

北京点众科技股份有限公司

与

华泰联合证券有限责任公司

关于

北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板
上市申请文件的第三轮审核问询函之回复



点众科技
DIANZHONG TECH

保荐机构（主承销商）



华泰联合证券有限责任公司

HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401）

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 12 月 22 日出具的《关于北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“《问询函》”）的要求，华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合”或“保荐机构”）作为北京点众科技股份有限公司（以下简称“点众科技”、“公司”或“发行人”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），会同发行人及发行人律师国浩律师（北京）事务所（以下简称“发行人律师”）及申报会计师大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。具体回复内容附后，请审核。

1、如无特殊说明，《北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函之回复》（以下简称“本回复”）中使用的简称或名词释义与《北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。

2、本回复中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题：**黑体（加粗）**

对审核问询函所列问题的回复：宋体

对招股说明书的修改、补充：**楷体（加粗）**

3、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

目 录

问题一及回复.....	3
问题二及回复.....	20
问题三及回复.....	25
问题四及回复.....	28
问题五及回复.....	31
问题六及回复.....	56
问题七及回复.....	73

问题一及回复

1. 关于收入和净利润变动。根据审核问询回复，2020年1-6月发行人实现主营业务收入84,106.09万元，主营业务成本66,548.64万元，综合毛利率21.30%，其中数字阅读业务毛利率20.15%、版权运营毛利率58.68%；发生销售费用1,701.80万元、销售费用率较2019年略有下降，研发费用2,667.60万元；营业利润14,081.58万元，营业利润率为16.41%，高于掌阅科技、平治信息、阅文集团和中文在线。

请发行人：

(1) 补充披露2020年1-6月各主要业务收入、成本、毛利率同比变动情况、主要指标变动原因及其合理性，相关变动趋势是否符合行业趋势和同行业公司趋势相一致。

(2) 结合行业发展趋势、发行人及同行业公司收入、成本（包括推广和版权成本）、期间费用情况等，量化分析并补充披露发行人2020年1-6月营业利润率高于同行业可比公司的原因及其合理性、发行人较高的利润率是否可持续，是否存在下滑风险。

(3) 结合最新经营业绩情况，补充披露发行人2020年预计收入和净利润的可实现性、相关预计是否符合实际情况，发行人2020年1-9月和全年业绩是否符合行业发展趋势。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 发行人2020年1-6月和2020年各主要业务收入、成本、毛利变动情况

发行人在招股说明书第八节之“十、经营成果分析”之“(三) 营业毛利和毛利率分析”之“5、2020年1-6月和2020年各主要业务收入、成本、毛利情况”中补充披露如下内容：

发行人2020年1-6月和2020年各主要业务的收入、成本、毛利情况及其同

比变化情况如下：

单位：万元

业务	项目	2020年		2019年	2020年1-6月		2019年1-6月	
		金额	增长率/ 变动	金额	金额	增长率/ 变动	金额	
数字阅读业务	收入	161,876.17	84.72%	87,634.72	82,658.45	234.81%	24,688.30	
	成本	渠道推广成本	101,805.20	73.86%	58,556.70	55,684.77	306.49%	13,698.80
		版权成本	20,555.06	152.31%	8,146.90	8,833.71	223.53%	2,730.39
		职工薪酬	1,327.82	45.32%	913.74	653.48	64.28%	397.79
		IT资源服务费	1,637.89	67.44%	978.20	834.01	95.92%	425.69
		小计	125,325.97	82.70%	68,595.54	66,005.97	282.58%	17,252.66
	毛利	36,550.20	91.97%	19,039.18	16,652.48	123.95%	7,435.64	
毛利率	22.58%	0.85%	21.73%	20.15%	-9.97%	30.12%		
版权运营业务	收入	2,148.51	-33.56%	3,233.68	1,265.94	-13.70%	1,466.92	
	成本	版权成本	983.41	-54.68%	2,169.88	519.56	-1.98%	530.06
		职工薪酬	6.62	29.05%	5.13	3.52	11.39%	3.16
		小计	990.03	-54.48%	2,175.02	523.09	-1.90%	533.22
	毛利	1,158.48	9.43%	1,058.66	742.85	-20.44%	933.7	
毛利率	53.92%	21.18%	32.74%	58.68%	-4.97%	63.65%		
增值服务业务	收入	3,369.59	129.94%	1,465.41	181.70	-85.59%	1,261.16	
	成本	渠道推广成本	3,052.76	43.56%	2,126.42	0.10	-100.00%	2,197.63
		版权成本	84.08	0.57%	83.61	1.46	-98.00%	72.96
		职工薪酬	35.01	6.41%	32.90	16.19	17.32%	13.8
		IT资源服务费	34.09	108.44%	16.36	1.83	-91.59%	21.75
		小计	3,205.94	41.90%	2,259.28	19.58	-99.15%	2,306.14
	毛利	163.65	-120.61%	-793.87	162.12	-115.51%	-1,044.98	
毛利率	4.86%	59.03%	-54.17%	89.22%	172.08%	-82.86%		

(1) 各主要业务的收入变动情况

如上表所示，发行人2020年1-6月数字阅读业务、版权运营业务和增值服务业务收入分别为82,658.45万元、1,265.94万元和181.70万元，各业务较2019年1-6月相比分别增长234.81%、-13.70%和-85.59%，其中数字阅读业务收入实现了较大增长，版权运营业务和增值服务业务收入规模相对较小，版权运营业务收入与2019年1-6月相比略有下降，增值服务业务收入下降较多，主要系发行人西瓜免费小说的推广主要集中在2019年上半年，因为收入不达预期，逐步降低了西瓜免费小说的推广，2020年上半年基本停止了对西瓜免费小说的推广，

导致移动互联网广告收入大幅下降。

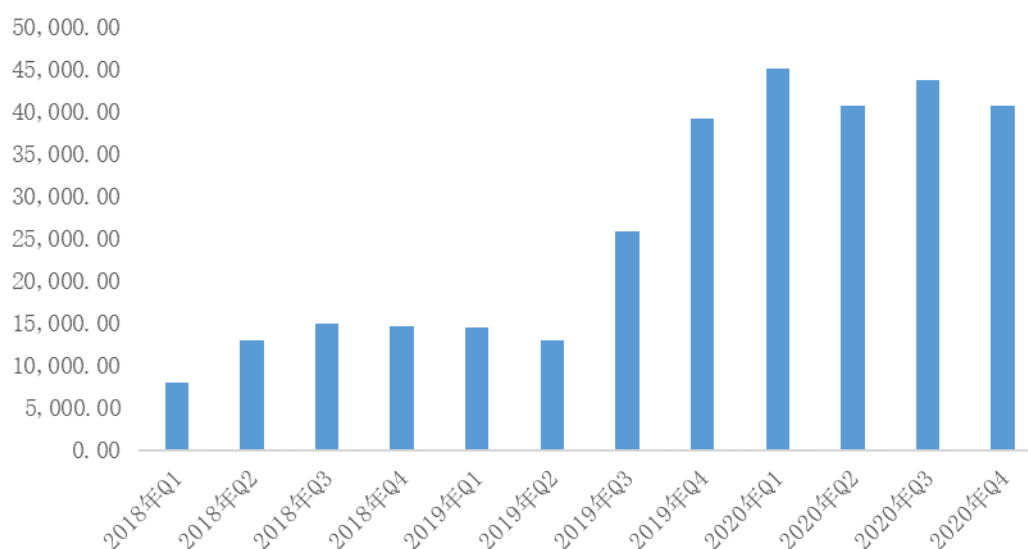
发行人 2020 年数字阅读业务、版权运营业务和增值服务业务收入分别为 161,876.17 万元、2,148.51 万元和 3,369.59 万元，各业务较 2019 年相比分别增长 84.72%、-33.56%和 129.94%，数字阅读业务和版权运营业务的变动情况与 2020 年上半年的同比变动情况相似，2020 年全年的增值服务业务收入较 2019 年有所增长系下半年发行人加大了基于华为阅读和快看小说的移动互联网广告业务发展力度。

数字阅读业务 2020 年上半年和 2020 年收入同比变动增长较多的主要原因如下：

①发行人自 2019 年下半年开始进一步加大推广投入，用户规模快速增长，2020 年上半年和全年的业绩是 2019 年下半年业绩增长的延续

发行人的主营业务收入以数字阅读业务收入为主，2020 年 1-6 月和 2020 年，数字阅读业务收入占主营业务收入的比例为 98.28%和 96.70%，因此，发行人主营业务收入的变动主要受数字阅读业务收入变动的影响，如下图所示，从 2019 年第三季度开始，发行人的营业收入出现较大幅度的增长，2020 年上半年和全年的营业收入较高是 2019 年下半年业绩增长的延续。

发行人分季度营业收入（万元）



2019 年第三季度开始，发行人借助信息流渠道（尤其是今日头条和抖音）

的快速发展，用头部作品通过客户端和快应用发展用户（尤其是下沉用户），持续加大信息流渠道推广的力度。2019 年上半年，发行人的渠道推广成本为 15,896.44 万元，2019 年下半年为 44,786.68 万元，较上半年增长 181.74%，推广投入的大幅增加，带来了用户规模和用户质量得到进一步提升，从而带动了数字阅读业务收入的快速增长，2019 年上半年，发行人移动阅读 APP 的充值用户数为 225.68 万人，而 2019 年全年的充值用户数为 810.76 万人。因此，相比 2019 年上半年，截至 2019 年末，发行人的用户规模已大幅增长，基于该用户规模基础，2020 年 1-6 月和 2020 年的数字阅读业务收入同比有所增长。

②发行人在 2020 年上半年和全年的渠道推广力度进一步加大

如上文所述，发行人在 2019 年下半年加大了在信息流渠道的推广力度，营业收入也保持了较快的增长，2020 年上半年，发行人延续该策略，进一步加大渠道推广力度，当期发行人的渠道推广成本为 55,684.87 万元，较 2019 年下半年增长 24.33%，较 2019 年上半年增长 250.30%；2020 年全年的渠道推广成本为 104,857.96 万元，较 2019 年全年增长 72.80%，渠道推广力度的加大带来了数字阅读业务收入的增长。

③因疫情影响，用户的阅读消费有所增加

如上文所示，发行人 2020 年第一季度的收入较高，主要系因疫情影响，数字阅读用户的阅读消费有所增加，随着复工复产，2020 年第二季度的收入有所下降，整体而言，因疫情影响，用户的阅读时间、消费金额均有所增长，导致 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的收入有所增长。

④发行人的发展策略以及积累的运营经验支撑了业绩的增长

随着数字阅读行业外部生态环境的快速变化，发行人采用内容发展用户的战略抓住了两次关键的发展用户（尤其是下沉用户）的机会，从而保持了业务高速增长。第一次为随着微信生态的快速发展，发行人用头部作品通过 H5 网站发展用户。2017 年至 2018 年，随着微信生态的发展，尤其是微信公众号的快速发展，依托 H5 网站的运营经验和头部作品，发行人自有 H5 网站业务和运营支撑业务快速崛起，进一步吸引了更多的头部作品内容提供商和签约作者，为 2019 年、2020 年 1-6 月和 2020 年全年的业务高速增长奠定了坚实的基础。该业务模式主

要通过头部作品在微信生态发展用户（尤其是下沉用户），发行人也因此积累了丰富的运营经验以及头部作品的引入、筛选和生产经验；第二次如上文所述，借助信息流渠道（尤其是今日头条和抖音）的快速发展，用头部作品通过客户端和快应用发展用户（尤其是下沉用户）。相关发展策略以及积累的运营经验支撑了2020年上半年和**2020年全年**的业绩增长。

⑤因快乐农夫的推广力度较大以及疫情影响，运营支撑服务收入有所增长

对于发行人数字阅读业务下的运营支撑服务，2019年1-6月的收入为2,287.22万元，2020年1-6月的收入为9,044.60万元，**2019年全年的收入为10,347.31万元，2020年全年的收入为16,788.19万元**，运营支撑服务收入的快速增长一方面因疫情影响，用户的阅读消费有所增加，另一方面，快乐农夫自2019年下半年起也加大了在信息流渠道的推广力度，带来了业务规模的增长，2020年1-6月和**2020年全年**，快乐农夫的渠道推广力度进一步加大，导致当期发行人的运营支撑服务收入有所增长。

