

 **国联股份**
北京国联视讯信息技术股份有限公司

2022年年度报告摘要

2023年4月

第一节 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了带有强调事项段、持续经营重大不确定性段落、其他信息段落中包含其他信息未更正重大错报说明的无保留意见的审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了带有强调事项段的无保留意见的审计报告，本公司董事会、监事会、独立董事已对相关事项进行了专项说明，具体内容详见公司于上海证券交易所网站披露的相关文件。

5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经公司第八届董事会第十六次会议审议通过，2022年度公司利润分配方案为：以实施权益分派股权登记日的总股本（扣除股份回购专户内股票数量）为基数，向全体股东每10股派发现金红利2.27元（含税），共计派发现金红利112,881,744.84元（含税）；拟以资本公积金转增股本方式拟每10股转增4.5股，截至本公告披露日，公司总股本为498,655,409股，扣除公司回购专户的股份1,379,000股，以此为基数计算共计转增223,774,384股，本次资本公积金转增股本后，公司总股本将由498,655,409股变更为722,429,793股。如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例、每股转增比例不变，相应调整分配总额并将另行公告具体调整情况。该方案尚需提交2022年年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	国联股份	603613	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	潘勇	魏红霞
办公地址	北京市丰台区南四环西路188号总部基地3区28号楼国联股份数字经济总部	北京市丰台区南四环西路188号总部基地3区28号楼国联股份数字经济总部
电话	010-63729108	010-63729108
电子信箱	dongmiban@ueiibi.com	dongmiban@ueiibi.com

2 报告期公司主要业务简介

行业情况说明

《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)，公司所处行业属于“I64 互联网和相关服务”；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引(2012 修订)》，公司所处行业属于“I64 互联网和相关服务”；根据《数字经济及其核心产业统计分类(2021)》，公司所处行业属于“6431 互联网生产服务平台”，指专门为生产服务提供第三方服务平台的互联网活动，包括工业互联网平台、互联网大宗商品交易平台、互联网货物运输平台等。

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。电子商务的定义可以被划分为广义和狭义两种。广义的电子商务定义为，利用手机、电脑、电视等各种电子工具从事的商务活动；狭义的电子商务定义为，主要利用互联网从事的商务活动。随着电子商务的高速发展，其内涵已从在线商务扩展到物流配送、供应链管理、线上线下融合、SaaS 服务等范畴。

从整体市场看，多年来我国 B2B 电子商务市场的交易规模一直以较快速度增长。B2B 电商又可分为产业电商，是产业数字化的核心组成部分。根据网经社《2022 年度中国产业电商市场数据报告》，2022 年中国产业电商市场规模达 31.4 万亿元，较 2021 年的 29.11 万亿元同比增长 7.86%。同时，2018-2021 年中国产业电商市场规模(增速)分别为 22.5 万亿元(9.8%)、25 万亿元(11.11%)、27.5 万亿元(10%)、29.11 万亿元(5.85%)。产业数字化指利用各项现代信息技术和数字化手段对传统产业进行优化、改造、赋能，对产业链上下游的全要素数字化升级、转型和再造，从而实现产业各节点效率提升。具体包括以产业互联网为重要载体、以产业电商为核心的融合型新产业、新模式创新。产业电商包括原材料工业电商、MRO 工业电商、批发电商、企业采购电商以及相关服务商等 B2B 业态。近年来，伴随着我国产业电商(B2B)在垂直工业领域的快速崛起，不断深入钢铁、化工、煤炭、建材、涂料、造纸、玻璃、卫生、医药、农资、粮油、纺织、机械、电子和物流等传统产业链，产业互联网和产业数字化进入战略发展机遇期。产业电商(B2B)的主要发展

