（上接B130版）

注：受限于可比公司公开披露情况，2019年12月31日数据中丽人丽妆根据2019年6月30日的数据计算；若羽臣根据2019年9月30日的数据计算；2018年12月31日数据中杭州悠可根据2018年9月30日的数据计算。

经比较，标的公司存货跌价准备计提方法与同行业公司基本一致，报告期期末存货跌价准备计提比例与同行业公司相比不存在重大差异。

综上，报告期各期末标的公司根据供应商询价、产品畅销程度等来估算期末存货未来预期售价，并以此为基础计提存货跌价准备。标的公司期末存货跌价准备计提政策和计提比例与同行业可比公司不存在重大差异。昆汀科技的存货跌价准备计提较为充分合理。

三、中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问西南证券、审计机构中汇会计认为：标的公司资金往来合规性不存在异常，标的公司报告期内不存在货币资金被他方占用的情形。标的公司期末存货跌价准备计提充分，计提依据不存在重大异常。

四、补充披露情况

标的公司货币资金存放、受限及资金往来合规性已补充披露于重组报告书“第八节管理层讨论与分析”之“四、标的资产财务状况分析”之“（一）资产结构分析”之“2、流动资产分析”之“（1）货币资金”。标的公司存货跌价准备计提充分性说明已补充披露于重组报告书“第八节管理层讨论与分析”之“四、标的资产财务状况分析”之“（一）资产结构分析”之“2、流动资产分析”之“（5）存货”。

问题9. 报告书显示，2018、2019年，标的公司经营活动现金流量净额分别为2471.36万元、-791.30万元，低于当期净利润。请公司对报告期经营活动产生的现金流量和净利润进行差异分析，并列表说明具体差异项目及金额，并说明差异原因及合理性。请财务顾问和会计师发表意见。

回复：

一、经营活动产生的现金流量和净利润差异项目及金额

报告期内，标的公司各期经营活动产生的现金流量净额低于净利润，现金流量净额和净利润差异项目如下：

单位：万元

| 项目 | 2019年度 | 2018年度 |
|---|---|---|
| 净利润 | 2,916.20 | 2,204.31 |
| 加：资产减值准备 | 366.30 | -16.09 |
| 信用减值损失 | -168.11 | - |
| 长期资产折旧及摊销 | 38.58 | 33.24 |
| 固定资产报废损失（收益以“-”号填列） | 0.64 | 0.28 |
| 财务费用（收益以“-”号填列） | 62.50 | -116.50 |
| 投资损失（收益以“-”号填列） | 92.57 | 1.23 |
| 递延所得税资产减少（增加以“-”号填列） | 92.02 | -1.16 |
| 递延所得税负债增加（减少以“-”号填列） | -3.67 | 3.67 |
| 存货的减少（增加以“-”号填列） | -2,793.06 | -1,215.55 |
| 经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列） | 345.87 | -852.06 |
| 经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列） | 1,521.52 | -832.68 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 2,471.36 | -791.30 |

2018年度，标的公司净利润较经营活动产生的现金流量净额差异为2,995.61万元，主要系存货增加、应收项目增加和应付项目减少所致。

2019年度，标的公司净利润较经营活动产生的现金流量净额差异为444.84万元，主要系存货增加、应收项目减少和应付项目增加所致。

二、经营活动产生的现金流量和净利润差异原因及合理性分析

（一）2018年经营活动产生的现金流量和净利润差异原因及合理性分析

2018年标的公司净利润较经营活动产生的现金流量净额差异为2,995.61万元，差异较大，主要原因如下：

2018年标的公司增加了ZIWI等品牌的采购，部分商品在2019年实现销售，未在2018年度销售并收款。该经营活动具体表现为存货的增加。

2018年度昆汀科技发展经销业务，电商零售业务引入境外品牌ZIWI等，当年度即进行采购备货。该类境外品牌采购额增加，相关品牌要求款到发货，使得经营现金流出当年度增加较多。该经营活动具体表现为经营性应收项目中预付账款的增加，经营性应付项目的减少。

另外，昆汀科技发展线上自营店铺，2018年度对第三方电商平台押金、服务费等进行投入，其他应收款增加。该经营活动具体表现为经营性应收项目的增加。

上述经营活动导致2018年度经营性活动产生的现金流量净额与净利润存在较大差异，符合报告期内标的公司生产经营实际情况，具备合理性。

（二）2019年度经营活动产生的现金流量和净利润差异原因及合理性分析

2019年度，标的公司净利润较经营活动产生的现金流量净额差异为444.84万元，差异原因如下：

昆汀科技经销业务规模扩大，采购备货规模随之扩大。2019年昆汀科技新引入DPC品牌，并对ZIWI、ABC、片仔癀等进行了一定备货，以满足京东、唯品会等渠道平台客户的备货要求。该经营活动具体表现为存货的增加。