除上述主要原因外，行业外部利好因素以及内部投入的不断增加也促进了发行人2020年上半年和**2020年全年**数字阅读业务收入的增长。外部利好因素具体为国民阅读习惯的逐渐养成、移动阅读用户付费习惯的逐渐养成、数字阅读市场规模的不断增长，在内部投入方面，发行人在数字阅读相关产品和技术方面的积累与投入不断增加、精细化运营能力不断提升、版权内容不断丰富、推广效率和力度持续提高。

综上，发行人2020年1-6月和**2020年全年**各类业务的收入变动具有合理性。

(2) 各主要业务的成本变动情况

对于发行人的数字阅读业务，2020年1-6月的成本为66,005.97万元，较2019年1-6月增长282.58%，**2020年的成本为125,325.97万元，较2019年全年增长82.70%**，增长幅度较大，主要系发行人的渠道推广成本和版权成本大幅增长所致，其中**2020年1-6月的渠道推广成本和版权成本较2019年1-6月分别增长306.49%和223.53%，2020年全年的渠道推广成本和版权成本较2019年全年分别增长73.86%和152.31%**。渠道推广成本的增长主要是发行人自2019年三季度开始抓住信息流渠道发展的机会，持续加大渠道推广力度，因此带来了用户规模

的增长，进而带动了收入规模的增长，而发行人的版权采购中又以分成版权采购为主，收入规模的增长，又导致了版权成本的增长。数字阅读业务的成本变动与收入变动整体具有匹配性。

对于发行人的版权运营业务，2020年1-6月的成本为523.09万元，较2019年1-6月减少1.90%，降幅小于营业收入的降幅，主要系当期进行版权运营业务的成本主要为版权成本，因相关作品除了用于版权运营业务之外，还用于发行人的数字阅读业务，版权运营业务的版权成本按照相应作品在两类业务形成的收入占比进行拆分，因不同作品在版权运营业务产生收入和数字阅读业务产生收入的占比出现变化，导致版权运营业务中的版权成本降幅小于营业收入降幅。2020年全年的成本为999.03万元，较2019年全年下降54.48%，降幅大于营业收入的降幅，亦是由于下半年用于版权运营作品产生收入与其在数字阅读业务中产生的收入比例发生变化所致。

对于发行人的增值服务业务，2020年1-6月的成本为19.58万元，较2019年1-6月减少99.15%。增值服务以移动互联网广告业务为主，主要来源于西瓜免费小说产品，发行人2020年1-6月基本停止了对西瓜免费小说的推广，导致当期增值服务的成本大幅减少，当期渠道推广成本仅为0.10万元，2019年1-6月为2,197.63万元，亦因基本停止了对西瓜免费小说的推广，当期增值服务业务收入大幅下降，成本的变动与收入的变动整体具有匹配性。2020年全年的成本为3,205.94万元，较2019年全年增长41.90%，主要系下半年发行人加大了基于华为阅读和快看小说的移动互联网广告业务发展力度。

综上，发行人2020年1-6月和2020年全年各类业务的成本变动具有合理性。

（3）各主要业务的毛利及毛利率变动情况

对于发行人的数字阅读业务，2020年1-6月的毛利为16,652.48万元，较2019年1-6月增长123.95%，2020年全年的毛利为36,550.20万元，较2019年全年增长91.97%，毛利的大幅增长主要系数字阅读业务收入规模大幅增长，具体原因参见上文。2020年1-6月数字阅读业务的毛利率为20.15%，较2019年1-6月变动-9.97%，但与2019年全年的毛利率21.73%以及2020年全年的毛利率22.58%相比，不存在显著差异。

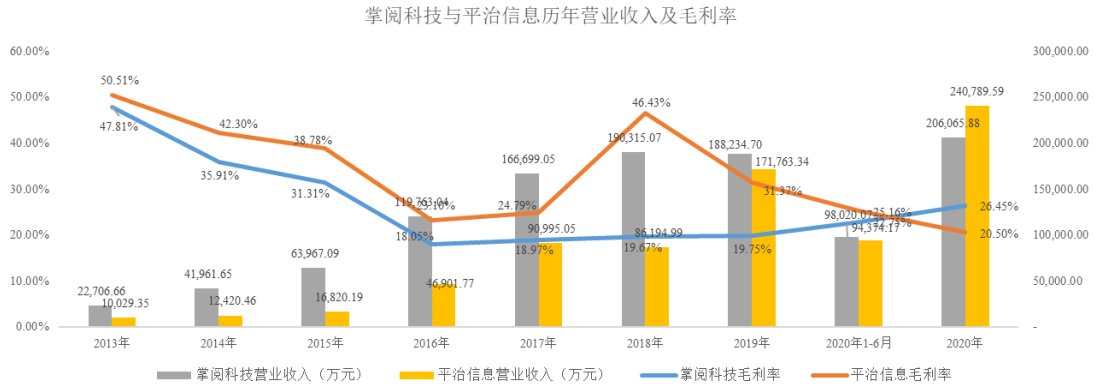
对于发行人的版权运营业务，2020年1-6月的毛利为742.85万元，较2019年1-6月下降20.44%，2020年全年的毛利为1,158.48万元，较2019年全年增长9.43%，发行人版权运营业务的毛利规模整体较小，2020年上半年和全年的版权运营业务收入均同比下降，上半年毛利下降而下半年毛利上涨主要如上文所述，因进行版权运营的不同作品在版权运营业务产生收入和数字阅读业务产生收入的占比出现变化，导致版权运营业务分摊的版权成本出现波动所致。2020年1-6月版权运营业务毛利率为58.68%，较2019年1-6月变动-4.97%，2020年全年的毛利率为53.92%，较2019年增长21.18%，相关变动原因与毛利变动原因相同。

对于发行人的增值服务业务，2020年1-6月的毛利为162.12万元、毛利率为89.22%，2019年1-6月的毛利为-1,044.98万元、毛利率为-82.86%，2019年1-6月的毛利和毛利率为负主要系当期对西瓜免费小说的推广力度较大，2020年1-6月基本停止了对西瓜免费小说的推广，由于仍有少量留存用户使用产品，实现了盈利，但收入规模以及毛利均较小。2020年下半年，发行人加大了基于华为阅读和快看小说的移动互联网广告业务发展力度，导致2020年全年的毛利为163.65万元，毛利率为4.86%。

发行人2020年的综合毛利率为22.89%，2019年和2020年1-6月的综合毛利率为20.91%和21.30%，因此，发行人的综合毛利率目前呈现企稳的趋势。该变动系行业特性所致，数字阅读行业企业随着业务规模的逐步提升，因渠道推广和版权采购的投入逐步加大，综合毛利率也会逐步降低到一个水平并保持稳定，如下图所示，掌阅科技的综合毛利率¹从2013年的47.81%降低到2016年的18.05%，2017至2019年的毛利率分别为18.97%、19.67%和19.75%，与2016年无显著差异，2020年1-6月的毛利率上涨至22.75%，2020年全年进一步上涨至26.45%；平治信息的综合毛利率从2013年的50.51%降低到2016年的23.10%，2017年毛利率为24.79%，发行人2020年1-6月的综合毛利率21.30%与2019年1-6月的26.72%相比有所下降，但与2019年全年的20.91%相比已呈现稳定趋势，2020年全年的毛利率22.89%较2019年略有上涨，整个报告期内的毛利率变动

¹ 注：发行人及平治信息的渠道推广成本在营业成本进行核算，掌阅科技的渠道推广成本在销售费用进行核算，为使三家的综合毛利率具有可比性，掌阅科技此处的综合毛利率计算包含了销售费用中的渠道推广成本。

也呈现先下降后企稳的趋势，符合发行人所处规模数字阅读企业综合毛利率变动规律。



综上，发行人2020年1-6月和2020年全年各类业务的毛利和毛利率变动具有合理性。

(4) 与同行业可比公司的对比情况

发行人的同行业可比上市公司有掌阅科技、平治信息、阅文集团和中文在线，各可比公司中仅有阅文集团和平治信息在2019年半年报和2020年半年报中披露了细分业务的收入、成本和毛利情况，故主要将发行人的情况与阅文集团和平治信息进行对比，具体如下：

单位：万元

公司	业务	项目	2020年		2019年	2020年1-6月		2019年1-6月
			金额	增长率/变动	金额	金额	增长率/变动	金额
阅文集团	在线业务	收入	493,218.40	32.93%	371,041.80	249,540.50	50.10%	166,248.10
		成本	235,461.90	47.11%	160,061.00	114,624.70	62.97%	70,332.90
		毛利	257,756.50	22.17%	210,980.80	134,915.80	40.66%	95,915.20
		毛利率	52.26%	-4.60%	56.86%	54.07%	-3.63%	57.69%
	版权运营及其他	收入	359,351.70	-22.51%	463,734.90	76,480.10	-41.55%	130,847.00
		成本	193,700.60	-36.60%	305,513.40	38,264.70	-40.81%	64,647.20
		毛利	165,651.10	4.70%	158,221.50	38,215.40	-42.27%	66,199.80
		毛利率	46.10%	11.98%	34.12%	49.97%	-0.63%	50.59%
平治信息	移动阅读平台	收入	83,177.76	25.52%	66,265.28	36,395.55	26.43%	28,787.00
		成本	51,767.00	70.31%	30,395.06	19,605.61	120.26%	8,900.99
		毛利	31,410.76	-12.43%	35,870.22	16,789.94	-15.57%	19,886.01
		毛利率	37.76%	-16.37%	54.13%	46.13%	-22.95%	69.08%

智慧家庭业务	收入	144,393.95	44.66%	99,816.68	56,556.93	-18.25%	69,185.25
	成本	129,092.31	55.44%	83,048.04	49,484.73	-16.00%	58,913.56
	毛利	15,301.64	-8.75%	16,768.65	7,072.19	-31.15%	10,271.69
	毛利率	10.60%	-6.20%	16.80%	12.50%	-2.34%	14.85%

如上表所示，阅文集团 2020 年 1-6 月和 2020 年全年版权运营及其他业务收入同比均有所下降，与发行人的版权运营业务变动情况类似。

单位：万元

公司	项目	业务	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
			金额	增长率/变动	金额
阅文集团	在线业务收入	我们自有平台产品	198,974.80	101.93%	98,534.10
		腾讯产品自营渠道	32,426.60	-24.83%	43,137.10
		第三方平台	18,139.10	-26.19%	24,576.90
		合计	249,540.50	50.10%	166,248.10
公司	项目	业务	2020 年		2019 年
			金额	增长率/变动	金额
阅文集团	在线业务收入	我们自有平台产品	390,344.70	60.96%	242,514.20
		腾讯产品自营渠道	68,180.50	-18.45%	83,602.70
		第三方平台	34,693.20	-22.78%	44,924.90
		合计	493,218.40	32.93%	371,041.80

此外，如上表所示，阅文集团的在线业务收入 2020 年 1-6 月和 2020 年全年同比实现 50.10%和 32.93%的增长，其中自有平台产品收入同比实现 101.93%和 60.96%的增长，根据其披露信息，主要系其分销渠道扩展以及用户的付费意愿有所增加所致。阅文集团自有平台产品下的分销渠道扩展与发行人通过信息流渠道进行推广类似，通过该方式，阅文集团的自有平台产品收入实现了快速增长，发行人数字阅读业务的增速高于阅文集团主要系所处业务规模阶段不同，发行人的业务规模小于阅文集团，基数相对较小，业务增速相对较高，因此发行人的数字阅读业务收入的高速增长具有一定的合理性。随着业务规模的增长，阅文集团在线业务的成本和毛利也随之增长，其毛利率高于发行人，主要系其部分渠道推广成本在销售费用核算所致。

平治信息 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的移动平台收入分别同比上涨了 26.43%和 25.52%，也实现了一定增长，增速小于发行人和阅文集团，主要系平治信息主要发展 H5 网站数字阅读业务，随着发行人运营支撑服务合作伙伴快乐

农夫和阅文集团在 H5 网站数字阅读领域推广投入的增加,市场的竞争有所加剧,故毛利率有所下滑,但整体仍高于发行人,主要系平治信息 2018 年收购郑州麦睿登和杭州有书后,其大力发展 CPS 分销业务,根据平治信息的公开信息,该业务下,其按照合同规定的比例收取相关的技术服务费和资源支持费,根据充值款项的约定分成比例确认收入,一般分成 10%,因此该业务为按照扣除渠道成本的净额确认收入,故其毛利率较高。

