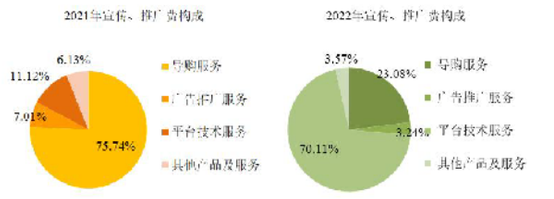
(上接D47版)

本期收入及销售费用-宣传及推广活动费剔除后,占比未发生明显变动。

综上所述,2022年公司销售费用增长主要原因为平台技术服务业务推广费增加,相关变动营业收入具有匹配性;销售费用占营业收入的比重提升主要系平台技术服务收入占比提升、相关推广费用增幅较大。

(二)因公司业务结构变化明显,公司宣传及推广活动费的具体构成、项目支出的具体支付对象较上年同期有较大变化。

1.报告期内各业务宣传及推广费的构成变化明显



2022年度,公司宣传及推广活动费结构发生较大变化,由导购业务的推广费为主变更为以平台技术业务的推广费为主,主要系新增折扣券业务的新产品市场推广投入所致。

2.报告期内公司销售费用(宣传及推广活动费)支付对象变动较大

2022年度,公司宣传及推广活动费相较于上年增加7,004.23万元,增幅较大,由于推广渠道变化、宣传及推广活动供应商及合作金额也有一定变化。2022年度前十大宣传及推广活动供应商及全年推广费增减情况具体如下:

单位:万元人民币

序号	宣传及推广活动费	业务类型	相比上年变动
1	推广费供应商一	平台技术服务	2,689.56
2	推广费供应商二	平台技术服务、导购服务	791.01
3	推广费供应商三	平台技术服务、导购服务	768.19
4	推广费供应商四	平台技术服务、导购服务	303.02
5	推广费供应商五	平台技术服务、导购服务	663.99
6	推广费供应商六	平台技术服务、导购服务	-146.82
7	推广费供应商七	平台技术服务	494.03
8	推广费供应商八	平台技术服务、导购服务	412.23
9	推广费供应商九	平台技术服务、导购服务	3.60
10	推广费供应商十	平台技术服务、导购服务	202.81
11	其他推广供应商	平台技术服务、导购服务 广告推广服务、其他产品及服务	822.61
总计			7,004.23

2022年度,公司宣传及推广活动费的前十的供应商有较大变化,主要原因是折扣券代运营业务的投放内容及投放效果要求较原有业务存在较大差异,部分此前为公司提供导购及广告业务宣传及推广的供应商无法满足相关需求,因此具体支付对象较上期发生较大变动。

因此,由于公司业务结构变化明显、公司宣传及推广活动费同比增加、投放内容及需求有较大变化,导致2022年公司宣传推广费的具体业务构成、项目支出的具体支付对象较上年同期有较大变化。

独立财务顾问回复:

(一)独立财务顾问的核查程序

1、获取公司销售费用明细表,了解公司销售费用的金额及具体构成;

2、访谈负责公司相关业务人员,了解宣传及推广活动开支的具体内容,包括但不限于主要合作的广告供应商、广告投放场景、推广效果转化情况等,并查阅相关合同;

3、获取公司宣传及推广活动费的具体支付对象,了解并查询相关推广供应商的背景资料,包括但不限于经营范围、股东构成、广告投放场景等;

4、结合公司业务发生情况,将宣传推广费活动费的具体构成与收入构成进行比对,分析销售费用变动与营业收入变动的合理性。

(二)独立财务顾问的核查意见

经核查,独立财务顾问认为:

1、2022年公司销售费用增长主要原因为平台技术服务业务推广费增加,销售费用增长与营业收入具有匹配性。销售费用占营业收入的比重提升主要系平台技术服务收入占比提升;

2、2022年度,由于公司业务结构变化明显、公司宣传及推广活动费同比增加、投放内容及需求有较大变化,导致2022年公司宣传推广费的具体业务构成、项目支出的具体支付对象较上年同期有较大变化。

年审会计师回复:

(一)年审会计师