标的公司经销业务快速发展，特别是电商零售业务收入大幅增加。电商零售业务通过线上自营店铺向消费者销售，收款周期较短，相关业务收入占比的增加提升了标的公司经营活动资金回笼速度。标的公司代运营业务有一定账期，2019年度业务规模有所下降，减少了期末应收账款。虽然当年度ZIWI等品牌的采购预付款有所增长，但经营性应收项目整体有所减少。

标的公司新增DPC品牌采购，供应商提供了一定账期，期末应付账款增加。该经营活动具体表现为经营性应付项目的增加。

综上，2019年度标的公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差异具备合理性。

三、中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问西南证券、审计机构中汇会计认为：标的公司经营活动产生的现金流量净额低于净利润符合报告期内标的公司生产经营实际情况，具有合理性。

四、补充披露情况

标的公司经营活动产生的现金流量和净利润差异项目、原因及合理性说明已补充披露于重组报告书“第八节管理层讨论与分析”之“六、标的公司现金流量分析”。

问题10.报告书显示，报告期经销模式实现的营业收入占比较高，2019年标的公司经销业务实现收入2.28亿元，占营业收入的85.97%，同比增幅达150%。请公司补充披露：（1）主要客户与标的公司股东及其实际控制人、董监高等是否存在关联关系，说明经销收入的真实性、合理性，是否存在调节收入的情形；（2）结合标的公司经销模式特点，补充披露收入确认政策、确认时点、信用政策、是否与行业惯例一致，采用总额法或净额法确认收入的依据及合理性，是否符合企业会计准则的规定。请财务顾问和会计师发表意见。

回复：

一、经销业务主要客户与标的公司股东及其实际控制人、董监高等是否存在关联关系，说明经销收入的真实性、合理性，是否存在调节收入的情形

（一）主要客户与标的公司股东及其实际控制人、董监高等是否存在关联关系

标的公司经销业务由电商零售业务和渠道经销业务构成，其中电商零售业务的销售对象主要为电商平台的终端消费者，客户群体规模大且销售订单分散，单个消费者购买金额相对较小。因此经销业务前五大客户均为渠道经销业务客户，具体如下：

单位：万元

| 序号 | 客户名称 | 主要品牌 | 销售金额 | 占渠道经销业务收入比例 |
|---|---|---|---|---|
| 2019年 | | | | |
| 1 | 北京京东世纪贸易有限公司 | 片仔癀 | 3,371.59 | 31.83% |
| 2 | 唯品会 | ABC/FREE | 3,055.50 | 28.85% |
| 3 | 杭州正辉电子商务有限公司 | 荣丰达 | 1,276.32 | 12.05% |
| 4 | 江苏曼妮娜化妆品有限公司 | JM | 530.90 | 5.01% |
| 5 | 欣橙（上海）信息科技有限公司 | ZIWI | 497.67 | 4.70% |
| 合计 | | | 8,731.98 | 82.44% |
| 2018年 | | | | |
| 1 | 唯品会 | 片仔癀 | 3,270.79 | 41.72% |
| 2 | 北京京东世纪贸易有限公司 | ABC/FREE | 2,075.31 | 26.47% |
| 3 | 杭州一加一品牌管理有限公司 | RAY | 659.48 | 8.41% |
| 4 | 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 | 飞利浦 | 345.77 | 4.41% |
| 5 | MEILIDA INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED | 其他美妆 | 214.90 | 2.74% |
| 合计 | | | 6,566.25 | 83.74% |

标的公司报告期内的经销业务前五大客户关联关系核查结果如下：

| 序号 | 客户名称 | 注册资本 | 关联关系核查 |
|---|---|---|---|
| 1 | 北京京东世纪贸易有限公司 | 139,798.5564万美元 | 电商平台京东旗下公司，无关联关系 |
| 2 | 唯品会(中国)有限公司 | 18,000万美元 | 电商平台唯品会旗下公司，无关联关系 |
| 3 | 杭州正辉电子商务有限公司 | 500万人民币 | 经核查，股权结构为叶伟凯90%，方学武10%，客户已出具无关联关系承诺函，无关联关系 |
| 4 | 江苏曼妮娜化妆品有限公司 | 1,000万人民币 | 经核查，股权为何大鹏90%，陈威100%，客户已出具无关联关系承诺函，无关联关系 |
| 5 | 欣橙（上海）信息科技有限公司 | 16,048万美元 | 宠物电商平台波奇网旗下公司，无关联关系 |
| 6 | 杭州一加一品牌管理有限公司 | 500万人民币 | 经核查，股权结构为梁培100%，客户已出具无关联关系承诺函，无关联关系 |
| 7 | 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 | 36,000万元人民币 | 拟上市公司丽人丽妆经营主体，无关联关系 |
| 8 | MEILIDA INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED | 香港公司/无公开信息 | 中介机构已访谈客户，无关联关系 |

