

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

Акционерное общество «КИФА»

биржевые облигации процентные неконвертируемые бездокументарные с централизованным учетом прав серии 001P-01, размещаемые в рамках Программы биржевых облигаций серии 001P, имеющей регистрационный номер 4-80829-Н-001P-02Е от 10.03.2022

Регистрационный номер выпуска 4B02-01-80929-Н-001P от 30.12.2022

В отношении указанных ценных бумаг не осуществлена регистрация проспекта ценных бумаг. Информация, содержащаяся в настоящем инвестиционном меморандуме, подлежит раскрытию в соответствии с требованиями Правил листинга ПАО Московская Биржа к раскрытию информации эмитентами, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам без их включения в котировальные списки и без регистрации проспекта ценных бумаг.

**Генеральный директор АО «КИФА»,
действующий на основании Устава**

(подпись)

Ли Сюфэн
(И.О. Фамилия)

Настоящий инвестиционный меморандум содержит сведения об эмитенте, о финансово-хозяйственной деятельности эмитента, финансовом состоянии эмитента, о размещаемых ценных бумагах и исполнении обязательств по ним. Инвесторы не должны полностью полагаться на оценки и прогнозы эмитента, приведенные в настоящем инвестиционном меморандуме, так как фактические результаты деятельности эмитента в будущем могут отличаться от прогнозируемых результатов по многим причинам. Приобретение ценных бумаг эмитента связано с рисками, описанными в настоящем инвестиционном меморандуме.

Оглавление

1. Общие сведения об эмитенте:	4
1.1. Основные сведения об эмитенте (полное и сокращенное фирменные наименования, ИНН, ОГРН, место нахождения, дата государственной регистрации).	4
1.2. Краткая характеристика эмитента, история создания и ключевые этапы развития эмитента, адрес страницы в сети Интернет, на которой размещен устав эмитента.	4
1.3. Стратегия и планы развития деятельности эмитента.	6
1.4. Описание отрасли или сегмента, в которых эмитент осуществляет свою основную операционную деятельность. Рынок и рыночные позиции эмитента (масштаб деятельности, география присутствия, диверсификация бизнеса, специализация, рыночная ниша). Конкуренты эмитента.	8
1.5. Описание структуры эмитента (группы/холдинга, в которую входит эмитент, подконтрольные организации и зависимые общества), имеющее по мнению эмитента значение для принятия инвестиционных решений.	15
1.6. Структура акционеров/участников (бенефициары и доли их прямого или косвенного владения в капитале эмитента), сведения об органах управления (совет директоров, коллегиальный исполнительный орган) и сведения о руководстве (топ-менеджменте) эмитента.	16
1.7. Сведения о кредитных рейтингах эмитента (ценных бумаг эмитента).	22
2. Сведения о финансово-хозяйственной деятельности и финансовом состоянии эмитента	23
2.1. Операционная деятельность (основная деятельность, приносящая выручку) эмитента (основные виды, географические регионы, иная информация) в динамике за последние 3 года.	23
2.2. Оценка финансового состояния эмитента в динамике за последние 3 года, включающая в себя обзор ключевых показателей деятельности эмитента с указанием методики расчета приведенных показателей и адреса страницы в сети Интернет, на которой размещена бухгалтерская (финансовая) отчетность эмитента, на основе которой были рассчитаны приведенные показатели. Приводится анализ движения ключевых показателей деятельности эмитента и мер (действий), предпринимаемых эмитентом (которые планирует предпринять эмитент в будущем), для их улучшения и (или) сокращения факторов, негативно влияющих на такие показатели.	25
2.3. Структура активов, обязательств, собственного капитала эмитента в динамике за последние 3 года.	27
2.4. Кредитная история эмитента за последние 3 года.	29
2.5. Основные кредиторы и дебиторы эмитента на последнюю отчетную дату.	29
2.6. Описание судебных процессов (в случае их наличия), в которых участвует эмитент и которые могут существенно повлиять на финансовое состояние эмитента.	30
3. Сведения о размещаемых (размещенных) ценных бумагах эмитента и исполнении обязательств по ним:	31
3.1. Основные сведения о размещаемых (размещенных) эмитентом ценных бумагах, в отношении которых составлен инвестиционный меморандум: вид, категория (тип), серия (для облигаций) и иные идентификационные признаки ценных бумаг, количество размещаемых (размещенных) ценных бумаг, номинальная стоимость, сроки размещения, цена размещения или порядок ее определения, условия обеспечения (для облигаций с обеспечением), условия конвертации (для конвертируемых ценных бумаг). Вместо требуемой информации эмитентом может быть приведена ссылка на страницу в сети Интернет, на которой размещен текст решения о выпуске ценных бумаг (программы облигаций и условий выпуска облигаций в рамках программы облигаций) со всеми изменениями к таким документам.	31

3.2. Цели эмиссии ценных бумаг и планы по направлению полученных от размещения ценных бумаг денежных средств (указывается при размещении).	31
3.3. Источники исполнения обязательств по ценным бумагам.....	31
3.4. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью эмитента, которые могут влиять на исполнение обязательств по ценным бумагам, включая существующие и потенциальные риски. Политика эмитента в области управления рисками.	31
3.5. Сведения о лицах, предоставивших обеспечение (поручительство) по размещаемым облигациям эмитента.	37
4. Иная информация, указываемая по усмотрению эмитента.....	37

1. Общие сведения об эмитенте:

1.1. Основные сведения об эмитенте (полное и сокращенное фирменные наименования, ИНН, ОГРН, место нахождения, дата государственной регистрации).

Полное фирменное наименование: Акционерное общество «КИФА»;

Сокращенное фирменное наименование: АО «КИФА»;

ИНН 7720779760

ОГРН 1137746330556

Место нахождения: Российская Федерация, г. Москва

Дата государственной регистрации: 12.04.2013;

1.2. Краткая характеристика эмитента, история создания и ключевые этапы развития эмитента, адрес страницы в сети Интернет, на которой размещен устав эмитента.

АО «КИФА» (бренд QIFA, далее также – QIFA, Компания, Общество, Эмитент) - российско-китайская платформа цифровой торговли с фокусом на внешнеэкономическую деятельность, соединяющая напрямую поставщиков и покупателей на территории стран ЕАЭС и КНР.

Компания зарегистрирована в 2013 году в Москве и осуществляет оптовую торговлю потребительских товаров с помощью цифровой платформы QIFA. На платформе с помощью личного кабинета заключаются сделки между оптовыми покупателями и поставщиками. Доставка товаров, приобретенных на платформе, осуществляется во все субъекты РФ силами сторонних логистических операторов. Компания выступает как маркетплейс и торговый агент, обеспечивает онлайн сопровождение трансграничных сделок, в том числе предлагает услуги по таможенному оформлению, сертификации, организации логистики. На платформе QIFA (по итогам 2022 года): зарегистрировано около 36,3 тыс. оптовых покупателей, представлено свыше 2,5 тыс. производителей и владельцев брендов. На платформе представлены такие товарные группы, как обувь, одежда, кожгалантерея, сумки и чемоданы, текстиль, упаковочные материалы, детские товары, электроника и бытовая техника.

Характеристики платформы:

- технологичность (SaaS + BIG DATA с дальнейшим использованием технологий AIoT);*
- трансграничность (цифровые сервисы позволяют совершать трансграничные сделки как участникам ВЭД, так и китайским производителям и российским оптовым покупателям без навыков ведения ВЭД);*
- интегрированность (с системой «Честный знак» Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ) – предоставление комплексных сервисных услуг по управлению кодами маркировки (КМ) поставщикам);*
- транспарентность (максимально прозрачное ценообразование и многоуровневая проверка контрагентов – к размещению товаров на платформе допускаются только добросовестные производители, качество товаров которых подтверждено декларациями и сертификатами соответствия);*
- многофункциональность (комплексный подход – информационный, коммерческий, финансовый и логистический сервис; расчеты в национальных валютах и «не выходя из дома»).*

Миссия: сделать российско-китайскую торговлю цифровой, прозрачной, открытой и умной, чтобы трансграничная торговля стала удобной, понятной и доступной для каждого предпринимателя в России и Китае. Бизнес без границ.

Краткая история АО «КИФА»:

- 2013 год: регистрация компании и 15-го октября 2013 года запуск сайта платформы; выполнение первого электронного заказа;*
- 2014 год: товарооборот платформы составил более 160 млн руб.;*
- 2015 год: на платформе представлено более 300 брендов (поставщиков) и более 1000 компаний-покупателей;*
- 2016 год: принято стратегическое решение по развитию в качестве трансграничной*

платформы электронной торговли (до 2016 года платформа позиционировалась как внутрироссийская); в марте месячный оборот продаж превысил 100 млн руб.; в мае собственными силами был проведен и организован «Первый российско-китайский форум трансграничной электронной торговли» в Китае, в котором приняло участие более 300 предприятий; запуск в эксплуатацию отдельного сайта в Беларуси;

- 2017 год: запуск электронной платформы QIFA 2.0 с помощью сторонних технологий;
- 2018 год: платформа стала самым масштабным онлайн поставщиком обуви по прямым поставкам на российском рынке с широким ассортиментом и оптимальным соотношением цены и качества;

- 2019 год: завершена трансформация финансовой отчетности компании по МСФО и проведен аудит РвС за 2018 год; запуск платформы цифровой торговли QIFA 3.0 собственной разработки; взаимодействие по пилотным проектам по маркировке обуви и одежды с ООО «Центр развития перспективных технологий» (ЦРПТ); партнерство с Китайской торговой палатой по экспорту и импорту текстильных изделий (СССТ); запуск первого консолидационного склада для реализации прямых поставок из Китая; запуск проектов по прямым поставкам из Китая по категориям одежда и сумки;

- 2020 год: аудит по МСФО за 2019 год РвС; стратегическое партнерство с ЦРПТ; соорганизатор совместно с ЦРПТ вебинара по цифровой маркировке, организованного Союзом китайских предпринимателей в России; разработка и запуск ряда специализированных цифровых инструментов по маркировке; партнерство с Китайской Торговой Палатой по импорту и экспорту машиностроительной и электронной продукции (СССМЕ); стратегическое партнерство с Межрегиональным советом Российско-Китайского Комитета дружбы, мира и развития; расширение ассортимента – добавлена категория чемоданы; запуск нового функционала сайта – «Совместный заказ»; начало работы по взаимодействию с ФТС России и ГТУ КНР относительно канала автоматизированного цифрового декларирования.

- 2021 год: аудит по МСФО за 2020 год РвС; стратегическое партнерство с ООО «ГЛОСАВ» - российским разработчиком информационно-навигационных систем и поставщиком отраслевых решений для мониторинга транспорта на базе технологий ГЛОНАСС/GPS; соорганизатор совместно с ЦРПТ серии вебинаров по маркировке текстильных и прочих изделий, организованного Китайской торговой палатой по экспорту и импорту текстильных изделий (СССТ) и Союзом Китайских Предпринимателей в России; презентация нового проекта «Смарт-транс-декларирование» на сессии «Цифровые технологии: новые возможности для добросовестного бизнеса» в рамках Международного таможенного форума-2021; Компании присвоен кредитный рейтинг от ООО «Национальное Рейтинговое Агентство» на уровне «BB|ru|» по национальной рейтинговой шкале для РФ, прогноз по рейтингу «Стабильный»; разработка и утверждение Программы долгосрочного развития на период 2022-2031гг.; подготовка к запуску оптимизированной новой версии платформы QIFA 4.0 (для трансформации услуг в автоматизированный онлайн режим), расширение функционала платформы, включая личные кабинеты поставщика и покупателя; решение о развитии группы «больших покупателей»; применение новой модели сотрудничества с поставщиками - агентский договор; добавление новых категорий товаров - развитие детской категории, рассмотрение вхождения в сегмент smart-электроники.

2022 год: аудит по МСФО за 2021 год от АО «ЮНИКОН»; запуск новой версии платформы QIFA 5.0 (введение дополнительного функционала для покупателей и поставщиков, значительное обновление интерфейса для повышения уровня потребительского опыта); товарооборот платформы показал рост на 50% по сравнению с 2021 годом, в том числе за счет активного развития трансграничного направления; повышен кредитный рейтинг до BB+|ru| от ООО «НРА», прогноз «Стабильный»; вступление в Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров (АИДТ); статус «Предприятие новых и высоких технологий государственного уровня» для материнской компании в КНР; участие в мероприятиях: Клуб маркетологов индустрии детских товаров; круглый стол Общественной палаты РФ по вопросам санкций и смещения фокуса на азиатский рынок; конференция «Управление корпоративными закупками 2023»; форум «Возможности и перспективы торгово-экономического сотрудничества московского бизнеса с партнерами из КНР»; выставка Fashion Style; взаимодействие с Общественным советом при ФТС России по выстраиванию информационного канала с ГТУ КНР в рамках проекта «Смарт-декларирование»; обращение в Государственную Думу РФ в рамках выстраивания

эффективных цепочек поставок; усиление работы по направлению «Private-Trade» для привлечения более крупных клиентов – операционные показатели по данному сервис-продукту уже показали положительные результаты; расширение ассортимента и добавление новых категорий (электроника и бытовая техника), развитие детских товаров; масштабная оптимизация кадровой политики.