掌阅科技和中文在线因未披露 2020 年 1-6 月不同业务类型的收入和成本情况,故对其整体收入、成本、毛利和毛利率情况分析如下:

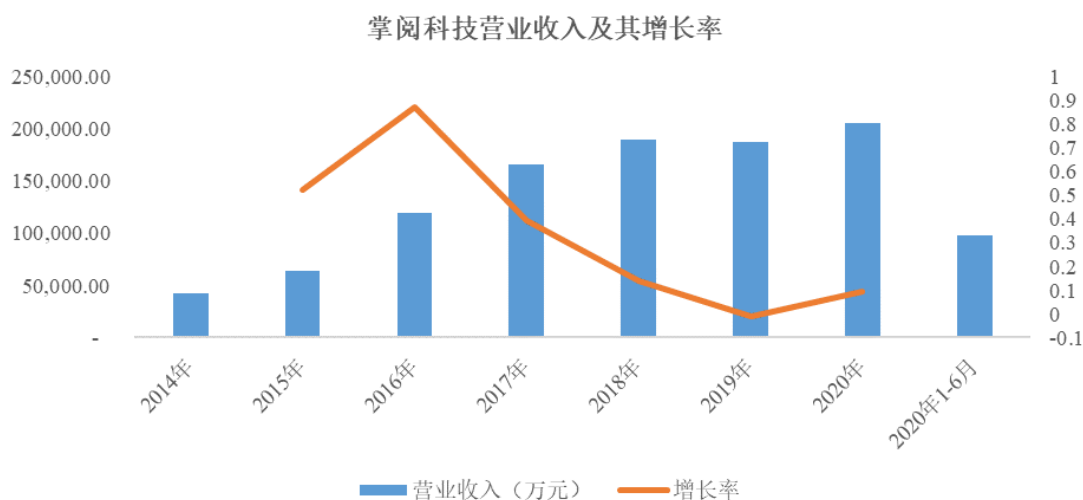
单位:万元

公司	项目	2020 年		2019 年	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
		金额	增长率/ 变动	金额	金额	增长率/ 变动	金额
掌阅科技	营业收入	206,065.88	9.47%	188,234.70	98,020.07	8.96%	89,962.43
	营业成本	111,391.34	-5.20%	117,497.13	53,680.57	-8.72%	58,810.20
	毛利	94,674.54	33.84%	70,737.57	44,339.50	42.33%	31,152.22
	毛利率	45.94%	8.36%	37.58%	45.24%	10.61%	34.63%
中文在线	营业收入	97,590.13	38.35%	70,537.70	41,496.17	21.16%	34,249.44
	营业成本	36,417.29	-7.62%	39,421.08	13,341.50	-30.63%	19,232.83
	毛利	61,172.83	96.59%	31,116.63	28,154.67	87.49%	15,016.60
	毛利率	62.68%	18.57%	44.11%	67.85%	24.00%	43.84%

如上表所示,中文在线 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的营业收入同比分别增长 21.16%和 38.35%,增速与其他可比公司以及发行人均存在一定差异,主要系其收入以版权业务收入为主,该类业务的增速与付费阅读业务的增速有所差异。

掌阅科技 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的营业收入同比分别增长 8.96%和 9.47%,增速相对较小,主要有三方面原因:第一,对于数字阅读企业,其业务规模的增速与发展阶段相关,如下图所示,掌阅科技在 2014 年至 2017 年的业务规模与发行人规模相当,在该期间内其营业收入保持高速增长;第二,掌阅科技主要通过内置手机预装渠道发展用户,根据国际数据公司(IDC)数据,2019 年中国智能手机市场出货量同比下滑 7.5%,手机出货量的下降会对掌阅科技的用户增长产生不利影响;第三,掌阅科技主要发展 APP 产品,根据公开信息查询,其将较多内容授权给了百度,此外,还将约 2 万本出版物授权给趣头条旗下

免费阅读产品米读，同时受数字阅读行业免费阅读 APP 兴起的影响，其付费阅读业务受到影响。基于上述原因，掌阅科技的营业收入增速相对较小。



综上，因可比公司在业务规模、业务结构、产品结构、推广方式等方面存在一定差异，各公司的收入的变动上也存在一定的差异，其中，阅文集团 2020 年 1-6 月和 2020 年全年在推广模式上与发行人较为类似，其收入亦实现了高速增长，整体而言，发行人 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的收入、成本、毛利及毛利率同比变动具有合理性。

（二）发行人 2020 年 1-6 月和 2020 年营业利润率较高的原因

发行人在招股说明书第八节之“十、经营成果分析”之“(四) 利润表其他项目分析”之“10、营业利润”中补充披露如下内容：

发行人与可比公司在 2020 年 1-6 月和 2020 年的营业收入、营业成本、期间费用和营业利润及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月										
项目	掌阅科技		平治信息		阅文集团		中文在线		发行人	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	98,020.07	100.00%	94,374.17	100.00%	326,020.60	100.00%	41,496.17	100.00%	85,786.09	100.00%
营业成本	53,680.57	54.76%	70,631.64	74.84%	152,889.40	46.90%	13,341.50	32.15%	67,509.75	78.70%
期间费用	33,916.11	34.60%	8,512.36	9.02%	155,888.10	47.82%	27,834.80	67.08%	5,241.44	6.11%

营业利润	12,308.31	12.56%	14,595.63	15.47%	10,450.70	3.21%	3,134.69	7.55%	14,081.58	16.41%
渠道推广成本	-	-	-	-	164,711.20	50.52%	-	-	55,684.87	64.91%
版权成本	-	-	-	-	58,360.80	17.90%	-	-	9,354.73	10.90%
2020年										
项目	掌阅科技		平治信息		阅文集团		中文在线		发行人	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	206,065.88	100.00%	240,789.59	100.00%	852,570.10	100.00%	97,590.13	100.00%	170,050.04	100.00%
营业成本	111,391.34	54.06%	191,420.19	79.50%	429,162.50	50.34%	36,417.29	37.32%	131,129.06	77.11%
期间费用	68,671.34	33.32%	17,440.54	7.24%	325,563.80	38.19%	64,055.78	65.64%	12,149.55	7.14%
营业利润	30,096.60	14.61%	27,488.77	11.42%	85,401.20	10.02%	5,838.38	5.98%	29,146.04	17.14%
渠道推广成本	85,484.71	41.48%	44,050.96	18.29%	321,084.00	37.66%	16,289.15	16.69%	104,857.96	61.66%
版权成本	21,680.47	10.52%	4,082.59	1.70%	146,450.60	17.18%	3,599.49	3.69%	21,622.55	12.72%

注：平治信息和中文在线 2020 年 1-6 月未披露渠道推广成本和版权成本数据，平治信息 2020 年的渠道推广成本和版权成本来源于营业成本中的互联网和相关服务行业中的推广和版权金额，中文在线 2020 年的渠道推广成本和版权成本来源于营业成本中文化行业的渠道成本和版税成本金额；掌阅科技 2020 年 1-6 月未披露版权成本数据，掌阅科技 CPS 模式的渠道推广成本计入营业成本，非 CPS 模式计入销售费用，因其未披露营业成本构成明细，故无法获取完整的渠道推广成本，当期计入销售费用的推广费为 22,035.52 万元，占营业收入的比例为 22.48%，2020 年的渠道推广成本为销售费用中的推广费和营业成本中的渠道成本金额之和，版权成本来源于营业成本中的数字阅读平台和版权产品的版权成本之和；阅文集团渠道推广成本为其披露的推广及广告开支和平台分销成本之和。

如上表所示，掌阅科技、平治信息、阅文集团、中文在线和发行人 2020 年 1-6 月的营业利润率分别为 12.56%、15.47%、3.21%、7.55% 和 16.41%，2020 年全年的营业利润率分别为 14.61%、11.42%、10.02%、5.98% 和 17.14%，各公司的营业利润率存在一定差异，主要系各公司在业务规模、业务结构、产品结构、推广方式等方面存在差异。发行人 2020 年 1-6 月的营业利润率与平治信息不存在显著差异。

发行人 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的营业利润率略高于掌阅科技，系掌阅科技的渠道成本中以 CPS 模式结算的占比快速提高，主要为与华为、OPPO、VIVO 和三星等手机厂商的预装，如下表所示，2016 年 CPS 模式渠道成本占营业收入的比例由 2015 年的 22.57% 增长至 2016 年的 33.67%，导致其 2016 年的营业利润率下降较多。而发行人的渠道成本中目前手机厂商预装占比较低，仍以非 CPS 模式为主，故发行人的营业利润率略高于掌阅科技。

单位：万元

掌阅科技	2014年	2015年	2016年
------	-------	-------	-------

CPS模式渠道成本	10,057.72	14,436.57	40,327.80
占营业收入的比例	23.97%	22.57%	33.67%

注：掌阅科技未披露 2016 年之后的 CPS 模式渠道成本。

中文在线 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的营业利润率分别为 7.55% 和 5.98%，远低于掌阅科技、平治信息和发行人，主要系其业务结构以版权运营业务为主，与可比公司存在一定差异。

阅文集团 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的营业利润率分别为 3.21% 和 10.02%，2020 年上半年的营业利润率远低于同行业可比公司，主要系阅文集团收购的新丽传媒主要从事电视剧、网络剧及电影制作发行，因疫情影响以及行业环境变化，2020 年 1-6 月净亏损 0.97 亿元，对阅文集团的盈利能力产生不利影响。此外，阅文集团的版权成本相对较高，根据阅文集团披露数据，截至 2019 年末，其拥有的数字内容数量为 1,220.00 万册，对比掌阅科技截至 2020 年 6 月末为 50.00 万册，因此其版权成本的占比较高，2020 年 1-6 月，其版权成本占营业收入的比例为 17.90%，上述原因导致阅文集团的营业利润率整体偏低。阅文集团 2020 年全年的营业利润率亦低于同行业可比公司，具体原因与上半年类似，但全年的营业利润率较上半年大幅增长，主要系阅文集团全年的渠道推广成本占营业收入的比例有所下降，上半年渠道推广成本的占比为 50.52%，全年的占比为 37.66%。

综上，发行人 2020 年 1-6 月和 2020 年全年的营业利润率高于同行业可比公司具有合理性。

若参考同行业可比公司掌阅科技过往历史期间的营业利润率，其 2013 年和 2014 年的营业利润率分别为 27.24% 和 16.39%，2015 年为 6.34%，降幅较大主要系当年存在 3,811.15 万元的股份支付所致，如不考虑股份支付，当年营业利润率为 12.29%，掌阅科技的营业利润率 2016 年至 2019 年维持在 6%-8% 左右。因此，发行人也存在随着业务规模增长，因渠道推广成本和版权成本增长导致营业利润率下降后企稳的可能，发行人已在招股说明书“重大事项提醒”中进行了风险提示。具体如下：

“（二）毛利率水平及业绩增速下滑的风险

报告期内，公司净利润分别为 8,149.83 万元、11,924.95 万元和 **27,408.17 万元**，2019 年和 **2020 年** 的净利润增速分别为 46.32% 和 **129.84%**，实现了高水平的业绩增长，体现出公司作为新兴企业在业务扩张阶段的上升势头。公司报告期内的综合毛利率分别为 26.64%、20.91% 和 **22.89%**，**2019 年较 2018 年有所下降**，系公司为了巩固竞争优势、提升行业地位，加大了渠道推广力度和版权的采购力度所致。2020 年的毛利率与 2019 年相比不存在显著差异，公司毛利率趋于稳定。

随着数字阅读行业逐渐成熟、市场格局逐步成型，各数字阅读企业对优质资源的竞争亦将加剧，渠道推广成本、版权采购成本等可能进一步攀升。公司以构建优质内容储备作为未来发展战略，势必加大版权投入，版权采购成本上升将导致毛利率下滑，进而影响公司的持续盈利能力。此外，考虑到互联网行业日渐提升的渠道推广成本，如公司未能实现更为精准化的投放、实现转化率及用户留存率的提升，则更高的渠道推广投入亦可能对业绩增速产生一定的不利影响。