趋势如下：

（1）B2B 垂直电商平台推动工业电子商务的快速发展

B2B 垂直电商平台相比于综合类平台具有更加专业和专注的特点，能专注于某个细分行业进行深入拓展，尤其是在工业制造和流通领域，通过在产业链的上下游不断延伸下功夫，降低行业供应链的成本，提升产品和服务的质量。借助于互联网的高效率以及用户对行业产业链的深度需求，B2B 垂直电商平台将推动工业电子商务的快速发展。公司在工业电子商务方面具有较大的优势，一方面，公司现有多多电商均为立足于工业领域的垂直电商平台，团队具备复合型知识结构，对互联网运作规律及传统产业均有深入了解，具有丰富的实践经验；另一方面，公司多年从事商业信息服务积累了丰富的行业和会员基础，为在新的工业领域发展垂直电商平台奠定了深厚基础。

（2）B2B 垂直电商平台与数字供应链深度融合

B2B 垂直电商平台将更快速向供应链深度服务延伸，通过在线交易切入，将信息流、订单流、物流、资金流通过 B2B 平台整合实现；并以此为基础从在线交易延伸扩展到上下游用户的生产采购、物流仓储、支付结算、营销推广、信息化建设等供应链管理的不同层面，B2B 平台同时将成为高效的数字供应链创新服务体系。

目前，公司已通过多多平台为行业上下游免费提供云 ERP、智慧物流共享系统和零配共享系统、数字仓储等供应链 SaaS 服务，在所处行业获得了较好的供应链服务基础和技术驱动优势。公司于 2021 年 5 月入选商务部、工业和信息化部、生态环境部、农业农村部、人民银行、国家市场监督管理总局、中国银行保险监督管理委员会和中国物流与采购联合会联合评定的“第一批全国供应链创新与应用示范企业”、2022 年 4 月获工业互联网产业联盟评定的 2022 年供应链数字化转型案例、2022 年 11 月入选工业和信息化部中小企业局、中国工业互联网研究院、国家工业信息安全发展研究中心联合评定的 2022 年度中小企业“链式”数字化转型典型案例、2022 年 12 月入选国家工业信息安全发展研究中心数据要素驱动企业数字化转型优秀案例与示范项目，将有助于公司进一步抓住供应链和数字技术深度融合的战略机遇。

（3）B2B 垂直电商平台积极推动工业互联网解决方案在企业数字化进程中的落地实施

B2B 垂直电商平台，特别是工业电子商务，是务实有效推进工业互联网解决方案在企业中落地实施的有效抓手。工业互联网是工业经济全要素、全产业链、全价值链的全面链接，是支撑构建新型生产制造和服务模式的关键基础设施。工业互联网的核心在“互联”，而工业电子商务的核心在“商务”。工业互联网通过机器或设备的互联互通沉淀了大量的数据流，而工业电子商务则以供应链为核心形成信息流、商流、物流、资金链等闭环，可以有效实现从工业互联网到数据增值、从工业互联网到供应链增值，从工业互联网到跨界生态，从而成为工业互联网落地深耕的重要抓手。

公司以工业电子商务的“商务”环节为核心和抓手，构建与企业的强信任关系与合作粘性，

增强产业影响力，可以从“商务”逐步延伸到企业的生产经营环节，推动通过数字技术提高企业生产经营效率的同时，实现企业内部的“设备互联”和“数据（系统）互联”。

公司于2018年12月入选工信部“工业电子商务运行形势监测指数企业”，于2019年10月入选工信部“制造业与互联网融合发展试点示范项目”，于2021年1月入选工信部“2020年工业互联网试点示范项目”，于2022年入选工业和信息化部《2022年工业互联网平台创新领航应用案例》、入选工业和信息化部中小企业局、中国工业互联网研究院、国家工业信息安全发展研究中心《2022年度中小企业“链式”数字化转型典型案例》、入选工业互联网产业联盟《2022年供应链数字化转型案例》，在此基础上，公司将积极打造基于垂直产业链互联互通的工业互联网应用平台。