Адрес страницы в сети Интернет, на которой размещен устав эмитента: <https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38593>.

1.3. Стратегия и планы развития деятельности эмитента.

Стратегия развития закреплена в протоколах решений Совета директоров. Ключевое направление развития и соответствующие стратегии были формализованы в конце 2017 года в Программе долгосрочного развития (на период 2018-2025 гг.).

В конце 2017 года руководством Компании был разработан курс дальнейшего развития и принят ряд стратегий развития, включающий в себя несколько под-стратегий и этапов.

С 2018 года по 2020 год в Компании, согласно товарной стратегии, был расширен ассортимент реализуемой продукции – к одной категории товаров обувь добавились такие категории, как сумки и чемоданы, одежда, домашний текстиль, детские товары.

В рамках поэтапной стратегии посредством новой разработанной собственными силами платформы версии «QIFA 3.0» и запущенной 1-го января 2019 года, Компания смогла реализовать в полной мере второй этап развития – «преобразование». С 2021 года уже начала готовиться к реализации третьего этапа – «создание» путем разработки платформы версии «QIFA 4.0». С 2022 года инновационная платформа приступила к созданию новой российско-китайской экосистемы цифровой торговли, на базе которой будет трансформирована вся торговля из офлайн пространства.

Клиентская стратегия также активно реализуется – с 2020 года Компания начала новую стратегию – «большие покупатели». На фоне пандемии данная стратегия сыграла важную роль в сокращении рисков и предотвращению негативных сценариев развития.

С целью перевода всей российско-китайской офлайн торговли на цифровую платформу QIFA, в конце 2021 года Компания завершила подготовку и утверждение новой стратегии развития – «создание инфраструктуры для цифровой торговли между РФ и КНР», которая будет реализована с 2022 года по 2025 год.

Принятый в 2017 году курс развития заключается в нижеследующем – стратегия развития компании включает в себя три ключевых направления:

- 1) Товарная стратегия*
- 2) Поэтапная стратегия*
- 3) Клиентская стратегия*

1) Товарная стратегия

Разработанная Компанией товарная стратегия подразумевает вертикальное (глубинное) развитие категорий товаров с целью дальнейшего горизонтального дублирования и расширения. Успешное применение товарной стратегии направлено на то, чтобы быть платформой цифровой торговли с самым богатым ассортиментом, оптимальным соотношением цены и качества и профессиональным подходом. Товарная стратегия устроена так, что после достижения определенного уровня глубинного развития отдельной категории товаров, полученную модель можно успешно применять для следующих категорий путем дублирования опыта создания и становления первой, при этом есть функция оптимизации и модернизации как изначальной версии, так и последующих.

2) Поэтапная стратегия

Это «Стратегия трех шагов»: удовлетворение, преобразование, создание. Первый этап в «Стратегии трех шагов» – это удовлетворение потребности в заключении прямых сделок между собственниками брендов и розничными магазинами на территории России посредством инновационной модели платформы цифровой торговли. Второй этап в «Стратегии трех шагов» – это преобразование традиционной модели международной торговли посредством использования цифровой платформы, что позволяет российским внутренним и иностранным производителям и собственникам брендов осуществлять торговые сделки напрямую с российскими розничными магазинами. Третий этап в «Стратегии трех шагов» – это создание новой модели розничного рынка путем внедрения инновационных технологий и финансовых инструментов с целью развития ритейлеров среднего и малого типа на российском рынке как ключевом рынке сбыта среди стран, прилегающих к Экономическому поясу Шелкового пути (ЭПШП).

3) Клиентская стратегия

Клиентами Компании являются как поставщики (производители и владельцы брендов), так и потребители (оптовые покупатели). Платформа помогает представителям торгового бизнеса в достижении качественного, доступного, разнообразного и быстрого товарного снабжения напрямую от производителей и собственников брендов, повышая их конкурентоспособность на рынке. Взаимодействие представителей производственного бизнеса с торговым напрямую через платформу позволяет первым увеличивать продажи, сокращать издержки и получать стабильные заказы на производство.

В рамках подведения промежуточных итогов по принятой ранее программе долгосрочного развития на период 2018-2025 гг., а также в связи с возникшей необходимостью по оптимизации с учетом новой конъюнктуры на мировом рынке, перспективы экономических и торговых отношений Экономического пояса Шелкового пути (ЭПШП) и цифровых тенденций, в декабре 2021 года Компания обновила программу долгосрочного развития и утвердила дальнейшие стратегии развития на период 2022-2031 гг.

В рамках обновленной десятилетней программы компания подвела итоги на конец 2021 года, обозначив дальнейшие ключевые направления деятельности. Согласно утвержденной поэтапной стратегии развития «Стратегия трех шагов: удовлетворение, преобразование, создание», в конце 2021 года Компания уже прошла первые два шага, а именно – «удовлетворение» и «преобразование».

Первый шаг: с 2013 года по 2016 год Компания смогла с нуля создать инновационную модель платформы электронной торговли для удовлетворения потребности в осуществлении прямых сделок между производителями и покупателями.

Второй шаг: с 2017 года по 2021 год Компания смогла создать российско-китайскую трансграничную платформу цифровой торговли, с помощью которой осуществилось преобразование традиционной офлайн международной торговли в цифровую, что позволяет российским и китайским производителям (собственникам брендов) осуществлять торговые сделки напрямую с российскими ритейлерами.

На основании пройденных первых двух шагов Компания уже нарастила и подготовила технологические и управленческие способности и потенциал для реализации следующего (третьего) шага. В рамках этого этапа подразумевается на базе российско-китайской платформы цифровой торговли создать новейшую и инновационную цифровую торговую экосистему, которая, с одной стороны, позволяет любому предпринимателю из страны Экономического пояса Шелкового пути (ЭПШП) вести высокоэффективную торговлю с низкими издержками, и, с другой стороны, получить доступ к целому спектру торговых услуг, таких как перевозка, таможенное оформление, сертификация, маркировка, страхование.

В новой программе Компания также обновила позиционирование:

- QIFA – это платформа, которая посредством цифровых технологий соединяет всех

участников торговли: поставщиков и покупателей, а также обслуживающие торговлю коммерческие и государственные организации.

- QIFA – это инструмент, который посредством цифровых технологий помогает участникам торговли совершать сделки и получать весь спектр соответствующих услуг по сопровождению торговли.

В связи с новым позиционированием – «платформа» и «инструмент» – Компания с 2022 года в рамках направления внутрироссийской торговли должна трансформировать модель работы с поставщиками. Касательно направления поставок товаров внутри России, в зависимости от потребностей покупателей, Компания будет трансформировать модель работы по сопровождению трансграничных сделок между Россией и Китаем; кроме того, сайт платформы будет оказывать покупателям и поставщикам такие услуги по ведению торговли, как: консолидационный и распределительный сервис, трансграничная перевозка, сертификация, маркировка, регистрация торговых знаков и т.д.

В рамках ключевых ценностей платформы, Компания обозначила следующие:

- обеспечение открытости и прозрачности торговых сделок – экономия времени и ресурсов органов государственного управления, увеличение налоговых поступлений в бюджеты государств;
- открытие доступа к беспрепятственной реализации товаров с оптимальным соотношением цены и качества на рынках РФ и КНР – улучшение качества и уровня жизни населения двух стран;
- содействие в создании благоприятных условий для развития предпринимательства, устранении барьеров в ведении бизнеса и повышении уровня цифровизации;
- содействие в популяризации предпринимательской деятельности среди населения и формировании благоприятной бизнес-среды – повышение уровня занятости и доходов населения за счет развития деловой активности;
- активизация цифровых технологий в традиционной торговле между РФ и КНР – содействие в достижении двустороннего товарооборота в \$ 200 млрд. к 2024 году.

В рамках непосредственно дальнейших стратегий развития, Компания выделила товарную стратегию и стратегию развития инфраструктуры. В соответствии с товарной стратегией и с учетом уже реализуемых на платформе категорий товаров (обувь, сумки, домашний текстиль, одежда) запланирован ежегодный запуск новых групп товаров народного потребления. Касательно стратегии развития инфраструктуры, Компания планирует инвестировать ресурсы в создание инфраструктуры как в онлайн, так и в офлайн пространствах.

В случае если эмитентом (группой эмитента) принята и раскрыта стратегия развития эмитента (группы эмитента), эмитент может привести ссылку на данный документ: *Эмитентом принята, но не раскрыта программа долгосрочного развития АО КИФА на период 2022-2031гг.*

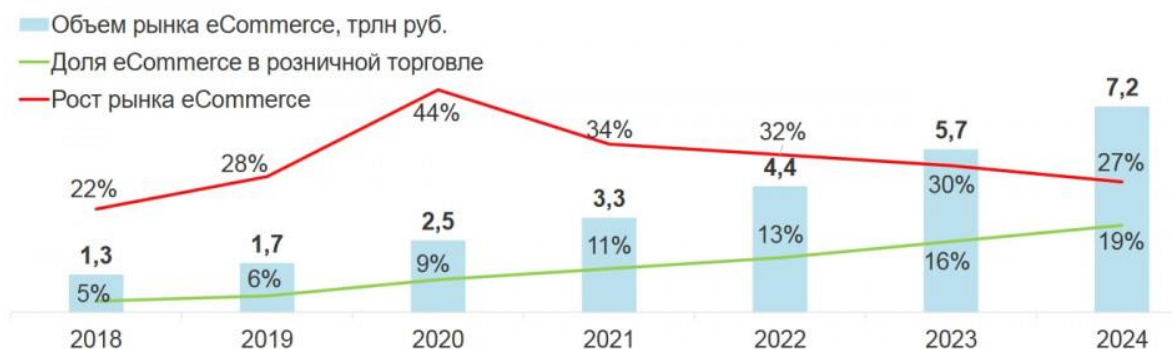
1.4. Описание отрасли или сегмента, в которых эмитент осуществляет свою основную операционную деятельность. Рынок и рыночные позиции эмитента (масштаб деятельности, география присутствия, диверсификация бизнеса, специализация, рыночная ниша). Конкуренты эмитента.

Описание отрасли:

Рынок электронной коммерции растет быстрыми темпами во всем мире. Толчок к ускоренному переходу населения на покупки онлайн дала пандемия и вынужденная самоизоляция. В России эта тенденция особенно актуальна. По данным Ozon, сейчас электронная коммерция охватывает только 9% розничного рынка в стране, в то время как в Китае — 27%, а в США — 24%. Причина такого отставания — недостаточное инвестирование в электронную коммерцию и слабая инфраструктура поставок. Это значит, что значительная доля рынка еще не освоена и в ближайшие годы есть куда развиваться.

Агентство eMarketer оценивает глобальный рынок электронной коммерции в 2020 году в \$3,914 трлн, темпы прироста – 16,5%. Россия занимает девятое место в рейтинге стран с наиболее высокими темпами прироста рынка, которые составляют 18,7% в год.

Глобальные данные можно сопоставить с выводами исследования отечественного агентства Data Insight. Его авторы сообщают, что в России средние темпы прироста оборота интернет - торговли с 2011 по 2022 год составляли 28%. Data Insight оценивает рынок продаж российских магазинов российским покупателям через интернет в 2022 году в 1,72 триллиона рублей. Ускорение роста в 2022 году исследователи объяснили инвестициями крупнейших игроков в рекламу, логистику и ассортимент. Согласно прогнозу Data Insight, к 2024 году доля электронной коммерции в российском розничном секторе достигнет 19%. Прирост в среднем будет превышать 30% в год.



Источник: Data Insight

Кроме того, товары народного потребления из эконом сегмента продолжают пользоваться спросом, несмотря на снижение потребительской способности населения из-за финансовых кризисов, в том числе на территории РФ.

В структуре выручки крупнейших российских онлайн-магазинов по категориям товаров по данным Data Insight - одежда, обувь и аксессуары стабильно занимают лидирующие позиции среди прочих категорий товаров.