标的公司股东及其实际控制人、董监高等与经销业务主要客户不存在关联关系。

（二）经销收入的真实性、合理性，是否存在调节收入的情形

2018年、2019年标的公司经销业务收入细分如下：

单位：万元

| 业务类别 | 2019年度 | 2018年度 |
|---|---|---|
| 电商零售业务 | 12,178.44 | 1,264.25 |
| 渠道经销业务 | 10,591.64 | 7,840.78 |
| 小计 | 22,770.09 | 9,105.02 |
| 占主营业务收入的比例 | 85.97% | 66.49% |

1、电商零售业务销售收入真实性、合理性

2018年、2019年标的公司电商零售业务收入占主营业务收入的比例分别为9.23%、45.98%。该业务模式下，客户主要系通过第三方电子商务平台下单的终端消费者，其销售及结算过程均通过第三方平台实现，业务具有单次消费金额较小、消费者高度分散、结算方式主要通过第三方支付平台（支付宝、京东钱包）支付等特点，因此单个终端消费者对标的公司收入影响很小。

2018年、2019年标的公司前五大自营店铺零售业务收入情况具体如下：

| 年度 | 品牌 | 所属平台 | 排名 | 在对应平台上的店铺名称 | 收入 |
|---|---|---|---|---|---|
| 2019 | ZIWI | 天猫 | 1 | ZIWI旗舰店 | 4,750.18 |
| | | | 4 | ZIWI海外旗舰店 | 738.38 |
| | | 京东 | 5 | ZIWI旗舰店 | 681.89 |
| 2019 | DPC | 天猫 | 2 | DPC海外旗舰店 | 3,041.88 |
| | | | 3 | DPC旗舰店 | 1,106.67 |
| 2019年前五大店铺合计 | | | | | 10,319.00 |
| 2018 | MSTC | 天猫 | 1 | mesoestetic海外旗舰店 | 486.81 |
| 2018 | ZIWI | 天猫 | 2 | ZIWI旗舰店 | 213.06 |
| 2018 | ABC | 京东 | 3 | ABC旗舰店 | 190.12 |
| 2018 | 片仔癀 | 京东 | 4 | 片仔癀旗舰店 | 146.63 |
| 2018 | FREE | 京东 | 5 | Free创化专卖店 | 78.78 |
| 2018年前五大店铺合计 | | | | | 1,115.40 |

2018年、2019年标的公司前五大自营店铺占电商零售业务收入的比例分别为88.23%、84.73%，针对自营店铺会计师及中介机构执行了以下核查程序：

（1）取得标的公司与各品牌方签订的合同，检查标的公司是否取得品牌方电商零售业务的授权。

（2）对标的公司与收入确认相关的信息系统数据源，如库存系统E店宝数据、支付宝京东钱包等账户对账单数据以及前端订单数据进行匹配，分析用户购买行为是否存在异常。

（3）会计师取得2018年、2019年主要货品牌的采购金额，与主要供货品牌公司进行了对账及函证，经品牌供应商确认，2018年、2019年标的公司向品牌供应商的采购金额与标的公司账面金额核对一致。

（4）2018年末及2019年末，会计师对标的公司存货进行了监盘，对盘点差异进行汇总分析。

（5）从第三方平台获取标的公司支付宝、京东钱包等账户的对账单，识别与收入相关的流水，与账面确认的通过第三方支付平台账户产生的收入核对一致。

（6）会计师通过检查标的公司往来明细账、费用明细账，标的公司不存在大额、异常的非客户性质应收余额和异常的大额费用。

（7）执行分析性程序

①对各年度各服务品牌收入、成本、毛利率进行波动分析，分产品进行收入、成本、毛利率波动分析；

②对各年度推广费占电商零售业务收入的比例进行同期比较分析；

③对快递费占电商零售业务收入的比例进行同期比较分析，并与同行业上市公司进行可比分析；

④对各年度退货及退货率进行分析；

经核查，标的公司电商零售业务收入的真实性不存在异常，不存在调节收入的行为。

2、对渠道经销业务收入真实性的核查

2018年、2019年，标的公司渠道经销业务收入占主营业务收入的比例分别为57.25%、39.99%。针对渠道经销业务，会计师及中介机构主要采取了以下核查程序：

（1）获取报告期内平台经销业务与主要合作客户的销售合同，审阅合同中与收入确认相关的重要条款，检查合同条款内容是否与业务实际结算方式相符，与企业收入确认政策是否匹配；

（2）针对平台渠道经销业务，检查各期对账单或销售清单是否与账面收入确认金额一致；针对其他分销经销业务，抽样核查分销收入的原始凭证，核对原始凭证记载的数量、金额、验收时间等信息之间的一致性；

