

(上接A34版)

八、特别风险提示
公司特别提醒投资者注意,在作出投资决策之前,并仔细阅读本招股意向书摘要“第五节 风险因素”全文:

(一)市场竞争加剧风险
经过多年发展,公司户外休闲家具及用品的销售规模已位居行业前列。但本公司所处的户外休闲家具及用品行业企业众多,集中度较低,存在一定程度的同质化竞争,市场竞争较为激烈。公司需持续提升自身的产品研发设计能力和产品品质优势,以保障自身的行业地位。若行业内竞争者通过各种营销手段,以更具竞争力的价格吸引消费者,将对公司形成竞争压力,未来市场竞争将进一步加剧。

随着公司产品逐步进入国际市场,与国际知名户外休闲家具企业的正面竞争将越来越多。企业之间的竞争将从低层次的价格竞争逐渐升级到研发设计、品牌、营销网络、产品质量、客户服务、企业管理等综合能力的竞争。在逐步深入的国际化竞争中,如果公司未能研发、管理、营销等方面占据优势,将面临一定的市场竞争风险。

(二)高度依赖国外市场的风险

公司主营的遮阳制品、户外休闲家具等户外休闲家具及用品系列产品,主要销售到北美、欧洲等海外市场,客户主要包括大型连锁超市、品牌商等。报告期内,公司外销收入分别为60,265.78万元、82,771.44万元和109,136.93万元,占各期主营业务收入的比例为95.66%、97.01%和94.10%。

报告期内,公司的外销收入稳中有升,但未受到经济危机机等外部经济环境重大不利变化的影响,导致市场需求下降,或出现与公司主要出口国发生单边或多边贸易摩擦等情况,将会对公司海外销售业绩产生不利影响。

(三)汇率波动的风险

公司外销业务多以美元为主要结算货币。报告期各期,公司外销收入分别为60,265.78万元、82,771.44万元和109,136.93万元,占各期主营业务收入的比例为95.66%、97.01%和94.10%。未来几年内,海外市场仍将是公司重要的销售区域。

公司产品销售多以美元定价,汇率波动对公司业绩的影响主要体现在:自获取境外销售订单至确认收入期间,受美元兑人民币汇率波动影响,以人民币折算的产品单价亦会相应调整,进而对公司主营业务收入和毛利率产生影响;自确认销售收入形成应收账款至回款外期间,汇率变动对美元应收账款的计量、实际结汇损益也会产生较大影响,造成汇兑损益波动。报告期内,公司的汇兑净损益分别为581.08万元、-1,582.11万元和-989.71万元,占当期营业收入的比重分别为12.13%、-14.58%和-9.25%,由汇率波动引起的汇兑损益对公司经营业绩产生一定影响。

报告期内汇率变动对公司收入利润的影响情况,具体如下:

项目	2021年度	2020年度	2019年度
美元业务收入实际平均折算汇率(美元兑人民币)	6.4595	6.9464	6.8255
汇率变动对公司收入影响额 [E1]	-5,689.90	1,363.35	
汇率变动对公司成本的影响 [E2]	-233.55	3.56	
汇率变动对利润总额的影响	-5,456.34	1,359.78	
美元业务收入	115,973.83	85,321.90	63,001.77
汇率变动影响占主营业务收入的比例	-4.80%	1.60%	
对毛利润的影响占毛利润的比例	-28.703%	21.78%	18.01382
对毛利润的影响占毛利润的比例	-19.09%	5.50%	
利润总额	11,972.28	9,435.76	4,813.92
对利润总额的影响占利润总额的比例	-45.57%	14.41%	

注1:上述报告期内美元兑人民币汇率变化对公司收入利润影响分析的具体方法为:按照2019年度美元结算的境外销售业务的实际平均折算汇率及各期主营业务收入销售当期外销收入的人民币金额,即测算假设汇率未发生变化时本期相关产品的整体收入,再与本期实际主营业务收入进行比较,计算出汇率变动对公司收入利润影响额;

