平台和数智化成衣平台。	公司以实体市场为根基，率先推进“数字轻纺城”、“数字物流港”和“利可达智慧物流平台”、“轻纺城印染大脑”建设，实现应用场景化，物业管理、智慧用电、监控循迹等 14 大管理系统全面铺开，“金蚕宝宝”、“小哥找布”等自行研发软件基本做到全覆盖，以数字赋能带动新一轮产业升级。

## (2) 商贸百货零售行业数字化转型趋势

根据中国百货商业协会《2023-2024 年中国百货零售业发展报告》，百货零

零售业持续加大数字化建设，开展线上线下全渠道融合、会员数字化、全域运营等相关工作，并不断提升数字化团队，强化数字化应用和运营能力，大大提升企业效率以及全域运营和服务客户的能力。近年来，商贸百货零售行业上市公司数字化转型情况如下：

序号	公司简称及代码	数字化转型举措	数字化转型目标	数字化转型进展/效果
1	王府井 600859.SH	2021年定向增发募投项目“门店数字化转型与信息系统改造升级项目”总投资7.91亿元。 ①前台项目包含：前端渠道平台、卖场数字化改造和基础设施升级等细分项目。 ②中后台项目包含：运营中台、数据中台、经营支持平台、自营业务管理平台、多业态ERP系统等。	对信息系统平台进行全面改造升级，逐步构建一套适应新零售时代经营要求与多业态发展需要的企业级数字化与信息化系统平台。	2023年，公司已有60余家门店实现线上线下双栖运营，覆盖主流线上媒体渠道；通过线上商城、新媒体、短视频等运营模式，初步实现了顾客在线、服务在线、营销在线、商品在线的全渠道经营场景，实现线上线下的全面融合； 2022年、2023年分别实现线上销售9亿元、14.4亿元，同比增长60%。
2	莱百股份 605599.SH	2021年募投项目“信息化平台升级建设项目”包含购置、升级和新建信息管理系统模块，如O2O系统、业务中台管理系统、CRM、SCM系统等内容。	利用信息系统实现跨系统之间的协作，将所有公司销售的商品信息、会员数据、门店库存、销售订单打通，提高企业的线上线下一体化运营能力，打通公司当前的信息系统与主要电商平台的对接，深化线上与线下业务的融合。	2023年，公司通过大数据对传统的“人、货、场”进行重构，为公司门店精细化运营、及时获取市场反馈信息，以优质服务和商品满足顾客需求提供重要保障；公司实现了数字化转型升级，将采购端、物流端、销售端、财务端串联在一起，实现数据共享，进一步提升跨系统之间的高效协同。
3	重庆百货 600729.SH	2023年，公司下属全资子公司九章开物开发了电器淘、世纪通应用平台、会员洞察系统、图表工坊系统、收款通系统等项目，重百云购、“财数通”财务共享平台持续迭代升级。	①电器淘：实现线上线下一体化，为消费者提供便捷的交互服务平台； ②世纪通应用平台：助力世纪通项目扩大销售规模； ③会员洞察系统：支撑经营中对会员运营的多维、深入分析诉求； ④图表工坊系统：满足使用者对数据的个性化取数需求，为门店经营管理进行赋	2022年、2023年，公司线上销售额分别为27.75亿元、27.27亿元，线上销售占比分别为8.53%、8.01%。 2023年，超市业务线上销售同比增长41%；汽贸业务开展全域营销，重点通过新媒体、转介绍、多点APP渠道拓增量，稳垂媒质量，实现前端增长逾20%，集客效率同比提升22%；新媒体线索同比提升



序号	公司简称及代码	数字化转型举措	数字化转型目标	数字化转型进展/效果
			能； ⑤收款通系统：实现场店业财一体化。	282%，新媒体订单同比提升153%。
4	中兴商业 000715.SZ	2023年，公司深度定制升级CRM、ERP等管理系统，通过大数据平台统计分析。同时进一步强化“中兴大厦+”小程序运维管理，协同开展活动预告、线上促销、宣传展示推广。	实现顾客数字化、消费场景数字化、流程数字化以及工作场景数字化应用，不断提升消费体验和运营效率。	2022年、2023年，公司线上交易额分别为1,317.20万元、2,283.07万元，同比增长73.33%；公司线上交易产生营业收入346.16万元、560.27万元，同比增长61.85%。 2023年，公司已经实现会员画像，分层管理，精准营销；利用信息技术，提升精细化管理水平，堵塞“跑、冒、滴、漏”，提升管理效率。

综上，公司数字化转型项目的实施符合行业数字化转型的发展趋势。

(三) 兰州中高端酒店投资开发项目与发行人现有酒店项目在地点、客户群体、品牌定位等方面的差异情况，现有酒店项目的经营情况，二者是否具有竞争关系。

1、兰州中高端酒店投资开发项目与发行人现有酒店项目在地点、客户群体、品牌定位等方面的差异情况

(1) 兰州中高端酒店投资开发项目与公司现有酒店项目地点差异情况

兰州中高端酒店投资开发项目与公司现有酒店项目均位于甘肃省兰州市城关区的核心商圈，但两个项目所处物业及周边情况具有明显差异，具体如下：

项目	兰州中高端酒店投资开发项目	现有酒店项目（亚欧大酒店）
酒店项目地址	城关区庆阳路149号亚欧国际大厦第38层-第40层、第42层-第46层	城关区中山路120号亚欧商厦第9层-第10层
物业情况	2019年建成，建筑面积约13万平方米	1994年建成，建筑面积约4万平方米
物业特点	亚欧国际大厦为目前兰州市最高地标性建筑，是一座集甲级写字楼、中高端商业、城市观景平台等多元业态于一体的高层城市综合体	亚欧商厦为兰州市历史较为悠久的百货零售大楼，经营业态包括超市、百货、餐饮和酒店（不含写字楼）。
酒店周边情况	周边主要为商务办公区，有多个办公写字楼及大型购物中心等	周边有中山桥和黄河母亲雕塑等旅游景点、张掖路步行街、大型购物中心、大型综合性三甲医院等

根据上表，公司兰州中高端酒店投资开发项目所处物业为地标性高层城市综合体，周边为商务办公区；现有酒店项目所处物业为历史悠久的百货零售大楼，临近部分旅游景点和大型医院。

## （2）兰州中高端酒店投资开发项目与公司现有酒店项目客户群体及品牌定位差异情况

兰州中高端酒店投资开发项目与公司现有酒店项目客户群体及品牌定位具有明显差异，具体情况如下：

类别	兰州中高端酒店投资开发项目	公司现有酒店项目
经营模式	与华住集团合作，打造中高档品牌 IntercityHotel 城际酒店西北首店。	自主品牌，单店经营。
品牌定位	高端商务旅游酒店，准五星标准配置。	中端商务旅游酒店，准四星标准配置。
客户群体	高端商务、旅游等人群，客户来源包括华住集团订票平台的华住会会员（注）、第三方预订平台用户等。	一般商务出差、大众亲子旅游、附近医院就医等人群，客户来源以第三方预订平台用户为主，以自主开发的协议客户为辅。
房价水平	项目预测运营期内客房平均房价为 515 元/天。	报告期内，公司现有酒店客房平均房价为 383.20 元/天。
酒店特色	综合了德国精益求精的品质和华住高效智能的系统带来的生活质感，以其德式基因、商务特性、智能化设计和高品质服务为亮点。	根据携程网 2024 年 11 月统计，在甘肃省亲子乐园酒店排行榜中排名第七。

注：根据招商证券研报，2023 年华住会会员数量超过 2 亿人，本项目将借助华住集团成熟的营销网络和会员体系，可通过华住 APP、小程序等销售渠道获取优质客源。

根据上表，兰州中高端酒店投资开发项目与华住集团合作，打造中高档品牌 IntercityHotel 城际酒店西北首店，品牌定位为高端商务旅游酒店，准五星标准配置，客户群体主要为高端商务、旅游等人群；公司现有酒店项目采用自主品牌、单店经营模式，品牌定位为中端商务旅游酒店，准四星标准配置，客户群体主要为一般商务出差、大众亲子旅游、附近医院就医等人群。

## 2、现有酒店的经营情况

报告期内，公司现有酒店亚欧大酒店的经营情况如下：

经营指标	2024 年 1-9 月	2023 年	2022 年	2021 年
营业收入（万元）	482.77	1,042.64	376.68	854.23
毛利率	61.01%	59.82%	-78.21%	0.52%
平均入住率	66.77%	66.73%	46.00%	58.00%

已售客房平均房价（元）	410.72	397.06	315.00	410.00
-------------	--------	--------	--------	--------

注 1：平均入住率是指报告期各期实际售出的客房数与可售房数量的比率。

注 2：已售客房平均房价是指酒店在特定时期内每间售出客房的平均收入。

2021 年、2022 年受公共卫生事件影响，亚欧大酒店经营业绩较差。自 2023 年起公共卫生事件影响逐渐消除，旅游市场逐步复苏，亚欧大酒店经营业绩明显回升。

### 3、二者是否具有竞争关系

公司兰州中高端酒店投资开发项目所处物业为新建的兰州市最高地标性建筑城市综合体，拥有更优越的高层景观视野和更完善的配套设施，且周边为商务办公区，商务办公和商业氛围浓厚；该项目与华住集团合作，打造中高档品牌 IntercityHotel 城际酒店西北首店，品牌定位为高端商务旅游酒店，准五星标准配置，客户群体主要为高端商务、旅游等人群，接入华住集团成熟的营销网络和会员体系，预测运营期内客房平均房价为 515 元/天。

公司现有酒店项目所处物业为历史悠久的百货零售大楼，临近部分旅游景点和大型医院；采用自主品牌、单店经营模式，品牌定位为中端商务旅游酒店，准四星标准配置，客户群体主要为一般商务出差、大众亲子旅游、附近医院就医等人群，报告期内客房平均房价为 383.20 元/天。

综上，兰州中高端酒店投资开发项目与公司现有酒店项目在地点、客户群体、品牌定位、消费档次等方面均具有明显差异，不存在竞争关系。

（四）结合杭州总部运营管理中心建设项目的具体内容、现有房屋面积、员工人数、同行业平均水平等，说明该项目购置房屋的必要性及新增房屋面积的合理性。

#### 1、杭州总部运营管理中心建设项目的具体内容

杭州总部运营管理中心建设项目拟投资 10,243.50 万元，公司拟在杭州市购置写字楼用于建设公司杭州总部运营管理中心，现有杭州总部人员将整体搬迁至新购置的写字楼办公，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	项目	项目投资金额	占比
1	场地购置费用	9,186.89	89.69%
2	装修工程费用	738.67	7.21%
3	硬件设备购置费用	19.58	0.19%

4	预备费	298.36	2.91%
合计		<b>10,243.50</b>	<b>100%</b>

根据上表，本项目拟购置写字楼相关的场地购置费用、装修工程费用分别为 9,186.89 万元、738.67 万元，合计占本项目投资金额的 96.90%；其余为购置配套办公家具和设备相关的硬件设备购置费用 19.58 万元及预备费 298.36 万元。

本项目拟购置的写字楼位于杭州市拱墅区的杭曜置地中心二区 1 栋第 12 层、第 13 层，建筑面积合计 4,924.47 平方米，含税总价款不超过 8,931.70 万元，平均单价为 1.81 万元/平方米，加上契税总购置成本为 9,186.89 万元；装修工程单价按照 1,500 元/平方米测算，装修工程费用为 738.67 万元。

公司本次拟购置写字楼规划功能面积明细如下：

功能区	建筑面积（平方米）	占比
办公区、会议室	3,099.13	62.93%
展厅、客户接待区、休息区	1,391.98	28.27%
档案室、仓库、机房	433.35	8.80%
<b>总计</b>	<b>4,924.47</b>	<b>100.00%</b>

## 2、公司现杭州总部办公场所面积

目前，公司杭州总部办公场所为向杭州工万产业投资管理有限公司租赁使用的位于杭州市拱墅区吉如路 88 号工万创意中心的物业，租赁房屋面积为 4,050.87 平方米，租赁期限自 2021 年 6 月 1 日至 2026 年 5 月 31 日，该物业租赁到期后，能否续租及新的租赁价格需与业主重新协商。

随着公司业务规模持续扩大，杭州总部运营管理人员数量逐步增加，以及上述租赁物业续租及租金的不确定性，公司现有办公场所已不能满足公司未来业务快速发展的需要。

## 3、公司现有员工人数

截至 2024 年 6 月 30 日，公司杭州总部办公人员共 89 人，主要为公司总部的管理、行政、财务、人力、法务、投资、证券等部门的办公人员，以及部分业务的相关办公人员，主要部门及人员配置情况如下：

序号	部门	职能	截至 2024 年 6 月 30 日总人数
1	管理团队	负责管理公司的生产经营，组织实施公司年度经营计划和投资方案等工作。	3
2	总经办	(1) 协助经营层制定公司战略和经营规划；(2) 协助经营层跟踪经营目标达成情况，分解各阶段工作目标，组织并召开经营分析会；(3) 牵头制定公司制度，完善内控体系，并落实常规议事程序，规范决策行为；(4) 负责总经办会议上会程序和执行程序的把控，建立预审机制，履行重大事项内部报送制度；(5) 根据公司业务发展战略制定整体媒介策略，执行公关活动，加强内外部宣传，同时维护各级政府关系；(6) 负责公司重要材料的撰写工作。	2
3	行政管理中心	(1) 建立健全有时效性的行政管理体系，完善行政制度和流程；(2) 统筹负责公司日常业务开展过程中的支持及服务工作；(3) 牵头组织各类员工活动及工会活动；(4) 指导公司及子公司信息化建设，确保公司信息安全和各类电子设施设备和办公系统的正常运转。	7
4	人力资源中心	(1) 规划公司人力资源与组织建设，建立并优化各项人事制度；(2) 负责薪酬绩效、培训体系搭建及落地推进，用工风险把控，招聘规划及事务执行，企业文化梳理提炼及传播；(3) 负责公司干部梯队建设及全方位人才培养；(4) 负责牵头各分子公司季度、半年度、年度战略绩效回顾会，协助财务、经营层分解战略及指标。	6
5	财务管理中心	(1) 组织领导公司会计核算、资金管理、预算管理、财务监督、税务筹划等工作，保障公司资产安全与完整；(2) 统筹公司及各子公司融资事项，资金筹划，保证运营所需各项资金；(3) 参与公司投资行为、重要经营活动等方面的决策和方案制定工作；(4) 参与公司对外财务信息披露及投资者交流活动。	14
6	业务经营中心	(1) 负责公司主营业务资产运营管理及提升管控等工作，主营业务外的新战略研究，新业务投资及管理；(2) 协助经营层制定主营业务战略及规划，跟进业务战略的执行及日常事务管理；(3) 根据各主营业务日常数据，及时跟进、反馈、并分析管理经营情况，针对异常情况及时制定有效措施。	3
7	战略投资中心	负责公司新业务板块的投前、投后日常管理，协助经营层规划业务战略、目标，并跟进执行及日常事务管理。	7
8	内审中心	负责制定公司内部审计工作计划，并组织开展审计工作。	1

序号	部门	职能	截至 2024 年 6 月 30 日总人数
9	证券管理中心	(1) 组织领导公司完成定期报告及临时报告的信息披露工作, 安排公司三会及各专门委员会召集召开工作, 组织董监高履职培训, 规范董监高履职行为, 规范股东证券交易行为; (2) 统筹公司及子公司内部治理工作, 加强风控建设, 促进公司及子公司合规运营, 加强与监管沟通; (3) 开展公司投资者管理工作, 合理优化股东结构, 维护财经媒体关系, 做好资本市场舆情监控, 充分挖掘公司投资价值并向市场宣导; (4) 组织领导公司行业研究, 股权激励, 再融资等战略支持工作, 参与公司投融资行为、重要经营活动等方面的决策和方案制定工作。	2
10	法务风控中心	(1) 根据国家政策、法律法规及公司发展战略, 通过合同审核/谈判、建立或完善公司内部的各项规章制度; (2) 开展法律知识的培训, 提高公司各部门人员的法律意识; (3) 诉讼/非诉案件处理、业务全流程风险点梳理、法律咨询等方式对公司及各子/分公司可能出现的法律风险进行事前防范、事中控制、事后补救, 维护公司利益; (4) 负责投资过程中的法律尽职调查。	2
11	信息技术部门	负责公司数字化转型的统筹管理以及相关软件系统的规划确认、上线准备、项目验收, 负责信息化系统的日常管理、运营维护和未来的迭代升级。	3
12	新消费新零售业务部	开展新消费新零售业务。	24
13	供应链业务部	开展商超供应链业务。	15
合计		-	89

根据公司业务发展规划, 公司未来四年内拟增加至约 200 人, 即新增 111 人, 总部的各类型人员随着业务规模的扩大人数相应增加, 同时公司还将加强数字化专业人才团队建设, 协助数字化转型项目的系统开发和运营。在未来四年内, 公司各年拟新增人员具体情况如下:

序号	部门	未来四年拟新增人员情况											
		2024年7-12月		2025年		2026年		2027年		2028年1-6月		累计 增加 人数	增加原因
		增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位		
1	管理团队	0	/	0	/	0	/	1	副总经理	0	/	1	未来将按照业务线和职能线新增分管副总经理
2	总经办	2	战投主管、品牌公关经理	1	总经办经理	0	/	1	文秘	0	/	4	未来将加强战投、公关以及文秘工作,增加战投主管、品牌公关经理、总经办经理、文秘等岗位人员。
3	行政管理中心	0	/	1	司机	0	/	1	后勤采购	0	/	2	未来将根据公司员工人数的增长,增加司机、后勤采购等岗位人员。
4	人力资源中心	0	/	0	/	0	/	0	/	2	人才发展、组织发展	2	未来将根据公司员工人数的增长,增加人才发展、组织发展等岗位人员。
5	财务管理中心	1	集团财务主管	0	/	1	业务行政BP	1	财务管理	1	业务财务BP	4	未来将根据公司业务项目的增加以及业务规模的增长,增加集团财务主管、业务行政BP、业务财务BP、财务管理等财务岗位人员。
6	业务经营中心	0	/	0	/	1	业务HRBP	1	中心负责人	0	/	2	未来将根据公司业务发展规划,增加业务HRBP、中心负责人等岗位人员。

序号	部门	未来四年拟新增人员情况										累计 增加 人数	增加原因
		2024年7-12月		2025年		2026年		2027年		2028年1-6月			
		增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位		
7	战略投资中心	0	/	3	商业投资经理、投资研究主管、投后管理	1	业务财务BP	1	投资主管	0	/	5	未来将增加投资研究主管、投资主管、商业投资经理、投后管理、业务财务BP等岗位人员，加强市场研究、经济形势分析、投资管理工作，更好地助力公司实施战略投资规划。
8	内审中心	0	/	0	/	1	内审人员	0	/	0	/	1	未来将增加内审人员，进一步做实内审工作，规范内部管理。
9	证券管理中心	0	/	0	/	1	战略规划经理	1	证券专员	0	/	2	未来将增加战略规划经理、证券专员等岗位人员，加强公司信息披露和投资者关系的管理，增强公司资本市场研究分析能力。
10	法务风控中心	0	/	1	法务主管、法务经理	1	审计主管	1	法务经理	0	/	3	未来将根据公司业务规模的增长，增加法务主管、审计主管、法务经理等岗位。



序号	部门	未来四年拟新增人员情况										累计 增加 人数	增加原因
		2024年7-12月		2025年		2026年		2027年		2028年1-6月			
		增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位		
11	信息技术部门	4	数字化总监、产品经理、JAVA工程师	11	数据开发/前端开发/后端开发/系统测试工程师、产品主管、运营主管、运营专员	6	数据开发工程师、系统测试工程师、项目经理、运营专员	6	数据开发/系统测试工程师、项目经理、运营主管	6	后端开发/系统测试工程师、产品经理、用户体验专员、运营主管	33	未来将根据公司数字化转型项目开展情况，增加数字化总监、产品经理、JAVA工程师、数据开发工程师、前端开发工程师、后端开发工程师、系统测试工程师等技术岗位人员，并招聘运营主管、用户体验专员、运营专员加强系统运营工作的开展。
12	丽尚美链	0	/	0	/	1	业务专员	1	业务专员	0	/	2	丽尚美链未来继续平稳发展新消费新零售业务，在维持现有人员配置基础上适时增加业务专员人数。

序号	部门	未来四年拟新增人员情况										累计 增加 人数	增加原因
		2024年7-12月		2025年		2026年		2027年		2028年1-6月			
		增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位	增加人数	增加岗位		
13	丽尚融鑫	2	商超项目总监、项目经理	26	商超项目市场拓展专员、门店运营专员、采销专员	8	商超项目市场拓展专员、门店运营专员、采销专员、物流仓储专员	10	商超项目市场拓展专员、门店运营专员、采销专员、物流仓储专员	4	商超项目门店运营专员、采销专员、物流仓储专员	48	丽尚融鑫未来拟发展商超采销业务，增加项目市场拓展专员、门店运营专员、采销专员等岗位人员。
合计		9		45		20		24		13		111	

#### 4、同行业平均水平

本项目拟购置写字楼建筑面积为 4,924.47 平方米，其中实际办公区域面积为 3,099 平方米，按照办公人数 200 人计算，人均总面积为 24.62 平方米/人，其中人均办公面积为 15.50 平方米/人，与最近两年同行业同类募投项目比较情况如下：

证券代码	公司简称	发行情况	募投项目	实施方式	项目实施完成后				
					办公人数 (人)	总面积 (m <sup>2</sup> )	人均总面积 (m <sup>2</sup> /人)	办公面积 (m <sup>2</sup> )	人均办公面积 (m <sup>2</sup> /人)
301099.SZ	雅创电子	2023 年 10 月可转债	雅创汽车电子总部基地项目	上海自建	500	28,500	57.00	9,000	18.00
301376.SZ	致欧科技	2023 年 6 月 IPO	郑州总部运营管理中心建设项目	郑州购置	1,369	/	/	10,718	7.83
301376.SZ	致欧科技	2023 年 6 月 IPO	研发设计中心建设项目	东莞购置	248	/	/	12,980	52.34
300945.SZ	曼卡龙	2023 年 6 月 非公开	全渠道珠宝一体化综合平台建设项目	杭州购置	249	4,000	16.06	2,225	8.94
002264.SZ	新华都	2022 年 7 月 非公开	研发中心建设项目	深圳购置	83	2,000	24.10	/	/
002264.SZ	新华都	2022 年 7 月 非公开	品牌营销服务一体化建设项目	深圳购置	319	4,000	12.54	/	/
平均				/	/	/	27.42	/	21.78
600738.SH	丽尚国潮	本次发行	总部运营管理中心项目	杭州购置	200	4,924	24.62	3,099	15.50

根据上表，公司本项目建成后，公司人均总面积、人均办公面积均低于最近两年同行业同类募投项目的平均值，处于合理范围内。

#### 5、该项目购置房屋的必要性及新增房屋面积的合理性

##### (1) 本项目购置房屋有利于保障公司长期稳定发展

根据公司杭州总部办公场所租用物业的房屋租赁合同，租赁期限至 2026 年 5 月 31 日，在租赁期限届满时，公司对该物业不享有同等条件优先承租的权利，出租方有权自由选择承租人。因此，公司上述办公场所租赁到期后，是否能顺利续租以及租金水平均具有较大不确定性。

通过本项目的实施，公司将购买并自持的写字楼作为新的杭州总部运营管理中心，可以避免办公场所续租及租金上涨的不确定性，有利于增强员工归属感和

公司经营稳定性，保障公司长期稳定发展。

### **(2) 本项目购置房屋将减少租金支出，提升公司盈利水平**

本项目拟购置房屋的折旧摊销费用低于租赁房产的租赁费用，本项目购置房屋更具经济性。按照本项目拟购买写字楼的购买金额及装修金额测算，每年折旧摊销费用合计 303.54 万元，按公司现有租赁房产租金价格、本项目拟购买写字楼面积测算的年租赁费用为 745.93 万元。因此，按照本项目拟购买房产面积测算，每年折旧摊销费用较租赁费用减少 442.39 万元，公司每年净利润将增加 331.80 万元。此外，本项目拟购置写字楼地理位置优越，周边商业氛围相对浓厚，配套设施更加完善，交通更加便利，资产较为优质，有利于公司长期资产的保值增值。

通过本项目的实施，公司将购置写字楼作为总部办公使用，与租赁房产相比，购置房产将减少公司租金支出，提升公司盈利水平，且有利于长期资产保值增值。

### **(3) 本项目新增房屋面积满足公司业务发展的需要，增强公司运营管理能力**

截至 2024 年 6 月 30 日，公司杭州总部租赁使用房屋面积为 4,050.87 平方米，管理、行政、财务、人力、法务、投资、证券等部门及部分业务部门的相关办公人员共 89 人。随着公司主营业务不断发展及数字化转型战略实施，杭州总部运营管理人员、相关业务人员及数字化转型相关人员的规模将逐步增加，公司未来四年内拟增加至约 200 人，公司现有办公场所已无法满足公司未来业务发展的需要。

本项目拟购置写字楼建筑面积 4,924.47 平方米，较现有租赁面积增加 873.60 平方米，规划配套功能更加完善，能够满足 200 人办公需求。按照本次拟购置写字楼建筑面积和规划实际办公区域面积、办公人数 200 人计算，人均总面积为 24.62 平方米/人，其中人均办公面积为 15.50 平方米/人，均低于最近两年同行业同类募投项目的平均值，处于合理范围内。

通过本项目的实施，有利于满足公司业务发展的需要，同时进一步改善整体工作环境，提升公司整体形象，进一步吸引和留住优秀人才，增强公司运营管理能力。

综上，本项目购置房屋有利于保障公司长期稳定发展，减少租金支出，具有必要性；新增房屋面积有利于满足公司业务发展的需要，与同行业同类募投项目情

况相比处于合理范围内，具有合理性。

#### **（五）量化分析募投项目新增折旧和摊销对发行人经营业绩的可能影响。**

公司本次发行募投项目全部建成后，预计年新增固定资产折旧、无形资产摊销金额合计为 4,860.43 万元，如果本次发行募投项目不能按照计划实现预期效益，新增的折旧和摊销费用将对发行人业绩产生一定的不利影响。

## **二、中介机构核查情况**

### **（一）核查程序**

保荐机构执行了如下核查程序：

1、查阅本次发行相关募投项目可行性研究报告、查阅发行人固定资产清单及装修工程合同、查询相关研究报告及同行业公司公开披露信息，实地查看专业市场及亚欧商厦经营情况等，了解本次专业市场及亚欧商厦改造升级项目涉及经营场所的经营年限、装修及设备成新情况、历史翻新情况，以及行业一般的翻新周期情况，分析项目实施的必要性；

2、查阅本次发行相关募投项目可行性研究报告、获取相关系统规划方案及开发进度、获取发行人数字化转型团队人员履历等，了解数字化转型项目搭建新系统及升级原有系统的具体情况和发行人现有数字化专业团队人员情况，以及数字化转型项目对发行人带来的效益情况；

3、实地查看发行人现有酒店和兰州中高端酒店投资开发项目选址、查询相关网络公开信息、获取发行人现有酒店经营指标、查阅兰州中高端酒店投资开发项目可行性研究报告及合作协议等，了解发行人新开发酒店与现有酒店项目在地点、客户群体、品牌定位等方面的差异情况及竞争情况；

4、查阅杭州总部运营管理中心建设项目可行性研究报告、查阅拟购置写字楼的购买意向书、实地查看发行人现有租赁房屋办公场所、查阅现有租赁房屋的租赁合同、查阅员工名册、查询同行业公司可比募投项目的公开信息等，分析购置房屋的必要性及新增房屋面积的合理性；

5、查阅本次发行相关募投项目可行性研究报告，测算新增折旧和摊销费用金额。

### **（二）核查意见**

经核查，保荐机构认为：

1、专业市场及亚欧商厦改造升级项目涉及的杭州环北专业市场、南京环北专业市以及兰州亚欧商厦的经营年限长、装修及设备成新率较低，拟改造升级区域装修及相关设施陈旧老化，本次拟翻新周期已达到或接近公司历史及行业一般的翻新周期；专业市场本次改造升级将进一步提升市场形象和服务品质，提高市场出租率，增加经营效益；兰州亚欧商厦本次改造升级将升级商厦整体形象和消费体验，提升经营效益。因此，发行人本次专业市场及亚欧商厦改造升级项目的实施具有必要性。

2、发行人已结合对应业务板块的现有业务模式、运营环节、收入来源等说明数字化转型项目搭建新系统及升级原有系统的具体情况，新老系统的主要功能差异。本项目将实现发行人核心业务板块前台以及中后台运营管理的数字化转型升级，为核心业务板块的客户**提供数字化管理增值服务，提升服务质量，同时切实提升发行人运营管理效率，增强客户对发行人的粘性及稳定的长期合作关系，有助于发行人经营业绩的可持续增长；**本项目搭建新系统及升级原有系统**具有必要性，不会导致原有业务模式及收入来源发生重大变化，符合投向主业的要求。**数字化转型项目委托专业服务商负责相关软件系统的具体设计、开发、实施和部署工作，发行人已组建经验丰富的数字化转型团队，负责项目统筹管理以及相关软件系统的规划确认、上线准备、项目验收**等开发和实施辅助工作，且后续将承接新建系统代码进行系统自主运维和迭代升级相关工作；**截至本回复报告出具日，本项目已有7个软件系统正在开发或试运行中，发行人具备数字化转型项目的实施能力。本项目将打造一体化的数字化智能化体系，实现发行人全面数字化转型升级；有助于发挥数据资产价值，为发行人经营管理和业务发展赋能；**有助于提高发行人运营管理效率、降本增效，**本项目的实施能够有效提升发行人的运营能力及盈利水平。**本项目的实施符合行业数字化转型的发展趋势。**

3、公司兰州中高端酒店投资开发项目所处物业为新建的兰州市最高地标性建筑城市综合体，周边为商务办公区，该项目与华住集团合作，打造中高档品牌 IntercityHotel 城际酒店西北首店，品牌定位为高端商务旅游酒店，客户群体主要为高端商务、旅游等人群，接入华住集团成熟的营销网络和会员体系，预测运营期内客房平均房价为 515 元/天。公司现有酒店项目所处物业为历史悠久的百货零售大楼，临近部分旅游景点和大型医院，采用自主品牌、单店经营模式，品牌

定位为中端商务旅游酒店，客户群体主要为一般商务出差、大众亲子旅游、附近医院就医等人群，报告期内客房平均房价为 383.20 元/天。因此，兰州中高端酒店投资开发项目与公司现有酒店项目在地点、客户群体、品牌定位、消费档次等方面均具有明显差异，不存在竞争关系。

4、杭州总部运营管理中心建设项目主要为购置和装修 4,924.47 平方米的写字楼用于总部办公；截至 2024 年 6 月 30 日公司总部租赁使用房屋面积为 4,050.87 平方米，办公人员为 89 人。发行人杭州总部现有租用物业租赁到期后，是否能顺利续租以及租金水平均具有较大不确定性，本项目购置房屋有利于保障发行人长期稳定发展；本项目拟购置房屋的折旧摊销费用低于租赁房产的租赁费用，购置房产将减少租金支出，提升盈利水平，且有利于长期资产保值增值；发行人现有杭州总部办公场所已无法满足未来业务发展需要，新增房屋面积有利于满足业务发展需要，增强公司运营管理能力，人均面积与同行业同类募投项目情况相比处于合理范围内。因此，该项目购置房屋具有必要性，新增房屋面积具有合理性。

5、发行人本次发行募投项目全部建成后，预计年新增固定资产折旧、无形资产摊销金额合计为 4,860.43 万元，如果本次发行募投项目不能按照计划实现预期效益，新增的折旧和摊销费用将对发行人业绩产生一定的不利影响。

### **问题 3. 关于融资规模与效益测算**

根据申报材料，1) 公司本次募集资金总额不超过人民币 53,008.80 万元（含本数），拟投向“专业市场及亚欧商厦改造升级项目”、“数字化转型项目”、“兰州中高端酒店投资开发项目”和“杭州总部运营管理中心建设项目”；2) 截至 2024 年 6 月 30 日，公司货币资金余额为 22,530.75 万元，其他债权投资 19,136.55 万元；3) 本次募投项目中“兰州中高端酒店投资开发项目”税后内部收益率为 26.63%。

请发行人说明：（1）本次募投项目各项投资构成的测算依据，单位工程造价、设备购置和软件购置单价的合理性，与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况；（2）结合公司现有货币资金和其他债权投资情况、日常经营积累、资金缺口测算等情况，分析本次募集资金的必要性及规模的合理性；（3）“兰州中高端酒店投资开发项目”效益测算中入住率预测依据的合理性，募投

项目收益率与公司及同行业公司可比项目的对比情况，效益测算是否谨慎合理。

请保荐机构核查并发表明确意见。

**【回复】**

一、发行人说明

(一) 本次募投项目各项投资构成的测算依据，单位工程造价、设备购置和软件购置单价的合理性，与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况

1、本次募投项目各项投资构成的测算依据

公司本次向特定对象发行股票募集资金扣除发行费用后募集资金拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目	项目投资金额	拟使用募集资金金额
1	专业市场及亚欧商厦改造升级项目	29,173.54	28,148.58
	其中：杭州环北专业市场改造升级项目	8,140.00	7,437.57
	南京环北专业市场改造升级项目	4,457.00	4,457.00
	兰州亚欧商厦改造升级项目	16,576.54	16,254.01
2	数字化转型项目	12,394.04	11,377.63
3	兰州中高端酒店投资开发项目	3,239.09	3,239.09
4	杭州总部运营管理中心建设项目	10,243.50	10,243.50
合计		55,050.17	53,008.80

本次募投项目各项投资构成及其测算依据具体如下：

(1) 杭州环北专业市场改造升级项目

本项目拟投资 8,140.00 万元，对杭州环北专业市场进行改造升级，包括对其负一层至五层的公共区域和外立面进行装修改造，更换部分空调设备等，具体投资构成如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占项目总投入比例
1	装修工程费	4,729.00	58.10%
2	设备购置及安装费	3,074.00	37.76%
3	工程建设其他费用	100.00	1.23%
4	预备费	237.00	2.91%
项目总投入		8,140.00	100.00%

①装修工程费

装修工程主要分为公共区域装修和市场外立面改造两个项目，以项目所需的场地面积为依据，并结合公司的历史装修价格及建设当地造价水平情况进行测算，



具体如下：

序号	项目	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	金额 (万元)
1	公共区域装修	44,697.38	2,629.00
2	外立面改造	13,000.00	2,100.00
合计		<b>57,697.38</b>	<b>4,729.00</b>

A.公共区域装修明细如下：

楼层	建筑面积(m <sup>2</sup> )	公共区域装修金额 (万元)				楼层小计
		装饰	拆除	检测复核	信号覆盖	
负一层	11,325.23	480.00	100.00	6.00	12.00	598.00
一层	5,489.51	240.00	50.00	5.00	10.00	305.00
二层	7,176.79	360.00	50.00	5.00	10.00	425.00
三层	7,132.64	360.00	50.00	5.00	10.00	425.00
四层	7,102.30	360.00	50.00	5.00	10.00	425.00
五层	6,470.91	386.00	50.00	5.00	10.00	451.00
合计	<b>44,697.38</b>	<b>2,186.00</b>	<b>350.00</b>	<b>31.00</b>	<b>62.00</b>	<b>2,629.00</b>

本项目公共区域装修费用预估单价为 588.17 元/平方米，根据公司杭州环北专业市场 2021 年第六层装修改造项目的工程合同、工程结算审定单等资料，其装修费用单价为 657.60 元/平方米，与本项目预估金额较为接近。

B.外立面改造明细如下：

项目	面积 (m <sup>2</sup> )	外立面施工 (万元)	外立面拆除 (万元)	检测、技术复核费用 (万元)	合计 (万元)
外立面	13,000.00	1,755.00	325.00	20.00	2,100.00

公司已就本项目上述外立面改造工程遴选了两家第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目初步方案提供了相关工程预算报价单，报价金额平均值为 2,201.99 万元，与本项目预估金额较为接近。

### ②设备购置及安装费

本项目根据公司装修改造需求拟定需要购置的设备，并参考历史价格、市场价格等信息预估设备采购单价、采购成本、安装支出，具体如下：

楼层	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	设备购置及安装费 (万元)		楼层小计
		空调等设备购置	安装	
负一层	11,325.23	460.00	280.00	740.00
一层	5,489.51	230.00	180.00	410.00
二层	7,176.79	240.00	250.00	490.00

三层	7,132.64	240.00	250.00	490.00
四层	7,102.30	240.00	250.00	490.00
五层	6,470.91	230.00	224.00	454.00
<b>合计</b>	<b>44,697.38</b>	<b>1,640.00</b>	<b>1,434.00</b>	<b>3,074.00</b>

公司已就本项目上述设备购置及安装遴选了两家第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目设备清单和数量分别提供了报价单，报价金额平均值为 3,030.36 万元，与本项目预估金额较为接近。

### ③工程建设其他费用

本项目工程建设其他费用为前期项目设计费 100.00 万元，参照市场价格进行测算。

公司已就本项目装修设计遴选了两家第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目初步方案分别提供了报价单，报价金额平均值为 113.50 万元，与本项目预估金额较为接近。

### ④预备费

预备费取装修工程费、设备购置及安装费、工程建设其他费用之和的 3.0%，合计 237 万元。

## (2) 南京环北专业市场改造升级项目

本项目拟投资 4,457.00 万元，对南京环北专业市场进行改造升级，包括对其一期负一层至七层、二期二层至四层的公共区域和外立面进行装修改造，更换部分电梯、空调设备等，具体投资构成如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占项目总投资比例
1	装修工程费	2,940.00	65.96%
2	设备购置及安装费	1,287.00	28.88%
3	工程建设其他费用	100.00	2.24%
4	预备费	130.00	2.92%
<b>项目总投资</b>		<b>4,457.00</b>	<b>100.00%</b>

### ①装修工程费

装修工程主要分为公共区域装修和外立面改造两个项目，以项目所需的场地面积为依据，并结合公司的历史装修价格及建设当地造价水平情况，具体如下：

序号	项目	面积（m <sup>2</sup> ）	金额（万元）
1	公共区域装修	15,110.00	923.00
2	外立面改造	12,480.00	2,017.00

合计	-	2,940.00
----	---	----------

A.公共区域装修明细如下：

单位：万元

楼层	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	施工面积 (m <sup>2</sup> )	装饰 金额	拆除 金额	检测复核 金额	楼层金额 小计
一期负一层	5,670.30	1,890.00	95.00	15.00	5.00	115.00
一期一层	4,843.60	1,615.00	80.00	13.00	5.00	98.00
一期二层	4,843.60	1,615.00	80.00	13.00	5.00	98.00
一期三层	4,843.60	1,615.00	80.00	13.00	5.00	98.00
一期四层	4,846.30	1,615.00	80.00	13.00	5.00	98.00
一期五层	3,878.90	1,300.00	65.00	10.00	5.00	80.00
一期六层	3,878.90	1,300.00	65.00	10.00	5.00	80.00
一期七层	3,878.90	1,300.00	65.00	10.00	5.00	80.00
二期二层	2,437.45	820.00	40.00	6.00	5.00	51.00
二期三层	2,463.71	820.00	40.00	6.00	5.00	51.00
二期四层	2,463.71	820.00	40.00	6.00	5.00	51.00
2-4 层连廊	399.69	400.00	20.00	3.00	-	23.00
<b>合计</b>	<b>46,912.37</b>	<b>15,110.00</b>	<b>750.00</b>	<b>118.00</b>	<b>55.00</b>	<b>923.00</b>

本项目公共区域装修费用预估单价为 610.85 元/平方米，根据公司杭州环北专业市场 2021 年第六层装修改造项目的工程合同、工程结算审定单等资料，其装修费用单价为 657.60 元/平方米，与本项目预估金额较为接近。

B.外立面改造明细如下：

项目	面积 (m <sup>2</sup> )	外立面施工 (万元)	外立面拆除 (万元)	检测、技术复核 费用 (万元)	合计 (万元)
外立面	12,480.00	1,685.00	312.00	20.00	2,017.00

本项目外立面改造费用预估单价为 1,616.19 元/平方米，根据公司本次杭州环北专业市场改造升级项目外立面改造获取的第三方供应商工程预算报价单，其外立面改造工程报价的平均单价为 1,693.83 元/平方米，与本项目预估金额较为接近。

### ②设备购置及安装费

本项目根据公司装修改造需求拟定需要购置的设备，并参考历史价格、市场价格等信息预估设备采购单价、采购成本、安装支出，具体如下：

设备	数量（台）	金额（万元）
扶梯	20	400.00
空调变风量风机组	74	284.60
客梯	4	100.00
观光电梯	1	75.00
货梯	2	60.00
空调末端吊顶风机	77	40.04
空调末端盘管风机	103	9.27
<b>小计</b>	<b>281</b>	<b>970.00</b>
安装费用	-	317.00
<b>合计</b>	-	<b>1,287.00</b>

公司已就本项目上述电梯、空调等设备遴选了第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目设备清单和数量提供了报价单，报价金额为1,183.92万元，与本项目预估金额较为接近。

### ③工程建设其他费用

本项目工程建设其他费用为前期项目设计费 100.00 万元，参照市场价格进行测算。

根据公司本次杭州环北专业市场改造升级项目装修设计获取的第三方供应商报价单，报价金额平均值为 113.50 万元，与本项目预估金额较为接近。

### ④预备费

预备费取装修工程费、设备购置费、工程建设其他费用之和的 3.0%，预备费合计 130.00 万元。

## (3) 兰州亚欧商厦改造升级项目

本项目拟投资 16,576.54 万元，对亚欧商厦进行改造升级，包括对 B1 层超市、1-8 层商场、9-10 层酒店以及外立面进行装修改造，更换部分电梯设备及采购安装户外 LED 屏等，具体投资构成如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占项目总投资比例
1	装修工程费	12,484.76	75.32%
2	设备购置费	595.00	3.59%
3	工程其他费用	3,013.97	18.18%
4	预备费	482.81	2.91%
<b>项目总投资</b>		<b>16,576.54</b>	<b>100%</b>

### ①装修工程费

本项目装修工程涉及超市、商场、酒店以及外立面的装修改造，以项目所需

的场地面积为依据，并结合公司的历史装修价格及建设当地造价水平情况进行测算，具体费用如下：

序号	项目	金额（万元）
1	B1 层超市升级改造	1,748.30
2	1-8 层亚欧商厦装修改造	5,985.55
3	9-10 层酒店升级改造	2,588.41
4	亚欧商厦外立面	2,162.50
合计		<b>12,484.76</b>

#### A.B1 层超市升级改造工程明细

序号	改造内容	改造面积（m <sup>2</sup> ）	改造单价（元/m <sup>2</sup> ）	改造总额（万元）
1	超市装修拆除费用	3,800.00	160.00	60.80
2	装饰装修费用	3,750.00	4,500.00	1,687.50
合计				<b>1,748.30</b>

#### B.1-8 层亚欧商厦装修改造明细

拟投资项目	改造内容	改造面积（m <sup>2</sup> /个）	改造单价（元/单位）	金额（万元）
商场公共区域装修工程	引进地铁1号线项目超市出入口及商场正门口装修改造工程	1	6,800,000.00	680.00
	1层整体装修	1,800	3,500	630.00
	2-6层公共区域装修费用	7,950	1,800	1,431.00
	7-8层公共区域装修费用	4,000	1,800	720.00
小计				<b>3,461.00</b>
拟投资项目	改造内容	改造面积（m <sup>2</sup> ）	改造单价（元/m <sup>2</sup> ）	金额（万元）
中厅镂空楼层封堵（2层）	土建工程	490.00	1,800.00	88.20
	装修工程	490.00	2,200.00	107.80
小计				<b>196.00</b>
拟投资项目	改造内容	改造数量（个）	改造单价（元/个）	金额（万元）
一区、三区2至6楼加装扶梯工程费用	楼结构拆除及加固工程	4	850,000	340.00
	装修工程	4	900,000	360.00
小计				<b>700.00</b>
拟投资项目	改造内容	改造数量（个）	改造单价（元/个）	金额（万元）
直梯电梯改造	中庭 B1 至 7 楼扶梯的拆除及装修工程	9	150,000	135.00
	中庭剩余扶梯大修（仅保留框架、包括梯级更换）	6	200,000	120.00

	保留扶梯的装修（底板、侧板及灯带）	4	40,000	16.00
	1-4号直梯轿厢内装修	4	30,000	12.00
<b>小计</b>				<b>283.00</b>
拟投资项目	改造内容	改造面积（m <sup>2</sup> ）或数量	改造单价（元/单位）	改造总额（万元）
亚欧商厦其他工程	6#、7#、8#、9#楼梯间翻新	8,300.00	85.00	70.55
	中庭原采光罩拆除、提升及装修工程	450.00	4,000.00	180.00
	一区、三区卫生间改造（2~8楼14组）	14.00	450,000.00	630.00
	后院、车道翻新	500.00	1,500.00	75.00
	室外台阶翻新改造	1,000.00	800.00	80.00
	室内外导视工程-导视制作安装	1	1,000,000.00	100.00
	室内软装工程-软装安装	1	1,200,000.00	120.00
	监控系统升级改造	1	900,000.00	90.00
<b>小计</b>				<b>1,345.55</b>
<b>合计</b>				<b>5,985.55</b>

#### C.9-10层酒店升级改造明细

序号	改造内容	改造面积（m <sup>2</sup> ）	改造单价（元/m <sup>2</sup> ）	改造总额（万元）
1	9-10楼办公区及宾馆客房拆除费用	9,800.00	180.00	176.40
2	新装修费用	9,800.00	2,461.23	2,412.01
<b>合计</b>				<b>2,588.41</b>

#### D.亚欧商厦外立面改造明细

序号	改造内容	改造面积（m <sup>2</sup> /个）	改造单价（元/单位）	改造金额（万元）
1	外立面拆除费用	12,500.00	150.00	187.50
2	外立面装修费用	12,500.00	1,500.00	1,875.00
3	外立面亮化工程	1	1,000,000.00	100.00
<b>合计</b>				<b>2,162.50</b>

本项目装修工程费合计 12,484.76 万元。公司已就本项目上述装修改造工程遴选了两家第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目初步方案提供了相关工程预算报价单，报价金额平均值为 12,871.65 万元，与本项目预估金额较为接近。

#### ②设备购置费

本项目根据公司装修改造需求拟定需要购置的设备，并参考历史价格、市场价格等信息预估设备采购单价、采购成本、安装支出，具体如下：

序号	项目	单位 (台/m <sup>2</sup> )	单价 (万元/单位)	金额 (万元)
1	一区、三区 2 至 6 楼加装扶梯工程 设备费用	16 台	21.00	336.00
2	3 部货梯更换	3 台	33.00	99.00
3	5 号、6 号客梯更换	2 台	20.00	40.00
4	户外 LED 屏	200 m <sup>2</sup>	0.60	120.00
合计		-	-	<b>595.00</b>

公司已就本项目上述电梯、LED 屏等设备遴选了第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目设备清单和数量提供了报价单，其中电梯报价平均价格为 25.00 万元/台，LED 屏报价为 0.65 万元/平方米，均与本项目预估单价较为接近。

### ③工程其他费用

本项目的工程其他费用明细如下：

序号	项目	金额（万元）
1	设计费用	923.97
2	一层引进一线化妆品装修补贴及现有品牌移位费用	1,985.00
3	项目改造前期定位策划服务费及改造报审费	105.00
合计		<b>3,013.97</b>

#### A.设计费用明细

本项目的设计费根据公司的设计需求，行业或当地主管部门指导文件、市场价格等信息进行计算，具体如下：

序号	项目	金额（万元）
1	1-8 层室内软装工程-软装设计	25.00
2	1-8 层室内外导视工程-导视设计	20.00
3	1-8 层设计费用—结构设计费	80.00
4	1-8 层设计费用—商业平面优化	30.00
5	1-8 层设计费用—商业空间室内设计费	450.00
6	1-8 层设计费用—卫生间	12.00
7	1-8 层公共区域安装工程-机电工程	67.41
8	1-8 层公共区域安装工程-消防工程	67.41
9	9-10 层中高端品牌酒店改造设计费	78.40
10	外立面设计方案	50.00
11	外立面施工图	43.75
合计		<b>923.97</b>

公司已就本项目上述工程设计遴选了第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目初步方案提供了相关工程设计报价单，报价金额为 923.96 万元，与本项目预估金额较为接近。

#### B.一层引进一线化妆品装修补贴及现有品牌移位费用

本项目的品牌装修补贴及现有品牌移位费用根据实际情况预计品牌专柜面积，参照公司历史的装修补贴单价及最新市场情况进行计算，具体如下：

类型	品牌	专柜面积 (m <sup>2</sup> )	装修补贴单价 (万元/m <sup>2</sup> )	金额(万元)
拟引进目标护肤品牌	香奈儿	55	7.50	412.50
	迪奥	55	5.50	302.50
	科颜氏	50	2.50	125.00
	<b>小计</b>	<b>160</b>	<b>5.25</b>	<b>840.00</b>
拟引进目标彩妆品牌	阿玛尼	50	3.00	150.00
	NARS	50	2.50	125.00
	圣罗兰	50	3.00	150.00
	<b>小计</b>	<b>150</b>	<b>2.83</b>	<b>425.00</b>
一楼化妆品挪位品牌	兰蔻	55	4.00	220.00
	雅诗兰黛	55	2.00	110.00
	SK-II	55	2.00	110.00
	倩碧	50	2.00	100.00
	资生堂	50	2.00	100.00
	施华洛世奇	80	1.00	80.00
	<b>小计</b>	<b>345</b>	<b>2.09</b>	<b>720.00</b>
<b>合计</b>		<b>655</b>	<b>3.03</b>	<b>1,985.00</b>

本项目品牌装修补贴及现有品牌移位费用整体预估单价为 3.03 万元/平方米。公司兰州亚欧商厦 2017 年-2019 年为雅诗兰黛、兰蔻、资生堂等品牌专柜装修费平均单价为 2.62 万元/平方米，与本项目预估金额较为接近。

#### ④预备费

预备费取装修工程费、设备购置费、工程其他费用之和的 3.0%，预备费合计 482.81 万元。

#### (4) 数字化转型项目

本项目拟投资 12,394.04 万元，用于购置硬件设备及相关软件系统，加强数字化专业人才团队建设，以及系统推广等。具体投资构成如下：

序号	项目	投资金额(万元)	占项目总投资比例
1	软件购置费用	6,053.29	48.84%
2	设备购置费用	1,205.00	9.72%
3	实施费用	2,548.00	20.56%
4	推广费用	2,370.00	19.12%
5	预备费	217.75	1.76%
<b>合计</b>		<b>12,394.04</b>	<b>100.00%</b>



①软件购置及迭代升级费用

序号	主要构成	建设内容	投入金额（万元）
1	集团数字化转型一期项目	采批服务系统	350.00
		物流和仓储服务系统	345.00
		统一业务系统	305.00
		统一业财系统	230.00
		统一数据系统	395.00
		数字化咨询	350.00
		云服务器资源费用	278.29
		小计	<b>2,253.29</b>
2	集团数字化转型项目迭代升级	对上述数字化转型一期项目涉及相关系统的3年持续迭代升级	1,100.00
3	数字财务系统	包括财务核算、合并报表、费用控制、供应链、全面预算、电子档案、财务共享等系统	650.00
4	人力资源数字系统	包含招聘管理、核心人事、绩效管理、薪酬福利、员工服务、培训发展等功能模块	200.00
5	统一资产管理系统	包含资产台账管理、维修、保养、巡检、物联监控、统计分析等功能模块	300.00
6	统一合同管理系统	包含供应商管理、合同管理、收支计划管理、合同履行过程管理、统计分析等功能模块	200.00
7	综合数据治理、应用	围绕已建系统，进行数据治理、集成并进行深度的数据应用、分析	300.00
8	施工过程管理系统	包含项目立项、改造项目计划管理、项目执行情况管理、过程资产资料管理、智能预警、统计分析等功能模块	100.00
9	原有系统升级	百货系统升级	120.00
		会员系统升级	60.00
		酒店管理系统升级	60.00
		租赁系统升级	150.00
		智慧园区系统升级	60.00
10	系统运维费	系统运维费用，目前每年约50万，多个系统建设中，预计3年至少投入运维费200万	200.00
11	服务器扩容及其他	包含3年内服务器扩容，安全等保测评等费用	300.00
合计			<b>6,053.29</b>