Обзор мирового и российского рынка B2B электронной торговли:

- Электронный сегмент B2B-торговли растет опережающими темпами под влиянием естественных преимуществ онлайн-коммерции и пандемии, которая ускорила цифровую трансформацию.
- В отличие от B2C сегмента, объем B2B-рынка e-commerce точно неизвестен и оценки довольно различны, поскольку не все игроки раскрывают свою выручку от оптовых интернет-продаж.
- В мировой практике B2B сегмент уже давно обгоняет розницу (в 2~6 раз): по оценке аналитиков Statista с 2013 г. по 2019 г. он вырос с \$5,8 млрд до \$12,2 трлн (в среднем увеличиваясь на 13% в год); в Frost & Sullivan полагают, что в 2020 г. он достиг лишь \$6,6 трлн; по прогнозам ResearchAndMarkets.com он будет увеличиваться на 18,7% с 2021 по 2028 год и достигнет \$25,65 трлн к 2028 году.
- Российский рынок оптовых онлайн-продаж существенно отстает от мировых темпов развития: практически не автоматизирован, мало B2B-маркетплейсов, отсутствует необходимая инфраструктура, инструменты для ведения бизнеса; и находится на этапе поиска эффективной модели – у B2B-компаний нет четкого понимания, как продавать онлайн, есть только успешный пример розницы с ее стремительным ростом.

Тенденции трансграничной B2B электронной торговли:

- Массовый переход в онлайн: многие частные лица предпочитают покупать товары с AliExpress – то же самое происходит и с рынком B2B, который устремляется к более дешевым мировым производителям, что дает толчок конкуренции.
- Западное лидерство электронной коммерции перестает быть актуальным – смещение фокуса на азиатские рынки. Продажи китайского B2B-гиганта Alibaba в 2019 году составляли \$9,2 млрд, и все 100% этой суммы обеспечивались онлайн-заказами клиентов, удовлетворяя потребность поставщиков взаимодействовать с бизнес-клиентами в интернете.

- **Прозрачность как тренд нового времени:** возможность отследить все денежные и документальные движения клиентам B2B сокращает случаи обмана и спекуляций, позволяет решить бюрократические проблемы. Государство в РФ также планомерно добивается прозрачности товарооборота с помощью системы Честный ЗНАК – всё больше категорий товаров (в том числе от оптовиков) попадут под контроль регулятора.

- **Комплексный охват услуг:** автоматизация подключения финансовых и логистических услуг собственных и внешних подрядчиков.

Сложности развития трансграничной B2B электронной торговли:

- **Недостаток опыта и знаний:** новый сектор по сравнению с B2C – сложность в перестройке традиционных методов под новые форматы взаимодействия с рынком.

- **Слабая автоматизация процессов:** низкая цифровизация закупок, включая уровень оцифровки товаров и внедрения PIM-систем, складского учета и синхронизации данных между финансовыми и IT-системами.

- **Высокие затраты на разработку и реализации бизнес-процессов:** недостаток бюджета на разработку собственной онлайн-платформы у малого и среднего бизнеса, сложность реализации проекта.

- **Отсутствие эффективного инструмента,** чтобы обеспечить китайских экспортеров уникальным электронным каналом сбыта в Россию и российских компаний-заказчиков доступом к товарам китайских поставщиков с подтвержденным качеством.

Источник выше представленных данных: Data Insight, Statista, Grand View Research, Frost & Sullivan, ResearchAndMarkets.com

Рынок и рыночные позиции Эмитента:

Масштаб деятельности, география присутствия, диверсификация бизнеса, специализация, рыночная ниша.

- **С 2013 года на рынке российско-китайской цифровой торговли.** У основателя бизнеса более 30 лет опыта работы в сфере управления цепями поставок между РФ и КНР.

- **Уникальная бизнес-модель,** которая в равной степени учитывает потребности как китайских производителей, так и российских оптовых покупателей.

В рамках операционного функционирования платформы, для поставщиков и покупателей созданы следующие инструменты для работы:

- Для китайских поставщиков функционирует портал платформы cn.qifasilu.com, где интерфейс и функционал разработаны полностью на китайском языке, расчеты происходят и отображаются в китайских юанях, что позволяет легко и просто совершать трансграничные сделки напрямую с российскими оптовыми покупателями, трансформируя традиционную модель поставки по условиям FOB в передовую на условиях DDP.

- Для российских оптовых покупателей порталом платформы является локальный сайт www.qifa.ru, где интерфейс и функционал разработаны полностью на русском языке, расчеты происходят и отображаются в российских рублях, что позволяет легко и просто совершать трансграничные сделки напрямую с китайскими производителями и владельцами брендов, трансформируя традиционную модель офлайн закупок в передовой цифровой формат – совершение сделок в онлайн пространстве.

- **Страны присутствия:** Китай, Россия, Беларусь.

- **Широкая география рынков сбыта.**

Деятельность платформы QIFA в рамках рынка сбыта охватывает все регионы Российской Федерации и Республику Беларусь, основная доля оборота приходится на Россию – 96%.

По итогу 2022 года распределение в разрезе федеральных округов РФ сложилось следующим образом:



Основные регионы – Центральный федеральный округ (36%), Приволжский федеральный округ (19%) и Сибирский федеральный округ (18%). Доля выручки от заказов из стран СНГ составляет 4% от общего оборота.

- Существенная диверсификация покупателей и поставщиков, и, как следствие, низкая зависимость от контрагентов.

Деятельность платформы ориентирована на бизнес-сообщество, при этом не ограничивается масштабами бизнеса. Платформа интересна как крупным торговым компаниям – федеральным, региональным и областным сетям, многопрофильным магазинам, индивидуальным магазинам обуви, сумок, детских товаров и бытовой техники, специализированным спортивным магазинам, так и малому бизнесу, например организаторам совместных закупок. В структуре оборота по субъектам торговли РФ по итогам 2022 года наибольшую долю заняли юридические лица – 50,1%, индивидуальные предприниматели обеспечили 46,5%, на долю физических лиц пришлось 3,4% общего оборота компании.



Диверсификация покупателей – важная стратегия Компании, позволяющая снизить зависимость от отдельных клиентов или групп клиентов, тем самым снизить риски, связанные с сокращением объемов продаж. Даже потеря крупного покупателя не приведет к снижению оборота Компании. Также диверсификация покупателей повышает гибкость и адаптивность платформы QIFA к изменяющимся условиям рынка. Если одна группа клиентов перестанет приобретать представленные на платформе товары, компания сможет быстро переключиться на другую группу клиентов, не прерывая и не сокращая свою деятельность.

Привлекая большое количество поставщиков (по итогам 2022 года на платформе зарегистрировано более 2,5 тысяч производителей и владельцев брендов из Китая и России), Компания распределяет риски и минимизирует зависимость от одного конкретного поставщика. Кроме того, диверсификация позволяет получить наиболее выгодные условия сотрудничества с каждым поставщиком. Это позволяет предложить покупателям наиболее выгодные товары с оптимальным соотношением цены и качества. Помимо этого, привлечение большого количества поставщиков позволяет повысить гибкость и адаптивность Компании на рынке.

На текущий момент на платформе представлены товары более чем 10 крупных товарных категорий (в основном из потребительского сегмента), наибольшую долю из которых занимает обувь – более 64%, одежда – более 20% и детские товары – более 7%.



Ежегодно на платформу добавляются новые категории товаров, расширяется ассортимент в текущих категориях, применяя стратегию горизонтальной диверсификации. Таким образом, компания стремится захватить дополнительные ниши на потребительском рынке.

По сравнению с 2021 годом, в 2022 году доля крупнейшей товарной категории (обуви) сократилась более чем на 16% за счет расширения ассортимента одежды и других основных категорий на платформе. Таким образом были снижены риски, связанные с развитием обувного рынка в России. По данным Центра развития перспективных технологий и Национального научного центра компетенций в сфере противодействия незаконному обороту промышленной продукции при Минпромторге продажи обуви в России сократились более чем на 11% по итогам 2022 года. Всего за год объем российского обувного рынка составил 214 млн пар. При этом на долю традиционной розницы приходится 68%, на долю онлайн-продаж – 5,8%. При этом онлайн-продажи обуви демонстрируют положительную динамику. Средняя цена покупки при этом увеличилась в 2022 году на 9,6%, составив 2 445 рублей. Всего на конец 2022 года в ГИС МТ было зарегистрировано 119,8 тысяч точек розничных продаж и 6 569 организаций оптовой торговли обувной продукции.

Основные конкуренты:

На сегодняшний день на рынке отрасли нет аналогов платформы QIFA ни на российском, ни на зарубежных рынках, и, соответственно, прямых конкурентов (поскольку, во-первых, бизнес-модель QIFA является уникальной, и, во-вторых, существуют высокие барьеры для входа в этот бизнес). Отдаленно можно провести сравнение с известными компаниями, включая группу компаний Alibaba.

Поскольку группа компаний Alibaba является гигантом электронной коммерции, ниже представлен подробный сравнительный анализ с платформой QIFA.

1) Сегмент B2C (AliExpress):

• Российский сайт AliExpress Russia:

Сайт ориентирован на российских поставщиков и является прямым конкурентом российских B2C- маркетплейсов, включая Wildberries, Lamoda, Ozon и др.

• Международный сайт AliExpress:

Сайт использует преференции международного почтового режима (товары не облагаются таможенными пошлинами и налогами).

Данная бизнес-модель не поощряется Правительством РФ – внедряются ограничительные меры, включая введение квот на покупки граждан РФ с иностранных сайтов.

Сравнение с QIFA:

B2C-площадки – потенциальные стратегические партнеры, а не конкуренты:

• Для локальных (российских) площадок: QIFA выступает в роли поставщика товаров, осуществляя прямые поставки от производителей и устраняя посреднические барьеры.

• Для иностранных площадок: QIFA предлагает обслуживание предпринимателей, которые открывают свои магазины на иностранных площадках – в качестве партнера по

адаптации под локальный рынок.

2) Сегмент B2B (Alibaba):

	<i>Alibaba</i>	<i>QIFA</i>
<i>Бизнес-модель</i>	<i>Информационный портал для китайских поставщиков, нет фокуса на покупателей.</i>	<i>Цифровой торговый мост, соединяющий напрямую производителей и покупателей – в равной степени ориентируется как на сторону предложения, так и на сторону спроса.</i>
<i>Функционал</i>	<i>Информационный сайт, который дает возможность поставщикам демонстрировать свой товар на сайте.</i>	<i>Комплексный подход: соединяет воедино четыре потока – информационный, коммерческий, финансовый и логистический. В услуги электронной коммерции входят: сервис маркетплейса (информационный портал и маркетинговое продвижение), трансграничная логистика, ВЭД (экспортное и импортное таможенное оформление), финансовые расчеты в нац. валютах, маркировка под ключ и др.</i>
<i>Модель доходов</i>	<i>Абонентская плата (взимает с поставщиков комиссию за обслуживание третьей стороны и членские взносы).</i>	<i>Абонентская плата отсутствует, взимается только комиссия при совершении торговых сделок.</i>
<i>Целевая аудитория (сторона предложения)</i>	<i>Поставщики – как китайские производители, так и китайские торговые компании. Большая часть участников – китайские поставщики.</i>	<i>Поставщики – производители и владельцы брендов. Китайские и российские поставщики, в будущем – и из других стран, заинтересованных в выходе на рынок РФ.</i>
<i>Целевая аудитория (сторона спроса)</i>	<i>Покупатели – предприниматели за пределами КНР, обладающие достаточными знаниями и опытом работы в сфере ВЭД, имеющие возможность посещать фабрики в Китае и самостоятельно вести ВЭД под ключ. Основные клиенты – крупные иностранные компании-импортеры, ведущие работу в сфере международной торговли.</i>	<i>Покупатели – как опытные участники ВЭД, так и китайские производители и российские оптовые покупатели без трансграничного опыта работы, которые не в состоянии самостоятельно заниматься ВЭД. Основные клиенты – мелкий и средний торговый бизнес: онлайн и офлайн розничные магазины, федеральные и региональные торговые сети, участники совместных покупок и др.</i>
<i>Целевые рынки</i>	<i>Нет фокуса на рынки конкретных стран, работает на глобальном рынке, основным языком является английский (перевод на другие языки машинный).</i>	<i>Деятельность направлена на русскоговорящие страны, основной рабочий язык – русский. Платформа фокусирует свои ресурсы на развитии именно китайско-российского направления (автоматический, но</i>

		адаптированный перевод в паре китайский-русский).
--	--	---

Еще одним крупным китайским игроком на рынке электронной коммерции является онлайн площадка *Made-in-China.com* – портал, на котором китайские поставщики продают оптовые партии товаров предпринимателям из других стран.