（4）数字科技和大数据体系推动产业互联网（产业数字化）的全面演进

数字科技的有效推进一定不仅仅局限于单一企业自身，针对产业上下游供应链的数字链接，提升产业运转效率才是数字科技的最终目标。

产业电商（B2B），属于产业互联网（产业数字化）范畴，随着B2B垂直电商平台的快速发展，和供应链管理的不断深化，特别是5G、移动互联网、大数据、云计算、物联网、人工智能、区块链等新技术的不断发展和应用，未来二十年将成为产业互联网（产业数字化）爆发的黄金时代。产业互联网（产业数字化）不仅把企业和企业、把产业的上下游连接起来，更重要的是能够通过订单驱动连接企业内部的生产运营数据，将智能工厂进行共构连接，以工业互联网为基础，推动智能制造。

产业互联网（产业数字化）已成为行业发展的战略趋势，是基于工业电子商务快速发展、数字供应链管理不断深化、工业互联网落地深耕的新型生态体系，也是公司积极推进的战略重点。

1、公司所从事的主要业务

公司主营B2B电子商务和产业互联网平台。公司以工业电子商务为基础，以产业大数据和产业数字化为支撑，为相关行业提供工业品和原材料的网上商品交易、商业信息服务和数字技术服务。公司主营业务具体如下：

业务类型	业务平台	业务细分	业务描述
工业电子商务（网上商品交易）	涂多多	自营电商	公司通过多多平台开设线上自营商城，通过集合采购、拼单团购、一站式采购等方式，面向注册用户开展涂料化工、卫生用品、造纸、玻璃、化肥、粮油等产业链的原材料工业电商业务。
	卫多多		
	玻多多		
	肥多多	第三方电商	公司通过多多平台开设线上集市商城，由涂料化工、卫生用品、造纸、玻璃、化肥、粮油等产业链的注册供应商自主开设商铺，由注册用户自主选购交易，公司提供第三方撮合服务。
	纸多多		
	粮油多多		

		SaaS 服务	公司通过多多平台为涂料化工、卫生用品、造纸、玻璃、化肥、粮油等产业链的注册供应商和注册用户提供云 ERP、电子合同、在线支付、智慧物流、数字工厂、工业互联网等 SaaS 服务。积极推进所涉及企业和产业的数字化改造服务，积极推动包括智慧物流和数字仓在内的数字供应链工作。
商业信息服务	国联资源网	商机、会展、资讯、广告	公司通过国联资源网为各行业会员提供线上供求商机信息和营销推广服务，组织各类线下供需对接、技术交流等行业会展活动，提供各类行业资讯和数据产品；提供行业广告服务。
数字技术服务（互联网技术服务）	国联云	解决方案云应用服务	国联云数字科技技术服务体系和大数据服务体系的研发和建设，重点推动集团内部数字化管理体系的持续完善和优化、面向企业和产业的工业互联网解决方案开发、以及以垂直产业大数据为基础的大数据服务体系开发。在不断增强自身研究和开发能力同时，通过构建国联数字经济生态联盟，不断完善面向客户的数字化服务能力。向行业上下游客户积极提供数字化云应用服务和数字供应链、数字工厂和工业互联网平台服务。

2、经营模式

项目	业务种类
平台种类	B2B 电子商务、产业互联网平台。
主要服务行业	国联资源网、国联云服务于泛行业工业企业；多多平台（涂多多、卫多多、玻多多、纸多多、肥多多、粮油多多）服务于涂料化工、卫生用品、造纸、玻璃、化肥、粮油等行业的上下游企业。
企业主要服务	1、通过 B2B 信息服务平台——国联资源网提供商业信息服务； 2、通过 B2B 垂直电商平台（工业电商平台）——涂多多、卫多多、玻多多、纸多多、肥多多、粮油多多提供涂料化工、卫生用品、造纸、玻璃、化肥、粮油等产业链上下游的电子商务交易和 SaaS 服务。 3、通过数字技术服务平台——国联云，提供各类基于实体经济数字化的技术解决方案和云应用服务。
销售模式	以线上为主，线上线下相结合的销售模式。
盈利模式	通过国联资源网获得信息服务收入，通过多多电商获得商品交易收入；通过国联云获得技术服务收入。