（三）渠道推广成本上升的风险

随着我国互联网行业格局成型，流量红利效应减退，供需关系的新一轮博弈推动流量价格攀升，致使数字阅读服务提供商普遍面临更高的边际获客成本。在流量成本高企、行业竞争加剧的大趋势下，公司为实现更为广泛的用户群体渗透，将面临更高的渠道推广成本投入，可能对公司的整体盈利水平造成影响。

此外，随着流量的成本趋高，给公司对存量用户的价值挖掘带来更高挑战，对公司深耕精细化运营、进一步提高付费转化率、提升用户留存、拓展用户生命周期价值的的能力提出更高要求。若对于存量用户的价值挖掘未能实现预期效果，公司业绩增长将更多由增量用户贡献，较高的渠道推广成本将为公司的营收规模及盈利能力带来一定的负面影响。

（四）版权采购成本上升的风险

近年来，公司和诸多版权机构及作者建立了长期合作关系，为公司自有书库阅读业务的发展提供了有力支持。但考虑到数字阅读市场竞争日趋激烈、版权价格整体上行的行业背景，为保障阅读内容的稳定持续供给，公司需储备更为丰富、优质的数字内容，以提升企业核心竞争力并进一步实现对产业链关键环节的全覆盖。

版权质量方面，优质版权具有生命周期长、增值空间广阔等特点，并有利于提升用户黏性，其亦成为数字阅读服务提供商争相持有的优质资产。因此，在市场供需关系中，优质版权持有方拥有较强的议价能力，致使优质数字版权的价格近年来整体呈现明显上升的趋势。

综上，随着公司加大对优质版权的采购力度，未来存在版权成本上升，进而对公司主营业务毛利水平和整体盈利能力产生不利影响的风险。”

（三）发行人 2020 年预计收入和净利润情况

发行人此前在招股说明书之“重大事项提示”之“三、财务报告审计截止日至招股说明书签署日之间的财务信息和经营状况”之“(二) 2020 年经营业绩预估信息”中补充披露如下内容：

根据发行人管理层初步测算，公司 2020 年度营业收入预计约为 17 亿元（截至 2020 年 11 月底，公司实现营业收入 15.68 亿元），较上年同期增长约 98.17%；预计 2020 年度归属于母公司股东的净利润约为 2.7 亿元（截至 2020 年 11 月底，公司实现净利润 2.63 亿元），较上年同期增长约 126.42%；预计 2020 年度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润约为 2.5 亿元，较上年同期增长约 124.76%。因发行人持续加大推广投入带来用户规模的增长、疫情期间用户的阅读消费有所增加等原因，发行人 2020 年度营业收入和净利润预计将实现增长，相关预计为发行人管理层基于截至 2020 年 12 月下旬的经营情况做出的预测，具有可实现性，相关预计符合实际情况。

发行人 2020 年 1-6 月的业绩增长原因参见本招股说明书第八节之“十、经营成果分析”之“(三) 营业毛利和毛利率分析”之“5、2020 年 1-6 月各主要业务收入、成本、毛利情况”，基于和同行业可比公司的对比分析，发行人上半年的业绩增长具有合理性，符合行业发展趋势，2020 年下半年，发行人延续此前发展策略，业绩预计将进一步增长，发行人认为相关变动符合行业发展趋势。

上述 2020 年度业绩情况系公司初步预计数据，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

根据发行人会计师出具的《审计报告》(大华审字[2021]001138号), 发行人 2020 年的实际经营业绩如下:

单位: 万元

项目	2020 年		2019 年
	金额	增长率	金额
营业收入	170,050.04	84.17%	92,333.81
营业成本	131,129.06	79.56%	73,029.84
营业利润	29,146.04	124.60%	12,977.13
利润总额	29,146.42	125.61%	12,919.04
净利润	27,408.17	129.84%	11,924.95

发行人 2020 年实现营业收入 170,050.04 万元, 较 2019 年增长 84.17%, 实现净利润 27,401.56 万元, 较 2019 年增长 129.78%, 扣除非经常性损益后的归属于发行人股东的净利润为 25,916.35 万元, 较 2019 年增长 133.00%, 与前述预测情况不存在显著差异。

(四) 中介机构核查意见

对于前述事项, 中介机构查询了同行业可比公司公开披露信息、行业研究报告, 结合相关资料对发行人 2020 年上半年的收入、成本、毛利、毛利率、营业利润、营业利润率等指标的变动进行了分析; 查阅了公司 2020 年 1-9 月的审阅报告、公司管理层出具的 2020 年全年经营业绩预计说明、**发行人 2020 年审计报告**。

经核查, 中介机构认为: (1) 因可比公司在业务规模、业务结构、产品结构、推广方式等方面存在一定差异, 各公司的收入的变动上也存在一定的差异, 其中, 阅文集团 2020 年 1-6 月在推广模式上与发行人较为类似, 其收入亦实现了高速增长, 整体而言, 发行人 2020 年 1-6 月的收入、成本、毛利及毛利率同比变动具有合理性; (2) 发行人 2020 年 1-6 月营业利润率高于同行业可比公司具有合理性, 根据同行业可比公司过往发展经验, 随着规模的增长, 利润率水平呈现先下降后企稳的特征, 随着发行人业务规模的增长, 利润率存在下滑的可能, 发行人已进行风险提示; (3) 发行人 2020 年预计收入和净利润将进一步增长, 具有

可实现性、相关预计符合实际情况，发行人 2020 年 1-9 月和全年业绩符合行业发展趋势；(4) 发行人 2020 年全年业绩实际实现情况与前期预测情况相符。

问题二及回复

2. 关于运营支撑业务。申报材料和审核问询回复显示，2020年1-6月，发行人运营支撑业务收入9,044.60万元，2019年发行人运营支撑业务收入为10,347.31万元；2020年1-6月快乐农夫用户充值金额为90,447.50万元，人均充值金额95.26元，较2019年提高10.74%，充值消费比为95.84%。

请发行人：

(1) 结合行业发展态势、同行业公司情况等，补充披露2020年上半年运营支撑业务收入同比增长的原因及合理性、快乐农夫人均充值金额和充值消费比增长的原因、人均充值金额和充值消费比是否符合行业特征；2020年上半年运营支撑业务毛利率及变动原因。

(2) 补充披露2020年1-9月发行人运营支撑业务收入、成本和毛利率情况，相关指标同比变动情况及变动原因、相关变动趋势是否符合同行业公司情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 2020年1-6月运营支撑业务规模增长情况及相关指标变动情况

1、2020年1-6月运营支撑服务收入、人均充值金额、充值消费比同比变动情况

发行人在招股说明书第八节之“十、经营成果分析”之“(一)营业收入分析”之“8、2020年1-6月运营支撑服务经营业绩情况”中补充披露如下内容：

2020年1-6月，运营支撑服务的收入、人均充值金额和充值消费比情况及同比变动情况如下：

单位：万元、元/人、次

业务	项目	2020年1-6月		2019年1-6月
		金额/比例	增长率/变动	金额/比例
运营支撑服务	收入	9,044.60	295.44%	2,287.22
	人均充值金额	95.26	56.16%	61.00
	充值消费比	95.84%	1.29%	94.55%

自有书库 数字阅读 业务	收入	73,613.85	228.76%	22,391.51
	快看小说看点模式下 人均充值金额	93.13	20.48%	77.30
	快看小说看点模式下 充值消费比	95.79%	2.40%	93.39%

如上表所示,运营支撑服务在 2020 年 1-6 月的收入为 9,044.60 万元,较 2019 年 1-6 月增长 295.44%,增幅较大主要有如下原因:第一,2019 年下半年快乐农夫加大了在今日头条等处的信息流推广力度,充值用户数出现增长,由 2019 年上半年的 374.94 万人增长到 2019 年全年的 1,202.87 万人,此外,在今日头条等处的信息流推广是推的付费用户群体,相应的用户的付费转化率提升以及人均充值金额提升,基于该用户规模以及用户质量的提升,2020 年 1-6 月的收入出现较大增长;第二,快乐农夫在 2020 年上半年的推广投入持续加大,当期快乐农夫的推广成本达到 7.64 亿元;第三,因疫情影响,用户的阅读消费有所增加。

对于运营支撑服务的人均充值金额和充值消费比,2020 年 1-6 月为 95.26 元和 95.84%,人均充值金额较 2019 年 1-6 月增长 56.16%,充值消费比较 2019 年 1-6 月变动 1.29%,相关变动主要有如下原因:第一,自 2019 年下半年开始,快乐农夫今日头条等处的信息流推广力度较大,且推的是付费用户群体,该类用户的质量相对较高,付费能力和付费意愿相对较高,2019 年全年的人均充值金额为 86.02 元,充值消费比为 94.98%,基于该用户基础,2020 年 1-6 月的人均充值金额和充值消费比有所上涨,但与 2019 年相比不存在显著差异;第二,因疫情影响,用户的阅读消费有所增加;第三,运营支撑服务的作品单章价格在 2020 年上半年有所增长,在用户阅读消费有所增加的情况下,用户的人均充值金额有所上涨。

由于不存在同时披露 2019 年 1-6 月和 2020 年 1-6 月类似业务收入的同行业可比公司,且可比公司均不披露类似业务的人均充值金额和充值消费比,故无法与同行业公司进行对比。但与发行人自有书库数字阅读业务相比,自有书库数字阅读业务收入也快速增长,由 2019 年 1-6 月的 22,391.51 万元增长至 2020 年 1-6 月 73,613.85 万元,增长 228.76%;发行人主要产品快看小说在看点模式下的人均充值金额由 2019 年 1-6 月的 77.30 元增长至 2020 年 1-6 月的 93.13 元,充值消费比也由 93.39%提升至 95.79%,运营支撑服务在 2020 年 1-6 月相关指标的同

比变动趋势与发行人自有书库数字阅读业务类似。

综上，运营支撑服务在 2020 年 1-6 月的收入、人均充值金额和充值消费比情况及其变动具有合理性。

2、2020 年 1-6 月运营支撑服务毛利率情况

发行人在招股说明书第八节之“十、经营成果分析”之“(三) 营业毛利和毛利率分析”之“2、分产品毛利率变动分析”中补充披露如下内容：

2020 年 1-6 月和 2019 年 1-6 月，运营支撑服务的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	金额	增长率/变动	金额
①运营支撑服务收入	9,044.60	295.44%	2,287.22
②运营支撑服务成本	职工薪酬	68.88	44.10%
	渠道推广（测书成本）	2,678.06	265.04%
	版权成本	2,020.25	297.19%
	小计	4,767.19	269.53%
③毛利	4,277.41	328.96%	997.15
④毛利率	47.29%	3.69%	43.60%

如上表所示，运营支撑服务 2020 年 1-6 月的毛利率为 47.29%，与 2019 年 1-6 月的 43.60%相比整体不存在显著差异。

因此，运营支撑服务 2020 年 1-6 月的毛利率同比稳定，相关变动具有合理性。

(二) 2020 年 1-9 月运营支撑业务收入、成本和毛利情况

发行人在招股说明书第八节之“十、经营成果分析”之“(三) 营业毛利和毛利率分析”之“2、分产品毛利率变动分析”中补充披露如下内容：

运营支撑服务在 2020 年 1-9 月的收入、成本和毛利情况及其同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月		2019年1-9月
	金额	变动/变动率	金额
①运营支撑服务收入	13,262.94	125.03%	5,893.92
②运营支撑 服务成本	职工薪酬	98.09	95.68
	渠道推广（测书成本）	3,838.39	1,677.74
	版权成本	3,287.91	1,349.68
	小计	7,224.39	3,123.10
③毛利	6,038.55	117.93%	2,770.82
④毛利率	45.53%	-1.48%	47.01%

注：2020年1-9月数据未经审计，经发行人会计师审阅。

如上表所示，2020年1-9月发行人运营支撑服务收入为13,262.94万元，较2019年1-9月增长125.03%，收入增长的原因与2020年上半年收入同比增长的原因基本相同，一方面系快乐农夫的推广力度较大；另一方面快乐农夫在信息流渠道推广推的是付费用户群体，用户的质量相对较高，付费能力和付费意愿相对较高；再者，因疫情影响，用户的阅读消费有所增多。