Модель работы *Made-in-China.com* аналогична *Alibaba* и является конкурентом *Alibaba*, но не платформы *QIFA*, поскольку *Made-in-China.com* – это сайт для китайских поставщиков; без фокуса на конкретные рынки; без сопровождения ВЭД.

В рамках отдаленного сравнения с *QIFA*, можно выделить следующие характеристики, свойственные *Made-in-China.com*:

- односторонний портал в интересах поставщиков – сделки с продавцами не страхуются торговой площадкой;
- связываться с поставщиками нужно покупателю;
- слабая система контроля качества товаров (проверяются только определенные категории поставщиков);
- слабая логистика – проблемы с доставкой;
- китайский портал, действующий в юрисдикции КНР;
- стоимость указывается в долларах США;
- сложности с оплатой в российских реалиях;
- по позиционированию компании специализируются больше на промышленных товарах (не на легкой промышленности).

Основные конкурентные преимущества *QIFA*

• Комплексный подход с фокусом на ВЭД (one-stop shop)

Благодаря комплексному подходу (соединение воедино четырех потоков – информационный, коммерческий, финансовый и логистический), *QIFA*, являясь прямым цифровым мостом, объединяющим китайских производителей и российских оптовых покупателей, дает возможность представителям мелкого и среднего бизнеса, в том числе тем, кто не в состоянии либо не заинтересован собственными силами вести ВЭД, проводить трансграничные торговые сделки напрямую.

В разработанных бизнес-процессах учтены все аспекты того, какой товар произвести в КНР и как доставить его конечному покупателю в РФ. Предоставление услуг по ВЭД на высшем уровне, включая экспортное и импортное таможенное оформление, сертификацию, трансграничную логистику, складирование и распределение (доставку), а также развитая логистическая инфраструктура, выгодно отличают *QIFA* от других игроков рынка и служат высокими барьерами для входа потенциальных конкурентов на рынок отрасли. Кроме того, *QIFA* также предоставляет послепродажное сервисное обслуживание на родных языках участников платформы; выстроенные качественные партнерские отношения с производителями обеспечивают отсутствие финансовых рисков при претензиях о несоответствии качества товара; собственный контроль всей цепочки поставок на каждом этапе в КНР и РФ гарантирует отсутствие у *QIFA* не только финансовых, но и репутационных рисков. Ключевой особенностью платформы является устранение посреднических звеньев в трансграничной торговле между странами.

• Актуальность бизнеса

Категория товаров (товары народного потребления); ценовой сегмент (эконом и средний сегменты, пользующиеся спросом даже в период низкой потребительской способности); целевая аудитория (по большей части мелкий и средний торговый и производственный бизнесы – двигатели торговли); география присутствия (фокус на российско-китайское направление – благоприятные геополитические и экономические условия для развития, повышенный спрос на товары из Китая); распространение (охват онлайн и офлайн форматов – максимально полное удовлетворение потребностей всех категорий клиентов,

существующих как в офлайн пространстве, так и в активно развивающемся онлайн пространстве).

• Операционная система и технические возможности

Опыт и навыки по разработке и развитию информационных технологий с учетом традиционной торговли, а также эксплуатационные возможности и опыт реализации интеграции онлайн и офлайн пространств.

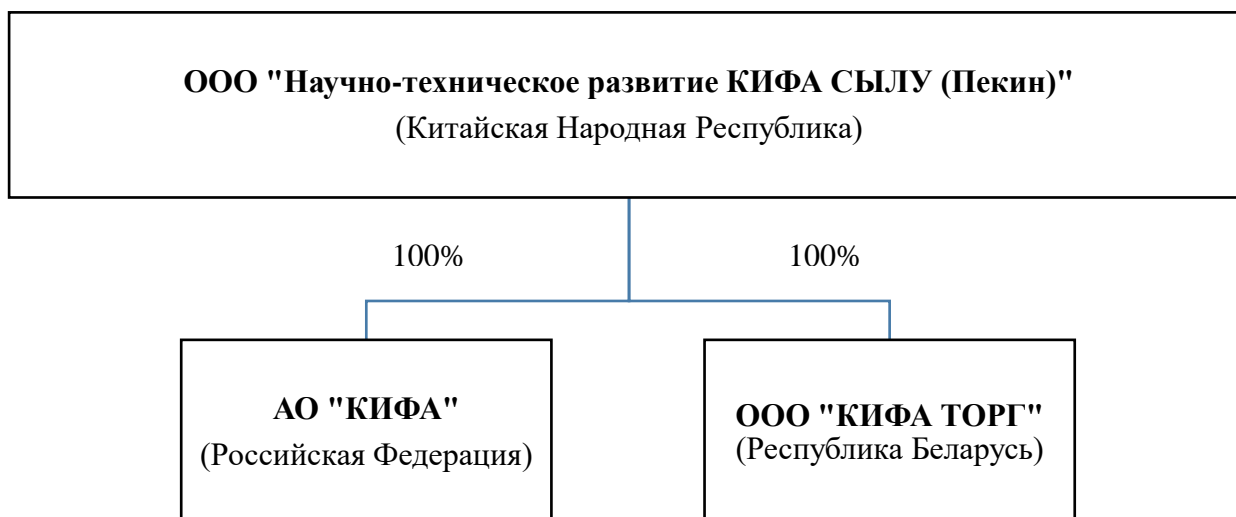
QIFA предоставляет полностью локализованный (адаптированный) сервис: в качестве основного рабочего языка используется родной язык пользователя. Поставщики размещают на платформе информацию о товаре на своем родном языке и сразу получают доступ к сервису по подготовке импортной сертификации, автоматическому расчету импортных таможенных платежей и сборов, возврату экспортного НДС и т.д. Покупатели производят оплату в национальной валюте с доступом к полному пакету услуг – отслеживание товара в пути в режиме реального времени, таможенное оформление, услуги по возврату/обмену товара и т.д. с клиентской поддержкой на родном языке. Большинство процессов на различных этапах цепи поставок являются автоматизированными: автоматический и адаптированный перевод в паре китайский-русский; обработка данных и размещение на русской и китайской версиях сайта; подбор кодов ТН ВЭД и расчет таможенных сборов для формирования окончательной стоимости товара (для поставщика и для покупателя), прозрачное размещение стоимости также в «зеркальном» формате на двух версиях сайта; автономность личных кабинетов поставщика и покупателя с функцией мгновенного уведомления; расчет в национальных валютах пользователей платформы. Техническая оснащенность платформы: собственное программное обеспечение по управлению маркировкой; собственная система WMS для использования на консолидационных складах и интегрированная с сайтом.

• Человеческие ресурсы

Мультиязычная команда профессионалов в сфере менеджмента, электронной коммерции, маркетинга, высоких технологий, логистики, юриспруденции и финансов; основатель проекта и топ-менеджеры имеют более 20 лет опыта работы в области трансграничной торговли и управления цепями поставок между РФ и КНР. Это одна из причин, почему бизнес-модель платформы является уникальной – у Компании есть четкое понимание того, как устроен бизнес по управлению российско-китайскими поставками изнутри, в разработанных бизнес-процессах учтены все аспекты того, какой товар произвести в КНР и как доставить его конечному покупателю в РФ.

1.5. Описание структуры эмитента (группы/холдинга, в которую входит эмитент, подконтрольные организации и зависимые общества), имеющее по мнению эмитента значение для принятия инвестиционных решений.

АО «КИФА» является 100% дочерней компанией ООО «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»:



У Эмитента отсутствуют подконтрольные организации и зависимые общества.

1.6. Структура акционеров/участников (бенефициары и доли их прямого или косвенного владения в капитале эмитента), сведения об органах управления (совет директоров, коллегиальный исполнительный орган) и сведения о руководстве (топ-менеджменте) эмитента.

Структура участников Эмитента:

Единственным акционером Эмитента является компания – **ООО «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»**.

Полное фирменное наименование	Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»
Сокращенное фирменное наименование	отсутствует
Место нахождения	г. Пекин, район Чаоян, ул. Яньцзинличжунцзе, №3, дом 6А-2-22 этажей, строение 101, этаж 19, офис 1906
ИНН	Не применимо
ОГРН	Единый регистрационный номер 91101053552710613
Размер доли участника (акционера) эмитента в уставном капитале эмитента:	100%
Доли принадлежащих обыкновенных акций эмитента:	100%

По состоянию на 01 июня 2023 года конечной материнской организацией, контролирующей Компанию, является Общество с ограниченной ответственностью «ХАЙЛИНК Управление цепями поставок» (КИТАЙ), и стороной, обладающей конечным контролем над Компанией, является господин Сунь Тяньшу.

Сведения об органах управления Эмитента:

В соответствии с Уставом Эмитента, органами его управления являются:

- Высший орган управления Обществом: Общее собрание акционеров (единственный акционер)*
- Общее руководство деятельностью Общества: Совет директоров*

• **Исполнительный орган управления:** *Генеральный директор (единоличный исполнительный орган)*

В состав Совета директоров Эмитента избраны:

1. *Сунь Тяньшу (Председатель Совета директоров)*
2. *Ли Сюфэн (Генеральный директор)*
3. *Афониная Ирина Альбертовна (Финансовый директор)*
4. *Шостак Кайл Сергеевич (Заместитель председателя Совета директоров)*
5. *Белоусова Наталья Геннадьевна (Директор по отношениям с инвесторами)*

1.

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	<i>Сунь Тяньшу</i>
Год рождения	<i>1973</i>
Сведения об уровне образования, квалификации, специальности	<p><i>Высшее образование.</i></p> <p><i>В 1996 году получил степень бакалавра по специальности «Международные экономические отношения» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.</i></p> <p><i>Председатель Совета директоров АО «КИФА».</i></p> <p><i>Предприниматель, создавший ряд успешных проектов, и ведущий специалист в сфере российско-китайских экономических отношений, включая торговлю, управление цепями поставок, логистику, консалтинг и аграрный сектор. Свыше 30 лет живет и работает в РФ и КНР; широко известен в российских и китайских деловых кругах.</i></p> <p><i>Занимается разработкой ключевой стратегии и курса развития проекта QIFA, построением взаимоотношений с ключевыми контрагентами, государственными органами, финансовыми институтами и т.д.</i></p> <p><i>Выступает в качестве спикера (приглашенного эксперта) и зачастую организатора на международных российско-китайских деловых мероприятиях, включая форумы, круглые столы, вебинары и бизнес-встречи, проходящих на высшем правительственном уровне.</i></p>

Все должности, занимаемые лицом в эмитенте и других организациях за последние пять лет и в настоящее время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

Период		Наименование организации	Должность
с	по		
<i>20.12.2010</i>	<i>По настоящее время</i>	<i>ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «НОВЫЙ ВЕК АГРОТЕХНОЛОГИЙ»</i>	<i>Акционер</i>
<i>25.01.2011</i>	<i>По настоящее время</i>	<i>ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «НОВЫЙ ВЕК АГРОТЕХНОЛОГИЙ»</i>	<i>Председатель и Член Совета директоров</i>
<i>29.05.2013</i>	<i>По настоящее время</i>	<i>Общество с ограниченной ответственностью «ХАЙЛИНК Управление цепями поставок» (КИТАЙ)</i>	<i>Акционер и Исполнительный директор</i>

05.02.2014	По настоящее время	Акционерное общество «ТЯНЬ-ЖЕНЬ» Академия Китайской культуры и медицины	Единственный акционер
01.04.2015	28.12.2022	ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «НОВЫЙ ВЕК АГРОТЕХНОЛОГИЙ»	Директор по стратегическому развитию
27.08.2016	25.12.2019	Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»	Исполнительный директор
25.12.2018	По настоящее время	Партнерство с ограниченной ответственностью «Центр научно-технического развития ШУЙДИЦЗЮЙХЭ г. Пекин»	Исполнительный партнер
28.06.2018	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Член Совета директоров
19.12.2019	По настоящее время	Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»	Генеральный директор (законный представитель)
26.12.2019	По настоящее время	Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»	Председатель совета директоров
12.10.2021	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Председатель Совета директоров

2.