（3）检查报告期销售订单是否完整，收入确认金额是否记录在准确的营业周期；

（4）执行分析性程序，对各年度渠道经销业务收入、成本、毛利率进行波动分析；

（5）向报告期内主要客户进行函证。

经核查，标的公司渠道经销业务的收入真实性不存在异常，不存在调节收入的行为。

综上，经核查，标的公司经销业务收入真实性不存在异常，未发现调节收入的情形。

二、结合标的公司经销模式特点，补充披露收入确认政策、确认时点、信用政策、是否与行业惯例一致，采用总额法或净额法确认收入的依据及合理性，是否符合企业会计准则的规定

（一）标的公司经销模式项下收入确认政策及收入确认时点情况

标的公司经销业务可区分为电商零售业务和渠道经销业务。

在电商零售业务模式下，标的公司通过以自己的名义在天猫、京东等电商平台上开设的自营店铺直接向终端消费者销售商品。终端消费者在标的公司开设的品牌官方旗舰店、专卖店或专营店中选定商品、下达订单、支付货款后，标的公司订单管理系统从天猫、京东等电商平台获取已付款订单信息，经订单审核后，通知仓库进行配货、分拣、包装，再由物流公司派送至消费者。

在渠道经销业务模式下，标的公司向京东自营、唯品会等第三方平台销售，或向其他分销商销售。

标的公司各经销业务模式下的收入确认政策及确认时点如下：

| 业务模式 | 收入类型 | 收入确认政策及确认时点 |
|---|---|---|
| 经销业务 | 电商零售业务 | 收入确认原则为终端消费者在天猫平台或者京东等第三方平台上购买商品，公司将商品发货到消费者指定的收货地址，消费者收货后在天猫平台或者京东等第三方平台点击“确认收货”，公司于支付宝账户或者京东钱包等平台出售款对应的支付账户收到款项时，按收取的全部款项扣除售后退款、返款等确认销售收入。 |
| | 平台渠道经销业务 | 获得品牌方分销业务授权，向第三方电商平台分销产品，直接客户为第三方电商平台。平台渠道经销业务存在委托代销与买断销售两种模式，委托代销系公司根据与第三方电商平台签订的协议，于收到代销清单时，按应向其收取的款项确认销售收入。买断销售模式下，公司根据协议向电商客户发出货物，公司于收到第三方电商平台结算单时按应向其收取的款项确认销售收入。 |
| | 其他渠道经销业务 | 在将产品交付至客户并经客户验收后确认收入。 |