3、公司的营销模式

公司的营销团队主要来自于网上商品交易业务和商业信息服务业务。

(1) 网上商品交易业务板块

1) 运营架构

多多电商主要基于互联网平台运营，有别于传统销售型业务，其采、销、技术服务、推广、客服等围绕互联网平台紧密不可分，是业务发展的共同驱动力。公司为保证多多电商业务板块各运营环节的顺畅执行，主要设立了采购部、销售部、商务部、客服部、推广部、跨境电商部等。

部门	职能
采购部	主要负责考察供应商资质、建立供应商合作体系，根据交易订单和交易数据采购各类自营产品等。
销售部	主要负责多多电商自营产品的客户调研、客户沟通、采购订单和交易洽谈工作，组织线下集合采购沙龙，行业会议活动，走入各地区进行客户咨询服务和交易支持对接。销售部分为北京总部团队和外阜区域营销中心。目前已设立华东、华南、西南、华中、华北、东北等区域营销中心，分别负责辐射区域内的客户开发。
商务部	主要负责交易订单流转的 ERP 后台内控执行，包括买卖双方合同审核，价位调整，发货指令、收货确认、结算申请、仓储物流对接，同时对接公司财务部开具发票和系统对帐。
客服部	主要负责接受、记录客户咨询和诉求，对交易客户进行售后跟踪服务。
推广部	主要负责多多电商网站和移动端的内容管理、专题设计、全网营销策划和推广。
跨境电商部	主要负责境外客户资源开发及境外优质供应商的对接和洽谈合作。

2) 获取客户、取得订单的方式和途径

① 线上引流：通过在涂多多、卫多多、玻多多、肥多多、纸多多、粮油多多等网站开展线上推广及采取各种网络营销策略（如搜索引擎营销、APP 营销、微信营销、工业品直播、竞拍竞卖、各类促销活动、双十电商节等），让行业上下游的潜在客户对多多电商形成认知，让客户免费在多多电商注册进行交易体验，同时下载 APP、关注微信号和微信小程序，从而实现客户在网站、APP 及微信小程序的直接下单交易。

② 资源转化：把国联资源网开展会员信息服务期间积累的部分行业客户资源，逐步转化为多多电商的注册会员和交易客户。例如，涂多多电商前身是国联资源网旗下的涂料产业网、油墨产业网、胶黏剂产业网、水性涂料行业协作联盟等行业分网；玻多多电商前身是国联资源网旗下的玻璃产业网、玻璃行业协作联盟等行业分网；卫多多电商前身是国联资源网旗下的卫生用品产业网、造纸产业网、生活原纸行业协作联盟等行业分网。

③ 线下推广：通过在各地区召开线下集采沙龙，组织企业参加行业会议会展，同时各区域营销中心进行对接，发展区域和品类电商联盟，获取客户资源和转化。

④ 多多电商立足供应链，积极向上下游延伸销售，通过深度供应商进行纵向的品类拓展，

通过客户价值链进行横向的复销推广，以此获得稳定客户来源，低成本推动多多电商交易量和影响力。

(2) 商业信息服务（网站会员服务、会展服务、行业资讯服务和代理服务）

1) 销售架构

公司主要通过国联资源网开展商业信息服务，公司针对不同行业共设立了九个商务信息事业部开展线上线下相结合的会员销售和服务工作，覆盖石油、化工、冶金、有色、电力、煤炭、机械、电子、工程、建材、交通、物流、环保、新能源、安全生产、设备管理等行业领域。

2) 获取客户、取得订单的方式和途径

① 网站会员服务获取客户、取得订单的方式和途径

公司主要依托国联资源网来提供会员服务，网站会员服务获取客户、取得订单的方式主要包括两类：一是公司通过各种线上推广及采取各种网络营销策略（如搜索引擎营销、APP 营销、微信营销等）提高国联资源网的知名度和流量，吸引各种对国联资源网感兴趣的企业，通过国联资源网注册申请成为免费会员，在对国联资源网有一定的体验后，希望通过国联资源网获取相关服务，增强网络推广效果、获得更大收益，从而升级成为收费会员；二是通过国联资源网各销售事业部的线下开发和组织的各行业推广活动，获取潜在客户，同时销售人员会及时对国联资源网的免费会员及非会员潜在客户进行电话、微信或登门拜访，组织行业推广活动，以促进线上线下收费会员的转化，发展各企业客户成为收费会员。