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Ли Сюфэн
Год рождения	1976
Сведения об уровне образования, о квалификации, специальности	<p>Высшее образование.</p> <p>В 1998 году получила степень бакалавра по специальности «Бизнес-английский» Харбинского политехнического университета.</p> <p>В 2001 году получила степень магистра по специальности «Информационные технологии» Российского университета дружбы народов (РУДН).</p> <p>Генеральный директор АО «КИФА».</p> <p>Ведущий специалист с 20-летним опытом работы в области трансграничной цифровой торговли, обладает отточенными навыками управления многоязычным международным коллективом.</p> <p>Имеет богатый опыт стратегического планирования и корпоративного управления в рамках крупных телекоммуникационных и информационно-технологических проектов в РФ, СНГ и КНР, а также опыт работы по организации и участию в международных тендерах.</p> <p>Осуществляет руководство компанией АО «КИФА» в РФ с момента запуска проекта платформы QIFA. Основная деятельность сфокусирована на операционном управлении компании, поддержке и обеспечении ключевого стратегического развития.</p>

Все должности, занимаемые лицом в эмитенте и других организациях за последние пять лет и в настоящее время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

Период		Наименование организации	Должность
с	по		
14.12.2016	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Генеральный директор
28.06.2018	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Член Совета директоров
28.06.2019	11.10.2021	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Председатель Совета директоров
26.12.2019	По настоящее время	Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»	Член Совета директоров

3.

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Афони́на Ирина Альбертовна
Год рождения	1966
Сведения об уровне образования, квалификации, специальности	<p>Высшее образование.</p> <p>В 1987 году окончила Саратовский экономический институт по специальности «Планирование народного хозяйства».</p> <p>В 1996 году окончила Всероссийский заочный финансово-экономический институт по специальности «Бухгалтерский учет и аудит».</p> <p>Финансовый директор АО «КИФА».</p> <p>Высококвалифицированный финансовый эксперт и старший бухгалтер; имеет многолетний опыт работы в сфере финансов, налогообложения и банковского дела.</p> <p>Имеет более 30 лет стажа работы по управлению финансовой деятельностью международных компаний; многолетний практический опыт работы в рамках МФСО, включая опыт взаимодействия с «Big 4» в сфере аудита и консалтинга.</p> <p>Обладает большим опытом налогового планирования, успешного прохождения аудиторских и налоговых проверок; в совершенстве владеет навыками работы с большим объемом информации и различными финансовыми инструментами, а также управлением финансовыми рисками.</p> <p>Ведет весь финансовый блок, включая планирование, аудит, системы управленческого учета и т.д. Осуществляет руководство информационными системами и управление командой финансистов и разработчиков; финансовое и юридическое сопровождение проектов и сделок; управление финансовыми рисками; сотрудничество с финансовыми институтами; анализ рынка финансовых и банковских услуг.</p>

Все должности, занимаемые лицом в эмитенте и других организациях за последние пять лет и в настоящее время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

Период	Наименование организации	Должность
--------	--------------------------	-----------

с	по		
01.01.2018	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Финансовый директор
28.06.2018	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Член Совета директоров

4.

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Шостак Кайл Сергеевич
Год рождения	1971
Сведения об уровне образования, квалификации, специальности	<p>Высшее образование.</p> <p>В 1993 году окончил Юридический Факультет МГУ по специальности «Предпринимательское право».</p> <p>В 1994 году получил степень Мастера права (LL.M.) Школы права Американского Университета, г. Вашингтон.</p> <p>В 2000 году получил степень Мастера делового администрирования (МВА) со специализацией в финансах Школы Бизнеса Нью-Йоркского Университета.</p> <p>Заместитель председателя Совета директоров АО «КИФА».</p> <p>Более 30 лет опыта финансового управления, стратегического консультирования и исполнительной работы в области венчурного и прямого инвестирования.</p> <p>Сделал успешную карьеру в качестве инвестиционного банкира в Нью-Йорке, специализируясь на потребительском секторе и технологиях в развивающихся рынках. Свыше 20 лет проработал в крупнейших инвестиционных банках, пройдя путь от рядового аналитика до исполнительного директора.</p> <p>Является аналитиком и постоянным комментатором для известных международных СМИ и деловых агентств по финансовым и отраслевым рынкам; выступает на конференциях; модерерирует круглые столы; принимает участие в организации инвестиционных форумов.</p>

Все должности, занимаемые лицом в эмитенте и других организациях за последние пять лет и в настоящее время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

Период		Наименование организации	Должность
с	по		
09.2018	По настоящее время	Navigator Acquisition Corp.	Генеральный директор (СЕО) и член Совета директоров
28.06.2019	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Член Совета директоров
26.12.2019	По настоящее время	Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»	Член Совета директоров

19.05.2023	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Заместитель председателя Совета директоров
19.05.2023	По настоящее время	Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»	Заместитель председателя Совета директоров, Директор по инвестициям

5.

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Белоусова Наталья Геннадьевна
Год рождения	1990
Сведения об уровне образования, о квалификации, специальности	<p>Высшее образование.</p> <p>В 2013 году получила степень бакалавра по специальности «Международная экономика и торговля» Университета международного бизнеса и экономики (UIBE) в Пекине.</p> <p>В 2012 году получила степень экономиста по специальности «Финансы и кредит» и в 2014 году степень магистра по специальности «Экономика» Национального Института имени Екатерины Великой (НИЕВ) в Москве.</p> <p>Директор по отношениям с инвесторами АО «КИФА».</p> <p>Свыше 10 лет живет и работает в КНР и РФ, имеет опыт работы в области управления цепями поставок, трансграничной цифровой торговли, ВЭД, международной логистики, таможенного оформления, консалтинга и инвестиционной деятельности в КНР и РФ.</p> <p>Специализируется на управлении проектами по развитию международного бизнеса, разработке и контроле выполнения стратегического планирования, подготовке и анализе бизнес-планов, маркетинговой деятельности, взаимодействии с ключевыми клиентами и партнерами, подготовке и организации деловых мероприятий в РФ и КНР.</p>

Все должности, занимаемые лицом в эмитенте и других организациях за последние пять лет и в настоящее время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

Период		Наименование организации	Должность
с	по		
12.10.2021	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Член Совета директоров
11.03.2022	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Директор по отношениям с инвесторами

Сведения о единоличном исполнительном органе

Генеральный директор Эмитента:

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Ли Сюфэн
Год рождения	1976

Сведения об уровне образования, о квалификации, специальности	<p>Высшее образование.</p> <p><i>В 1998 году получила степень бакалавра по специальности «Бизнес-английский» Харбинского политехнического университета.</i></p> <p><i>В 2001 году получила степень магистра по специальности «Информационные технологии» Российского университета дружбы народов (РУДН).</i></p> <p><i>Генеральный директор АО «КИФА».</i></p> <p><i>Ведущий специалист с 20-летним опытом работы в области трансграничной цифровой торговли, обладает отточенными навыками управления многоязычным международным коллективом.</i></p> <p><i>Имеет богатый опыт стратегического планирования и корпоративного управления в рамках крупных телекоммуникационных и информационно-технологических проектов в РФ, СНГ и КНР, а также опыт работы по организации и участию в международных тендерах.</i></p> <p><i>Осуществляет руководство компанией АО «КИФА» в РФ с момента запуска проекта платформы QIFA. Основная деятельность сфокусирована на операционном управлении компании, поддержке и обеспечении ключевого стратегического развития.</i></p>
---	---

Все должности, занимаемые лицом в эмитенте и других организациях за последние пять лет и в настоящее время в хронологическом порядке, в том числе по совместительству:

Период		Наименование организации	Должность
с	по		
14.12.2016	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Генеральный директор
28.06.2018	По настоящее время	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Член Совета директоров
28.06.2019	11.10.2021	АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «КИФА»	Председатель Совета директоров
26.12.2019	По настоящее время	Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое развитие КИФА СЫЛУ (Пекин)»	Член Совета директоров

1.7. Сведения о кредитных рейтингах эмитента (ценных бумаг эмитента).

Эмитент имеет рейтинг кредитоспособности Компании по национальной шкале, присвоенный рейтинговым агентством Национальное рейтинговое агентство (НРА). Рейтинг оценивает способность Компании своевременно и в полном объеме выполнять свои финансовые обязательства перед кредиторами.

Описание кредитного рейтинга	
Объект присвоения кредитного рейтинга (эмитент, ценные бумаги эмитента)	Эмитент
Значение кредитного рейтинга на дату утверждения инвестиционного меморандума	«BB+(ru)» по национальной рейтинговой шкале для Российской Федерации, прогноз по рейтингу «Стабильный».
Последняя дата присвоения кредитного рейтинга	08.11.2022

Информация в отношении рейтингового агентства:

Полное наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Национальное Рейтинговое Агентство»

Краткое наименование: ООО "НРА"

Юридический адрес: 115191, г. Москва, Гамсоновский пер., д.2, стр.2, эт.2, пом.118

ИНН/КПП: 7714911548/772601001

ОГРН: 1137746652548 от 30 июля 2013 г.

Дата регистрации: 30.07.2013

Сайт: <https://www.ra-national.ru/>

Ссылка на пресс-релиз рейтингового агентства: https://www.ra-national.ru/press_release/ao-kifa/35267/

2. Сведения о финансово-хозяйственной деятельности и финансовом состоянии эмитента

2.1. Операционная деятельность (основная деятельность, приносящая выручку) эмитента (основные виды, географические регионы, иная информация) в динамике за последние 3 года.

Торговый оборот (GMV)

Показатель	2020	2021	2022
Торговый оборот (GMV)	2 050 629 013	2 478 004 515	3 800 183 051
в том числе:			
Внутрироссийский торговый оборот	1 558 505 891	1 907 466 428	1 853 473 952
Трансграничный торговый оборот (прямые поставки из КНР)	492 123 122	570 538 087	1 946 709 099

На фоне общего спада деловой активности на представленном рынке в связи с СВО и соответствующими западными санкциями против России, по итогам 2022 года Компании удалось не только сохранить стабильные показатели, но и продемонстрировать значительный рост товарного оборота.

В условиях сложной экономической ситуации как на мировом рынке, так и на рынке России, мы наблюдали интенсивное развитие по прямым поставкам из Китая, поэтому за счет колоссального роста трансграничного сектора, общий оборот платформы в 2022 году продемонстрировал динамику роста по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Показатель	2020	2021	2022
Общее кол-во зарегистрированных оптовых покупателей	30 110	33 600	36 300
Общее кол-во зарегистрированных производителей и владельцев брендов	1075	1370	2500
Общее кол-во SKU (артикулы)	188 335	174 561	174 905
Общее кол-во SPU (модели)	89 876	93 610	68 280

Небольшие темпы роста количества привлеченных в 2022 году покупателей связаны, в первую очередь, с макроэкономическими факторами, такими как остаточное влияние пандемии, а также СВО и соответствующими санкциями и ограничениями, что повлияло на активность

покупателей в отрасли в целом, поскольку ситуация неопределенности на рынках напрямую связана со снижением покупательской способности и деловой активности в отрасли. Кроме того, в 2022 году Компания не увеличивала расходы на маркетинговое продвижение, а для более быстрого повышения узнаваемости бренда необходимо вкладывать ресурсы в рекламу.

Важно отметить, что все контракты, заключаемые с покупателями, носят долгосрочный характер. Практически все крупнейшие покупатели работают с Компанией не менее трех лет. Кроме того, платформа также активно продвигает переход текущих крупных клиентов на прямые поставки из Китая, что позволяет им значительно обновить ассортимент и снизить закупочные цены, так как товар напрямую приобретается у производителей. Также в 2022 году платформа провела большую работу по присутствию на розничных маркетплейсах.

Значительный рост количества поставщиков отражает положительные результаты платформы в рамках реализации стратегии по развитию трансграничного направления – компанией была проведена масштабная работа по привлечению к сотрудничеству новых производителей и владельцев брендов, особенно на территории Китая.

В отношении российских поставщиков дальнейшее развитие мы видим в привлечении новых производителей, имеющих собственное производство на территории РФ. А перечень поставщиков КНР мы планируем расширить за счет новой номенклатуры, представленной на платформе, и переводу крупных покупателей на прямые поставки из КНР.

Сокращение количества моделей (SPU) и неизменность по количеству артикулов (SKU) на платформе в 2022 году по сравнению с 2021 годом обусловлено стратегическим решением руководства Компании провести оптимизацию представленных на платформе товаров – из общего доступа были сняты артикулы и модели, не пользующиеся спросом у покупателей.