上表中公司数字化转型一期项目投入金额合计为 2,253.29 万元，系根据公

司与科大讯飞股份有限公司（以下简称“科大讯飞”）签订的采购合同确定；除公司数字化转型一期项目以外的软件系统购置，公司遴选了三家第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目初步方案提供了报价单，报价金额平均值为 3,830.00 万元，与本项目预估费用 3,800.00 万元较为接近。

公司就本项目中的数字化转型一期项目向科大讯飞采购数字化转型相关服务的合理性及程序合规性说明如下：

#### A、科大讯飞基本情况

科大讯飞于 2008 年 5 月在深圳交易所上市，股票代码为 002230.SZ，截至 2024 年 12 月 6 日，市值为 1,198 亿元。科大讯飞主营业务包含智慧教育、开放平台及消费者业务、智慧城市、运营商、智慧汽车、智慧金融、智慧医疗等人工智能核心应用场景和产业链环节，2023 年度营业收入 196.50 亿元、归母净利润 6.57 亿元，2023 年末总资产 378.31 亿元、归母净资产 170.32 亿元。

科大讯飞作为中国人工智能产业的先行者，在人工智能领域深耕二十五年，承建有认知智能全国重点实验室、语音及语言信息处理国家工程研究中心以及国家首批新一代人工智能开放创新平台等国家级平台；在行业标准方面，先后主导和参与制定了国内外智能语音、人工智能领域标准 100 余项，其中已经发布实施的国际标准 3 项、国家标准 34 项、行业标准 9 项，地方标准 8 项和团体标准 24 项，覆盖了语音识别、语音合成、大模型和智能家居、智能客服、移动终端、车载终端、智能电视、机器翻译等各领域。

科大讯飞作为中国智能语音及人工智能产业头部企业，拥有丰富的人工智能规模化应用案例和可以用统计数据验证的实际成果，受到行业客户和开发商的充分信任，并与各行业占据市场优势地位的开发商建立了长期稳定的战略合作关系，其品牌资产位列国际权威榜单 BrandZ“最具价值中国品牌 100 强”第 43 名，品牌价值 43.42 亿美元。

#### B、科大讯飞数字化项目案例

根据公开信息查询，科大讯飞已成功为中国石油、中国绿发、中国海油、国家能源集团、中国人寿、中建八局、万达集团、南京银行等多家知名企业提供数字化转型服务，具体情况如下：

企业名称	项目概况
中国石油	助力中国石油发布 330 亿参数昆仑大模型: AI+能源深度应用, 创新四层架构, 打造 8 个大模型+18 个应用场景, 构建能源化工领域的 AI 检索和问答引擎。
中国绿发	助力中国绿发打造首个央企 AI 总部, 发布泰山大模型, 通过 AI 全方位赋能企业战略决策、创新研发等关键业务领域, 延伸到更多产业应用的一线, 探索绿色产业与人工智能的融合之路。
中国海油	助力中国海油打造“海能”人工智能模型, 5 个专业场景模型+6 个通用场景模型, 聚焦海上油气勘探开发、日常办公中的痛点难点, “通专结合”赋能海洋能源行业焕新。
国家能源集团	智能云评系统上线后覆盖 3000+物资品类的自动化评审, 打造人机协同创新工作模式提高招采业务全流程效率, 提升招采业务过程规范性, 人工提效 50% 以上。
中国人寿	在安徽分公司, 基于供应商报价的横向比价及历史案件比价, 星火数字员工自动选取最优供应商, 实现业务流程自动化执行, 日均处理车险案件 110+。
中建八局	兼容现有业财一体化系统前提下整合 OCR、RPA 等技术, 实现财务智能化报账, 实现员工填报用时缩短 2/3, 差旅费用下降 10%-15%。
万达集团	万达商管使用讯飞星火智能合同数字员工, 每月智能审核超过 30 万份合同, 每单审核速度从 30 分钟下降至 5 分钟, 效率提升 83%。
南京银行	以 AI 数字员工、AI 服务经理为核心集成图像、语音语义与银行业务应用、数据等, 打造全新的交互式金融服务模式。

### C、公司采购数字化转型服务履行程序情况

公司已就数字化转型一期项目向第三方采购数字化转型服务履行了必要的审议程序及招投标流程, 具体如下:

时间	流程
2023 年 7 月 30 日	公司召开第十届董事会第七次会议, 审议通过《关于丽尚云环拟开展数字化转型服务(一期)采购工作的议案》
2023 年 7 月 30 日	公司完成项目招标文件编制, 确定外部委托招标单位
2023 年 8 月 7 日-8 月 11 日	项目招标文件通过中国招标投标公共服务平台进行网上挂标, 投标单位完成投标报名
2023 年 8 月 28 日-8 月 30 日	公司完成项目开标, 确定中标单位为科大讯飞
2023 年 9 月 4 日	公司完成中标单位网上公示
2023 年 9 月 5 日-9 月 13 日	公司与科大讯飞完成采购合同内容磋商
2023 年 9 月 28 日	公司与科大讯飞正式签署采购合同

综上, 科大讯飞具备提供数字化转型服务的综合实力与丰富项目经验, 满足公司数字化转型项目需求; 公司已就对外采购数字化转型服务履行了必要的审批程序和招投标流程。因此, 公司选择科大讯飞作为本次数字化转型项目的服务

商具备合理性，程序合规。

②设备购置费用

本项目的设备购置费根据建设内容具体如下：

设备名称		数量	单价（万元）	金额（万元）
机房基础配套设备	机柜及通道系统	1	15.00	15.00
	制冷系统	1	42.00	42.00
	智能配电 IPD、综合管理柜 IMC 及 PDU	1	12.00	12.00
	电源系统 UPS	1	15.00	15.00
	环境监控系统	1	10.00	10.00
	<b>合计</b>			<b>94.00</b>
机房设备	核心交换机	2	30.00	60.00
	X86 服务器	40	8.00	320.00
	接入交换机	1	2.00	2.00
	接入路由器	1	20.00	20.00
	防火墙	1	85.00	85.00
	数据库（含数据库审计）	1	15.00	15.00
	上网行为管理	2	28.00	56.00
	日志审计	1	15.00	15.00
	探针	1	8.00	8.00
	<b>合计</b>			<b>581.00</b>
信息安全设备	计算机信息安全等级保护系统	1	200.00	200.00
办公网络设备	监控中心	1	200.00	200.00
	会议系统及配套硬件	5	10.00	50.00
	办公网络	1	80.00	80.00
	<b>合计</b>			<b>330.00</b>
<b>总计</b>				<b>1,205.00</b>

公司已就本项目设备购置遴选了三家第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目初步方案提供了报价单，报价金额平均值为 1,201.33 万元，与本项目预估金额较为接近。

③实施费用

本项目实施费用根据各岗位定员人数及岗位预计薪资计算确定，具体如下：

年度	第一年	第二年	第三年	合计
人数	18	21	24	-
人均年薪（万元/年）	38.89	40.52	41.54	-
当年薪酬总额（万元）	<b>700.00</b>	<b>851.00</b>	<b>997.00</b>	<b>2,548.00</b>

具体测算过程如下：

金额单位：万元

序号	岗位	人数	月薪	月份	第一年		第二年		第三年	
					平均年薪	总人力成本	平均年薪	总人力成本	平均年薪	总人力成本
1	数字化总监	1	6	14	84	84	90	90	100	95
2	数字化经理	1	3	14	42	42	45	45	48	48
3	项目经理助理	4	2	14	28	112	29	116	30	120
4	产品经理	2	2.5	14	35	70	36	72	37	74
5	研发工程师	6	3	14	42	252	43	258	44	264
6	数据工程师	2	2.5	14	35	70	36	72	37	74
7	网络工程师	2	2.5	14	35	70	36	72	37	74
8	开发工程师	3	3	14	-	-	42	126	43	129
9	开发工程师	2	3	14	-	-	-	-	42	84
10	数据工程师	1	2.5	14	-	-	-	-	35	35
合计					-	700	-	851	-	997

#### ④推广费用

本项目推广费用包括运营团队、系统推广补贴、线下地推活动、广告费用等，具体构成明细如下：

单位：万元

年度	第一年	第二年	第三年	合计
运营团队	180.00	190.00	200.00	570.00
系统推广补贴	330.00	330.00	240.00	900.00
线下地推活动	150.00	150.00	150.00	450.00
广告费用	150.00	150.00	150.00	450.00
合计	830.00	840.00	700.00	2370.00

#### A.运营团队费用

为保证本项目系统运营推广工作进行顺利，公司计划自建运营团队，3年投入570万，运营团队费用根据各岗位人数及岗位预计薪资计算确定，具体如下：

金额单位：万元

序号	岗位	人数	月薪	月份	第一年		第二年		第三年	
					平均年薪	总人力成本	平均年薪	总人力成本	平均年薪	总人力成本
1	运营总监	1	3.5	14	49	49	50	50	51	51
2	运营主管	1	1.5	14	21	21	22	22	23	23
3	运营专员	6	1	14	14	84	15	90	16	96

序号	岗位	人数	月薪	月份	第一年		第二年		第三年	
					平均年薪	总人力成本	平均年薪	总人力成本	平均年薪	总人力成本
4	平面设计	1	1	13	13	13	14	14	15	15
5	客服	1	1	13	13	13	14	14	15	15
合计					-	180	-	190	-	200

## B.系统推广补贴

系统推广补贴包括商户补贴、用户补贴和拉包工补贴，具体如下：

### B.1.商户补贴

通过向在采批服务系统商户端注册的专业市场商户在系统上发放电子现金券形式进行补贴，计划第一至第二年每户商家补贴 400 元/年，第三年每户补贴 200 元/年，其中杭州环北丝绸服装城商户 2,318 户，南京环北服装城 1,782 户，共计商户 4,100 户，补贴总金额为 410 万元整，具体补贴方式为：在采批服务系统商户端注册的商户向公司出示其领取的电子现金券，公司通过现金或银行转账方式线下向商户支付补贴款，同时核销电子现金券，不涉及线上销售或线上资金流转。

### B.2.普通用户补贴

通过向在采批服务系统普通用户端注册的用户在系统上发放电子消费抵用券形式进行补贴，3 年内计划完成 8 万用户（按照公司专业市场平均每家商户注册 20 个客户计算）注册，补贴总额为 454 万元，具体补贴方式为：在采批服务系统普通用户端注册的用户，线下向商户购买批发商品后，向公司出示其在市场商户购买商品及支付的凭证以及领取的电子消费抵用券，公司按照该用户购买金额的一定比例计算补贴款，补贴款通过现金或银行转账方式线下向该用户支付，同时核销电子消费抵用券，不涉及线上销售或线上资金流转。

### B.3.拉包工补贴

通过向在物流和仓储系统拉包工端注册的拉包工在系统上发放电子补贴券形式进行补贴，计划 3 年内计划对 100 名注册拉包工每人每月发放电子补贴券 100 元，补贴总额为 36 万元，具体补贴方式为：在物流和仓储系统拉包工端注册的拉包工，向公司出示其已完成的一定数量的拉包订单凭证及领取的电子补贴券，公司通过现金或银行转账方式线下向该拉包工支付补贴款，同时核销电子

补贴券，不涉及线上销售或线上资金流转。

#### C.线下地推活动

线下地推活动分为地推活动费用、宣传材料费用、推广小礼品费用，其中公司计划组织 30 场地推活动，每场费用 5 万元，共计 150 万元；宣传材料费用计划 3 年投入共计 60 万元；推广小礼品费用，计划每个用户 30 元，共计 240 万元。

#### D.广告费用

广告费用分为线下实体广告、线上媒体广告，其中通过广告牌、物流车、地铁广告等方式发布广告，杭州环北、南京环北每年分别投入 60 万元、30 万元，合计每年投入 90 万元；通过线上媒体发布广告，杭州环北、南京环北每年分别投入 37.5 万元、22.5 万元，合计每年投入 60 万元。

上述系统推广补贴费用、**线下地推活动、广告费用合计 1,800 万元**，主要是通过多种推广方式，实现 3 年内完成公司专业市场共 4,100 家商户、8 万名用户（平均每家商户对应 20 名客户）及 **100 名拉包工共 8.42 万名的系统注册目标**。按此测算，公司采批**服务系统、物流和仓储系统**的平均推广成本预算约为 214 元/人，低于 2021 年阿里巴巴、京东等的推广成本 384 元-578 元/人（数据来源：根据证券时报网于 2022 年 12 月发表的文章）。

#### E.预备费

预备费取软件购置费、设备购置费之和的 3.0%，预备费合计 217.75 万元。

#### （5）兰州中高端酒店投资开发项目

本项目拟投资 3,239.09 万元，在兰州公司自有物业亚欧国际大厦建设和经营一家中高端酒店，建筑面积为 13,901.14 平方米，包含客房 150 间以及大堂、餐厅、厨房、洗衣间、健身房等配套设施，具体投资构成如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占项目总投入比例
1	装修工程费用	2,320.57	71.64%
2	工程建设其他费用	80.00	2.47%
3	硬件设施与系统购置费用	559.71	17.28%
4	其他前期费用	110.00	3.40%
5	预备费	88.81	2.74%
6	铺底流动资金	80.00	2.47%
-	<b>项目总投资</b>	<b>3,239.09</b>	<b>100.00%</b>

### ①装修工程费用

装修工程主要围绕不同功能区进行装修，以项目所需的场地面积为依据，并结合本项目设计风格及当地装修价格进行测算，具体情况如下：

功能区	建筑面积（平方米）	装修单价（元/平方米）	金额（万元）
大堂	650.00	5,500.00	357.50
餐厅	300.00	3,000.00	90.00
厨房	88.00	3,000.00	26.40
洗衣房	85.00	3,000.00	25.50
健身房	70.00	2,000.00	14.00
寄存区	35.00	2,000.00	7.00
公卫	40.00	2,000.00	8.00
其他公区	4,439.93	600.00	266.40
客房	7,893.21	1,800.00	1,420.78
门头	300.00	3,500.00	105.00
<b>合计</b>	<b>13,901.14</b>	<b>-</b>	<b>2,320.57</b>

公司已就本项目上述装修工程向项目合作方华住集团获取了其城际酒店的装修造价标准模型，该模型预估单家酒店平均装修费用为 2,377.92 万元（含设计费），折算单间客房平均装修费用为 15.85 万元/间；本项目预估装修费用 2,320.57 万元、设计费 80 万元，合计 2,400.57 万元，折算单间客房平均装修费用 16.00 万元/间，两者较为接近。

### ②工程建设其他费用

本项目的工程建设其他费用为设计费 80 万元，主要根据项目情况以及可参考的市场价格计算所得。

如上文所述，本项目预估装修费用及设计费合计金额，与华住集团提供的城际酒店的装修造价标准模型预估费用较为接近。

### ③硬件设施与系统购置费用

本项目主要采购的硬件设施与系统主要为家具、家电、IT 系统等，相关费用主要根据实际需要采购的数量以及可参考的市场价格计算所得，具体如下：

序号	硬件设施/系统名称	数量（个/件/套等）	单价（元/单位）	金额（万元）
1	床垫	195	1,400.00	27.30
2	客房家具含木门	150	23,000.00	345.00
3	电视机	150	2,790.00	41.85
4	冰箱	150	495.00	7.43



序号	硬件设施/系统名称	数量（个/件/套等）	单价（元/单位）	金额（万元）
5	地毯	150	790.00	11.85
6	生活电器	150	293.00	4.40
7	智能客控	150	2,500.00	37.50
8	网络设备	150	3,100.00	46.50
9	小帅系统	150	195.00	2.93
10	环境空气治理	150	200.00	3.00
11	排气扇	150	160.00	2.40
12	配电箱	150	247.00	3.71
13	客房挂画	150	330.00	4.95
14	洗衣机	3	11,700.00	3.51
15	烘干机	3	8,000.00	2.40
16	IT 设备系统等	1	150,000.00	15.00
<b>合计</b>				<b>559.71</b>

公司已就本项目上述硬件设施与系统购置向项目合作方华住集团获取了城际酒店的硬件设施造价标准模型，与华住集团签署《IT 服务合作协议》，并参考了相关电商平台的相关硬件设施售价，上述模型预估单价、协议约定 IT 服务费、电商平台售价与本项目预估单价较为接近。

#### ④其他前期费用

本项目其他前期费用为项目运营初期需采购的布草及运营用品 110 万元，参考华住集团提供的物品清单及公司亚欧大酒店历史情况。

公司已就本项目上述布草及运营用品向项目合作方华住集团获取了其城际酒店的硬件设施造价标准模型，并参考了相关电商平台的相关硬件设施售价，该模型预估单价以及电商平台售价与本项目预估单价较为接近。

#### ⑤预备费

预备费取装修工程费用、工程建设其他费用、硬件设施与系统购置费用之和的 3.0%，预备费合计 88.81 万元。

#### ⑥铺底流动资金

铺底流动资金 80.00 万元，参考本项目所需流动资金的 30% 测算所得。

#### （6）杭州总部运营管理中心建设项目

本项目拟投资 10,243.50 万元，拟在杭州市购置写字楼用于建设公司杭州总部运营管理中心，具体投资构成如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占项目总投资比例
1	场地购置费用	9,186.89	89.69%

序号	项目	投资金额（万元）	占项目总投资比例
2	装修工程费用	738.67	7.21%
3	硬件设备购置费用	19.58	0.19%
4	预备费	298.36	2.91%
合计		<b>10,243.50</b>	<b>100.00%</b>

#### ①场地购置费用

公司拟购买位于杭州市拱墅区的杭曜置地中心二区 1 栋第 12 层、第 13 层，建筑面积 4,924.47 平方米，含税总价款不超过 8,931.70 万元，平均单价为 1.81 万元/平方米，加上契税总购置成本为 9,186.89 万元，具体如下：

写字楼名称	建筑面积（平方米）	购置单价（万元/平方米）	购置金额（万元）	契税（万元）	购置总成本（万元）
杭曜置地中心	4,924.47	1.81	8,931.70	255.19	9,186.89

本次拟购置房产周边可比物业市场价格情况如下：

物业名字	地理位置	在售房源销售单价（万元/平方米）
中交财富大厦	拱墅区莫干山路 929 号	1.8-2.8
万通中心	拱墅区大关路 189 号	1.7-2.5
运河万科中心	拱墅区萍水东街 888 号	1.8-3.5

注：上表信息来源于杭州安居客网站(anjike.com)。

根据上表，公司本次拟购置房产价格与周边可比物业市场价格相比处于合理范围内。

#### ②装修工程费用

公司以项目所需的场地面积为依据，并结合公司的历史装修价格及建设当地造价水平情况进行测算，具体如下：

建筑面积（平方米）	装修单价（元/平方米）	装修金额（万元）
4,924.47	1,500.00	738.67

公司已就本项目上述装修工程遴选了第三方供应商并向其进行了初步询价，上述供应商根据项目初步方案提供了装修工程预算报价单，报价金额为 758.37 万元，与本项目预估金额较为接近。

#### ③硬件设备购置费用

公司根据项目需求拟定需要购置的硬件设备，并参考历史价格、市场价格等信息预估设备采购单价、采购成本，具体如下：

家具和设备名称	数量（个/件/套等）	单价（元/单位）	金额（万元）
办公位	30	2,000.00	6.00
会议桌椅	2	10,000.00	2.00
洽谈桌椅	4	2,000.00	0.80
档案柜	16	300.00	0.48
茶水吧家具	1	10,000.00	1.00
投影仪/屏	2	40,000.00	8.00
小厨宝	2	500.00	0.10
净水器	2	6,000.00	1.20
合计			<b>19.58</b>

公司已就本项目上述硬件设备购置参考了公司历史同类项目采购合同以及电商平台的相关硬件设备市场价格，相关参考价格与本项目预估单价较为接近。

#### ④预备费

预备费取场地购置费用、装修工程费用、硬件设备购置费用之和的 3.0%，预备费合计 88.81 万元。

### 2、单位工程造价、设备购置和软件购置单价的合理性，与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况

#### （1）专业市场改造升级项目与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况

##### ①单位工程造价

项目名称	装修区域	装修工程费（万元）	面积（平方米）	单位工程造价（元/平方米）
杭州环北专业市场改造升级项目	内部区域	2,629.00	44,697.38	588.18
	外立面	2,100.00	13,000.00	1,615.38
南京环北专业市场改造升级项目	内部区域	923.00	15,110.00	610.85
	外立面	2,017.00	12,480.00	1,616.19
公司历史同类项目	内部区域	377.64	5,742.67	657.60
	外立面	612.00	6,800.00	900.00

注：经查询同行业上市公司/拟上市公司已公开披露资料，暂未有相关可比项目信息。

根据上表，本次专业市场改造升级项目的内部区域单位工程造价与公司历史同类项目较为接近；本次专业市场改造升级项目的外立面单位工程造价高于公司历史同类项目，主要原因为：本次专业市场改造升级项目外立面改造工程使用的装修材料规格更高，且自公司历史同类项目于 2011 年发生至今，相关装修材料及人工成本均已有较大上涨。

②设备购置单价

项目	设备购置及安装费 (万元)	面积 (平方米)	设备购置单价 (元/平方米)
杭州环北专业市场改造 升级项目	3,074.00	44,697.38	687.74
南京环北专业市场改造 升级项目	1,287.00	15,110.00	851.75
公司历史同类项目	501.86	5,742.67	873.91

注：经查询同行业上市公司/拟上市公司已公开披露资料，暂未有相关可比项目信息。

根据上表，南京环北专业市场改造升级项目的设备购置单价与公司历史同类项目较为接近；杭州环北专业市场改造升级项目的设备购置单价相对较低，主要原因为杭州环北专业市场改造升级项目本次购置设备主要为空调，与南京环北专业市场改造升级项目相比少了扶梯、电梯等成本，因此平均单价相对较低。

(2) 亚欧商厦改造升级项目与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况

①单位工程造价

A.超市

项目	装修工程费 (万元)	面积 (平方米)	单位工程造价 (元/平方米)
亚欧商厦改造升级项目	1,748.30	3,750.00	3,942.13
公司历史同类项目	685.00	3,750.00	1,826.67

注：经查询同行业上市公司/拟上市公司已公开披露资料，暂未有相关可比项目信息。

根据上表，兰州亚欧商厦改造升级项目中超市的单位工程造价高于公司历史同类项目，主要系公司历史同类项目发生于 2011 年前后，相关装修材料及人工成本至今均已上涨较大所致。

B.商场

项目	装修区域	装修工程费 (万元)	面积 (平方米)	单位工程造价 (元/平方米)
亚欧商厦改造升级 项目	内部区域	5,985.55	58,647.50	1,020.60
	外立面	2,162.50	12,500.00	1,730.00
公司历史同类项目	内部区域	284.23	2,230.00	1,274.58
	外立面	612.00	6,800.00	900.00

注：经查询同行业上市公司/拟上市公司已公开披露资料，暂未有相关可比项目信息。

根据上表，兰州亚欧商厦改造升级项目中商场的单位工程造价与公司历史同类项目较为接近；外立面单位工程造价高于公司历史同类项目，主要原因为：本次兰州亚欧商厦改造升级项目外立面改造工程使用的装修材料规格更高，且自公司历史同类项目于 2011 年发生至今，相关装修材料及人工成本均已较大上涨。

### C.酒店

证券代码	公司简称	项目	装修工程费（万元）	客房数量（间）	单间客房平均装修费用（万元/间）
600738 .SH	丽尚国潮	亚欧商厦改造升级项目	2,588.41	130	19.91
		公司历史同类项目	770.00	37	20.81
301073 .SZ	君亭酒店	奉化君亭	1,614.64	72	22.43
		宁波欧华	2,412.29	161	14.98
		三亚朗廷	2,039.42	221	9.23
		杭州千越	3,122.51	199	15.69
		杭州芯君亭	1,147.69	103	11.14
		平均			
600754 .SH	锦江酒店	酒店装修升级项目	373,458.20	25,194	14.82
600268 .SH	首旅酒店	酒店扩张及装修升级项目中高端酒店	67,783.54	4,379	15.48

数据来源：君亭酒店、锦江酒店公开披露信息。

根据上表，公司兰州亚欧商厦改造升级项目中酒店的单间客房平均装修费用与公司历史同类项目相比较为接近；与同行业公司可比项目相比相对较低，主要系君亭酒店、锦江酒店均为全国连锁品牌，其已形成标准、成熟的酒店设计和装修流程，且具有规模优势和供应链优势，单位成本相对较低。

### ②设备购置单价

项目	设备类别	设备购置及安装费（万元）	数量（台）	设备购置单价（万元/台）
亚欧商厦改造升级项目	扶梯、货梯、客梯	475.00	21	22.62
公司历史同类项目	扶梯、货梯、客梯	396.95	16	24.81

注：经查询同行业上市公司/拟上市公司已公开披露资料，暂未有相关可比项目信息。

根据上表，兰州亚欧商厦改造升级项目的设备购置单价与公司历史同类项目较为接近。

### (3) 数字化转型项目与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况

数字化转型项目的软件及硬件购置，系基于公司主营业务情况、现有信息化系统并结合未来业务发展需求进行个性化规划设计、定制化开发和采购，实现公司数字化转型升级，因此公司无历史同类项目；经查询同行业公司公开披露资料，无同行业公司可比项目。

### (4) 兰州中高端酒店投资开发项目单位工程造价、设备购置单价与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况

#### ①单位工程造价

证券代码	公司简称	项目	装修工程费(万元)	客房数量(间)	单间客房平均装修费用(万元/间)
600738.SH	丽尚国潮	兰州中高端酒店投资开发项目	2,320.57	150	15.47
		公司历史同类项目	770.00	37	20.81
301073.SZ	君亭酒店	奉化君亭	1,614.64	72	22.43
		宁波欧华	2,412.29	161	14.98
		三亚朗廷	2,039.42	221	9.23
		杭州千越	3,122.51	199	15.69
		杭州芯君亭	1,147.69	103	11.14
		平均			14.69
600754.SH	锦江酒店	酒店装修升级项目	373,458.20	25,194	14.82
600268.SH	首旅酒店	酒店扩张及装修升级项目中高端酒店	67,783.54	4,379	15.48

数据来源：君亭酒店、首旅酒店、锦江酒店公开披露信息。

根据上表，公司兰州中高端酒店投资开发项目的单间客房平均装修费用低于公司历史同类项目，主要原因为本项目与华住集团合作，其已形成标准、成熟的酒店设计和装修流程，且具有规模优势和供应链优势，单位成本相对较低；公司兰州中高端酒店投资开发项目与同行业公司可比项目相比较为接近。

#### ②设备购置单价

证券代码	公司简称	项目	设备购置费(万元)	客房数量(间)	单间客房平均设备购置费用(万元)
600738.SH	丽尚国潮	兰州中高端酒店投资开发项目	559.71	150	3.73

证券代码	公司简称	项目	设备购置费 (万元)	客房数量 (间)	单间客房平均设备 购置费用(万元)
600268 .SH	首旅 酒店	酒店扩张及装修升 级项目	/	/	3.87
600754 .SH	锦江 酒店	酒店装修升级项目	163,840.50	25,194	6.50

数据来源：首旅酒店、锦江酒店公开披露信息。

注：君亭酒店未披露设备购置费。

根据上表，公司兰州中高端酒店投资开发项目的单间客房平均设备购置费用与首旅酒店可比项目相比较为接近；与锦江酒店可比项目相比相对较低，主要原因为锦江酒店可比项目比本项目包含给排水、中央空调工程、招牌及亮化工程、弱电工程、电梯设备及安装、消防工程等支出，本项目所在物业亚欧国际大厦内部已有相应配套，无需重复投入。

#### (5) 杭州总部运营管理中心建设项目单位工程造价、设备购置单价与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况

##### ①单位工程造价

证券代码	公司简称	项目	装修工程费 (万元)	面积 (平方米)	单位工程造价 (元/平方米)
600738. SH	丽尚 国潮	杭州总部运营管理中心 建设项目	738.67	4,924.47	1,500.00
		公司历史同类项目	958.93	4,050.87	2,367.22
301099. SZ	雅创 电子	雅创汽车电子总部基地 项目	5,575.00	28,500.00	1,956.14
002264. SZ	新华 都	品牌营销服务一体化建 设项目办公用房	550.00	2,750.00	2,000.00
002264. SZ	新华 都	研发中心建设项目	300.00	2,000.00	1,500.00

数据来源：雅创电子、新华都公开披露信息。

根据上表，杭州总部运营管理中心建设项目的单位工程造价低于公司历史同类项目，主要系本项目在整体装修方案以及物业建筑层高等方面与公司历史同类项目存在差异，因此整体所需的装修材料和人工成本相对较低；杭州总部运营管理中心建设项目的单位工程造价与同行业公司可比项目相比处于合理范围内。

##### ②设备购置单价

项目	设备购置费 (万元)	面积 (平方米)	设备购置单价 (元/平方米)
杭州总部运营管理中心建设项目	19.58	4,924.47	39.76
公司历史同类项目	179.38	4,050.87	442.82

注：经查询，同行业公司项目未披露设备购置费相关信息，或其用途与公司杭州总部运营管理中心建设项目差异较大，不具可比性。

根据上表，杭州总部运营管理中心建设项目的设备购置单价低于公司历史同类项目，主要原因为本项目建成后，公司现有杭州总部将整体搬迁至新办公场所，将会在沿用现有杭州总部的办公设备基础上，新购置少部分办公设备。

综上，本次募投项目各项投资构成的测算依据以及单位工程造价、设备购置和软件购置单价具有合理性，与公司历史同类项目和同行业公司可比项目相比具有合理性。

(二) 结合公司现有货币资金和其他债权投资情况、日常经营积累、资金缺口测算等情况，分析本次募集资金的必要性及规模的合理性；

1、公司现有货币资金和其他债权投资情况、日常经营积累、资金缺口测算等情况

截至 2024 年 6 月 30 日，结合公司现有货币资金和其他债权投资情况、日常经营积累、未来资金需求等测算，公司未来三年（2024 年 7 月-2027 年 6 月，下同）总体资金缺口为 58,704.74 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

类型	项目	金额	备注
可自由支配 资金	货币资金、其他债权投资合计	41,667.30	①=②+③
	其中：货币资金	22,530.75	②
	其他债权投资（注）	19,136.55	③
	减：受限货币资金	2,671.05	④
	可自由支配资金小计	38,996.25	⑤=①-④
未来新增资金	未来三年预计日常经营积累	69,062.16	⑥
未来资金需求	最低现金保有量	46,603.92	⑦
	未来三年新增的最低现金保有量	28,116.20	⑧
	未来三年预计偿还借款利息	8,896.51	⑨
	未来三年预计现金分红及回购金额	30,256.09	⑩
	公司已审议投资项目资金需求	52,890.43	⑪
	未来三年总资金需求	166,763.15	⑫=⑦+⑧+⑨+⑩+⑪
未来三年总体资金缺口		58,704.74	⑬=⑫-⑤-⑥

注：其他债权投资为大额存单及其应计利息。



### (1) 可自由支配资金

截至 2024 年 6 月 30 日，公司货币资金余额为 22,530.75 万元，扣除使用受限的货币资金 2,671.05 万元，以及加上其他债权投资 19,136.55 万元，可自由支配资金合计 38,996.25 万元。

### (2) 以未来三年作为测算资金缺口区间的原因

#### ①本次募投项目建设周期以及资金使用情况

公司本次募投项目之专业市场及亚欧商厦改造升级项目、数字化转型项目、兰州中高端酒店投资开发项目、杭州总部运营管理中心建设项目的预计建设周期分别为 3 年、3 年、1 年、1 年。截至 2024 年 6 月 30 日，上述募投项目以自有资金先行投入和待投入金额情况如下：

单位：万元

序号	项目	拟使用募集资金金额	自有资金先行投入金额	待投入金额
1	专业市场及亚欧商厦改造升级项目	28,148.58	43.26	28,105.32
	其中：杭州环北专业市场改造升级项目	7,437.57	-	7,437.57
	南京环北专业市场改造升级项目	4,457.00	41.55	4,415.45
	兰州亚欧商厦改造升级项目	16,254.01	1.71	16,252.30
2	数字化转型项目	11,377.63	28.05	11,349.58
3	兰州中高端酒店投资开发项目	3,239.09	47.06	3,192.03
4	杭州总部运营管理中心建设项目	10,243.50	-	10,243.50
	合计	53,008.80	118.37	52,890.43

根据上表，公司本次募投项目拟使用募集资金 53,008.80 万元，截至 2024 年 6 月 30 日以自有资金先行投入金额为 118.37 万元，待投入金额为 52,890.43 万元，预计未来三年内（2024 年 7 月-2027 年 7 月）完成本次募投项目建设。

#### ②参考案例情况

清溢光电（688138.SH）于 2024 年 10 月 31 日披露《关于深圳清溢光电股份有限公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票申请文件的审核问询函的回复（修订稿）》，在测算非公开募集资金规模合理性时，根据截至 2024 年 6 月 30 日的资金状况，预测未来三年（2024 年 7 月-2027 年 6 月）的总体资金缺口。

基于以上情况，公司拟以未来三年（2024 年 7 月-2027 年 6 月）作为测算资金缺口的区间。

### (3) 未来三年预计日常经营积累

#### 1) 2024 年经营活动现金流量净额测算

2021年1月-2024年9月，公司经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-9月	2023年度	2022年度	2021年度
销售商品、提供劳务收到的现金	32,803.48	84,668.03	116,903.71	109,101.70
收到的税费返还	4.29	-	2,129.46	-
收到其他与经营活动有关的现金	93,016.07	117,361.27	4,833.51	3,859.21
经营活动现金流入小计	125,823.84	202,029.30	123,866.68	112,960.92
购买商品、接受劳务支付的现金	9,175.59	34,717.21	80,249.18	72,830.60
支付给职工以及为职工支付的现金	6,700.83	8,379.98	7,696.17	7,280.56
支付的各项税费	10,597.79	13,140.61	13,810.85	10,310.56
支付其他与经营活动有关的现金	100,138.79	113,532.74	3,799.38	3,329.47
经营活动现金流出小计	126,612.99	169,770.55	105,555.59	93,751.19
经营活动产生的现金流量净额	-789.15	32,258.75	18,311.09	19,209.73

注：根据《上交所会计监管动态 2023 年第 6 期（总第 18 期）》相关规定，从 2023 年开始，公司采用净额法确认收入的业务对应的销售收款现金流入、采购付款流出按总额分别计入收到的其他与经营活动有关的现金、支付的其他与经营活动有关的现金。

根据 2024 年 1-11 月的经营活动现金流入及流出情况，以及经公司管理层预测的 2024 年 12 月的经营活动现金流入及流出情况，2024 年公司经营活动现金流量净额预计约 13,728.09 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-11月	2024年12月(预测)	2024年(预测)	预测说明
销售商品、提供劳务收到的现金	51,253.22	5,086.43	56,339.65 (注)	预计 2024 年 12 月公司专业市场管理业务将收取租金及保证金 3,493.00 万元，子公司亚欧商厦自营模式等业务销售收款 1,173.43 万元（按总额法确认收入），商业管理业务收取租金 400.00 万元。
收到的税费返还	4.29	-	4.29	2024 年 12 月预计不涉及
收到其他与经营活动有关的现金	135,760.24	24,684.73	160,444.97	预计 2024 年 12 月公司新消费新零售业务将收款 21,386.74 万元（均按净额法确认收入），子公司亚欧商厦联营模式业务销售收款 3,277.99 万元。
经营活动现金流入小计	187,017.75	29,771.16	216,788.91	
购买商品、接受劳务支付的现金	11,901.68	978.62	12,880.31	预计 2024 年 12 月子公司亚欧商厦自营模式等业务采购付款 678.62 万元，公司专业市场管理业务支付服务采购款 300 万元。
支付给职工以及为职工支付的现金	7,953.63	668.17	8,621.80	根据人力资源部门提供的 2024 年 12 月预计发放员工薪酬金额填写
支付的各项税费	13,503.52	889.10	14,392.62	根据 2024 年 12 月拟申报及缴税金额填写

项目	2024年 1-11月	2024年12月 (预测)	2024年 (预测)	预测说明
支付其他与经营活动有关的现金	141,792.39	25,373.71	167,166.10	预计2024年12月公司新消费新零售业务采购付款21,409.88万元，子公司亚欧商厦联营模式业务向联营商户支付3,753.83万元。
经营活动现金流出小计	175,151.21	27,909.61	203,060.82	
经营活动产生的现金流量净额	11,866.54	1,861.55	13,728.09	

注：2024年预计销售商品、提供劳务收到的现金5.63亿元，较2023年减少2.83亿元，主要原因为：①丽尚美链及其子公司2024年因收缩寄售业务、商品分销业务导致销售商品、提供劳务收到的现金预计较2023年减少2.18亿元；②公司专业市场管理业务2024年销售商品、提供劳务收到的现金预计较2023年减少0.75亿元。

## 2) 公司预计经营活动现金流量净额占预计营业收入比例测算依据

### ①参考期间选择的依据

2021年-2024年，公司经营活动现金流量净额变动主要受专业市场管理业务、新消费新零售业务的经营活动现金流量净额变动的影响，具体情况如下：

单位：万元

业务板块	项目	2024年(预测)	2023年度	2022年度	2021年度
专业市场管理业务	经营活动产生的现金流量净额	20,902.16	31,768.69	22,168.09	25,706.02
新消费新零售业务	经营活动产生的现金流量净额	-6,723.53	-1,849.69	-5,942.44	-2,246.90
公司	经营活动产生的现金流量净额	13,728.09	32,258.75	18,311.09	19,209.73

根据上表，2024年公司预计经营活动现金流量净额较2023年减少18,530.66万元，主要原因系专业市场管理业务、新消费新零售业务相关运营主体的经营活动现金流量净额较2023年大幅下降所致，主要分析如下：

### A. 新消费新零售业务经营活动现金流量净额变动的原因

2024年公司调整新消费新零售业务结构，较2023年收缩寄售业务和商品分销业务的规模、扩大商品代理业务的规模，导致支付的其他与经营活动有关的现金增加，同时受经济环境变化影响，下游客户回款周期拉长，当年新消费新零售业务对流动资金占用增加，具体分析如下：

2024年1-9月新消费新零售业务对应交易额与2021-2023年对比情况如下：

项目	2024年1-9月(注)	2023年	2022年	2021年
----	--------------	-------	-------	-------

新消费新零售业务	总额法/净额法	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
寄售业务	总额法	844.08	1.29%	16,287.86	19.98%	12,880.77	46.70%	305.70	19.95%
商品分销	总额法	18.25	0.03%	4,341.14	5.32%	11,003.84	39.89%	1,226.33	80.05%
商品代理	净额法	55,137.42	84.29%	48,059.76	58.95%	3,468.22	12.57%		0.00%
广告代理	净额法	9,039.37	13.82%	11,783.69	14.45%		0.00%		0.00%
广告视频制作业务	不适用	378.47	0.58%	1,057.10	1.30%	231.35	0.84%	-	0.00%
合计		65,417.59	100.00%	81,529.55	100.00%	27,584.18	100.00%	1,532.03	100.00%

注：2024年1-11月公司新消费新零售业务对应的交易额为99,410.86万元。

根据上表，2024年1-9月公司寄售业务、商品分销业务对应的交易额较上年同期大幅下滑，商品代理业务对应的交易额较上年同期大幅增长。

报告期内，公司新消费新零售业务主要运营主体为控股子公司丽尚美链；此外，公司全资子公司丽水国潮于2024年6月开展新消费新零售业务，主要为商品代理业务，业务规模增长较快，2024年6-11月丽水国潮商品代理业务对应的交易额为32,246.13万元，导致公司2024年新消费新零售业务对应的交易额、流动资金占用额均较2023年大幅增长。

#### B. 专业市场管理业务经营活动现金流量净额变动的的原因

2021年-2024年，公司专业市场管理业务租金构成及收入情况如下：

单位：万元

专业市场管理业务		2024年(预测)			2023年			2022年			2021年	
		金额	占比	较上年变动率	金额	占比	较上年变动率	金额	占比	较上年变动率	金额	占比
租金构成 (注1)	1年及以上租期	17,812.75	56.89%	-25.33%	23,856.80	55.36%	86.59%	12,785.89	38.44%	-22.86%	16,574.53	52.71%
	3年及以上租期	13,495.66	43.11%	-29.85%	19,237.34	44.64%	-6.06%	20,478.46	61.56%	37.70%	14,872.18	47.29%
	合计	31,308.40	100.00%	-27.35%	43,094.14	100.00%	29.55%	33,264.35	100.00%	5.78%	31,446.71	100.00%
收入		44,115.26 (注2)	/	8.10%	40,808.20	/	23.01%	33,175.50	/	-12.40%	37,872.55	/

注1：报告期内公司专业市场管理业务合同中存在少量2年租期以及3年以上的租期，上表中1年及以上租期合同金额包含2年租期合同金额，3年及以上租期合同金额包含3年以上租期合同金额。

注2：2024年专业市场管理业务预测收入系根据2024年1-6月收入测算。

根据上表，2021年-2024年公司专业市场管理业务收取租金的金额变动趋势与收入变动趋势不一致，主要原因为：公司该业务采用商铺租赁的经营模式，公司与商户签订商铺租赁合同，租赁期通常为1-3年，根据合同约定通常在合同

签订或续签时提前预收商户租赁期内的全部租金，之后在租赁合同期内，按月分摊确认该业务收入，因此各年收取租金金额变动与收入变动不相关。

2022 年公司专业市场管理业务收取租金的金额较 2021 年增长 5.78%，但收入较 2021 年下降 12.4%，主要原因为：公司当年续签和新签 3 年及以上租期合同金额较上年增长 37.70%，导致该业务经营活动现金净流入处于较高水平；2022 年 4 月公司积极响应国家和省市纾困政策，对专业市场部分商户减租、免租合计金额为 6,630.45 万元，主要方式为：一是向部分商户退还 1-2 个月租金，该方式同时减少营业收入和经营活动现金净流入；二是在租金不变情况下延长部分商户 1-2 个月租期，该方式不影响当期经营活动现金流，仅减少营业收入，具体情况如下：

单位：万元

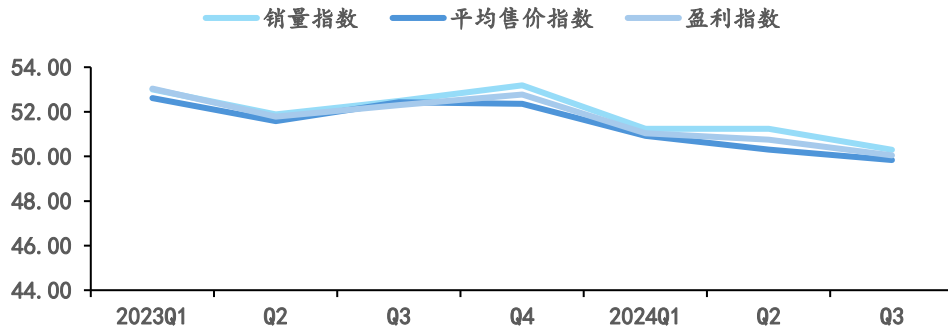
2022 年减租、免租的影响	在租金不变的情况下 延长部分商户的租期	向商户退还 部分租金	合计金额
减租、免租金额	2,991.72	3,638.73	6,630.45
对营业收入的影响金额	-2,849.26	-3,465.46	-6,314.71
对经营活动现金流量的影响金额	0	-3,638.73	-3,638.73

2023 年公司专业市场管理业务收取租金的金额较 2022 年增长 29.55%，主要原因为：由于公共卫生事件的不利影响消除，公司当年续签和新签的 1 年及以上租期合同金额较上年增长 86.59%。

2024 年公司专业市场管理业务收取租金的金额较 2023 年下降 27.35%，主要原因为：公司当年续签和新签各期限的租赁合同金额较上年均大幅下滑，尤其是续签和新签的三年及以上期限合同金额较上年下降 29.85%，主要系国内消费市场疲软，服装批发行业下游需求减少，商户经营资金紧张，部分租约到期的商户续签时要求将 3 年及以上租期调整为 1 年及以上租期所致。因此，2024 年该业务经营活动现金流量净额较 2023 年大幅下降。

2023 年四季度以来，受宏观经济增速放缓及国内消费环境整体较为低迷的影响，国内专业市场商户景气指数中的销量指数、平均售价指数、盈利指数均呈下降趋势，如下图所示：

### 中国专业市场商户景气指数



数据来源：中国纺织工业联合会流通分会

此外，2024 年二季度以来，我国居民人均衣着支出及增速均呈下降趋势，如下图所示：



数据来源：国家统计局

基于以上情况，公司预计未来三年专业市场管理业务经营活动现金流净额较难恢复到 2023 年的水平。

综上，基于专业市场管理业务、新消费新零售业务的上述变化情况，公司未来三年预计经营活动现金流量净额占预计营业收入的比例，拟采用 2021 年、2022 年、2024 年（预计）经营活动现金流量净额分别占 2021 年、2022 年、2024 年（预计）营业收入的比例的平均值 25.07%，具体测算如下：

单位：万元

项目	2021 年	2022 年	2024 年（预测）
营业收入 (A)	64,266.67	75,642.14	65,000.00
经营活动现金流量净额 (B)	19,209.73	18,311.09	13,728.09
经营活动现金流量净额占营业收入的比例 (C=B÷A)	29.89%	24.21%	21.12%
平均值	25.07%		

注：2024年1-6月公司营业收入为35,566.01万元；经公司管理层预测，2024年全年营业收入预计不低于6.5亿元。

### 3) 公司未来三年营业收入测算依据

2021年、2022年、2023年公司营业收入分别为64,266.67万元、75,642.14万元、88,036.45万元，年均复合增长率17.04%。2024年1-6月公司营业收入为35,566.01万元；经公司管理层预测，2024年预计营业收入不低于6.5亿元，则2024年7-12月预计营业收入不低于2.9亿元。此外，若未来三年公司现有业务结构及发展基本保持稳定，假设公司2025年、2026年、2027年1-6月营业收入分别较上年同期增长率为17.04%，经测算，2025年、2026年、2027年1-6月预计营业收入分别为76,076.71万元、89,041.01万元、52,107.29万元。

### 4) 公司未来三年经营活动现金流量净额测算依据

根据上述测算，模拟测算公司未来三年经营活动现金流量净额合计为69,062.16万元，具体测算如下：

单位：万元

项目	2024年 1-6月	2024年 (预测)	预测期			
			2024年7- 12月	2025年	2026年	2027年1- 6月
营业收入(A)	35,566.01	65,000.00	29,000.00	76,076.71	89,041.01	52,107.29
经营活动现金流量净额占营业收入的比例(B)	/	/	/	25.07%	25.07%	25.07%
经营活动现金流量净额(C=A×B)	-869.74	13,728.09	14,597.83	19,074.54	22,325.05	13,064.74
未来三年经营活动现金流量净额	/	/	69,062.16			

注：上述相关假设及测算仅为测算本次发行募集资金规模合理性用途，不代表公司对今后年度经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。

### (4) 最低现金保有量

最低现金保有量是公司维持其日常经营所需要的最低货币资金，主要用于支付购买商品和接受劳务、职工薪酬、各项税费、经营管理各项费用等相关款项。公司结合经营管理经验、现金收支等情况，通常预留满足未来3个月经营活动现金流出资金。

由于公司自 2023 年以来新消费新零售业务结构调整,以商品代理业务为主,影响公司经营活动现金流出,因此公司最低现金保有量拟按 2023 年、2024 年(预测) 月均经营活动现金流出金额的平均值×3 个月进行计算,经测算,最低现金保有量为 46,603.92 万元,具体如下:

单位:万元

项目	2023 年度	2024 年(预测)
经营活动现金流出金额	169,770.55	203,060.82
月均经营活动现金流出金额	14,147.55	16,921.74
平均值(A)	15,534.64	
最低现金保有量(B=A×3)	46,603.92	

#### (5) 未来三年新增的最低现金保有量

根据上文测算,公司 2024 年 6 月 30 日常经营最低现金保有量为 46,603.92 万元。假设未来三年各年最低现金保有量增长率与营业收入增长率一致即 17.04%,经测算,预计公司未来三年新增的最低现金保有量金额为 28,116.20 万元(=46,603.92 万元×(1+17.04%)<sup>3</sup>-46,603.92 万元)。

#### (6) 未来三年预计偿还借款利息

报告期内,公司与同行业上市公司资产负债率的比较情况如下:

公司名称	2024-6-30	2023-12-31	2022-12-31	2021-12-31
富森美	14.69%	13.05%	13.21%	13.70%
轻纺城	47.33%	49.65%	39.20%	35.44%
国芳集团	40.62%	40.08%	37.14%	37.91%
中兴商业	27.75%	28.84%	27.73%	32.13%
跨境通	66.48%	64.16%	63.66%	61.01%
若羽臣	25.82%	18.47%	10.34%	13.61%
行业平均值(A)	37.12%	35.71%	31.88%	32.30%
丽尚国潮(B)	44.12%	45.50%	47.64%	47.70%
丽尚国潮比行业平均值高(C=B-A)	7.00 个百分点	9.79 个百分点	15.76 个百分点	15.40 个百分点

数据来源:上市公司定期报告。

根据上表,报告期各期末公司资产负债率均高于同行业上市公司资产负债率。截至 2024 年 6 月 30 日公司资产负债率约 44.12%,低于前三年末的资产负债率,主要原因为:为优化银行借款利率结构,公司自 2023 年 9 月开始逐步偿还部分高利率银行借款,并申请相对低利率银行借款,2023 年 9 月-2024 年 11 月公司累计偿还银行借款约 3.38 亿元,累计新增银行借款约 2.14 亿元。截至



2024年11月30日，公司银行借款余额约6.69亿元，已获批的上海浦东发展银行、招商银行等银行贷款授信未使用额度为0.73亿元。因此，预计未来三年公司平均银行借款余额将恢复至最近三年及一期的平均水平，公司最近三年及一期平均银行借款余额的平均值如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度	平均值
平均借款余额	62,216.43	86,659.41	82,327.31	56,791.72	71,998.72

注：各期平均借款余额，先根据各月月月初、月末余额算出各月平均借款余额，进而算出各期平均借款余额。

根据上表，最近三年及一期公司平均银行借款余额平均为71,998.72万元。

综上，假设未来三年公司平均银行借款余额为71,998.72万元，并按照公司最近一年一期银行借款实际年利率平均值4.12%测算，公司未来三年预计偿还银行借款利息金额合计约8,896.51万元（=71,998.72万元×4.12%×3年）。

#### （7）未来三年预计现金分红及回购金额

报告期各期，公司归属于母公司所有者净利润、现金分红及回购情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年	2022年	2021年
营业收入	35,566.01	88,036.45	75,642.14	64,266.67
归属于母公司所有者的净利润	7,283.91	8,264.28	8,631.18	15,481.87
净利率	20.48%	9.39%	11.41%	24.09%
现金分红金额	2,941.09	-	5,256.95	-
回购金额	5,558.71	7,519.85	-	-
报告期各期归属于母公司所有者净利润合计(A)	39,661.24			
报告期各期现金分红及回购金额合计(B)	21,276.60			
占比(C=B/A)	53.65%			

