制作 张玉萍
电话：010-83251716 E-mail:zqrb9@zqrb.sina.net
证券日报
2020 年 8 月 8 日 星期六

证券代码：002803　证券简称：吉宏股份　公告编号：2020-087

厦门吉宏科技股份有限公司关于公司控股股东部分股份解除质押及质押的公告

本公司及全体董事保证本公告内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

厦门吉宏科技股份有限公司（以下简称“公司”）近日接到公司控股股东庄浩女士通知，获悉其所持有公司部分股份办理了解除质押及质押的相关手续，具体事项如下：

一、本次解除质押基本情况

股东名称	是否为控股股东或第一大股东及其一致行动人	本次解除质押股份数量（股）	占其所持股份比例	占公司总股本比例	起始日	解除日期	质权人	备注
庄浩	是	1,707,489	1.96%	0.45%	2018-01-17	2020-07-30	安信证券股份有限公司	到期解除质押
		1,423,903	1.63%	0.38%	2018-08-09			
		3,111,859	3.57%	0.82%	2017-11-21	2020-08-05		提前解除质押
		544,000	0.62%	0.14%	2019-08-13			
合计	—	6,787,251	7.78%	1.79%	—	—	—	—

二、本次股份质押基本情况

股东名称	是否为控股股东或第一大股东及其一致行动人	本次质押数量（股）	占其所持股份比例	占公司总股本比例	是否为限售股（如是，注明限售类型）	是否为补充质押	质押起始日	质押到期日	质权人	质押用途
庄浩	是	7,323,916	8.39%	1.94%	否	否	2019-07-31	2021-07-30（展期）	安信证券股份有限公司	其他（借款用于支持实体企业生产经营）
		1,860,000	2.13%	0.49%			2020-08-03	2021-08-03		
		7,532,924	8.63%	1.99%			2019-08-06	2021-08-05（展期）		
		2,100,000	2.41%	0.55%			2020-08-05	2021-08-05		
合计	—	18,816,840	21.56%	4.97%	—	—	—	—	—	—

三、股东股份累计质押情况

截至本公告披露日，控股股东庄浩女士及其一致行动人所持质押股份情况如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例	累计质押数量（万股）	占其所持股份比例	占公司总股本比例	已质押股份情况 已质押股份限售和冻结数量（万股）	占已质押股份比例	未质押股份情况 未质押股份限售和冻结数量（万股）	占未质押股份比例
庄浩	8,728.8382	23.07%	1,881.6840	21.56%	4.97%	0	0%	6,546.6286	95.61%
庄谢	3,830.3125	10.12%	209.0000	5.46%	0.55%	0	0	2,872.7343	79.33%
西藏永悦诗超企业管理有限公司	1,459.7900	3.86%	314.0000	21.51%	0.83%	0	0	0	0
张和平	663.8925	1.75%	0	0	0	0	0	497.9193	75.00%
贺静颖	663.8925	1.75%	0	0	0	0	0	0	0
合计	15,346.7257	40.56%	2,404.6840	15.67%	6.35%	0	0	9,917.2822	76.63%

四、备查文件

中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司股份冻结数据。

特此公告。

厦门吉宏科技股份有限公司董事会
2020 年 8 月 7 日

证券代码：002803　证券简称：吉宏股份　公告编号：2020-088

厦门吉宏科技股份有限公司关于深圳证券交易所 2019 年年报问询函的回复公告

本公司及全体董事保证本公告内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

厦门吉宏科技股份有限公司（以下简称“公司”）于 2020 年 7 月 30 日收到深圳证券交易所下发的《关于对厦门吉宏科技股份有限公司 2019 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2020】第 458 号）。公司董事会接函后，立即逐项落实问询函中的有关内容，现将回复情况公告如下（本问询函回复所涉及的 2020 年一季度及半年度数据均未经审计）：

问题一、2019 年度，你公司 To C-- 互联网营销跨境电商业务实现营业收入 11.9 亿元，同比增长 27.55%，毛利率为 74.29%。同时，你公司修正后的 2020 年半年度业绩预告显示，你公司 2020 年 1-6 月预计实现净利润 2.53-2.61 亿元，同比增长 71%-76%，主要原因是 2020 年第二季度公司跨境电商业务整体订单规模及收益增长幅度超过预期。