② 会展服务、行业资讯服务和代理服务获取客户、取得订单的方式和途径

公司依托于国联资源网来提供会展服务、行业资讯服务和代理服务，这几类业务获取客户、取得订单的途径主要包括：一是国联资源网的各行业分网在发展过程中与很多相关行业的客户保持了良好的合作关系，在公司举办相关行业的会展活动、策划编辑相关行业资讯产品和代理相关行业媒体的广告时，销售人员会主动联系相关行业的企业客户，如有需求，即可发展成为了此类业务的客户；二是公司通过在国联资源网的线上推广和相关网络营销途径等发布会展活动、行业资讯和代理广告服务信息，吸引有需求的企业主动联系公司客服和销售人员来订购此类服务；三是公司销售人员对其他新客户的直接线下开发。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年增减(%)	2020年
总资产	12,832,079,395.77	9,528,820,345.50	34.67	6,724,821,897.03

归属于上市公司股东的净资产	5,409,014,751.45	4,327,032,203.81	25.01	3,779,953,947.89
营业收入	40,268,974,930.85	37,229,790,030.28	8.16	17,157,783,238.42
归属于上市公司股东的净利润	1,125,791,802.17	578,413,278.10	94.63	304,482,697.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,054,380,678.32	531,208,904.23	98.49	267,454,758.02
经营活动产生的现金流量净额	1,371,157,029.23	271,224,641.19	405.54	776,737,609.12
加权平均净资产收益率(%)	23.17	14.28	增加8.89个百分点	21.38
基本每股收益(元/股)	2.26	1.16	94.83	0.97
稀释每股收益(元/股)	2.26	1.16	94.83	0.97

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	7,054,357,982.08	8,907,981,766.52	9,282,093,866.01	15,024,541,316.24
归属于上市公司股东的净利润	155,144,879.59	272,232,114.94	255,474,245.31	442,940,562.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	144,985,171.23	239,912,308.02	236,501,743.78	432,981,455.29
经营活动产生的现金流量净额	110,887,463.85	627,775,953.87	133,715,301.10	498,778,310.41

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

√适用 □不适用

2022年，公司将部分交易调整为净额法确认收入，2022年实现营业收入402.69亿元，其中，按总额法确认收入396.92亿元，按净额法确认收入5.77亿元，由此公司对2022年第一季度、第二季度、第三季度营业收入进行了修正。

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

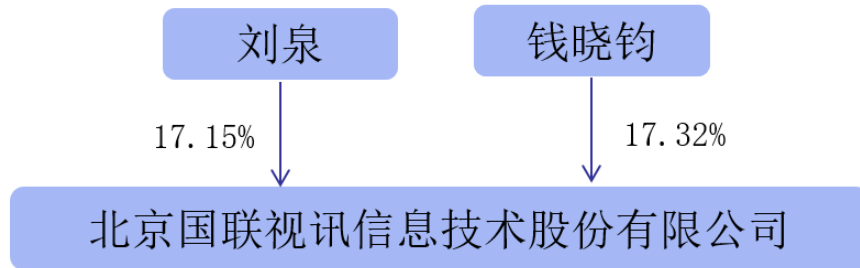
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					20,356		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					25,508		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
钱晓钧	27,423,216	86,361,547	17.32	0	质押	5,750,000	境内自 然人
刘泉	27,178,125	85,517,244	17.15	0	无	0	境内自 然人
香港中央结算有限公司	19,411,000	26,518,933	5.32	0	无	0	其他
中国建设银行股份有限公司— 广发科技先锋混合型证券投资 基金	2,357,394	10,651,042	2.14	0	无	0	其他
上海浦东发展银行股份有限公 司—广发小盘成长混合型证券 投资基金（LOF）	7,383,307	9,772,576	1.96	0	无	0	其他
大家资产—工商银行—大家资 产—蓝筹精选 5 号集合资产管 理产品	2,004,566	8,652,512	1.74	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司— 广发双擎升级混合型证券投资 基金	3,863,650	8,243,800	1.65	0	无	0	其他
金雷力	2,365,313	7,621,563	1.53	0	无	0	境内自 然人
中国工商银行股份有限公司— 广发创新升级灵活配置混合型 证券投资基金	-2,270,254	6,656,000	1.33	0	无	0	其他
中国民生银行股份有限公司— 广发行业严选三年持有期混合 型证券投资基金	-	5,349,221	1.07	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明		刘泉、钱晓钧为一致行动人，公司未知上述其他各股东之间					