根据上表，报告期内公司现金分红及回购金额合计为21,276.70万元，占归属于母公司所有者净利润合计金额的比例为53.65%。

根据中国证监会2023年发布的最新《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》、《上市公司股份回购规则》，为进一步健全公司常态化分红机制，维护上市公司投资价值和健全投资者回报机制，公司控股股东浙江元明控股有限公司经内部决策审批程序后，于2024年12月16日向公司提议制定并于2025

年1月发布《未来三年（2025年-2027年）股东分红回报及股份回购规划》，即未来三年现金分红及股份回购的合计金额不低于当期实现可供分配利润的60%，并督促公司依照有关法律法规的规定，在该规划经董事会、股东大会审议批准后，依法及时履行相应的信息披露义务。

公司2024年1-6月净利率、1-9月净利率分别为20.48%、20.82%，基本一致。因此，若未来三年公司现有业务结构及发展基本保持稳定，假设公司2024年7-12月、2025年、2026年、2027年1-6月净利率与2024年1-6月净利率一致；经测算，公司未来三年预计现金分红及回购金额合计为30,256.09万元，具体如下：

单位：万元

项目	2024年 1-6月	2024年7-12 月（预测）	2025年度 （预测）	2026年度 （预测）	2027年1-6 月（预测）
营业收入	35,566.01	29,000.00	76,076.71	89,041.01	52,107.29
归属于母公司所有者的净利润	7,283.91	5,939.19	15,580.49	18,235.58	10,671.56
净利率	20.48%	20.48%	20.48%	20.48%	20.48%
未来三年归属于母公司所有者的净利润	/	50,426.82			
现金分红及回购金额比例	/	60%			
未来三年现金分红及回购金额	/	30,256.09			

注：上述相关假设及测算仅为测算本次发行募集资金规模合理性用途，不代表公司对今后年度经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。

#### （8）公司已审议投资项目资金需求

截至2024年6月30日，公司已审议的投资项目为本次募投项目，本次募投项目待投入金额为52,890.43万元，具体如下：

单位：万元

序号	项目	拟使用募集资金金额	自有资金先行投入金额	待投入金额
1	专业市场及亚欧商厦改造升级项目	28,148.58	43.26	28,105.32
	其中：杭州环北专业市场改造升级项目	7,437.57	-	7,437.57
	南京环北专业市场改造升级项目	4,457.00	41.55	4,415.45
	兰州亚欧商厦改造升级项目	16,254.01	1.71	16,252.30
2	数字化转型项目	11,377.63	28.05	11,349.58
3	兰州中高端酒店投资开发项目	3,239.09	47.06	3,192.03
4	杭州总部运营管理中心建设项目	10,243.50	-	10,243.50

序号	项目	拟使用募集资金金额	自有资金先行投入金额	待投入金额
	合计	53,008.80	118.37	52,890.43

## 2、本次募集资金的必要性及规模的合理性

### (1) 本次募集资金的必要性

根据上述测算结果，公司未来三年总体资金缺口为 **58,704.74** 万元，若公司以自有资金投入本次募投项目，则存在较大的资金缺口。截至 2024 年 6 月 30 日，公司资产负债率为 44.12%，高于同行业上市公司平均资产负债率 **37.12%**。根据本次募投项目的投资计划，项目建设需要投入的资金量较大，对资金的使用期限较长，需要匹配长期的融资计划。公司通过本次股权融资有利于优化公司资本结构，降低资产负债率，提高财务稳健性和抗风险能力，降低融资成本，符合公司中长期发展战略的需要。

公司本次募投项目均围绕公司主业展开，本次募投项目实施完成后，将进一步巩固公司主营业务的竞争优势，提升运营管理能力和效率，增强核心竞争力，增加经营效益，促进公司长期稳定发展；本次募集资金将增强公司资金实力，为公司的持续、稳定、健康发展提供有力的资金保障，为公司发展战略目标的实现奠定基础，符合公司及全体股东的长远利益。

### (2) 本次募集资金规模的合理性

公司本次募投项目已根据项目实际情况和资金需求等制定投资计划，相关投资规模测算依据充分、测算过程合理，已经公司董事会、股东大会审议通过。公司已综合考虑账面可自由支配资金及其使用安排、日常经营积累、流动资金需求、发展战略规划等因素确定融资规模。根据前述测算结果，公司未来三年总体资金缺口为 **58,704.74** 万元，本次拟募集资金总额 53,008.80 万元未超过公司未来三年总体资金缺口。

综上，公司本次募集资金具有必要性，本次募集资金规模具有合理性。

(三) “兰州中高端酒店投资开发项目”效益测算中入住率预测依据的合理性，募投项目收益率与公司及同行业公司可比项目的对比情况，效益测算是否谨慎合理。

## 1、“兰州中高端酒店投资开发项目”效益测算中入住率预测依据的合理性

### (1) 兰州中高端酒店投资开发项目效益测算情况

本项目效益测算具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	运营期					
		第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年-第10年各年
1	营业收入	2,100.41	2,360.45	2,578.45	2,669.36	2,669.36	2,579.96
2	营业成本	2,242.42	2,281.14	2,340.15	2,416.42	2,416.42	2,292.99
2.1	运营成本	1,144.38	1,272.65	1,325.12	1,398.66	1,398.66	1,372.50
2.2	布草+运营用品	97.35	-	-	-	-	-
2.3	装修、设备、房产、土地原值摊销	937.68	937.68	937.68	937.68	937.68	843.09
3	税金及附加	99.21	99.28	107.95	108.02	108.02	107.62
4	办公等杂费	63.01	70.81	77.35	80.08	80.08	77.40
5	利润总额	-241.22	-19.98	130.34	144.92	144.92	179.35
6	所得税	0.00	0.00	0.00	3.52	36.23	44.84
7	净利润	-241.22	-19.98	130.34	141.40	108.69	134.51
8	毛利率	0.87%	6.36%	12.24%	12.48%	12.48%	14.12%
9	净利率	-11.48%	-0.85%	5.06%	5.30%	4.07%	5.21%

项目收入、成本、费用估算的具体测算过程和测算依据如下：

①项目收入测算

本项目收入主要包括客房收入、餐饮收入、会议收入。营业收入情况具体所示如下：

项目	运营期						
	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年-第10年各年	
平均入住率	80%	85%	88%	88%	88%	85%	
客房收入	不含税收入（万元）	1,859.43	2,107.36	2,318.09	2,409.00	2,409.00	2,326.88
	含税单价（元/间/天）	450.00	480.00	510.00	530.00	530.00	530.00
	房间数（间）	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
餐饮收入	不含税收入（万元）	193.81	205.92	213.19	213.19	213.19	205.92
	含税单价（元/房间/天）	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
	房间数（间）	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
会议收入	不含税收入（万元）	47.17	47.17	47.17	47.17	47.17	47.17
<b>营业收入合计（万元）</b>		<b>2,100.41</b>	<b>2,360.45</b>	<b>2,578.45</b>	<b>2,669.36</b>	<b>2,669.36</b>	<b>2,579.96</b>

注1：平均入住率：参考同行业上市公司可比项目入住率情况，并结合本项目定位及定价、兰州市旅游市场等情况估算。

注2：客房单价：参考周边同档次酒店价格估算。

注 3：餐饮收入：为住店客人早餐收入，参考周边同档次酒店价格谨慎估算。

注 4：会议收入：参考公司亚欧大酒店的会议收费水平估算。

## ②运营成本测算

项目		运营期					
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年- 第 10 年各年
物业管理费	不含税成本（万元）	69.75	69.75	69.75	69.75	69.75	69.75
	含税单价（元/m <sup>2</sup> /月）	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
	建筑面积（m <sup>2</sup> ）	13,691.14					
华住管理费	不含税成本（万元）	-	71.22	77.78	134.17	134.17	129.68
	占含税收入比例	-	3.00%	3.00%	5.00%	5.00%	5.00%
华住预订费	不含税成本（万元）	52.06	59.01	64.91	67.45	67.45	65.15
	占客房收入比例	2.80%	2.80%	2.80%	2.80%	2.80%	2.80%
OTA预订费	不含税成本（万元）	89.25	101.15	111.27	115.63	115.63	111.69
	占客房收入比例	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%
人力成本	成本（万元）	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
	单价（元/人/月）	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00
	数量（人）	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
物料成本	不含税成本（万元）	209.31	237.22	260.94	271.17	271.17	261.93
	占含税收入比例	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%
餐饮成本	不含税成本（万元）	164.73	175.03	181.21	181.21	181.21	175.03
	占餐饮收入比例	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%
能耗成本	不含税成本（万元）	199.27	199.27	199.27	199.27	199.27	199.27
	含税制冷单价（元/平方米/3 个月）	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
	含税采暖单价（元/平方米/5 个月）	8.20	8.20	8.20	8.20	8.20	8.20
	含税水电费（万元/月）	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
	建筑面积（平方米）	13,691.14					
<b>营业成本合计（万元）</b>		<b>1,144.38</b>	<b>1,272.65</b>	<b>1,325.12</b>	<b>1,398.66</b>	<b>1,398.66</b>	<b>1,372.50</b>

注 1：物业管理费：物业管理费=建筑面积×物业管理费率。根据本项目建筑面积及项目所在物业的物业管理费率测算所得。

注 2：华住管理费：华住管理费=本项目收入×管理费率。根据本项目预测收入及公司与华住集团签署的《酒店管理协议》约定的管理费率测算所得。

注 3：华住预订费：华住预订费=华住预订系统订单形成的客房收入×预订服务费率。根据本项目预测通过华住预订系统形成的客房收入及公司与华住集团签署的《酒店管理协议》约定的预订服务费率测算所得。假设通过华住集团预订系统实现客房收入占比为 35%，双方协议约定的预订费率 8%，即华住预订费占客房收入比例为 2.80%。

注 4：OTA预订费：OTA预订费=OTA系统订单形成的客房收入\*预订服务费率。根据本项目预测通过OTA系统形成的客房收入及行业平均预订服务费率水平测算所得。假设通过OTA

预订系统实现客房收入占比为 40%，行业平均预订费率为 12%，即OTA预订费占客房收入比例为 4.80%。

注 5：人力成本：参考公司的薪酬福利制度及项目当地相关岗位员工的工资水平进行预测。

注 6：物料成本：物料成本=客房收入×物料成本率。根据本项目预测客房收入及参考公司亚欧大酒店历史情况测算所得。

注 7：餐饮成本：餐饮成本=餐饮收入×餐饮成本率。根据本项目预测餐饮收入及参考公司亚欧大酒店历史情况测算所得。

注 8：能耗成本：根据项目当地制冷、采暖、水电费的市场价格及参考公司亚欧大酒店历史情况测算所得。

### ③布草+运营用品

参考华住集团提供的物品清单及公司亚欧大酒店历史情况，项目运营初期需采购布草及运营用品 97.35 万元（不含税）。

### ④装修、设备、房产、土地折旧和摊销

单位：万元

项目	原值	折旧或摊销年限	运营期	
			第 1 年-第 5 年各年	第 6 年-第 10 年各年
房产及土地原值	25,073.05	40 年	626.83	626.83
长期待摊费用	2,162.68	10 年	216.27	216.27
设备、家具等	482.04	5 年	91.59	0.00
IT 系统	15.00	5 年	3.00	-
<b>合计</b>	<b>28,393.45</b>	-	<b>937.68</b>	<b>843.09</b>

### ⑤税金及附加及所得税率

本项目收入中，客房收入、会议收入的增值税率为 6%，餐饮收入的增值税率为 13%；本项目成本中，物业管理费、华住管理费、华住预订费、OTA 预订费的增值税率为 6%，物料成本、餐饮成本的增值税率为 13%，能耗成本的增值税率为 9%；城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加费分别为 7%、3%、1.5%。印花税率为 0.03%；房产税参考亚欧国际大厦租金水平及房产税率 12%测算所得；企业所得税率为 25%。

### ⑥办公等杂费

参考公司亚欧大酒店历史情况，办公等杂费按照营业收入 3%测算。

## (2) 效益测算中入住率预测依据的合理性

本项目平均入住率参考同行业上市公司可比项目预测入住率、华住集团酒店及公司现有酒店实际入住率情况，并结合本项目定位及定价、兰州市旅游市场等情况估算，假设运营期前三年入住率由 80%逐步提升至 88%，自第六年起入住率

稳定在 85%。本项目入住率预测依据的合理性具体分析如下：

**①本项目预测入住率与同行业上市公司可比项目预测入住率相比处于合理范围内**

本项目拟与知名酒店管理集团华住集团旗下中高端品牌 IntercityHotel 城际酒店合作，在兰州公司自有物业亚欧国际大厦建设和经营**高端商务旅游酒店**。本项目**预测入住率与同行业上市公司可比项目预测入住率对比情况如下：**

证券代码	公司名称	发行情况	募投项目	预测平均入住率			
				T1	T2	T3	T4-T10
301073.SZ	君亭酒店	2022年12月非公开	新增直营酒店投资开发项目、现有酒店装修升级项目	54.00%-85.00%	58.00%-88.00%	63.00%-90.00%	63.00%-90.00%
600754.SH	锦江酒店	2021年3月非公开	酒店装修升级项目	80.79%	84.22%	86.08%	未披露
<b>600738.SH</b>	<b>丽尚国潮</b>	<b>本次发行</b>	<b>兰州中高端酒店投资开发项目</b>	<b>80.00%</b>	<b>85.00%</b>	<b>88.00%</b>	<b>85.86%</b>

数据来源：君亭酒店、锦江酒店公开披露信息。

注：首旅酒店 2021 年 11 月非公开募投项目酒店扩张及装修升级项目未披露入住率。

根据上表，公司兰州中高端酒店投资开发项目入住率与君亭酒店项目相比处于较高水平，与锦江酒店相比较为接近。根据《2024 中国酒店集团及品牌发展报告》，截至 2023 年年末中国前五大规模酒店集团中，锦江酒店排名第 1，华住集团排名第 2，君亭集团排名第 19，锦江酒店与华住集团同为国内酒店集团头部企业，具有良好的品牌效应，入住率相对较高。因此，公司本项目**预测入住率与同行业上市公司可比项目预测入住率相比处于合理范围内。**

**②本项目预测入住率与华住集团酒店及公司现有酒店实际入住率相比具有合理性**

华住集团境内酒店、公司现有酒店近年实际入住率情况如下：

年份季度	2023Q1	2023Q2	2023Q3	2023Q4	2024Q1	2024Q2	2024Q3	平均值
华住集团境内酒店入住率	75.60%	81.80%	85.90%	80.50%	77.20%	82.60%	84.90%	81.21%
公司现有酒店入住率	58.33%	64.33%	86.33%	56.48%	53.09%	63.00%	83.53%	66.44%

注：华住集团境内酒店入住率为华住集团境内所有酒店综合入住率，数据来源为华住集团业绩报告。

根据上表，2023年1月-2024年9月，华住集团境内酒店实际入住率为75.60%-85.90%，平均值为81.21%；公司现有酒店亚欧大酒店实际入住率为53.09%-86.33%，平均值为66.44%。

公司本项目预测入住率为80%-88%，平均值为85%，略高于华住集团境内酒店入住率，主要原因为公司本项目为在兰州市打造的华住集团旗下中高档品牌 IntercityHotel 城际酒店，而华住集团在全国不同地区、不同档次酒店的入住率差异较大。公司本项目预测入住率高于公司现有酒店实际入住率，主要原因为本项目与华住集团中高档品牌合作，所在物业为新建的兰州市最高地标性建筑城市综合体，定位高端商务旅游酒店，客户群体主要为高端商务、旅游等人群，并接入华住集团成熟的营销网络和会员体系；公司现有酒店为自主品牌、单店经营，所在物业及酒店内部装修较为老旧，定位中端商务旅游酒店，客户群体主要为一般商务出差、大众亲子旅游、附近医院就医等人群。因此，本项目与公司现有酒店项目在地点、客户群体、品牌定位、消费档次等方面均具有明显差异，详见本回复报告“问题 2./一、/(三)兰州中高端酒店投资开发项目与发行人现有酒店项目在地点、客户群体、品牌定位等方面的差异情况，现有酒店项目的经营情况，二者是否具有竞争关系。”

基于上述分析，公司本项目预测入住率与华住集团酒店及公司现有酒店实际入住率相比具有合理性。

### ③本项目定位高端商旅酒店，房价定价具备竞争力

本项目将打造华住集团旗下中高档品牌 IntercityHotel 城际酒店西北首店，项目周边为商务办公区，商务办公和商业氛围浓厚，本项目定位于高端商务旅行酒店，主要服务于精英商旅人群。与项目周边其他中高端酒店相比，本项目房价定价具备较强竞争力，具体情况如下：

序号	周边酒店名称	不含早房价区间 (工作日, 元/间/天)	不含早房价区间 (周末, 元/间/天)
1	兰州亚欧国际高空亚朵 S 酒店	739-1,784	901-1,721
2	兰州会展中心高空河景亚朵 S 酒店	594-1,869	1,392-2,131
3	兰州西关正宁路亚朵酒店	560-781	467-663
4	兰州戴斯精选温德姆酒店	539-676	615-919
5	桔子酒店（兰州南关什字店）	367-426	604-877
6	兰州西关张掖路步行街亚朵酒店	603-1,028	622-1,032



序号	周边酒店名称	不含早房价区间 (工作日, 元/间/天)	不含早房价区间 (周末, 元/间/天)
7	兰州步行街希尔顿欢朋酒店	638-968	768-1,188
8	兰州正宁路智选假日酒店	450-710	465-674
9	兰州光辉东方红广场亚朵S酒店	603-1,444	713-1,557
10	兰州环球中心民主东路亚朵酒店	509-849	458-786
丽尚国潮兰州中高端酒店投资开发项目		450-530	

数据来源：2024年7月通过携程旅行查询信息不完全统计。

根据上表信息，与周边其他中高端酒店相比，公司本项目房价具有价格优势，具备高性价比，能有效提升入住率。此外，本项目可借助华住集团成熟的营销网络和会员体系，开拓更多优质客源，有助于保持较高入住率。

#### ④兰州市旅游市场需求持续增长，为本项目入住率提供保障

近年来，兰州市聚焦全域旅游，着力推进大规划、大景区、大项目、大配套、大服务、大营销，旅游综合接待和服务保障能力全面提升，旅游市场热度持续保持高位，旅游人次不断突破历史新高。根据兰州文旅局数据，兰州市2023年累计接待旅客8,699.8万人次，同比增长197.3%，2024年上半年累计接待游客5,734.15万人次，同比增长42.98%。根据携程集团发布的《2024暑期旅游市场预测报告》，兰州在省会城市暑期旅游订单增速排名中位居第六位，暑期兰州旅游订单同比增长49%。

本项目位于2019年新建成的兰州市最高标志性建筑亚欧国际大厦城市综合体的高层，所在物业配套甲级写字楼、购物中心、城市观景平台、休闲健身娱乐等多元业态，拥有更优越的高层景观视野和更完善的配套设施，与本项目定位于高端商旅酒店相契合。兰州市旅游市场需求持续增长将对本项目较高入住率起到积极促进作用。

## 2、募投项目收益率与公司及同行业公司可比项目的对比情况，效益测算是否谨慎合理

兰州中高端酒店投资开发项目净利率、内部收益率、回收期与公司及同行业公司可比项目的对比情况如下：

证券代码	公司简称	发行情况	募投项目	净利率	内部收益率	回收期(年)
301073.SZ	君亭酒店	2022年12月非公开	新增直营酒店投资开发项目	19.22%	19.55%	5.92
			现有酒店装修升级项目	未披露	18.51%	6.17

600268 .SH	首旅 酒店	2021年11 月非公开	酒店扩张及装修升级项目	未披露	15.13%	5.55
600754 .SH	锦江 酒店	2021年3 月非公开	酒店装修升级项目	未披露	13.51%	5.58
平均					<b>19.22%</b>	<b>16.68%</b>
600738. SH	丽尚 国潮	-	现有酒店亚欧大酒店	23.30%	未核算	未核算
		本次发行	兰州中高端酒店投资开发项目	5.21%	26.63%	4.49

注：公司现有酒店亚欧大酒店净利率为2023年度净利率；兰州中高端酒店投资开发项目净利率取运营期第6年-第10年的净利率。

根据上表，公司兰州中高端酒店投资开发项目净利率低于公司现有酒店亚欧大酒店及同行业上市公司君亭酒店可比项目，主要原因为：①公司亚欧大酒店所在物业兰州亚欧商厦自建成至今已有30年，亚欧大酒店自开业至今已有28年，前次翻新至今已有5年-8年，其建造装修成本较低，折旧摊销费用较低；②本项目所在物业为2019年建成的兰州最高标志性建筑亚欧国际大厦，将打造华住集团旗下中高档品牌 IntercityHotel 城际酒店西北首店，其建造装修以及设备设施投入成本较高，折旧摊销费用较高；③本项目拟与华住集团合作，需要缴纳一定的管理费、预订费。

公司兰州中高端酒店投资开发项目内部收益率、回收期均优于同行业上市公司可比项目，主要原因为同行业上市公司可比项目均为租赁物业，需要支付租金；公司本项目使用自有物业，无需支付租金，因此在测算内部收益率、回收期指标时公司本项目无租金的现金流出，测算得出内部收益率较高、回收期较短，具有合理性。

综上，兰州中高端酒店投资开发项目**预测**入住率与同行业上市公司可比项目**预测入住率、华住集团酒店及公司现有酒店实际入住率**相比，具有合理性；本项目定位高端商旅酒店，房价定价具备竞争力，且随着兰州市旅游市场需求持续增长，为本项目较高入住率提供保障，本项目效益测算中入住率预测依据具备合理性；募投项目收益率与公司及同行业公司可比项目相比，效益测算谨慎合理。

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

保荐机构执行了如下核查程序：

1、查阅本次募投项目可行性研究报告及测算过程和依据、查阅发行人固定资产清单及相关合同和单据、获取本次募投项目投资构成相关的第三方供应商报

价单，查询同行业公司公开披露的可比项目信息等，分析单位工程造价、设备购置和软件购置单价的合理性；

2、查阅发行人财务报表和审计报告、查阅发行人拟投资项目三会文件，测算发行人日常经营积累、最低现金保有量、偿还银行借款、现金分红及资金缺口等情况、查询同行业可比公司资产负债率，分析本次募集资金的必要性及规模的合理性；

3、查阅发行人相关募投项目可行性研究报告及效益测算表、查询同行业公司公开披露的可比项目信息、查询项目周边其他中高端酒店房价信息、查询兰州市旅游市场数据、获取发行人现有酒店经营情况，分析兰州中高端酒店投资开发项目效益测算中入住率预测依据的合理性、募投项目收益率效益测算谨慎合理性。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人已说明本次募投项目各项投资构成的测算依据，单位工程造价、设备购置和软件购置单价具有合理性，与公司历史同类项目和同行业公司可比项目相比具有合理性。

2、发行人已结合现有货币资金和其他债权投资情况、日常经营积累等情况测算资金缺口；若发行人以自有资金投入本次募投项目，则存在较大资金缺口；发行人资产负债率高于同行业上市公司平均水平，本次募投项目均围绕公司主业展开，本次融资将有利于优化公司资本结构，提高财务稳健性和抗风险能力，将巩固主营业务竞争优势，增强核心竞争力，符合公司发展战略和全体股东长远利益；本次募投项目投资规模测算依据充分、测算过程合理，本次募集资金规模未超过未来三年总体资金缺口，发行人本次募集资金具有必要性，本次募集资金规模具有合理性。

3、“兰州中高端酒店投资开发项目”效益测算中**预测**入住率参考同行业上市公司可比项目**预测**入住率、**华住集团酒店及公司现有酒店实际入住率**情况，并结合本项目定位及定价、兰州市旅游市场等情况估算；该项目**预测**入住率与同行业上市公司可比项目**预测**入住率、**华住集团酒店及公司现有酒店实际入住率**相比，**具有合理性**；本项目定位高端商旅酒店，房价定价具备竞争力，且随着兰州市旅游市场需求持续增长，为本项目较高入住率提供保障，本项目效益测算中入住率

预测依据具备合理性；募投项目收益率与公司及同行业公司可比项目相比，效益测算谨慎合理。

#### 问题 4. 关于经营情况

根据申报材料，1) 报告期各期公司营业收入分别为 64,266.67 万元、75,642.14 万元、88,036.45 万元和 35,566.01 万元；2) 报告期各期公司主营业务毛利率分别为 67.02%、41.76%、51.81%和 64.37%，归母净利润分别为 15,469.69 万元、8,635.48 万元、8,264.28 万元和 7,283.91 万元，最近一期公司收入同比下滑 24.64%，归母净利润同比增长 61.79%；3) 报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 19,209.73 万元、18,311.09 万元 32,258.75 万元和-869.74 万元。

请发行人说明：（1）结合主要客户情况分业务说明报告期各期营业收入变动的原因，与同行业可比公司收入变动趋势是否存在较大差异；最近一期公司新消费新零售业务收入大幅下滑的具体原因，新消费新零售业务相关资产是否存在大幅减值风险；（2）量化分析公司各业务毛利率变动的原因，变动趋势与同行业公司是否存在较大差异；最近三年公司归母净利润逐期下降的原因，报告期内公司净利润与营业收入变动趋势差异较大的原因及合理性；（3）公司净利润和经营活动产生的现金流量净额存在较大差异的原因，最近一期公司经营活动现金流净额为负的原因。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

#### 【回复】

##### 一、发行人说明

（一）结合主要客户情况分业务说明报告期各期营业收入变动的原因，与同行业可比公司收入变动趋势是否存在较大差异；最近一期公司新消费新零售业务收入大幅下滑的具体原因，新消费新零售业务相关资产是否存在大幅减值风险；

1、结合主要客户情况分业务说明报告期各期营业收入变动的原因，与同行业可比公司收入变动趋势是否存在较大差异

报告期各期，公司营业收入分别为 64,266.67 万元、75,642.14 万元、88,036.45

万元、35,566.01 万元，收入构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	32,338.45	90.93%	81,928.59	93.06%	70,498.24	93.20%	59,442.38	92.49%
其中：专业市场管理	22,057.63	62.02%	40,808.20	46.35%	33,175.50	43.86%	37,872.55	58.93%
商贸百货零售	6,441.82	18.11%	14,120.08	16.04%	11,281.83	14.91%	15,447.98	24.04%
新消费新零售	1,763.53	4.96%	22,882.46	25.99%	24,342.10	32.18%	1,532.03	2.38%
商业管理	2,075.46	5.84%	4,117.85	4.68%	1,698.81	2.25%	4,589.82	7.14%
其他业务收入	3,227.56	9.07%	6,107.85	6.94%	5,143.90	6.80%	4,824.29	7.51%
合计	35,566.01	100.00%	88,036.45	100.00%	75,642.14	100.00%	64,266.67	100.00%

根据上表，2022 年公司营业收入较 2021 年增长，主要系新消费新零售业务收入增长所致；2023 年公司营业收入较 2022 年增长，主要系专业市场管理、商贸百货零售、商业管理业务收入增长所致。

### （1）专业市场管理业务

#### 1) 公司专业市场管理业务主要客户情况及收入变动分析

报告期各期，公司专业市场管理业务收入分别为 37,872.55 万元、33,175.50 万元、40,808.20 万元、22,057.63 万元，前五大客户情况如下：

期间	序号	客户名称	销售内容	金额 (万元)	销售金额占 该类业务收 入比例
2024 年 1-6 月	1	杭州银行股份有限公司	商铺租金	80.02	0.36%
	2	倪寒飞	商铺租金	59.28	0.27%
	3	陈海利	商铺租金	41.88	0.19%
	4	柯桂兵	商铺租金	39.24	0.18%
	5	孙红军	商铺租金	37.53	0.17%
	合计			257.95	1.17%
2023 年 度	1	杭州银行股份有限公司	商铺租金	153.86	0.38%
	2	倪寒飞	商铺租金	145.05	0.36%
	3	陈海利	商铺租金	82.83	0.20%
	4	柯桂兵	商铺租金	74.89	0.18%
	5	张海龙	商铺租金	74.19	0.18%
	合计			530.81	1.30%
2022 年 度	1	陈海利	商铺租金	152.92	0.46%
	2	杭州银行股份有限公司	商铺租金	149.29	0.45%
	3	华夏银行股份有限公司杭州分行	商铺租金	104.76	0.32%
	4	张海龙	商铺租金	77.96	0.23%
	5	冯云华	商铺租金	71.43	0.23%
	合计			556.36	1.68%
2021 年 度	1	柯桂兵	商铺租金	78.63	0.21%
	2	孙红军	商铺租金	70.37	0.19%

	3	徐斌	商铺租金	64.78	0.17%
	4	王建红	商铺租金	63.63	0.17%
	5	徐世军	商铺租金	63.31	0.17%
	合计			340.72	0.90%

根据上表，报告期各期，公司专业市场管理业务的前五大客户收入占专业市场管理业务收入的比例分别为 0.90%、1.68%、1.30%、1.17%，占比较低，与公司专业市场管理业务采用商铺租赁模式、客户较为分散的特点相匹配。

2022 年公司专业市场管理收入为 33,175.50 万元，较 2021 年减少 4,697.05 万元，下降 12.40%，主要系 2022 年公司积极响应国家和省市纾困政策，对专业市场部分商户减租免租所致。

2023 年公司专业市场管理收入为 40,808.20 万元，较 2022 年增加 7,632.70 万元，增长 23.01%，主要系 2023 年因批发及零售市场转暖，且公司不再对专业市场商户减租免租所致。

## 2) 公司专业市场管理业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势对比

报告期各期，公司专业市场管理业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势对比情况如下：

单位：万元

公司名称	可比业务	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
		金额	同比变动	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
富森美	市场租赁及服务	64,521.13	-1.40%	130,585.16	6.98%	122,062.39	-4.00%	127,146.14
轻纺城	租赁业	47,302.44	10.84%	85,479.67	4.22%	82,018.72	-11.55%	92,724.80
	平均值	-	4.72%	-	5.60%	-	-7.78%	-
丽尚国潮	专业市场管理	22,057.63	2.31%	40,808.20	23.01%	33,175.50	-12.40%	37,872.55

根据上表，2022 年、2023 年公司专业市场管理业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势一致。2024 年 1-6 月公司专业市场管理业务与轻纺城租赁业务收入增长趋势一致。

## (2) 商贸百货零售业务

### 1) 公司商贸百货零售业务主要客户情况及收入变动分析

公司商贸百货零售业务主要分为联营、自营和酒店三类，具体如下：

①联营模式指公司为商户提供经营场地，商户在公司指定区域开设门店或专柜，并由商户的销售人员负责商品销售，公司统一收款；联营模式下，未出售商品的所有权归商户所有，商品销售给消费者后，公司根据销售额和合同约定的

扣点比例确认联营扣点收入（净额法），同时确认应付商户货款，联营模式下公司客户为商户。

②自营模式指公司直接采购商品，并通过自营门店或专柜、自营超市由公司的销售人员负责商品销售，公司统一收款；自营模式下，未出售商品的所有权归公司所有，商品销售给消费者后，公司根据销售额确认收入（总额法），利润来源于公司的购销差价，自营模式下公司客户为终端消费者。

③公司酒店业务为子公司亚欧商厦自营的亚欧大酒店，拥有各型客房 100 余间/套，收入主要来源为客房住宿、承接会议庆典及商务用餐等，主要客户为个人，客户较分散。

报告期各期，公司商贸百货零售业务收入分别为 15,447.98 万元、11,281.83 万元、14,120.08 万元、6,441.82 万元，具体收入构成如下：

单位：万元

项目	主要客户类型	核算方法	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
			收入	收入占比	收入	收入占比	收入	收入占比	收入	收入占比
自营模式	个人	总额法	3,701.41	57.46%	7,741.93	54.83%	6,976.40	61.84%	8,162.75	52.84%
联营模式	商户	净额法	2,257.64	35.04%	5,335.52	37.79%	3,928.75	34.82%	6,430.99	41.63%
酒店业务	个人	总额法	482.77	7.49%	1,042.64	7.38%	376.68	3.34%	854.23	5.53%
<b>合计</b>			<b>6,441.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,120.08</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,281.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,447.98</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期，公司商贸百货零售业务前五大客户均为联营模式下的商户，具体情况如下：

期间	序号	客户名称	销售内容	金额 (万元)	销售金额占 该类业务收入 比例
2024 年 1-6 月	1	甘肃和动力商贸有限公司	联营扣点收入	285.19	4.43%
	2	兰州湟福源珠宝首饰有限公司	联营扣点收入	275.05	4.27%
	3	乌鲁木齐影诗裳商贸有限公司	联营扣点收入	136.89	2.12%
	4	甘肃丰泉恒业商贸有限公司	联营扣点收入	133.06	2.07%
	5	甘肃润业供应链管理有限公司	联营扣点收入	122.26	1.90%
			<b>合计</b>		<b>952.44</b>
2023 年度	1	兰州湟福源珠宝首饰有限公司	联营扣点收入	737.86	5.23%
	2	甘肃和动力商贸有限公司	联营扣点收入	715.15	5.06%
	3	深圳市娜尔思时装有限公司	联营扣点收入	323.52	2.29%
	4	甘肃丰泉恒业商贸有限公司	联营扣点收入	329.57	2.33%
	5	甘肃润业供应链管理有限公司	联营扣点收入	236.95	1.68%
			<b>合计</b>		<b>2,343.04</b>
2022 年度	1	甘肃和动力商贸有限公司	联营扣点收入	423.98	3.76%
	2	兰州湟福源珠宝首饰有限公司	联营扣点收入	272.14	2.41%
	3	北京格蒂亚斯科技有限公司	联营扣点收入	79.48	0.70%

	4	甘肃丰泉恒业商贸有限公司	联营扣点收入	76.61	0.68%
	5	乐金生活健康贸易（上海）有限公司	联营扣点收入	72.35	0.64%
	合计			<b>924.56</b>	<b>8.20%</b>
2021 年度	1	甘肃和动力商贸有限公司	联营扣点收入	432.42	2.80%
	2	兰州湟福源珠宝首饰有限公司	联营扣点收入	213.16	1.38%
	3	天津柯利亚诺时装有限公司	联营扣点收入	139.73	0.90%
	4	乐金生活健康贸易（上海）有限公司	联营扣点收入	128.83	0.83%
	5	北京格蒂亚斯科技有限公司	联营扣点收入	123.92	0.80%
	合计			<b>1,038.06</b>	<b>6.72%</b>

根据上表，报告期各期，公司商贸百货零售业务的前五大客户未发生重大变动，与公司的合作较为稳定。

2022 年公司商贸百货零售收入为 11,281.83 万元，较 2021 年减少 4,166.15 万元，下降 26.97%，主要原因为：①2022 年消费环境遇冷，公司商贸百货零售业务经营业绩下滑；②公司为阶段性扶持联营商户，降低对联营商户的扣点比例。

2023 年公司商贸百货零售收入为 14,120.08 万元，较 2022 年增加 2,838.25 万元，增长 25.16%，主要系 2023 年消费环境转暖所致。

## 2) 公司商贸百货零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势对比

报告期各期，公司商贸百货零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势对比情况如下：

单位：万元

公司名称	可比业务	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
		金额	同比变动	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
国芳集团	百货	30,634.45	-20.26%	73,189.46	36.65%	53,561.73	-26.69%	73,057.05
中兴商业	零售	35,814.61	-3.43%	70,971.70	18.89%	59,694.52	-21.85%	76,385.16
平均值		-	<b>-11.85%</b>	-	<b>27.77%</b>	-	<b>-24.27%</b>	-
丽尚国潮	商贸百货零售	<b>6,441.82</b>	<b>-14.46%</b>	<b>14,120.08</b>	<b>25.16%</b>	<b>11,281.83</b>	<b>-26.97%</b>	<b>15,447.98</b>

根据上表，报告期各期公司商贸百货零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势一致。

### (3) 新消费新零售业务

#### 1) 公司新消费新零售业务主要客户情况及收入变动分析

公司自 2021 年四季度起开展新消费新零售业务。公司新消费新零售业务包括寄售、商品分销、商品代理、广告代理和广告视频制作等业务，具体如下：

①寄售业务是指公司将商品发至第三方电商平台，该电商平台根据网上销售订单将商品邮寄给终端消费者，并定期（7 天、15 天或 30 天）就已销售商品



情况与公司到账结算，结算单中包含已销售商品明细；该电商平台未对外销售的商品所有权仍归属于公司，公司承担未销售商品的存货损毁灭失、价格波动、质量及滞销风险。公司按总额法核算该业务收入。

②商品分销业务是指公司采购商品并取得商品控制权，再通过自身销售渠道销售给其他贸易商或终端客户等；已出售商品所有权归属客户，公司向客户承担商品质量的售后责任；未出售商品所有权归属于公司，公司承担未销售商品存货损毁灭失、价格波动、质量及滞销风险。公司按总额法核算该业务收入。

③商品代理业务是指公司根据客户下达订单向供应商采购商品，且一般由供应商直接送货至客户；客户未收货并签收前，存货损毁灭失风险由供应商承担；客户收货并签收后，商品控制权转移给客户，存货损毁灭失风险由客户承担；公司未承担已采购商品的存货损毁灭失、价格波动、质量及滞销风险。公司按净额法核算该业务收入。

④广告代理业务是指公司对客户提供的产品宣传图片等广告素材进行筛选、调整尺寸等简易处理后，在各类媒体渠道上进行广告投放，定价原则为在采购的广告媒体资源价格的基础上与客户协商确定，价差较小，不具备实质的定价权，因此公司按净额法核算该业务收入。

⑤广告视频制作业务是指公司根据客户需求提供其产品或业务宣传相关的视频拍摄、剪辑和制作服务，并收取服务费。

报告期各期，公司新消费新零售业务收入分别为 1,532.03 万元、24,342.10 万元、22,882.46 万元、1,763.53 万元，具体收入构成如下：

单位：万元

项目		2024年1-6月		2023年		2022年		2021年	
业务类型	核算方法	收入	收入占比	收入	收入占比	收入	收入占比	收入	收入占比
寄售业务	总额法	752.33	42.66%	16,287.86	70.85%	12,880.77	52.92%	305.70	19.95%
商品分销业务	总额法	89.55	5.08%	4,341.14	19.30%	11,003.84	45.20%	1,226.33	80.05%
商品代理业务	净额法	429.58	24.36%	738.76	3.23%	226.14	0.93%	-	-
广告代理业务	净额法	105.90	6.01%	457.60	2.00%	-	-	-	-
广告视频制作业务	不适用	386.18	21.90%	1,057.10	4.62%	231.35	0.95%	-	-
合计		1,763.53	100.00%	22,882.46	100.00%	24,342.10	100.00%	1,532.03	100.00%

报告期各期，公司新消费新零售业务前五大客户情况如下：

期间	序号	客户名称	销售内容	金额 (万元)	销售金额占 该类业务收入 比例
2024年 1-6月	1	得物(香港)供应链有限公司	化妆品	470.25	26.67%
	2	深圳市海川广告有限公司	视频制作服务	237.36	13.46%
	3	上海寻梦信息技术有限公司	农产品、化妆品、食品	140.48	7.97%
	4	福建联佳农业综合开发有限公司	农产品	113.90	6.46%
	5	香港憶江南實業有限公司	化妆品	111.15	6.30%
	合计			<b>1,073.15</b>	<b>60.85%</b>
2023年 度	1	得物(香港)供应链有限公司	化妆品	13,303.85	58.14%
	2	杭州名融网络科技有限公司	奶粉、牛奶等	1,764.63	7.71%
	3	香港憶江南實業有限公司	化妆品	1,640.09	7.17%
	4	香港章龍貿易有限公司	化妆品	854.13	3.73%
	5	深圳市海川广告有限公司	视频制作服务	<b>626.05</b>	<b>2.74%</b>
	合计			<b>18,188.75</b>	<b>79.49%</b>
2022年 度	1	得物(香港)供应链有限公司	化妆品	11,127.66	45.71%
	2	杭州洋驼网络科技有限公司	母婴食品	2,815.67	11.57%
	3	香港優尼康品牌管理有限公司	化妆品、玩具	1,711.97	7.03%
	4	杭州晟宇荣品牌管理有限公司	化妆品	1,640.56	6.74%
	5	建发股份(600153)	化妆品	1,634.93	6.72%
	合计			<b>18,930.79</b>	<b>77.77%</b>
2021年 度	1	得物(香港)供应链有限公司	化妆品	305.70	19.95%
	2	上海纯瀚贸易有限公司	化妆品	194.60	12.70%
	3	杭州洋驼网络科技有限公司	母婴食品	135.50	8.84%
	4	天津紫创怡新电子商务有限公司	化妆品	93.29	6.09%
	5	上海虎召贸易有限公司	化妆品	77.10	5.03%
	合计			<b>806.19</b>	<b>52.61%</b>

根据上表,报告期各期,除公司与新消费新零售业务第一大客户得物(香港)供应链有限公司(简称“香港得物”)一直保持长期合作之外,其他主要客户变动较大,符合新消费新零售业务类贸易、高频次的特点。

2022年公司新消费新零售业务收入为24,342.10万元,较2021年增加22,810.07万元,增长1,488.88%,主要原因为:①2021年四季度公司开始开展新消费新零售业务,相关收入仅1,532.03万元,收入规模基数较小;②公司与香港得物合作国际大牌美妆产品寄售业务,2022年加大与其合作,对香港得物销售收入大幅增长;③公司2022年加大与经营母婴用品的杭州洋驼网络科技有限公司合作,对其销售收入大幅增长;④公司2022年拓展经营其他品类商品的香港優尼康品牌管理有限公司、杭州晟宇荣品牌管理有限公司、建发股份(600153)等新客户,增加销售收入。

2023 年公司新消费新零售业务收入为 22,882.46 万元，较 2022 年减少 1,459.64 万元，下降 6%，主要原因为：自 2023 年 6 月起国内电商行业销售不如预期，商品分销业务存在存货滞销风险，之后公司开始调整新消费新零售业务的结构，逐步降低商品分销业务规模及存货风险。

2024 年 1-6 月公司新消费新零售业务收入仅 1,763.53 万元，较上年同期下降 86.54%，主要原因为：考虑国际大牌美妆产品和母婴食品等消费市场不景气，以及寄售业务对公司实际盈利贡献较低，且商品分销业务存在存货滞销风险的实际情况，大幅收缩寄售业务和商品分销业务，具体情况详见“问题 4./一、/(一)/2、/(1) 最近一期公司新消费新零售业务收入大幅下滑的具体原因”。

2) 公司新消费新零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势对比  
 报告期各期，公司新消费新零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势对比情况如下：

单位：万元

公司名称	可比业务	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
		金额	同比变动	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
跨境通	全部业务	291,904.96	-16.13%	661,641.19	-8.80%	725,449.29	-17.73%	881,773.09
若羽臣	渠道分销	28,845.69	26.81%	55,450.84	23.30%	44,972.57	12.86%	39,848.10
	平均值	-	5.34%	-	7.25%	-	-2.43%	-
丽尚国潮	新消费新零售	1,763.53	-86.54%	22,882.46	-6.00%	24,342.10	1488.88%	1,532.03

根据上表，2023 年、2024 年 1-6 月公司新消费新零售业务与跨境通收入变动趋势一致，但与若羽臣渠道分销收入变动趋势不一致，原因为：公司自 2023 年 6 月起调整新消费新零售业务结构，逐步降低商品分销业务规模及存货滞销风险。2022 年公司新消费新零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势不一致，原因为：2021 年四季度公司开始开展新消费新零售业务，收入规模基数较小。

#### (4) 商业管理业务

商业管理业务为公司子公司亚欧商管主营业务，收入构成为房产销售业务和物业租赁管理业务，截至报告期末其原持有的房地产开发企业资质证书到期注销。

报告期各期，公司商业管理业务收入分别为 4,589.82 万元、1,698.81 万元、4,117.85 万元、2,075.46 万元，其中房产销售业务收入分别为 4,452.59 万元、616.11 万元、462.57 万元、0 万元，其余为物业租赁业务收入。

报告期各期，公司商业管理业务前五大客户情况如下：

期间	序号	客户名称	销售内容	金额 (万元)	销售金额占 该类业务收 入比例
2024年1-6月	1	兰州市城关区机关事务管理局	物业租赁	836.85	40.32%
	2	甘肃应来酒店管理有限公司	物业租赁	350.96	16.91%
	3	甘肃星辰揽月文化传媒有限公司	物业租赁	206.45	9.95%
	4	兰州香满楼臻合餐饮有限公司	物业租赁	185.02	8.91%
	5	甘肃北辰星文化传媒有限公司	物业租赁	174.76	8.42%
	合计			<b>1,754.04</b>	<b>84.51%</b>
2023年度	1	兰州市城关区机关事务管理局	物业租赁	1,630.68	39.60%
	2	甘肃应来酒店管理有限公司	物业租赁	743.68	18.06%
	3	甘肃民召城市服务集团有限公司	房产销售	462.57	11.23%
	4	甘肃星辰揽月文化传媒有限公司	物业租赁	412.90	10.03%
	5	甘肃北辰星文化传媒有限公司	物业租赁	211.22	5.13%
	合计			<b>3,461.06</b>	<b>84.05%</b>
2022年度	1	贺爱琴	房产销售	616.11	36.27%
	2	甘肃星辰揽月文化传媒有限公司	物业租赁	322.89	19.01%
	3	甘肃应来酒店管理有限公司	物业租赁	254.85	15.00%
	4	正美骏星商业管理(甘肃)有限公司	物业租赁	175.62	10.34%
	5	甘肃凯润体育发展有限公司	物业租赁	144.82	8.52%
	合计			<b>1,514.29</b>	<b>89.14%</b>
2021年度	1	孙胜民、孙一博	房产销售	818.44	17.83%
	2	詹宏达	房产销售	285.34	6.22%
	3	宋德从	房产销售	211.74	4.61%
	4	王飞	房产销售	199.12	4.34%
	5	兰州兰雅实业集团有限公司	房产销售	190.36	4.15%
	合计			<b>1,705.00</b>	<b>37.15%</b>

2021年公司商业管理业务收入以房产销售业务为主，主要客户为购买亚欧国际房产的自然人。2022年、2023年公司商业管理业务收入以物业租赁业务为主，主要客户以物业租赁客户为主，2023年公司新增重要租户兰州市城关区机关事务管理局、甘肃北辰星文化传媒有限公司。2024年1-6月公司商业管理业务收入均为物业租赁业务收入，主要客户基本与2023年一致。

2022年公司商业管理业务收入为1,698.81万元，较2021年减少2,891.01万元，下降62.99%，主要系公司存量商品房数量减少，房产销售收入下降所致。

2023年公司商业管理业务收入为4,117.85万元，较2022年增加2,419.04万元，增长142.40%，主要原因系公司提升资产运营效率，拓展新增优质租户，物业租赁业务收入大幅增长所致。

报告期内，公司商业管理业务收入规模及占营业收入比例相对较小，对公司

整体营业收入影响相对较小，未单独就该类业务选择同行业可比公司进行对比。

综上，报告期各期，公司专业市场管理、商贸百货零售、商业管理、新消费新零售等业务主要客户结构及收入变动情况与其商业模式特点匹配；专业市场管理业务、商贸百货零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势一致；新消费新零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势不存在较大差异，差异系公司开展该业务的时点以及为防控风险主动调整该业务结构所致，具有合理性。

## 2、最近一期公司新消费新零售业务收入大幅下滑的具体原因，新消费新零售业务相关资产是否存在大幅减值风险

### (1) 最近一期公司新消费新零售业务收入大幅下滑的具体原因

2024年1-6月，公司新消费新零售业务收入仅1,763.53万元，较上年同期下降86.54%，主要原因如下：

#### ①公司大幅收缩电商平台寄售业务

2022年、2023年公司开展寄售业务合作的主要电商平台为香港得物、小红书、拼多多等，品类主要涉及国际大牌美妆产品和母婴食品等，其中香港得物为公司新消费新零售业务第一大客户，公司对其销售收入及占比较高。2024年1-6月，公司大幅减少或停止与前述电商平台合作的寄售业务，具体原因为：

A、2023年6月以来，经营国际大牌美妆产品的跨境电商平台经营状况不佳，且持续恶化，具体情况为：受国内美妆市场需求变化，国货美妆品牌市场占有率大幅提升等影响，国际大牌美妆品牌在国内市场的竞争力减弱，跨境电商行业的国际大牌美妆产品价格竞争加剧、利润水平下降。根据中华人民共和国海关总署统计，2024年1-6月进口美容化妆品及洗护用品数量为157,437.6吨，金额为593.2亿元，较上年同期分别下降13.6%、9.6%。雅诗兰黛2024财年度报告（2023年6月30日至2024年6月30日）显示归母净利润相比上年同期下降61.23%，资生堂2024年1-6月业绩报告显示，归母净利润同比下降99.90%。

B、报告期各期，公司与上述电商平台合作的寄售业务实际盈利贡献较小，举例公司与第一大客户香港得物合作业务相关盈利情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
收入	470.25	13,303.85	11,127.66	305.70
成本	401.90	10,774.90	9,980.66	274.20
毛利率	14.53%	19.01%	10.31%	10.30%

销售费用-平台服务费	105.08	2,244.09	972.99	20.31
平台服务费率	22.35%	16.87%	8.74%	6.64%
毛利(扣除平台服务费后)	-36.73	284.86	174.01	11.19
毛利率(扣除平台服务费后)	-7.81%	2.14%	1.56%	3.66%

根据上表，2022年、2023年公司与中国香港得物合作业务收入规模较大，但扣除向香港得物支付的平台服务费之后的毛利率仅分别为1.56%、2.14%，实际盈利能力较差，2024年1-6月扣除向香港得物支付的平台服务费之后的毛利率为负。

## ②公司大幅收缩商品分销业务

受国内国际大牌美妆产品和母婴食品等消费市场不景气的影响，以及考虑商品分销业务存在存货滞销风险，2024年1-6月公司继续调整新消费新零售业务的结构，进一步大幅降低商品分销业务规模。

综上，2024年1-6月，公司考虑国际大牌美妆产品和母婴食品等消费市场不景气，以及寄售业务对公司实际盈利贡献较低，且商品分销业务存在存货滞销风险的实际情况，逐步大幅收缩寄售业务和商品分销业务，导致公司新消费新零售业务收入较上年同期大幅下滑。

## (2) 新消费新零售业务相关资产是否存在大幅减值风险

报告期内，公司新消费新零售业务的主要运营主体为丽尚美链及其子公司。截至2024年6月30日，新消费新零售业务主要资产为应收账款、预付账款、其他应收款、存货，账面价值合计金额为17,217.53万元，具体如下：

单位：万元

序号	科目名称	账面余额	减值准备	账面价值
1	应收账款	11,983.68	1,720.23	10,263.45
2	预付账款	4,202.76	-	4,202.76
3	其他应收款	1,229.68	42.81	1,186.87
4	存货	1,564.45	-	1,564.45
合计		18,980.57	1,763.04	17,217.53

### 1) 应收账款是否存在大幅减值风险

截至2024年6月30日，公司新消费新零售业务应收账款余额为11,983.68万元，前五大应收账款余额合计为6,751.70万元（占比56.34%），具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	性质	应收账款余额	账龄	计提坏账准备金额	应收账款账面价值	期后回款金额 (注)	欠款余额	备注
1	香港憶江南實業有限公司	应收商品款	2,441.43	6个月以内	73.24	2,368.19	1,472.30	969.13	已出具还款承诺：2024年12月31日前还清欠款
2	香港章龍貿易有限公司	应收商品款	1,821.33	6个月以内	54.64	1,766.69	817.77	1,003.55	已出具还款承诺：2024年12月31日前还清欠款
3	杭州名融网络科技有限公司	应收商品款	1,358.44	1年以内及1-2年	1,186.82	171.62	171.62	1,186.82	欠款已全额计提坏账准备
4	湖南糖佳农业科技有限公司	应收商品款	633.56	6个月以内	19.01	614.55	397.32	236.24	公司与其协商2024年12月还清欠款
5	上海盒马物联网有限公司	应收商品款	496.94	6个月以内	14.91	482.03	491.89	5.05	-
合计			6,751.70		1,348.62	5,321.46	3,350.89	3,400.79	