注2:汇率变动对公司成本存在影响主要系公司存在进口原料的情况;

注3:2020年、2021年毛利未考虑运输费用计入成本影响。
上表可见,美元汇率波动对公司2020年度和2021年度主营业务收入影响比例分别为1.60%和-4.91%,对公司收入的影响较小;对毛利影响比例分别为5.00%和-19.00%,对利润总额影响比例分别为14.41%和-45.57%,对公司利润总额的影响较大。

报告期各期公司以美元定价的收入占主营业务收入的比例分别为93.20%、91.80%和86.60%,在公司现有实际汇率基础上测算人民币兑美元汇率分别升值1%、5%情况下,对主营业务收入和利润总额的影响情况具体如下:

项目	2021年度	2020年度	2019年度
主营业务收入	115,973.83	85,321.90	63,001.77
其中:美元计价主营业务收入占比	86.60%	91.80%	93.20%
毛利额	28,720.73	27,178.70	18,013.82
毛利率	11,972.28	9,435.76	4,813.92
主营业务收入影响额	-1,004.32	-783.23	-587.19
占主营业务收入比例	-0.87%	-0.92%	-0.93%
毛利和利润总额影响额	-1,004.32	-783.23	-587.19
占毛利影响额	-3.50%	-2.88%	-3.26%
占利润总额比重	-8.39%	-8.30%	-12.23%
主营业务收入影响额	-5,021.59	-3,916.15	-2,935.97
占主营业务收入比重	-4.33%	-4.59%	-4.66%
毛利和利润总额影响额	-5,021.59	-3,916.15	-2,935.97
占毛利影响额	-17.48%	-14.41%	-16.30%
占利润总额比重	-41.94%	-41.50%	-60.99%

注1:上表表示人民币升值对公司收入利润的不利影响,若贬值则对公司收入利润带来正面影响;

注2:公司以美元定价,结算的采购占比较小,上表未考虑汇率变动对公司成本影响。

如上表所示,汇率变动对公司主营业务收入影响相对较小,对公司利润总额影响较大。美元兑人民币汇率的波动受到主要国家货币政策、贸易和国际政治等综合因素影响,若未来人民币兑美元汇率持续大幅波动,从而对外销产品价格产生影响,会对公司主营业务收入和利率的变动产生较为明显的影响,并对公司生产经营、出口产品价格竞争力和营业利润带来负面影响,从而影响到公司经营业绩。

(四)原材料价格波动的风险

公司生产所用的主要原材料为钢材、布料、铝材等。报告期内,直接材料占公司营业成本的比例分别为71.83%、72.28%和73.74%。2020年、2021年未考虑运输费用计入营业成本影响),钢材、布料和铝材等原材料采购价格的波动对公司经营业绩的影响较大。

钢材、布料及铝材等原材料价格受国际经济形势、石油价格、各国进出口政策等多方面因素影响,加之近年来国际经济环境波动,钢材、布料及铝材价格呈现一定幅度的波动。若未来原材料价格短期大幅上升或持续剧烈波动,将对公司的经营业绩产生不利影响。

(五)电商销售渠道的风险

随着互联网应用的普及,网络购物已经成为人们日常消费的一种普遍方式。2014年以来,公司户外休闲家具及用品相关产品采用跨境电商的销售模式在境内外线上销售,通过亚马逊等互联网电商平台将产品销售给终端客户。报告期公司来自跨境电商销售收入分别为7,899.85万元、17,047.44万元和17,344.77万元,呈增长趋势。

未来如果公司不能及时响应境内外线上消费者的需求变化或公司与线上主要合作方及电商平台的关系发生重大不利变动,则可能会对公司终端来自跨境电商业务模式的销售收入增长带来一定冲击。此外,若主要电商平台自身经营的不稳定性、业务模式或经营策略发生了重大变化,而公司不能及时对销售渠道进行调整,亦可能对公司经营业绩产生不利影响。