Средний чек с разбивкой по сервисам платформы

Показатель		2020	2021	2022
Сервис «Open-Trade»	Средний чек по реализации (руб.)	86 648	102 678	113 122
	Кол-во реализаций	17 497	14 482	17 082
	Кол-во активных покупателей	3 411	3 607	3 519
Сервис «Private-Trade»	Средний чек по реализации (руб.)	3 747 258	3 303 557	1 126 307
	Кол-во реализаций	117	186	1 649
	Кол-во активных покупателей	16	74	281

В 2022 году компания уделила особое внимание развитию сравнительно нового направления – «Private-Trade», в рамках которого ключевой аудиторией являются более крупные клиенты и поставки осуществляются напрямую из Китая. Сокращение среднего чека в 2022 году по сравнению с аналогичными показателями предыдущих периодов обусловлено не снижением объема (товарооборота), а дроблением заказов – новые покупатели в качестве пробных заказов зачастую выбирают не очень большие партии, а в связи с макроэкономическими факторами и ситуации на рынке из-за СВО, лояльные покупатели также предпочитали делать несколько небольших заказов, чтобы свести к минимуму свои риски по реализации товаров, выжидая стабилизации ситуации и восстановления деловой активности у своих конечных потребителей.

В рамках «Open-Trade» также наблюдается значительный рост по прямым поставкам из Китая. Небольшие темпы роста среднего чека обусловлены теми же макроэкономическими

факторами, как и в направлении «Private-Trade». Небольшое сокращение количества активных покупателей связано как с внешними факторами, так и с продолжением корректировки рекламного вектора компании для привлечения представителей среднего и крупного бизнеса.

Пояснение по сервис-продуктам платформы «Open-Trade» и «Private-Trade»:

- **Open-Trade (открытое торговое пространство):** поставщик через ЛК выставляет свои товары на платформе с доступом для всех покупателей (без ограничений): работа в публичном разделе сайта; трансграничные сделки без навыков ведения ВЭД (покупатель получает выбор из представленных на платформе товаров); покупателю доступен как крупный, так и мелкий опт; цена «под ключ» с учетом доставки из КНР (включает доставку до склада в Москве, таможенные расходы, НДС, при необходимости сертификацию и маркировку).
- **Private-Trade (закрытое торговое пространство):** поставщик и покупатель через ЛК ведут индивидуальные сделки на платформе (с ограниченным доступом): работа в закрытом разделе сайта; работа напрямую с производителем (покупатель получает возможность выбирать товары под свой запрос, получать индивидуальные условия от фабрик); в основном крупные партии; цена напрямую от производителя в выбранной валюте.

2.2. Оценка финансового состояния эмитента в динамике за последние 3 года, включающая в себя обзор ключевых показателей деятельности эмитента с указанием методики расчета приведенных показателей и адреса страницы в сети Интернет, на которой размещена бухгалтерская (финансовая) отчетность эмитента, на основе которой были рассчитаны приведенные показатели. Приводится анализ движения ключевых показателей деятельности эмитента и мерах (действиях), предпринимаемых эмитентом (которые планирует предпринять эмитент в будущем), для их улучшения и (или) сокращения факторов, негативно влияющих на такие показатели.

Оценка финансовых показателей Эмитента производится на основании бухгалтерской (финансовой) отчетности АО «КИФА».

Адрес страницы в сети Интернет, на которой размещена бухгалтерская отчетность Эмитента: <https://e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=38593&type=3>

Общий долг (Total Debt)

Общий долг = Краткосрочные кредиты и займы + Долгосрочные кредиты и займы

Наименование показателя	2020	2021	2022
Краткосрочные кредиты и займы, тыс. руб.	1 494	416	60 248
Долгосрочные кредиты и займы, тыс. руб.	34 600	2 527	0
Итого Общий долг, тыс. руб.	36 094	2 943	60 248

Согласно приведенным данным показатель «Общий долг» вырос в 2022 году по сравнению с 2020 годом в 1,7 раза, а по сравнению с 2021 годом в 20 раз. При этом стоит отметить, что доля долгосрочных заимствований в составе показателя «Общий долг» к концу 2022 года снизилась до 0. Общий долг Эмитента представлен краткосрочными заимствованиями, информация о которых приведена в пункте 2.4. настоящего документа.

Чистый долг (NetDebt)

Чистый долг = (Краткосрочные кредиты и займы + Долгосрочные кредиты и займы) – Денежные средства и их эквиваленты

Наименование показателя	2020	2021	2022
Краткосрочные кредиты и займы, тыс. руб.	1 494	416	60 248
Долгосрочные кредиты и займы, тыс. руб.	34 600	2 527	0
Денежные средства и их эквиваленты, тыс. руб.	7 199	27 021	119 762
Итого Чистый долг, тыс. руб.	28 895	-24 078	-59 514

Исходя из представленных данных, показатель «Чистый долг» к концу 2022 принимает отрицательные значения по сравнению с 2020 и 2021 годом, что говорит о том, что активы Эмитента полностью покрывают его долговую нагрузку.

Выручка (Revenue)

Наименование показателя	2020	2021	2022
Выручка, тыс. руб.	1 748 286	1 514 726	3 272 629

Выручка Эмитента за 2022 год выросла в 2,2 раза по сравнению с 2021 годом и в 1,87 раза по сравнению с 2020 годом. Рост выручки связан с увеличением товарного ассортимента по каждой из представленных категорий товаров. Так выручка от реализации обуви составляет 63,3% в структуре выручки, выручка от реализации одежды составляет 20,6% в структуре выручки.

Прибыль до уплаты налогов, вычета начисленных процентов, амортизационных отчислений (EBITDA)

EBITDA = Прибыль до налогообложения за период + Амортизация + Проценты к уплате – Проценты к получению

Наименование показателя	2020	2021	2022
Прибыль до налогообложения за период, тыс. руб.	3 524	40 985	77 640
Амортизация, тыс. руб.	764	865	2 563
Проценты к уплате, тыс. руб.	1 494	1 642	595
Проценты к получению, тыс. руб.	75	0	2 809
Итого EBITDA, тыс. руб.	5 707	43 492	77 989

Показатель EBITDA по итогам 2022 года увеличился в 1,8 раза, а по сравнению с 2020 годом почти в 14 раз.

Процент прибыли до уплаты налогов, расчетов по процентам и амортизационных отчислений (EBITDA margin)

EBITDA margin % = EBITDA/Revenue * 100%

Наименование показателя	2020	2021	2022
EBITDA, тыс. руб.	5 707	43 492	77 989
Revenue, тыс. руб.	1 748 286	1 514 726	3 272 629
Итого EBITDA margin, %	0,32%	2,87%	2,38%

Операционный денежный поток (OCF)

OCF = Оборотные активы – Краткосрочные обязательства + EBITDA

Наименование показателя	2020	2021	2022
Оборотные активы, тыс. руб.	577 478	430 845	795 979
Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	481 946	304 616	609 964
EBITDA, тыс. руб.	5 707	43 492	77 989
Итого OCF, тыс. руб.	101 239	169 721	264 004

Операционный денежный поток имеет положительное значение и вырос с 2020 года в 2,6 раза.

На основании приведенных показателей финансовое положение Эмитента оценивается как устойчивое, с выраженной положительной динамикой и перспективами роста. Для поддержания финансовой платежеспособности Компании на соответствующем уровне руководство осуществляет и планирует осуществлять ряд действий:

- проводятся переговоры с поставщиками товаров для получения приемлемых коммерческих условий с целью обеспечения достаточного уровня товарного запаса.
- руководство планирует продолжать расширять ассортимент реализуемых товаров для привлечения новых покупателей и увеличения объема продаж. В частности, Компания начала продажи детских товаров, включая товары для мам и малышей, и прочей продукции, а также запустила категорию электронной и бытовой техники.
- руководство Компании активно реализовало стратегию по оказанию услуг по содействию в оформлении трансграничных перевозок и развитие продаж по схеме прямых поставок товара из Китая покупателям Компании, что положительно влияет на маржинальность продаж.
- руководство рассматривает укрепление российско-китайских взаимоотношений как возможность для расширения бизнеса, в частности, в настоящий момент ведутся переговоры об открытии логистического центра в Китае, с помощью которого может быть осуществлен как экспорт китайской продукции, так и импорт товаров из России.
- руководством были разработаны меры по оптимизации затрат, включая сокращение расходов на содержание офисных и складских помещений, пересмотр логистических процессов и т.д.

2.3. Структура активов, обязательств, собственного капитала эмитента в динамике за последние 3 года.

Структура активов:

Наименование показателя, тыс. руб.	2020 год		2021 год		2022 год	
I. Внеоборотные активы						
Нематериальные активы	1 727,00	0,30%	1 514,00	0,35%	1 238,00	0,15%
Основные средства	778,00	0,13%	6 233,00	1,42%	4 022,00	0,50%
Отложенные налоговые активы	0	0%	0	0%	3 551,00	0,44%
Итого по разделу I	2 505,00	0,43%	7 747,00	1,77%	8 811,00	1,09%
II. Оборотные активы						
Запасы	17 134,00	2,95%	105 540,00	24,06%	84 503,00	10,50%
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	60,00	0,01%	3,00	0%	12 824,00	1,59%
Дебиторская задолженность	552 870,00	95,33%	296 724,00	67,65%	577 560,00	71,77%
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	198,00	0,03%	198,00	0,05%	0,00	0%
Денежные средства и денежные эквиваленты	7 199,00	1,24%	27 021,00	6,16%	119 762,00	14,88%

Прочие оборотные активы	17,00	0%	1 359,00	0,31%	1 330,00	0,17%
Итого по разделу II	577 478,00	99,57%	430 845,00	98,23%	795 979,00	98,91%
Итого активов	579 983,00	100,00%	438 592,00	100%	804 790,00	100%

Структура собственного капитала:

Наименование показателя, тыс. руб.	2020 год*		2021 год*		2022 год	
III. Капитал и резервы						
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	500,00	-	500,00	-	500,00	0,26%
Добавочный капитал (без переоценки)	97 759,00	-	130 896,00	-	130 896,00	68,59%
Резервный капитал	50,00	-	50,00	-	50,00	0,03%
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	(34 872,00)	-	(4 904,00)	-	59 384,00	31,12%
Итого по разделу III	63 437,00	-	126 542,00	-	190 830,00	100,00%

*Структура капитала за 2020 и за 2021 годы не приводится, поскольку есть непокрытый убыток.

Структура обязательств:

Наименование показателя, тыс. руб.	2020 год		2021 год		2022 год	
IV. Долгосрочные обязательства						
Заемные средства	34 600,00	6,70%	2 527,00	0,81%	0,00	0%
Отложенные налоговые обязательства	0,00	0%	0,00	0%	2 317,00	0,38%
Прочие обязательства	0,00	0%	4 907,00	0%	1 679,00	0,27%
Итого по разделу IV	34 600,00	6,70%	7 434,00	2,38%	3 996,00	0,65%
V. Краткосрочные обязательства						
Заемные средства	1 494,00	0,29%	416,00	0,13%	60 248,00	9,81%
Кредиторская задолженность	480 452,00	93,01%	300 807,00	96,40%	543 957,00	88,60%
Доходы будущих периодов	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%
Оценочные обязательства	0,00	0%	3 393,00	1,09%	5 759,00	0,94%
Итого по разделу V	481 946,00	93,30%	304 616,00	97,62%	609 964,00	99,35%
Итого обязательств	516 546,00	100%	312 050,00	100%	613 960,00	100%

2.4. Кредитная история эмитента за последние 3 года.

<i>Заемодавец</i>	<i>Номер договора</i>	<i>Дата договора</i>	<i>Валюта</i>	<i>Сумма/Лимит по договору в валюте обязательства</i>	<i>Процентная ставка</i>
<i>Серов Михаил Вячеславович</i>	<i>1</i>	<i>21.02.2020</i>	<i>Рубли РФ</i>	<i>30 000 000</i>	<i>6% годовых (займ физ. лица переведен во вклад в имущество материнской компании)</i>
<i>ООО «АВА»</i>	<i>201207-01</i>	<i>07.12.2020</i>	<i>Рубли РФ</i>	<i>1 800 000</i>	<i>0% погашен поставками товаров</i>
<i>ООО «АВА»</i>	<i>201209-01</i>	<i>09.12.2020</i>	<i>Рубли РФ</i>	<i>2 800 000</i>	<i>0% погашен поставками товаров</i>
<i>ИП Попова Светлана Георгиевна</i>	<i>13/09/21-1</i>	<i>13.09.2021</i>	<i>Рубли РФ</i>	<i>908 000</i>	<i>0% погашен поставками товаров</i>
<i>ИП Попова Светлана Георгиевна</i>	<i>11/10/21-5</i>	<i>11.10.2021</i>	<i>Рубли РФ</i>	<i>265 000</i>	<i>0% погашен поставками товаров</i>
<i>ООО КБЭР «Банк Казани»</i>	<i>293/22-ЛЗ-ЮЛ</i>	<i>02.08.2022</i>	<i>Рубли РФ</i>	<i>40 000 000</i>	<i>13% годовых</i>
<i>АО «Альфа-Банк»</i>	<i>05862V</i>	<i>27.10.2022</i>	<i>Рубли РФ</i>	<i>100 000 000</i>	<i>Ключевая ставка Банка России + 3,5% годовых</i>

Просрочек исполнения обязательств по вышеперечисленным договорам не допускалось.