注：期后回款金额统计截至2024年11月30日。

#### ①对香港憶江南實業有限公司应收账款情况

香港憶江南實業有限公司（以下简称“香港忆江南”）成立于2017年12月。丽尚美链自2023年开始与其合作国际大牌美妆产品业务，2024年1-6月与其交易金额为3,343.90万元，当期回款1,552.70万元。截至2024年6月30日，公司对该客户应收账款余额为2,441.43万元（账龄6个月以内）；2024年8月，该客户出具分期还款承诺，具体为：2024年9月30日前偿还130万美元（折算人民币926.72万元），2024年11月30日前再偿还60万美元（折算人民币427.72万元），2024年12月31日前还清剩余款项152.57万美元（折算人民币1,086.99万元）。截至2024年11月30日，该客户期后已按照上述还款承诺偿还1,472.29万元，欠款余额为969.13万元。目前丽尚美链与该客户仍在持续合作中，该客户仍在陆续回款。因此，公司对香港忆江南应收账款已按照账龄组合充分计提坏账准备，减值风险较小。

#### ②对香港章龍貿易有限公司应收账款情况

香港章龍貿易有限公司（以下简称“香港章龙”）成立于2018年1月。丽尚美链自2023年开始与其合作国际大牌美妆产品业务，2024年1-6月与其交易金额为2,175.04万元，当期回款868.90万元。截至2024年6月30日，公司对该客户的应收账款余额为1,821.33万元（账龄6个月以内）；2024年8月，该

客户出具分期还款承诺，具体为：2024年9月30日前偿还50万美元（折算人民币356.34万元），2024年11月30日前再偿还20万美元（折算人民币142.54万元），2024年12月31日前还清剩余款项185.56万美元（折算人民币1,322.45万元）；截至**2024年11月30日**，该客户期后已按照上述还款承诺偿还**817.77**万元，欠款余额为**1,003.55**万元。目前丽尚美链与该客户仍在持续合作中，该客户仍在陆续回款。因此，公司对香港章龙应收账款已按照账龄组合充分计提坏账准备，减值风险较小。

### ③对杭州名融网络科技有限公司应收账款情况

杭州名融网络科技有限公司（以下简称“杭州名融”）成立于2018年7月。公司自2022年开始与其合作母婴食品等业务，其通过旗下电商平台或社区团购渠道代销公司供应的母婴食品等。2023年公司与杭州名融交易金额为2,044.08万元，2023年、2024年1-6月该客户回款金额分别为574.92万元、29.10万元。截至2024年6月30日，公司对杭州名融的应收账款余额为1,358.44万元；2024年4月，杭州名融出具分期还款承诺，具体为：2024年6月底前偿还200万元，2024年9月底前偿还400万元，2024年12月底前偿还400万元，2025年6月底前还清剩余款项；2024年7-8月，该客户期后还款171.62万元，欠款余额为1,186.82万元。由于杭州名融未严格履行前述还款承诺，且其2024年二季度经营情况不及预期并预计后续不能按已出具的承诺履行还款计划，基于谨慎性原则，公司编制2024年半年报时将对该客户的应收账款1,186.82万元单项计提减值准备。因此，公司对杭州名融应收账款余额扣除回款后，已全额计提坏账准备。

### ④对湖南糖佳农业科技有限公司应收账款情况

湖南糖佳农业科技有限公司（以下简称“糖佳农业”）成立于2019年1月，其拥有鸡蛋生鲜产品的下游销售渠道（农贸批发市场、大型超市等）。丽尚美链自2023年开始与其合作鸡蛋生鲜产品业务，2024年1-6月与其交易金额为2,305.73万元，当期回款2,478.57万元；截至2024年6月30日，公司对该客户的应收账款余额为633.56万元（账龄6个月以内）；截至**2024年11月30日**，该客户期后已回款397.32万元，欠款余额为236.24万元。目前该客户仍正常经营，并陆续向公司回款。因此，公司对糖佳农业应收账款已按照账龄组合充分计提坏账准备，减值风险较小。



### ⑤对上海盒马物联网有限公司应收账款情况

上海盒马物联网有限公司系国内知名大型商超，其控股股东为盒马（中国）有限公司。截至2024年6月30日，公司对该客户的应收账款余额为496.94万元（账龄6个月以内）。截至2024年11月30日，该客户期后已回款491.89万元，欠款余额为5.05万元。因此，公司对该客户应收账款已按照账龄组合充分计提坏账准备，不存在减值风险。

基于以上情况，截至2024年6月30日，公司新消费新零售业务相关应收账款账面价值不存在大幅减值风险。

### 2) 预付账款是否存在大幅减值风险

截至2024年6月30日，公司新消费新零售业务预付账款金额为4,202.76万元，前五大预付账款金额合计为2,548.52万元（占比60.64%），具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	性质	预付账款余额	账龄	期后结转金额 (注)	尚未结转金额
1	宽禾国际贸易(成都)有限公司	货款	970.60	6个月以内	970.60	-
2	上海振荟商贸有限公司	货款	479.40	1年以内	-	479.40
3	中国乡镇企业有限公司	货款	450.00	6个月以内	-	450.00
4	香港恒婭貿易有限公司	货款	378.52	1年以内	378.52	-
5	厦门建发生活资材有限责任公司	货款	270.00	6个月以内	270.00	-
合计			2,548.52		1,619.12	929.40

注：期后结转金额统计截至2024年11月30日。

### ①对宽禾国际贸易(成都)有限公司预付账款情况

宽禾国际贸易(成都)有限公司的实际控制人为中国关心下一代工作委员会健康体育发展中心（中国关工委的直属事业单位）。2024年4月，丽尚美链与该公司签署《玉米购销合同》，约定由丽尚美链在该公司发货前需支付全部货款；截至2024年6月30日，公司对其预付账款余额为970.60万元（账龄6个月以内）；截至2024年11月30日，公司对该供应商的预付账款期后已全部结转，不存在减值风险。

### ②对上海振荟商贸有限公司预付账款情况

2023年7月、2023年11月，丽尚美链与上海振荟商贸有限公司签署采购框架协议及采购订单采购全脂奶粉，约定由丽尚美链在该公司发货前需支付全部货款；截至2024年6月30日，公司对其预付账款余额为479.40万元（账龄1年

以内)。目前丽尚美链与该供应商仍在持续合作中，公司将根据市场需求及价格变化情况择时要求该供应商发货剩余货品，并结转剩余预付账款。因此，公司对该供应商的预付账款减值风险较小。

### ③对中国乡镇企业有限公司预付账款情况

中国乡镇企业有限公司注册资本为3.6亿元，其控股股东中国农业发展集团有限公司系大型央企。2024年5月、6月丽尚美链与该公司签署合同向其分别采购腰果（采购金额162万元）、脱脂乳粉（采购金额288万元），约定由丽尚美链在该公司发货前需支付全部货款。截至2024年6月30日，公司对其预付账款余额为450万元（账龄6个月以内）。截至**2024年11月30日**，对于丽尚美链已预付货款162万元的腰果产品，该供应商准备近期发货；对于丽尚美链已预付货款288万元的脱脂乳粉产品，丽尚美链正与其协商办理退款。因此，公司对该供应商的预付账款减值风险较小。

### ④对香港恒婭貿易有限公司预付账款情况

截至2024年6月30日，丽尚美链对香港恒婭貿易有限公司的预付账款余额为378.52万元。截至**2024年11月30日**，公司对该供应商的预付账款期后已全部结转，不存在减值风险。

### ⑤对厦门建发生活资材有限责任公司预付账款情况

厦门建发生活资材有限责任公司为上市公司建发股份(600153)控股子公司。截至2024年6月30日，丽尚美链对厦门建发生活资材有限责任公司的预付账款余额为270万元。截至**2024年11月30日**，公司对该供应商的预付账款期后已全部结转，不存在减值风险。

基于以上情况，截至2024年6月30日，公司新消费新零售业务相关预付账款账面价值不存在大幅减值风险。

### 3) 其他应收款是否存在大幅减值风险

截至2024年6月30日，公司新消费新零售业务其他应收款余额为1,229.68万元，前五大其他应收款余额合计为1,036.58万元（占比84.30%），具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	性质	其他应收款余额	账龄	计提坏账准备金额	其他应收款账面价值	期后回款金额(注)	欠款余额
1	杭州海拍客网络科技有限公司	保证金	594.71	6个月以内	17.84	576.87	-	594.71

2	知行（衢州）供应链管理有限公司	赔偿款	158.89	1-2 年	7.94	150.95	18.89	140.00
3	义乌市壹埏电子商务有限公司	保证金	121.25	1-2 年	6.06	115.19	-	121.25
4	中华人民共和国绍兴海关	保证金	115.00	6 个月以内	3.45	111.55	115.00	-
5	HONG KONG ZHICHENG BOYANG TECHNOLOGY CO LTD	代垫款	46.73	6 个月以内	1.40	45.32	46.73	-
合计			<b>1,036.58</b>		<b>36.69</b>	<b>999.88</b>	<b>180.62</b>	<b>855.96</b>

注：期后回款金额为统计截至 2024 年 11 月 30 日。

### ①对杭州海拍客网络科技有限公司其他应收款情况

杭州海拍客网络科技有限公司（简称“杭州海拍客”）注册资本 1.8 亿美元，拥有知名母婴用品电商平台“海拍客”，洋駝網絡科技（香港）有限公司（以下简称“洋駝網絡”）为杭州海拍客的境外关联企业。洋駝網絡为丽尚美链国际大牌美妆产品的重要供应商，2022 年、2023 年、2024 年 1-6 月丽尚美链对洋駝網絡采购金额分别为 2,994.71 万元、11,247.70 万元、472.47 万元。根据丽尚美链、洋駝網絡、杭州海拍客 2024 年 1 月签署的有关协议，对于丽尚美链对洋駝網絡应付货款，暂由丽尚美链向杭州海拍客支付人民币保证金，待丽尚美链香港子公司向洋駝網絡支付美金货款后，杭州海拍客再向丽尚美链退回保证金。截至 2024 年 6 月 30 日，丽尚美链对杭州海拍客其他应收款（保证金）余额为 594.71 万元，但应付洋駝網絡货款余额为 627.91 万元，超过前述保证金余额，保证金回款风险较小。因此，公司对杭州海拍客其他应收款已按照账龄组合充分计提坏账准备，不存在减值风险。

### ②对知行（衢州）供应链管理有限公司其他应收款情况

知行（衢州）供应链管理有限公司（以下简称“知行供应链”）注册资本 1,000 万元，主营业务为租赁和商务服务。2023 年 1 月丽尚美链与知行供应链签署《仓库租赁协议》，但 2023 年 3 月丽尚美链发现存放在该公司仓库内部分存货发生毁损，经双方协商确认，该公司应向丽尚美链赔偿 158.89 万元。截至 2024 年 6 月 30 日，丽尚美链对知行供应链的其他应收款（赔偿款）余额为 158.89 万元；2024 年 8 月，该公司向丽尚美链出具承诺，具体为：2024 年 11 月底前支付赔偿款 15 万元，2024 年底前支付剩余赔偿款。截至 2024 年 11 月 30 日，知行供应链已期后支付赔偿款 18.89 万元，欠付赔偿款余额为 140 万元。因此，公司对知行供应链其他应收款已按照账龄组合充分计提坏账准备，减值风险较小。

### ③对义乌市壹埏电子商务有限公司其他应收款情况

SINO SAIL GLOBAL LIMITED 为丽尚美链国际大牌美妆产品的重要供应商，义乌市壹埏电子商务有限公司（以下简称“壹埏电子”）为 SINO SAIL GLOBAL LIMITED 的境内关联企业。2022 年、2023 年丽尚美链对 SINO SAIL GLOBAL LIMITED 采购金额分别为 23.00 万元、1,294.93 万元。根据丽尚美链、SINO SAIL GLOBAL LIMITED、壹埏电子 2023 年 2 月签署的有关协议，对于丽尚美链对 SINO SAIL GLOBAL LIMITED 应付货款，暂由丽尚美链向壹埏电子支付人民币保证金，待丽尚美链香港子公司向 SINO SAIL GLOBAL LIMITED 支付美金货款后，壹埏电子再向丽尚美链退回保证金。截至 2024 年 6 月 30 日，丽尚美链对壹埏电子其他应收款（保证金）余额为 121.25 万元，但应付 SINO SAIL GLOBAL LIMITED 货款余额为 124.88 万元，超过前述保证金余额，保证金回款风险较小。因此，公司对壹埏电子其他应收款已按照账龄组合充分计提坏账准备，不存在减值风险。

#### ④对中华人民共和国绍兴海关其他应收款情况

截至 2024 年 6 月 30 日，丽尚美链对中华人民共和国绍兴海关的其他应收款余额为 115 万元，为进口关税保证金。截至 2024 年 11 月 30 日，公司期后已收回该笔保证金。

#### ⑤对 HONG KONG ZHICHENG BOYANG TECHNOLOGY CO LTD 其他应收款情况

截至 2024 年 6 月 30 日，公司对 HONG KONG ZHICHENG BOYANG TECHNOLOGY CO LTD 的其他应收款余额为 46.73 万元，为丽尚美链为该公司代垫的税金。截至 2024 年 11 月 30 日，公司期后已收回该笔代垫款。

基于以上情况，截至 2024 年 6 月 30 日，公司新消费新零售业务相关其他应收款账面价值不存在大幅减值风险。

#### 4) 存货是否存在大幅减值风险

截至 2024 年 6 月 30 日，公司新消费新零售业务存货余额为 1,564.45 万元，库龄均为 1 年以内，无积压存货，存货周转情况良好。

报告期各期末，公司综合考虑期末存货的库龄、市场行情等实际情况，对存货进行减值测试。截至 2024 年 6 月 30 日，丽尚美链存货主要为化妆品、食品等，其账面余额和预计可变现净值比较情况如下：

2024年6月30日			
商品名称	单价单位	账面余额	预计可变现净值（注）
腰果	元/吨	40,399.84	43,641.15
植村秀羽纱持妆定妆水 100ml	元/个	133.97	261.06
CPB 肌肤之钥长管隔离霜 37ml	元/个	234.96	477.88
SK2 基础护肤套组	元/套	1,003.75	1,221.24
板腱牛排 1000g	元/包	87.16	89.65

注：可变现净值=预计售价-估计的销售费用及相关税费，预计售价来源于销售合同订单价或者化妆品官方店铺公允价。

根据上表，截至2024年6月30日，丽尚美链存货账面余额均低于预计可变现净值，无需计提存货跌价准备，减值风险较小。

基于以上情况，截至2024年6月30日，公司新消费新零售业务相关存货账面价值不存在大幅减值风险。

综上，截至2024年6月30日，公司新消费新零售业务相关应收账款、预付账款、其他应收款、存货等资产的账面价值不存在大幅减值风险。

公司已在募集说明书“重大事项提示”之“二、特别风险提示”中披露新消费新零售业务相关资产减值风险，具体如下：

#### “（七）新消费新零售业务收入持续下滑及相关资产减值风险

公司自2021年四季度起开展新消费新零售业务，报告期各期该业务收入分别为1,532.03万元、24,342.10万元、22,882.46万元、1,763.53万元。2024年1-6月公司新消费新零售业务收入较上年同期大幅下滑，主要系公司根据国际大牌美妆等部分商品消费市场低迷的实际情况，为防范存货损毁灭失、价格波动、质量及滞销风险，主动收缩采用总额法确认收入的寄售业务、商品分销业务的规模，增加采用净额法确认收入的商品代理业务规模。若未来商品代理业务经营不如预期，则公司新消费新零售业务收入存在持续下滑风险。

截至2024年6月30日，公司新消费新零售业务的存货余额为1,564.45万元，预付账款余额为4,202.76万元，应收账款余额为11,983.68万元（其中计提坏账准备1,720.23万元）。

鉴于公司新消费新零售业务下游市场需求发生变化，公司已采购的库存商品可能因受下游市场需求持续低迷影响而价格下跌或滞销，或已预付待采购的商品因受下游市场需求及价格波动的影响而不能及时转销结转，即存货或预付

账款存在减值风险。此外，公司新消费新零售业务相关应收账款客户或预付账款供应商受宏观经营环境的影响或基于自身经营原因可能导致经营情况发生重大不利变化，上述应收账款或预付账款均存在减值风险。因此，公司新消费新零售业务相关的存货、预付账款及应收账款等资产均存在减值风险，未来可能对公司经营业绩产生不利影响。

(二)分析公司各业务毛利率变动的原因，变动趋势与同行业公司是否存在较大差异；最近三年公司归母净利润逐期下降的原因，报告期内公司净利润与营业收入变动趋势差异较大的原因及合理性；

1、分析公司各业务毛利率变动的原因，变动趋势与同行业公司是否存在较大差异

报告期内，公司各业务毛利率如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
专业市场管理	78.55%	75.77%	69.53%	76.06%
商贸百货零售	44.10%	46.75%	36.43%	46.38%
新消费新零售	32.48%	21.10%	7.73%	7.73%
商业管理	3.61%	2.34%	22.36%	81.71%
<b>主营业务毛利率</b>	<b>64.37%</b>	<b>51.81%</b>	<b>41.76%</b>	<b>67.02%</b>

根据上表，报告期内公司专业市场管理业务、商贸百货零售业务毛利率总体较为稳定，仅2022年度相对较低；报告期内公司新消费新零售业务、商业管理业务毛利率波动较大。公司各业务毛利率具体分析如下：

### (1) 专业市场管理业务

#### 1) 公司专业市场管理业务毛利率变动分析

报告期内各期，公司专业市场管理业务毛利率分别为76.06%、69.53%、75.77%、78.55%，公司专业市场管理业务单位收入及成本变动如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
主营业务收入(万元)	22,057.63	40,808.20	33,175.50	37,872.55
主营业务成本(万元)	4,731.60	9,887.33	10,108.68	9,065.89
平均出租面积(m <sup>2</sup> )	45,219.42	44,511.84	44,930.42	43,927.39
单位面积收入(万元/m <sup>2</sup> )	0.4878	0.9168	0.7384	0.8622
单位面积收入变动率	/	24.16%	-14.36%	/
单位面积成本(万元/m <sup>2</sup> )	0.1046	0.2221	0.2250	0.2064
单位面积成本变动率	/	-1.29%	9.01%	/

2022 年度公司专业市场管理业务毛利率较 2021 年下降 6.53 个百分点，主要原因为：2022 年公司积极响应国家和省市纾困政策，对专业市场部分商户减租免租，专业市场管理收入从 2021 年度的 37,872.55 万元降至 2022 年的 33,175.50 万元，收入减少 4,697.05 万元，2022 年度单位面积收入较 2021 年度下降 14.36%。

2023 年度公司专业市场管理业务毛利率较 2022 年提高 6.24 个百分点，主要原因为：批发及零售市场转暖，且公司不再对专业市场商户减租免租，2023 年公司专业市场管理业务收入增加，单位面积收入较 2022 年增长 24.16%。

2024 年 1-6 月公司专业市场管理业务毛利率较 2023 年度提高 2.78 个百分点，主要原因为：2024 年 1-6 月公司专业市场出租面积进一步提高。

2) 公司专业市场管理业务与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势对比  
报告期各期，公司专业市场管理业务与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势对比情况如下：

项目	可比业务	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
富森美	市场租赁及服务	73.94%	76.92%	75.71%	74.86%
轻纺城	租赁业	45.82%	45.55%	53.93%	57.87%
平均值		<b>59.88%</b>	<b>61.24%</b>	<b>64.82%</b>	<b>66.37%</b>
公司	专业市场管理	<b>78.55%</b>	<b>75.77%</b>	<b>69.53%</b>	<b>76.06%</b>

2022 年公司专业市场管理业务毛利率与同行业公司可比业务平均毛利率均较 2021 年有所下降，趋势一致。

2023 年国内消费市场回暖，公司专业市场管理业务毛利率较 2022 年提高，与富森美市场租赁及服务业务毛利率趋势一致，与轻纺城租赁业务毛利率趋势不一致。2023 年轻纺城租赁业务毛利率较 2022 年下降的主要原因为：2023 年 1 年轻纺城完成对绍兴中国轻纺城新亚大酒店有限公司的收购，导致其 2023 年成本增加，毛利率较上年下降。

2024 年 1-6 月公司专业市场管理业务出租率进一步提升，导致当期毛利率较上年上升，与轻纺城租赁业务毛利率趋势一致，与富森美市场租赁及服务业务毛利率趋势不一致。2024 年 1-6 月富森美市场租赁及服务业务毛利率较 2023 年下降的主要原因为：2024 年一季度富森美天府项目从在建工程结转至投资性房地产等项目，2024 年 6 月末投资性房地产金额较 2023 年末增长 47.57%，导致其 2024 年 1-6 月房产折旧大幅增加，拉低其本期毛利率。

## (2) 商贸百货零售业务

### 1) 公司商贸百货零售业务毛利率变动分析

报告期各期,公司商贸百货零售业务毛利率分别为 46.38%、36.43%、46.75%、44.10%,该业务收入构成、毛利率相关情况如下:

单位:万元

项目	2024年1-6月				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
自营	3,701.41	57.46%	7.80%	-0.49%	4.48%
联营	2,257.64	35.05%	100.00%	0.00%	35.05%
酒店管理	482.77	7.49%	61.01%	1.19%	4.57%
合计	<b>6,441.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>44.10%</b>	<b>-2.65%</b>	<b>44.10%</b>

(续上表)

项目	2023年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
自营	7,741.93	54.83%	8.29%	1.47%	4.55%
联营	5,335.52	37.79%	100.00%	0.00%	37.79%
酒店管理	1,042.64	7.38%	59.82%	138.03%	4.42%
合计	<b>14,120.08</b>	<b>100.00%</b>	<b>46.75%</b>	<b>10.32%</b>	<b>46.75%</b>

(续上表)

项目	2022年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
自营	6,976.40	61.84%	6.82%	-2.11%	4.22%
联营	3,928.74	34.82%	100.00%	0.00%	34.82%
酒店管理	376.68	3.34%	-78.21%	-78.72%	-2.61%
合计	<b>11,281.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>36.43%</b>	<b>-9.95%</b>	<b>36.43%</b>

(续上表)

项目	2021年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
自营	8,162.75	52.84%	8.93%	/	4.72%
联营	6,430.99	41.63%	100.00%	/	41.63%
酒店管理	854.23	5.53%	0.52%	/	0.03%
合计	<b>15,447.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>46.38%</b>	<b>/</b>	<b>46.38%</b>

根据上表,报告期内自营业务对公司商贸百货零售业务的毛利率贡献较为稳定,公司商贸百货零售业务毛利率波动主要受联营业务及酒店管理业务的影响。

2022年公司商贸百货零售业务毛利率较2021年下降9.95个百分点,主要原因为:①2022年受公共卫生事件影响消费环境遇冷,公司商贸百货零售中的各



类业务收入均有所下降，公司为阶段性扶持联营商户，降低对联营商户的扣点比例，2022年公司联营模式收入、毛利较2021年同时减少2,502.25万元，联营模式业务2022年毛利率贡献减少6.81个百分点；②公司酒店管理业务的固定成本占比较高，受公共卫生事件影响，2022年公司酒店管理业务收入较2021年大幅下降，导致该业务2022年毛利率为-78.21%，拉低公司当年商贸百货零售业务毛利率。

2023年公司商贸百货零售业务毛利率较2022年提高10.32个百分点，主要原因为：①2023年公共卫生事件的影响逐渐消除，商场营业逐步恢复正常，旅游市场也逐步回暖，公司商贸百货零售业务中的自营、联营、酒店管理收入均有所回升；②2023年公司酒店管理业务的收入较2022年大幅增加，并且该业务对应的部分固定资产已提足折旧，导致2023年酒店管理业务占比提高至7.38%、毛利率提高至59.82%，对2023年公司商贸百货零售业务毛利率提升的贡献较大。

2024年1-6月公司商贸百货零售业务毛利率较2023年度变化较小。

2) 公司商贸百货零售业务与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势对比  
 报告期各期，公司商贸百货零售业务与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势对比情况如下：

项目	可比业务	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
国芳集团	百货	44.28%	46.80%	40.49%	42.21%
中兴商业	零售	50.31%	50.40%	48.78%	49.67%
平均值		47.30%	48.60%	44.64%	45.94%
公司	商贸百货零售	44.10%	46.75%	36.43%	46.38%

根据上表，报告期各期公司商贸百货零售业务与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势一致。

### (3) 新消费新零售业务

#### 1) 公司新消费新零售业务毛利率变动分析

报告期内，公司新消费新零售业务毛利率分别为7.73%、7.73%、21.10%、32.48%，该业务收入构成、毛利率相关情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
寄售业务	752.33	42.66%	10.90%	-7.53%	4.65%

商品分销业务和商品代理业务	519.12	29.44%	23.01%	7.28%	6.77%
广告代理业务和广告视频制作业务	492.08	27.91%	75.44%	-5.63%	21.06%
<b>合计</b>	<b>1,763.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>32.48%</b>	<b>11.37%</b>	<b>32.48%</b>

(续上表)

项目	2023 年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
寄售业务	16,287.86	71.18%	18.43%	8.39%	13.12%
商品分销业务和商品代理业务	5,079.90	22.20%	11.78%	7.35%	2.61%
广告代理业务和广告视频制作业务	1,514.70	6.62%	81.07%	41.94%	5.37%
<b>合计</b>	<b>22,882.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>21.10%</b>	<b>13.37%</b>	<b>21.10%</b>

(续上表)

项目	2022 年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
寄售业务	12,880.76	52.92%	10.04%	-0.27%	5.31%
商品分销业务和商品代理业务	11,229.98	46.13%	4.43%	-2.65%	2.05%
广告代理业务和广告视频制作业务	231.36	0.95%	39.13%	39.13%	0.37%
<b>合计</b>	<b>24,342.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>7.73%</b>	<b>-</b>	<b>7.73%</b>

(续上表)

项目	2021 年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
寄售业务	305.70	19.95%	10.31%	/	2.06%
商品分销业务和商品代理业务	1,226.33	80.05%	7.08%	/	5.67%
<b>合计</b>	<b>1,532.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>7.73%</b>	<b>/</b>	<b>7.73%</b>

根据上表，报告期内新零售业务毛利率呈现逐年上升的趋势，其毛利率变动主要受业务结构变动影响。

2022 年公司新消费新零售业务毛利率较 2021 年变化较小。

2023 年公司新消费新零售业务毛利率较 2022 年提高 13.37 个百分点，主要系寄售业务的毛利率、收入占比提高所致，具体原因为：公司与新消费新零售业务第一大客户得物（香港）供应链有限公司的合作模式为电商平台寄售，该客户运营的得物 APP 于 2022 年 12 月 30 日起国际商品由之前的终端消费者承担邮费

改为电商平台“包邮”，带动公司在得物 APP 上寄售的商品销售单价上涨，电商平台多承担邮费的同时也向公司收取更高的平台服务费（列报在销售费用-服务费），上述情况导致 2023 年公司对得物等客户的寄售业务毛利率、收入大幅增加，拉高公司 2023 年新消费新零售业务毛利率。

2024 年 1-6 月公司新消费新零售业务毛利率较 2023 年提高 11.38 个百分点，主要系该业务收入结构变化所致，具体原因为：2024 年 1-6 月受国际大牌美妆商品消费需求减少、价格竞争加剧影响，公司逐步大幅收缩电商平台寄售业务。新消费新零售业务中寄售业务收入占比大幅下降，广告代理业务和广告视频制作业务收入占比相应提高，而广告代理业务和广告视频制作业务的毛利率较高，收入结构的变动导致公司 2024 年 1-6 月新消费新零售业务毛利率较 2023 年提高。

2) 公司新消费新零售业务与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势对比  
 报告期各期，公司新消费新零售业务与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势对比情况如下：

项目	可比业务	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
跨境通	全部业务	11.64%	11.81%	11.45%	16.81%
若羽臣	渠道分销	28.67%	21.83%	15.37%	10.76%
	<b>平均值</b>	<b>20.16%</b>	<b>16.82%</b>	<b>13.41%</b>	<b>13.79%</b>
<b>公司</b>	<b>新消费新零售</b>	<b>32.48%</b>	<b>21.10%</b>	<b>7.73%</b>	<b>7.73%</b>

根据上表，公司新消费新零售业务与同行业可比公司可比业务毛利率 2022 年均较 2021 年持平，2023 年、2024 年 1-6 月毛利率持续上升，变动趋势一致。

#### (4) 商业管理业务

报告期各期，公司商业管理业务毛利率分别为 81.71%、22.36%、2.34%、3.61%，该业务收入构成、毛利率相关情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
房产销售	-	-	/	-23.90%	/
物业租赁	2,075.46	100.00%	3.61%	4.00%	3.61%
<b>合计</b>	<b>2,075.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>3.61%</b>	<b>1.27%</b>	<b>3.61%</b>

(续上表)

项目	2023 年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
房产销售	462.57	11.23%	23.90%	-1.57%	2.69%

物业租赁	3,655.28	88.77%	-0.39%	-20.98%	-0.34%
<b>合计</b>	<b>4,117.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>2.34%</b>	<b>-20.02%</b>	<b>2.34%</b>

(续上表)

项目	2022 年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
房产销售	616.11	36.27%	25.48%	-60.28%	9.24%
物业租赁	1,082.71	63.73%	20.59%	70.11%	13.13%
<b>合计</b>	<b>1,698.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>22.36%</b>	<b>-59.35%</b>	<b>22.36%</b>

(续上表)

项目	2021 年度				
	收入	收入占比	毛利率	毛利率变动	毛利率贡献
房产销售	4,452.59	97.01%	85.75%	/	83.19%
物业租赁	137.23	2.99%	-49.52%	/	-1.48%
<b>合计</b>	<b>4,589.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>81.71%</b>		<b>81.71%</b>

根据上表，报告期内商业管理业务毛利率呈现一定的波动趋势，其毛利率变动主要受业务结构变动影响。

2022 年度商业管理业务较 2021 年度减少 59.35 个百分点，主要系 2021 年因已售房产测绘补差增加收入 3,524.17 万元，2022 年无该项补差收入因此毛利减少。

2023 年度商业管理业务较 2022 年度减少 20.02 个百分点，主要系公司存量商品房数量减少，高毛利率的商品房销售收入占比下降所致。

2024 年 1-6 月商业管理业务毛利率较 2023 年度变化较小。

报告期内，公司商业管理业务收入规模及占营业收入比例相对较小，对公司整体毛利率影响相对较小，未单独就该类业务选择同行业可比公司进行对比。

综上所述，报告期内，公司商贸百货零售业务毛利率变动主要系外部环境、收入结构变化所致，与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势一致；公司新消费新零售业务毛利率变动主要系客户合作模式、收入结构变化所致，与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势一致；报告期内，公司专业市场管理业务毛利率变动主要系外部环境、减租免租变化所致，与部分同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势一致，变动趋势与公司存在差异的同行业可比公司系由于新收购子公司或大型工程项目完工对成本和毛利率造成较大影响；报告期内公司各业务毛利率变动原因合理。

## 2、最近三年公司归母净利润逐期下降的原因，报告期内公司净利润与营业

## 收入变动趋势差异较大的原因及合理性

### (1) 报告期内公司营业收入、归母净利润基本情况

报告期各期，公司营业收入、归母净利润变动情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
营业收入	35,566.01	88,036.45	75,642.14	64,266.67
营业收入较上年同期变动率	-24.64%	16.39%	17.70%	/
归母净利润	7,283.91	8,264.28	8,635.48	15,469.69
归母净利润较上年同期变动率	61.79%	-4.30%	-44.18%	/

最近三年公司归母净利润逐期下降的原因，报告期内公司净利润与营业收入变动趋势差异较大的原因及合理性分析如下：

### (2) 2021 年度与 2022 年度比较

1) 公司 2021 年度、2022 年度利润表项目变动情况

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
营业收入	75,642.14	64,266.67	11,375.47	17.70%
营业成本	41,096.08	19,715.95	21,380.13	108.44%
营业利润	34,546.06	44,550.72	-10,004.66	-22.46%
毛利率	41.76%	67.02%	-	-25.26% (注)
税金及附加	4,918.77	3,905.52	1,013.25	25.94%
销售费用	5,305.80	3,784.16	1,521.64	40.21%
管理费用	12,156.51	12,021.93	134.58	1.12%
财务费用	4,429.27	2,624.12	1,805.15	68.79%
其他收益	145.64	112.19	33.45	29.82%
投资收益	116.34	-47.22	163.56	-346.38%
公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	7,947.94	-5.00	7,952.94	-159058.80%
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-571.35	-37.88	-533.47	-1408.32%
资产减值损失	-2,259.39	-	2,259.39	-
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-234.62	-385.56	150.94	39.15%
营业外收入	314.98	85.63	229.35	267.84%
营业外支出	973.74	128.83	844.91	655.83%
所得税费用	3,932.61	6,432.34	-2,499.73	-38.86%
归母净利润	<b>8,635.48</b>	<b>15,469.69</b>	<b>-6,834.21</b>	<b>-44.18%</b>

注：毛利率变动率=2022年度毛利率-2021年毛利率，下同

根据上表，公司2022年营业收入较2021年度增长17.70%，但归母净利润下降44.18%，主要系毛利下降较多以及销售费用、资产减值损失和财务费用增加较多所致。

①2022年主营业务毛利较2021年减少10,401.40万元

2021年、2022年主营业务收入及毛利变化如下：

单位：万元

项目	收入			毛利		
	2022年度	2021年度	变动额	2022年度	2021年度	变动额
专业市场管理	33,175.50	37,872.55	-4,697.05	23,066.83	28,806.66	-5,739.83
商贸百货零售	11,281.83	15,447.98	-4,166.15	4,109.75	7,164.38	-3,054.63
新消费新零售	24,342.10	1,532.03	22,810.07	1,881.82	118.37	1,763.45
商业管理	1,698.81	4,589.82	-2,891.01	379.93	3,750.33	-3,370.40
<b>主营业务合计</b>	<b>70,498.24</b>	<b>59,442.38</b>	<b>11,055.86</b>	<b>29,438.33</b>	<b>39,839.73</b>	<b>-10,401.40</b>

A、2022年专业市场管理、商贸百货零售业务因减租免租和经营环境等原因，收入较2021年合计减少8,863.20万元，毛利较2021年合计减少8,794.46万元。

2022年公司积极响应国家和省市纾困政策，公司对专业市场部分商户减租免租，专业市场收入从2021年的37,872.55万元降至2022年的33,175.50万元，收入下降4,697.05万元，毛利下降5,739.83万元。

2022年受公共卫生事件影响消费环境遇冷，公司商贸百货零售中的各类业务收入均有所下降，且公司为阶段性扶持联营商户，降低对联营商户的扣点比例，商贸百货零售收入从2021年的15,447.98万元下降至2022年的11,281.83万元，导致毛利下降3,054.63万元。

B、2022年收入增长主要来自毛利率暂时较低的新消费新零售业务，对应的毛利仅增加1,763.45万元。

2022年营业收入较2021年增加11,375.47万元，主要系2021年四季度公司开始布局新消费新零售业务，2022年公司新消费新零售业务发展态势良好，新消费新零售业务营业收入从1,532.03万元增长至24,342.10万元所致。由于公司经营该业务时间不长，毛利率暂时较低，尽管新消费新零售业务收入增长较大，但2022年其贡献的毛利较2021年仅增加1,763.45万元。

C、商业管理业务，2021年因已售房产测绘补差增加收入3,524.17万元，2022年无该项补差收入因此毛利减少。

2021 年确认亚欧国际房产项目已售房产测绘补差收入 3,524.17 万元，相关成本前期已经结转，导致 2021 年商业管理毛利较高，2022 年无该项补差收入因此毛利减少。

②2022 年销售费用较 2021 年增加 1,521.64 万元

公司 2022 年销售费用较 2021 年增加 1,521.64 万元，主要系 2022 年新消费新零售业务规模扩大，支付给电商平台的服务费用支出增加，销售人员职工薪酬增加。

③2022 年财务费用较 2021 年增加 1,805.15 万元

公司 2022 年财务费用较 2021 年增加 1,805.15 万元，主要系 2022 年度公司为满足业务增长资金需求而增加了较多借款，导致支付的银行借款利息增加所致。

④2022 年资产减值损失较 2021 年增加 2,259.39 万元

公司 2022 年资产减值损失较 2021 年增加 2,259.39 万元，主要系公司根据对外投资企业经营情况对持有的北京《瑞丽》数字科技有限公司、海南旅投黑虎科技有限公司、杭州维尚丽化妆品科技有限公司股权计提减值准备所致。

**(3) 2022 年度与 2023 年度比较**

1) 公司 2022 年度、2023 年度利润表项目变动情况

单位：万元

项 目	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率
营业收入	88,036.45	75,642.14	12,394.31	16.39%
营业成本	39,917.68	41,096.08	-1,178.40	-2.87%
营业利润	48,118.77	34,546.06	13,572.71	39.29%
毛利率	51.81%	41.76%	-	10.05%
税金及附加	3,886.04	4,918.77	-1,032.73	-21.00%
销售费用	7,817.01	5,305.80	2,511.21	47.33%
管理费用	11,399.98	12,156.51	-756.53	-6.22%
财务费用	3,452.67	4,429.27	-976.60	-22.05%
其他收益	1,186.62	145.64	1,040.98	714.76%
投资收益	-473.57	116.34	-589.91	-507.06%
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-5,388.17	7,947.94	-13,336.11	-167.79%
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-844.16	-571.35	-272.81	47.75%
资产减值损失	-1,689.75	-2,259.39	569.64	-25.21%
资产处置收益（损失以“-”号填列）	154.71	-234.62	389.33	-165.94%
营业外收入	456.47	314.98	141.49	44.92%

项 目	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率
营业外支出	94.51	973.74	-879.23	-90.29%
所得税费用	6,581.88	3,932.61	2,649.27	67.37%
归母净利润	8,264.28	8,635.48	-371.20	-4.30%

根据上表，公司 2023 年营业收入较 2022 年增长 16.39%，但归母净利润下降 4.30%，主要系公允价值变动损失以及销售费用增加较多所致。

①2023 年销售费用较 2022 年增加 2,511.21 万元

公司 2023 年销售费用较 2022 年增加 2,511.21 万元，主要原因为：①2023 年公司新消费新零售业务第一大客户得物（香港）供应链有限公司运营的得物 APP 于 2022 年 12 月 30 日起国际商品由之前的终端消费者承担邮费改为电商平台“包邮”，带动公司在得物 APP 上寄售的商品销售单价上涨，电商平台多承担邮费的同时也向公司收取更高的平台服务费，相应的销售服务费增长；②销售人员职工薪酬增加。

②2023 年公允价值变动收益较 2022 年减少 13,336.11 万元

2023 年公允价值变动收益较 2022 年减少 13,336.11 万元，主要系公司持有兰州银行部分原始股，因兰州银行 2022 年 IPO 上市，公司按其活跃市场上的报价作为其公允价值，2022 年度确认公允价值变动收益 8,223.46 万元，2023 年公司处置兰州银行股票时股价较上年末已下降，因此 2023 年确认公允价值变动损失 4,229.24 万元。

**（4）2023 年 1-6 月与 2024 年 1-6 月比较**

公司 2024 年 1-6 月营业收入为 35,566.01 万元，较 2023 年 1-6 月下降 24.64%，公司 2024 年 1-6 月归母净利润为 7,283.91 万元，较 2023 年 1-6 月增长 61.79%。

2024 年 1-6 月公司营业收入较 2023 年 1-6 月下降，主要系新消费新零售业务收入大幅下降所致，具体原因详见本回复报告“问题 4./一、/（一）/2、/（1）最近一期公司新消费新零售业务收入大幅下滑的具体原因”。

公司 2024 年 1-6 月收入、归母净利润较上年同期变动趋势不一致的主要原因为：2023 年 1-6 月公司持有的上市公司兰州银行股票价格下跌，产生公允价值变动损失金额较大并计入非经常性损益，减少了公司 2023 年 1-6 月净利润，2024 年 1-6 月公司扣除非经常性损益后的归母净利润为 7,323.67 万元，较 2023 年 1-6 月下降 19.56%，与同期公司营业收入变动趋势一致。



综上所述，公司 2022 年营业收入较 2021 年度增长 17.70%，但归母净利润下降 44.18%，主要系 2022 年收入增长主要来自毛利较低的新消费新零售业务，而专业市场管理、商贸百货零售、商业管理业务毛利均有所下降，且 2022 年公司销售费用、资产减值损失和财务费用增加较多所致；公司 2023 年营业收入较 2022 年增长 16.39%，但归母净利润下降 4.30%，主要系公司持有的兰州银行股票公允价值变动，以及 2023 年平台服务费等销售费用增加较多所致；公司 2024 年 1-6 月营业收入较 2023 年 1-6 月下降 24.64%，与同期扣非后归母净利润变动趋势一致，公司 2024 年 1-6 月营业收入下降主要系新消费新零售业务收入大幅下降所致。公司 2021 年-2023 年归母净利润逐年下降，以及报告期各期公司净利润与营业收入变动趋势存在差异，符合公司发展的实际情况，具有合理性。

(三) 公司净利润和经营活动产生的现金流量净额存在较大差异的原因，最近一期公司经营活动现金流净额为负的原因

#### 1、报告期各期公司净利润调节为经营活动产生的现金流量净额情况

报告期各期，公司净利润调节为经营活动产生的现金流量净额情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
净利润	6,415.35	8,288.83	8,288.90	15,375.96
加：资产减值准备	4,203.78	2,533.92	2,830.74	37.88
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧	5,585.85	10,221.63	11,196.76	10,025.94
使用权资产折旧	433.35	696.05	811.24	507.23
无形资产摊销	431.55	1,971.97	1,968.25	1,965.30
长期待摊费用摊销	662.70	962.13	659.19	450.46
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“—”号填列)	171.95	-154.71	234.62	385.56
固定资产报废损失(收益以“—”号填列)	-2.21	38.16	931.85	12.98
公允价值变动损失(收益以“—”号填列)	-	5,388.17	-7,947.94	5.00
财务费用(收益以“—”号填列)	1,183.95	3,939.19	5,048.68	3,429.40
投资损失(收益以“—”号填列)	-120.93	473.57	-116.34	47.22
递延所得税资产减少(增加以“—”号填列)	363.70	-332.74	-98.21	-79.68
递延所得税负债增加(减少以“—”号填列)	-70.54	-44.18	-157.06	152.62

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
存货的减少(增加以“-”号填列)	1,381.13	1,247.79	-2,509.61	-569.31
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	-6,848.56	-9,133.65	204.87	-5,394.71
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	-14,660.81	6,368.75	-1,068.43	-5,597.12
其他		-206.12	-1,966.41	-1,545.00
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-869.74</b>	<b>32,258.75</b>	<b>18,311.09</b>	<b>19,209.73</b>

根据上表,报告期各期公司的净利润与经营活动产生的现金流量净额存在较大差异,其中2021-2023年经营活动产生的现金流量净额大于净利润,2024年1-6月经经营活动产生的现金流量净额小于净利润且为负数。

## 2、2021-2023年经营活动产生的现金流量净额大于净利润的原因分析

2021年、2022年、2023年公司经营活动产生的现金流量净额分别为19,209.73万元、18,311.09万元、32,258.75万元,较同期净利润分别高3,821.59万元、10,022.19万元、23,969.92万元,主要系公司各期固定资产折旧、无形资产摊销和财务费用金额较大,且2023年公司公允价值变动损失金额较大所致,具体分析如下:

单位:万元

项目	2023年度	2022年度	2021年度
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧	10,221.63	11,196.76	10,025.94
无形资产摊销	1,971.97	1,968.25	1,965.30
财务费用(收益以“-”号填列)	3,939.19	5,048.68	3,429.40
公允价值变动损失(收益以“-”号填列)	5,388.17	-7,947.94	5.00
<b>合计</b>	<b>21,520.96</b>	<b>10,265.75</b>	<b>15,425.64</b>

(1)2021-2023年,公司固定资产折旧、无形资产摊销金额大,减少净利润,但不影响经营活动现金流

报告期内,公司专业市场管理、商贸百货零售、商业管理业务收入占比较大,上述业务主要依托公司持有的杭州环北、南京环北、亚欧商厦、亚欧国际等物业进行经营,相关经营成本中房屋及建筑物、土地使用权的折旧和摊销等非付现金额较大。该等折旧和摊销减少公司净利润,但不影响公司经营活动现金流量,系2021-2023年公司经营活动产生的现金流量净额大于净利润的主要原因之一。

2021-2023 年固定资产、投资性房地产和无形资产中房屋建筑物和土地使用权折旧摊销情况如下：

单位：万元

项 目		2023 年度	2022 年度	2021 年度
固定资产及投资性房地产（不包含无形资产）	原值	297,954.56	286,335.06	286,294.90
	当期计提折旧	10,221.63	11,196.76	10,025.94
	计提比例	3.43%	3.91%	3.50%
无形资产（包含转入投资性房地产部分）	原值	65,902.52	65,902.52	65,902.52
	当期计提摊销	1,971.97	1,968.25	1,965.30
	计提比例	2.99%	2.99%	2.98%
<b>固定资产折旧和无形资产摊销</b>		<b>12,193.60</b>	<b>13,165.01</b>	<b>11,991.24</b>

根据上表，公司在报告期内固定资产、投资性房地产和无形资产当期计提折旧摊销比例较为稳定。

（2）2021-2023 年，公司财务费用金额较大，减少净利润，属于筹资活动，不影响经营活动现金流

2021-2023 年，公司财务费用分别为 2,624.12 万元、4,429.27 万元、3,452.67 万元，主要为公司银行借款对应的各期利息费用 3,411.13 万元、4,973.48 万元、3,840.53 万元。报告期内，公司银行借款利息等财务费用金额较大，影响各期净利润，但支付的借款利息计入筹资活动现金流出，不影响经营活动现金流。

公司 2021 年至 2023 年利息费用金额较大，主要系公司向银行借款的本金始终维持一定的规模，平均借款利率较为稳定，与市场借款利率不存在重大差异。

（3）2023 年公司公允价值变动损失金额较大，减少净利润，但不影响经营活动现金流

2023 年公司公允价值变动损失 5,388.17 万元，主要包括：①公司 2013-2015 年取得兰州银行股权，报告期内曾持有兰州银行 52,603,900 股股份（占总股本的比例小于 1%），因兰州银行 2022 年 IPO 上市，公司按其活跃市场上的报价作为其公允价值，随二级市场波动，公司该资产的公允价值不断变动，2023 年确认公允价值变动损失 4,229.24 万元；②2023 年度公司持有的杭州选品星科技有限公司股权价值变动，公司确认公允价值变动损失 1,158.93 万元。上述公允价值变动损失减少公司 2023 年净利润，但不影响经营活动现金流。

综上，2021-2023 年公司经营活动产生的现金流量净额大于净利润，主要系公司各期固定资产折旧、无形资产摊销和银行借款利息等财务费用金额较大，且 2023 年公司公允价值变动损失金额较大所致。

### 3、2024 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额小于净利润且为负数的原因分析

2024 年 1-6 月公司经营活动产生的现金流量净额为-869.74 万元，低于同期公司净利润 6,415.35 万元，主要原因分析如下：

(1) 公司专业市场管理业务采用商铺租赁的经营管理模式，公司与商户签订商铺租赁合同，租赁期通常为 1-3 年，公司根据合同约定通常在合同签订时或续签时一次性收取商户租赁期内的租金及押金保证金，每年下半年收款的租赁合同占比较高，因此公司在下半年预收租金及押金保证金占比高于上半年。

由于专业市场管理业务收款具有季节性，每年上半年公司经营活动现金流量净额较下半年相对较小。报告期各期，公司经营活动现金流量净额上半年、下半年比较情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年	2021 年
上半年经营活动现金流量净额	-869.74	2,097.46	-4,038.04	4,330.66
下半年经营活动现金流量净额	/	30,161.29	22,349.13	14,879.07
合计	/	32,258.75	18,311.09	19,209.73

2024 年 1-6 月，公司已预收的专业市场商户租金根据租赁合同约定摊销确认专业市场管理业务收入，因此当期相关业务的净利润高于经营活动产生的现金流量净额。

(2) 公司商贸百货零售业务包括联营业务、自营业务和酒店业务，该等业务公司直接向终端消费者收款，节假日期间销售和收款相对集中，无其他明显季节性。

(3) 2024 年 1-6 月，公司经营性应收项目增加 6,736.44 万元，主要为截至 2024 年 6 月 30 日新消费新零售业务、转租业务、商业管理业务相关的应收账款余额较上年末大幅增加，导致经营活动产生的现金流量净额减少，具体情况详见本回复报告“问题 5./一、/(一)/1、不同业务对应的应收账款金额情况，公

司各期末应收账款余额大幅增长的原因”。

综上，2024年1-6月公司经营活动现金流净额小于净利润且为负数，主要系公司专业市场管理业务主要在下半年预收租金及押金保证金，以及**涉及新消费新零售业务、转租业务、商业管理业务经营性应收款项较上年末大幅增加**所致。

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

保荐机构及申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取发行人各类业务主要客户的销售情况明细，了解报告期内各类业务主要客户的变动原因，并结合客户变动原因分析各类业务收入变动的原因；

2、查阅同行业可比公司定期报告，分析同行业可比公司收入变动趋势是否与发行人存在较大差异及差异原因；

3、向发行人新消费新零售业务负责人了解2024年1-6月发行人新消费新零售业务大幅下滑的原因；

4、获取新消费新零售业务的主要资产明细，了解、查阅发行人各类资产减值政策，检查发行人资产减值是否充分；

5、获取发行人新消费新零售业务主要应收账款、预付账款、其他应收款的合同等业务背景资料，了解其形成的原因；

6、访谈部分新消费新零售业务主要应收账款客户，查看相关应收对象的还款承诺；

7、取得并检查新消费新零售业务主要应收账款、预付账款、其他应收款期后回款或结转资料；

8、复核发行人新消费新零售业务存货跌价准备的计提过程；

9、了解发行人成本费用核算及归集方法、收入确认政策，检查发行人销售与收款循环、采购与付款循环的相关单据，核实收入确认和成本费用归集的真实性、准确性、完整性，确认发行人毛利率计算的准确性；

10、获取并查阅发行人报告期内的财务报告、审计报告及财务明细资料，分析公司各类业务毛利率变动的原因；

11、查阅同行业可比公司的定期报告，计算同行业可比公司可比业务的毛利率情况并分析与发行人各类业务毛利率的变动趋势是否存在较大差异；

12、获取并查阅发行人报告期内的财务报告，复核分析最近三年公司归母净利润逐期下降的原因，报告期内公司净利润与营业收入变动趋势差异较大的原因及合理性；

13、获取并查阅发行人商户租金合同，核对收款情况是否和合同约定一致；

14、结合报告期内发行人各业务模式的情况，分析发行人 2024 年 1-6 月经营性应收项目、经营性应付项目发生变动的原因及合理性；

15、获取并查阅发行人报告期内的财务报告，对发行人报告期内经营活动产生的现金流量净额的各影响因素进行分析性复核，分析公司净利润和经营活动产生的现金流量净额存在较大差异的原因，以及最近一期公司经营活动现金流净额为负的原因。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期各期，发行人专业市场管理、商贸百货零售、商业管理、新消费新零售等业务主要客户结构及收入变动情况与其商业模式特点匹配；专业市场管理业务、商贸百货零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势一致；新消费新零售业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势不存在较大差异，差异系发行人开展该业务的时点以及为防控风险主动调整该业务结构所致，具有合理性。2024 年 1-6 月，发行人考虑国际大牌美妆产品和母婴食品等消费市场不景气，以及寄售业务对公司实际盈利贡献较低，且商品分销业务存在存货滞销风险的实际情况，逐步大幅收缩寄售业务和商品分销业务，导致发行人新消费新零售业务收入较上年同期大幅下滑，相关原因具有合理性。截至 2024 年 6 月 30 日，发行人新消费新零售业务相关应收账款、预付账款、其他应收款、存货等资产的账面价值不存在大幅减值风险。