随着运营支撑服务收入规模的增长，成本也随之增长，由2019年1-9月的3,123.10万元增长至2020年1-9月的7,224.39万元，增长131.32%。2020年1-9月的毛利率为45.53%，与2019年1-9月不存在显著差异，与2020年1-6月的47.29%也不存在显著差异。

因同行业可比公司均未披露2020年1-9月类似业务的收入、成本和毛利情形，故无法与同行业可比公司进行对比。但基于前述原因分析，发行人运营支撑服务2020年1-9月收入、成本和毛利率具有合理性。

（三）2020年运营支撑业务收入、成本和毛利情况

发行人在招股说明书第八节之“十、经营成果分析”之“（三）营业毛利和毛利率分析”之“2、分产品毛利率变动分析”中补充披露如下内容：

对于发行人的运营支撑服务，其报告期内的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
①运营支撑服务收入	16,788.19	10,347.31	2,796.84
②运营支撑服务成本			
职工薪酬	141.47	144.96	117.60

	渠道推广 (测书成本)	4,624.86	3,003.17	138.68
	版权成本	3,654.77	2,240.54	569.80
	小计	8,421.09	5,388.67	826.08
③毛利		8,367.10	4,958.64	1,970.76
④毛利率		49.84%	47.92%	70.46%

如上表所示，报告期内，发行人运营支撑服务实现收入分别为 2,796.84 万元、10,347.31 万元和 16,788.19 万元，该业务的成本主要由职工薪酬、测书成本和版权成本所构成，成本分别为 826.08 万元、5,388.67 万元和 8,421.09 万元，毛利分别为 1,970.76 万元、4,958.64 万元和 8,367.10 万元，毛利率分别为 70.46%、47.92%和 49.84%。2019 年运营支撑服务的毛利率较 2018 年有所下滑，主要系测书成本有所上涨所致，2020 年的毛利率与 2019 年不存在显著差异。

(四) 中介机构核查意见

对于前述事项，中介机构查询了同行业可比公司公开披露信息，对发行人运营支撑服务 2020 年 1-6 月的收入、成本、毛利、毛利率等指标的变动进行了分析；查阅了公司 2020 年 1-9 月的审阅报告、2020 年 1-9 月运营支撑服务经营业绩情况和相关财务凭证。

经核查，中介机构认为：（1）发行人运营支撑服务 2020 年 1-6 月的收入、人均充值金额和充值消费比变动具有合理性，因同行业未披露相关数据，故无法进行同行业可比公司的对比，但运营支撑服务在 2020 年 1-6 月相关指标的同比变动趋势与发行人自有书库数字阅读业务类似；（2）运营支撑服务 2020 年 1-6 月的毛利率同比稳定，相关变动具有合理性；（3）发行人运营支撑服务 2020 年 1-9 月收入、成本和毛利率具有合理性，因同行业可比公司均未披露相关数据，故无法与同行业可比公司进行对比。

问题三及回复

3. 关于推广商变动原因。根据审核问询回复，2020年1-6月发行人前十大推广商存在一定变动，存在新增和退出前十大推广商的情形；同时，不同推广商的获客成本存在差异，主要是由于通过相关供应商推广的快应用产品的平均获客单价较客户端低。

请发行人：

(1) 进一步结合行业推广渠道变化趋势、发行人推广终端变动情况、不同推广商的渠道资源等，补充披露2020年1-6月发行人前十大推广商变动的原因、推广商变动是否符合行业趋势。

(2) 结合同行业公司情况、快应用产品推广方式、发行人同一推广渠道下不同推广商推广的快应用产品占比及其获客成本情况，补充披露快应用产品推广成本较低的原因及合理性、是否结合同行业公司情况、快应用产品对相关推广商获客成本的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 进一步结合行业推广渠道变化趋势、发行人推广终端变动情况、不同推广商的渠道资源等，补充披露2020年1-6月发行人前十大推广商变动的原因、推广商变动是否符合行业趋势。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、采购情况和主要供应商”之“(二) 主要供应商情况”补充披露如下：

发行人2020年前五大推广商中，北京细分映画文化传媒有限公司及其关联方、北京掌上经纬科技有限公司及其关联方为当年新增前十大供应商。前述渠道推广商的具体情况如下所示：

序号	公司名称	推广渠道	推广金额 (万元)	合作期间	渠道资源
1	北京细分映画文化传媒有限公司及其关联方	今日头条	6,062.20	2019年12月-至今	今日头条一级代理

2	北京掌上经纬科技有限公司及其关联方	今日头条	3,889.17	2019年10月-至今	今日头条一级代理
		Facebook	1,276.19		
		其他	160.34		

发行人渠道推广商变动主要是受发行人不同阶段业务的发展策略的影响。近年来随着抖音、今日头条客户端的发展，今日头条系产品在互联网营销领域占比持续提高，加之数字阅读内容与今日头条、抖音等信息流产品契合度较高。在2019年7月后，公司扩大了其在今日头条、广点通等主流信息流媒体的推广力度。

而上表列示的2020年供应商均为2019年下半年开始与发行人在今日头条、广点通等信息流渠道上进行推广合作，并随着发行人推广规模的扩大，成为了2020年新增前十大供应商。结合上表列示的相关推广供应商的渠道资源情况，发行人2020年主要供应商的变动符合行业发展规律。

（二）结合同行业公司情况、快应用产品推广方式、发行人同一推广渠道下不同推广商推广的快应用产品占比及其获客成本情况，补充披露快应用产品推广成本较低的原因及合理性、是否结合同行业公司情况、快应用产品对相关推广商获客成本的影响。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、采购情况和主要供应商”之“（一）主要采购情况”补充披露如下：

发行人在快应用产品上的推广单价相对较低，这主要是快应用的产品形式决定的。用户在使用快应用产品时，无需下载激活，通过点击即可使用快应用产品，并统计为一个新增用户，故而新增用户获客单价相对较低。而快应用的这种产品特性，十分契合信息流的推广方式。由于信息流的推广主要是以“单本书”的方式进行，即用户看到的推广内容是某部作品的部分内容，用户通过点击确认即可进入快应用产品，加之用户是被前述作品内容吸引进而使用发行人快应用产品，故而付费意愿相对较高，付费用户的获客单价也较之其他客户端产品要低。因此若发行人在某推广商进行投放的快应用产品占比较大，则该推广商的获客单价会相对较低。

由于同行业上市公司并未披露其在具体产品类型上的推广金额及相应的推广效果，故而无法与之进行比较。

（三）核查意见

对于前述事项，中介机构核查了发行人与主要推广商签署的合同，对主要推广商进行了函证、走访、财务单据抽查等核查程序，对相关采购金额进行确认，核查了在今日头条和广点通上的投放账户及投放数据；对主要推广商带来的用户情况、获客成本进行对比分析；核查了快应用及其他客户端产品的产品形式。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，发行人 2020 年主要供应商的变动符合行业发展规律；快应用产品的获客单价相对较低，推广快应用产品会拉低相应客户端产品推广供应商的获客单价，该情况符合快应用产品的特性及商业逻辑。

问题四及回复

4. 关于二充率。根据审核问询回复和现场督导情况，发行人推广商 A 和推广商 B 的 14 个账号连续充值账户在首次充值之后在 2019 年全年均没有产生第二次充值，二充率为 0.00%。这两家代理商其余付费用户数为 73,029 人，产生第二次充值的用户数为 30,612 人，二充率与发行人主要投放代理商 C 二充率接近。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内发行人主要代理商的付费用户二充率情况、变动原因、不同推广商二充率存在差异的原因，发行人主要推广商二充率与同行业公司是否存在显著差异，如是，请披露原因。

(2) 结合发行人主要推广商相关账户二充率情况，补充披露报告期内发行人是否存在其他推广商自充值情形、相关充值金额占当期客户充值额的比例、自充值事项对发行人收入真实性的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对发行人推广商是否存在自充值情形所采取的核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

回复：

(一) 报告期内发行人主要推广商的付费用户二充率情况

发行人在招股说明书第六节之“四、采购情况和主要供应商”之“(一) 主要采购情况”之“1、渠道推广采购情况”之“(3) 主要推广供应商付费用户二充率情况”中补充披露如下内容：

报告期各期，发行人前十大推广供应商的付费用户二充率存在一定差异，主要受推广商推广的产品、推广方式、推广时间、所触达用户的质量等多方面的影响。通常进行 H5 推广的推广商的付费用户二充率偏低，主要系 H5 推广主要是在微信生态中推广，该模式下，微信公众号向用户推送文章，用户多从该推送文章处进入发行人的 H5 网站进行阅读，之后通过关注的公众号或者收藏的发行人 H5 网站书城进行阅读，路径相对较长，从而降低其进行二次充值的概率。对于

APP 产品，用户进入产品进行阅读的路径相对较短，故 APP 产品付费用户的二充率会相对较高。

2018 年和 2019 年，仅进行微信端推广的供应商的付费用户二充率相对较低，进行 APP 推广的供应商的付费用户二充率相对较高，相关分布具有合理性。

2020 年前十大推广商主要进行的是 APP 推广，其付费用户二充率与 2019 年进行 APP 推广的供应商的付费用户二充率整体不存在显著差异。

整体来看，报告期各期，发行人主要推广商付费用户的二充率具有合理性。因同行业可比公司未披露二充率数据，故无法进行同行业可比公司间的对比。

（二）报告期内发行人主要推广商相关账户二充率情况

发行人在招股说明书第六节之“四、采购情况和主要供应商”之“(一)主要采购情况”之“1、渠道推广采购情况”之“(3)主要推广供应商付费用户二充率情况”中补充披露如下内容：

发行人快应用产品在 2019 年存在 16 个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情形，针对该情形，发行人及中介机构对该 16 个充值账户逐一进行核查，发现其中 2 个充值账户为发行人的测试账户，剩余 14 个充值账户隶属于推广商 A 和推广商 B（二者为同一控制下公司），结合该两家代理商包含上述账户的 ROI（即投入回收率=当日新增用户充值金额/当日投放累计消耗金额）和不包含上述账户的额 ROI 分析，以及该 14 个充值账户的用户二充率情况，认为该两家公司系为了满足发行人的考核，进行了部分量的充值，相关充值金额仅为 22.75 万元，占 2019 年快应用产品充值金额的 0.09%，占比极小，对发行人不构成实质影响。

按照该核查逻辑，首先筛选报告期各期不同产品一个充值账户对应超过 50 名用户的充值账户，2018、2019 年和 2020 年共计 25 个充值账户，具体如下：

单位：个、万元、百万看点

时间	产品	单一充值账户对应超过 50 个用户账户数的充值账户数	充值金额		消费充值看点数	
			金额	占比	数量	占比
2020 年	APP 客户端	3	0.49	0.00%	0.03	0.00%

	快应用	4	0.17	0.00%	0.08	0.00%
2019年	APP客户端	1	0.05	0.00%	-	0.00%
	快应用	16	22.86	0.09%	22.68	0.10%
2018年	APP客户端	1	0.08	0.00%	0.07	0.00%

其中，2019年快应用产品16个充值账户的情况参见上文，剩余9个账户均为测试账户，且充值金额极低。

因此，发行人报告期各期各产品单一充值账户对应超过50个用户账户数且二充率较低的情形中，推广商A和推广商B（二者为同一控制下公司）疑似存在为了满足发行人考核指标而进行充值的情形，除此之外，基于上文分析，其他推广商不存在类似情形，结合发行人报告期各期主要推广商的二充率分布合理，且推广商A、B前述相关账户的充值金额合计仅为22.75万元，占发行人报告期内自有产品用户充值金额的比例小于0.01%，占比极小，对发行人收入真实性不构成实质影响。

（三）中介机构核查意见

对于前述情形，中介机构核查了报告期各期前十大推广商付费用户的二充率并对其变动情况进行分析，报告期各期前十大推广商推广金额占当期推广金额的比例分别为62.11%、57.10%和**64.49%**；对发行人报告期各期各产品一个充值账户对应多个用户账户的情况进行了核查，对其中单一充值账户对应超过50个用户账户数的全部充值账户逐一进行分析，分析其充值金额、消费充值看点数、付费用户二充率。