一、报披露，你公司跨境电商业务主要采用物流公司代收货款及第三方支付平台在线支付的结算模式。请你公司补充披露 2019 年度及 2020 年半年度按收款金额归集的前五大物流供应商和第三方支付平台的基本情况，并自查是否与其存在关联关系。

二、你公司微信公众号“吉宏股份”发布的相关文章提及，你公司在泰国市场合作的货代之一为时丰电子商务物流有限公司，在台湾市场的货运代理为深圳易速配货运代理有限公司，上述公司均负责为你公司代收货款。相关工商信息显示，时丰电子商务物流有限公司注册于中国香港，成立时间 2017 年 3 月 13 日；深圳易速配货运代理有限公司成立于 2017 年 5 月 10 日，注册资本 100 万元，实缴资本为 0，参保人数 4 人，且该公司近期多项工商登记信息发生变更，曾于 2018 年 7 月被列入经营异常名录。请你公司结合上述情况，进一步补充说明相关物流公司是否具备为你公司提供货运代理及代收货款的能力及资质，是否与你公司跨境电商业务收款规模相匹配。

（一）国际货运代理定义及易速配与时丰电子信息

国际货运代理：根据客户指示为客户的利益而揽取运输的人，其本身并不是承运人（注意，是“代”不是“运”，不需要购买飞机、货车等资产），主要从事与运送合同有关的活动，如储货（也含寄存）、报关、验收、收款等。

深圳易速配货运代理有限公司（以下简称“易速配”）成立于 2017 年 5 月，是一家专业提供东南亚物流运输和仓储货运代理的服务商，公司自 2018 年 7 月起开始与其进行合作；时丰电子商务物流有限公司（以下简称“时丰电子”）成立于 2017 年 3 月，是公司 2018 年度在泰国市场的货运代理服务商。易速配与时丰电子作为公司货运代理服务商，主要为公司提供国内提货、国内报关、短暂仓储、订舱、运输、国外清关等服务，在货运行业也称之为“包板商”，最终协助公司实现销售收款。货物抵达销售目的地后，再由当地物流公司进行派送、代收货款，公司与国际货运代理、地派物流公司三方系委托合作关系。

易速配曾于 2018 年 7 月 12 日被列入经营异常名录，系其未按规定期限公示 2017 年年度报告，根据工商信息显示，易速配已补报并公示 2017 年年度报告，并于 2018 年 10 月 11 日移出经营异常名录。

（二）相关货运代理服务商的能力与资质

相关货运代理服务商在与公司合作中具有如下特性：

（1）综合跨境物流系统与公司订单管理系统实现全面对接，并提供准确、及时的信息；

（2）提供及时高效的物流配送、清关提货等服务；

（3）按照合同约定的回款周期进行回款并支付公司风控保证金。

公司为控制物流供应商代收货款的风险，按照不同区域的业务量大小、约定不同的结算周期及业务量的变化适时调整结算周期，并根据各合作物流供应商的信誉、规模等情况酌情收取相应的保证金。例如：深圳易速配货运代理有限公司 2019 年度共结算代收货款 173 次，平均每次结算代收货款金额约 113 万元，2020 年 1-6 月共结算代收货款 92 次，平均每次结算代收货款金额约 148 万元，平均每次结算金额与其缴存保证金（约为 140 万元人民币）基本匹配。

综上所述，易速配、时丰电子等相关货运代理服务商在为公司提供服务过程中支付公司风控保证金，并按照合同约定回款周期回款，与公司跨境电商业务收款规模相匹配。

（三）会计师的核查程序及意见

1、核查程序

①查询上述企业的工商信息并询问公司相关管理人员；

②检查上述企业与公司签订的相关合同；

③了解上述企业与公司的合作模式、流程以及为公司提供的服务；

④检查上述企业与公司的往来、回款。

2、核查结论

经核查，我们认为易速配、时丰电子等相关货运代理服务商在为公司提供服务过程中支付公司风控保证金，并按照合同约定回款周期回款，与公司跨境电商业务收款规模相匹配。

三、请年审会计师说明报告期内针对跨境电商业务销售收入真实性及物流订单真实性执行的审计程序及获取的审计证据，并对前述问题进行核查并发表意见。

（一）核查程序

跨境电商业务具有网站订单数据庞大、单次销售金额较小、消费者高度分散的特点，年审会计师主要执行以下核查程序：

1、了解跨境电商业务系统架构

通过访谈吉客印相关业务负责人、检查相关服务协议及租赁协议等方式，了解跨境电商运作平台的架构、分部功能及数据流程，吉客印的运作平台主要由自主开发的单页电商系统和基于开源的 Magento 商城系统、吉客印电子商务系统、库存管理系统和外购的用友财务系统，以及租赁第马逊云服务平台进行电商业务数据存储和维护。其中库存管理系统主要有收货管理、发货管理、库存管理；用友财务系统为总账、报表、应收管理、应付管理、固定资产的财务模块并与库存管理系统相关系统数据进行对接，形成相应的财务总账信息。