	是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

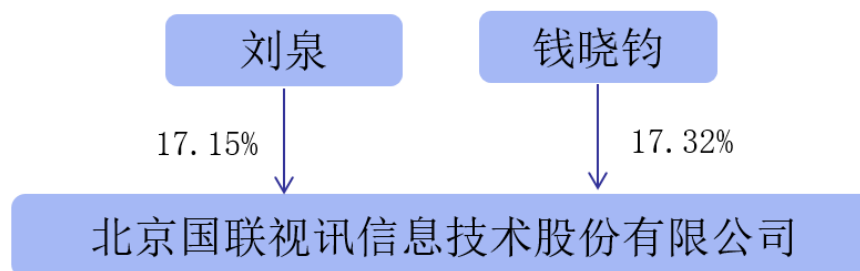
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，本公司的经营数据小结：（2022年1月1日至2022年12月31日）

（1）公司总资产 1,283,207.94 万元，同比增长 34.67%；归属上市公司股东的净资产 540,901.48 万元，增长 25.01%；报告期内增长的主要原因为净利润的增长所致。

（2）营业收入 4,026,897.49 万元，同比增长 8.16%；报告期内公司整体业务保持了稳定的增长，各多多电商深入贯彻“平台、科技、数据”战略，继续大力实施积极高效的上下游策略、平台交易量增长。2022年，公司将部分自营交易额调整为净额法确认收入。2022年实现收入 402.69 亿元，其中按总额法确认收入 396.92 亿元，按净额法确认收入 5.77 亿元。2022年实现自营总交易额合计 739.64 亿元，其中按总额法对应自营交易额为 396.92 亿元，按净额法对应自营交易额为 342.72 亿元。

（3）营业成本为 3,809,097.54 万元，同比 5.76%。主要原因是报告期内随着公司网上商品交易业务的增速发展，商品采购成本逐渐成为公司营业成本的主要构成部分，且随网上商品交易业务量的增大，营业成本相应增加。

（4）净利润 134,627.29 万元，同比增长 90.76%，归属于母公司的净利润为 112,579.18 万元，同比增长 94.63%。报告期内公司净利润主要来自网上商品交易业务、商业信息服务和数字技术服务。随着公司业务的发展，特别是网上商品交易业务的增速发展，网上商品交易业务已经成为公司利润的主要来源，净利润也呈现出快速的增长。

（5）经营活动产生的现金流量净额 137,115.70 万元，同比增长 405.54%。变动原因：一是随着平台交易规模和影响力不断提升，对上下游议价能力得到提高；二是上游给与平台的信用账期增加，同时可以更多采用承兑汇票支付；三是下游的交易周转加快，回款速度加快，可以更多收回货款。

（6）报告期内，基本每股收益为 2.26 元/股，去年同期基本每股收益为 1.16 元/股，增长 94.83%，增长的原因系报告期内公司归母净利润增加所致。

（7）报告期内，归属上市公司股东的每股净资产为 10.85 元/股，去年同期每股净资产为 12.58 元/股，比去年同期减少 13.79%，变动的主要原因是报告期内股本增加所致。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用