2.5. Основные кредиторы и дебиторы эмитента на последнюю отчетную дату.

<i>Крупнейшие дебиторы Эмитента на 31.03.2023</i>		
<i>Наименование</i>	<i>Вид дебитора</i>	<i>Доля задолженности в общей сумме дебиторской задолженности на 31.03.2023 г.</i>
<i>SICHUAN NEW RISE IMP AND EXP CO., LTD</i>	<i>поставщик товаров</i>	<i>24,61%</i>
<i>KASHI ENTERPRISE SILK ROAD ELECTRONIC COMMERCE CO LTD</i>	<i>поставщик товаров</i>	<i>15,59%</i>
<i>ООО «АЛБТКОМ»</i>	<i>поставщик товаров</i>	<i>11,19%</i>
<i>SHANGHAI RENYUN INTERNATIONAL TRADE CO., LTD</i>	<i>поставщик товаров</i>	<i>6,67%</i>
<i>ООО «КИФА-ТОРГ»</i>	<i>покупатель</i>	<i>6,47%</i>
<i>ООО «ИНТЕК»</i>	<i>поставщик товаров</i>	<i>6,29%</i>
<i>ФЕДЕРАЛЬНАЯ ТАМОЖЕННАЯ СЛУЖБА</i>		<i>3,75%</i>

Guangzhou Dongyanxiamiao Garments CO.,LTD	поставщик товаров	3,41%
ООО «СОГЛАСИЕ 77»	покупатель	2,82%
Beijing Tangren Weiye Commercial&Trade Co., Ltd	поставщик товаров	2,81%
Итого 10 крупнейших дебиторов		83,60%
Всего ДЗ		100,00%

В структуре дебиторской задолженности 77,3% приходится на авансы, выданные поставщикам товаров, а из них 72% приходится на предоплату поставщикам КНР. Авансы поставщикам произведены с целью запуска в производство заказанных товаров в КНР и во избежание убытков от курсовых разниц, а поставщикам РФ с целью резервирования товаров, пользующихся наибольшим спросом у покупателей и фиксирования закупочных цен.

Крупнейшие кредиторы Эмитента на 31.03.2023		
Наименование	Вид кредитора	Доля задолженности в общей сумме кредиторской задолженности на 31.03.2023 г
ZHEJIANG FURUIPU BUILDING MATERIAL IMPORT AND EXPORT CO.,LTD	поставщик товаров	17,33%
ООО «ДЕТСКИЙ ТРЕНД»	покупатель	6,65%
Ходырева Елена Анатольевна ИП	покупатель	5,20%
Комягин Алексей Владимирович ИП	покупатель	3,68%
ООО ГК «ЗАБАВА»	покупатель	3,44%
ООО «Интермода»	покупатель	2,95%
ЗАО «НОВЫЙ ВЕК АГРОТЕХНОЛОГИЙ»	покупатель	2,84%
ООО «АВА»	покупатель	2,81%
Андриященко Анна Александровна ИП	покупатель	2,80%
Костин Данила Владимирович ИП	покупатель	2,76%
Итого 10 крупнейших кредиторов		50,46%
Всего КЗ		100,00%

Наибольший удельный вес в составе кредиторской задолженности имеют авансы, полученные от покупателей -70%. Все авансы покупателей использованы на авансовые платежи поставщикам и авансы на оплату таможенных платежей и пошлин.

На 10 крупнейших кредиторов приходится 50,46% всей задолженности, в том числе 33% составляют авансы, полученные от покупателей.

Просроченная дебиторская и кредиторская задолженность, которая может существенно повлиять на финансовое состояние Эмитента отсутствует.

2.6. Описание судебных процессов (в случае их наличия), в которых участвует эмитент и которые могут существенно повлиять на финансовое состояние эмитента.

Эмитент на текущий момент не участвует в судебных процессах, способных существенно повлиять на его финансовое состояние.

3. Сведения о размещаемых (размещенных) ценных бумагах эмитента и исполнении обязательств по ним:

- 3.1. Основные сведения о размещаемых (размещенных) эмитентом ценных бумагах, в отношении которых составлен инвестиционный меморандум: вид, категория (тип), серия (для облигаций) и иные идентификационные признаки ценных бумаг, количество размещаемых (размещенных) ценных бумаг, номинальная стоимость, сроки размещения, цена размещения или порядок ее определения, условия обеспечения (для облигаций с обеспечением), условия конвертации (для конвертируемых ценных бумаг). Вместо требуемой информации эмитентом может быть приведена ссылка на страницу в сети Интернет, на которой размещен текст решения о выпуске ценных бумаг (программы облигаций и условий выпуска облигаций в рамках программы облигаций) со всеми изменениями к таким документам.

Биржевые облигации процентные неконвертируемые бездокументарные с централизованным учетом прав серии 001P-01, номинальной стоимостью 1 000 (Одна тысяча) российских рублей каждая, со сроком погашения в 1 092 (Одна тысяча девяносто второй) день с даты начала размещения, размещаемые по открытой подписки

Адрес страницы в сети Интернет, на которой размещены эмиссионные документы Эмитента: <https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38593>

- 3.2. Цели эмиссии ценных бумаг и планы по направлению полученных от размещения ценных бумаг денежных средств (указывается при размещении).

Средства, привлеченные в рамках выпуска, будут направлены на продолжение планомерного роста Компании с фокусом на развитие текущих клиентов посредством предоставления отсрочки платежей покупателям (рефинансирование покупателей перед поставщиками).

- 3.3. Источники исполнения обязательств по ценным бумагам.

Источником исполнения обязательств по ценным бумагам, будут являться в большей степени денежные средства, полученные от основной операционной деятельности.

- 3.4. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью эмитента, которые могут влиять на исполнение обязательств по ценным бумагам, включая существующие и потенциальные риски. Политика эмитента в области управления рисками.

Перечень рисков, приведенных в настоящем пункте, отражает точку зрения и собственные оценки Эмитента и в силу этого не является исчерпывающим и единственно возможным, при этом потенциальные инвесторы, прежде чем принимать инвестиционное решение, должны сформировать собственное мнение, не опираясь исключительно на факторы, описанные в настоящем пункте.

В начале 2023 года из-за значительных изменений во внешней конъюнктуре рынка в связи с введения экономических санкций со стороны ЕС и США в отношении РФ, по итогам 2022 года Компанией была пересмотрена Политика управления рисками, которая изначально была введена в 2019 году.

Компания классифицирует риски по влиянию на цели компании как стратегические, операционные и финансовые, и консолидирует информацию о выявленных рисках в сводном реестре рисков.

1) Реестр стратегических рисков.

№	Наименование риска	Описание риска (возможные последствия)	Предварительная оценка рисков на уровне профессионального суждения владельцев
---	--------------------	---	---

			Уровень влияния	Уровень вероятности	Уровень риска
1	Изменение законодательства в РФ и КНР	Успешное функционирование трансграничной платформы цифровой торговли зависит от законодательств и политики государственных учреждений двух стран, включая экспортное и импортное таможенное регулирование, налоговый и таможенный режимы и т.д.	высокий	низкий	средний
2	Ухудшение экономических условий в РФ	Финансовые кризисы, снижение потребительской способности.	высокий	средний	средний
3	Изменение налогового законодательства	Принятие нормативно-правовых актов в сфере налогового учета, например, введение новых налогов и сборов, взносов, создание новых специальных налоговых режимов, отмена льгот и т.п., может привести к существенному увеличению налоговой нагрузки на бизнес.	средний	низкий	средний
4	Риски российской правовой системы: 1) противоречие отдельных законодательных норм, положений и инструкций; 2) отсутствие устоявшейся судебной практики по вопросам, касающимся деятельности Компании; 3) существование ощутимых разрывов в сроках между принятием законов и утверждением нормативных актов и инструкций, разъясняющих их применение на практике; 4) нехватка административного контроля за выполнением принятых изменений в законодательстве	Отсутствие однозначной позиции государства в отношении вопросов, касающихся правового регулирования деятельности Компании, может привести к ошибочному толкованию некоторых нормативно-правовых актов, и повлечь негативные последствия для бизнеса.	низкий	средний	низкий
5	Появление крупного игрока	В отличие от конкуренции со многими игроками, крупный игрок, обладает значительно большими ресурсами и возможностями в конкурентной борьбе (демпинг, агрессивные рекламные кампании и т.д.).	высокий	низкий	средний
6	Недружеское поглощение	В России данный риск является присущим для любого бизнеса, при недружественно поглощении, в отличие от западных стран, это не выкуп акций по завышенной цене, а отъем бизнеса разными способами.	высокий	средний	высокий

7	Неэффективные (ошибочные) решения по стратегическому развитию высшим руководством Компании	Ошибочные стратегические решения по развитию бизнеса могут привести к снижению рентабельности, капитализации, возникновению убытков, потере инвестиционной привлекательности.	высокий	низкий	средний
8	Риски электронной коммерции (как отрасли в целом)	Высокий потенциал и темпы роста электронной коммерции привлекают широкий спектр новых участников рынка. При этом популярность отрасли у инвесторов ужесточает конкуренцию.	низкий	низкий	низкий

2) Реестр операционных рисков.

№	Наименование риска	Описание риска (возможные последствия)	Предварительная оценка рисков на уровне профессионального суждения владельцев		
			Уровень влияния	Уровень вероятности	Уровень риска
1	Утечка кадров	В сфере деятельности Компании существуют высокие барьеры входа – достаточно сложно найти и собрать вместе специалистов действительно высокого уровня, в равной степени владеющих как китайским, так и русским языками, разбирающихся в менталитете и бизнес-культуре двух стран и знающих все нюансы работы в области трансграничной торговли, включая международную электронную коммерцию.	высокий	средний	средний
2	Риск ценовой	Ключевым фактором для успешного функционирования платформы является правильное определение цен на услуги.	высокий	низкий	низкий
3	Отказ в сертификации продукции	Отказ в выдаче сертификата соответствия на импортный товар делает невозможным продажу такого товара на территории РФ.	низкий	низкий	низкий
4	Перебои в работе операционной ИТ-системы	Невозможность оказания услуг клиентам в частичном или полном объеме, может привести к снижению лояльности клиентской базы.	низкий	низкий	низкий
5	Не соответствие ИТ- систем потребностям внутренних и внешних потребителей	Потеря конкурентного преимущества компании, замедление роста.	высокий	низкий	высокий
6	Недоступность данных и(или) сервисов компании; хищение данных, составляющих коммерческую тайну	Недоступность данных или сервисов Компании может парализовать работу как отдельных подразделений, так и Компании в целом. Возможно негативное воздействие на Компанию.	высокий	низкий	высокий
7	Риски, связанные с ухудшением санитарно-эпидемиологической обстановкой	Возможно введение ограничений в виде: запрет и ограничение передвижения, введение режима самоизоляции и ограничение коммерческой деятельности, включая закрытие предприятий. Нарушение логистических цепочек в связи с мировыми ограничениями.	низкий	низкий	низкий

8	Санкционные ограничения на основную деятельность (торговля, логистика)	Частичная или полная остановка деятельности предприятия. В следствии чего возникает неисполнение своих обязательств перед контрагентами, сотрудниками.	средний	низкий	средний
9	Санкционное влияние на отдельные логистические цепочки	Нарушение графиков поставок товара, невыполнение обязательств перед партнерами.	средний	низкий	низкий
10	Риск потери кадров в случае мобилизации	Потеря узкоспециализированных специалистов, затруднение операционной деятельности, приостановка проектов.	низкий	низкий	низкий

3) Реестр финансовых рисков.