2、内部控制测试

通过进行控制测试，并对电商运营平台各系统间数据传递的有效性进行了验证，具体情况如下：

（1）穿行测试

在各系统根据数据流等基础数据进行穿行测试，结合业务流程，了解各系统控制点并记录实际控制点，并了解各系统之间数据传递的实现过程。

（2）内部控制测试

针对信息系统硬件与环境、信息系统应用软件、信息系统业务连续性、信息系统管理流程等方面执行以下核查程序：

①信息系统硬件与环境：检查吉客印 IT 系统管理制度，吉客印已针对网络运行与安全管理制定 IT 规范及标准，包括硬件设备管理、IT 网络、软件安全标准、系统管理维护流程以及信息安全管理等方面；

②信息系统应用软件：主要是针对吉客印电子商务系统、库存管理系统和用友财务系统等业务的访问控制、授权、确认、错误与特例处理等是否正常；

③信息系统业务连续性：主要是针对信息系统及相关数据在备份、存储、灾难恢复等方面的完整性与合规性进行评估，吉客印电商业务数据维护都是基于亚马逊云管理，以保护公司业务的持续运作；

④信息系统管理流程：吉客印已经针对信息系统建立操作权限和数据访问权限，吉客印的信息技术工作条例、工作程序健全且执行有效。

3、对物流及订单的真实性进行核查

会计师对电商运营主体的 IT 系统进行专项审计，IT 审计针对订单的数量、金额、完整性、IP 地址进行核对，并对物流公司对账情况进行复核，IT 审计结果显示：在数据变更管理、用户权限管理、超级账号管理等方面已经设计相应的内部控制，吉客印 IT 系统内部控制不存在重大缺陷。

（1）核查 IP 地址分布情况

IT 审计人员针对客户下单 IP 地址归属地进行统计分析，主要针对来自中国台湾、泰国、日本、新加坡等销售区域订单的 IP 地址进行统计分析，非本地区 IP 地址数量占总数的比重均小于 5%，出现差异的原因包括：

①存在终端消费者使用代理服务器登录网络购买商品的情形；

②西安、郑州、香港、美国等下单的 IP 地址，为公司客服帮客户要求下单、补发、拆单等情况下造成；

③存在非本国或非本地区下单的情形。

（2）核查 IP 地址集中度情况

针对 IT 审计人员针对同一 IP 地址多次下单的情形，IT 审计人员查阅相关订单明细，根据与吉客印相关负责人员沟通，存在使用郑州、西安、美国的 IP 地址下单的情形，属于吉客印客服人员与客户沟通后，协助客户下单或换货所造成。通过对上述订单的物流信息抽样查询，该类订单样本可以通过物流公司官网或后台查询到签收信息，整体未见重大异常。

（3）核查订单的完整性

IT 审计人员获取收入排名靠前的中国台湾、日本、泰国和新加坡等地物流公司提供的应收账款对账单，并从吉客印 IT 部门提取订单系统中订单明细，对比订单系统中订单、应收账款对账单的订单，针对订单系统中订单数量大于财务账单订单数量的情况，根据与吉客印沟通，原因包括：吉客印的商品销售基本都是货到付款方式，客服部对订单进行审核，对审核不通过的订单不予发货处理；存在部分客户下单后，通过电话联系客服取消订单的情况，这部分订单不予发货；物流发货、收货、反馈存在时间差异。经复核，未见重大异常。

（4）核查订单物流信息

随机抽查各销售区域的客户订单，对其订单列示的销售金额、发货数量、收货人信息等与系统录入信息进行匹配，并对其订单记录、IP 地址、收货地址、同期内的采购频率、售后退货情况、物流签收记录等进行核查，未见异常。