经核查，中介机构认为：（1）发行人报告期各期主要推广商付费用户的二充率分布合理；（2）发行人报告期各期各产品单一充值账户对应超过50个用户账户数且二充率较低的情形中，除个别推广商疑似存在为了满足发行人考核指标而进行充值的情形外，其他推广商不存在类似情形，该推广商相关账户的充值金额合计占发行人报告期内自有产品用户充值金额的比例小于0.01%，占比极小，对发行人收入真实性不构成实质影响。

问题五及回复

5. 关于业务合规性。根据申报材料、审核问询回复及现场督导相关情况：

(1) 发行人取得的《网络出版服务许可证》未包含出版网络原创文学业务。发行人会通过出版社或具备原创出版资质平台合作的方式将相关作品出版后安排上线传播。

(2) 发行人子公司中企瑞铭、霍尔果斯瑞铭、每日趣阅、阅见未来、阅见天下、点点阅作为著作权人拥有并以自身名义上传了 APP 客户端及相关快应用、与用户签署《用户协议》并独立收取费用。发行人称，实质上该等应用程序及快应用均向发行人服务器发送请求以获取数据内容，并实际由发行人提供后台运营服务，发行人系提供网络出版服务的主体。2020 年 9 月 22 日北京市新闻出版局出具的《证明》仅说明发行人未受处罚，未就发行人上述情形是否符合《网络出版服务管理规定》的相关要求发表明确意见。

(3) 北京市新闻出版局于 2020 年 12 月 1 日出具《鉴定意见书》，鉴定意见为“经审读《倾城丑妃》、《嫡女狂妻》两部作品未发现明显违规内容”。督导组发现，发行人在实际运营过程中对于传统纸质书籍在上架前未予审核，部分已经审核的上架书籍在系统仍然显示未经审核，审核系统有效性不完善。

(4) 发行人含有“免费”字样的产品均设有免费专区或限时免费专区，向用户提供免费阅读服务，但在免费专区除提供免费阅读服务外，还设有小编推荐栏目推荐付费作品；此外，“西瓜免费小说”调整运营策略，增加付费阅读服务时未及时删除“全站免费”的宣传语，存在服务的价格与实际不符的情形。发行人说明，根据《广告法》第二十八条的规定，发行人上述服务价格与实际不符的行为不属于虚假广告。

请发行人：

(1) 具体披露通过出版社或具备原创出版资质平台进行作品出版的流程、出版过程中需向各业务环节合作方支付的费用、合作出版社或出版平台的名称、如何避免在其他平台优先出版过程中图书的阅读付费收益流入其他平台、该合作模式是否存在收益分成及具体情况，相关合作模式是否有同行业可供参考的

范例，发行人签约作者并通过其他平台进行出版的合规性。

(2) 补充披露发行人是否实质从事网络原创文学出版业务，发行人书库中所有书籍是否均为已出版过并经发行人获得授权的书籍，是否存在发行人在相关产品中上架网络原创文学作品的情形。

(3) 结合《网络出版服务管理规定》第二条、第七条、第二十一条等的规定，补充披露发行人子公司从事网络出版服务全链条业务（获取授权、上架产品及图书、签署协议、获得阅读付费收入）的情形是否系“通过信息网络向公众提供网络出版物”的行为，是否应获取《网络出版服务许可证》，“向发行人服务器发送请求获取数据内容”的行为是否可规避相关子公司应获取《网络出版服务许可证》之后再行从事网络出版服务业务的监管要求及法律义务，同行业公司通过向第三方服务器获取数据内容并在自身平台发表相关内容、获取收益的行为是否均无需获得《网络出版服务许可证》，子公司无资质经营行为的法律风险，是否构成重大违法违规。

(4) 补充披露“将前述应用程序及快应用的用户协议签署主体进行变更为发行人”的具体方法、措施，变更的具体流程，变更过程中是否存在未经用户许可在后台擅自修改合同的情形，相关变更及整改措施是否符合《合同法》的规定，变更及整改措施是否合法有效。

(5) 补充披露报告期内发行人是否存在上架图书因后续审核存在涉嫌淫秽色情内容或因发行人内部审核系统对关键词筛查未通过而被下架的情形，发行人所有在库书籍（修改前及修改后）的数字内容是否均符合《网络出版服务管理规定》第二十四条及其他相关规则的规定，发行人数字内容的合规性是否在报告期内均不存在瑕疵。

(6) 补充披露对纸质书籍在上架前的审核流程，相关审核系统有效性不完善事项的整改情况。

(7) 补充披露宣传的服务价格与实际不符的情形是否可能存在因违反《广告法》第二十八条及其他相关规定而受到市场监管部门行政处罚的风险，如是，请在招股说明书中充分揭示相关风险，并根据相关不规范宣传用语所涉的收入金额情况，进一步说明相关事项是否重大违法违规。

请保荐人、发行人律师对上述事项发表明确意见，并：

(1) 说明目前获取的北京市新闻出版局、北京市文化市场综合执法总队出具的证明是否能够充分证明发行人报告期内不存在相关违法违规行为、后续不存在受行政处罚的风险。

(2) 说明对发行人报告期内上架的所有数字内容合规性的核查方法，核查方法是否能够充分证明“发行人提供的数字内容不存在淫秽色情内容”的结论。

(3) 说明“不存在淫秽色情内容”“不构成《广告法》所述的虚假广告”“不构成发行人本次发行上市的法律障碍”等核查结论的出具是否审慎，是否为经充分获取核查证据、评估法律风险并充分进行信息披露后得出的相关结论，发行人经营过程中存在多种法律瑕疵且未经主管部门确认不属于重大违法违规的相关情况是否有可能构成本次发行上市的法律障碍。

回复：

请发行人：

(一) 具体披露通过出版社或具备原创出版资质平台进行作品出版的流程、出版过程中需向各业务环节合作方支付的费用、合作出版社或出版平台的名称、如何避免在其他平台优先出版过程中图书的阅读付费收益流入其他平台、该合作模式是否存在收益分成及具体情况，相关合作模式是否有同行业可供参考的范例，发行人签约作者并通过其他平台进行出版的合规性。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品或服务的情况”之“(七) 发行人主营业务的合法合规性”中补充披露如下：

(1) 通过出版社或具备原创出版资质平台进行作品出版的流程、出版过程中需向各业务环节合作方支付的费用、合作出版社或出版平台的名称

发行人曾通过北京联合出版有限责任公司、浙江出版集团数字传媒有限公司进行作品出版，以及通过将作品授权给具备网络原创出版资质的平台中文在线、阅文集团、掌阅科技进行网络传播的方式出版；发行人的子公司中企瑞铭已取得国家新闻出版署核发的“(署)网出证(京)字第 304 号”《网络出版服务许可证》，经核准的业务范围为“出版文学类原创数字化作品”，有效期自 2020 年 9 月 9 日

起 5 年，自 2020 年 9 月起，相关作品均通过中企瑞铭进行出版。

①通过出版社或具备原创出版资质平台进行作品出版的流程

对于北京联合出版有限责任公司和浙江出版集团数字传媒有限公司，发行人需向其提供需要出版的书单，以及出版所需的作品内容、作品信息，该等公司经过三审后，以网络出版或电子音像出版的方式出版。

对于具有网络原创出版资质的平台，发行人通过与其进行版权合作的方式，将相关作品授权对方进行传播，该等平台在其网站上传播，以网络出版的方式出版。

②出版费用

对于通过北京联合出版有限责任公司和浙江出版集团数字传媒有限公司的出版方式，发行人需根据出版书籍的数量或字数向其支付出版费；对于通过与具有网络原创出版资质的平台合作方式，发行人将书籍授权给相关平台，发行人根据书籍在其平台上的净收益与平台五五分成，无需再行支付出版费用。

(2) 如何避免在其他平台优先出版过程中图书的阅读付费收益流入其他平台、该合作模式是否存在收益分成及具体情况

在运营初期，发行人原创书籍主要通过具有网络原创出版资质的平台出版，在具体运营的书籍策略上，通过采取差异化推荐策略，尽量避免向用户推荐与出版平台推荐相同书籍的策略，来减少与其他平台的利益冲突；在运营中期，发行人将重点书籍通过北京联合出版有限责任公司和浙江出版集团数字传媒有限公司等出版机构进行出版，此类模式下，出版单位收取出版费用，不存在收益分成的情形；在目前运营过程中，发行人通过子公司中企瑞铭进行出版，不再涉及与其他平台收益分成的情况。

(3) 相关合作模式是否有同行业可供参考的范例

根据同行业上市公司公开披露的文件，其均未公开披露相关事项，因此无法参考同行业公司的相关情况。

但是，发行人已取得北京市新闻出版局《关于同意北京点众科技股份有限公司

司借力资本市场做大做强的批复》，确认发行人向终端阅读用户提供数字化作品（含从事网络出版服务的企业通过信息网络向公众提供的原创数字化作品）的行为，符合发行人许可证证载的业务范围；在该局日常监管工作中，未发现发行人存在超“业务范围”从事网络出版服务，或其他违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等相关规范性文件规定的行为，亦未对发行人进行过行政处罚。保荐机构及发行人律师认为，发行人的上述合作模式符合监管要求。

（4）发行人签约作者并通过其他平台进行出版的合规性

根据发行人与作者签订的《独家授权协议》，并经核查，发行人享有相关作品的出版权等《中华人民共和国著作权法》规定的除人身权以外的全部著作权，发行人通过其他平台进行出版，未超出发行人享有的著作权范围，不存在侵权行为；相关出版平台均系经核准从事相应出版服务的主体；且发行人已取得北京市新闻出版局《关于同意北京点众科技股份有限公司借力资本市场做大做强的批复》，确认在该局日常监管工作中，未发现发行人存在超“业务范围”从事网络出版服务，或其他违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等相关规范性文件规定的行为，亦未对发行人进行过行政处罚。

综上，保荐机构及发行人律师认为，发行人签约作者并在作者的授权范围内通过与其他平台将相关作品出版，未违反法律、法规及规范性文件的强制性规定。

（二）补充披露发行人是否实质从事网络原创文学出版业务，发行人书库中所有书籍是否均为已出版过并经发行人获得授权的书籍，是否存在发行人在相关产品中上架网络原创文学作品的情形。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品或服务的情况”之“（七）发行人主营业务的合法合规性”中补充披露如下：

（1）发行人是否实质从事网络原创文学出版业务

在中企瑞铭取得出版文学类原创数字化作品资质之前，发行人不存在从事未经出版的网络原创文学作品出版业务的情形；在中企瑞铭取得出版文学类原创数字化作品资质后，由中企瑞铭从事网络原创文学出版业务，发行人亦不存在从事

未经出版的网络原创文学作品出版业务的情形，具体情况如下：

①中企瑞铭取得出版文学类原创数字化作品资质前

根据发行人的《网络出版服务许可证》，发行人经许可出版与中国境内已出版的出版物内容一致的数字化作品，未包含出版网络原创文学业务，发行人的网络原创文学作品需通过其他具有出版资质的平台出版。

根据发行人关于其版权引入制度的说明，并经核查，发行人制定了严格的版权合作方遴选标准和版权内容引入要求，符合条件的作品引入作品库后，运营部门不定时制定作品推广计划，从作品库中挑选作品，对已通过原创出版资质平台出版或出版社授权的作品安排上线传播；对于未经原创出版资质平台出版且不是出版社授权的作品，发行人通过与出版社合作或授权原创出版资质平台传播出版等方式将相关作品出版后安排上线传播。根据发行人的确认，并经访谈发行人运营部门的负责人，发行人在线传播的全部作品均为已出版的作品。

②中企瑞铭取得出版文学类原创数字化作品资质后

发行人的子公司中企瑞铭已取得“（署）网出证（京）字第 304 号”《网络出版服务许可证》，经核准的业务范围为“出版文学类原创数字化作品”，有效期自 2020 年 9 月 9 日起 5 年，中企瑞铭已具备文学类原创数字化作品出版资质。

目前，发行人全部原创文学作品均通过中企瑞铭网络出版平台出版的方式确认为已出版的出版物，不存在传播未经出版的网络文学作品情况。

（2）发行人书库中所有书籍是否均为已出版过并经发行人获得授权的书籍，是否存在发行人在相关产品中上架网络原创文学作品的情形

根据发行人的说明并经核查，目前，发行人书库中的书籍中，如果已经过其他出版社、出版平台出版或发行人子公司中企瑞铭出版，则为出版过的书籍；如果未经上述平台出版，则为未出版过的书籍。发行人书库中的作品均已取得了版权方的授权。