同行业公司收入确认政策和确认时点如下：

| 同行业公司 | 具体收入确认政策 |
|---|---|
| 壹网壹创 | （1）品牌线上管理服务：品牌线上管理服务指公司受品牌企业的委托，为其线上业务量身定制品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、大数据分析、视觉设计、精准广告投放、CRM管理、售前售后服务、仓储物流等线上运营服务，公司根据服务效果向品牌方收取服务费用。品牌线上管理服务收入确认原则为依据合同约定，公司按当期品牌企业的线上销售金额和计算比例确认当期服务收入或根据合同约定，经品牌企业确认当期服务的内容和结果后，按其认可的金额确认当期服务收入。<br>（2）品牌线上营销服务：品牌线上营销服务指公司受品牌企业的委托，除为其提供品牌线上管理服务外，还负责向终端消费者在天猫平台上推广和销售品牌方商品。品牌线上营销服务收入确认原则为终端消费者在天猫平台上购买商品，公司将商品发货到消费者指定的收货地址，消费者收货后在天猫平台点击“确认收货”，公司于支付宝账户收到款项时，按收取的全部款项扣除售后退款、返款等确认销售收入。<br>（3）线上分销：线上分销指公司获得品牌方分销业务授权，面向在天猫或淘宝的卖家或其他第三方B2C平台分销产品。线上分销收入按顾客不同分为平台客户和其他客户，平台客户按商品是否买断分两种收入确认方式，在商品非买断式模式下，平台客户分销收入确认原则为公司向商务平台发货，商务平台收货验收无误后确认收入；在商品买断式模式下，平台客户分销收入确认原则为公司向商务平台发货，商务平台收货验收无误后确认收入；其他客户分销收入确认原则为客户先预付货款，公司安排发货，客户收货后确认收入。<br>（4）内容服务：内容服务系指公司为品牌方就某项产品或活动提供营销策划方案，并把控整个方案的落地过程，帮助品牌方扩大品牌影响力，最发销售潜力，公司收取品牌推广服务费用。内容服务的收入确认原则为根据合同约定条款，为品牌企业提供推广服务，并出具结案报告，经品牌企业确认无误后确认收入。 |
| 丽人丽妆 | （1）销售商品包括零售收入和分销收入<br>①零售收入：消费者在电商平台上购买公司的商品，公司将商品发货到消费者指定的收货地址，在电商平台上确认收货后，公司支付宝账户会自动收到货款，并生成收款记录，公司每月根据支付宝对账单显示的收款金额和时点确认收入，并结转相应成本。<br>②分销收入：公司根据与品牌商签订的合同约定，将部分商品通过分销方式对外销售。公司分销销售在发货后确认收入。<br>③寄售收入：产品交付后，产品灭失风险由寄售方承担，产品所有权在寄售方销售给终端消费者时转移，收入按照每月寄售方提供的销售清单确认。<br>（2）提供劳务<br>劳务收入系向品牌方提供电子商务营销运营服务收取的服务费。劳务收入在相关服务已经提供，相关收入及成本能够可靠计量，且与交易相关的经济利益能够流入本公司时确认收入。 |
| 若羽臣 | （1）线上代运营模式：系指公司获得品牌方在电子商务领域的授权，在天猫平台、京东开放平台等第三方电商平台开设或运营品牌店，面向消费者进行商品销售。线上代运营模式下，公司与品牌方采用零售结算或服务费结算方式，分别形成零售收入或运营服务收入。①零售结算方式：公司在第三方电商平台开立结算账户，公司于客户收货验收无误后，根据收款明细表订单金额确认销售收入。②服务费结算方式：公司在每月销售完成后按照双方约定的固定金额和/或按照双方确认的销售额扣除约定成本费用后的一定比例计算确认月度运营服务费收入。<br>（2）渠道分销模式：存在委托代销与买断销售两种模式。①委托代销：公司根据与第三方电商平台签订的协议，于收到代销清单时，按应向其收取的款项确认销售收入。②买断销售：公司根据与第三方电商平台签订的协议向电商客户发出货物，公司于收到第三方电商平台结算单时按应向其收取的款项确认销售收入；公司根据与其他线上分销客户（通常为淘宝店主）签订的协议，于产品交付给对方且经对方签收后确认销售收入。<br>（3）品牌策划模式，由公司与客户协商确定服务内容和服务范围并提交活动方案，于相关服务完毕并经客户确认后确认收入。 |
| 杭州悠可 | 公司业务为经销和品牌运营两种经营模式，为品牌商提供品牌重塑、互联网整合营销、店铺精细化运营、客户服务、仓储配送等全链路电商服务。<br>经销模式：电子商务经销分为平台自营(客户为最终消费者)与分销(客户为平台或分销商)。<br>①平台自营收入：公司开立的支付宝账户在顾客下订单时统一向顾客收取全部款项，并发出货物，公司于发货后按全部款项确认销售收入；由于公司销售的化妆品为标准化产品，公司几乎很少发生销售退回情况，公司平台自营收入按发货时确认收入符合收入确认方法。<br>②分销模式存在买断销售与委托代销(视同买断方式)销售两种模式，买断销售收入确认方法为于商品已实际发付后，取得收款权利时确认销售收入；委托代销(视同买断方式)与受托方签订合同，根据受托方开具代销清单双方核对一致后确认销售收入。 |

综上，标的公司报告期收入确认政策和收入确认时点和依据与同行业公司不存在重大差异，符合行业惯例。

（二）标的公司经销模式对主要客户的信用政策

标的公司电商零售业务由消费者将货款支付至互联网支付平台，标的公司发出商品，消费者收到货物，标的公司于收到货款时确认收入，该业务项下期末无应收账款。

标的公司渠道经销业务包括平台经销和其他分销经销，主要客户的信用政策如下：

1、主要平台渠道经销业务客户信用政策

报告期内，标的公司与平台渠道经销业务主要客户信用政策如下：

| 客户名称 | 平台 | 结算方式 | 信用政策 |
|---|---|---|---|
| 北京京东世纪贸易有限公司 | 京东自营 | 已到结算期的应付款项逾期未付的降价款、退货款、商业折扣、退残款以及其他应支付的款项后的余额为准，确认在京东供应链协同平台出具结算清单 | 自标的公司产品入库之日起60天后结算，7个工作日支付货款 |
| 唯品会（中国）有限公司 | 唯品会 | 每月逢2号、12号、22号提供《进度款账单》（2号出具月21日-31日，12号出本月1日-10日，22号出本月11日-20日），进度款结算比例为已销售金额的60%（其他）或80%（化妆品），每月22日出具《月结账单》 | 收到货款结算五日内提出异议，无异议的按照货款金额开票确认，唯品会自收到发票确认无误后五个工作日支付货款 |
| 欣橙（上海）信息科技有限公司 | 波奇网 | 经销商按照采购订单约定金额与标的公司进行结算 | 款到发货 |