抽取金额较大的订单与物流信息进行核查，该类订单样本可以通过物流公司官网或后台查询到签收信息。

（5）核查收款记录

通过检查取得主要物流公司报告期内的对账单，了解公司与物流公司的对账周期，检查与物流公司签署的物流服务合同、收费合同等，跨境电商业务合作的物流公司的回款记录以及期后回款记录，截至 2020 年 7 月 31 日，2019 年未应收账款已累计回款占比达到 94.46%。

4、对销售收入真实性进行核查

（1）销售收入中订单与系统中订单进行核对

从财务管理系统中获取确认收入的订单与订单管理系统中的订单号、产品名称、规格、数量、价格进行核对未见重大异常。

（2）销售收入中订单与客户的对账单中订单进行核对

从财务管理系统中获取确认收入的订单与客户的对账单中订单号、产品名称、规格、数量、价格进行核对未见重大异常。

（3）对销售收入进行函证

对重大客户的销售收入进行函证未见重大异常。

（二）核查意见

经核查，我们认为报告期内跨境电商业务销售收入真实性及物流订单真实性未见重大异常。

四、请你公司补充说明 2019 年度及 2020 年半年度：1）按采购金额归集的前五大供应商基本情况；2）各主要销售区域及其占比情况；3）境内外物流仓库的具体位置、面积、日处理件数等基本情况。

（一）按采购金额归集的前五大供应商及基本情况

1、按采购金额归集的前五大供应商

公司 2019 年度及 2020 年半年度跨境电商业务按采购金额归集的前五大供应商如下：

2019 年度跨境电商业务采购货物前五大供应商

单位：人民币元

序号	供应商	2019 年采购货物金额
1	环球易汇（香港）科技有限公司	77,477,781.58
2	全球速卖通（Ali Express）	50,752,266.42
3	康特贸易（香港）有限公司	35,692,959.22
4	上海富友支付服务股份有限公司	9,376,384.00
5	YIELD POINT TRADING LIMITED	2,068,320.00
合计		175,367,711.22

2020 年 1-6 月跨境电商业务采购货物前五大供应商

单位：人民币元

序号	供应商	2020 年 1-6 月采购货物金额
1	Alipay Merchant Services Pte. Ltd	140,476,272.44
2	全球速卖通（Ali Express）	18,115,857.35
3	IY Media Limited	16,791,363.75
4	富裕国际贸易有限公司	3,543,087.65
5	康特贸易（香港）有限公司	3,030,755.96
合计		181,957,337.15

2、基本情况

序号	供应商名称	设立时间	注册资本	员工人数	注册地	主营业务
1	环球易汇（香港）科技有限公司	2018.3.20	港币 100 万元	44	香港	国际贸易、经济贸易咨询、软件服务
2	全球速卖通（Ali Express）	2010 年	—	—	—	在线交易平台
3	康特贸易（香港）有限公司	2014.1.29	港币 100 万元	25	香港	进出口贸易
4	上海富友支付服务股份有限公司	2011.7.25	人民币 36,000 万元	247	上海	互联网支付
5	YIELD POINT TRADING LIMITED	2014.8.8	港币 100 万元	27	香港	国际贸易，跨境结算
6	Alipay Merchant Services Pte. Ltd	2017.12.14	10 万美元	—	新加坡	跨境汇款服务、电子货币发行服务
7	IY Media Limited	2017.11.16	港币 50 万元	15	香港	互联网广告、资讯科技、支付
8	富裕国际贸易有限公司	2015.4.2	港币 5,000 万元	—	香港	国际贸易、换汇业务

①Alipay Merchant Services Pte.Ltd（阿里巴巴跨境宝）

跨境宝是阿里巴巴集团（市值 5 万多亿港币）旗下 B2B 电子商务交易平台（1688 平台）联合蚂蚁金服（估值 2000 亿美元）共同推出的一款面向跨境电商的专属产品，为跨境电商提供安全、合规便利的一站式跨境直采服务，跨境电商企业可以通过跨境宝对 1688 平台上的产品供应商进行支付。

2019 年 Q3—Q4 跨境宝功能和对应开通跨境宝的 1688 卖家逐步完善（如果 1688 平台卖家不开通跨境宝功能，公司就无法用跨境宝对其进行付款采购）。公司自 2019 年 Q3 起逐步与跨境宝进行合作，2020 年 1-6 月份合作金额已达 140,476,272.44 元。