(六)知识产权侵权及相关法律纠纷的风险

由于从事户外休闲家具及用品业务的企业数量较多,公司产品型号众多,部分产品与境内其他企业相关产品外形、结构可能存在相似之处,从而导致公司被对方涉及知识产权诉讼的可能,对公司生产经营产生不利影响,进而影响到公司经营业绩。截至目前,公司产品存在有一项未决专利涉诉事项:

2019年8月,Caravan Canopy International,Inc.起诉沃尔玛等五家被控企业侵犯其折叠专利。公司分别与沃尔玛签订的供应框架协议中约定,如沃尔玛方面违反法律协议,由此产生的所有费用由供应商承担。对此,沃尔玛于2020年6月向美国专利审判和上诉委员会(the Patent Trial and Appeal Board,以下简称“PTAB”)提交了IPR程序(Inter Partes Review,以下简称“IPR”,即宣告专利无效的程序),并于2022年12月15日获PTAB正式受理,同时沃尔玛向法院申请诉讼程序中止并获得批准。2021年11月20日,PTAB作出书面决定,判定原告专利无效,自始至终未生效。2022年2月15日,PTAB作出决定,驳回了Caravan重新举行听证会的申请。2022年4月13日,Caravan已重新向美国联邦巡回法院提起诉讼。2022年5月4日,发行人收到通知,Caravan已接受了发行人提出的5万美元和解金额,即发行人和客贝利将分别向Caravan支付2.5万美元和解费及PR上訴和Caravan诉沃尔玛案,截至2022年6月30日,各方正在就和解事项进一步沟通。

上述专利涉诉事项的具体情形详见招股意向书“第十节 财务会计信息”之“十三、期后事项、或有事项及其他重要事项”。

此外,公司的产品可能为其他生产商仿模的对象。如果公司未能有效保护自身产品的知识产权,发生产品被竞争对手仿制或注册商标、注册设计等被违法冒用等情况,则可能导致公司的市场竞争力被削弱,影响公司品牌形象,从而对公司的经营产生不利影响。虽然公司可以通过诉讼等法律手段维护公司的知识产权,但倘若侵权行为仍然存在,公司仍可能面临知识产权被侵权的法律纠纷风险。

(七)贸易摩擦风险

公司主要为北美、欧洲等境外大型连锁超市、品牌商提供户外休闲家具及用品产品,报告期内,公司对美国地区的销售收入分别为40,949.80万元、61,014.00万元和61,121.13万元,占主营业务收入的比例为65.00%、71.51%和52.70%,公司境外销售中美国地区占比相对较高,境外尤其是美国的贸易政策对公司经营情况产生较大影响。

近年来,全球贸易保护主义有所抬头,尤其美国贸易保护主义政策倾向逐渐增强。2018年上半年,美国公布对华贸易清单,从中国进口的约500亿美元商品加征25%的关税,2018年7月6日,第一批中的340亿美元商品被加征25%关税,2018年8月23日,第一批中其他160亿美元商品25%关税落地;2018年9月24日,中美贸易摩擦进一步升级,美国对大约2,000亿美元的中国进口商品加征10%关税;2019年5月10日,美国对约2,000亿美元中国进口商品从原先加征10%关税提高至加征25%关税;2019年9月1日,美国对约3,000亿美元的中国进口商品进一步加征关税。公司部分产品属于上述加征关税产品清单之列,公司产品被加征关税后,部分客户通过公司向下游产品销售的方式由于公司承担部分损失,双方共同承担由于关税税率上升导致的不利影响。

报告期各期公司对北美地区收入占主营业务收入的比例分别为66.33%、72.59%和54.30%(其中绝大多数销往美国)。若美国持续加征关税,对公司收入和利润总额变化测算情况如下:

项目	2021年度	2020年度	2019年度
主营业务收入	115,973.83	85,321.90	63,001.77
其中:北美主营业务收入占比	34.30%	72.59%	66.33%
毛利额	28,720.73	27,178.70	18,013.82
毛利率	11,972.28	9,435.76	4,813.92
主营业务收入影响额	-944.58	-929.08	-628.86
占主营业务收入比重	-0.81%	-1.09%	-0.99%
毛利和利润总额影响额	-944.58	-929.08	-628.86
占毛利影响额	-3.29%	-3.42%	-3.48%
占利润总额比重	-7.89%	-9.85%	-13.02%
主营业务收入影响额	-1,574.30	-1,548.43	-1,044.76
占主营业务收入比重	-1.36%	-1.81%	-1.66%
毛利和利润总额影响额	-1,574.30	-1,548.43	-1,044.76
占毛利影响额	-5.48%	-5.70%	-5.80%
占利润总额比重	-13.15%	-16.41%	-21.70%

注:主要客户在加征关税的情况下,公司承担1/3左右,出于谨慎性考虑,上表按公司承担1/2进行测算。

如上表所示,若所有销往北美的产品均加征关税3%-5%,且加征关税的成本一半由公司通过折价方式承担,对公司主营业务收入和毛利影响相对较小,对公司利润总额影响相对较大。

除美国以外,公司产品境外销售还包括欧洲、加拿大、澳大利亚等其他国家或地区。若在政治、外交、就业等因素影响下,公司产品出口国家或地区相关贸易政策进一步发生重大变化或与美国发生贸易摩擦,将会给公司市场销售带来一定的风险,从而经营业绩出现重大不利变化。

(八)存货减值的风险

报告期内,公司的存货跌价准备金额分别为2,002.23万元、1,693.17万元和1,499.23万元,存货跌价准备金额相对较大。

随着消费升级,消费者对户外休闲家具及用品的外观和功能提出更高的要求,可能导致部分产品因款式过时而成为滞销品,从而导致存货减值。此外,在发展过程中,公司亦可能为拓展新业务增加相关原材料或产品储备,但发展不及预期导致存货周转缓慢、存货减值,进而影响公司的经营业绩。

九、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

(一)2022年1-6月的主要财务信息及经营状况
发行人经审计财务报告的审计截止日为2021年12月31日,天健会计师事务所于2022年1-6月财务报表,包括2022年6月30日的合并及母公司资产负债表,2022年1-6月的合并及母公司利润表,和2022年1-6月的合并及母公司现金流量表,以及财务报表附注,并出具了天健审[2022]19199号《审阅报告》。

公司2022年6-6月、2022年1-6月经审阅的主要财务信息具体如下:

项目	2022年6月末/2022年1-6月	2021年末/2021年1-6月	变动比例
资产负债表项目			
资产总计	134,053.86	117,250.23	14.33%
负债总计	61,449.35	50,993.69	20.50%
所有者权益合计	72,604.51	66,256.54	9.58%
利润表项目			
营业收入	88,209.80	67,313.37	31.04%
营业利润	7,467.62	6,477.83	15.28%
净利润	7,467.17	6,528.00	14.11%
净利润	6,233.12	5,681.09	9.72%
归属于母公司股东的净利润	6,375.33	5,621.59	13.41%
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	7,887.35	5,034.60	56.66%
现金流量表项目			
经营活动产生的现金流量净额	19,163.21	1,718.31	1015.23%

经审阅,截至2022年6月30日,公司资产负债状况总体良好,资产负债结构总体稳定,资产总额134,053.86万元,较上年末增长14.33%,负债总额61,449.35万元,较上年末增加20.50%,所有者权益为72,604.51万元,较上年末增长9.58%;2022年1-6月,公司实现营业收入88,209.80万元,同比增长31.04%,实现归属于母公司股东的净利润6,375.33万元,同比上升13.41%,扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润7,887.35万元,同比上升56.66%;经营活动产生的现金流量净额19,163.21万元,公司整体经营情况良好。