中企瑞铭取得原创数字化作品出版资质前，发行人产品拟上架的书籍中，未经出版的，均通过出版社或有资质的平台出版后由发行人传播；目前，发行人产品拟上架的书籍中，未经出版的，均安排中企瑞铭出版后由发行人传播。因此上

架传播的书籍，均为已经出版的书籍。

保荐机构及发行人律师曾于 2019 年 9 月核查了发行人全部上线文学作品的出版情况，经核查，存在 5,484 部作品未能确认是否已在有资质平台出版，占发行人当时上线文学作品总数的 7.43%，占比较小，且发行人已及时将相关作品下架。截至本招股说明书签署日，发行人全部上线文学作品均已通过出版社等出版平台合作出版或中企瑞铭进行网络出版的方式进行出版，不存在未经出版的作品。

发行人的实际控制人陈瑞卿、何春虹出具书面承诺，发行人全部上线作品均为与已出版的出版物内容一致的数字化作品，如后续发行人因曾传播未确认是否已在有资质平台出版的网络文学作品的行为受到主管部门的行政处罚或受到损失的，由其承担补偿责任。

根据北京市新闻出版局出具的《关于<北京点众科技股份有限公司关于借力资本市场做大做强请示>的批复》，确认：发行人向终端阅读用户提供已出版的出版物（含网络出版物即从事网络出版服务的企业通过信息网络向公众提供的数字化作品）数字化作品的行为，符合发行人《网络出版服务许可证》业务范围；自发行人成立以来，未发现发行人存在违反《出版管理条例》、《网络出版服务管理规定》等相关规定的行为。

北京市文化市场行政执法总队向发行人出具了证明文件，证明发行人从事网络原创文学等小说阅读服务（网络文化经营许可证编号：京网文[2017]10219-1149 号；中华人民共和国网络出版服务许可证编号：（署）网出证（京）字第 027 号；中华人民共和国出版物经营许可证编号：新出发京零字第海 160119 号）自 **2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日**，不存在因违反文化（含互联网文化）、新闻出版（含网络出版、出版物发行、电子出版物制作）方面行政管理相关法律法规而受到处罚的情形。

2021 年 1 月 14 日，北京市新闻出版局出具证明“截至本《证明》出具日，点众科技及其子公司未有因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到我局处罚。”

综上所述，保荐机构及发行人律师认为，发行人已制定版权引入机制，确保

上线作品均为与已出版的出版物内容一致的数字化作品；报告期内，发行人曾存在无法提供相关作品已经出版的直接证据的情形，发行人已及时将相关作品下架且未因此受到主管部门处罚；目前发行人子公司已经取得原创网络文学出版资质，发行人的网络原创文学作品均通过中企瑞铭出版后传播，不存在传播未经出版的网络文学作品的情况。截至本招股说明书签署日，发行人书库中所有书籍均已获得版权方授权；发行人上架传播的作品均为已出版的作品，不存在在相关产品中上架未经出版的网络原创文学作品的情形。

（三）结合《网络出版服务管理规定》第二条、第七条、第二十一条等的相关规定，补充披露发行人子公司从事网络出版服务全链条业务（获取授权、上架产品及图书、签署协议、获得阅读付费收入）的情形是否系“通过信息网络向公众提供网络出版物”的行为，是否应获取《网络出版服务许可证》，“向发行人服务器发送请求获取数据内容”的行为是否可规避相关子公司应获取《网络出版服务许可证》之后再行从事网络出版服务业务的监管要求及法律义务，同行业公司通过向第三方服务器获取数据内容并在自身平台发表相关内容、获取收益的行为是否均无需获得《网络出版服务许可证》，子公司无资质经营行为的法律风险，是否构成重大违法违规。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品或服务的情况”之“（七）发行人主营业务的合法合规性”中补充披露如下：

（1）结合《网络出版服务管理规定》第二条、第七条、第二十一条等的相关规定，说明发行人子公司从事网络出版服务全链条业务（获取授权、上架产品及图书、签署协议、获得阅读付费收入）的情形是否系“通过信息网络向公众提供网络出版物”的行为，是否应获取《网络出版服务许可证》

①业务链条

发行人通过子公司中企瑞铭、霍尔果斯瑞铭、每日趣阅、阅见未来、阅见天下、点点阅将“小说阅读吧”等应用程序及相关快应用上传至应用商店，前述产品均曾以子公司名义与阅读用户签署相关《用户协议》，并按照发行人与子公司之间协议的约定，由子公司提供代收服务（即代为收取用户充值资金后，扣除手

续费支付给发行人)，子公司仅确认代收款手续费收入，充值收入因对应服务均由发行人提供系归发行人所有。

根据发行人与版权方签署的版权合作协议，发行人经版权方授权，获得将相关作品在其自有或其旗下运营的产品（含子公司名下 APP 或快应用）中传播的权利，发行人系获得版权方授权传播的主体，授权范围包含在其运营的子公司名下产品中传播。

该等应用程序及快应用均通过发行人网络出版服务许可证证载备案的域名，向发行人服务器发送请求以获取数据内容，并实际由发行人提供后台运营服务，相关数字内容亦均由发行人进行内容审核后提供，作品的上架情况由发行人后台系统统一管理。

②发行人系提供网络出版服务的主体

根据《网络出版服务管理规定》第二条“在中华人民共和国境内从事网络出版服务，适用本规定。

本规定所称网络出版服务，是指通过信息网络向公众提供网络出版物。

本规定所称网络出版物，是指通过信息网络向公众提供的，具有编辑、制作、加工等出版特征的数字化作品，范围主要包括：

（一）文学、艺术、科学等领域内具有知识性、思想性的文字、图片、地图、游戏、动漫、音视频读物等原创数字化作品；

（二）与已出版的图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物等内容相一致的数字化作品；

（三）将上述作品通过选择、编排、汇集等方式形成的网络文献数据库等数字化作品；

（四）国家新闻出版广电总局认定的其他类型的数字化作品。

网络出版服务的具体业务分类另行制定。”

如前所述，网络出版服务是指通过信息网络向公众提供网络出版物的行为，网络出版物是指通过信息网络向公众提供的，具有编辑、制作、加工等出版特征

的数字化作品。

APP 及快应用作为安装在用户手机终端设备上的阅读工具软件，仅具备发送请求、呈现内容的功能，系信息网络的组成部分；且各子公司仅在形式上以其名义上传相关 APP 及快应用产品、与用户签订协议并代为收取费用，该等产品实际统一由发行人提供书籍上架、展示、推荐等后台运营服务，并通过发行人网络出版服务许可证证载备案的域名，向发行人服务器发送请求以获取数据内容；此外该等数据内容均系发行人经授权享有信息网络传播权的作品，且均经发行人内容审核流程审核，成为具备编辑、制作、加工等出版特征的数字化作品；相关充值收入亦归发行人所有。

根据北京市新闻出版局出具的《证明》：发行人子公司名下“该等平台的网络出版服务由点众科技提供并符合我局的日常监管要求”。

综上，前述业务模式下，发行人系提供网络出版服务的主体。此外，在现场督导期间，经与督导组沟通，为进一步明确《用户协议》的权利义务主体，发行人将前述应用程序及快应用的用户协议签署主体进行变更为发行人；且发行人已终止与子公司的代收用户充值款合作，相关产品用户的充值收入均直接进入发行人账户，从形式上进一步向用户明确提供网络出版服务的主体为发行人。

③前述业务模式下，发行人子公司无需取得网络出版服务许可证

根据《网络出版服务管理规定》第七条之规定，“从事网络出版服务，必须依法经过出版行政主管部门批准，取得《网络出版服务许可证》。”

如前所述，在前述业务模式下，发行人系提供网络出版服务的主体，且发行人已取得“（署）网出证（京）字第 027 号”《网络出版服务许可证》。相关子公司未提供网络出版服务，无需取得网络出版服务许可证。

④发行人不存在转借、出租、出卖《网络出版服务许可证》或以任何形式转让网络出版服务许可的行为

根据《网络出版服务管理规定》第二十一条之规定，“第二十一条网络出版服务单位不得转借、出租、出卖《网络出版服务许可证》或以任何形式转让网络出版服务许可。”

网络出版服务单位允许其他网络信息服务提供者以其名义提供网络出版服务，属于前款所称禁止行为。”

转借、出租、出卖《网络出版服务许可证》或以任何形式转让网络出版服务许可，均系将《网络出版服务许可证》提供他人用以从事网络出版服务，在上述业务模式下，子公司未提供网络出版服务，未使用发行人的《网络出版服务许可证》，不存在转借、出租、出卖《网络出版服务许可证》或以任何形式转让网络出版服务许可的行为。

综上所述，保荐机构及发行人律师认为，发行人通过子公司上传前述应用程序或快应用并曾签署用户协议，代为收取用户充值费用，获取通道费作为收益；该等应用程序及快应用均通过发行人网络出版服务许可证证载备案的域名，向发行人服务器发送请求以获取数据内容，并实际由发行人提供后台运营服务；相关数字内容亦均由发行人进行内容审核后提供，作品的上架情况由发行人后台系统统一管理；发行人系提供网络出版服务的主体，子公司未从事网络出版服务全链条业务，无需取得网络出版服务许可证。此外，相关产品用户协议的签署主体及收款主体均已变更为发行人，进一步明确提供网络出版服务的主体为发行人。

(2)“向发行人服务器发送请求获取数据内容”的行为是否可规避相关子公司应获取《网络出版服务许可证》之后再行从事网络出版服务业务的监管要求及法律义务，同行业公司通过向第三方服务器获取数据内容并在自身平台发表相关内容、获取收益的行为是否均无需获得《网络出版服务许可证》

发行人通过子公司上传应用程序及快应用，相关产品均由发行人提供后台运营服务，并通过发行人网络出版服务许可证证载备案的域名，向发行人服务器发送请求以获取数据内容；此外该等数据内容均系发行人经授权享有信息网络传播权的作品，且均经发行人内容审核流程审核，成为具备编辑、制作、加工等出版特征的数字化作品；相关充值收入亦归发行人所有。综合前述特征及业务实质，保荐机构及发行人律师认为，该等模式下的网络出版服务由发行人提供，子公司无需取得《网络出版服务许可证》。

同行业公司未公开披露其具体的运营模式，因此无法判断其是否需取得《网络出版服务许可证》。

(3) 子公司无资质经营行为的法律风险，是否构成重大违法违规

根据北京市新闻出版局于 2021 年 1 月 14 日出具的《证明》，发行人子公司名下该等平台的网络出版服务由点众科技提供并符合该局的日常监管要求。点众科技通过上述子公司将上述应用程序及相关快应用上传至应用商店，相关子公司与用户签署相关《用户协议》，用户在使用过程中支付费用的，费用的收取主体为上述子公司。发行人及其子公司的上述业务模式已为北京市新闻出版局知悉，截至《证明》出具日，发行人及其上述子公司未有因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件受到该局处罚。

发行人及各子公司均已取得文化执法部门出具的证明或查询告知书，确认该等主体报告期内没有因违反文化、出版等方面行政管理相关法律法规受到行政处罚的记录。

经访谈北京市新闻出版局相关工作人员，发行人各子公司不存在因被认定为未取得《网络出版服务许可证》擅自从事网络出版服务而被处罚的风险，发行人子公司的前述行为不构成无资质经营行为，亦不构成重大违法违规行为。

(四) 补充披露“将前述应用程序及快应用的用户协议签署主体进行变更为发行人”的具体方法、措施，变更的具体流程，变更过程中是否存在未经用户许可在后台擅自修改合同的情形，相关变更及整改措施是否符合《合同法》的规定，变更及整改措施是否合法有效。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品或服务的情况”之“(一) 主营业务、主要产品或服务的基本情况”中补充披露如下：

①将前述应用程序及快应用的用户协议签署主体进行变更为发行人的具体方法、措施，变更的具体流程，变更过程中是否存在未经用户许可在后台擅自修改合同的情形

根据修订前的用户协议，“公司有权随时根据有关法律、法规的变化以及公司经营状况和经营策略的调整等修改本协议。修改后的协议会在网站上公布，并

随附于新版本软件。”“如果不同意改动的内容，用户可自行删除本软件。如果用户继续使用本软件，则视为您接受本协议的变动。”