②上海富友支付服务股份有限公司

上海富友支付服务股份有限公司是阿里巴巴在结汇支付方面的战略合作伙伴，是跨境宝刚推出时合作的第三方跨境结算平台，主要支持跨境电商企业境外支付外币在境内采购。

③全球速卖通（AliExpress）

全球速卖通（AliExpress）是阿里巴巴集团（市值 5 万多亿港币）旗下面向国际市场的在线交易平台，成立于 2010 年，客户已经遍及 220 多个国家和地区，覆盖服装服饰、3C、家居、饰品等共 30 个一级行业类目。全球速卖通（AliExpress）通过支付宝国际账户进行担保交易，并使用国际物流渠道运输交货，是全球第三大英文在线购物网站，是中国最大的跨境出口 B2C 平台。

④环球易汇（香港）科技有限公司等其他供应商

环球易汇（香港）科技有限公司等其他供应商主要是公司在跨境宝推出前委托的采购供应商，负责向公司从阿里巴巴、淘宝等国内市场选定品类和供应商进行采购付款，然后由公司确认收货。境外子公司香港吉客印负责公司跨境电商业务结算，无法通过阿里巴巴等平台进行直接购买，而环球易汇（香港）等公司主要是以国际贸易为主，长期与拉卡拉、寻汇等第三方跨境结算平台合作，具备进行国内采购支付的能力。

（二）各主要销售区域及其占比情况

公司 2019 年度及 2020 年半年度跨境电商业务的各主要销售区域及其占比情况如下：

跨境电商业务分区域收入占比情况表

区域	2019 年度		2020 年 1-6 月（未经审计）	
	销售金额（万元）	占比	销售金额（万元）	占比
东南亚地区	37,924.17	32.03%	44,547.65	43.13%
东北亚地区	16,127.88	13.62%	18,163.02	17.59%
中东地区	7,098.32	6.00%	9,749.52	9.44%
中国港澳台	46,588.95	39.35%	27,038.39	26.18%
北美地区	10,637.30	8.98%	3,775.01	3.66%
其他地区	14.45	0.01%	5.77	0.01%
合计	118,391.07	100.00%	103,279.36	100.00%

（三）境内外物流仓库的具体位置、面积、日处理件数等基本情况

深圳仓库为公司跨境电商业务国内货物流转仓库，海外仓库主要负责处理退货、二次改派及假期备货等。仓库具体位置、面积、日处理件数等基本情况如下（下表中日处理件数指该仓库的日处理能力）：

跨境电商业务主要仓库基本信息

序号	区域	仓库名称	运营模式	面积/平方米	日处理件数/件	仓库地址
1	深圳	深圳仓	自营	10,888	40000-50000	广东省东莞市长安镇上沙滨海新区中南南路 4 号滨海智谷产业园 A 栋一楼
2	台湾	台湾一仓	合作	2,500	800-2000	桃园市龟山区大坑路 584 号
3	台湾	台湾二仓	合作	1,000	100-400	桃园市卢竹区八股路 81 号
4	泰国	泰国一仓	合作	2,000	1500-5000	58/1พัฒนาชมชนทำแยงคลองสองต้นปุน เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10520
5	泰国	泰国二仓	合作	500	600-1000	17-14 ซอยพูลเจริญ ตามตรอกโฉมศรี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
6	马来西亚	马来西亚仓	合作	800	600-2500	No 6, Jalan 51/203A, Kawasan Perindustrian Tiong Nam, Sek 51, 46050 Petaling Jaya, Selangor DE
7	阿联酋	阿联酋仓	合作	400	1000-2000	Warehouse NO.10 DIP2 Behind Gulf News, Dubai UAE.
8	沙特	沙特仓	合作	900	1000-2500	Dragon mart Exit 16 Riyadh Saudi
9	日本	日本一仓	合作	200	600-1000	〒5960041 大阪府岸和田市下野町 2 丁目 8-9
10	日本	日本二仓	合作	800	400-1000	愛知県名古屋市港区西福田 5 丁目 1905、1906、1907 番
11	新加坡	新加坡仓	合作	150	200-600	#02-21 Tampines North Drive 1 528559
12	越南	越南仓	合作	500	800-2000	số 76 phố mai phúc, Phường phúc đồng, Quận long biên, Hà nội.
13	泰国	泰国三仓	合作	700	600-1200	626 Soi Suk Sawat 26, Khwaeng Bang Pakok, Khet Rat Burana, Krung Thep Maha Nakhon 10140
14	台湾	台湾三仓	合作	300	100-400	新北市土城区永丰路 195 巷 3 号