2022年上半年公司收入上涨较多,主要系:1)公司星穹篷等新产品销量大幅增长,2022年上半年产生的收入较上年同期增加14,584.79万元;2)受受益于疫情影响海外市场的户外休闲用品需求较为旺盛,公司与沃尔玛等主要客户合作稳定,其中对沃尔玛的销售收入由2021年上半年的20,996.06万元增至2022年上半年的25,759.87万元。

2022年上半年扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润增长较多,主要系:1)伴随着下游需求增加带来的主营业务收入稳步上升,公司本期毛利额(未考虑运费影响)较上年同期比增加2,160.65万元;2)本期非经常性损失金额相对较大,主要系非经常性损益中远期结售汇损失1,627.57万元,而2021年上半年远期结售汇产生的相关收益为537.03万元。

财务报告审计截止日至本招股意向书摘要签署日,公司所处经营环境、经营模式、税收政策、主要客户及供应商均未发生重大不利变化,董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大变更,未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

(二)2022年度1-9月的经营业绩预计

公司根据2022年度的生产经营计划,各项业务收支计划及其他相关资料,考虑市场和业务拓展计划,基于谨慎性原则进行下列经营业绩预计:

分类	项目	预计低值	预计高值	2021年1-9月
营业收入	金额	112,186.93	118,181.21	97,106.75
	变动幅度	15.53%	21.70%	
归属于母公司股东的净利润	金额	8,370.32	9,241.01	8,108.13
	变动幅度	3.23%	13.97%	
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	金额	9,716.60	10,498.03	7,210.16
	变动幅度	34.76%	45.60%	

公司2022年度1-9月营业收入预计为112,186.93万元至118,181.21万元,较上年同期预计增长15.53%至21.70%;归属于母公司股东的净利润预计为8,370.32万元至9,241.01万元,较上年同期预计增长3.23%至13.97%;扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润预计为9,716.60万元至10,498.03万元,较上年同期预计增长34.76%至45.60%。

上述2022年度1-9月业绩情况系公司初步预计数据,不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58
律师费用	788.68
用于本次发行的信息披露费用	425.00
发行手续费及其他费用	52.11
合计	6,642.77

系。

四、发行人主营业务
(一)公司主营业务及主要产品
自设立以来,公司一直从事户外休闲家具及用品的研发、生产和销售业务。公司现拥有遮阳制品、户外休闲家具两大类产品系列,其中遮阳制品主要包括遮阳篷和遮阳伞,户外休闲家具主要包括宠物屋、户外家具及防晒晒用具。公司产品主要用于家庭庭院、露台及餐饮、酒吧、海滩、公园、酒店等休闲场所,以舒适休闲、舒适、健康的户外休闲环境。
凭借研发设计能力和产品品质优势,公司进入了沃尔玛、好市多等大型连锁超市的供应商体系,公司自主品牌“Abba Patio”、“Sora”的相关产品自2014年以来陆续采用跨境电商模式,通过亚马逊等跨境电商平台在北美、欧洲等地区开展销售,报告期内获得持续增长。
报告期内,公司营业收入分别为67,481.46万元和123,996.89万元,净利润分别为4,066.98万元、8,132.70万元和10,757.71万元,总体上公司营业收入和业绩呈稳健增长趋势。

(二)主要经营模式
经过多年的探索与积累,公司已形成以国外大型连锁超市、品牌商为主,多类型、多渠道并存的销售模式。

公司境外市场主要销售模式情况如下:

销售渠道	销售模式	结算方式	客户类型
线下	直接销售,采用ODM/OEM模式销售,包括大型连锁超市、品牌商等在内的客户。	FOB为主,兼有CIF和EXW(国内交易)	客户为大型连锁超市(沃尔玛、好市多)、品牌商(美国JEC、德国F&B、法国J&A等)
线上	跨境电商,跨境电商电子商务平台,如亚马逊、eBay等,通过跨境电商平台进行销售。	跨境电商电子商务平台,如亚马逊、eBay等,通过跨境电商平台进行销售。	跨境电商电子商务平台,如亚马逊、eBay等,通过跨境电商平台进行销售。