2、主要其他分销渠道经销业务客户信用政策

报告期内，标的公司与其他分销渠道经销业务主要客户信用政策如下：

| 客户名称 | 信用政策 |
|---|---|
| 杭州正辉电子商务有限公司 | 采购方预付20%，确认收货后1个月内结清剩余款项 |
| 江苏曼妮娜化妆品有限公司 | 款到发货 |
| 杭州一加一品牌管理有限公司 | 将货品交付至客户方，客户确认货品数量后，自收到货品后3个工作日内支付。 |
| 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 | 预付货款50%，采购方收到货物并确认验收后3个工作日内支付剩余50%货款 |
| MEILIDA INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED | 货到付款，分2次结清 |

综上，标的公司经销业务的信用政策符合行业惯例。

（三）采用总额法或净额法确认收入的依据及合理性，是否符合企业会计准则的规定

1、收入会计准则规定

根据《企业会计准则第14号-收入》（财会（2017）22号）第三十四条规定：企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：（1）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户；（2）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务；（3）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：（1）企业承担向客户转让商品的主要责任；（2）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；（3）企业有权自主决定所交易商品的价格；（4）其他相关事实和情况。

2、标的公司经销业务收入采取总额法的合理性

标的公司从事的电子商务经销业务是指获得品牌企业或其授权代理商在电子商务领域部分或全部渠道的授权，由标的公司向品牌企业采购产品，产品采购后，产品的控制权及所有权归标的公司所有，在授权范围内以自己名义在第三方电商平台上开设店铺向终端消费者销售，或向京东自营、唯品会等第三方电商平台和其他分销商等销售商品。标的公司有权自主选择供应商，并根据业务模式，自主选择客户并自主定价。

综上，标的公司采用总额法确认收入符合《企业会计准则》的规定。

三、中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问西南证券、审计机构中汇会计认为：标的公司股东及其实际控制人、董监高等与经销业务主要客户不存在关联关系。标的公司经销业务收入真实性不存在异常，未发现调节收入的情形，具备合理性。标的公司的收入确认政策、收入确认时点符合行业惯例及采用总额法确认收入的合理性已补充披露于重组报告书“第四节交易标的基本情况”之“十一、标的公司报告期主要会计政策及相关会计处理”之“（二）收入的确认原则和计量方法”。

四、关于重组报告书及行业判项

问题11.报告书显示，标的公司主要从事电子商务品牌代运营及营销业务和经销业务。请公司分业务板块补充披露说明：（1）各业务板块的主要签约品牌客户情况、签约时间、合作期限、代运营业务具体负责范围及考核标准、经销模式下品牌代理的具体销售范围、获取品牌签约的渠道和方式、公司目前业务合作的品牌方是否与股东存在关联关系，是否能够保持相关授权代理、运营和经销的品牌客户稳定性；（2）标的公司为原股东桂发祥网上商城提供代运营服务，本次桂发祥出售公司股权后是否影响双方的后续业务事项；（3）详细说明标的公司各业务板块的主要收费模式和收费标准、品牌方是否提出相关考核标准、与同行业相比情况、不同业务模式下的收入确认方式；（4）结合同行业其他主要公司的运营模式、数据分析能力及相关研发投入、专业人才团队配备、获客渠道和标的公司的市场份额占用率等情况，说明标的公司在同行业中的主要竞争力所在和市场地位情况，是否持续稳定经营能力；（5）结合不同业务模式下公司与客户签约情况、行业发展情况等，具体说明相关业绩承诺实现的合理性及公司未来的持续经营能力。请财务顾问发表意见。

回复：

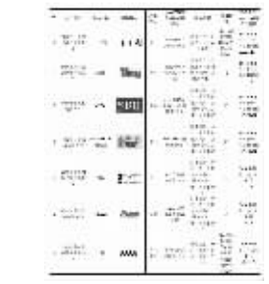
一、各业务板块的主要签约品牌客户情况、签约时间、合作期限、代运营业务具体负责范围及考核标准、经销模式下品牌代理的具体销售范围、获取品牌签约的渠道和方式、公司目前业务合作的品牌方是否与股东存在关联关系、是否能够保持相关授权代理、运营和经销的品牌客户稳定性

（一）各业务板块主要签约品牌客户具体情况

截至本回复出具日，昆汀科技电子商务经销业务、品牌代运营及营销业务两大板块签约的主要品牌客户情况具体如下：

1、电子商务经销业务

2、电子商务代运营及营销业务



（二）获取品牌签约的渠道和方式

昆汀科技作为国内领先的一站式电子商务服务供应商之一，经过多年发展，凭借优异的服务质量、丰富的线上店铺代运营经验、知名品牌转型推广方案得到了客户的充分信任和认可。在为品牌方提供优质、专业化的线上店铺运营、品牌营销推广、产品销售服务基础上，标的公司更是凭借自身积累的行业服务经验、优质渠道资源及信息挖掘和分析能力，从长期品牌建设运营和短期销售转化两方面不断提升对品牌方的增值服务质量、增强粘性。经过多年深耕，昆汀科技在美妆、宠物口粮、日化用品及休闲食品领域的知名度显著提升，形成了良好的市场口碑和企业形象。