2、报告期内，发行人商贸百货零售业务毛利率变动主要系外部环境、收入结构变化所致，与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势一致；发行人新消费新零售业务毛利率变动主要系客户合作模式、收入结构变化所致，与同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势一致；报告期内，发行人专业市场管理业务毛利率变动主要系外部环境、减租免租变化所致，与部分同行业可比公司可比业务毛利率变动趋势一致，变动趋势与发行人存在差异的同行业可比公司系由于新收购子

公司或大型工程项目完工对成本和毛利率造成较大影响；报告期内发行人各业务毛利率变动原因合理。发行人 2022 年营业收入较 2021 年度增长但归母净利润下降，主要系 2022 年收入增长大部分来自毛利较低的新消费新零售业务，而专业市场管理、商贸百货零售、商业管理业务毛利均有所下降，且当年度销售费用、资产减值损失和财务费用增加较多所致；发行人 2023 年营业收入较 2022 年增长但归母净利润下降，主要系发行人持有的兰州银行股票公允价值变动，以及 2023 年平台服务费等销售费用增加较多所致；发行人 2024 年 1-6 月营业收入下降主要系新消费新零售业务收入大幅下降所致，与同期扣非后归母净利润变动趋势一致。发行人 2021 年-2023 年归母净利润逐年下降，以及报告期各期发行人净利润与营业收入变动趋势存在差异，符合发行人发展的实际情况，具有合理性。

3、2021-2023 年发行人经营活动产生的现金流量净额大于净利润，主要系发行人各期固定资产折旧、无形资产摊销和银行借款利息等财务费用金额较大，且 2023 年发行人公允价值变动损失金额较大所致；2024 年 1-6 月发行人经营活动现金流净额小于净利润且为负数，主要系发行人专业市场管理业务主要在下半年预收租金及押金保证金，以及 2024 年 6 月末发行人新消费新零售业务、转租业务、商业管理业务经营性应收款项较上年末大幅增加所致。发行人净利润和经营活动产生的现金流量净额的差异具有合理性，不存在异常情形。

#### **问题 5. 关于资产情况**

根据申报材料，1) 报告期各期末，公司应收账款余额分别为 4,074.28 万元、6,174.09 万元、10,122.22 万元和 17,594.32 万元；2) 各期末，公司预付账款余额分别为 876.41 万元、1,250.52 万元、4,097.79 万元和 4,211.11 万元；3) 各期末公司存货分别为 17,022.84 万元、19,457.02 万元、6,392.58 万元和 5,011.45 万元；4) 各期末公司长期应收款余额分别为 23,696.59 万元、23,133.55 万元、23,403.39 万元和 23,070.29 万元，主要为对杭州存济妇儿医院管理有限公司租赁房屋形成的应收租赁款；5) 公司投资性房地产账面价值分别为 112,275.69 万元、220,730.49 万元、224,878.13 万元和 195,802.91 万元；固定资产账面价值分别为 131,847.42 万元、22,876.06 万元、19,648.40 万元和 39,939.38 万元。

请发行人说明：（1）不同业务对应的应收账款金额情况，公司各期末应收账款余额大幅增长的原因，结合应收账款的账龄、逾期和回款情况、主要客户及单项计提坏账准备情况、坏账准备计提政策及与可比公司的对比等，说明应收账款坏账准备计提是否充分；（2）结合主要预付账款对象、金额、对应的采购内容、是否存在关联关系等，说明预付账款增长的原因及合理性，预付款期后的采购转销情况；（3）结合公司存货库龄、备货政策等，分析存货跌价准备计提是否充分，存货周转率低于同行业可比公司的合理性；（4）结合杭州存济妇儿医院管理有限公司的资信情况和回款能力，说明长期应收款坏账准备计提的充分性；（5）报告期内公司存货、固定资产、投资性房地产等相互转化的具体情况、金额、原因，投资性房地产出租情况及固定资产是否闲置，报告期内相关投资性房地产、固定资产减值测试的具体情况，是否存在应计提减值而未计提的情形。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

#### 【回复】

##### 一、发行人说明

（一）不同业务对应的应收账款金额情况，公司各期末应收账款余额大幅增长的原因，结合应收账款的账龄、逾期和回款情况、主要客户及单项计提坏账准备情况、坏账准备计提政策及与可比公司的对比等，说明应收账款坏账准备计提是否充分。

##### 1、不同业务对应的应收账款金额情况

报告期内，公司不同业务的应收账款余额、营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2024年6月30日		2023年12月31日		2022年12月31日		2021年12月31日
	余额	变动	余额	变动	余额	变动	余额
应收账款余额	17,594.32	7,472.10	10,122.22	3,948.13	6,174.09	2,099.81	4,074.28
其中：专业市场管理	-	-	-	-	-	-	-
商贸百货零售	65.33	-88.41	153.74	12.05	141.69	71.33	70.36
新消费新零售	11,983.68	4,896.02	7,087.66	4,107.82	2,979.84	2,317.96	661.88
商业管理业务	3,818.61	937.79	2,880.82	-169.30	3,050.12	-291.92	3,342.04
其他业务	1,726.71	1,726.71	-	-2.45	2.45	2.45	-
项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
营业收入	35,566.01	/	88,036.45	12,394.31	75,642.14	11,375.47	64,266.67
其中：专业市场管理	22,057.63	/	40,808.20	7,632.70	33,175.50	-4,697.05	37,872.55
商贸百货零售	6,441.82	/	14,120.08	2,838.25	11,281.83	-4,166.15	15,447.98
新消费新零售	1,763.53	/	22,882.46	-1,459.64	24,342.10	22,810.07	1,532.03



商业管理业务	2,075.46	/	4,117.85	2,419.04	1,698.81	-2,891.01	4,589.82
其他业务	3,227.56	/	6,107.85	963.95	5,143.90	319.61	4,824.29

根据上表，2021年末、2022年末、2023年末公司应收账款余额主要由新消费新零售和商业管理业务形成，2024年6月末公司应收账款余额主要由新消费新零售、商业管理业务和其他业务（主要为转租业务）形成。

## 2、公司各期末应收账款余额大幅增长的原因

2022年末，公司应收账款较2021年末增加2,099.81万元，增长51.54%，主要系新消费新零售业务影响所致，具体原因为：（1）公司2021年四季度增加新消费新零售业务，2021年相关收入仅1,532.03万元，收入规模及应收账款余额基数较小；（2）2022年公司加大与经营母婴用品的杭州洋驼网络科技有限公司等客户合作，并拓展经营其他品类商品的新客户，随着收入规模增长，2022年末公司新消费新零售业务应收账款较2021年末增加2,317.96万元。

2023年末，公司应收账款余额较2022年末增加3,948.13万元，增长63.95%，主要系新消费新零售业务影响所致，具体原因为：（1）2023年公司新消费新零售业务新增广告代理收入，2023年末公司对该业务客户科大讯飞新增应收账款余额1,223.00万元，该款项尚在信用期内；（2）杭州名融等个别新消费新零售业务客户货款结算滞后，2023年末公司对该客户应收账款余额较2022年末增加1,108.84万元，账龄在1年以内；（3）2023年下半年公司新消费新零售业务增加鸡蛋等生鲜产品品类，2023年末增加相关应收账款余额。**2023年末公司对科大讯飞应收账款的背景如下：公司子公司丽尚美链2022年开始组建广告投放运营团队，2023年2月与科大讯飞签订《信息推广合同》后，开始为科大讯飞提供广告代理服务，2024年1月双方签订补充协议将合作期限延长至2025年12月31日；2023年、2024年1-6月，公司为科大讯飞提供广告代理服务的交易金额分别为9,981.58万元、5,336.23万元，公司按净额法核算分别确认收入240.18万元、100.38万元；根据合同约定，双方对广告发布数据确认无误且公司开具增值税专用发票后30个工作日内科大讯飞应支付款项，截至2023年12月31日，公司对科大讯飞应收账款余额为1,223.00万元，尚在信用期内。**

2024年6月末，公司应收账款余额较2023年末增加7,472.10万元，增长73.82%，主要系新消费新零售、转租、商业管理业务影响所致，具体原因为：（1）由于国际大牌美妆产品等消费市场不景气，新消费新零售部分客户回款有所滞后，

2024年6月末公司该业务应收账款余额较2023年末增加4,896.02万元；（2）公司转租业务客户杭州存济妇儿医院管理有限公司2024年资信情况恶化，拖欠租金，导致2024年6月末公司对其应收账款余额较2023年末增加1,726.71万元；（3）兰州市城关区机关事务管理局等公司商业管理业务部分客户延后支付租金，2024年6月末公司商业管理业务应收账款余额较2023年末增加937.79万元。

2024年6月末，公司商业管理业务应收账款余额为3,818.61万元，包括应收购房人的测绘补差款1,901.76万元和应收租金1,916.85万元，具体原因为：

（1）应收购房人的测绘补差款原因，详见本回复报告“问题5./一./（一）/3./（1）应收账款的账龄情况”；（2）应收租金主要原因为：兰州市城关区机关事务管理局的财政拨款尚未到位，因此延后向公司支付租金；甘肃应来酒店管理有限公司享有1年免租期，公司根据会计准则需分摊确认免租期内的应收账款；

2024年6月末，公司应收租金具体构成及期后回款情况如下：

客户名称	应收账款余额（万元）	账龄	截至2024年11月30日已期后回款金额（万元）
兰州市城关区机关事务管理局	1,051.96	1年以内	300.00
甘肃应来酒店管理有限公司	649.65	1年以内	191.83
兰州香满楼臻合餐饮有限公司	96.77	1年以内	94.12
甘肃北宸星文化传媒有限公司	83.40	1年以内	83.40
上海金茂酒店管理有限公司兰州分公司	35.06	1年以内	33.33
截至2024年6月30日商业管理业务 应收租金合计	1,916.85		705.34

3、结合应收账款的账龄、逾期和回款情况、主要客户及单项计提坏账准备情况、坏账准备计提政策及与可比公司的对比等，说明应收账款坏账准备计提是否充分。

（1）应收账款的账龄情况

报告期各期末，公司应收账款账龄分布如下：

单位：万元

账龄	2024年6月30日		2023年12月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1年以内	14,046.30	79.83%	7,579.34	74.88%	3,397.75	55.03%	4,074.28	100.00%
1-2年	1,515.73	8.61%	394.32	3.90%	2,776.34	44.97%	-	-

账龄	2024年6月30日		2023年12月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
2-3年	2,032.29	11.55%	2,148.56	21.23%	-	-	-	-
合计	17,594.32	100.00%	10,122.22	100.00%	6,174.09	100.00%	4,074.28	100.00%

2021年末，公司应收账款账龄均在1年以内。2022年末、2023年末公司账龄1年以内应收账款的占比分别为55.03%、74.88%，账龄超1年的应收账款主要为2021年公司销售商品房应收购房人的测绘补差款，房屋测绘补差款是基于房屋实测面积与合同约定面积差异而产生的合理费用，有购房合同作为法律依据。截至本回复报告出具日，公司已销售商品房均已交付给购房人验收，但对于尚未补足房屋测绘补差款的购房人，公司尚未将已销售商品房的产权过户给欠缴测绘补差款的购房人，购房人需缴足测绘补差款后，公司才会将相应商品房的产权过户给购房人，若购房人未来将已购商品房出售、继承、抵押或者对外出租备案，均需要取得房屋产权证，因此公司应收测绘补差款回款风险较小。公司自2021年起每年至少组织一至两次对尚未补足房屋测绘补差款的所有购房人进行催收，即通过邮件、电话或签收等方式催收房屋测绘补差款及催办不动产权证。

2024年6月末公司应收账款账龄1年以内的占比为79.83%，账龄超1年的应收账款主要系公司应收测绘补差款和新消费新零售业务形成的应收账款。2024年6月末公司新消费新零售业务账龄1年以上应收账款余额1,646.26万元，公司根据款项收回风险已对其中1,271.97万元应收账款单项计提坏账准备。

## (2) 应收账款的逾期、回款情况

报告期各期末，公司应收账款逾期情况如下：

单位：万元

项目	2024年6月末		2023年末		2022年末		2021年末	
	金额	占应收账款余额比例	金额	占应收账款余额比例	金额	占应收账款余额比例	金额	占应收账款余额比例
应收账款余额	17,594.32	100.00%	10,122.22	100.00%	6,174.09	100.00%	4,074.28	100.00%
逾期应收账款	7,664.25	43.56%	2,779.17	27.46%	459.01	7.43%	未逾期	-
其中：已回款的逾期应收账款（注）	2,096.81	11.92%	817.43	8.08%	238.97	3.87%	-	-
已单项计提坏账准备的逾期应收账款	3,126.69	17.77%	213.17	2.11%	213.17	3.45%	-	-
尚未收回的政府单位逾期款	751.96	4.27%	-	-	-	-	-	-

项目	2024年6月末		2023年末		2022年末		2021年末	
	金额	占应收账款余额比例	金额	占应收账款余额比例	金额	占应收账款余额比例	金额	占应收账款余额比例
剔除已回款、已单项计提坏账准备、应收政府单位款后的逾期应收账款	1,688.79	9.60%	1,748.57	17.27%	6.88	0.11%	--	-

注：期后回款统计截至2024年11月30日。

根据上表，截至2024年6月30日，公司应收账款逾期金额7,664.25万元，若剔除已回款、已单项计提坏账准备、应收政府单位的逾期应收账款，剩余逾期应收账款余额为1,688.79万元，占应收账款余额比例为9.60%。

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2024年6月末	2023年末	2022年末	2021年末
应收账款余额	17,594.32	10,122.22	6,174.09	4,074.28
期后回款金额（注）	7,583.42	6,189.85	4,050.07	1,969.79
期后回款比例	43.10%	61.15%	65.60%	48.35%
尚未回款金额	10,010.90	3,932.37	2,124.02	2,104.49
其中：应收测绘补差款	1,881.11	1,881.11	1,881.11	1,881.11
其他尚未收回款项	8,129.79	2,051.26	242.91	223.38
期后回款及应收测绘补差款合计占比	53.79%	79.74%	96.07%	94.52%

注：期后回款统计截至2024年11月30日。

报告期各期末，公司应收账款中的应收测绘补差款主要为2021年公司销售商品房应收购房人的测绘补差款。报告期各期，公司已收回测绘补差款金额分别为398.08万元、656.49万元、710.42万元、33.64万元。截至2024年11月30日，公司尚未收回的测绘补差款金额为1,881.11万元，公司尚未将已销售商品房的产权过户给尚未补足测绘补差房款的购房人，应收测绘补差款回款风险较小。截至2024年6月30日，扣减应收测绘补差款1,881.11万元后，其他尚未收回的应收账款余额为8,129.79万元，其中前五大应收款项情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2024年6月30日应收账款余额	2024年6月30日逾期金额	2024年7月-11月回款金额	截至2024年11月30日欠款金额	备注
1	杭州存济妇儿医院管理有限公司	1,726.71	1,726.71	-	1,726.71	已按应收账款余额与已收取保证金250万元差额单项计提坏账准备1,476.71万元。

2	香港章龍貿易有限公司	1,821.33	423.60	817.77	1,003.55	该客户已出具承诺：2024年12月31日前还清剩余款项。
3	香港憶江南實業有限公司	2,441.43	88.10	1,472.30	969.13	该客户已出具承诺：2024年12月31日前还清剩余款项。
4	杭州名融网络有限公司	1,358.44	1,358.44	171.62	1,186.82	已单项计提坏账准备1,186.82万元。
5	兰州市城关区机关事务管理局	1,051.96	1,051.96	300.00	751.96	该客户已出具承诺：2025年4月30日前还清剩余款项。
合计		8,399.87	4,648.81	2,761.69	5,638.17	

报告期各期末，公司应收账款存在一定比例逾期以及部分应收账款期后尚未收回的主要原因为：①杭州名融、杭州存济妇儿医院管理有限公司等个别客户因自身经营及资信情况恶化等原因拖欠公司货款或租金，公司预计无法收回相关应收账款，因此将相关应收账款账面价值全额单项计提坏账准备；②受国际大牌美妆产品消费市场不景气影响，公司新消费新零售业务部分客户回款滞后，但目前主要相关客户与公司仍在合作中，且期后仍在陆续回款；③兰州市城关区机关事务管理局等部分客户延后支付租金。

### (3) 主要客户及单项计提坏账准备情况

报告期内，公司单项计提坏账准备仅涉及杭州丽尚诚品网络科技有限公司（以下简称“丽尚诚品”）、杭州名融网络有限公司、杭州存济妇儿医院管理有限公司。杭州丽尚诚品网络科技有限公司系公司2021年末和2022年末的前五大应收账款之一。杭州名融网络有限公司系公司2023年末、2024年6月末前五大应收账款之一。杭州存济妇儿医院管理有限公司系公司2024年6月末前五大应收账款之一。

报告期各期末，公司前五大应收账款客户及相关坏账准备计提情况如下：

#### 1) 2021年末前五大应收账款情况

单位：万元

客户名称	2021年12月31日								
	应收账款余额	占应收账款总额的比例	逾期金额	逾期金额占应收账款比例	期后回款	回款比例	坏账准备计提金额	坏账准备计提比例	坏账计提情况
詹宏达	299.61	7.35%	-	-	-	-	-	-	账龄组合计提
得物（香港）供应链有限公司	285.39	7.00%	-	-	285.39	100.00%	-	-	账龄组合计提
宋德从	222.32	5.46%	-	-	-	-	-	-	账龄组合计提

杭州丽尚诚品网络科技有限公司	209.53	5.14%	-	-	-	-	-	-	账龄组合计提
王飞	209.08	5.13%	-	-	209.08	100.00%	-	-	账龄组合计提
<b>合计</b>	<b>1,225.93</b>	<b>30.09%</b>	-	-	<b>494.47</b>	<b>40.33%</b>	-	-	-

注：期后回款截至 2024 年 11 月 30 日。

根据上表，2021 年末公司前五大应收账款中，对得物（香港）供应链有限公司的应收账款期后已全部收回。应收詹宏达、宋德从、王飞款项系已售房产的测绘补差款，其中应收王飞的款项期后已全部收回；公司尚未将已销售商品房的产权过户给尚未补足测绘补差房款的购房人，应收测绘补差款回款风险较小，因此公司按照账龄组合计提坏账。对丽尚诚品的应收账款期后未收回，公司已于 2022 年全额计提坏账准备。

因此，公司 2021 年末主要应收账款已充分计提坏账准备。

## 2) 2022 年末前五大应收账款情况

单位：万元

客户名称	2022 年 12 月 31 日								
	应收账款余额	占应收账款总额的比例	逾期金额	逾期金额占应收账款比例	期后回款	回款比例	坏账准备计提金额	坏账准备计提比例	坏账计提情况
杭州洋驼网络科技有限公司	1,244.43	20.16%	-	-	1,244.43	100.00%	37.33	3.00%	账龄组合计提
北京乐可成长商业管理有限公司	421.50	6.83%	-	-	421.50	100.00%	12.65	3.00%	账龄组合计提
詹宏达	299.61	4.85%	-	-	-	-	3.00	1.00%	账龄组合计提
杭州名融网络科技有限公司	278.70	4.51%	-	-	278.70	100.00%	8.36	3.00%	账龄组合计提
杭州丽尚诚品网络科技有限公司	213.17	3.45%	213.17	3.45%	-	-	213.17	100.00%	单项计提
<b>合计</b>	<b>2,457.41</b>	<b>39.80%</b>	<b>213.17</b>	<b>3.45%</b>	<b>1,944.63</b>	<b>79.13%</b>	<b>274.50</b>	-	-

注：期后回款截至 2024 年 11 月 30 日。

2022 年末公司前五大应收账款中，应收詹宏达款项系已售房产的测绘补差款，应收丽尚诚品款项已于 2022 年全额计提坏账准备。

丽尚诚品系公司 2021 年出资并参股 25.5% 的关联方，2022 年 3 月公司已转让丽尚诚品股权，2021 年末、2022 年末公司对其应收账款余额分别为 209.53 万元、213.17 万元，2022 年因丽尚诚品经营不善、公司预计无法收回该款项，公司对该项应收账款单项全额计提坏账准备 213.17 万元。

因此，公司 2022 年末主要应收账款已充分计提坏账准备。

### 3) 2023 年末前五大应收账款情况

单位：万元

客户名称	2023 年 12 月 31 日								
	应收账款余额	占应收账款总额的比例	逾期金额	逾期金额占应收账款比例	期后回款	回款比例	坏账准备计提金额	坏账准备计提比例	坏账计提情况
杭州名融网络有限公司	1,387.54	13.71%	1,387.54	13.71%	200.72	14.47%	41.63	3.00%	账龄组合计提
科大讯飞股份有限公司	1,223.00	12.08%	-	-	1,223.00	100.00%	36.69	3.00%	账龄组合计提
湖南糖佳农业科技有限公司	806.39	7.97%	-	-	806.39	100.00%	24.19	3.00%	账龄组合计提
甘肃应来酒店管理有限公司	664.80	6.57%	-	-	664.80	100.00%	-	-	账龄组合计提
香港憶江南實業有限公司	650.23	6.42%	-	-	650.23	100.00%	19.51	3.00%	账龄组合计提
<b>合计</b>	<b>4,731.97</b>	<b>46.75%</b>	<b>1,387.54</b>	<b>13.71%</b>	<b>3,545.14</b>	<b>74.92%</b>	<b>122.02</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

注：期后回款截至 2024 年 11 月 30 日。

2023 年末公司前五大应收账款中，第一大应收账款为对杭州名融网络有限公司的应收账款，期后仅回款 14.47%，2024 年 1-6 月公司已就尚未回款金额计提坏账准备；第二至第五大应收账款期后已全部收回。

因此，公司 2023 年末主要应收账款已充分计提坏账准备。

### 4) 2024 年 6 月末前五大应收账款情况

单位：万元

客户名称	2024 年 6 月 30 日								
	应收账款余额	占应收账款总额的比例	逾期金额	逾期金额占应收账款比例	期后回款	回款比例	坏账准备计提金额	坏账准备计提比例	坏账计提情况
香港憶江南實業有限公司	2,441.43	13.88%	88.10	0.50%	1,472.30	60.30%	73.24	3.00%	账龄组合计提
香港章龍貿易有限公司	1,821.33	10.35%	423.60	2.41%	817.77	44.90%	54.64	3.00%	账龄组合计提
杭州存济妇儿医院管理有限公司	1,726.71	9.81%	1,726.71	9.81%	-	-	1,476.71	85.52%	单项计提
杭州名融网络有限公司	1,358.44	7.72%	1,358.44	7.72%	171.62	12.63%	1,186.82	87.37%	单项计提
兰州市城关区机关事务管理局	1,051.96	5.98%	1,051.96	5.98%	300.00	28.52%	-	0.00%	账龄组合计提
<b>合计</b>	<b>8,399.87</b>	<b>47.74%</b>	<b>4,648.81</b>	<b>26.42%</b>	<b>2,761.69</b>	<b>32.88%</b>	<b>2,791.41</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

注：期后回款截至 2024 年 11 月 30 日。

2024 年 6 月末，公司前五大应收账款情况如下：

#### ①香港憶江南實業有限公司

香港憶江南實業有限公司相关情况详见本回复报告“问题 4./一、/(一)/2、

/ (2) /1) 应收账款是否存在大幅减值风险”。

②香港章龍貿易有限公司

香港章龍貿易有限公司相关情况详见本回复报告“问题 4./一、/ (一) /2、/ (2) /1) 应收账款是否存在大幅减值风险”。

③杭州存济妇儿医院管理有限公司

杭州存济妇儿医院管理有限公司（曾用名：杭州菁华妇儿医院有限公司，简称“存济医院公司”）成立于 2017 年 10 月，为公司转租业务客户，2024 年 2 月存济医院公司应向公司预付 2024 年 3 月-5 月租金 863.35 万元，2024 年 5 月存济医院公司应向公司预付 2024 年 6 月-8 月租金 863.35 万元。截至 2024 年 6 月 30 日，公司对存济医院公司应收租金余额合计 1,726.71 万元，已逾期。

2024 年 7 月，公司向杭州市西湖区人民法院（以下简称“西湖区法院”）起诉存济医院公司及担保人何建平、陈勇建，要求存济医院公司及担保人支付上述欠付租金及违约金，并解除公司与存济医院公司已签署的租赁协议及补充协议。

公司通过西湖区法院仅冻结了存济医院公司及上述担保人少量的银行存款以及部分股权，且公司与拟租赁天目山路 182 号物业的新的意向承租方的商业洽谈仍在推进中，尚未签约。因此，基于谨慎性原则，公司将截至 2024 年 6 月 30 日对存济医院公司应收账款余额 1,726.71 万元扣减存济医院公司保证金 250 万元的差额 1,476.71 万元进行单项计提坏账准备。

④杭州名融网络有限公司

杭州名融网络有限公司相关情况详见本回复报告“问题 4./一、/ (一) /2、/ (2) /1) 应收账款是否存在大幅减值风险”。

⑤兰州市城关区机关事务管理局

兰州市城关区机关事务管理局承租公司亚欧国际的部分面积用于办公，租赁期限为 2022 年 12 月-2031 年 3 月，2022 年 12 月-2023 年 3 月为合同约定的免租期，2022 年 12 月已支付 2023 年 4 月-2024 年 3 月的租金，目前尚未支付根据合同约定应在 2024 年 3 月 31 日前缴纳的 2024 年 4 月-2025 年 3 月期间的租金 1,730.56 万元。该客户已向公司出具《关于申请延迟支付租金的函》，表示已向区政府及区财政提出拨付申请，但款项尚未拨付到位。截至 2024 年 6 月 30 日，公司已确认对该客户 2022 年 12 月-2024 年 6 月的租金收入，期末应收账款余额



为 1,051.96 万元。截至 2024 年 11 月 30 日，该客户已回款 300 万元，2024 年 11 月该客户已出具书面回复计划在 2025 年 4 月 30 日前分期支付剩余的 1,430.56 万元。因此，由于该客户为政府单位，回款风险较小，公司账龄组合计提坏账准备，坏账准备计提充分。

#### (4) 坏账准备计提政策及与可比公司比较情况

##### 1) 公司应收账款坏账准备计提政策与可比公司比较情况

公司名称	坏账准备计提政策
富森美	本集团对于《企业会计准则第 14 号——收入准则》规范的交易形成且不含重大融资成分的应收账款，始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。
轻纺城	对于按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失； 对信用风险与组合信用风险显著不同的应收款项和合同资产，公司按单项计提预期信用损失。
国芳集团	对于不含重大融资成分的应收款项，本公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备； 对于包含重大融资成分的应收款项，本公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备； 本公司对信用风险显著不同的金融资产单独评价信用风险。
中兴商业	对于应收票据、应收账款、应收款项融资、其他应收款、合同资产等应收款项，若某一客户信用风险特征与组合中其他客户显著不同，或该客户信用风险特征发生显著变化，本公司对该应收款项单项计提坏账准备； 除单项计提坏账准备的应收款项之外，本公司依据信用风险特征对应收款项划分组合，在组合基础上计算坏账准备。
跨境通	对于应收账款，无论是否存在重大融资成分，公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备； 当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征对应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失。
若羽臣	按信用风险特征组合计提预期信用损失的应收款项和合同资产：①应收账款——账龄组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失； ②应收账款——合并范围内关联往来组合：参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预期，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失； 对信用风险与组合信用风险显著不同的应收款项和合同资产，公司按单项计提预期信用损失
公司	按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别：①应收账款——应收合并范围内关联款项组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失；②应收账款——账龄组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失； 对信用风险与组合信用风险显著不同的应收款项和合同资产，公司按单项计提预期信用损失。

根据上表，公司与同行业可比公司对应收账款进行坏账计提均以预期信用损失为基础进行会计处理，坏账准备计提政策不存在重大差异。

2) 公司应收账款坏账准备计提比例与可比公司比较情况

公司按账龄计提坏账准备比例与同行业可比公司的比较情况如下：

公司名称		1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
富森美		5%	10%	30%	50%	80%	100%
轻纺城		5%	10%	20%	50%	50%	50%
国芳集团		1%	10%	20%	未披露	未披露	未披露
中兴商业		6%	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
跨境通		5%	20%	50%	100%	100%	100%
若羽臣		5%	20%	50%	100%	100%	100%
公司	专业市场管理、商贸 百货零售、商业管理 业务	0%	1%	5%	15%	30%	50%
	新消费新零售业务	3%	5%	10%	15%	30%	50%

根据上表，公司按账龄计提坏账准备的比例低于同行业可比公司，但若综合考虑单项计提坏账准备的比例，公司坏账准备计提比例接近同行业可比公司，具体情况如下：

单位：万元

公司简称	2024年6月末			2023年末		
	应收余额	坏账准备 计提金额	坏账准备 计提比例	应收余额	坏账准备 计提金额	坏账准备 计提比例
富森美	5,481.93	564.99	10.31%	4,703.14	359.63	7.65%
轻纺城	4,911.20	269.89	5.50%	2,446.50	142.93	5.84%
国芳集团	684.60	515.84	75.35%	945.67	517.23	54.69%
中兴商业	87.45	5.25	6.00%	89.67	5.38	6.00%
跨境通	118,194.74	18,806.59	15.91%	48,883.00	15,659.34	32.03%
若羽臣	13,530.49	1,121.67	8.29%	17,971.03	1,028.39	5.72%
<b>丽尚国潮</b>	<b>17,594.32</b>	<b>3,292.04</b>	<b>18.17%</b>	<b>10,122.22</b>	<b>524.04</b>	<b>5.18%</b>

(续上表)

公司简称	2022年末			2021年末		
	应收余额	坏账准备 计提金额	坏账准备 计提比例	应收余额	坏账准备 计提金额	坏账准备 计提比例
富森美	4,181.88	296.69	7.09%	2,729.99	208.57	7.64%
轻纺城	1,210.47	81.65	6.74%	50.56	9.48	18.75%
国芳集团	1,959.40	527.20	26.91%	995.19	513.11	51.56%
中兴商业	316.55	18.99	6.00%	71.41	4.28	6.00%
跨境通	69,352.71	16,450.94	23.72%	50,395.60	12,856.06	25.51%
若羽臣	12,539.95	649.23	5.18%	14,128.63	777.06	5.50%
<b>丽尚国潮</b>	<b>6,174.09</b>	<b>322.63</b>	<b>5.23%</b>	<b>4,074.28</b>	-	-

根据上表，同行业可比公司因业务结构、客户实际经营状况及相关的应收账款规模、账龄不同，其坏账准备计提比例差异较大。若综合考虑按账龄法计提坏账准备和单项计提坏账准备的实际情况，2022年、2023年、2024年1-6月公司应收账款坏账准备计提比例分别为5.23%、5.18%、18.17%，接近部分同行业可比公司坏账准备计提比例。

报告期内，公司不同业务相关应收账款及坏账计提比例情况如下：

①专业市场管理业务

报告期各期末，公司专业市场管理业务应收账款余额均为0，无需计提坏账。

②商贸百货零售业务

报告期各期末，公司商贸百货零售业务应收账款余额分别为70.36万元、141.69万元、153.74万元、65.33万元，应收账款余额较小且账龄均为1年以内，相关应收账款坏账风险较小。报告期内，公司按账龄组合对商贸百货零售业务相关应收账款计提坏账准备，坏账计提充分。

③新消费新零售业务

报告期各期末，公司新消费新零售业务应收账款余额分别为661.88万元、2,979.84万元、7,087.66万元、11,983.68万元，其中账龄1年以内的应收账款占比分别为100.00%、95.62%、91.46%、86.26%，相关应收账款坏账准备计提情况与同行业可比公司比较如下：

单位：万元

公司简称	2024年6月末			2023年末		
	应收余额	坏账准备计提金额	坏账准备计提比例	应收余额	坏账准备计提金额	坏账准备计提比例
跨境通	118,194.74	18,806.59	15.91%	48,883.00	15,659.34	32.03%
若羽臣	13,530.49	1,121.67	8.29%	17,971.03	1,028.39	5.72%
<b>公司新消费新零售业务</b>	<b>11,983.68</b>	<b>1,720.23</b>	<b>14.35%</b>	<b>7,087.66</b>	<b>427.25</b>	<b>6.03%</b>

(续上表)

公司简称	2022年末			2021年末		
	应收余额	坏账准备计提金额	坏账准备计提比例	应收余额	坏账准备计提金额	坏账准备计提比例
跨境通	69,352.71	16,450.94	23.72%	50,395.60	12,856.06	25.51%
若羽臣	12,539.95	649.23	5.18%	14,128.63	777.06	5.50%
<b>公司新消费新零售业务</b>	<b>2,979.84</b>	<b>296.17</b>	<b>9.94%</b>	<b>661.88</b>	-	-

公司自2021年四季度开展新消费新零售业务。2022年末、2023年末、2024年6月末公司新消费新零售业务应收账款的坏账准备计提比例分别为9.94%、

6.03%、14.35%，介于同行业可比公司若羽臣和跨境通之间。报告期内，公司按账龄组合及单项计提规则对新消费新零售业务相关应收账款计提坏账准备，坏账计提充分。

#### ④商业管理业务

报告期各期末，公司商业管理业务应收账款主要为已售房产测绘补差款及应收兰州市城关区机关事务管理局等租户的租金。截至本回复报告出具日，公司尚未将已销售商品房的产权过户给尚未补足测绘补差房款的购房人，公司应收测绘补差款回款风险较小。此外，上述租户资信良好且经营正常，租金回款风险较小。报告期内，公司按账龄组合对商业管理业务相关应收账款计提坏账准备，坏账计提充分。

综上，报告期各期末，公司应收账款坏账准备已充分计提。

(二) 结合主要预付账款对象、金额、对应的采购内容、是否存在关联关系等，说明预付账款增长的原因及合理性，预付款期后的采购转销情况；

#### 1、主要预付账款对象、金额、对应的采购内容、是否存在关联关系

##### (1) 2024年6月末主要预付账款

截至2024年6月30日，公司前五大预付账款对象、金额、对应的采购内容、是否存在关联关系情况如下：

单位：万元

预付账款对象	余额	占预付款项余额的比例 (%)	采购内容	是否有关联关系
宽禾国际贸易(成都)有限公司	970.60	23.05	食品	否
上海振荟商贸有限公司	479.40	11.38	食品	否
中国乡镇企业有限公司	450.00	10.69	食品	否
海南旅投黑虎科技有限公司	415.00 (注)	9.85	化妆品、日用品、饰品	是
香港恒婭贸易有限公司	378.52	8.99	化妆品	否
<b>合计</b>	<b>2,693.52</b>	<b>63.96</b>		

注：海南旅投黑虎科技有限公司为公司持股39%的参股企业。公司对海南旅投黑虎科技有限公司的预付账款余额415万元，已于编制2023年报时全额单项计提坏账准备。

上表中，公司对宽禾国际贸易(成都)有限公司、上海振荟商贸有限公司、中国乡镇企业有限公司、香港恒婭贸易有限公司的预付账款系公司为开展新消费新零售业务向供应商预付的款项，公司对海南旅投黑虎科技有限公司（简称“旅投

黑虎” ) 的预付账款系公司商贸百货零售业务产生。

### (2) 2023 年 12 月末主要预付账款

截至 2023 年 12 月 31 日, 公司前五大预付账款对象、金额、对应的采购内容、是否存在关联关系情况如下:

单位: 万元

预付账款对象	余额	占预付款项 余额的比例 (%)	采购内容	是否有关 联关系
Yeoui Limited	888.88	19.70	化妆品	否
香港恒婭貿易有限公司	737.52	16.34	化妆品	否
上海振荟商贸有限公司	479.40	10.62	食品	否
海南旅投黑虎科技有限公司	429.00	9.51	化妆品	是
浙江简铤供应链管理有限公司	256.98	5.69	化妆品	否
<b>合计</b>	<b>2,791.78</b>	<b>61.86</b>		

上表中, 2023 年末公司对 Yeoui Limited、香港恒婭貿易有限公司、上海振荟商贸有限公司、浙江简铤供应链管理有限公司的预付账款系公司为开展新消费新零售业务向供应商预付的款项, 公司对旅投黑虎的预付账款系公司商贸百货零售业务产生。

### (3) 2022 年 12 月末主要预付账款

截至 2022 年 12 月 31 日, 公司前五大预付账款对象、金额、对应的采购内容、是否存在关联关系情况如下:

单位: 万元

预付账款对象	余额	占预付款项 余额的比例 (%)	采购内容	是否有关 联关系
Sino Sail Global Limited	432.61	34.59	化妆品	否
Hongkong Sigoal Trade Co., Limited	163.48	13.07	化妆品、乐高	否
江苏百草印象供应链有限公司	138.14	11.05	食品	否
Yangtuo Technology (HK) Limited	112.35	8.98	化妆品	否
无锡市中澳经济贸易有限责任公 司	110.17	8.81	食品	否
<b>合计</b>	<b>956.74</b>	<b>76.50</b>		

上表中, 2022 年末公司预付款项前五大均系公司为开展新消费新零售业务向供应商预付的款项。

### (4) 2021 年 12 月末主要预付账款

截至 2021 年 12 月 31 日, 公司前五大预付账款对象、金额、对应的采购内

容、是否存在关联关系情况如下：

单位：万元

预付账款对象	余额	占预付款项 余额的比例 (%)	采购内容	是否有关 联关系
欧莱雅（中国）有限公司	483.48	55.17	日化	否
绀园（上海）实业有限公司	247.77	28.27	日化	是（注）
宁波福娃娃贸易有限公司	81.34	9.28	日化	否
陕西邂逅田园农业科技有限公司	37.50	4.28	生鲜采购	否
Asphalt Trading Limited	7.14	0.81	化妆品	否
<b>合计</b>	<b>857.23</b>	<b>97.81</b>		

注：绀园（上海）实业有限公司为公司持股 26.14% 的参股企业。

上表中，2021 年末公司对欧莱雅（中国）有限公司的预付账款系商贸百货零售业务产生，公司第二至第五大预付账款系公司为开展新消费新零售业务向供应商预付的款项。绀园（上海）实业有限公司（简称“上海绀园”）为公司 2021 年投资参股的企业，其主要从事“柯泰儿”自有品牌护肤产品的线上线下推广、运营及销售。2021 年 8 月、10 月公司与上海绀园签署采购协议拟采购合计 387.70 万元“柯泰儿”品牌护肤产品，并根据合同约定预付部分款项，因此形成 2021 年末公司对上海绀园的预付账款余额 247.77 万元。报告期各期，公司向上海绀园实际不含税采购金额分别为 14.36 万元、10.88 万元、0.69 万元、0 万元。因相关产品市场销售不及预期，公司与上海绀园协商解除了上述采购协议，2022 年上海绀园已将 2021 年末预付账款余额 247.77 万元扣除 2022 年采购款 12.29 万元（不含税 10.88 万元）后的 235.48 万元全部退还公司。

## 2、预付账款增长的原因及合理性

报告期各期，公司预付账款账面价值分别为 876.41 万元、1,250.52 万元、4,097.79 万元、4,211.11 万元，2022 年末、2023 年末预付账款较上年末分别增长 42.69%、227.69%，主要原因为：2022 年、2023 年公司新消费新零售业务交易金额分别为 27,584.17 万元、81,529.55 万元，分别较上年增长 1700.50%、195.57%，因此，随新消费新零售业务规模大幅增长，预付账款相应大幅增长。

综上，报告期内公司预付账款逐期增长，与公司新消费新零售业务发展相关，具有合理性。

## 3、预付账款期后的采购转销情况

报告期各期末，公司预付账款期后转销金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2024年6月30日	2023年12月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
预付款项余额	4,211.11	4,512.79	1,250.68	876.41
期后采购转销金额	<b>1,544.81</b>	<b>2,569.61</b>	1,218.06	861.04
采购转销比例	<b>36.68%</b>	56.94%	98.72%	98.25%

注：期后采购转销情况统计截至2024年11月30日。

根据上表，2021年末、2022年末公司预付账款期后采购转销比例较高，2023年末、2024年6月末预付账款期后采购转销比例较2022年末相对较低。

截至2024年6月30日，公司前五大预付账款余额中，除了已期后采购转销的预付账款之外，期后尚未采购转销预付账款对象主要为上海振荟商贸有限公司（预付账款余额479.40万元）、中国乡镇企业有限公司（预付账款余额450万元）、海南旅投黑虎科技有限公司（预付账款余额415万元）。公司对上海振荟商贸有限公司、中国乡镇企业有限公司预付账款情况详见本回复报告“问题4/一、/（一）/2、/（2）/2）预付账款是否存在大幅减值风险”。公司对海南旅投黑虎科技有限公司预付账款情况如下：旅投黑虎主要在海南从事美妆、保健、护肤等进口产品的零售业务，控股股东海南旅投免税品有限公司具有海南离岛免税品经营资质。旅投黑虎为公司参股企业，公司持有其39%股权；2023年5月公司子公司亚欧商厦与旅投黑虎签署《商品供货合同》，向旅投黑虎采购化妆品、日用品、饰品等，并根据合同约定向其预付货款429万元，但经多次书面通知，旅投黑虎一直未发货，2023年11月公司了解到旅投黑虎经营情况恶化，向旅投黑虎提起诉讼；公司编制2023年度报告时，扣减旅投黑虎已期后退回的预付账款14万元，对其尚未收回的预付款项全额单项计提坏账准备。

（三）结合公司存货库龄、备货政策等分析存货跌价准备计提是否充分，存货周转率低于同行业可比公司的合理性

### 1、存货库龄情况

报告期各期末，公司各业务的存货库龄情况如下：

单位：万元

业务	时点	1年以内	1-2年	合计
商贸百货零售	2024年6月30日	3,447.00	-	3,447.00
	2023年12月31日	3,301.40	-	3,301.40
	2022年12月31日	3,662.28	-	3,662.28
	2021年12月31日	3,191.32	-	3,191.32

新消费新零售	2024年6月30日	1,564.45	-	1,564.45
	2023年12月31日	3,093.48	-	3,093.48
	2022年12月31日	3,910.19	-	3,910.19
	2021年12月31日	1,412.39	-	1,412.39
商业管理业务	2024年6月30日	-	-	-
	2023年12月31日	-	-	-
	2022年12月31日	-	11,959.98	11,959.98
	2021年12月31日	12,419.14	-	12,419.14
合计	<b>2024年6月30日</b>	<b>5,011.45</b>		<b>5,011.45</b>
	<b>2023年12月31日</b>	<b>6,394.88</b>	-	<b>6,394.88</b>
	<b>2022年12月31日</b>	<b>7,572.47</b>	<b>11,959.98</b>	<b>19,532.45</b>
	<b>2021年12月31日</b>	<b>17,022.85</b>	-	<b>17,022.85</b>

报告期各期末，公司商贸百货零售、新消费新零售业务的存货库龄均在1年以内，存货状况良好，周转正常。

2021年末、2022年末公司商业管理业务的存货为亚欧国际的房产。由于房产销售存在一定周期，2022年公司亚欧国际尚有部分房产未完成销售，形成1-2年库存的存货。2023年，公司将剩余房产改为持有出租目的，因此由存货重分类为投资性房地产。

整体而言，除2022年末公司尚未完成销售的房产为库龄1-2年的存货外，报告期各期末公司存货账龄均在1年以内，存货结构合理。

## 2、备货政策

### （1）商贸百货零售业务的备货政策

公司商贸百货零售业务的存货主要为黄金饰品、日化产品等，公司结合不同商品特点及市场预测情况进行备货。黄金饰品单价较高且采购价格随黄金市场价格而波动，公司每年根据市场销售情况以及市场价格波动情况决定采购频率；日化产品的周转速度较快，公司采购频率约为一个月采购一次。

### （2）新消费新零售业务的备货政策

公司新消费新零售业务具体包括电商平台寄售、商品分销、商品代理、广告代理和广告视频制作等业务模式，不同业务模式的备货策略有所不同，具体如下：

电商平台寄售模式下，公司的主要客户为得物、小红书、拼多多等电商平台，公司通过电商平台后台管理系统可实时查看每个商品日常交易数据及库存，在此基础上，公司结合行业经验、市场采销价格、节假日及促销节点因素制定具体备货计划，向供应商批量采购商品或通过预付款方式锁定货源，电商平台寄售模式



从备货到实现销售一般约 2 个月。商品分销模式下，公司在对市场情况进行分析的基础上，结合预期订单规模对主要产品进行合理备货。商品代理模式下，公司一般不进行备货，而是在取得下游订单后采用供应商直发的模式向客户交货。广告代理、广告视频制作等业务模式不涉及备货。

### (3) 商业管理业务的备货政策

公司商业管理业务 2021 年末、2022 年末有一定存货，均为公司亚欧国际房地产项目开发完成之后形成的商品房，公司无其他房地产开发项目。

### 3、分析存货跌价准备计提是否充分

报告期内，公司计提存货跌价准备情况如下：

单位：万元

期间	期初存货跌价准备	本期计提		本期减少		期末存货跌价准备
		计提	其他	转回或转销	其他	
2021 年度	-	-	-	-	-	-
2022 年度	-	75.44	-	-	-	75.44
2023 年度	75.44	73.09	-	146.22	-	2.30
2024 年 1-6 月	2.30	-	-	2.30	-	-

报告期各期末，公司对存货进行减值测试，根据存货成本与可变现净值孰低的原则计提存货跌价准备。报告期各期，公司分别计提了存货跌价准备 0 万元、75.44 万元、73.09 万元、0 万元，均系新消费新零售业务相关存货的跌价准备。

#### (1) 商贸百货零售业务存货跌价准备计提充分性分析

报告期各期末，公司商贸百货零售业务存货余额分别为 3,191.32 万元、3,662.28 万元、3,301.40 万元、3,447.00 万元，库龄均为 1 年以内，各期末存货跌价准备计提金额均为 0。

报告期内，公司商贸百货零售价值较大的存货主要为黄金饰品，各期末公司主要黄金饰品的单价、预计可变现净值对比情况如下：

单位：元/克

2024 年 6 月 30 日		
商品名称	成本单价	预计可变现净值
足金古法金	333.29	500.88
足金手镯	340.61	500.88
其他足金饰品	308.14	500.88
足金高精工	370.38	500.88
足金金条	295.45	500.88
2023 年 12 月 31 日		

商品名称	成本单价	预计可变现净值
足金古法金	322.63	425.84
足金手镯	326.57	425.84
其他足金饰品	301.42	425.84
足金高精工	362.46	425.84
足金金条	276.27	425.84
<b>2022年12月31日</b>		
商品名称	成本单价	预计可变现净值
足金手镯	329.71	361.95
足金古法金	323.71	361.95
其他足金饰品	294.99	361.95
足金高精工	339.85	361.95
足金金条	271.80	361.95
<b>2021年12月31日</b>		
商品名称	成本单价	预计可变现净值
其他足金饰品	280.17	330.97
足金手镯	325.15	330.97
足金古法金	304.71	330.97
足金金条	262.60	330.97
足金高精工	328.44	330.97

注：上述黄金饰品的预计可变现净值=黄金公允价格-估计的销售费用及相关税费，黄金公允价格数据来源于金投网中国黄金行情价格。

根据上表，报告期各期末，公司主要产品预计可变现净值均高于成本，公司对商贸百货零售业务的存货未计提存货跌价准备具有合理性。

## (2) 新消费新零售业务存货跌价准备计提充分性分析

报告期各期末，公司新消费新零售业务的存货余额分别为 1,412.39 万元、3,910.19 万元、3,093.48 万元、1,564.45 万元，库龄主要在 1 年以内。公司综合考虑期末存货的库龄、市场行情等实际情况，对存货进行减值测试，将存货的账面成本与其可变现净值进行比较。报告期各期，公司分别计提了新消费新零售业务的存货计提存货跌价准备 0 万元、75.44 万元、73.09 万元、0 万元，已计提跌价准备的存货在报告期内均已转销，截至报告期末存货跌价准备余额为 0。报告期内，公司新消费新零售业务少量存货计提跌价准备的主要原因为：部分食品类存货存在已经过期或即将过期的情况，预计无法对外实现销售，因此对该部分存货全额计提存货跌价准备。

公司新消费新零售业务存货主要包括化妆品和食品，报告期各期末主要商品平均成本、预计可变现净值情况如下：

2024年6月30日			
商品名称	单价单位	商品平均成本	预计可变现净值
腰果	元/吨	40,399.84	43,641.15
植村秀羽纱持妆定妆水 100ml	元/个	133.97	261.06
CPB 肌肤之钥长管隔离霜 37ml	元/个	234.96	477.88
SK2 基础护肤套组	元/套	1,003.75	1,221.24
板腱牛排 1000g	元/包	87.16	89.65
2023年12月31日			
商品名称	单价单位	商品平均成本	预计可变现净值
植村秀羽纱持妆定妆水 100ml	元/个	133.97	136.17
CPB 肌肤之钥长管隔离霜 37ml	元/个	234.96	384.79
SK2 基础套装	元/套	1,003.75	1,073.55
科颜氏白泥净肤面膜 清洁提亮 125ml	元/个	121.29	128.26
SKII 光蕴臻采焕亮精华露	元/个	735.92	788.91
2022年12月31日			
商品名称	单价单位	商品平均成本	预计可变现净值
可可琪可思曼奢养修护涂抹面膜	元/盒	106.20	115.04
德运高钙全脂调制乳粉	元/袋	41.20	69.91
德运 1L 全脂	元/盒	8.58	9.65
cocochi 日本 AG 抗糖涂抹面膜小蓝罐	元/盒	106.20	115.04
德运全脂奶粉	元/袋	24.87	25.75
2021年12月31日			
商品名称	单价单位	商品平均成本	预计可变现净值
ccocochi 日本 AG 抗糖净柔卸妆膏	元/盒	61.06	130.97
cocochi 日本 AG 睡眠面膜小肌蛋	元/盒	101.76	139.82
cocochi 日本 AG 抗糖面膜金色	元/盒	63.27	92.92
cocochi 日本 AG 补水面膜蓝色	元/盒	63.27	92.92
cocochi 日本 AG 抗糖涂抹面膜小蓝罐	元/盒	106.19	115.04

注：上述商品的可变现净值=预计售价-估计的销售费用及相关税费，预计售价来源于销售合同订单价或者化妆品官方店铺公允价。

根据上表，报告期各期末，公司主要产品预计可变现净值均高于成本，公司新消费新零售业务对应的存货跌价准备已计提充分。

### (3) 商业管理业务存货跌价准备计提充分性分析

报告期各期末，公司商业管理业务的存货余额分别为 12,419.14 万元、11,959.98 万元、0 万元、0 万元，均为公司亚欧国际项目尚未出售的房产，2021 年末库龄为 1 年以内，2022 年末库龄为 1-2 年。

2021 年末、2022 年末，公司商业管理业务的存货账面单位成本、预计可变现净值情况如下：

单位：万元

2022 年 12 月 31 日				
商品名称	期末余额	测绘面积（万平方米）	单价成本	预计可变现净值
亚欧国际写字楼	11,959.98	0.65	1.77	2.67
2021 年 12 月 31 日				
商品名称	期末余额	测绘面积（万平方米）	单价成本	预计可变现净值
亚欧国际写字楼	12,419.14	0.68	1.84	2.15