五、据披露，你公司以自建独立站的方式进行线上 B2C 销售，通过在国外社交网站面向特定的受众群体投放单页广告或商城广告。请说明你公司跨境电商业务是否具备独立网站或移动端应用程序，是否需获取跨境电商业务资质，以及“自建独立站”的含义。

（一）关于自建独立站的含义

1、目前 B2C 跨境电商主要包括第三方平台型电商模式和自建独立站模式；第三方平台型电商模式为商户通过在 Amazon、eBay、Wish、AliExpress 等第三方电商平台进行商品展示并销售；“自建独立站”指的是商户通过自主研发或借助第三方建站工具如 Shopify&Magento 等系统，搭建独立的商品销售网站或链接，表现形式多样，包括商户自建网站直接面对境外消费者进行产品销售、商户自建产品营销单页，在境外社交网络平台向目标客户精准推荐相关商品等方式，呈现形式主要包括商城、品牌站、短视频链接、单页广告等。

自建独立站有一定的技术门槛且需要相应的研发投入，其区别于借助第三方平台电商主要有以下几个方面：

（1）不受平台规则约束：借助第三方平台电商需备货到平台仓库，而自建独立站商户无此要求，大部分为见单后采购，库存成本少。自建独立站商户自主掌控度高，商户可完全按照自己意愿策划设计营销方式，自主购买域名、进行页面设计、建立供应链体系、运营维护网站等；通过第三方平台电商进行商品管理和展示则完全受限于平台规则及第三方平台固定的商品展示模板；

（2）不存在交易佣金：自建独立站是自主搭建的网站，不存在交易佣金，商户通过付费购买广告形式引流进行流量转化；第三方平台电商需向平台缴纳佣金，且部分交易金额会被第三方平台扣押作为保证金；

（3）营销自主性：自建独立站商户可以自主选择营销渠道进行产品推广，并通过 AI 算法等技术分析进行产品的精准推送以促进订单量和流量使用效率的提升；第三方平台电商的商品销售主要由第三方平台所覆盖的流量决定。

2、海外用户的购物习惯与国内用户有所差别，其线上购物并非完全通过平台电商完成。例如：中国用户购买一部 iPhone，首先想到的是前往电商平台搜索，例如京东或者天猫，而海外用户则大部分会直接打开苹果公司官网 apple.com（自建独立站的一种形式）。

成立于 1995 年的亚马逊经二十多年发展，截止 2019 年占据美国电商市场的 37.3%，在海外并非传统意义上的完全渗透。Shopify 是全球领先的电商服务商，专门服务于第三方独立站的 SaaS 系统，截至 2019 年已服务近 100 万独立站，服务收入 15.8 亿美元，市值超千亿美元。eMarketer 的数据显示，2019 年 Shopify 在美国零售电商市场的份额已经正式超过 eBay 成为北美电商第二级，充分证明非电商平台场景发展潜力巨大，市场规模广阔。

（二）公司电商业务资质问题

1、按照工信部要求，电商网站展示商品销售对象是中国大陆消费者且服务器在大陆的，网站必须进行 ICP 或者经营性 ICP 备案；从事跨境电商业务，服务器（如亚马逊云）在海外，且产品销售对象均为海外用户的，无须再进行特殊审批或备案。

公司跨境电商业务属于自建独立站点模式，主要通过运用 AI 算法分析海外市场并进行选品、精准定位客户群体，在 Facebook、Line、Instagram 等国外社交网络平台上精准推送自建的产品单页广告进行线上 B2C 销售，将高性价比和有特色的中国制造产品跨境销售至台湾、香港、日本、东南亚等多个国家或地区，且服务器（亚马逊云）在海外。经营主体包括全资子公司厦门市吉客印电子商务有限公司及下属公司，经营范围主要为互联网销售、日用百货销售、货物与技术的进出口经营、电子商务平台的技术服、互联网信息服务等相关的跨境电商业务。