№	Наименование риска	Описание риска (возможные последствия)	Предварительная оценка рисков на уровне профессионального суждения владельцев		
			Уровень влияния	Уровень вероятности	Уровень риска
1	Валютный: увеличение стоимости валюты контракта	Стоимость валюты расчета по контрактам имеет прямо пропорциональную зависимость относительно стоимости единицы импортного товара.	высокий	средний	высокий
2	Валютный: существенные колебания стоимости валюты контракта	Дополнительные операционные расходы из-за отрицательной курсовой разницы.	высокий	средний	средний
3	Несвоевременная сдача налоговой отчетности	Несвоевременная сдача налоговой отчетности влечет ответственность в соответствии со ст.119 НК РФ.	низкий	низкий	низкий
4	Несвоевременная сдача бухгалтерской отчетности	За несвоевременное предоставление бухгалтерской отчетности в органы государственной власти предусмотрена налоговая и административная ответственность.	низкий	низкий	низкий
5	Риск ВЭД: повышение импортных пошлин	Увеличение ввозных пошлин окажет прямое влияние на себестоимость единицы импортного товара.	средний	низкий	средний
6	Сотрудничество с поставщиками и - недобросовестными налогоплательщиками (с т.з. ФНС)	При выездной налоговой проверке у ФНС может сформироваться ошибочное мнение о том, что Компания получила необоснованную налоговую выгоду из-за сотрудничества с недобросовестными налогоплательщиками и начислить дополнительные налоговые обязательства.	средний	низкий	средний
7	Штрафные санкции со стороны покупателей из-за нарушения сроков поставки	Претензии покупателей, как по качеству продукции, так и по срокам поставки, компрометируют Компанию, как надежного добросовестного партнера и наносят ущерб деловой репутации. Дополнительные расходы, связанные с удовлетворением претензий, также имеют отрицательное влияние на финансовые результаты.	средний	низкий	средний
8	Претензии со стороны	Претензии покупателей, как по качеству продукции, так и по срокам поставки,	низкий	низкий	низкий

	покупателей по качеству продукции	компрометируют Компанию как надежного добросовестного партнера и наносят ущерб деловой репутации. Дополнительные расходы, связанные с удовлетворением претензий, также имеют отрицательное влияние на финансовые результаты.			
9	Неисполнение покупателем обязательств по оплате	Неспособность/нежелание клиента исполнять обязательства по договору с отсрочкой платежа.	высокий	средний	средний
10	Погодные условия	Потеря спроса на сезонные товары из-за нехарактерных для сезона погодных условий.	средний	средний	средний
11	Неэффективность маркетинговых кампаний	Компания определяет эффективность рекламных кампаний по показателям конверсии, количеству поступивших заказов и количеству уникальных посещений в соотношении к сумме, вложенной в рекламную кампанию.	средний	низкий	средний
12	Санкционные ограничения на валютные транзакции	Неисполнение обязательств перед поставщиками, возникновение риска наложения штрафных санкций, прекращение исполнения контрактов, причинение репутационного ущерба.	средний	низкий	средний
13	Санкционная заморозка международных счетов и активов	Неисполнение обязательств перед поставщиками, наложение штрафных санкций, прекращение исполнения контрактов, причинение репутационного ущерба.	средний	низкий	средний
14	Риск вторичных санкций	Наложение штрафов и запретительных мер, остановка транзакций.	средний	низкий	низкий

В 2022 году сохранялось влияние внешних политических факторов. Руководство Компании оценивало влияние данных факторов на отдельные риски для Общества. Были разработаны меры для минимизации или исключения этого влияния как на отдельные процессы, так и на деятельность Общества в целом.

Наименование риска	Влияние риска	Меры предупреждения, используемые Эмитентом	Оценка риска по уровням	Пояснение
Санкционные ограничения на основную деятельность (торговля, логистика)	Частичная или полная остановка деятельности предприятия, вследствие чего возникает неисполнение своих обязательств перед контрагентами, сотрудниками.	Ведение деятельности Общества только на территориях дружественных стран, что исключает влияние данного риска на всю деятельность Общества в целом. Логистические цепи поставки проходят также только по территориям дружественных стран, что также исключает существенное влияние санкционных ограничений на осуществление доставки грузов между покупателями и поставщиками, за счет этого влияние риска нивелировано.	Уровень влияния - средний, уровень вероятности - низкий, уровень риска - средний	Деятельность компании сосредоточена на территории РФ, мы осуществляем трансграничные поставки товаров из Китая в Россию.
Риск потери кадров в случае мобилизации (новый риск)	Потеря узкоспециализированных специалистов, затруднение операционной деятельности, приостановка проектов.	Процент ключевых сотрудников, в теории подлежащих мобилизации, является несущественным для бесперебойного функционирования компании (менее 3%) и по	Уровень влияния - низкий, уровень вероятности - низкий, уровень риска - низкий	Низкий процент сотрудников в штате, подлежащих мобилизации, позволяет отнести данный вид нового риска

		итогах 2022 года никто из ключевых сотрудников не был призван на службу. Таким образом, влияние риска рассматривается как полностью нивелированное в текущем периоде и максимально сниженное для будущих периодов.		к незначительным - не применимо на отчетный период.
Риск вторичных санкций (новый риск)	Наложение штрафов и запретительных мер, остановка транзакций	Предприятия-партнеры, попавшие в санкционные списки, используются только для деятельности на территории РФ, а для международной деятельности привлечены финансовые партнеры вне санкционного списка, также организация не имеет планов ведения внешнеэкономической деятельности на территориях недружественных государств. Реализацией товаров двойного назначения компания также не занимается. Риск нивелирован.	Уровень влияния - средний, уровень вероятности - низкий, уровень риска - средний	Несмотря на введенные многочисленные пакеты санкций, Компания не подвергается их влиянию из-за удаленности от данных процессов, нет пересекающейся деятельности.
Санкционная заморозка международных счетов и активов	Неисполнения обязательств перед поставщиками, наложение штрафных санкций, прекращение исполнения контрактов, причинение репутационного ущерба.	Открытие дополнительных расчетных счетов (в рублях и юанях) в кредитных организациях, не попавших в санкционный список.	Уровень влияния - средний, уровень вероятности - низкий, уровень риска - средний	В международных расчетах задействованы организации, свободные от санкций, в связи с этим влияние риска не является существенным для Компании.
Изменение стоимости валюты контракта	Негативное влияние на результаты финансово-хозяйственной деятельности Общества вследствие изменения обменных курсов валют.	С целью нивелирования влияния курсовых колебаний доллара, на платформе осуществляются расчеты в национальных валютах (китайские поставщики – в юанях, российские оптовые покупатели – в рублях). Риски полностью отсутствуют из-за 100% предоплаты – отгрузка не начнется, пока не будут получены все средства, сразу после подтверждения от поставщика о наличии товара покупатель получает счет на оплату.	Уровень влияния - высокий, уровень вероятности - средний, уровень риска - высокий	Риск нивелируется по причине 100% предоплаты по стандартным договорам, в договорах с индивидуальными условиями предусмотрена цена в местной валюте с оплатой по курсу ЦБ на день оплаты.
Санкционные ограничения на валютные транзакции (USD)	Неисполнения обязательств перед поставщиками, возникновение риска наложения штрафных санкций, прекращение исполнения контрактов, причинение репутационного ущерба.	Расчеты с контрагентами ведутся в национальных валютах: в российских рублях и китайских юанях, в связи с этим данный риск не оказывает существенного влияния на деятельность Общества.	Уровень влияния - средний, уровень вероятности - низкий, уровень риска - средний	Клиенты платформы (как стороны спроса, так и предложения) расчеты производят в локальной валюте, по принципу участия не в трансграничных сделках, а во внутри-национальных.

По мнению руководства Эмитента санкционные ограничения 2022 года не отразились на деятельности компании. Мы не работали и не работаем с недружественными странами. Деятельность

компания сосредоточена на территории РФ, мы осуществляем трансграничные поставки товаров из Китая в Россию. Расчеты на платформе осуществляются в дружественных национальных валютах. Проблем с трансграничными платежами, логистикой либо поставщиками не возникло.

Также стоит отметить, что торгово-экономические отношения РФ и КНР, как и дипломатические в целом, находятся на самом высоком в истории уровне, и по-прежнему сохраняется значительный потенциал продвижения практического сотрудничества в широком спектре областей. За всю историю РФ и КНР между странами не было экономических санкций. А две страны на мировой арене выступают единым фронтом по многим глобальным вопросам. После начала СВО Китай не поддержал введенные США и ЕС санкции против России и остается крупнейшей мировой державой, которая продолжает и развивает с Россией взаимовыгодное сотрудничество. По данным Главного таможенного управления КНР товарооборот России и Китая в 2022 году вырос на 29,3% до рекордных \$190,27 млрд, обогнав по темпу роста товарооборот КНР и США (+0,6%, \$759,43 млрд).

Таким образом, несмотря на то что санкции ЕС и США влияют на РФ, а взаимные санкции США и КНР, ужесточаемые последние годы и развернутая «торговая война», влияют на рынки обеих стран, Компания не подвергается влиянию данных санкций из-за «удаленности» от данных процессов – нет пересекающейся деятельности. Кроме того, руководство платформы рассматривает макроэкономические изменения в мире и на российском рынке, в частности, как вызовы, которые дают новые возможности для ускорения развития инициатив платформы. В связи со сложившейся обстановкой и уходом с российского рынка целого ряда иностранных компаний, освобождаются ниши, которые необходимо заполнить в ближайшее время. Со своей стороны компания технически полностью готова и обладает всеми необходимыми характеристиками, чтобы посредством разработанной на платформе цифровой торговли механизмов, в полной мере удовлетворять возрастающие потребности граждан страны в разных категориях товаров.

Подводя итоги, несмотря на то, что 2022 год был весьма турбулентным и оказал негативное влияние на многих игроков рынка, для платформы стал весьма благоприятным как с экономической (включая финансовую составляющую), так и с нематериальной (репутационной) точки зрения.

Политика Эмитента в области управления рисками:

Эмитент в своей деятельности использует политику, направленную на минимизацию любых рисков, возникающих при осуществлении основной деятельности, а также на своевременное выявление и предупреждение возможных рисков с целью минимизации потерь. Политика управления рисками формализована и утверждена в компании с 2019 года и периодически обновляется с учетом рабочей необходимости. Администрация компании и, при необходимости привлекаемые руководители подразделений, отвечают за мониторинг, выявление и анализ рисков. Администрация ежегодно представляет на рассмотрение Совету директоров отчет об организации, функционировании и эффективности системы управления рисками. Пересмотр оценки рисков производится на регулярной основе.

3.5. Сведения о лицах, предоставивших обеспечение (поручительство) по размещаемым облигациям эмитента.

Предоставления обеспечения по биржевым облигациям серии 001P-01 не предусмотрено.

3.6. Информация о всех размещенных ранее выпусках облигаций эмитента, с указанием информации об использовании привлеченных средств, поступивших от выпуска(ов) облигаций, а также приводится информация о выпусках облигаций, погашенных в течении последних 5 лет.

Эмитент ранее не размещал выпуски облигаций. Выпуск биржевых облигаций серии 001P-01 является для Эмитента дебютным.

4. Иная информация, указываемая по усмотрению эмитента.

Данный инвестиционный меморандум не может рассматриваться в качестве средства побуждения к действиям любого характера с ценными бумагами Эмитента или компаний, которые упомянуты в настоящем документе.

Ни одно лицо помимо Эмитента не уполномочено предоставлять в связи с размещением облигаций какую-либо информацию или делать какие-либо иные заявления, за исключением информации и заявлений, содержащихся в эмиссионных документах. Если такая информация была предоставлена или такое заявление было сделано, то на них не следует опираться как на информацию или заявления, санкционированные Эмитентом.

Ни одна из российских или иностранных национальных, региональных или местных комиссий по рынку ценных бумаг или какой-либо иной орган, регулирующий порядок совершения операций с ценными бумагами, не давал никаких специальных рекомендаций по поводу приобретения облигаций.

Кроме того, вышеуказанные органы не рассматривали настоящий документ, не подтверждали и не определяли его адекватность или точность.

Эмитент принимает на себя ответственность только за правильное воспроизведение представленной им информации, не принимает на себя иных обязательств, не делает никаких иных заявлений и не предоставляет иных гарантий относительно такой информации. Ни Эмитент, ни другие участники сделки не принимают на себя никаких обязательств по обновлению данных, мнений и выводов, содержащихся в настоящем меморандуме после даты его опубликования.

Ни вручение Инвестиционного меморандума, ни размещение облигаций ни при каких обстоятельствах не подразумевают отсутствия возможности неблагоприятных изменений в состоянии дел Эмитента после даты Инвестиционного меморандума, либо после даты внесения последних изменений и/или дополнений в Инвестиционный меморандум, равно как и то, что любая информация, предоставленная в связи с размещением облигаций, является верной на какую-либо дату, следующую за датой предоставления такой информации или за датой, указанной в документах, содержащих такую информацию, если эта дата отличается от даты предоставления информации.

В связи с тем, что вложения в ценные бумаги российских компаний сопряжены с риском, при принятии инвестиционного решения мы рекомендуем инвесторам самостоятельно определять для себя значимость информации, содержащейся в настоящем Инвестиционном меморандуме, и при рассмотрении возможности приобретения облигаций опираться на исследования и иные проверки, которые могут быть сочтены необходимыми.