根据上表，报告期各期末公司待售写字楼的预计可变现净值均高于成本，公司对商业管理业务的存货未计提存货跌价准备具有合理性。

综上，报告期各期末，除对部分已经过期或即将过期的食品全额计提了减值准备外，公司其他存货的可变现净值均高于成本，未计提存货跌价准备的依据充分。

#### 4、存货周转率低于同行业可比公司的合理性

报告期各期，公司存货周转率分别为 1.18 次、2.25 次、3.08 次、4.07 次。公司与同行业可比公司存货周转率的比较情况如下：

单位：次

公司名称	2024 年 1-6 月 (注 1)	2023 年度	2022 年度	2021 年度
富森美	0.96	1.17	1.57	2.18
轻纺城（注 2）	7,085.22	未披露		
国芳集团	3.69	4.10	3.65	5.18
中兴商业	5.08	5.07	4.52	6.05
跨境通	10.48	10.85	12.81	6.54
若羽臣	2.92	3.12	3.16	3.03
同行业可比公司 平均值	<b>4.63</b>	<b>4.86</b>	<b>5.14</b>	<b>4.60</b>
丽尚国潮	<b>4.07</b>	<b>3.08</b>	<b>2.25</b>	<b>1.18</b>
丽尚国潮（剔除 存货中的房产）	<b>4.07</b>	<b>5.14</b>	<b>6.53</b>	<b>4.76</b>

注 1：存货周转率=营业成本/存货平均余额，2024 年 1-6 月存货周转率已经过年化处理。

注 2：轻纺城 2021-2023 各期期末均无存货。计算 2021-2023 存货周转率时候将该公司剔除。2024 年 6 月末轻纺城存货金额为 13.57 万元，与同行业可比公司存在较大差异，在计算 2024

年 1-6 月同行业可比公司平均存货周转率时已将其剔除。

根据上表，报告期内，公司存货周转率低于同行业可比公司平均水平，具体分析如下：

**(1) 2021 年末、2022 年末公司存货中的房产余额较大，拉低 2021-2023 年公司存货周转率**

2021 年末、2022 年末，公司存货余额分别为 17,022.85 万元、19,532.45 万元，其中库存房产金额分别为 12,419.14 万元、11,959.98 万元，受该因素影响，导致公司 2021-2023 年公司存货周转率较低。剔除存货中的房产后，报告期各期公司存货周转率分别为 4.76、6.53、5.14、4.07，与公司同行业可比公司相比处于合理范围内。

**(2) 2021 年、2024 年 1-6 月公司新消费新零售业务规模小，拉低公司同期存货周转率**

公司新消费新零售业务与同行业可比公司存货周转率对比情况如下：

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
若羽臣	2.92	3.12	3.16	3.03
跨境通	10.48	10.85	12.81	6.54
同行业可比公司平均值	<b>6.70</b>	<b>6.99</b>	<b>7.99</b>	<b>4.79</b>
公司	<b>1.02</b>	<b>5.16</b>	<b>8.44</b>	<b>2.00</b>

注：存货周转率=营业成本/存货平均余额，2024 年 1-6 月存货周转率已经过年化处理。

根据上表，报告期各期，公司新消费新零售业务存货周转率整体变动趋势与同行业可比公司一致，2021 年、2024 年 1-6 月公司新消费新零售业务存货周转率低于同行业可比公司，2022 年、2023 年公司新消费新零售业务存货周转率介于同行业可比公司若羽臣、跨境通的存货周转率之间。

公司于 2021 年四季度开始布局新消费新零售，当年的业务规模较小，导致存货周转率较低。

2024 年 1-6 月，公司新消费新零售业务周转率低于同行业可比公司，主要系 2024 年 1-6 月公司新消费新零售业务收入大幅减少，导致存货周转率较低。2024 年 1-6 月公司新消费新零售业务收入变动的具体原因详见“问题 4./一、/(一)/2、/(1) 最近一期公司新消费新零售业务收入大幅下滑的具体原因”。

综上，报告期内，公司存货周转率低于同行业可比公司平均水平，主要原因为：1) 2021 年末、2022 年末公司存货中的房产余额较大；2) 2021 年、2024 年

1-6月公司新消费新零售业务规模小导致新消费新零售业务存货周转率较低。公司存货周转率低于同行业可比公司具有合理性。

**(四) 结合杭州存济妇儿医院管理有限公司的资信情况和回款能力,说明长期应收款坏账准备计提的充分性**

**1、长期应收款的基本情况**

**(1) 长期应收款的业务背景及相关物业简介**

报告期内,公司长期应收款系向存济医院公司转租赁位于西湖区天目山路182号浙江省医学科学院科研楼A座及裙楼区域及其附属设备和配套设施(以下简称“天目山路182号物业”)形成的应收租赁款。天目山路182号物业位于杭州市西湖区核心地段,杭州西湖、浙江大学、黄龙体育中心等在周边1公里内,地铁3号线、10号线换乘站黄龙体育中心站C口步行距离约750米。

2021年6月,公司全资子公司丽尚控股向剑锋物业承租天目山路182号物业,租赁期限2021年6月1日至2037年5月31日,租赁面积24,099.18平方米;2021年9月、2022年3月丽尚控股已合计向剑锋物业支付全部租金2.80亿元。

2021年6月,丽尚控股向存济医院公司出租上述物业,租赁期限2021年6月1日至2037年5月31日,租金总额为6.02亿元。根据双方签署的租赁协议及补充协议,存济医院公司自2021年9月起分期向丽尚控股支付租金,2023年6月-2026年5月每个月租金为287.78万元,每3个月提前预付一次租金,每三年租金上涨6%。2021年11月,存济医院公司向丽尚控股支付250万元作为租赁上述物业的保证金,可用于抵减存济医院公司欠付的租金。截至2023年12月31日,存济医院公司累计向丽尚控股支付租金8,667.96万元。2024年2月存济医院公司应预付丽尚控股2024年3月-5月租金863.35万元,2024年5月应预付丽尚控股2024年6月-8月租金863.35万元,均未支付,已逾期。

**公司与剑锋物业、存济医院公司开展上述转租业务的背景及原因如下:**

①2016年12月,剑锋物业与浙江省医学科学院签署协议取得天目山路182号物业20年的租赁使用权。存济医院公司于2017年10月向剑锋物业承租该物业,并在该物业上开办“杭州菁华妇儿医院”。

②2021年剑锋物业为回笼资金,拟转让天目山路182号物业剩余16年(2021

年6月-2037年5月)租赁使用权。由于该物业地理位置优越且装修情况较好,在租赁市场流动性较好,为赚取租金差价,公司向剑锋物业承租了该物业,租赁期限为16年,租金总额为2.80亿元,同时将该物业转租给存济医院公司16年,预计租赁期满可累计收取存济医院公司租金合计6.02亿元。

(2) 公司转租业务相关主体之间的关系

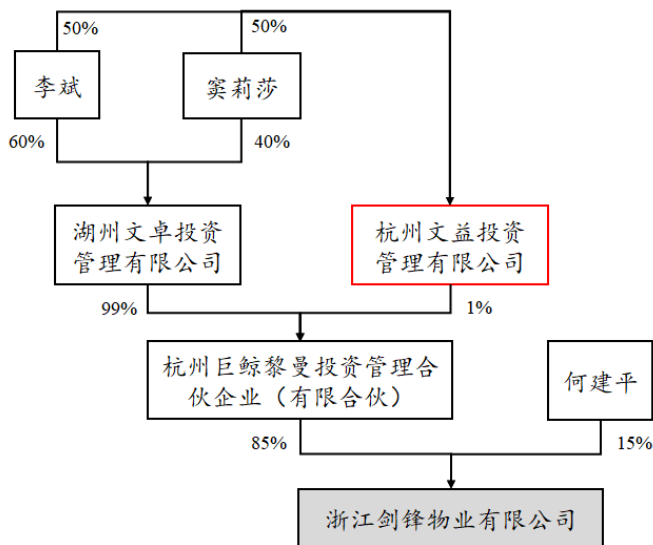
① 产权所有人: 浙江省医学科学院

天目山路182号物业的产权所有人为浙江省医学科学院,为事业单位,2019年其已与旧杭州医学院合并为杭州医学院。

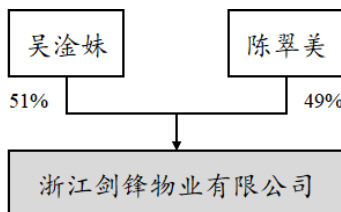
② 出租方: 剑锋物业

公司与剑锋物业不存在关联关系。

2021年公司与剑锋物业签署协议开始承租天目山路182号物业时,剑锋物业工商登记的股权结构如下:



根据工商变更信息,2022年1月20日,原股东杭州巨鲸黎曼投资管理合伙企业(有限合伙)、何建平分别将其所持的剑锋物业85%、15%股权转让给吴淦妹、陈翠美,上述股权转让后至今,剑锋物业的股权结构如下:



③ 承租方: 存济医院公司





### ①租赁开始日入账情况

在租赁开始日，公司向剑锋物业支付租金（不含税）取得的使用权资产价值为：公司 2021 年已向剑锋物业支付的 2 亿元租金扣除增值税及 2022 年应向剑锋物业支付的 0.8 亿元租金扣除增值税并折现（折现率为同期贷款利率），合计 2.55 亿元。

根据《企业会计准则第 21 号——租赁》第十七条，使未来租赁期限内公司各期应收租金（不含税） $R_i$  折现后的现值等于公司向剑锋物业支付租金（不含税）取得的使用权资产价值 2.55 亿元的折现率  $r$  为租赁内含利率，计算公式如下：

$$\sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} = 2.55 \text{ 亿元}$$

根据上述公式计算，租赁内含利率  $r$  为 10.38%。

2021 年公司在将天目山路 182 号物业出租给存济医院公司时，将使用权资产 2.55 亿元转为长期应收款余额。

### ②租赁期内的会计处理

在租赁期内每期，公司在合同约定的收租时点冲减“长期应收款-租赁收款额”，并根据期初长期应收款余额与租赁内含利率的乘积摊销“长期应收款-未实现融资收益”并确认收入。以 2021 年收到存济医院公司支付租金 3,257.88 万元情况为例，对应的会计处理如下：

会计科目	借（万元）	贷（万元）	备注
银行存款（注）	3,257.88		收取租金金额（含税）
长期应收款-租赁收款额		2,988.88	收取租金金额（不含税）
应交税费-增值税销项税		269.00	9%增值税金额

注：2024 年 2 月存济医院公司应预付丽尚控股 2024 年 3 月-5 月租金 863.35 万元，2024 年 5 月应预付丽尚控股 2024 年 6 月-8 月租金 863.35 万元，均未支付，公司进行上述会计处理时将已到合同约定付款时点但尚未收到的租金，确认为应收账款余额。

2021 年 6 月 1 日起租，2021 年应确认收入金额 = 期初长期应收款余额 × 租赁内含利率 × 7/12 = 25,516.10 × 10.38% × 7/12 = 1,545.00 万元。会计处理如下：

会计科目	借 (万元)	贷 (万元)	备注
长期应收款-未实现融资收益	1,545.00		2021年6月1日起租, 2021年应确认的收入金额=期初长期应收款余额×租赁内含利率×7/12=25,516.10×10.38%×7/12=1,545.00万元。
其他业务收入		1,545.00	

### ③报告期末账面价值情况

截至2024年6月30日,公司对存济医院公司的应收账款余额为1,726.71万元,编制2024年半年报时已按上述应收账款余额扣减收到的保证金250万元的差额1,476.71万元单项计提坏账准备。截至2024年6月30日,公司长期应收账款(含一年内到期的长期应收款)余额为23,710.15万元,编制2024年半年报时已按2%比例计提坏账准备474.20万元,公司长期应收账款账面价值为23,235.95万元。

报告期各期末,公司长期应收款(含一年内到期的长期应收款)情况如下:

单位:万元

项目	2024-6-30	2023-12-31	2022-12-31	2021-12-31
长期应收款-余额	23,070.29	23,403.39	23,133.55	23,696.59
长期应收款-减值准备	461.41	468.07	231.34	-
<b>长期应收款-账面价值</b>	<b>22,608.89</b>	<b>22,935.32</b>	<b>22,902.21</b>	<b>23,696.59</b>
一年内到期的长期应收款-余额	639.86	601.49	652.20	375.63
一年内到期的长期应收款-减值准备	12.80	12.03	6.52	-
<b>一年内到期的长期应收款-账面价值</b>	<b>627.06</b>	<b>589.46</b>	<b>645.68</b>	<b>375.63</b>
<b>账面价值合计</b>	<b>23,235.95</b>	<b>23,524.78</b>	<b>23,547.89</b>	<b>24,072.22</b>

## 2、存济医院公司资信情况和回款能力

### (1) 存济医院公司的债务情况

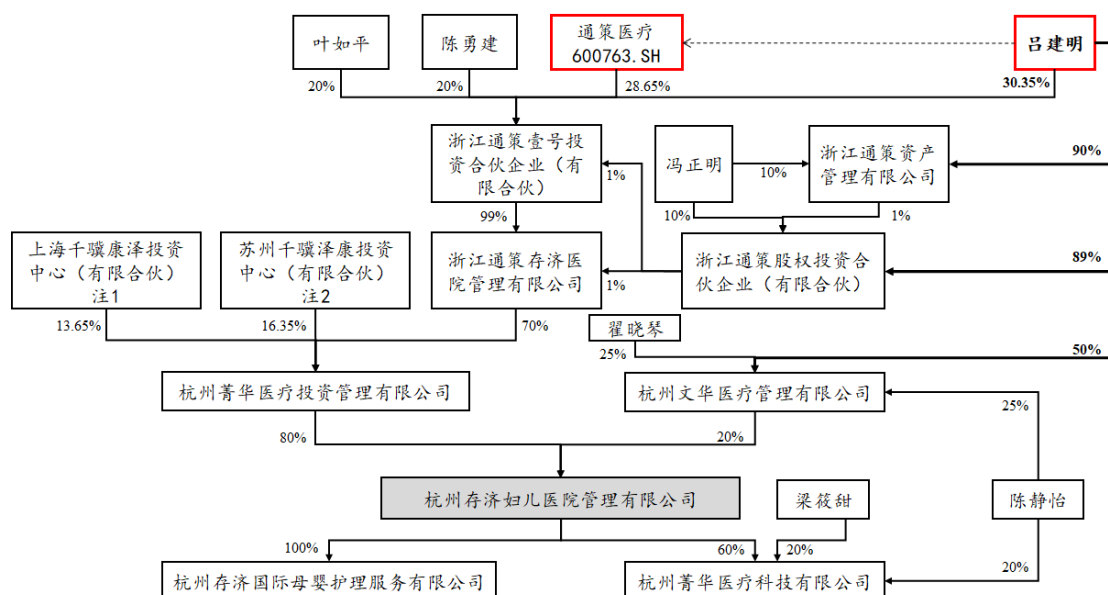
因与员工的劳动合同纠纷,以及与装修、设备、消防设施等供应商的经济纠纷,存济医院公司于2024年3月6日、2024年4月7日被列为失信被执行人,涉案金额合计1,210.03万元。

### (2) 存济医院公司股东结构、经营及资产情况

存济医院公司设立于2017年10月,注册资本为2.4亿元,股东包括杭州菁华医疗投资管理有限公司(持股比例80%,认缴出资1.92亿元)和杭州文华医

疗管理有限公司（持股比例 20%，认缴出资 0.48 亿元）。杭州菁华医疗投资管理有限公司的控股股东为浙江通策存济医院管理有限公司（以下简称“通策存济医院公司”），持股比例为 70%，其实际控制人为上市公司通策医疗（600763）实际控制人吕建明；杭州文华医疗管理有限公司的控股股东为吕建明，持股比例为 50%。

存济医院公司股权结构如下图所示：



存济医院公司的工商登记信息显示，杭州文华医疗管理有限公司对存济医院公司的认缴出资 0.48 亿元尚未实缴。《公司法》第五十四条规定：“公司不能清偿到期债务的，公司或者已到期债权的债权人有权要求已认缴出资但未届出资期限的股东提前缴纳出资。”据此，存济医院公司债权人可要求杭州文华医疗管理有限公司提前缴纳出资，该公司控股股东为吕建明。

存济医院公司租赁上述物业后对该物业进行了精装修，并购置了医疗设备、办公设备及有关设施，累计总投资金额合计约 1.73 亿元。

2022 年存济医院公司陆续收到杭州西湖区卫健委出具的罚款、警告等 5 项行政处罚，由于经营不善，2023 年在天目山路 182 号物业上停止经营“杭州菁华妇儿医院”，但将该物业交由其间接控股股东通策存济医院公司使用，具体情况如下：2023 年 6 月，通策存济医院公司在该物业上开办了“杭州西湖存济医院”（医疗机构执业许可证有效期至 2028 年 4 月 12 日），同时该医院与浙江省肿瘤医院在该物业上合办了“浙江省肿瘤医院国际保健中心”（以下简称“国际

保健中心”）。截至 2024 年 6 月 30 日，杭州西湖存济医院及国际保健中心仍在正常经营。

### （3）公司对存济医院公司和担保人起诉及财产保全情况

根据 2021 年丽尚控股、存济医院公司、何建平、陈勇建签署有关协议约定，何建平、陈勇建作为担保方为存济医院公司租赁天目山路 182 号物业所产生的租金支付等义务提供无限连带责任担保。

为确保公司相关权益不受损失，2024 年 7 月 18 日公司已向西湖区法院提起对存济医院公司及上述担保人的诉讼程序，要求支付租金及违约金，并解除相关租赁协议及补充协议，7 月 19 日已完成诉前调解立案，10 月 22 日完成诉讼立案，西湖区法院已于 11 月 29 日开庭审理本案。

公司通过西湖区法院仅冻结存济医院公司及担保人何建平、陈勇建的银行存款合计 7.90 万元以及陈勇建持有的浙江通策壹号投资合伙企业（有限合伙）部分股权（对应出资额 3,050.5122 万元）。

综上，存济医院公司 2024 年已被列为失信被执行人，资信情况和还款能力较差，其在天目山路 182 号物业上已投入较大金额进行精装修及购置设备设施；存济医院公司的实际控制人为上市公司通策医疗（600763）实际控制人吕建明，存济医院公司的股东杭州文华医疗管理有限公司认缴的出资 0.48 亿元尚未实缴，根据《公司法》，如存济医院公司不能向公司支付到期租金，公司可要求杭州文华医疗管理有限公司对存济医院公司缴纳出资；公司已对存济医院公司提起诉讼，要求其支付租金及违约金，并解除相关租赁协议及补充协议。

### 3、整体招租和分层招租情况

公司已加紧与存济医院公司沟通协商终止租赁协议，推动其**间接控股股东通策存济医院公司及其设立的杭州西湖存济医院**的清退，预计最快在 2024 年 12 月、最迟在 2025 年 3 月完成**通策存济医院公司及杭州西湖存济医院**的清退。

目前，公司正积极开展天目山路 182 号物业的招租工作，具体如下：

①**整体招租情况**：自 2024 年 3 月起多家意向承租方与公司接洽拟整体承租**天目山路 182 号物业**。最新意向承租方于**2024 年 10 月开始与公司接触和洽谈**，其已对该物业及周边环境进行实地考察，拟整体承租该物业用于经营康复医院。该意向承租方注册资本约 2 亿元，重要股东为大型央企，其为国内排名前列的大

型医疗康养企业，已在杭州、上海、广州等地开设多家医疗康养机构，床位数超 7,500 张，为失能、失智老人提供“医、养、康、护”全方位、专业化系统服务，目前处于业务扩张阶段，预计其 2026 年业务收入将达 15 亿元。该意向承租方有关负责人接受中介机构访谈时表示拟承租天目山路 182 号物业的主要原因为：杭州系其康养业务核心目标市场之一，该物业地理位置优越且体量较大，现有装修情况良好且非常适配其开办康复医院；并表示初步意向租金价格为 3.1 元/平方米/天-3.2 元/平方米/天、每半年度预付一次租金。此外，公司已受邀对该意向承租方运营中的部分康复医院进行了实地考察。据此，该意向承租方整体承租意愿较强。截至本回复报告出具日，公司与该意向承租方的商业洽谈仍在推进中。

②分层招租情况：自 2024 年 8 月起公司已启动将天目山路 182 号物业分层出租或分散出租的相关准备工作，即公司拟通过对该物业的不同楼层进行区分定位、化整为零进行出租，并拟借助具有丰富经验的物业代运营机构加快分层招租工作。截至本回复报告出具日，公司已对接部分拟承租该物业部分楼层或面积的意向承租方，如果该物业整体招租进展不及预期，公司将按分层出租或分散出租的方式推进招租工作。

#### 4、长期应收款坏账准备计提的充分性分析

##### (1) 长期应收款坏账准备计提情况

根据公司会计政策，公司以预期信用损失为基础对长期应收款进行减值会计处理。截至 2024 年 6 月 30 日，公司长期应收款（含一年内到期的长期应收款）余额为 23,710.15 万元，编制 2024 年半年报时已按 2%比例计提坏账准备 474.20 万元，计提坏账后，长期应收款账面价值为 23,235.95 万元。截至 2024 年 9 月 30 日，公司长期应收款（含一年内到期的长期应收款）余额为 23,556.24 万元，编制 2024 年三季度报时已按 2%比例计提坏账准备 471.12 万元，计提坏账后，长期应收款账面价值为 23,085.12 万元。

##### (2) 编制 2024 年半年报时对截至 2024 年 6 月 30 日长期应收款减值测试情况

公司编制 2024 年半年报时，就长期应收款进行了减值测试分析，具体如下：

1) 假设在 2025 年 3 月 31 日前确定天目山路 182 号物业新的承租方，具体依据如下：①2024 年 7 月 18 日公司已向西湖区法院提起对存济医院公司及相关

担保人的诉讼程序,要求解除相关租赁协议及补充协议,公司诉讼律师预计 2025 年一季度将取得胜诉的法院判决结果;②公司已加紧与存济医院沟通协商终止租赁协议,并推动该物业的清退工作,预计最快在 2024 年 12 月、最迟在 2025 年 3 月完成清退;③该物业地理位置优越且装修情况良好,整体承租的意向承租方已与公司进行实质性谈判中,此外,公司已启动分层招租或分散招租的相关准备工作,并已对接部分拟承租该物业部分楼层或面积的意向承租方。

2) 公司 2024 年 7 月通过房产租售平台“安居客”查询天目山路 182 号物业周边的 1000 平方米以上的商业物业出租情况,平均单位租金为 3.76 元/平方米/天。保守预计该物业起始平均租金为 3.38 元/平方米/天(即  $3.76 \times 90\%$ ),则该物业租赁面积 24,099.18 平方米对应的起始租金为每半年不含税金额 1,360.08 万元(即  $3.38 \times 24,099.18 \times 182 \div 109\% \div 10000$ ),且未来租金每三年涨租 6%。

3) 参考以下公式确定折现率为 5.30%

折现率=无风险报酬率+投资风险补偿率+管理负担补偿率+缺乏流动性补偿率-投资带来的优惠率

无风险报酬率取截至基准日的 1 年期定期存款利率 1.35%,投资风险补偿率取 1 年期以上 LPR 为 3.45%,管理负担补偿率、缺乏流动性补偿率、投资带来的优惠率估计分别为 0.5%,因此:

折现率= $1.35\% + 3.45\% + 0.5\% + 0.5\% - 0.5\% = 5.30\%$

4) 租金现值计算过程

期间	折现期(年)	不含税租金(万元)	折现率	折现系数	折现值(万元)
2024.7.1-2025.3.31	-	-	-	-	-
2025.4.1-2025.9.30	0.50	1,360.08	5.30%	0.9620	1,308.40
2025.10.1-2026.3.31	1.00	1,352.61	5.30%	0.9375	1,268.07
2026.4.1-2026.9.30	1.50	1,360.08	5.30%	0.9136	1,242.57
2026.10.1-2027.3.31	2.00	1,352.61	5.30%	0.8903	1,204.22
2027.4.1-2027.9.30	2.50	1,360.08	5.30%	0.8676	1,180.00
2027.10.1-2028.3.31	3.00	1,360.08	5.30%	0.8455	1,149.95
2028.4.1-2028.9.30	3.50	1,440.56	5.30%	0.8239	1,186.87
2028.10.1-2029.3.31	4.00	1,432.64	5.30%	0.8029	1,150.27
2029.4.1-2029.9.30	4.50	1,440.56	5.30%	0.7825	1,127.24
2029.10.1-2030.3.31	5.00	1,432.64	5.30%	0.7625	1,092.39
2030.4.1-2030.9.30	5.50	1,440.56	5.30%	0.7431	1,070.48
2030.10.1-2031.3.31	6.00	1,432.64	5.30%	0.7241	1,037.38
2031.4.1-2031.9.30	6.50	1,525.06	5.30%	0.7057	1,076.23
2031.10.1-2032.3.31	7.00	1,525.06	5.30%	0.6877	1,048.78
2032.4.1-2032.9.30	7.50	1,525.06	5.30%	0.6702	1,022.09

期间	折现期 (年)	不含税租金 (万元)	折现率	折现系数	折现值 (万元)
2032.10.1-2033.3.31	8.00	1,516.68	5.30%	0.6531	990.54
2033.4.1-2033.9.30	8.50	1,525.06	5.30%	0.6364	970.55
2033.10.1-2034.3.31	9.00	1,516.68	5.30%	0.6202	940.64
2034.4.1-2034.9.30	9.50	1,617.61	5.30%	0.6044	977.68
2034.10.1-2035.3.31	10.00	1,608.72	5.30%	0.5890	947.54
2035.4.1-2035.9.30	10.50	1,617.61	5.30%	0.5740	928.51
2035.10.1-2036.3.31	11.00	1,617.61	5.30%	0.5593	904.73
2036.4.1-2036.9.30	11.50	1,617.61	5.30%	0.5451	881.76
2036.10.1-2037.3.31	12.00	1,608.72	5.30%	0.5312	854.55
2037.4.1-2037.5.31	12.50	565.11	5.30%	0.5177	292.56
合计	-	<b>36,151.73</b>	-	-	<b>25,854.00</b>

根据上述减值测试分析，截至 2024 年 6 月 30 日，天目山路 182 号物业转租租金现值 25,854.00 万元，超过长期应收款（含一年内到期的长期应收款）账面价值 23,556.24 万元。

综上，截至 2024 年 6 月 30 日，公司对长期应收款已充分计提坏账准备。

### （3）编制 2024 年季报时对截至 2024 年 9 月 30 日长期应收款减值测试情况

公司编制 2024 年季报时，就长期应收款进行了减值测试分析，具体如下：

1) 假设在 2025 年 3 月 31 日前确定天目山路 182 号物业新的承租方，并以长期租赁的形式出租，每半年预收一次租金。

2) 参考周边相似物业的租金水平并根据区位状况、实物状况进行修正，结合公司与意向承租方洽谈租金水平、现有租赁协议有关每三年涨租 6% 的条款，保守预计该物业起始租金不低于 3.10 元/平方米/天，则该物业租赁面积 24,099.18 平方米对应的起始租金为每半年不含税金额 1,247.41 万元（即  $3.10 \times 24,099.18 \times 182 \div 109\% \div 10000$ ），每三年涨租 6%。

3) 参考以下公式确定折现率为 5.20%

折现率=无风险报酬率+投资风险补偿率+管理负担补偿率+缺乏流动性补偿率-投资带来的优惠率

无风险报酬率取截至基准日的 1 年期定期存款利率 1.35%，投资风险补偿率取 1 年期以上 LPR 为 3.35%，管理负担补偿率、缺乏流动性补偿率、投资带来的优惠率估计分别为 0.5%，因此：

折现率=1.35%+3.35%+0.5%+0.5%-0.5%=5.20%

4) 租金现值计算过程

期间	折现期 (年)	不含税租金 (万元)	折现率	折现系数	折现值 (万元)
2024.10.1-2025.3.31	-	-	-	-	-
2025.4.1-2025.9.30	0.50	1,247.41	5.20%	0.9750	1,216.00
2025.10.1-2026.3.31	1.00	1,240.56	5.20%	0.9506	1,179.00
2026.4.1-2026.9.30	1.50	1,247.41	5.20%	0.9268	1,156.00
2026.10.1-2027.3.31	2.00	1,240.56	5.20%	0.9036	1,121.00
2027.4.1-2027.9.30	2.50	1,247.41	5.20%	0.8810	1,099.00
2027.10.1-2028.3.31	3.00	1,247.41	5.20%	0.8589	1,071.00
2028.4.1-2028.9.30	3.50	1,323.86	5.20%	0.8374	1,109.00
2028.10.1-2029.3.31	4.00	1,316.59	5.20%	0.8165	1,075.00
2029.4.1-2029.9.30	4.50	1,323.86	5.20%	0.7960	1,054.00
2029.10.1-2030.3.31	5.00	1,316.59	5.20%	0.7761	1,022.00
2030.4.1-2030.9.30	5.50	1,323.86	5.20%	0.7567	1,002.00
2030.10.1-2031.3.31	6.00	1,316.59	5.20%	0.7377	971.00
2031.4.1-2031.9.30	6.50	1,404.34	5.20%	0.7193	1,010.00
2031.10.1-2032.3.31	7.00	1,404.34	5.20%	0.7013	985.00
2032.4.1-2032.9.30	7.50	1,404.34	5.20%	0.6837	960.00
2032.10.1-2033.3.31	8.00	1,396.62	5.20%	0.6666	931.00
2033.4.1-2033.9.30	8.50	1,404.34	5.20%	0.6499	913.00
2033.10.1-2034.3.31	9.00	1,396.62	5.20%	0.6337	885.00
2034.4.1-2034.9.30	9.50	1,488.84	5.20%	0.6178	920.00
2034.10.1-2035.3.31	10.00	1,480.66	5.20%	0.6023	892.00
2035.4.1-2035.9.30	10.50	1,488.84	5.20%	0.5873	874.00
2035.10.1-2036.3.31	11.00	1,488.84	5.20%	0.5726	852.00
2036.4.1-2036.9.30	11.50	1,488.84	5.20%	0.5582	831.00
2036.10.1-2037.3.31	12.00	1,480.66	5.20%	0.5443	806.00
2037.4.1-2037.5.31	12.50	520.01	5.20%	0.5306	276.00
<b>合计</b>	-	<b>33,239.40</b>	-	-	<b>24,210.00</b>

根据上述减值测试分析，截至 2024 年 9 月 30 日，天目山路 182 号物业转租租金现值为 24,210.00 万元，超过长期应收款（含一年内到期的长期应收款）账面价值 23,085.12 万元。

综上，截至 2024 年 9 月 30 日，公司对长期应收款已充分计提坏账准备。

#### （4）对截至 2024 年 9 月 30 日长期应收款对应的物业转租租金现值进行评估的情况

2024 年 10 月公司安排格律（上海）资产评估有限公司（以下简称“格律资产评估”）对天目山路 182 号物业转租租金现值进行评估，评估基准日为 2024 年 9 月 30 日。格律资产评估于 2024 年 11 月出具《丽尚国潮(浙江)控股有限公司拟了解转租租金现值涉及的位于杭州市西湖区天目山路 182 号杭州医学院（原浙江省医学科学院）科研楼 A 座及裙楼区域及其附属设备和配套设施转租租金现值资产评估报告》，评估结果为截至 2024 年 9 月 30 日天目山路 182 号物业转租租金现值为 24,210.00 万元，超过截至 2024 年 9 月 30 日长期应收款（含一年



内到期的长期应收款)账面价值 23,085.12 万元,也超过截至 2024 年 6 月 30 日长期应收款(含一年内到期的长期应收款)账面价值 23,905.12 万元。

综上,截至 2024 年 6 月 30 日、2024 年 9 月 30 日,公司对长期应收款(含一年内到期的长期应收款)已充分计提坏账准备。

#### 5、截至 2024 年 12 月 31 日长期应收款减值风险分析

(1) 公司在 2025 年 3 月 31 日前确定新的承租方,但租金不及预期的情形假设在 2025 年 3 月 31 日前,公司确定天目山路 182 号物业新的承租方,完成该物业的整栋租赁或分层租赁,但起始租金较 3.10 元/平方米/天分别下调 5%、10%,则该物业相关长期应收款截至 2024 年 12 月 31 日的租金折现值及减值金额测算如下:

起始租金(元/平方米/天)	起始租金变动幅度	初始收租日	截至 2024 年 12 月 31 日租金折现值(万元) (注 1)	截至 2024 年 12 月 31 日减值金额(万元) (注 2)
3.10	-	2025 年 4 月 1 日	24,519.22	未减值
2.95	-5%		23,328.00	未减值
2.79	-10%		22,063.87	1,021.25

注 1:租金在起始租金的基础上每三年涨 6%,折现率为 5.20%,每半年预收租金一次,租赁期限为 2025 年 4 月 1 日-2037 年 5 月 31 日。

注 2:截至 2024 年 12 月 31 日减值金额=截至 2024 年 12 月 31 日租金折现值-截至 2024 年 9 月 30 日长期应收款(含一年内到期)账面价值 23,085.12 万元。

#### (2) 公司编制 2024 年度报告前尚未确定新的承租方的情形

2024 年 7 月公司已向西湖区法院提起对存济医院公司及相关担保人的诉讼程序,要求解除相关租赁协议及补充协议,公司诉讼律师预计 2025 年一季度将取得胜诉的法院判决结果。

假设在编制 2024 年度报告前,公司尚未确定天目山路 182 号物业新的承租方,拟根据《企业会计准则》将该物业转租形成的长期应收款(截至 2024 年 12 月 31 日账面价值 23,085.12 万元)转为使用权资产列报,该项使用权资产账面价值的测算如下:该物业自 2021 年 6 月租赁开始日即确认使用权资产账面价值 25,520.36 万元,按照租赁期 16 年进行摊销,截至 2024 年 12 月 31 日该项使用权资产的账面价值金额为 19,804.86 万元。前述使用权资产与长期应收款的账面价值差额 3,280.26 万元计入当期损益,并扣减公司 2024 年度利润总额。

#### 6、风险提示

公司已在募集说明书“重大事项提示”之“二、特别风险提示”中披露长期应收款相关风险，具体如下：

**“（六）天目山路 182 号物业转租合同不能履约以及长期应收款减值的风险**

2021 年 6 月，公司全资子公司丽尚控股向剑锋物业承租位于西湖区天目山路 182 号浙江省医学科学院科研楼 A 座及裙楼区域及其附属设备和配套设施（以下简称“天目山路 182 号物业”），租赁期限为 2021 年 6 月 1 日至 2037 年 5 月 31 日，租赁面积 24,099.18 平方米；2021 年 9 月、2022 年 3 月丽尚控股已合计向剑锋物业支付全部租金 2.80 亿元。

2021 年 6 月，丽尚控股向**存济医院公司**出租上述物业，租赁期限为 2021 年 6 月 1 日至 2037 年 5 月 31 日。根据双方签署的租赁协议及补充协议，**存济医院公司**自 2021 年 9 月起分期向丽尚控股支付租金，租金总额为 6.02 亿元，2023 年 6 月-2026 年 5 月每个月租金为 287.78 万元，之后每三年租金上涨 6%，租金支付方式：**存济医院公司**每 3 个月提前预付一次租金。2021 年 11 月，**存济医院公司**向丽尚控股支付 250 万元作为租赁上述物业的保证金，可用于抵减**存济医院公司**欠付的租金。截至 2023 年 12 月 31 日，**存济医院公司**累计向丽尚控股支付租金 8,667.96 万元。

2024 年 2 月**存济医院公司**应预付丽尚控股 2024 年 3 月-5 月租金 863.35 万元，2024 年 5 月**存济医院公司**应预付丽尚控股 2024 年 6 月-8 月租金 863.35 万元。截至 2024 年 6 月 30 日，公司应收**存济医院公司**租金合计 1,726.71 万元。2024 年 7 月，公司向杭州市西湖区人民法院（以下简称“西湖区法院”）起诉**存济医院公司**及担保人何建平、陈勇建，要求**存济医院公司**及担保人支付上述欠付租金及违约金，并解除公司与**存济医院公司**已签署的租赁协议及补充协议。

公司通过西湖区法院仅冻结了**存济医院公司**及上述担保人少量的银行存款以及部分股权，且公司与拟租赁天目山路 182 号物业的新的意向承租方的商业洽谈仍在推进中，**尚未签约**。因此，基于谨慎性原则，公司将截至 2024 年 6 月 30 日对**存济医院公司**应收账款余额 1,726.71 万元扣减**存济医院公司**保证金 250 万元的差额 1,476.71 万元进行单项计提**坏账准备**。

截至**2024 年 6 月 30 日**，公司与天目山路 182 号物业相关的长期应收款（含一年内到期的长期应收款）账面价值为 23,235.95 万元。**虽然目前公司正在积极**

推动该物业的清退工作，以及整体招租和分层招租工作，并已对接部分意向承租方，但若公司在 2025 年 3 月 31 日前确定的新承租方的租金价格不及预期，则公司存在对上述物业相关长期应收款计提减值的风险；若 2025 年 3 月 31 日前未能确定该物业新的承租方，公司存在将上述物业转租形成的长期应收款转为使用权资产列报并将账面价值损失扣减利润总额的风险，如将截至 2024 年 12 月 31 日长期应收款转为使用权资产列报，经测算，公司 2024 年度利润总额将减少 3,280.26 万元。”

(五)报告期内公司存货、固定资产、投资性房地产等相互转化的具体情况、金额、原因，投资性房地产出租情况及固定资产是否闲置，报告期内相关投资性房地产、固定资产减值测试的具体情况，是否存在应计提减值而未计提的情形。

1、报告期内公司存货、固定资产、投资性房地产等相互转化的具体情况、金额、原因

期间	涉及主体	转出科目	转入科目	账面价值金额(万元)	转化原因
2024 年 1-6 月	兰州丽尚亚欧商业管理有限公司	投资性房地产	固定资产	22,011.89	2024 年 6 月，公司改变亚欧国际大厦 38 楼-40 楼、42 楼-46 楼的持有目的，由对外出租转为用于本次募投项目“兰州中高端酒店投资开发项目”使用，相应资产调整列报于固定资产和无形资产
		投资性房地产	无形资产	2,019.53	
2023 年度	兰州丽尚亚欧商业管理有限公司	存货	投资性房地产	11,106.89	2023 年 9 月，公司改变亚欧国际大厦剩余尾盘商品房的持有目的，其中 22 套作为经营租赁对外出租，调整列报于投资性房地产，1 套作为办公使用调整列报于固定资产
		存货	固定资产	501.09	
	兰州亚欧商厦有限责任公司	固定资产	投资性房地产	2,393.86	2023 年 9 月，公司改变亚欧商厦大楼 7-8 楼的持有目的，由自用转为对外出租，相应资产调整列报于投资性房地产
2022 年度	兰州丽尚亚欧商业管理有限公司	固定资产	投资性房地产	102,432.38	2022 年 12 月，公司改变亚欧国际大厦 1-12 楼和 38-55 楼的持有目的，由自用转为对外出租，相应资产调整列报于投资性房地产
		无形资产	投资性房地产	9,398.72	

注：2021 年度公司存货、固定资产、投资性房地产等不涉及相互转化的情形。

综上所述，报告期内公司存货、固定资产、无形资产、投资性房地产相互转化主要系公司为实现资产效益最大化，根据市场行情、公司经营计划而改变资产

持有目的所致。

## 2、投资性房地产出租情况及固定资产闲置情况

### (1) 投资性房地产出租情况

报告期各期末，公司投资性房地产账面价值分别为 112,275.69 万元、220,730.49 万元、224,878.13 万元和 195,802.91 万元，具体由杭州环北、南京环北、亚欧商厦、亚欧商管四个主体持有，相关出租情况如下：

项目	2024年6月30日			2023年12月31日		
	可供出租面积(m <sup>2</sup> )	已出租面积(m <sup>2</sup> )	出租率	可供出租面积(m <sup>2</sup> )	已出租面积(m <sup>2</sup> )	出租率
杭州环北丝绸服装城有限公司	26,856.05	24,986.38	93.04%	26,860.58	24,781.04	92.26%
南京环北市场管理服务有限公司	21,185.89	20,373.87	96.17%	21,215.85	20,297.55	95.67%
兰州亚欧商厦有限责任公司	12,731.81	10,515.00	82.59%	12,731.81	8,792.80	69.06%
兰州丽尚亚欧商业管理有限公司	57,189.92	54,641.83	95.54%	70,881.06	53,292.32	75.19%
<b>合计</b>	<b>117,963.67</b>	<b>110,517.08</b>	<b>93.69%</b>	<b>131,689.30</b>	<b>107,163.71</b>	<b>81.38%</b>

续上表

项目	2022年12月31日			2021年12月31日		
	可供出租面积(m <sup>2</sup> )	已出租面积(m <sup>2</sup> )	出租率	可供出租面积(m <sup>2</sup> )	已出租面积(m <sup>2</sup> )	出租率
杭州环北丝绸服装城有限公司	26,859.34	24,244.60	90.27%	26,649.97	26,266.38	98.56%
南京环北市场管理服务有限公司	21,128.80	19,700.49	93.24%	21,128.80	19,649.36	93.00%
兰州亚欧商厦有限责任公司	-	-	-	-	-	-
兰州丽尚亚欧商业管理有限公司	64,890.98	57,173.18	88.11%	-	-	-
<b>合计</b>	<b>112,879.12</b>	<b>101,118.27</b>	<b>89.58%</b>	<b>47,778.77</b>	<b>45,915.74</b>	<b>96.10%</b>

上表中，杭州环北、南京环北各期末的可供出租面积小幅变化，主要系内部零星装修改造导致的商铺面积变化。亚欧商厦、亚欧商管各期末的可供出租面积变化，主要系公司持有相关物业的目的变化导致可供出租面积变化。

报告期各期末，杭州环北、南京环北的投资性房地产出租率均高于 90%，出租率较高。2022 年亚欧商厦的投资性房地产出租率为 69.29%，相对较低，主要

系 2023 年 9 月亚欧商厦大楼 7-8 楼才调整为出租，招租时间尚短所致，2024 年 6 月末亚欧商厦的投资性房地产出租率已提高至 82.86%。2023 年末亚欧商管的投资性房地产出租率为 75.19%，低于其他期间，主要系个别承租方解除租赁合同所致，2024 年 6 月末亚欧商管的投资性房地产出租率已提高至 95.54%。

综上所述，报告期内公司投资性房地产出租情况良好。

#### (2) 固定资产闲置情况

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 131,847.42 万元、22,876.06 万元、19,648.40 万元和 39,939.38 万元。报告期内，公司固定资产使用情况良好，不存在固定资产闲置的情形。

### 3、报告期内相关投资性房地产、固定资产减值测试的具体情况，是否存在应计提减值而未计提的情形

#### (1) 相关投资性房地产、固定资产减值迹象的判断

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，企业对于存在减值迹象的投资性房地产、固定资产应按照账面价值和可收回金额孰低的原则计提减值准备。报告期各期末，公司对投资性房地产、固定资产是否存在减值迹象分析如下：

序号	判断标准	是否存在减值迹象	理由
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	否	报告期内公司资产主要用于日常经营，不存在跌幅显著高于因时间的推移或正常使用而预计的下跌情形
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	否	报告期内公司经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场未发生重大变化，未对公司产生不利影响
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	否	报告期内市场利率或者其他市场投资报酬率未明显提高，公司资产主要用于日常经营，不存在导致资产可收回金额大幅度降低的情形
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	否	公司定期盘点等方式对资产进行观察、确认，不存在陈旧过时或者其实体已经损坏的情况
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	否	报告期各期末，公司资产不存在已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置情况

6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期,如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等	否	报告期内公司拥有较好的营业利润,不存在资产的经济绩效已经低于或者将低于预期等情形
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否	不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象

根据上表,公司投资性房地产、固定资产使用状况良好,不存在减值迹象。

经查询公司主要投资性房地产、固定资产所在地周边的房产出售价格或者与公司房产评估价格对比,亦不存在减值的情况。截至报告期末,公司主要房产的单位账面价值、市场价格如下:

项目	2024年6月末账面价值(万元)		合计金额(万元)	实际建筑面积(平方米)	单位面积账面价值(万元/平方米)	市场价格(万元/平方米)	是否存在减值迹象
	固定资产	投资性房地产					
杭州环北	399.65	75,193.16	75,592.81	48,626.21	1.55	2.56 (注1)	否
南京环北	165.11	25,001.31	25,166.42	47,307.45	0.53	均在1万元/平方米以上 (注2)	否
亚欧商管	6,222.93	117,275.20	123,498.13	91,630.27	1.35	2.00~3.50 (注3)	否
亚欧商厦	11,919.56	2,497.71	14,417.27	76,587.94	0.19	1.59 (注4)	否

注1:杭州环北周边的店铺出售价格为2.56万元/m<sup>2</sup>(数据来源:安居客);

注2:南京环北周边的店铺出售价格均在1万元/m<sup>2</sup>以上(数据来源:安居客);

注3:兰州市城关区待售的写字楼价格为2~3.5万/m<sup>2</sup>(数据来源:安居客);

注4:亚欧商厦房产的市场价格参考银行贷款抵押时的评估价。

综上,报告期内,公司投资性房地产、固定资产运营情况良好,不存在上述企业会计准则所认定的减值迹象,不存在应计提减值而未计提的情形。

## 二、中介机构核查情况

### (一) 核查程序

保荐机构及申报会计师执行了如下核查程序:

1、获取发行人报告期各期各业务板块的收入金额、应收账款余额,分析各期末应收账款余额大幅增长的原因;

2、获取发行人的应收账款余额明细表,复核统计应收账款的账龄、逾期和期后回款、坏账计提情况、各期末应收账款余额前五名客户的账龄、逾期和期后回款、坏账计提情况,查看相关应收对象的还款承诺;

- 3、对报告期内发行人主要客户执行了函证和走访程序；
- 4、检查原始凭证，如销售合同、订单、销售发票、签收单、回单等收入确认的直接支持性证据，结合营业收入发生额的核查，判断发行人应收账款的增加是否真实；
- 5、通过公开渠道查询同行业可比公司的应收账款坏账计提情况，分析发行人应收账款坏账准备计提是否充分；
- 6、获取报告期内的预付账款明细表、序时账，核查主要预付账款对应的交易内容、金额、账龄、期后结转情况；核查发行人报告期各期前五名预付款供应商基本情况，核查与发行人是否存在关联关系；
- 7、结合报告期内各类公司的业务模式的变化，分析公司业务模式的变化和预付账款等往来款变化趋势是否一致，是否具有合理性；
- 8、检查预付给供应商货款的银行资金流水，核对抬头、金额等是否与合同约定一致。
- 9、获取公司库存管理制度，了解公司备货政策及存货跌价准备计提政策。
- 10、获取公司报告期内存货明细表、库龄表及存货跌价计算过程。
- 11、通过查询市场公开资料、查询期后订单价格等方式获取市场价格，比较成本与可变现净值，复核存货跌价准备。
- 12、查询同行业可比公司存货情况，对比分析公司存货周转率的合理性。
- 13、获取杭州存济妇儿医院管理有限公司与公司的转租赁合同及补充协议、租金收付凭证，检查长期应收款相关会计处理，了解长期应收款形成的背景；
- 14、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开渠道查询杭州存济妇儿医院管理有限公司的股权结构、诉讼、失信、处罚等信息；
- 15、实地走访杭州存济妇儿医院管理有限公司，了解杭州存济妇儿医院管理有限公司经营及资产情况；
- 16、查阅公司对杭州存济妇儿医院管理有限公司诉讼、财产保全相关资料；
- 17、检查公司对杭州存济妇儿医院管理有限公司长期应收款的坏账计提及减值测试情况，查阅天目山路 182 号物业周边租金市场价格情况；
- 18、查阅格律（上海）资产评估有限公司出具的评估报告，分析公司长期应收款是否存在减值情况；

19、访谈天目山路 182 号物业意向承租方有关负责人了解其基本情况和承租意向，并通过公开查询了解意向承租方背景信息。

20、获取公司 2021 年至 2024 年 6 月 30 日存货、固定资产和投资性房地产明细账，检查其相互转换会计处理方式及支撑性资料，了解转换原因；

21、获取公司 2021 年至 2024 年 6 月 30 日的租赁收入明细表，检查公司与承租方签订的租赁合同，检查租赁收入发票、收款凭证等原始资料，实地查看投资性房地产出租情况；

22、获取公司 2021 年至 2024 年 6 月 30 日的固定资产台账，了解固定资产闲置情况，实地查看固定资产使用情况；

23、复核管理层对投资性房地产、固定资产进行减值测试的相关考虑及客观证据，查询发行人主要投资性房地产、固定资产所在地周边的房产出售价格或与公司房产评估价格对比。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、有关应收账款：（1）2021 年末、2022 年末、2023 年末发行人应收账款余额主要由新消费新零售和商业管理业务形成，2024 年 6 月末发行人应收账款余额主要由新消费新零售、商业管理业务和转租业务形成。（2）2022 年末发行人应收账款增长主要系新消费新零售业务规模大幅增长所致，2023 年末发行人应收账款增长主要系受新消费新零售业务新增业务类别、产品品类以及个别客户货款结算滞后所致，2024 年 6 月末发行人应收账款增长主要系受新消费新零售部分客户回款有所滞后、转租业务客户资信情况恶化并拖欠租金、商业管理业务部分客户延后支付租金共同影响所致，相关变动原因具有合理性。（3）发行人账龄 1 年以上应收账款主要为应收测绘补差款和新消费新零售业务形成的应收账款，应收测绘补差款的收回可能性较大，新消费新零售业务账龄 1 年以上应收账款大部分已单项计提坏账准备；发行人应收账款逾期比例不存在异常，发行人期后暂未收回的应收账款主要为测绘补差款、发行人已单项计提坏账准备款项、仍在合作中并陆续回款且出具了还款承诺的客户欠款；报告期各期末发行人前五大应收账款已充分计提坏账准备；发行人与同行业可比公司的坏账准备计提政策不存在重大差异，实际坏账准备计提比例接近；因此，报告期各期末，发行人应



收账款坏账准备已充分计提。

2、有关预付账款：（1）发行人预付账款主要系新消费新零售、商贸百货零售业务形成，各期前五大预付对象中仅 2 个为发行人参股企业，其他预付对象与发行人不存在关联关系。（2）报告期内，随新消费新零售业务规模大幅增长，预付账款相应大幅增长，增长原因具有合理性。（3）2021 年末、2022 年末发行人预付账款期后采购转销比例较高，2023 年末、2024 年 6 月末预付账款余额较 2022 年末大幅增加，期后采购转销比例相对较低，主要系发行人尚未要求预付对象供货、预付对象正在发货或协商办理退款中、个别预付对象经营恶化且发行人已全额计提坏账准备所致。

3、有关存货：（1）除 2022 年末发行人存在尚未完成销售的房产为库龄 1-2 年的存货外，报告期各期末公司存货账龄均在 1 年以内，存货结构合理。发行人的备货政策与各类业务相适应。（2）报告期内，公司存货周转率低于同行业可比公司平均水平，主要原因为：1）2021 年末、2022 年末公司存货中的房产余额较大；2）2021 年、2024 年 1-6 月公司新消费新零售业务规模小导致新消费新零售业务存货周转率较低。公司存货周转率低于同行业可比公司具有合理性。

4、有关长期应收款：（1）存济医院公司 2024 年已被列为失信被执行人，资信情况和还款能力较差，其在天目山路 182 号物业上已投入较大金额进行精装修及购置设备设施；存济医院公司的实际控制人为上市公司通策医疗（600763）实际控制人吕建明，存济医院公司的股东杭州文华医疗管理有限公司认缴的出资 0.48 亿元尚未实缴，根据《公司法》，如存济医院公司不能向发行人支付到期租金，发行人可要求杭州文华医疗管理有限公司对存济医院公司缴纳出资；发行人已对存济医院公司提起诉讼，要求其支付租金及违约金，并解除相关租赁协议及补充协议。（2）发行人已加紧与存济医院公司沟通协商终止租赁协议，推动该物业清退工作，并积极开展重新招租工作，发行人已对接部分意向承租方进行商业洽谈。（3）发行人对截至 2024 年 6 月 30 日、2024 年 9 月 30 日的长期应收款账面价值进行了减值测试，并聘请了评估机构对 2024 年 9 月 30 日长期应收款对应的天目山路 182 号物业转租租金现值出具了评估报告，根据上述减值测试及评估报告，发行人长期应收款（含一年内到期的长期应收款）已充分计提坏账准备。