2、公司跨境电商团队研发和搭建自有独立的商品销售网站，开发了电商业务所需独立网站系统，包括：前端系统－广告投放界面、同客户展示商品界面以及客户下单界面；后端系统－商品管理、订单管理、采购管理、仓储发货、物流管理等系统模块，用于选品运营人员、客服人员、订单人员、采购人员、仓库发货人员等相关群体的使用。公司研发和搭建自有独立的商品销售网站为每个产品单页独立站点，都有对应的链接网址，例如：http://geeoley.com/、https://www.coce-mall.com/，http://www.arumip.com/，?http://www.eifulei.com/??。同时公司亦自行研发推广自有 APP 商城（如在台湾地区上架的 Geego）等移动端应用程序。目前公司跨境电商业务已取得主要无形资产如下：

（1）计算机软件著作权

序号	名称	证书号	著作权人	取得方式	开发完成日	首发日期
1	吉客印广告管理系统 V1.0	软著登字第 3575162 号	郑州吉客印	原始取得	2017.12.22	2017.12.23
2	吉客印 GAMS-自动化营销系统 V1.0	软著登字第 3568657 号	郑州吉客印	原始取得	2017.12.27	2017.12.28
3	吉客印 GASS-自动化选品系统 V1.0	软著登字第 3576414 号	郑州吉客印	原始取得	2018.4.20	2018.4.21
4	吉客印 GAPIs-API 接口管理系统（简称：API 接口管理 WEB 平台）V1.0	软著登字第 3567840 号	郑州吉客印	原始取得	2018.5.24	2018.5.25
5	吉客印 GOMS-订单管理系统 V1.0	软著登字第 3576165 号	郑州吉客印	原始取得	2018.7.27	2018.7.28
6	吉客印 GWMS-仓储系统 V1.0	软著登字第 3574827 号	郑州吉客印	原始取得	2018.8.23	2018.8.24
7	吉客印 GOTS-订单追踪系统 V1.0	软著登字第 3567745 号	郑州吉客印	原始取得	2018.9.21	2018.9.22
8	吉客印报表管理系统 V1.0	软著登字第 3708501 号	郑州吉客印	原始取得	2018.9.22	2018.9.25
9	吉客印电商 APP V1.0	软著登字第 3568006 号	郑州吉客印	原始取得	2018.10.29	2018.10.30
10	吉客印爬虫（嵌入式）系统 V1.0	软著登字第 3570771 号	郑州吉客印	原始取得	2018.11.22	2018.11.23
11	吉客印商城系统 V1.0	软著登字第 3574853 号	郑州吉客印	原始取得	2018.12.19	2018.12.20
12	吉客印电商模板管理系统 V1.0	软著登字第 3708252 号	郑州吉客印	原始取得	2018.12.19	2018.12.22
13	吉客印缓存管理系统 V1.0	软著登字第 3708237 号	郑州吉客印	原始取得	2018.12.19	2018.12.22
14	吉客印配置管理系统 V1.0	软著登字第 3708226 号	郑州吉客印	原始取得	2018.12.19	2018.12.22
15	多市场单页站综合后台管理系统 V1.0	软著登字第 3381002 号	西安金印客	原始取得	2018.6.14	2018.6.14
16	自建商城管理系统 V1.0	软著登字第 3293007 号	西安金印客	原始取得	2018.2.16	2018.2.16
17	企业内部订单管理系统 V1.0	软著登字第 3282131 号	西安金印客	原始取得	2018.5.11	2018.5.11
18	企业内部仓储管理系统 V1.0	软著登字第 3292996 号	西安金印客	原始取得	2018.5.18	2018.5.18
19	企业内部物流追踪系统 V1.0	软著登字第 3287742 号	西安金印客	原始取得	2018.5.25	2018.5.25
20	企业内部 COD 分析销售系统 V1.0	软著登字第 3513998 号	西安金印客	原始取得	2018.6.8	2018.6.8
21	吉客印广告辅助投放系统 V1.0	软著登字第 2636646 号	西安吉客印	原始取得	2018.4.1	未发表
22	吉客印电话远程管理系统 V1.0	软著登字第 2639430 号	西安吉客印	原始取得	2018.4.1	未发表
23	吉客印网站多元化服务系统 V1.0	软著登字第 2639423 号	西安吉客印	原始取得	2018.4.1	未发表
24	吉客印在线问答沟通服务平台 V1.0	软著登字第 2637495 号	西安吉客印	原始取得	2018.4.1	未发表
25	吉客印问题反馈追踪系统 V1.0	软著登字第 2637484 号	西安吉客印	原始取得	2018.4.1	未发表
26	吉客印综合智能管理网络平台 V1.0	软著登字第 2637503 号	西安吉客印	原始取得	2018.4.1	未发表
27	吉客印智能客服在线管理系统 V1.0	软著登字第 4318696 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.8	2019.7.8
28	吉客印程序开发项目及工作管理系统 V1.0	软著登字第 4318703 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.9	2019.7.9
29	吉客印客户销售咨询分析系统 V1.0	软著登字第 4318711 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.10	2019.7.10
30	吉客印广告投放分类统计管理系统 V1.0	软著登字第 4318717 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.11	2019.7.11
31	吉客印门户广告辅助投放查询管理系统 V1.0	软著登字第 4310049 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.12	2019.7.12
32	吉客印广告覆盖度分析指标系统 V1.0	软著登字第 4304236 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.15	2019.7.15
33	吉客印广告投放预次排期系统 V1.0	软著登字第 4304241 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.16	2019.7.16
34	吉客印广告检测评估播出管理系统 V1.0	软著登字第 4304232 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.16	2019.7.16
35	吉客印客户问题反馈与工作分析系统 V1.0	软著登字第 4318722 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.17	2019.7.17
36	吉客印广告效果评价数据管理系统 V1.0	软著登字第 4319233 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.22	2019.7.22
37	吉客印目用百货销易统计查询系统 V1.0	软著登字第 4304275 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.23	2019.7.23
38	吉客印广告效果测评推广系统 V1.0	软著登字第 4313764 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.23	2019.7.23
39	吉客印技术转让合作业务处理服务系统 V1.0	软著登字第 4301561 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.24	2019.7.24
40	吉客印门户广告精准定位投放系统 V1.0	软著登字第 4318297 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.25	2019.7.25
41	吉客印客户工单与客服管理系统 V1.0	软著登字第 4319216 号	西安吉客印	原始取得	2019.7.25	2019.7.25