销售渠道	销售模式	结算方式	客户类型
线下	直接销售,采用ODM/OEM模式销售,包括大型连锁超市、品牌商等在内的客户。	FOB为主,兼有CIF和EXW(国内交易)	客户为大型连锁超市(沃尔玛、好市多)、品牌商(美国JEC、德国F&B、法国J&A等)
线上	跨境电商,跨境电商电子商务平台,如亚马逊、eBay等,通过跨境电商平台进行销售。	跨境电商电子商务平台,如亚马逊、eBay等,通过跨境电商平台进行销售。	跨境电商电子商务平台,如亚马逊、eBay等,通过跨境电商平台进行销售。

注:“Lucky dog”为公司客户美国EBC的品牌名称,“gini”为公司客户德国F&B的品牌名称,“Hesperide”为公司客户法国J&A的品牌名称。

公司境内市场主要销售模式情况如下:

区域	销售模式	结算方式	客户类型	备注
境内	客户直接销售	根据付款协议支付,开单后1-2个月付款,部分客户月结,先收款后发货。	国内品牌商及出口公司: 沃尔玛、好市多、品牌商(美国JEC、德国F&B、法国J&A等)	
境外	跨境电商	跨境电商电子商务平台,如亚马逊、eBay等,通过跨境电商平台进行销售。	跨境电商电子商务平台,如亚马逊、eBay等,通过跨境电商平台进行销售。	

1、线下业务
公司线下客户主要有国外大型连锁超市和品牌商两个类别,具体为:A、国外连锁超市;国外连锁超市是公司产品销售的主要渠道,大部分连锁超市拥有自己的品牌,公司产品主要以贴牌生产方式(ODM/OEM)进入国外连锁超市。公司与沃尔玛、好市多等大型连锁超市保持长期供货关系;B、国外品牌商:指经营户外休闲家具及用品的生产、销售业务并独立拥有产品品牌的运营商,如德国F&B、美国JEC、德国LECO、法国J&A等,公司产品主要通过贴牌生产方式(ODM/OEM)与该类客户合作。

此外,报告期内公司还存在少量其他类型客户,包括从事户外休闲家具及用品销售业务的境外贸易公司。

公司境外线下销售客户一般拥有自主品牌,并具备良好的市场拓展能力和客户调查能力以及丰富的销售终端下游客户资源,主要根据制造商的设计研发水平、产品质量、供货能力等选择合格供应商进行贴牌、采购。公司则通过行业交流、展会、主动联络等方式接触客户并开展公司的设计研发能力和生产制造能力,客户经评估、筛选后下单。对于境外大型连锁超市、品牌商客户,如公司目前合作的沃尔玛、好市多等,在正式与其开展合作前,公司还需要经过其严格的供应商认证程序。公司境外线下订单的货款结算方式以FOB为主,兼有CIF和EXW(工厂交货)模式。

2、线上业务
2014年开始,公司及对接跨境电商发展的市场机遇,积极布局线上渠道,在亚马逊等电商平台跨境电商自有品牌产品。报告期内,公司的线上销售模式有授权经营和自主经营两种模式。

(1)授权经营模式及其变化

报告期内,授权经营模式系公司和跨境电商电子商务商亚马逊及其境外子公司美国BA公司签订协议,由其全权代理公司自主品牌“Abba Patio”品牌的跨境电商业务,利用亚马逊网上平台开展销售。公司负责“Abba Patio”品牌产品的研发、生产和装运,将货物运输至海外;美国BA公司负责在美国等地区在线(包括但不限于amazon.com)销售公司“Abba Patio”品牌产品,其通过在线运营实现产品向终端消费者的销售,并按约定向公司支付货款及合作利润分成。美国BA公司运营销售公司“Abba Patio”品牌产品扣除运营成本费用后所产生的项目利润由公司按四四四四比例进行分配。

授权经营模式下,公司与亚马逊的业务流、资金流如下图所示:

项目	金额(万元,不含税)
承销费及保荐费	4,000.00
审计验资费用	1,376.58