基于在电商服务行业多年积累的市场资源和影响力，昆汀科技主要通过线下商务拓展、现有客户等合作方推荐、第三方电商平台官方推介等方式接洽、开拓新品牌。针对不同业务板块合作品牌的特点，昆汀科技采取了不同的拓展策略：①产品经销模式的合作品牌主要为尚未触网或尚需系统性开展线上销售的传统生产企业、尚需开拓国内线上销售渠道的国外知名品牌及新晋品牌，以及需就现有线上销售渠道和服务商进行优化和更替的企业。此类品牌企业更加重视电商服务供应商的销售渠道资源及品牌定位、渠道规划和产品推广、销售能力，标的公司依托自身长期运营积累的渠道资源和已有优势类目的口碑和资源，主要通过线下商务拓展、现有客户等合作方推荐等方式获取新品牌授权。②代运营及营销服务模式的合作品牌主要为已在第三方平台开设官方店铺，但尚未自建线上运营团队或自身线上运营经验不足的企业，或是拟就现有店铺运营服务商进行整合、更替的企业，或是需要就品牌形象、产品包装等进行整体设计策划、营销推广的企业。此类品牌企业更加重视电商服务供应商的网店运营能力、营销方案策划能力，标的公司主要基于品牌官方旗舰店运营经验及成功推广案例，通过线下商务拓展、第三方电商平台官方推介标的公司及经典合作案例、现有客户等合作方推荐等方式获取新品牌客户。

（三）目前业务合作的品牌方是否与股东存在关联关系

标的公司目前合作的品牌方由历史合作品牌方和新增品牌方两部分组成。对于报告期主要合作品牌方，根据访谈、公开信息查询及客户、供应商出具的无关联关系承诺书，除客户天津桂发祥食品销售有限公司为标的公司现有股东桂发祥之全资下属子公司外，标的公司股东与相关合作品牌方之间不存在关联关系。对于新增合作品牌方，根据公开查询信息及标的公司实际控制人方贺兵、方林宾及刘佳东出具的声明，标的公司股东与相关合作品牌方之间不存在关联关系。

综上，截至本回复出具日，除客户天津桂发祥食品销售有限公司为标的公司现有股东桂发祥之全资下属子公司外，标的公司目前合作品牌方与标的公司股东之间不存在关联关系。

（四）是否能够保持相关授权代理、运营和经销的品牌客户稳定性

昆汀科技作为集直营零售、渠道分销、品牌传播及运营等为一体的专业化电商服务供应商，已具备经营较为丰富的电商运营团队，较高的渠道规划、品牌推广和产品销售能力以及专业的客户服务能力，赢得了美妆、日化、宠物等优势领域客户的信任与认可。报告期内，标的公司与主要合作品牌片仔癀、ABC、ZIWI等均保持了稳定合作关系。

同时，标的公司通过积极拓展多元化分销渠道、不断强化电子商务服务解决方案能力、服务交付能力以及市场推广能力等方式提升与品牌方的粘性、增强与品牌方的长期稳定合作关系。

综上，标的公司能够为品牌方提供一站式电商服务，保持相关授权代理、运营和经销的品牌客户稳定性。

二、标的公司为原股东桂发祥网上商铺提供代运营服务，本次桂发祥出售公司股权后是否影响双方之间的后续业务事项

桂发祥于2017年11月投资入股昆汀科技，旨在借助昆汀科技在店铺代运营方面的经验和资源，加快自身电商业务布局，实现线上渠道销售的加速增长，从而建立线上、线下两翼齐飞的立体营销网络，助力发展。报告期内，昆汀科技为桂发祥在天猫平台开设的桂发祥十八街旗舰店提供店铺代运营服务，实现销售收入350.50万元、661.38万元，占各期营业收入比例分别为2.53%、2.49%，占比较低。

本次桂发祥出售标的公司股权不会对标的公司正在为桂发祥提供的代运营服务造成影响，双方仍将按照2020年4月10日签署的《桂发祥十八街旗舰店代运营服务合作合同》约定，在有效期（2020年1月1日至2020年12月31日）内继续进行业务合作。此外，考虑到标的公司来源于桂发祥的收入占比较低，即便双方在本次桂发祥出售股权后不再继续合作，亦不会对标的公司的正常生产经营及业务经营造成重大不利影响。