5、报告期各期末，杭州环北、南京环北的投资性房地产出租率均高于 90%，亚欧商厦、亚欧商管的出租率曾阶段性地低于 80%且报告期末出租率已大幅提高，报告期内发行人投资性房地产出租情况良好。报告期内，公司固定资产使用情况良好，不存在固定资产闲置的情形。报告期内，发行人投资性房地产、固定资产运营情况良好，不存在上述企业会计准则所认定的减值迹象，不存在应计提减值而未计提的情形。

#### **问题 6. 关于房地产业务**

根据申报材料，1) 发行人子公司亚欧商管曾持有房地产开发企业资质证书，于 2022 年 6 月 4 日到期后已注销，公司不再从事房地产开发业务；2) 报告期内共 1 个房地产开发项目，为位于兰州的“亚欧国际综合体”。

请发行人说明：（1）报告期内房地产业务的开展情况，房地产业务剔除预收款后的资产负债率、净负债率、现金短债比等财务指标是否处于合理区间，最近一期末银行授信及债券信用评级情况，是否存在大额债务违约、逾期等情形；

（2）报告期内是否存在闲置土地、捂盘惜售、炒地炒房、违规融资、违规拿地、违规建设等情况，是否存在因前述事项受到金融监管部门、住建部门、土地管理部门行政处罚等重大违法违规情况；（3）内部控制是否健全有效，是否建立健全的资金管控、拿地拍地、项目开发建设、项目销售等相应的内部控制制度并有效执行；结合本次募集资金具体用途、募集资金运用相关内控制度及其有效性和执行情况等，说明是否能够保证本次募集资金投向主业而不变相流入房地产业务；（4）在资金筹措、拿地拍地、项目建设、已售楼房交付等方面是否存在重大负面舆情，是否存在房地产项目交付困难引发的重大纠纷争议等情况，是否已妥善解决或已有明确可行的解决方案。

请保荐机构及发行人律师核查并发表意见。

#### **【回复】**

##### **一、发行人说明**

（一）报告期内房地产业务的开展情况，房地产业务剔除预收款后的资产负债率、净负债率、现金短债比等财务指标是否处于合理区间，最近一期末银行授信及债券信用评级情况，是否存在大额债务违约、逾期等情形

## 1、报告期内房地产业务的开展情况

报告期内，公司合并报表范围内涉及房地产开发业务的仅为控股子公司亚欧商管。截至报告期末，亚欧商管的房地产开发企业资质证书已到期并注销，已不再从事房地产开发业务；亚欧商管不涉及拟建或在建的房地产项目。报告期内，亚欧商管仅有 1 个房地产开发项目，为兰州红楼时代广场（又名“亚欧国际综合体”、“亚欧国际大厦”）。

报告期各期，亚欧商管房地产业务销售收入分别为 4,452.59 万元、616.11 万元、462.57 万元、0 万元；公司 2021 年房产销售收入为 928.42 万元，测绘补差收入 3,524.17 万元；2022 年房产销售收入 616.11 万元；2023 年房产销售收入 462.57 万元；2024 年 1-6 月房产销售收入 0 万元。报告期内，亚欧商管从事房地产开发业务期间，具备房地产开发资质，国有土地使用证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建筑工程施工许可证、预售许可证齐备，不存在闲置土地、捂盘惜售、炒地炒房、违规融资、违规拿地或与房地产开发相关的违规建设等情况。

截至报告期末，亚欧商管的房地产开发企业资质证书已到期并注销，经营范围已删除“房地产开发、商品房销售”等内容，不再从事房地产开发业务。

## 2、房地产业务剔除预收款后的资产负债率、净负债率、现金短债比等财务指标是否处于合理区间

报告期内，**亚欧商管**剔除预收款后的资产负债率、净负债率、现金短债比财务指标具体情况如下：

项目	2024 年 6 月末	2023 年末	2022 年末	2021 年末
剔除预收款后的资产负债率 (注 1)	45.18%	45.06%	45.66%	43.38%
净负债率(注 2)	-0.98%	-0.18%	-1.16%	-0.50%
现金短债比(注 3)	/	/	/	/

注 1：剔除预收款后的资产负债率=（总负债-预收款项-合同负债-待转销项税）/（总资产-预收款项-合同负债-待转销项税）；

注 2：净负债率=（有息负债-货币资金）/所有者权益，货币资金扣除受限制的货币资金和预售监管资金；

注 3：现金短债比=货币资金/短期有息负债，货币资金扣除受限制的货币资金和预售监管资金；**报告期各期末，亚欧商管无短期有息负债。**

根据住房和城乡建设部、中国人民银行出台的重点房地产企业资金监测和融资管理规则，对房地产企业有息负债规模增加设置了“三道红线”，具体为：剔

除预收款后的资产负债率大于 70%；净负债率大于 100%；现金短债比小于 1 倍。

根据上表，报告期各期末，**亚欧商管**剔除预收款后的资产负债率、净负债率均符合上述“**三道红线**”的指标要求；报告期各期末，**亚欧商管**无短期有息负债，现金短债比符合上述“**三道红线**”的指标要求。房地产业务剔除预收款后的资产负债率、净负债率、现金短债比均处于合理区间。

### **3、最近一期末银行授信及债券信用评级情况，是否存在大额债务违约、逾期等情形**

截至 2024 年 6 月 30 日，**亚欧商管**不存在对外借款、有息负债，不存在银行授信、债券信用评级情况，不存在大额债务违约、逾期等情况。

### **(二) 报告期内是否存在闲置土地、捂盘惜售、炒地炒房、违规融资、违规拿地、违规建设等情况，是否存在因前述事项受到金融监管部门、住建部门、土地管理部门行政处罚等重大违法违规情况**

报告期内，公司合并报表范围内涉及房地产开发业务的仅为控股子公司**亚欧商管**。截至报告期末，**亚欧商管**的房地产开发企业资质证书已到期并注销，已不再从事房地产开发业务；**亚欧商管**不涉及拟建或在建的房地产项目。报告期内，**亚欧商管**仅有 1 个房地产开发项目，为兰州红楼时代广场（又名“**亚欧国际综合体**”、“**亚欧国际大厦**”）。

#### **1、报告期内，公司及亚欧商管不存在闲置土地的情况，亦不存在因前述事项受到土地管理部门行政处罚等重大违法违规情况**

根据《闲置土地处置办法》，“本办法所称闲置土地，是指国有建设用地使用权人超过国有建设用地使用权有偿使用合同或者划拨决定书约定、规定的动工开发日期满一年未动工开发的国有建设用地。已动工开发但开发建设用地面积占应动工开发建设用地总面积不足三分之一或者已投资额占总投资额不足百分之二十五，中止开发建设满一年的国有建设用地，也可以认定为闲置土地。”此外，根据《证监会调整上市公司再融资、并购重组涉及房地产业务监管政策》，对于是否存在土地闲置等问题认定，以国土资源部门公布的行政处罚信息为准。

根据兰州市自然资源局城关分局出具的证明文件、兰州市社会信用体系建设领导小组办公室出具的《兰州市经营主体专用信用报告》（无违法违规记录证明）、查询自然资源主管部门网站，报告期内公司及**亚欧商管**不存在相关法律法规规定

中涉及闲置土地的情形，亦未收到有关自然资源和规划部门出具的《闲置土地认定书》《征缴土地闲置费决定书》，不存在因闲置土地受到土地管理部门行政处罚等重大违法违规的情况。

## **2、报告期内，公司及亚欧商管不存在捂盘惜售、炒地炒房的情况，亦不存在因前述事项受到住建部门、土地管理部门行政处罚等重大违法违规情况**

关于捂盘惜售、炒地炒房行为认定的法律依据主要包括《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》《中华人民共和国城市房地产管理法》《关于进一步加强房地产市场监管完善商品住房预售制度有关问题的通知》《国务院关于坚决遏制部分城市房价过快上涨的通知》《国务院办公厅关于促进房地产市场平稳健康发展的通知》《国务院办公厅关于进一步做好房地产市场调控工作有关问题的通知》等。

根据兰州市城关区住房和城乡建设局出具的证明文件、兰州市自然资源局城关分局出具的证明文件、兰州市社会信用体系建设领导小组办公室出具的《兰州市经营主体专用信用报告》（无违法违规记录证明）、查询自然资源主管部门网站、住房与建设主管部门网站，报告期内公司及亚欧商管不存在因违反上述规定而被有关行政主管部门认定为捂盘惜售、炒地炒房的情形，亦不存在因捂盘惜售、炒地炒房受到住建部门、土地管理部门行政处罚等重大违法违规的情况。

## **3、报告期内，公司及亚欧商管不存在违规融资情况,不存在因前述事项受到金融监管部门行政处罚等重大违法违规情况**

关于违规融资认定的法律依据主要包括《中国人民银行、中国银行业监督管理委员会关于加强商业性房地产信贷管理的通知》《国务院关于调整固定资产投资项目资本金比例的通知》以及《国务院关于调整和完善固定资产投资项目资本金制度的通知》等。

根据前述规定，关于房地产融资的主要要求包括：商业银行不得向房地产开发企业发放专门用于缴交土地出让金的贷款；对于未取得土地使用权证书、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证和施工许可证的项目，以及项目资本金（所有者权益）比例达不到 25% 的其他房地产开发项目，商业银行不得发放任何形式的贷款；对经自然资源主管部门、住房与建设主管部门查实具有囤积土地、囤积房源行为的房地产开发企业，商业银行不得对其发放贷款；对空置 3 年以上的商

品房，商业银行不得接受其作为贷款的抵押物等。

报告期内，亚欧商管主要融资方式为股东借款，亚欧商管于土地出让金缴纳时点前后会计年度末及报告期内不存在银行借款的情况，不存在违法融资的情况。

根据兰州市城关区商务局出具的《证明》、并查询金融监管部门网站，报告期内，公司及亚欧商管不存在因违规融资受到金融监管部门行政处罚的情况。因此，报告期内，公司及亚欧商管不存在违规融资的情形，亦不存在因违规融资受到金融监管部门行政处罚等重大违法违规情况。

#### **4、报告期内，公司及亚欧商管不存在违规拿地情况，不存在因前述事项受到土地管理部门行政处罚等重大违法违规情况**

关于违规拿地认定的法律依据主要有《中华人民共和国城市房地产管理法》《招标投标挂牌出让国有建设用地使用权规定》等。

报告期内，亚欧商管所涉房地产开发项目的土地使用权系通过出让方式取得，公司及亚欧商管不存在违规拿地行为。根据兰州市自然资源局城关分局出具的证明文件、兰州市社会信用体系建设领导小组办公室出具的《兰州市经营主体专用信用报告》（无违法违规记录证明）、查询自然资源主管部门网站，报告期内公司及亚欧商管不存在因违规拿地行为被土地管理部门行政处罚等重大违法违规的情形。

#### **5、报告期内，公司及亚欧商管不存在违规建设情况，不存在因前述事项受到住建部门、土地管理部门行政处罚等重大违法违规情况**

关于违规建设认定的法律依据主要有《中华人民共和国建筑法》《中华人民共和国城乡规划法》《建设工程质量管理条例》《建筑工程施工许可管理办法》以及《中华人民共和国消防法》等。

报告期内，公司及亚欧商管不存在与房地产开发项目相关的违规建设的情况。根据兰州市城关区住房和城乡建设局出具的证明文件、兰州市自然资源局城关分局出具的证明文件、兰州市社会信用体系建设领导小组办公室出具的《兰州市经营主体专用信用报告》（无违法违规记录证明）、查询住房与建设主管部门网站，报告期内，公司及亚欧商管不存在因违规建设受到住房与建设主管部门行政处罚等重大违法违规的情形。

综上，报告期内，公司及亚欧商管不存在闲置土地、捂盘惜售、炒地炒房、

违规融资、违规拿地、与房地产开发相关的违规建设等情况，不存在因前述事项受到金融监管部门、住建部门、土地管理部门行政处罚等重大违法违规情况。

**（三）内部控制是否健全有效，是否建立健全的资金管控、拿地拍地、项目开发建设、项目销售等相应的内部控制制度并有效执行；结合本次募集资金具体用途、募集资金运用相关内控制度及其有效性和执行情况等，说明是否能够保证本次募集资金投向主业而不变相流入房地产业务**

### **1、内部控制是否健全有效**

#### **（1）公司已建立法人治理结构及内部控制管理机构**

截至本回复报告出具日，公司已按照《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定建立了法人治理结构及内部控制管理机构，设立了股东大会、董事会、监事会并在董事会下设了审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、战略委员会。此外，公司亦在集团经营层设置了财务管理中心、法务风控中心、人力资源中心、行政管理中心、业务经营中心、总经理办公室、证券管理中心等职能部门，涵盖了业务流程中的多个环节，建立了相应的职责分工制度体系，以保证公司内部治理结构的健全及稳定。

#### **（2）公司已制定相关内部控制制度**

截至本回复报告出具日，公司已按照《企业内部控制基本规范》《企业内部控制配套指引》等有关法律法规的规定，从集团层面、投资层面、财务管理层面、法务风控层面、人事管理层面、行政管理层面等多个层面设置了相应的管理制度及治理制度。

#### **（3）公司已针对报告期内的内部控制有效性进行了评价**

报告期内，公司历年皆开展了内部控制自我评价并形成《内部控制评价报告》，评价范围涵盖组织架构、发展战略、人力资源、社会责任、企业文化等公司治理层面的事项及资金活动、投资业务、采购业务、资产管理、销售业务、工程项目、财务报告、预算管理、合同管理、成本费用管理、信息系统、内部监督等业务流程层面事项。此外，公司于历年公告的内部评价控制报告中皆发表了不存在财务报告内部控制重大缺陷、公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制、不存在非财务报告内部控制重大缺陷的结论性意见。

(4) 报告期内申报会计师已出具《内部控制审计报告》

根据天健出具的《内部控制审计报告》（天健审[2022]1309号、天健审[2023]3619号、天健审[2024]4028号），天健认为：丽尚国潮分别于2021年12月31日、2022年12月31日、2023年12月31日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

综上，公司内部控制健全有效。

## **2、是否建立健全的资金管控、拿地拍地、项目开发建设、项目销售等相应的内部控制制度并有效执行**

公司资金管控、拿地拍地、项目开发建设、项目销售等相应的内部控制制度及执行情况如下：

### **(1) 资金管控**

针对资金管控相关事宜，为保障资金管控合法合规，公司及亚欧商管制定了《集体决策议事规则》《丽尚国潮业务相关审批流程的规定》在内的一系列内部控制制度，设置了财务管理中心并配备了相关专职人员，对现金管理、存款管理、资金预算及资金计划、对外付款及内部资金调拨、应收账款管理、融资及担保管理、抵押和保函管理、结算账户管理、关联方资金往来管理、财务印鉴及网银密钥管理等环节设置了关键控制节点，报告期内严格按照制度规定及相关权限标准执行资金管控有关事宜，保障资金管控合法合规。

### **(2) 拿地拍地**

针对拿地拍地事宜，公司严格按照《丽水市市属企业投资监督管理办法》《对外投资管理制度》及亚欧商管所设立的《房地产开发报建业务管理办法》等内部控制制度，在新项目立项、土地竞买、土地出让合同签订、土地出让款支付、土地权证办理及合同执行等环节设置了关键控制节点，保障拿地拍地事宜有序进行。报告期内，公司及亚欧商管不存在拿地拍地事宜。

### **(3) 项目开发建设**

针对项目开发建设相关事宜，为保障项目开发建设有序进行，亚欧商管制定了《工程项目（基建）管理制度》《安全生产监督管理办法》《信用评级管理办法》等一系列内部控制制度，在工程立项及评审、工程招标与合同签订、合同履行、工程设计、工程建设管理及价款支付、工程变更、工程验收、竣工结算与审



计、质量、安全事故处理、质保金支付、工程项目后评价等环节设置了关键控制节点，保障项目开发建设的规范运行。报告期内，公司及亚欧商管不存在项目开发建设事项。

#### （4）项目销售

针对项目销售相关事宜，为保障项目销售规范运行，亚欧商管制定了《兰州丽尚亚欧商业管理有限公司销售流程及管理规范》《地产销售业务管理规定》在内的一系列内部控制制度，在认购流程、签约流程、不动产权证办理流程、销售签约管理制度等环节设置了关键控制节点，保障项目销售有序进行。报告期内，亚欧商管按照相关制度规定在项目销售各主要环节设置了控制流程并严格按照审批权限执行签约、结算等相关程序，保障项目销售的规范运行，相关内部控制制度得到有效执行。

综上，报告期内，公司已建立健全资金管控、拿地拍地、项目开发建设、项目销售等相应的内部控制制度并有效执行。

**3、结合本次募集资金具体用途、募集资金运用相关内控制度及其有效性和执行情况等，说明是否能够保证本次募集资金投向主业而不变相流入房地产业务**

#### （1）本次募集资金具体用途

公司本次发行所募集资金扣除发行费用后，将全部投入到“专业市场及亚欧商厦改造升级项目”、“数字化转型项目”、“兰州中高端酒店投资开发项目”及“杭州总部运营管理中心建设项目”。上述项目均不属于房地产开发，具体投资构成详见本回复报告“问题3”之“（一）本次募投项目各项投资构成的测算依据，单位工程造价、设备购置和软件购置单价的合理性，与公司历史同类项目和同行业公司可比项目的对比情况”。

#### （2）募集资金运用相关内控制度及其有效性和执行情况

如本题“1、内部控制是否健全有效”所述，公司内部控制健全有效。在募集资金管理方面，公司按照有关法律法规的要求制定了《募集资金管理办法》，对募集资金存储、募集资金使用、超募资金使用、募集资金投向变更、募集资金使用管理与监督等方面进行了明确的规定。公司历次募集资金的管理与使用均按有关法律法规和规范性文件的要求执行，不存在变相改变募集资金投向和损害股

东利益的情况，不存在违规使用募集资金的情形。

根据《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》，公司将在本次向特定对象发行的募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议并将募集资金集中存放于募集资金专户，由保荐人和商业银行对募集资金的存储和使用情况进行监督，公司也将严格按照有关法律法规的要求，严格执行募集资金使用的审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露要求，并按照《募集说明书》中披露的募集资金使用计划将募集资金用于专业市场及亚欧商厦改造升级项目、数字化转型项目、兰州中高端酒店投资开发项目、杭州总部运营管理中心建设项目，保证募集资金的安全、提高募集资金的使用效率，保护投资者的合法权益。

基于上述，公司已建立了募集资金运用相关内控制度并能够有效执行。

### **(3) 是否能够保证本次募集资金投向主业而不变相流入房地产业务**

截至报告期末，亚欧商管所涉房地产开发资质已到期并注销，亚欧商管已不再具备房地产开发资质；公司合并报表范围内主体均不具备房地产开发资质，无法从事房地产开发业务。

公司已出具《关于本次发行募集资金使用用途的承诺函》，承诺“本次向特定对象发行的募集资金扣除相关发行费用后全部用于专业市场及亚欧商厦改造升级项目、数字化转型项目、兰州中高端酒店投资开发项目、杭州总部运营管理中心建设项目。公司承诺在本次募集资金使用完毕前，公司及其子公司不会通过任何方式，包括但不限于向从事房地产相关业务的公司进行增资或提供资金拆借等方式变相将募集资金投入房地产相关业务。公司已积极建立有效的隔断机制，确保本次向特定对象发行的募集资金不存在投入或变相投入相关房地产业务的情形”。

综上，本次募集资金均投向公司主业，公司已建立募集资金运用相关内控制度并得到有效执行，截至报告期末公司合并报表范围内主体均不具备房地产开发资质，公司已出具承诺函保证本次募集资金不投入或变相投入房地产业务。因此，公司能够保证本次募集资金投向主业而不变相流入房地产业务。

**(四) 在资金筹措、拿地拍地、项目建设、已售楼房交付等方面是否存在重大负面舆情，是否存在房地产项目交付困难引发的重大纠纷争议等情况，是否已**

## 妥善解决或已有明确可行的解决方案

经查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、企查查、百度、必应及主流微信公众号等网站平台，公司及亚欧商管不存在资金筹措、拿地拍地、项目建设、已售楼房交付等方面的重大负面舆情的情况。报告期内，公司不存在房地产项目交付困难引发的重大纠纷争议等情况。

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

保荐机构和发行人律师执行了如下核查程序：

1、取得并查阅了亚欧商管的房地产开发企业资质、企业信用报告、工商档案、注册资本实缴凭证等材料；

2、取得并查阅了亚欧商管签订的房地产开发经营项目土地使用权出让合同、土地出让金缴纳凭证、立项备案证明、国有建设用地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建设工程施工许可证、建设工程竣工验收备案表、预售许可证、价格备案文件等开展相关房地产业务所涉材料；

3、查询了中华人民共和国自然资源部、住房和城乡建设部、商务部网站、发行人及亚欧商管所在地、房地产项目所在地省级、市级、区县级自然资源部门、住房和城乡建设部门、金融监管部门的网站；

4、取得并查阅了发行人公告的《丽尚国潮关于公司涉及房地产业务之专项自查报告》及《内部控制评价报告》等材料；

5、取得了亚欧商管房地产业务销售内控测试材料；

6、取得并查阅了报告期内亚欧商管的财务报表及发行人年度报告；

7、取得并查阅了发行人及亚欧商管的审计报告；

8、取得并查阅了天健会计师事务所就发行人报告期内的内控事项出具的《内部控制审计报告》；

9、发行人、发行人董监高、发行人直接/间接控股股东出具的承诺函；

10、查阅了《闲置土地处置办法》《城市房地产管理法》等法律规定；

11、取得并查阅了兰州市自然资源局城关分局、兰州市城关区住房和城乡建设局出具的证明文件、兰州市社会信用体系建设领导小组办公室出具的《兰州市经营主体专用信用报告》（无违法违规记录证明）、兰州市城关区商务局出具的

《证明》；

12、取得并查阅了发行人提供的制度清单表、《集体决策议事规则》《丽尚国潮业务相关审批流程的规定》等相关制度文件、部门职责说明、管理架构图；

13、取得并查阅了《募集说明书》、历次修订的本次的发行预案、发行人公告的《募集资金管理办法》《募集资金存放与实际使用情况的专项报告》、天健会计师事务所出具的《募集资金存放与使用情况鉴证报告》、长江证券承销保荐有限公司出具的《关于兰州民百 2017 年度募集资金存放与使用情况之专项核查意见》；

14、取得并查阅了兰州市住房和城乡建设局出具的《关于注销 3 家房地产开发企业资质证书的决定》（兰建字[2022]255 号）；

15、取得并查阅了发行人出具的《关于本次发行募集资金使用用途的承诺函》；

16、就“发行人及亚欧商管是否存在资金筹措、拿地拍地、项目建设、已售楼房交付等方面的重大不良舆情的情况”查询了国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、企查查、百度、必应及主流微信公众号等网站平台；

17、取得并查阅了发行人出具的说明文件。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、报告期内，发行人仅有 1 个房地产开发项目，报告期各期发行人房地产业务销售收入分别为 4,452.59 万元、616.11 万元、462.57 万元、0 万元。截至报告期末，发行人从事房地产开发业务的子公司的房地产开发资质已到期并注销，不再从事房地产开发业务；报告期各期，发行人剔除预收款后的资产负债率、净负债率、现金短债比指标均处于合理区间；截至 2024 年 6 月 30 日，发行人房地产业务不存在对外借款、有息负债，不存在银行授信、债券信用评级情况，不存在大额债务违约、逾期等情况。

2、报告期内，发行人及曾从事房地产开发业务的子公司均不存在闲置土地、捂盘惜售、炒地炒房、违规融资、违规拿地、与房地产开发相关的违规建设等情况，不存在因前述事项受到金融监管部门、住建部门、土地管理部门行政处罚等重大违法违规情况。

3、发行人已建立法人治理结构及内部控制管理机构，已制定相关内部控制

制度，已针对报告期内的内部控制有效性进行了评价，报告期内申报会计师已出具《内部控制审计报告》，发行人内部控制健全有效；发行人已建立健全资金管控、拿地拍地、项目开发建设、项目销售等相应的内部控制制度并有效执行；发行人本次募集资金均投向主业，发行人已建立募集资金运营相关内控制度并得到有效执行，截至报告期末发行人合并报表范围内主体均不具备房地产开发资质，发行人已出具承诺函保证本次募集资金不投入或变相投入房地产业务。发行人能够保证本次募集资金投向主业而不变相流入房地产业务。

4、在资金筹措、拿地拍地、项目建设、已售楼房交付等方面，发行人及报告期内曾从事房地产开发业务的子公司均不存在重大负面舆情的情况；报告期内，发行人不存在房地产项目交付困难引发的重大纠纷争议等情况。

#### **问题 7. 关于财务性投资**

根据申报材料，截至 2024 年 6 月 30 日，公司财务性投资金额为 6,787.50 万元，占公司合并报表归属于母公司净资产的 3.52%。

请发行人说明：本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的和拟投入的财务性投资情况，是否从本次募集资金总额中扣除，分析公司是否满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见，并就发行人是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条、《监管规则适用指引——发行类第 7 号》第 1 条的相关规定发表明确意见。

#### **【回复】**

##### **一、发行人说明**

（一）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的和拟投入的财务性投资情况，是否从本次募集资金总额中扣除，分析公司是否满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求。

1、本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的和拟投入的财务性投资情况，是否从本次募集资金总额中扣除

##### **（1）财务性投资的认定标准**

根据《<上市公司证券发行注册管理办法>第九条、第十条、第十一条、第十

三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定，财务性投资的适用意见如下：

“（一）财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。

（二）围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，以收购或者整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的拆借资金、委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

（三）上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融业务是指将类金融业务收入纳入合并报表。

（四）基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资，不纳入财务性投资计算口径。

（五）金额较大是指，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的百分之三十（不包括对合并报表范围内的类金融业务的投资金额）。

（六）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应当从本次募集资金总额中扣除。投入是指支付投资资金、披露投资意向或者签订投资协议等。

（七）发行人应当结合前述情况，准确披露截至最近一期末不存在金额较大的财务性投资的基本情况。”

## **（2）类金融业务的认定标准**

根据中国证监会发布的《监管规则适用指引——发行类第 7 号》，除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、融资担保、商业保理、典当及小额贷款等业务。与公司主营业务发展密切相关，符合业态所需、行业发展惯例及产业政策的融资租赁、商业保理及供应链金融，暂不纳入类金融业务计算口径。

## **（3）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的和拟投入的财**

## 务性投资情况，是否从本次募集资金总额中扣除

公司本次发行相关的首次董事会会议（即第十届董事会第五次会议）于 2023 年 6 月 29 日审议通过了本次向特定对象发行股票的相关议案。自本次发行相关的首次董事会决议日（2023 年 6 月 29 日）前六个月至本回复报告出具日，公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况如下：

### 1) 类金融业务

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具日，公司不存在实施或拟实施对融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务进行投资的情形。

2) 非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）

自本次发行董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不涉及集团财务公司情形，亦不存在投资金融业务的情形。

### 3) 与公司主营业务无关的股权投资

自本次发行董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在与公司主营业务无关的股权投资的情形。

### 4) 投资产业基金、并购基金

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具日，公司不存在实施或拟实施投资产业基金、并购基金的情形。

### 5) 拆借资金

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具日，公司不存在借予他人款项的情形。

### 6) 委托贷款

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具日，公司不存在实施或拟实施委托贷款的情形。

### 7) 购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具日，不存在购买收益波动大且风险较高的金融产品。

### 8) 拟实施财务性投资及类金融业务的具体情况

自本次发行董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在拟实

施财务性投资及类金融业务的相关安排。

综上所述，本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具日，公司不存在新投入的和拟投入的财务性投资情况，无需从本次募集资金总额中扣除。

## 2、分析公司是否满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求

截至 2024 年 6 月 30 日，公司不存在金额较大的财务性投资，可能涉及财务性投资的会计科目如下：

单位：万元

序号	报表项目	账面金额	财务性投资金额	财务性投资占归属于母公司净资产比例
1	货币资金	22,530.75	-	-
2	其他应收款	2,106.28	-	-
3	一年内到期的非流动资产	627.06	-	-
4	其他流动资产	446.86	-	-
5	交易性金融资产	-	-	-
6	可供出售金融资产	-	-	-
7	其他债权投资	19,136.55	-	-
8	长期应收款	22,608.89	-	-
9	其他非流动金融资产	-	-	-
10	长期股权投资	7,715.82	6,787.50	3.52%
	合计	75,172.21	6,787.50	3.52%

### (1) 货币资金

截至报告期末，公司货币资金账面价值为 22,530.75 万元，为银行存款、其他货币资金、库存现金，不属于财务性投资。

### (2) 其他应收款

截至报告期末，公司其他应收款账面价值为 2,106.28 万元，主要为日常经营中开展业务产生的押金保证金、应收暂付款、股权转让款，不属于财务性投资。

### (3) 一年内到期的非流动资产

截至报告期末，公司一年内到期的非流动资产账面价值为 627.06 万元，主要系公司转租业务对应的一年内到期的应收租赁款，不属于财务性投资。

### (4) 其他流动资产

截至报告期末，公司其他流动资产账面价值为 446.86 万元，主要为增值税待抵扣进项税额、待摊费用、预缴税费，不属于财务性投资。



### (5) 交易性金融资产

截至报告期末，公司交易性金融资产余额为 0 万元。

### (6) 可供出售金融资产

截至报告期末，公司可供出售金融资产余额为 0 万元。

### (7) 其他债权投资

截至报告期末，公司其他债权投资金额为 19,136.55 万元，系公司购买的大额存单 1.90 亿元及其应计利息，大额存单明细如下：

金融机构	产品名称	存单金额 (万元)	存单到期日	产品类型	风险等级
华夏银行	对公大额存单	5,000.00	2027年2月5日	保本保息	低风险
工商银行	对公大额存单	5,000.00	2027年2月26日	保本保息	低风险
杭州银行	对公大额存单	1,000.00	2026年2月21日	保本保息	低风险
浦发银行	对公大额存单	5,000.00	2027年4月29日	保本保息	低风险
工商银行	对公大额存单	3,000.00	2027年5月14日	保本保息	低风险
合计		19,000.00			

因此，公司其他债权投资，系公司为优化现金管理，提高资金利用效率而购买的风险较低的固定利率的大额存单产品，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，因此不属于财务性投资。

### (8) 长期应收款

截至报告期末，公司长期应收款账面价值为 22,608.89 万元，主要系公司转租业务对应的应收款，不属于财务性投资。

### (9) 其他非流动金融资产

截至报告期末，公司其他非流动金融资产账面价值为 0 万元。

### (10) 长期股权投资

截至报告期末，公司长期股权投资账面价值为 7,715.82 万元，具体构成如下：

单位：万元

被投资单位	2024-6-30 账面价值	投资时间	是否界定为财务性投资
陕西肌理研颜生物科技有限公司 24.50%股权	918.32	2021年8月支付 1,000 万元	否
绀园（上海）实业有限公司 26.14%股权	10.00	2021年12月支付 1,800.00 万元，2023年8月支付 1.00 元（注）。	否

被投资单位	2024-6-30 账面价值	投资时间	是否界定为财务性投资
丽水天机股权投资合伙企业（有限合伙）62.5% 股权	6,787.50	2021 年支付 5,000 万元，2022 年 8 月支付 3,125 万元。	是
合计	7,715.82	-	-

注：2021 年 12 月公司支付股权转让款和增资款合计 1,800.00 万元取得绀园（上海）实业有限公司 19% 的股份；因绀园（上海）实业有限公司未完成业绩目标，2023 年 8 月绀园（上海）实业有限公司的创始股东以 1 元对价将 7.14% 股权转让给公司作为补偿，公司对绀园（上海）实业有限公司持股比例由 19% 增加至 26.14%。

上表中的财务性投资距离本次发行董事会决议日时间已超过 6 个月。

①陕西肌理研颜生物科技有限公司主要从事皮肤护理产品的研发、生产及销售，在护肤产品领域有一定的技术实力和渠道资源。绀园（上海）实业有限公司主要从事“柯泰儿”自有品牌护肤产品的线上线下推广、运营及销售。护肤等日化用品系公司新消费新零售业务和商贸百货零售业务的主要销售品类之一，公司投资上述企业，旨在孵化护肤新国潮品牌，系公司新消费新零售业务和商贸百货零售业务向产业链上游的延伸，有助于协同公司现有业务、增强公司竞争力。因此，陕西肌理研颜生物科技有限公司、绀园（上海）实业有限公司均系公司所属产业链的企业，公司投资上述企业系围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

②丽水天机股权投资合伙企业（有限合伙）主要从事股权投资，根据其合伙协议，“合伙企业着重围绕上市公司产业链投资于消费类和科技类等新兴产业股权成长期项目，主要投资于中早期及扩张期企业，部分可投资于条件相对成熟的拟上市项目。”截至报告期末，丽水天机已投资企业情况如下：

序号	公司名称	投资时点	持股比例	主营业务
1	杭州特惠云仓科技有限公司	2021 年 3 月	15.00%	主营品牌服装尾货的批发与销售，通过买断、自建仓储和供应链整合，成为服装尾货线下门店的连锁品牌。
2	杭州穆勒文化传媒有限公司	2021 年 3 月	40.00%	原主营业务为品牌服装销售，2023 年进入破产重整程序。
3	杭州星犀科技有限公司（注）	2021 年 4 月	8.00%	主要从事直播硬件及软件的研发、生产与销售。

序号	公司名称	投资时点	持股比例	主营业务
4	浙江苏胡网络科技有限公司	2021年9月	5.56%	主要通过代工方式生产,通过线上等渠道销售养生护理产品,主要产品包括自主品牌“真不二”的足浴包、肩颈贴、暖宫贴等,同时代理了“胡庆余堂”的系列护肤品。
5	北京三两酒有限公司	2022年1月	10.35%	主要从事白酒品牌运营及销售,通过股东资源开发白酒供应链,并委托生产浓香型/酱香型的平价小瓶装白酒。
6	北京铁血科技股份有限公司	2023年8月	1.3805%	主要从事服装、鞋帽、配饰的企划设计、供应链管理和销售业务。

注:2024年7月,丽水天机已向宿迁承犀企业管理合伙企业(有限合伙)转让杭州星犀科技有限公司8%股权。截至本回复报告出具日,丽水天机已不再持有杭州星犀科技有限公司股权。

基于谨慎性原则,公司将对丽水天机股权投资合伙企业(有限合伙)投资账面价值6,787.50万元的投资认定为财务性投资,占2024年6月30日公司合并报表归属于母公司净资产的3.52%。

综上,截至2024年6月30日公司财务性投资仅一项,即为对丽水天机股权投资合伙企业(有限合伙)的投资,财务性投资金额为6,787.50万元,占公司合并报表归属于母公司净资产的3.52%,占比小于30%,不属于金额较大的财务性投资。上述财务性投资距离本次发行董事会决议日时间已超过6个月。

另外,报告期内,发行人不存在类金融业务。发行人本次募集资金未直接或变相用于类金融业务的情况。

## 二、中介机构核查情况

### (一) 核查程序

保荐机构及申报会计师执行了如下核查程序:

1、对照中国证监会关于财务性投资相关规定的认定标准,查阅公司财务报表、定期报告、审计报告及附注、相关科目明细,逐项核查本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日公司是否存在财务性投资情况;

2、查阅公司董事会决议、股东大会决议、投资公告等文件,并向公司相关人员了解对外投资的具体情况、原因及目的,了解被投资企业的经营范围及主营业务等,核查自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日发行人是否存在实施或拟实施的财务性投资的情形;

3、访谈公司财务总监，了解发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资，自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今发行人投入的财务性投资情况以及发行人未来一段时间内是否存在财务性投资安排。

4、查阅《上市公司证券发行注册管理办法》《证券期货法律适用意见第18号》第1条及《监管规则适用指引—发行类第7号》第1条等法律、法规和规范性文件关于财务性投资和类金融业务的相关规定，了解财务性投资（包括类金融业务）认定的要求并进行逐条核查。

## **（二）核查意见**

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、截至最近一期末，公司未持有金额较大的财务性投资，符合《证券期货法律适用意见第18号》认定的“最近一期末不存在金额较大的财务性投资”的情形；

2、自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在实施或拟实施财务性投资的情形。本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况，不涉及从本次募集资金总额中扣除的情形。

3、发行人符合《证券期货法律适用意见第18号》第1条、《监管规则适用指引—发行类第7号》第1条中关于财务性投资及类金融业务的相关规定。

## **问题 8. 关于其他**

**请发行人说明：公司是否存在文化传媒业务、互联网及互联网平台业务、医美业务，若是，请说明相关业务的具体内容、经营模式、收入利润占比等情况，以及后续业务开展的规划安排。**

**请保荐机构核查并发表明确意见。**

### **【回复】**

#### **一、发行人说明**

##### **（一）公司文化传媒业务情况**

##### **1、关于文化传媒业务的相关法规**

根据国家发展改革委发布的《市场准入负面清单（2022年版）》“一、禁止准

入类”第6条规定，禁止违规开展新闻传媒相关业务，具体内容包括：“非公有资本不得从事新闻采编播发业务；非公有资本不得投资设立和经营新闻机构，包括但不限于通讯社、报刊出版单位、广播电视播出机构、广播电视站以及互联网新闻信息采编发布服务机构等；非公有资本不得经营新闻机构的版面、频率、频道、栏目、公众账号等；非公有资本不得从事涉及政治、经济、军事、外交，重大社会、文化、科技、卫生、教育、体育以及其他关系政治方向、舆论导向和价值取向等活动、事件的实况直播业务；非公有资本不得引进境外主体发布的新闻；非公有资本不得举办新闻舆论领域论坛峰会和评奖评选活动。”

根据国家统计局发布的《文化及相关产业分类（2018）》，文化及相关产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合，分为：①以文化为核心内容，为直接满足人们的精神需要而进行的创作、制造、传播、展示等文化产品（包括货物和服务）的生产活动，具体包括新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营和休闲娱乐休闲服务等活动；②为实现文化产品的生产活动所需的文化辅助生产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产（包括制造和销售）等活动。

## 2、公司文化传媒相关业务的具体内容、经营模式、收入利润占比等情况

截至本回复报告出具日，公司部分控股子公司经营范围内存在“广告制作”、“广告设计、代理”、“广告发布”等涉及文化传媒业务的相关字样，相关主体及其经营范围、实际开展业务的情况如下：

序号	企业名称	经营范围	实际开展业务	是否涉及文化传媒业务
1	兰州亚欧商厦有限责任公司	……；广告设计、制作、发布；……	商贸百货零售业务	涉及广告位置租赁业务
2	浙江丽尚美链传媒有限公司	……；广告制作；广告发布；广告设计、代理……	新消费新零售业务	涉及广告代理业务和广告视频制作业务
3	浙江丽尚美链广告传媒有限公司	一般项目：广告设计、代理；广告制作；广告发布；……	新消费新零售业务	
4	南京环北市场管理服务服务有限公司	……；广告制作；广告设计、代理……	专业市场管理业务	不涉及
5	丽尚国潮（浙江）控股有限公司	……；广告制作；广告设计、代理；……	控股丽尚美链等企业、参股投资、转租业务	不涉及

6	丽水国潮企业管理咨询有限公司	……; 广告设计、代理; ……	新消费新零售业务	不涉及
7	兰州民百亚欧物业管理有限公司	……、广告制作发布、……	物业管理	不涉及

报告期内,公司及子公司涉及的文化传媒相关业务主要为广告位置租赁业务、广告代理业务、广告视频制作业务,具体情况如下:

### (1) 广告位置租赁业务

报告期内,公司子公司亚欧商厦涉及少量广告位置租赁业务,该业务经营模式为:亚欧商厦基于其联营客户或自营合作品牌商提供的广告内容,按照合同约定仅在亚欧商厦线下商场广告位进行宣传展示,公司收取广告位置租赁费。

报告期各期,亚欧商厦广告位置租赁业务收入分别为7.55万元、7.55万元、16.32万元、11.42万元,占营业收入的比例分别为0.02%、0.02%、0.05%、0.03%。

### (2) 广告代理业务

报告期内,公司子公司浙江丽尚美链传媒有限公司、浙江丽尚美链广告传媒有限公司开展广告代理业务,该业务经营模式为:公司对客户提供的产品宣传图片等广告素材进行筛选、调整尺寸等简易处理后,在各类媒体渠道进行广告投放。

报告期各期,公司广告代理业务收入分别为0万元、0万元、457.60万元、105.90万元,占营业收入的比例分别为0%、0%、0.52%、0.30%,上述业务毛利分别为0万元、0万元、457.60万元、105.90万元,占公司综合毛利的比例分别为0%、0%、0.95%、0.44%。报告期内,公司广告代理业务主要客户情况如下:

单位:万元

客户名称	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
科大讯飞股份有限公司	100.38	240.18	-	-
上海京东到家元信信息技术有限公司	-	196.22	-	-
其他	5.52	21.20	-	-
广告代理业务收入	105.90	457.60	-	-
占同期营业收入的比例	0.30%	0.52%	-	-

### (3) 广告视频制作业务

报告期内,公司子公司浙江丽尚美链传媒有限公司、浙江丽尚美链广告传媒有限公司开展广告代理业务,该业务经营模式为:公司根据客户需求提供其产品或业务宣传相关的视频拍摄、剪辑和制作服务,并收取服务费。

报告期各期，公司广告视频制作业务收入分别为 0 万元、231.35 万元、1,057.10 万元、386.19 万元，占营业收入的比例分别为 0%、0.31%、1.20%、1.09%，上述业务毛利分别为 0 万元、90.53 万元、770.34 万元、265.34 万元，占公司综合毛利的比例分别为 0%、0.26%、1.60%、1.11%。报告期内，公司广告视频制作业务主要客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
深圳市海川广告有限公司	237.36	626.05	-	-
杭州博睿兹科技有限公司	71.47	236.41	123.24	-
海南旅投免税品有限公司	-	-	85.28	-
杭州犀照科技有限公司	3.01	78.05	-	-
杭州施动科技有限公司	22.56	61.07	-	-
杭州酷驴文化传媒有限公司	44.08	-	-	-
海旅免税城（三亚）迎宾有限公司	-	-	22.83	-
其他	7.71	55.52	-	-
广告视频制作业务收入	386.19	1,057.10	231.35	-
占同期营业收入的比例	1.09%	1.20%	0.31%	-

报告期内，公司广告代理业务、广告视频制作业务的上述客户与专业市场管理业务客户、商贸百货零售业务客户、其他新消费新零售业务客户、商业管理业务客户均不存在重合。

综上，公司上述广告位置租赁业务、广告代理业务、广告视频制作业务属于国家统计局《文化及相关产业分类（2018）》中界定的“创意设计服务”之“031 广告服务”，不涉及意识形态舆论动员相关敏感领域，不具有媒体属性，不涉及国家发改委《市场准入负面清单（2022 年版）》中禁止违规开展新闻传媒相关业务的相关情形，不存在违反相关法律法规规定的情形。

### 3、后续业务开展的规划安排

#### （1）现有文化传媒业务后续规划安排

未来，公司仍将维持现有文化传媒业务模式，主要开展广告代理业务、广告视频制作业务、广告位置租赁业务，除此之外不存在其他文化传媒相关业务的规划安排。

#### （2）本次募投项目是否涉及广告业务投入、文化传媒业务投入

本次募投项目部分实施主体经营范围内存在“广告制作”、“广告设计、代理”、“广告发布”等涉及文化传媒业务的相关字样，相关主体及其经营范围、

实际开展业务的情况如下：

序号	募投项目	实施主体	文化传媒业务相关经营范围	实际开展业务	是否涉及文化传媒业务
1	专业市场及亚欧商厦改造升级项目	/	/	/	/
	其中：杭州环北专业市场改造升级项目	杭州环北丝绸服装城有限公司	无	专业市场管理业务	不涉及
	南京环北专业市场改造升级项目	南京环北市场管理服务有限公司	……；广告制作；广告设计、代理……	专业市场管理业务	不涉及
	兰州亚欧商厦改造升级项目	兰州亚欧商厦有限责任公司	……；广告设计、制作、发布；……	商贸百货零售业务	涉及广告位置租赁业务
2	数字化转型项目	浙江丽尚云环数字科技有限公司	无	负责公司数字化转型，未对外开展业务	不涉及
3	兰州中高端酒店投资开发项目	丽尚亚欧（甘肃）酒店管理有限公司	无	酒店管理业务	不涉及
4	杭州总部运营管理中心建设项目	丽尚国潮（浙江）控股有限公司	……；广告制作；广告设计、代理；……	控股丽尚美链等企业、参股投资、转租业务等	不涉及

根据上表，本次募投项目实施主体中亚欧商厦涉及少量广告位置租赁业务，但本次募投项目不涉及广告业务投入、文化传媒业务的投入，分析如下：

本次募投项目投资构成如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资额	是否涉及文化传媒业务
1	杭州环北专业市场升级项目	8,140.00	不涉及
1.1	其中：装修工程费	4,729.00	不涉及
1.2	设备购置及安装费	3,074.00	不涉及
1.3	工程建设其他费用	100.00	不涉及
1.4	预备费	237.00	不涉及
2	南京环北专业市场改造升级项目	4,457.00	不涉及
2.1	其中：装修工程费	2,940.00	不涉及
2.2	设备购置及安装费	1,287.00	不涉及
2.3	工程建设其他费用	100.00	不涉及
2.4	预备费	130.00	不涉及
3	兰州亚欧商厦改造升级项目	16,576.54	不涉及
3.1	其中：装修工程费	12,484.76	不涉及
3.2	设备购置费	595.00	不涉及
3.3	工程其他费用	3,013.97	不涉及
3.4	预备费	482.81	不涉及
4	数字化转型项目	12,394.04	不涉及



序号	项目名称	项目投资额	是否涉及文化传媒业务
4.1	其中：软件购置费用	6,053.29	不涉及
4.2	设备购置费用	1,205.00	不涉及
4.3	实施费用	2,548.00	不涉及
4.4	推广费用	2,370.00	不涉及
4.5	预备费	217.75	不涉及
5	兰州中高端酒店投资开发项目	3,239.09	不涉及
5.1	其中：装修工程费用	2,320.57	不涉及
5.2	工程建设其他费用	80.00	不涉及
5.3	硬件设施与系统购置费用	559.71	不涉及
5.4	其他前期费用	110.00	不涉及
5.5	预备费	88.81	不涉及
5.6	铺底流动资金	80.00	不涉及
6	杭州总部运营管理中心建设项目	10,243.50	不涉及
6.1	其中：场地购置费用	9,186.89	不涉及
6.2	装修工程费用	738.67	不涉及
6.3	硬件设备购置费用	19.58	不涉及
6.4	预备费	298.36	不涉及
总计		55,050.17	

根据上表，本次募投项目之专业市场及亚欧商厦改造升级项目投入主要为装修改造、设备购置等，数字化转型项目投入主要为软硬件购置、实施费用等，兰州中高端酒店投资开发项目投入主要为酒店装修、软硬件购置等，杭州总部运营管理中心建设项目投入主要为办公场所购置及装修、硬件购置等，均不涉及广告业务投入、文化传媒业务的投入。

本次募投项目之数字化转型项目拟围绕核心业务板块新建和升级相关系统情况如下：

系统名称	公司相关主体	类型	是否涉及文化传媒业务
采批服务系统（注）	丽尚云环	新建系统	不涉及
物流和仓储服务系统	丽尚云环	新建系统	不涉及
租赁系统	杭州环北	升级原有系统	不涉及
智慧园区系统	杭州环北	升级原有系统	不涉及
百货系统	亚欧商厦	升级原有系统	不涉及
会员系统	亚欧商厦	升级原有系统	不涉及
酒店管理系统	亚欧商厦	升级原有系统	不涉及

注：采批服务系统建成后，公司通过其普通用户端免费为专业市场商户提供线上宣传店铺及其商品的增值服务，该系统投入不涉及广告业务投入、文化传媒业务的投入。

根据上表，本次募投项目之数字化转型项目拟新建和升级系统均不涉及广

告业务投入、文化传媒业务的投入。上述系统主要功能介绍，详见本回复报告“问题 2./一、/(二)/1、数字化转型项目搭建新系统及升级现有系统的具体情况，新老系统的主要功能差异”。

综上，本次募投项目不涉及广告业务投入、文化传媒业务的投入。

## （二）公司互联网相关业务情况

### 1、关于互联网及互联网平台业务的法律法规

根据《中华人民共和国电子商务法》第二条，“本法所称电子商务，是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。”

根据《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》”）第二条的规定：

“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”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；

“平台内经营者”是指在互联网平台内提供商品或者服务的经营者，平台经营者在运营平台的同时，也可能直接通过平台提供商品。

### 2、公司互联网相关业务载体情况

截至本回复报告出具日，公司自有网站、APP、小程序、公众号等互联网相关业务载体情况如下：

序号	运营主体	名称	类型	主要功能/用途 (包含已升级部分功能)	状态	是否涉及缴费	是否产生收入	是否存在为双边或者多边主体提供交互
1	亚欧商厦	亚欧商厦	微信小程序	自营商品展示及销售	使用中	是	是	否
2	丽尚美链品牌	Lisanne 丽尚美链	微信小程序	自营商品展示及销售	已停用	是	是	否
3	杭州环北	丽尚智管	微信小程序	查询缴费金额、缴纳垃圾清运等杂费、申请店铺装修、申请办理转租等	使用中	是	否	否
4	杭州环北	智慧园区	APP	运营端主要用于专业市场的物业报修及设备维修工单、设备巡检和考勤等管理; 商户端主要用于商户物业报修及设备维修申请。(注1)	使用中	否	否	否
5	丽尚国潮	OA	APP	行政审批、通讯录、业务管控、合同管理、支付管理	使用中	否	否	否
6	丽尚国潮	报表系统	APP	业务决策系统与数据分析	使用中	否	否	否
7	亚欧商厦	亚欧商厦会员	微信小程序	电子会员卡、积分兑礼、积分兑券等	使用中	否	否	否
8	南京环北	南京环北会员	微信小程序	电子会员卡办理、积分兑礼、积分兑券等	已停用	否	否	否
9	丽尚控股	丽尚国潮	微信公众号	对外宣传	使用中	否	否	否
10	杭州环北	杭州环北丝绸服装城	微信公众号	对外宣传	使用中	否	否	否
11	杭州环北	杭州环北服务号	微信服务号	对外宣传	使用中	否	否	否
12	丽尚国潮	www.lsguocha.com	网站	企业对外宣传	使用中	否	否	否
13	丽尚美链	lsmeilian.com	网站	企业对外宣传	使用中	否	否	否

注1: 报告期内, 杭州环北专业市场的商户使用“智慧园区”APP提交物业报修及设备维修申请, 商户无需缴费, 原因为: 杭州环北与商户签署的租赁合同已约定, 专业市场物业由杭州环北统一管理, 包括房产和设备的维修保养费等, 物业管理费在签订租赁合同或商位交付之日(二者孰早)之前一次性缴清。

注2: 报告期内, 公司子公司杭州环北使用的电费管理系统为第三方杭州电瓦特科技有限公司的“云快缴”微信小程序, 用于代收杭州环北专业市场商户的电费。

根据上表, 报告期内, 微信小程序“亚欧商厦”、“Lisanne 丽尚美链”、

“丽尚智管”涉及在线缴费，其中微信小程序“亚欧商厦”、“Lisanne 丽尚美链”涉及产生收入，公司其他网站、APP、小程序、公众号等互联网相关业务载体均不涉及在线缴费、不涉及产生收入。具体分析如下：