（2）对外贸易经营者备案登记表、报关单位注册登记证书

序号	主体	证书名称	编号	发证日期	有效期限
1	西安吉客印	对外贸易经营者备案登记表	备案登记表编号 03126021	2017.09.01	—
2	西安金印客	对外贸易经营者备案登记表	备案登记表编号 03126190	2018.03.14	—
3	西安丹骏	对外贸易经营者备案登记表	备案登记表编号 03126386	2018.07.25	—
4	郑州吉客印	对外贸易经营者备案登记表	备案登记表编号 04702360	2020.03.10	—
5	厦门吉客印	报关单位注册登记证书	海关注册编码 3502960CS	2020.03.25	—
6	西安吉客印	报关单位注册登记证书	海关注册编码 6101362490	2017.09.22	长期

综上，公司以自建独立站点方式在 Facebook、Line、Instagram 等国外社交网络平台上精准推送自建的产品单页广告进行线上 B2C 销售，跨境电商业务经营主体已备案相应经营范围，且自主研发独立网站系统、移动端应用程序并取得多项专利证书等无形资产，具备从事跨境电商业务能力。

六、你公司于 2018 年 8 月 23 日披露的《关于<关于请做好吉宏包装非公开发行股票发审委会议准备工作的函>之回复》公告显示，你公司跨境电商业务毛利率高于同行业可比公司的原因包括“吉客印跨境电商业务主要集中在东南亚地区及中国台湾地区，行业参与者相对较少，毛利率相对较高。”同时，你公司也提及，“随着这些地区互联网基础设施完备、网购普及率持续较高，随着行业主要企业的不断加入，吉客印在受众群体培育、广告引流等获客成本将难以避免地有所提升，并导致吉客印上述竞争优势存在减弱的风险。”请你公司对照近年来同行业主要企业在上述地区的参与情况，说明相关地区行业竞争格局是否已发生或可能发生重大变化，是否将显著削弱你公司跨境电商业务在上述地区的竞争优势。请充分提示有关风险。

【回复】

一、报披露，你公司跨境电商业务主要采用物流公司代收货款及第三方支付平台在线支付的结算模式。请你公司补充披露 2019 年度及 2020 年半年度按收款金额归集的前五大物