三、详细说明标的公司各业务板块的主要收费模式和收费标准、品牌方是否提出相关考核标准、与同行业相比情况、不同业务模式下的收入确认方式

（一）标的公司各业务板块的主要收费模式和收费标准、品牌方是否提出相关考核标准、与同行业相比情况

标的公司主要从事电子商务代运营及营销业务和产品经销业务。A股市场与标的公司从事同类业务的已上市及拟上市企业主要有杭州壹网壹创科技股份有限公司（以下简称“壹网壹创”）、上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（以下简称“丽人丽妆”）、广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“若羽臣”）。

标的公司各业务板块收费模式和收费标准、品牌方相关考核标准与同行业可比公司的对比情况具体如下：

| 业务板块名称 | 收费模式 | 收费标准 | 品牌方考核标准 | 标的公司 壹网壹创 | 标的公司 丽人丽妆 | 标的公司 若羽臣 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 品牌代运营业务 | 就所提供的代运营服务，向品牌客户收取：①固定基础服务费；②销售提成费；或③固定基础服务费加销售提成费 | 标的公司基于品牌成熟度、产品类目及定位等因素，综合确定具体收费模式。其中，固定基础服务费主要根据测算所需投入的运营、设计策划、客服及其他人员工资和具体代运营服务范围与品牌方协商确定；销售提成费的具体比例主要根据品牌方的利润率、同类目行业平均投价水平与品牌方协商确定 | 个别品牌方设置店铺销售目标，未达到则有权终止合作 | 品牌线上管理服务：根据线上销售情况和双方约定的比例向品牌方收取服务费用，具体服务费率因品牌所属类目、品牌知名度和业务体量等存在差异 | 品牌营销服务：一般包括固定服务费及与销售业绩挂钩的浮动服务费 | 线上代运营业务-服务费模式：固定服务费、提点服务费、固定加提点服务费 |
| 品牌营销推广业务 | 就所提供的营销推广服务，向品牌客户收取相应的服务费 | 标的公司根据客户具体营销推广需求及预算，并结合项目预计人工、媒介采买等成本支出及预期毛利率等作出初步报价，并与客户协商确定最终服务价格 | 无 | 内容服务：为品牌方提供策划方案及执行服务，收取服务费 | 品牌运营服务：为品牌方就某项产品或活动提供营销推广服务，收取服务费 | 品牌策划业务：首先基于项目预计成本支出和预计项目毛利范围并结合客户预算提出报价，经客户同意并执行后由双方根据确认的活动执行方案确定最终的合同定价 |
| 电商零售业务 | 将自品牌方或其授权代理商采购的产品销售给终端消费者，向终端消费者收取货款 | 标的公司根据产品及目营店铺定位、平台促销活动等，在品牌方或其授权代理商约定的基础指导价格范围内，确定产品的线上零售价格 | 无 | 品牌线上营销服务：向品牌方采购产品销售给终端消费者，以此赚取服务差价 | 电商零售业务：主要根据品牌方指导价格，确定产品面向线上终端消费者的零售价格 | 线上代运营业务-零售模式：基于品牌方授权运营自营店铺并面向终端消费者销售商品 |
| 渠道经销业务 | 将自品牌方或其授权代理商采购的产品销售给平台渠道客户、下游分销商，向平台渠道客户、下游分销商收取货款 | 标的公司根据平台渠道客户、下游分销商采购规模及合作方式、合作期限等，在品牌方或其授权代理商约定的基础指导价格范围内，确定向平台渠道客户、下游分销商的销售价格 | 无 | 线上分销服务：基于品牌方分销业务授权，面向在天猫或淘宝的卖家或其他第三方B2C平台分销产品 | 其他（包含分销和寄售模式） | 渠道分销业务：基于品牌方授权，向其采购商品后销售至分销商 |

四、结合同行业其他主要公司的运营模式、数据分析能力及相关研发投入、专业人才团队配备、获客渠道和标的公司的市场份额占用率等情况，说明标的公司在同行业中的主要竞争力所在和市场地位情况，是否具有持续稳定经营能力

（一）同行业其他主要公司的运营模式、数据分析能力及相关研发投入、专业人才团队配备、获客渠道和标的公司的市场份额占有率等情况

目前，国内电子商务服务市场集中度较低，呈现充分竞争的市场格局。同行业业务规模较大的可比企业主要有A股上市公司壹网壹创、A股拟上市企业丽人丽妆和若羽臣。标的公司和同行业可比公司的业务运营模式、数据分析能力及相关研发投入、专业人才团队配备、获客渠道、市场份额占有率等情况具体如下：

| 项目 | 标的公司 | 壹网壹创 | 丽人丽妆 | 若羽臣 |
|---|---|---|---|---|
| 业务模式 | 从事品牌代运营业务、营销业务、电商零售业务和渠道经销业务；其中，电商零售业务和渠道经销业务为主要收入来源 | 提供品牌线上管理服务（类似昆汀科技代运营业务）、内容服务、品牌线上营销服务（类似昆汀科技