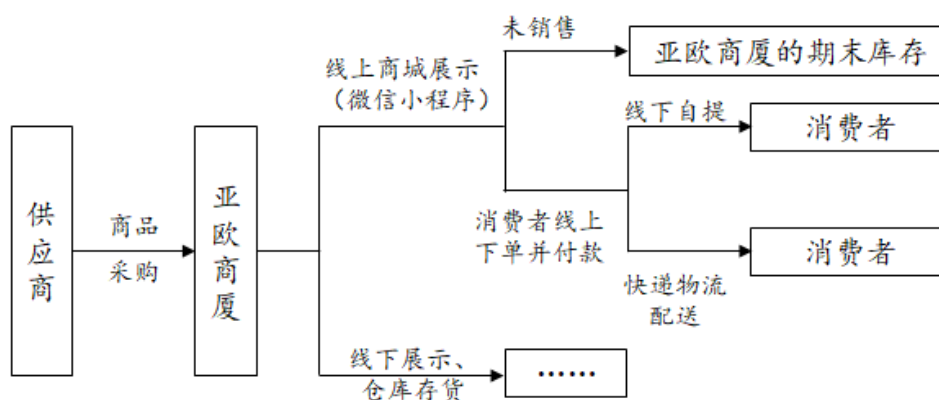
(1) 公司通过“亚欧商厦”微信小程序开展互联网销售情况

①公司通过“亚欧商厦”微信小程序开展业务的经营模式

报告期内，公司子公司亚欧商厦依托“亚欧商厦”微信小程序开设线上商城，系用于公司部分自营商品的销售以及自营酒店（亚欧大酒店）部分订单的获取，不存在第三方商家入驻线上商城并向消费者销售产品的情形，不存在第三方与消费者进行交易并结算的情形。公司通过“亚欧商厦”微信小程序实现的盈利来自于自营商品销售以及提供的自营酒店服务，公司不存在提供互联网平台服务而收取手续费或服务费的情形。

A、线上销售自营商品的货物流及存货风险承担

公司子公司亚欧商厦先向供应商采购商品，通过微信小程序向用户展示亚欧商厦自营商品信息，消费者在线上商城下单后可在线下自提或由亚欧商厦通过快递物流向消费者进行配送；线上商城均以亚欧商厦的名义对消费者销售产品，不存在第三方商家入驻线上商城并向消费者销售产品的情形。货物流示意图如下：



公司通过该微信小程序未对外销售的商品所有权仍归属于公司，公司承担未销售商品的存货损毁灭失、价格波动、质量及滞销风险。

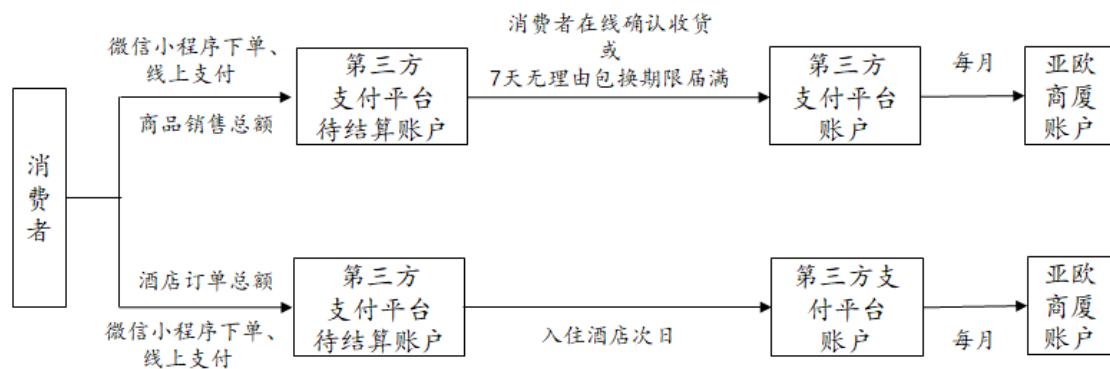
报告期各期末，亚欧商厦存货余额分别为 3,191.32 万元、3,662.28 万元、3,301.40 万元、3,447.00 万元，均为自营商品。报告期各期，公司通过“亚欧

商厦”微信小程序销售自营商品并确认收入分别为 113.50 万元、274.00 万元、186.10 万元、11.49 万元。

### B、线上销售自营商品及酒店服务的资金流

报告期各期，公司通过“亚欧商厦”微信小程序在线收取自营商品销售款分别为 122.44 万元、280.28 万元、179.00 万元、11.95 万元，在线收取自营酒店（亚欧大酒店）订单款分别为 0.40 万元、0.00 万元、0.12 万元、0.04 万元。

“亚欧商厦”微信小程序中，不存在第三方与消费者进行交易并结算的情形。亚欧商厦不存在提供互联网平台服务而收取手续费或服务费的情形。资金流示意图如下：



### C、线上销售自营商品的退换货

亚欧商厦对于通过微信小程序在线销售的商品承担退、换货等售后责任，若商品存在质量等问题，消费者通过与亚欧商厦协商解决。消费者提出退货或换货申请后，需先将商品寄回或当面退回给亚欧商厦，亚欧商厦确认商品无损毁等情况后原路退回款项或根据消费者要求更换商品。

#### ②公司通过“亚欧商厦”微信小程序销售自营商品及酒店服务收入及占比

公司通过“亚欧商厦”微信小程序开展的销售自营商品及酒店服务构成互联网销售。报告期各期，公司通过微信小程序“亚欧商厦”实现自营商品销售收入金额分别为 113.50 万元、274.00 万元、186.10 万元、11.49 万元，实现自营酒店（亚欧大酒店）业务收入金额分别为 0.38 万元、0.00 万元、0.11 万元、0.04 万元，合计占营业收入的比例分别为 0.18%、0.36%、0.21%、0.03%。

#### ③“亚欧商厦”微信小程序不属于互联网平台

根据《反垄断指南》，“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”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。

A、“亚欧商厦”微信小程序用于公司自营商品的销售和获取自营酒店（亚欧大酒店）的订单，不存在作为第三方平台向自然人、法人及其他市场主体提供商品销售的网络虚拟场所的情形；

B、“亚欧商厦”微信小程序不存在第三方商家入驻的情形，不存在提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务而收取手续费或服务费的情形；

C、“亚欧商厦”微信小程序中，公司与消费者属于商品或酒店服务交易关系，公司按照商品销售额或酒店订单额向消费者收取货款或订单款，不存在第三方与消费者进行交易并结算的情形。

D、公司对于通过微信小程序在线销售的商品承担退、换货等售后责任，若商品存在质量等问题，消费者通过与公司协商解决。

基于以上情况，“亚欧商厦”微信小程序未向自然人、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，不存在为双边或者多边主体提供交互，公司不存在提供互联网平台服务而收取手续费或服务费的情形，因此公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”，“亚欧商厦”微信小程序不属于互联网平台。

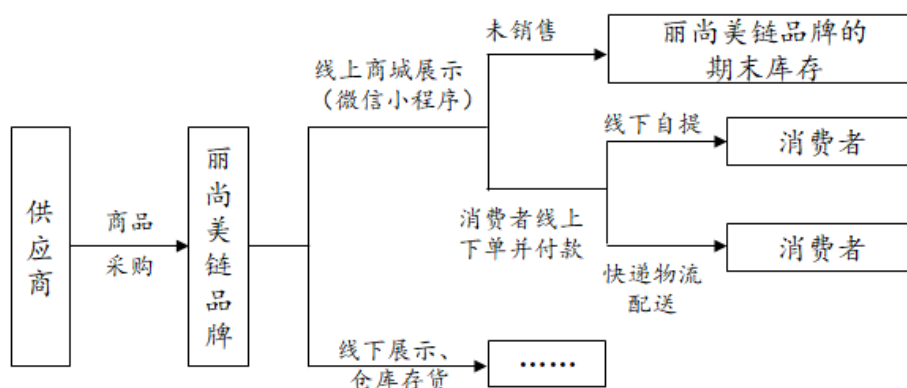
## (2) 公司曾通过“Lisanne 丽尚美链”微信小程序开展互联网销售情况

2023年3月，公司子公司丽尚美链品牌在长沙开设丽尚美链超市（仓储型超市），同期，丽尚美链品牌推出“Lisanne 丽尚美链”微信小程序，为消费者提供在线下单渠道。截至报告期末，上述超市已停止经营，公司已停用“Lisanne 丽尚美链”微信小程序。报告期内，公司曾通过“Lisanne 丽尚美链”微信小程序开设线上商城，系用于公司自营商品的销售，不存在第三方商家入驻线上商城并向消费者销售产品的情形，不存在由第三方与消费者进行交易并结算的情形。公司通过“Lisanne 丽尚美链”微信小程序实现的盈利来自于自营商品销售以及提供的自营酒店服务，公司不存在提供互联网平台服务而收取手续费或服务费的情形。

①公司通过“Lisanne 丽尚美链”微信小程序开展业务的经营模式

A、线上销售自营商品的货物流及存货风险承担

公司子公司丽尚美链品牌先向供应商采购商品，通过微信小程序向用户展示长沙丽尚美链超市门店商品信息，用户在线上商城下单后可在线下门店自提或由丽尚美链品牌通过快递物流向消费者进行配送；该微信小程序均以公司的名义对消费者销售产品，不存在第三方商家入驻线上商城并向消费者销售产品的情形。货物流示意图如下：

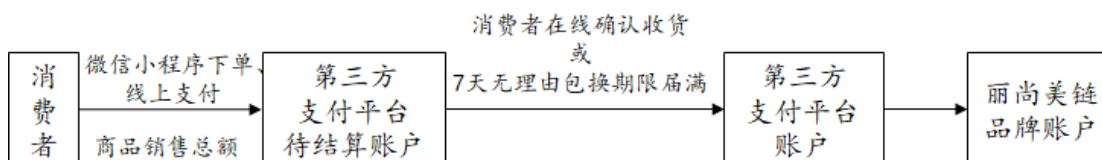


公司通过该微信小程序未对外销售的商品所有权仍归属于公司，公司承担未销售商品的存货损毁灭失、价格波动、质量及滞销风险。

2023年末、2024年6月末，丽尚美链品牌存货余额分别为80.77万元、0.00万元，为自营商品。报告期各期，公司通过“Lisanne 丽尚美链”微信小程序销售自营商品并确认收入分别为0万元、0万元、8.65万元、0.39万元。

B、线上销售自营商品的资金流

公司“Lisanne 丽尚美链”微信小程序销售商品时，丽尚美链品牌按照销售总额向消费者收取货款，资金流示意图如下：



“Lisanne 丽尚美链”微信小程序中，不存在第三方与消费者进行交易并结算的情形。丽尚美链品牌不存在提供互联网平台服务而收取手续费或服务费的情形。

### C、线上销售自营商品的退换货

丽尚美链品牌对于通过微信小程序在线销售的商品承担退、换货等售后责任，若商品存在质量等问题，消费者通过与丽尚美链品牌协商解决。消费者提出退货或换货申请后，需先将商品退回给丽尚美链品牌，丽尚美链品牌确认商品无损毁等情况后原路退回款项或根据消费者要求更换商品。

#### ②公司通过“Lisanne 丽尚美链”微信小程序销售商品的收入及占比

公司通过“Lisanne 丽尚美链”微信小程序开展的业务构成互联网销售。报告期各期，公司通过微信小程序“Lisanne 丽尚美链”实现自营商品销售收入金额分别为0万元、0万元、8.65万元、0.39万元，占营业收入的比例分别为0.00%、0.00%、0.01%、0.00%。

#### ③“Lisanne 丽尚美链”微信小程序不属于互联网平台

“Lisanne 丽尚美链”微信小程序系公司2023年3月在长沙开设丽尚美链超市（仓储型超市）时配套推出的线上商城，报告期内实现收入金额较小，截至报告期末已停用。“Lisanne 丽尚美链”微信小程序不属于互联网平台，具体分析与“亚欧商厦”微信小程序情况相近，详见本回复报告“问题8./一、/（二）/2、/（1）/③“亚欧商厦”微信小程序不属于互联网平台”。

#### （3）杭州环北“丽尚智管”微信小程序具体情况

报告期内，“丽尚智管”微信小程序已完成部分功能升级，目前主要为杭州环北专业市场商户提供查询缴费金额、缴纳垃圾清运等杂费、申请店铺装修、申请办理转租等功能。

报告期各期，杭州环北通过“丽尚智管”微信小程序向商户在线收费金额分别为0万元、0万元、3.85万元、11.18万元，主要为垃圾清运费、装修恢复费、装修管理费、转租管理费等杂费。上述费用系商户在对专业市场商位进行装修、转租时涉及缴纳的费用，且费用金额未因该商户使用“丽尚智管”微信小程序进行而增加。杭州环北通过“丽尚智管”微信小程序在线收取的费用，均系基于公司线下经营的专业市场管理业务，不涉及线上销售商品或线上提供服务进行收费的情况，该等收费方式实质上等同于向商户提供支付宝、微信收款二维码等收付款渠道，因此不构成互联网销售。



“丽尚智管”微信小程序允许商户在线向杭州环北缴纳上述垃圾清运费等杂费，但是均不涉及装修公司等第三方商家入驻的情形，不涉及撮合转租双方交易的情形，不存在由转租双方通过“丽尚智管”微信小程序进行交易或结算的情形，不存在提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的情形，杭州环北向商户收取的小额费用均不是提供互联网平台服务而收取手续费或服务费。因此，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”，“丽尚智管”微信小程序不属于互联网平台。

#### (4) 公司其他网站、APP、小程序、公众号情况

报告期内，除微信小程序“亚欧商厦”、“Lisanne 丽尚美链”、“丽尚智管”外，公司其他网站、APP、小程序、公众号等互联网相关业务载体系用于企业对外宣传、会员管理、内部管理，均不涉及在线缴费、不涉及产生收入，不构成互联网销售，不构成互联网平台。

### 3、丽尚美链及其子公司通过第三方电商平台开展寄售业务情况

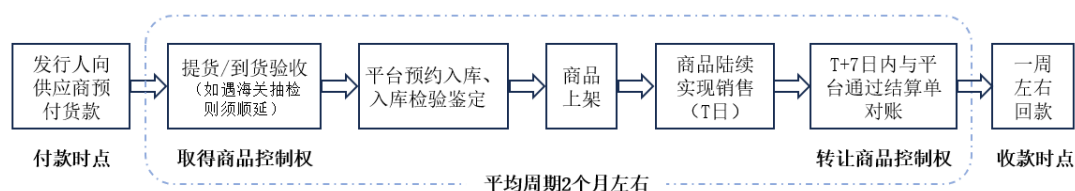
报告期内，丽尚美链及其子公司通过得物、小红书、拼多多等第三方电商平台开展寄售业务，主要销售国际大牌美妆产品和母婴食品等。

#### (1) 寄售业务的经营模式

##### ① 货物流及存货风险

公司先向供应商采购商品，并将商品发至第三方电商平台；公司通过该电商平台后台上传商品信息，自行确定商品终端售价，自行决定是否参与平台组织的促销活动；该电商平台根据线上订单将商品邮寄给终端消费者。该电商平台未对外销售的商品所有权仍归属于公司，公司承担未销售商品的存货损毁灭失、价格波动、质量及滞销风险。

以公司与得物电商平台开展寄售业务的情况为例，货物流示意图如下：



##### ② 资金流

第三方电商平台定期（7天、15天或30天）就已销售商品情况与公司到账

结算，结算单中包含已销售商品明细，对账后公司直接向电商平台收取货款。公司通过第三方电商平台开展寄售业务的盈利来自于商品的进销差价，不存在提供互联网平台服务而收取手续费或服务费的情况。

### ③退换货

公司通过第三方电商平台开展寄售业务时，根据公司与第三方电商平台协议条款或电商平台业务规则，由公司向第三方电商平台或消费者承担退、换货等售后责任。若商品存在质量等问题，第三方电商平台或消费者与公司协商解决。报告期内，公司该业务实际发生退换货情况较少。

### (2) 寄售业务的收入及占比

报告期内，丽尚美链及其子公司通过第三方电商平台开展寄售业务，构成互联网销售。丽尚美链及其子公司主要合作的第三方电商平台及相关销售商品内容和收入情况如下：

单位：万元

序号	电商平台	对应客户名称	发行人向互联网平台销售商品、收入				
			销售商品	2024年1-6月	2023年	2022年	2021年
1	得物	得物(香港)供应链有限公司	化妆品	470.25	13,153.36	11,119.80	305.70
		上海识装信息科技有限公司	日用品/鞋	-	150.49	7.87	-
2	秀购	杭州名融网络有限公司	母婴食品	-	1,764.63	318.87	-
3	小红书	Youtong Trading (Hong Kong) Limited	化妆品	-	261.44	688.44	-
4	拼多多	香港胡桃街有限公司	化妆品	33.02	856.91	5.02	-
		上海寻梦信息技术有限公司	鸡蛋等农产品/日用品	107.46	3.37	-	-
5	天猫国际	ALIBABA.COM SINGAPORE E-COMMERCE PRIVATE LIMITED	化妆品	-	47.59	740.78	-
6	美团优选	深圳美团优选科技有限公司	鸡蛋等农产品/日用品	100.39	12.15	-	-
7	亚马逊	Amazon.com Services LLC	日用品	37.68	37.92	-	-
8	抖音	GLOBAL PREMIUM BUY (MACAU) LIMITED	食品、日化	3.53	-	-	-
与互联网平台合作相关业务收入合计			-	<b>752.33</b>	<b>16,287.86</b>	<b>12,880.77</b>	<b>305.70</b>
与互联网平台合作相关业务收入占营业收入比例			-	<b>2.12%</b>	<b>18.50%</b>	<b>17.03%</b>	<b>0.48%</b>

根据上表，公司新消费新零售业务涉及的所有电商平台均为外部平台。报告期各期，公司与互联网平台合作相关业务收入分别为 305.70 万元、12,880.77 万元、16,287.86 万元、752.33 万元，占营业收入比例分别为 0.48%、17.03%、18.50%、2.12%，公司与互联网平台合作相关业务毛利分别为 31.50 万元、1,293.25 万元、3,002.27 万元、82.02 万元，占公司综合毛利的比例分别为 0.07%、3.74%、6.24%、

0.34%。2024年1-6月，公司考虑国际大牌美妆产品和母婴食品等消费市场不景气，以及寄售业务对公司实际盈利贡献较低，逐步大幅收缩寄售业务，详见本回复报告“问题4./一./（一）/2./（1）最近一期公司新消费新零售业务收入大幅下滑的具体原因”。

（3）寄售业务中，公司不是第三方电商平台的平台经营者

丽尚美链及其子公司通过第三方电商平台开展寄售业务时，仅作为平台寄售方，未从事上述平台本身的运营和管理，未向自然人、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，丽尚美链及其子公司不属于《反垄断指南》中规定的“平台经济领域经营者”中的“平台经营者”。

4、亚欧商厦自营酒店（亚欧大酒店）通过在线旅行社获取酒店订单相关业务情况

报告期内，亚欧商厦自营酒店（亚欧大酒店）主要通过线下、在线旅行社、“亚欧商厦”微信小程序等三种方式获取订单，不同订单获取方式相关收入构成情况如下：

单位：万元

序号	获取订单方式	2024年1-6月		2023年		2022年		2021年	
		收入	占酒店业务收入比例	收入	占酒店业务收入比例	收入	占酒店业务收入比例	收入	占酒店业务收入比例
1	线下获取订单收入	316.23	65.50%	604.97	58.02%	281.97	74.86%	603.50	70.65%
2	通过在线旅行社获取订单收入	166.5	34.49%	437.56	41.97%	94.71	25.14%	250.35	29.31%
3	通过“亚欧商厦”微信小程序获取订单收入	0.04	0.01%	0.11	0.01%	-	0.00%	0.38	0.04%
	合计	482.77	100.00%	1,042.64	100.00%	376.68	100.00%	854.23	100.00%

亚欧商厦自营酒店（亚欧大酒店）通过“亚欧商厦”微信小程序获取订单相关业务具体情况，详见本回复报告“问题8./一./（二）/2./（1）公司通过“亚欧商厦”微信小程序开展互联网销售情况”。

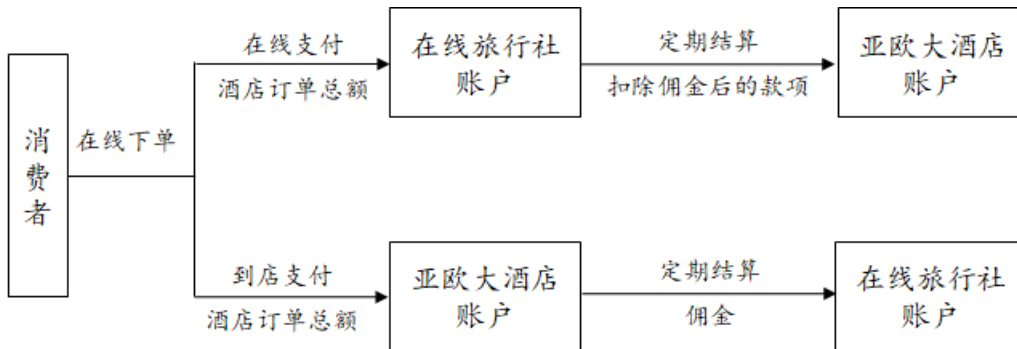
亚欧商厦自营酒店（亚欧大酒店）通过在线旅行社获取订单相关业务具体情况如下：

（1）自营酒店通过在线旅行社获取订单的经营模式及资金流

报告期内，公司子公司亚欧商厦自营的亚欧大酒店根据经营需要，按照行业

惯例通过携程、美团、飞猪等在线旅行社(第三方电商平台)获取部分酒店订单,具体经营模式为:亚欧大酒店将客房类型、介绍、数量、价格等信息录入在上述在线旅行社的系统,消费者登录在线旅行社的APP、网站、微信小程序等用户端下单,并选择在线支付或到店支付。消费者在线支付情况下,资金先进入上述在线旅行社账户,亚欧大酒店定期与在线旅行社结算,在线旅行社将一定期限内消费者在线支付的订单款项扣除其收取的一定比例的佣金后的金额转账给亚欧大酒店。消费者到店支付情况下,消费者直接向亚欧大酒店支付款项,在线旅行社定期与亚欧商厦结算,亚欧大酒店从收到消费者线下支付的订单款项中提取一定比例的佣金支付给在线旅行社。

上述相关业务资金流示意图如下:



亚欧商厦自营酒店(亚欧大酒店)收入来源主要为客房、餐饮、会议等业务,不存在提供互联网平台服务而收取手续费或服务费的情况。

## (2) 自营酒店通过在线旅行社获取订单收入构成情况

报告期内,亚欧商厦自营酒店(亚欧大酒店)通过携程、美团、飞猪等在线旅行社获取订单,构成互联网销售,各期对应在线旅行社收入情况如下:

单位:万元

序号	在线旅行社	在线旅行社对应的业务主体	2024年1-6月	2023年	2022年	2021年
1	携程	上海赫程国际旅行社有限公司	109.50	300.45	49.77	197.94
2	美团	天津西瓜旅游有限责任公司	42.00	128.11	44.95	52.41
3	飞猪	飞猪国际旅行社(浙江)有限公司	9.49	-	-	-
		酷飞在线信息科技有限公司南京有限公司	6.42	9.00	-	-
通过在线旅行社获取订单业务收入			166.50	437.56	94.71	250.35
占营业收入比例			0.47%	0.50%	0.13%	0.39%

报告期各期，亚欧商厦自营酒店（亚欧大酒店）通过在线旅行社获取订单业务收入分别为 250.35 万元、94.71 万元、437.56 万元、166.50 万元，占营业收入比例分别为 0.39%、0.13%、0.50%、0.47%。

(3) 公司与携程、美团、飞猪等在线旅行社合作中，公司不是第三方电商平台的平台经营者

公司与携程、美团、飞猪等在线旅行社合作中，公司为酒店客房资源提供方，未从事上述第三方电商平台本身的运营和管理，未向自然人、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，公司不属于《反垄断指南》中规定的“平台经济领域经营者”中的“平台经营者”。

5、是否涉及收集个人信息、数据处理等情形，业务经营合规性，是否符合《互联网信息服务管理办法》《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等法律法规

(1) 《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》《网络安全审查办法》等相关法律法规的相关规定

目前，涉及收集信息、数据处理等方面的主要法律法规情况如下：

序号	法律法规	相关内容
1	《中华人民共和国个人信息保护法》	个人信息是以电子或者其他方式记录的与已识别或者可识别的自然人有关的各种信息，不包括匿名化处理后的信息。个人信息的处理包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等。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。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。
2	《中华人民共和国网络安全法》	网络数据，是指通过网络收集、存储、传输、处理和产生的各种电子数据。个人信息，是指以电子或者其他方式记录的能够单独或者与其他信息结合识别自然人个人身份的各种信息，包括但不限于自然人的姓名、出生日期、身份证件号码、个人生物识别信息、住址、电话号码等。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。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。

序号	法律法规	相关内容
3	《中华人民共和国数据安全法》	数据，是指任何以电子或者其他方式对信息的记录。数据处理，包括数据的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等。数据安全，是指通过采取必要措施，确保数据处于有效保护和合法利用的状态，以及具备保障持续安全状态的能力。开展数据处理活动应当依照法律、法规的规定，建立健全全流程数据安全管理制度，组织开展数据安全教育培训，采取相应的技术措施和其他必要措施，保障数据安全。利用互联网等信息网络开展数据处理活动，应当在网络安全等级保护制度的基础上，履行上述数据安全保护义务。任何组织、个人收集数据，应当采取合法、正当的方式，不得窃取或者以其他非法方式获取数据。
4	《网络安全审查办法》	关键信息基础设施运营者采购网络产品和服务，网络平台运营者开展数据处理活动，影响或者可能影响国家安全的，应当按照本办法进行网络安全审查。网络产品和服务主要指核心网络设备、重要通信产品、高性能计算机和服务器、大容量存储设备、大型数据库和应用软件、网络安全设备、云计算服务，以及其他对关键信息基础设施安全、网络安全和数据安全有重要影响的网络产品和服务。

## (2) 是否涉及收集个人信息、数据处理等情形

截至本回复报告出具之日，公司及子公司正在运营的网站、APP、公众号、小程序中，涉及收集个人信息、数据处理等情形的网站、APP 和小程序情况如下：

序号	名称	类型	收集个人信息、数据处理用途
1	lsmeilian.com	网站	收集手机号码等信息作为用户标识，无需用户实名认证。
2	智慧园区	APP	该 APP 只供市场商户使用，因此需收集商户姓名、手机号、身份证号用于注册认证。
3	丽尚智管	微信小程序	收集手机号码作为用户标识，无需用户实名认证。
4	亚欧商厦	微信小程序	收集手机号码作为用户标识，无需用户实名认证；若涉及发货，用户需填写收件地址信息和联系方式。
5	亚欧商厦会员	微信小程序	收集手机号码作为用户标识，无需用户实名认证。
6	南京环北会员	微信小程序	收集手机号码作为用户标识，无需用户实名认证。

上表涉及的公司网站、APP、小程序的用户在注册时，已经明确知晓并同意《用户服务协议》、《隐私保护政策》等有关个人信息收集、使用的相关条款，用户已对信息的收集、使用其个人信息进行了明确授权和许可，公司收集用户的

手机号码用于用户标识，相关信息均为用户主动、自愿披露。除“智慧园区”APP对专业市场商户注册需收集其姓名、手机号、身份证号之外，公司其余小程序、网站不含用户身份认证等实名信息，对相关个人信息的收集仅为实现相关小程序、网站相应的业务功能，满足必要性的要求，不存在过度收集或不当收集个人信息的情况，符合《个人信息保护法》、《数据安全法》、《网络安全法》、《网络安全审查办法》等法律法规要求。

### (3) 报告期内违法违规情况

根据公开查询检索工业和信息化部、国家互联网信息办公室、国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网等网站，报告期内，发行人不存在与个人信息收集及个人信息保护相关的行政处罚或诉讼、仲裁案件。

### (4) 业务经营合规性

#### ①关于 ICP 备案

根据《互联网信息服务管理办法》第四条的规定，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。截至本回复报告出具日，公司及其控股子公司名下共有两个网站，主要用于对外进行公司介绍、业务宣传等用途，属于向上网用户无偿提供信息服务，不属于经营性信息服务，无需取得经营性 ICP 许可证，公司已对自有的网站域名办理非经营性 ICP 备案，具体信息如下：

网站名称	域名	用途	网站备案/许可证号
丽尚国潮	lsguochao.com	公司官方网站，主要用于公司介绍	陇 ICP 备 14000041 号-2
丽尚美链	lsmelian.com	主要用于业务宣传	浙 ICP 备 2023013595 号-1

#### ②公司目前不涉及个人信息收集、储存相关资质的获取

截至本回复报告出具日，公司对相关个人信息的收集仅为实现相关网站、APP、小程序相应的业务功能，满足必要性的要求，根据《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》、《征信业管理条例》、《中华人民共和国网络安全法》等相关法律、行政法规，目前单纯的个人信息收集、储存不存在相关资质、许可或备案的强制性规定，因此公司无需取得相关资质。

## 6、后续业务开展的规划安排

### (1) 现有互联网销售业务后续规划安排

未来，公司“亚欧商厦”微信小程序仍将维持现有经营模式开展互联网销售。2024年1-6月，公司已大幅收缩电商平台寄售业务，未来或将停止该类业务的开展。

(2) 本次募投项目是否涉及互联网销售业务、互联网平台业务

本次募投项目之专业市场及亚欧商厦改造升级项目、兰州中高端酒店投资开发项目、杭州总部运营管理中心建设项目不存在新建或升级网站、APP、小程序、公众号等情况，不涉及互联网销售业务、互联网平台业务。

本次募投项目之数字化转型项目拟围绕核心业务板块升级和新建相关系统情况如下：

1) 升级原有系统情况

公司数字化转型项目拟升级专业市场管理业务相关的租赁系统、智慧园区系统，以及商贸百货零售业务相关的百货系统、会员系统、酒店管理系统，不涉及互联网销售业务、互联网平台业务，具体情况如下：

系统名称	公司相关主体	类型	非公司用户主体	升级功能	是否涉及缴费	是否产生收入
租赁系统	杭州环北	升级原有系统	专业市场商户	在原有系统运营端功能基础上升级优化租赁及转租管理等功能，增加装修管理、业财集成、电子签章、统计分析等功能； 在原有系统用户端功能基础上增加商户线上申请办理转租、店铺装修等功能。	是	否
智慧园区系统	杭州环北	升级原有系统	专业市场商户	在原有系统运营端、商户端功能基础上升级优化相关功能。	否	否
百货系统	亚欧商厦	升级原有系统	-	在原有系统运营端功能基础上增加联营客户和租赁客户的招商管理、合同管理、物业管理等功能，提高运营效率。	否	否
会员系统	亚欧商厦	升级原有系统	亚欧商厦会员	在原有系统运营端功能基础上升级优化会员管理功能，新增动态标签群运营、会员数据分析模型等功能； 在原有系统用户端功能基础上升级优化相关功能。	否	否



系统名称	公司相关主体	类型	非公司用户主体	升级功能	是否涉及缴费	是否产生收入
酒店管理系统	亚欧商厦	升级原有系统	-	在原有系统运营端功能基础上升级优化客户管理、客房管理、结算管理、经营分析等功能，提升客户入住体验。	否	否

## 2) 新建系统情况

### ①采批服务系统功能介绍

#### A、运营端

序号	功能模块	子功能	功能介绍	类别
1	登录模块	登录认证	运营后台账号密码登录及验证	网页
		退出	运营后台退出登录	
2	首页	首页	经营数据、用户活跃度、访问时段分析，用户年龄统计及偏好分析，商铺信息及供应商信息统计	
3	营销管理	资讯管理	商家及用户资讯的增删查改及发布操作	
		焦点图管理	焦点图的增删查改及取消发布操作	
4	运营管理	商家管理	商家信息增删查改操作，店铺内商品的上/下架功能以及新增商品功能，支持免密进入商铺PC端代运营	
		客户管理	客户信息统计，可查看收藏记录和浏览记录	
		供应商管理	供应商信息统计，供应商信息修改及加入黑名单功能	
		意见箱管理	用户意见收集及回复	
5	运营报表统计	数据统计报表	用户数据、商家数据、商品数据的收集与展示	
		店铺经营报表	店铺经营数据的查询与导出	
		客户分析报表	客户信息收集、查询与导出	
		地域分析报表	地域信息的统计、查询与导出	
		商城访客报表	商城访客数据收集、查询与导出	
		入驻店铺报表	入驻店铺数据收集、查询与导出	
6	小程序配置	走进环北	配置微信小程序跳转公众号链接	
		新品推荐配置	7日内上新商品推荐与取消推荐功能	
		推荐档口配置	推荐档口的新增与删除	
		专题配置	专题的增删查改、上架、下架功能及关联商品功能	
		排行榜配置	爆款排行榜、综合人气榜、新品榜榜单统计及修改	
7	系统管理	商品分类	商品分类、商品属性查看和配置	
		角色管理	运营后台账号权限管理，包括增删查改和启/停用	
		员工管理	员工信息管理及权限控制	
		资源管理	资源的增删查改	
		数据字典	数据字典的增删查改	
		系统配置	系统各参数配置	

#### B、市场商户端

序号	功能模块	子功能	功能介绍	类别	
1	登录系统	登录系统	商家用户登录及验证	网站	
		退出	运营后台退出登录		
2	首页	首页	店铺各类数据展示及数据分析		
3	一铺一档	一铺一档	店铺商品展示、客户信息、员工信息以及门面信息展示		
4	商品管理	商品管理	店铺内商品的新增、编辑、上下架、定时上下架、上下架记录查看，以及商品查询功能		
5	店铺管理	客户管理	客户信息的增删改查，可查看收藏记录和浏览记录，支持客户数据的导出及黑名单操作		
		员工管理	员工信息的增删改查、可操作离职功能		
		角色管理	店铺内角色权限控制		
6	申请入驻	商家申请入驻	提交入驻杭州环北市场的申请		微信小程序
		退出	退出申请界面		
7	登录认证	登录认证	输入手机号、验证码登录认证		
8	首页	我的店铺	跳转微信小程序对应店铺		
		丽达通	跳转物流和仓储服务系统微信小程序		
		数据分析	店铺各类数据展示及数据分析		
9	客户	查找客户	通过昵称查找客户		
		会员申请	查看会员申请请求		
		编辑	支持编辑客户信息		
		浏览记录	查看客户在本店的浏览记录		
		收藏记录	查看客户在本店的收藏记录		
10	商品	查找商品	支持模糊搜索查找商品		
		已上架商品	已上架商品的查看、下架、设为主推、取消主推、主推置顶操作		
		未上架商品	未上架商品的查看、上架、编辑、预览操作		
		已下架商品	已下架商品的查看、上架、编辑、预览操作		
11	消息	消息	消息中心，可接收和回复消息，支持查看历史消息		
		一键已读	支持一键已读所有消息		
12	我的	门店装修	支持更换店铺主题，更新店铺档案，配置品牌		
		设置	信息更新及退出登录		

### C、普通用户端

序号	功能模块	子功能	功能介绍	类别
1	认证登录	手机号认证	输入手机号、验证码登录认证	微信小程序
		快速认证	微信授权，获取本机号码/切换其他号码	
2	商城首页	查找商品或店铺	支持模糊搜索，查询全域商品/店铺	
		走进环北	查看杭州环北公众号推文相关信息	
		我的意见	向杭州环北官方反馈意见或建议	

序号	功能模块	子功能	功能介绍	类别
		找档口	支持档口号、档口名称和品类模糊搜索，查询全域店铺	
		我的关注	查看关注的店铺	
		我的收藏	查看收藏的商品	
		首焦图	跳转至配置的关联页面	
		轮播资讯	查看杭州环北市场最新资讯，可穿透到资讯具体内容页面	
		一级市场物业介绍	各楼层展示及简介、自动滚动且支持手滑可穿透查看各楼层商铺信息	
		精选商品	查看精选商品列表	
3	商城新品	首焦图跳转	跳转至配置的关联页面	
		新品列表	查看新品列表，可根据价格、上架时间、热度等排序	
4	商城风格馆	首焦图跳转	跳转至配置的关联页面	
		风格类目展示	查看商品风格分类，支持穿透到类目下的商品列表页	
		商品列表	查看商品列表，可根据价格、上架时间、热度等排序	
5	商城女装	首焦图跳转	跳转至配置的关联页面	
		女装分类	查看所有女装风格分类，支持穿透到类目下的商品列表页	
		女装列表	查看女装列表，可根据价格、上架时间、热度等排序	
6	商城男装	首焦图跳转	跳转至配置的关联页面	
		男装分类	查看所有男装风格分类，支持穿透到类目下的商品列表页	
		男装列表	查看男装列表，可根据价格、上架时间、热度等排序	
7	分类	分类搜索	支持模糊搜索，查询分类	
		分类列表	查看所有类目和关联商品，可穿透到类目下的商品列表	
8	环北资讯	咨讯管理	查看杭州环北市场资讯列表	
		关注	查看关注的店铺	
9	我的	我要入驻	跳转商户端小程序	
		关注的店铺	查看关注的店铺	
		收藏	查看收藏的商品	
		官方客服	查看杭州环北市场官方联系电话	
		我的意见	向杭州环北官方反馈意见或建议	
		我的足迹	查看浏览过的店铺和商品	
		消息	消息中心，可接收和回复消息，支持查看历史消息、一键已读所有消息	
		设置	修改个人信息和退出登录	

## ②物流和仓储服务系统功能介绍

### A、运营端

序号	功能模块	子功能	具体功能介绍	类别
----	------	-----	--------	----

1	登录	登录	支持密码登录、短信登录	网页
2	数据看板	数据看板	查看各角色、查看到货城市分布、最新数据统计	
3	发货管理	发货管理	查询、查看各商户的发货记录，进行跟踪及管理	
4	拉包管理	待接单任务	查看待接单状态的订单	
		拉包任务管理	查看拉包工拉包记录	
5	用户管理	用户注册	查看用户注册信息、可进行编辑、审核、查看、删除	
		用户管理	对用户进行管理	
6	计费管理	服务费价格维护	维护向堆货点收取的管理费价格	
		拉包价格维护	维护拉包费价格	
7	客服管理	评价查询	查询、统计商户对服务的评价	
		投诉查询	查询、处理各用户的咨询投诉	
8	报表管理	考核统计	查看超时统计、取消统计	
		用户报表	查看商品销量统计表、商品销量日报表、商品销量月报表	
		市场分析表	查看拼包统计、推广统计、发货统计表、用户分析统计表、用户发货货物统计表	
		线路汇总表	查看线路汇总表	
9	营销中心	优惠券管理	管理优惠券以及查看发放记录	
		图片设置	管理图片设置	
		通知公告	管理通知公告	
		协议管理	管理协议	
10	基础数据	货物	管理平台货物	
		收发货人	管理所有用户的收发货人	
		市场	管理平台市场	
		专线网点	管理运输端的专线网点	
		专线线路	管理运输端的专线线路	
11	系统管理	权限管理	管理部门、操作员、角色	
		系统配置	管理系统设置和业务区域设置	

### B、市场商户端

序号	功能模块	子功能	具体功能介绍	类别
1	登录	登录	支持微信快捷登录、手机号登录	微信小程序
2	首页	轮播图	展示轮播图	
		资讯公告	展示资讯公告	
		零担发货	新增零担发货订单	
		采批服务系统	跳转采批服务系统微信小程序	
		我的常用快速选择	展示常用拉包工，点击快速选择并跳转到发货界面	
		订单统计	按日、周、月，全部统计订单	
3	查货	我发的	查询、查看商户为自己的订单	
		我收的	查询、查看收货人为自己的订单	

4	我的	个人信息	管理个人信息和子账号
		我的账户	查看我的账户
		我的账单	查看我的未出账单、已出账单
		优惠卡券	查看有效优惠券和历史优惠券
		地址管理	管理发货地址、收货地址
		我的认证	管理实名认证、商户认证
		常用拉包工	管理常用拉包工
		咨询投诉	进行咨询投诉
		联系客服	查看客服联系方式
		关于我们	查看公司介绍
5	仓储管理 (普通用户 端不涉及)	基础配置	管理出入库类型、物料、货架等基础信息
		入库管理	支持进行商品入库操作
		出库管理	支持进行商品出库操作
		库存管理	支持进行库存查看、库存提醒等
		统计分析	支持入库分析、出库分析、库存分析相关日报、周报、月报等

### C、拉包工端

序号	功能模块	子功能	具体功能介绍	类别
1	登录注册	登录注册	支持登录、注册、忘记密码	微信小程序
2	个人中心	个人信息	查看头像、用户名、在线状态	
		我的账户	点击跳转到我的账户	
		我的认证	用户进行实名认证	
		我的作业	点击跳转到我的任务	
		联系客服	查看客服联系方式	
		咨询建议	进行咨询建议	
		我的设置	可进行修改登录密码, 查看关于我们, 拨打客服热线, 检查版本更新	
		蓝牙打印	支持蓝牙打印设备搜索和连接	
		退出登录	退出登录	
3	通知公告	通知公告	查看发布的相关公告、通知、资讯	
4	数据统计	数据统计	查看今日拉包、星级评分、完单率	
5	任务大厅	待接单	查看未分配拉包工的待作业任务	
		待取包	查看已接单且未取包的任务订单	
		配送中	查看已接单且配送中的任务订单	
		已完成	查看已接单且已完成的任务订单	
		已取消	查看已接单且取消的任务订单	
6	预警订单	预警订单	查看预警订单, 展示待取货、待送达状态达到预警值的订单, 对即将超时订单进行弹窗提醒	
7	接单设置	接单设置	管理接单设置	
8	开始/停止接单	开始/停止接单	开启在线、离线状态	

公司新建采批服务系统、物流和仓储服务系统，系向杭州环北、南京环北等专业市场约 4,100 家商户提供数字化管理增值服务，具体分析如下：

①采批服务系统具备运营端、商户端、普通用户端三大功能模块，其中运营端可实现对商户管理及其运营数据的统计和分析等；商户端可实现商品展示及上下架、客户会员信息及店铺员工权限等数字化管理，经营数据展示和分析等；普通用户端可实现线上查询市场、店铺及商品信息并进行线上咨询等，但不具备交易功能，双方自行线下洽谈交易及结算。

②物流和仓储服务系统具备运营端、商户端、拉包工端三大功能模块，其中运营端可实现对拉包订单、发货记录的查询、统计和分析等；商户端可实现线上查询并对接市场内的拉包工，并对市场内部的货物流转和商品库存动态管理和监控进行数字化管理等；拉包工端可实现拉包订单的接收、查询和统计等。

③公司为市场商户提供上述数字化管理增值服务，前期不收取服务费，后续择时向商户收取年度服务费。

④上述系统（包括网站、小程序）不具备线上交易功能，不存在公司通过该等系统销售商品或服务的情形，不存在公司为商户与其客户以及拉包工提供线上交易撮合并收取扣点收入的情形，亦不涉及线上资金流转的情形。

基于以上情况，数字化转型项目新建采批服务、物流和仓储服务新系统，不具备线上交易功能，不存在公司通过该等系统销售商品或服务的情形，不存在公司为商户与其客户及拉包工提供线上交易撮合并收取扣点收入的情形，亦不涉及线上资金流转的情形，因此不涉及互联网销售业务，不属于《反垄断指南》规定的“互联网平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

综上，本次募投项目不涉及互联网销售业务、互联网平台业务。

### （三）公司不存在医美业务

#### 1、医美业务的定义

根据国家卫生和计划生育委员会于 2016 年 1 月颁布的《医疗美容服务管理办法（2016 修正）》第二条，医疗美容是指：“运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑”；美容医疗机构是指：“以开展医疗美容诊疗业务为主的医疗机构”。

结合上述法规定义，“医美业务”可以归纳为：医疗机构运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑的服务行为；拓展至医美相关产业链上下游，广义的医美业务还可以包括医美产品（与医美业务有关的药品、医疗器械）的生产、销售以及为医疗美容机构提供的推广获客服务。医美产品应为“药品或者医疗器械”，产品证书应为“药品注册许可证或医疗器械注册/备案许可证”。

## 2、公司及其子公司不涉及医美业务

截至本回复报告出具日，公司及其子公司经营范围中不存在“美容服务”、“医疗美容”、“药品”相关内容，不存在医疗器械生产相关内容，仅以下三个主体涉及第二类医疗器械或第三类医疗器械的销售或经营，具体如下：

序号	企业名称	经营范围	实际开展业务
1	杭州丽尚美链网络科技有限公司	一般项目：……………；第二类医疗器械销售；……	从事新消费新零售业务，未实际销售任何第二类医疗器械、第三类医疗器械
2	浙江丽尚美链供应链管理有限公司	一般项目：……………；第二类医疗器械销售；……	
3	浙江丽尚美链品牌管理有限公司	许可项目：……第三类医疗器械经营（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，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：……………；第二类医疗器械销售；……	

截至本回复报告出具日，公司及其子公司不涉及经营、举办医疗机构和提供医疗服务的情况，不从事医美类药品、医疗器械产品的生产和销售，未持有“药品注册许可证或医疗器械注册/备案许可证”，亦不涉及为医疗机构提供医疗美容获客服务等情况，不涉及医美业务。

## 3、后续业务开展的规划安排

未来，公司不存在医美相关业务的规划安排。本次募投项目均不涉及新增医美相关业务。

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

针对上述事项，保荐机构主要履行了如下核查程序：

- 1、查阅《市场准入负面清单（2022年版）》《文化及相关产业分类（2018）》《中华人民共和国电子商务法》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄

断指南》《互联网信息服务管理办法》《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》《医疗美容服务管理办法（2016 修正）》等相关法律法规及规范性文件；

2、查阅发行人及其控股子公司的经营范围、收入构成等资料，判断是否存在文化传媒业务、互联网销售业务、互联网平台业务、医美业务；

3、访谈发行人管理人员，了解发行人及其控股子公司是否实际开展文化传媒、互联网销售、互联网平台、医美等业务或存在开展上述业务的规划安排；

4、查阅发行人及其子公司**广告位置租赁业务**、**广告代理业务**和**广告视频制作业务**合同、相关收入及成本等财务资料，访谈相关业务负责人，了解发行人**广告位置租赁业务**、**广告代理业务**和**广告视频制作业务**的经营模式、收入和利润情况；

5、获取发行人主要运营的网站、APP、微信公众号及小程序及合作的**第三方电商平台账户清单及完整性声明**；

6、登录查看发行人及其控股子公司自有网站、APP、小程序、公众号，获取发行人说明，结合对发行人管理人员的访谈，了解发行人原有系统及因本次募投项目拟升级系统和新建系统主要功能及用途、经营模式，以及是否存在为双边或者多边主体提供交互，分析是否构成**互联网销售业务**、**互联网平台业务**，以及是否涉及收集个人信息、数据处理等情形及其合规性；

7、查阅发行人子公司通过第三方电商平台开展寄售业务合同、相关收入及成本等财务资料，访谈相关业务负责人，了解发行人通过第三方电商平台开展寄售业务模式、收入和利润情况；

8、查阅发行人子公司**亚欧商厦自营酒店（亚欧大酒店）**通过携程、美团、飞猪等在线旅行社获取订单的业务合作合同、相关收入等财务资料，访谈相关业务负责人，了解相关业务模式、收入情况；

9、查阅本次募投项目实施主体的经营范围、收入构成等资料，判断是否存在**广告业务**、**文化传媒业务**、**互联网销售业务**、**互联网平台业务**、**医美业务**；

10、查阅本次募投项目可研报告，判断是否存在**广告业务**、**文化传媒业务**、**互联网销售业务**、**互联网平台业务**、**医美业务**的投入；

11、获取本次募投项目拟新建系统和升级原有系统的功能列表，分析是否



存在广告业务、文化传媒业务、互联网销售业务、互联网平台业务；

12、发行人及其子公司 ICP 备案证明文件，核查发行人的资质取得情况及业务经营合规；

13、公开查询检索工业和信息化部、国家互联网信息办公室、国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网等网站，核查报告期内发行人是否存在与个人信息收集及个人信息保护相关的行政处罚或诉讼、仲裁案件。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、截至本回复报告出具日，发行人及其子公司涉及的文化传媒相关业务主要为广告代理业务和广告视频制作业务、广告位置租赁业务，各期实现收入合计金额占营业收入比例分别为 0.02%、0.33%、1.77%、1.42%，发行人上述业务属于国家统计局《文化及相关产业分类(2018)》中界定的“创意设计服务”之“031 广告服务”，不涉及国家发改委《市场准入负面清单(2022 年版)》中禁止违规开展新闻传媒相关业务的相关情形，不存在违反相关法律法规规定的情形。未来，发行人仍将维持现有文化传媒业务模式，主要开展广告代理业务、广告视频制作业务、广告位置租赁业务，除此之外不存在其他文化传媒相关业务的规划安排。发行人本次募投项目投资不涉及广告业务投入、文化传媒业务的投入。

2、“亚欧商厦”微信小程序、“Lisanne 丽尚美链”涉及在线销售自营商品及获取自营酒店（亚欧大酒店）订单，构成互联网销售，各期实现收入合计金额占营业收入比例分别为 0.18%、0.36%、0.22%、0.03%。发行人及子公司的其他网站、APP、微信小程序及公众号均不涉及互联网销售情况，均不属于《反垄断指南》中规定的“互联网平台”，发行人不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。丽尚美链及其子公司通过第三方电商平台开展寄售业务，构成互联网销售，各期实现收入金额占营业收入比例分别为 0.48%、17.03%、18.50%、2.12%；亚欧商厦自营酒店（亚欧大酒店）通过在线旅行社获取订单，构成互联网销售，各期收入占营业收入比例分别为 0.39%、0.13%、0.50%、0.47%；丽尚美链及其子公司、亚欧商厦及其自营酒店（亚欧大酒店）均不属于《反垄断指南》中规定的“平台经济领域经营者”中的“平台经营者”。未来，发行人子公司亚欧商厦及其自营酒店（亚欧大酒店）仍将通过“亚欧商厦”微信小程序开展互联网销售

业务。2024年1-6月，发行人已大幅收缩电商平台寄售业务，未来或将停止该类业务的开展。发行人本次募投项目之数字化转型项目拟新建系统系发行人向专业市场商户提供数字化管理增值服务，不具备线上交易功能，不存在发行人通过该等系统销售商品或服务的情形，不存在发行人为商户与其客户及拉包工提供线上交易撮合并收取扣点收入的情形，亦不涉及线上资金流转的情形，不涉及互联网销售业务；发行人本次募投项目不属于《反垄断指南》规定的“互联网平台”，发行人不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

3、截至本回复报告出具日，发行人及其子公司经营范围中不存在“美容服务”、“医疗美容”、“药品”相关内容，不存在医疗器械生产相关内容，发行人及其子公司不涉及经营、举办医疗机构和提供医疗服务的情况，不从事医美类药品、医疗器械产品的生产和销售，未持有“药品注册许可证或医疗器械注册/备案许可证”，亦不涉及为医疗机构提供医疗美容获客服务等情况，不涉及医美业务。未来，发行人不存在医美相关业务的规划安排。发行人本次募投项目不涉及新增医美相关业务。

### **保荐机构总体意见**

保荐机构总体意见：对本回复报告中的公司回复，本机构均已进行核查，确认并保证其真实、完整、准确。

（以下无正文）

（本页无正文，为《关于兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函之回复报告》之盖章页）

兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司

2024年12月27日



## 发行人董事长声明

本人已认真阅读兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，确认本回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长：

  
吴小波

兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司

2024年12月31日



(本页无正文，为《关于兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函之回复报告》之保荐机构签章页)

保荐代表人： 苗 淼                      廖 来 泉  
苗 淼                                      廖 来 泉



浙商证券股份有限公司

2024 年 12 月 31 日

## 保荐机构法定代表人声明

本人已认真阅读兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解本回复报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长、法定代表人：



吴承根



浙商证券股份有限公司

2024年12月31日