经核查，发行人通过系统后台修改用户协议，明确用户协议的签订主体为“北京点众科技股份有限公司”，并通过应用程序及快应用界面向用户推送修改通知，具体内容如下：“亲爱的书友，我们的用户协议/隐私政策有更新，如您继续使用产品，视为同意我们的用户协议，请点击查看>>”。并将修改后的《用户协议》随附于新版本软件。

发行人已按照《用户协议》的约定在相关产品上公布修改信息，并将修改后的《用户协议》随附于新版本软件的程序，符合《用户协议》的约定，不存在违反《用户协议》约定擅自修改用户协议的情形。

②相关变更及整改措施是否符合《合同法》的规定，变更及整改措施是否合法有效

经核查，各子公司与用户签订的《用户协议》系各方在平等、自愿的基础上订立的，相关条款未违反法律法规的效力性强制性规定，合法有效，根据该协议，各子公司享有单方修改《用户协议》条款的权利；根据《中华人民共和国合同法》第三十九条之规定，“提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务”。因该协议条款属于格式条款，子公司作为提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务，其依据该协议享有的单方修改《用户协议》的权利，但根据公平原则，其单方变更相关条款时，负有不得损害合同相对方利益的责任。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，相关用户协议的签订主体变更，未影响用户享有的权益或损害其利益，相关修改未违反《合同法》的规定，变更及整改措施合法有效。

③为进一步取得用户明示的许可，发行人重新向所有用户发送弹窗“亲爱的书友，我们更新了《[用户协议](#)》及《[隐私政策](#)》，您也可以在后续通过我的-系统设置-关于我们中查看新的用户协议和隐私政策。

如您点击同意，视为同意我们的用户协议，如点击拒绝，我们将不能为您提

供任何服务。”并在用户点击同意后继续为用户提供服务。

综上所述，保荐机构及发行人律师认为，《用户协议》相关条款的修改流程符合《用户协议》的约定，不存在违反《用户协议》约定擅自修改用户协议的情形；相关修改未违反《合同法》的规定，变更及整改措施合法有效；此外，发行人已向用户推送弹窗，以获取用户明示的同意，进一步维护用户的权益。

（五）补充披露报告期内发行人是否存在上架图书因后续审核存在涉嫌淫秽色情内容或因发行人内部审核系统对关键词筛查未通过而被下架的情形，发行人所有在库书籍（修改前及修改后）的数字内容是否均符合《网络出版服务管理规定》第二十四条及其他相关规则的规定，发行人数字内容的合规性是否在报告期内均不存在瑕疵。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品或服务的情况”之“（七）发行人主营业务的合法合规性”中补充披露如下：

（1）报告期内发行人不存在上架图书因后续审核存在涉嫌淫秽色情内容或因发行人内部审核系统对关键词筛查未通过而被下架的情形

①发行人已建立内容审核制度，相关制度有效实施

发行人已根据法律、法规及规范性文件的要求，建立了确保数字内容合规性的保障措施，制定了《北京点众科技股份有限公司内容审核流程及标准》，并通过其自主研发的内容审核系统，执行内容三审责任制度，实现内容审核在线完成，全流程系统记录可追溯。经查阅发行人的内容审核系统，并跟踪内容审核的全部流程，抽查各环节历史审核记录，发行人内容审核系统流程情况如下：

A、发行人拟上线网络文学作品内容进入系统后，首先进行敏感词库扫描，并在作品章节列表中标出相应章节扫描出的敏感词，在章节内部将扫描出的敏感词进行高亮标识。

保荐机构及发行人律师对发行人现行的敏感词词库进行了核查，并与北京市“扫黄打非”领导小组办公室下发的《“扫黄打非”领域网络低俗信息判别指引》进行比对，确认发行人敏感词词库完整、有效；此外，保荐机构及发行人律师抽查

了部分机器扫描过滤敏感词的结果，确认机器审核能够有效标识涉敏词汇，通过机器初审的内容不存在涉敏词汇。

B、扫描过滤敏感词后，由编辑人员进行人工复审，逐章审核拟上线网络文学作品并重点关注高亮敏感词，对涉及敏感内容的，按照公司制度要求修改、退回内容提供商处修改后重新复审或不予采用；

保荐机构及发行人律师抽查了部分作品人工复审结果，核查了相应作品人工复审发现问题后发行人与内容提供方就内容修改进行沟通的过程，确认发行人已按照《点众科技内容审核流程及标准》的规定进行人工复审，并处理内容复审中发现的问题。

C、人工复审通过后，进入质检流程，质检组对每部作品进行抽检，重点抽检免费章节、人工复审未修改或修改较多的章节，每本书抽检数量不低于 50 章，经抽检合格的作品，予以入库，不合格作品则驳回重新进行人工复审。

保荐机构及发行人律师核查了内容审核系统后台统计数据，并从上线作品中随机抽取部分作品进行核查并与后台统计数据进行对比，确认发行人全部在线作品均已通过质检，已通过质检合格的内容符合监管要求。

此外，保荐机构及发行人律师分别选取了存在涉敏内容的文本和不存在涉敏内容的文本通过内容审核系统进行审核，经核查，发行人的审核流程能够有效识别出敏感内容并做出处置。

综上，保荐机构及发行人律师认为，发行人已建立内容审核制度，且相关制度有效实施。

②发行人提供的数字内容合法合规、符合行业主管部门的监管政策

经核查，发行人阅读服务平台提供的数字内容处于北京市新闻出版局的日常监管下。根据北京市新闻出版局、北京市文化市场综合执法总队出具的证明，发行人出具的说明，并经走访北京市新闻出版局，访谈发行人的主要编辑，抽查发行人上架作品内容，发行人报告期内所提供的数字内容符合有关法律、法规及规范性文件的规定，符合行业主管部门的监管政策，发行人及其子公司未因内容违法、违规，或不符合行业监管政策而受过行政处罚。

③报告期内发行人不存在上架图书因后续审核存在涉嫌淫秽色情内容或因发行人内部审核系统对关键词筛查未通过而被下架的情形

经核查，报告期内发行人全部上线作品均已通过其内容审核流程审核，不存在淫秽色情内容，发行人不存在上架图书因后续审核存在涉嫌淫秽色情内容或因发行人内部审核系统对关键词筛查未通过而被下架的情形。

(2) 发行人所有在库书籍（修改前及修改后）的数字内容是否均符合《网络出版服务管理规定》第二十四条及其他相关规则的规定，发行人数字内容的合规性是否在报告期内均不存在瑕疵

经核查，发行人在库书籍由版权方授权的全部作品组成，经发行人内容审核流程审核，如发现内容存在不符合《网络出版服务管理规定》第二十四条及其他相关规则规定的情形，则不予上架并退回修改；此外，未经审核且未上架传播的作品，亦可能存在不符合《网络出版服务管理规定》第二十四条及其他相关规则规定的情形；但经发行人内容审核流程审核通过并上架的作品不存在不符合《网络出版服务管理规定》第二十四条及其他相关规则规定的情形。发行人传播的数字内容合规性在报告期内不存在瑕疵。

(六) 补充披露对纸质书籍在上架前的审核流程，相关审核系统有效性不完善事项的整改情况。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品或服务的情况”之“(七) 发行人主营业务的合法合规性”中补充披露如下：

(1) 对纸质书籍在上架前的审核流程

对于纸质书籍等出版物，发行人经与出版社签订数字阅读版权合作协议后，有别于网络文学版权方通过 API 接口将内容上传至发行人运营后台，出版物的版权方系通过邮件等方式将作品电子版内容及作品信息打包发送给发行人。在相关书籍上架前，由发行人编辑团队针对纸质书籍等传统出版物进行线下人工审查，从题材、导向、内容等方面进行审查（不再经过机器扫描审核），审查通过后上传到运营后台进行上架展示。

经访谈北京市新闻出版局的相关工作人员，发行人对于纸质书籍等传统出版物的审核符合网络出版服务管理的相关规定及监管要求。

上述情况所导致纸质书籍等出版物在发行人机器审核系统中审核标志为“0”对发行人审核系统有效性不构成实质影响，不会导致审核有效性存在问题。

（2）相关审核系统有效性情况说明

经过发行人内容审核流程审核的网络文学作品，运营人员如在运营过程中通过运营界面对书籍基础信息再进行编辑操作后，系统会将已经过机器扫描的状态（scan 字段²）重置为初始值 0，从而导致这类书籍虽已经审核，但 scan 字段会标识为 0。发行人在现场督导期间已经向督导组解释了前述相关情况，相关书籍具有相应的审核记录。因前述情形不会导致内容审核有效性存在问题，因此，不会对发行人审核系统有效性构成实质影响。

针对上述情况，发行人自 9 月下旬开始，一方面针对纸质书籍等传统出版物的审核流程进行调整，将该等出版物导入审核系统进行线上机器扫描等审核，截至本招股说明书签署日，发行人已完成此前未经系统线上审核的所有传统出版物的机器审核流程；另一方面，发行人技术团队对版本进行升级将此逻辑修改为：已经机器扫描的作品，扫描状态值锁定，不会因运营人员操作等原因发生重置为“0”的情况。

综上所述，发行人审核系统有效性不存在问题。

（七）补充披露宣传的服务价格与实际情况不符的情形是否可能存在因违反《广告法》第二十八条及其他相关规定而受到市场监管部门行政处罚的风险，如是，请在招股说明书中充分揭示相关风险，并根据相关不规范宣传用语所涉及的收入金额情况，进一步说明相关事项是否重大违法违规。

发行人因西瓜免费小说产品应用商店中存在“全站免费”的宣传语，但在经营过程中除免费阅读外还提供付费阅读服务，上述情况虽然在一定程度上构成服务的价格与实际情况不符的情形，但对用户的购买行为不构成实质性影响，因

² 经过机器扫描后 scan 字段设置为“1”。

此不存在违反广告法的情形。

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品或服务的情况”之“(一) 主营业务、主要产品或服务的基本情况”中补充披露如下：

根据《中华人民共和国广告法》第二十八条之规定：“广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。

广告有下列情形之一的，为虚假广告：

(一) 商品或者服务不存在的；

(二) 商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响的；

(三) 使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的；

(四) 虚构使用商品或者接受服务的效果的；

(五) 以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。”

发行人含有“免费”字样的产品均设有免费专区或限时免费专区，向用户提供免费阅读服务，但在免费专区除提供免费阅读服务外，还设有小编推荐栏目推荐付费作品；此外，“西瓜免费小说”因调整运营策略，增加付费阅读服务时未及时删除“全站免费”的宣传语，存在服务的价格与实际情况不符的情形。

根据《中华人民共和国广告法》第二十八条第二款第(二)项广告中的服务的价格与实际情况不符，对购买行为有实质性影响的，构成虚假广告。

鉴于，对需要付费的内容，在用户进行消费之前，各产品均会对用户进行付费提示，无论是在含有“免费”字样的产品或模块中消费、或是在宣传中包含“全站免费”字样的产品中消费，用户均系在知情且同意的情形下进行付费阅读，虽然广告中的服务的价格与实际情况不符，但对消费者购买行为不会构成实质性影

响，不构成虚假广告。

为进一步规范宣传行为，发行人已对各应用商店的全部产品宣传语进行筛查，删除了“全站免费”等宣传语；并在各产品书架标签的免费专区，进一步明示小编推荐栏目中的相关作品为收费作品；除小编推荐栏目内推荐的付费新书外，免费专区的作品不存在收费情况，限时免费专区的作品在免费时间内，亦不存在收费的情况。

经保荐机构及发行人律师走访北京市海淀区市场监督管理局，并咨询该局广告科工作人员，其答复为：发行人存在前述情形，不构成虚假宣传或虚假广告，不属于重大违法违规。

经中介机构在国家企业信用信息公示系统、信用中国（北京）网站查询，报告期内发行人未因存在发布虚假广告而受到主管部门的行政处罚

发行人实际控制人出具书面承诺，如发行人因相关产品在宣传过程中存在违反《广告法》进行虚假宣传的情形受到主管部门处罚或给发行人造成损失的，由其承担补偿责任。

综上所述，发行人相关产品在宣传过程中的宣传行为不构成《广告法》所述的虚假广告，发行人不存在因前述宣传行为被认定为虚假广告而被主管部门处罚或与他人产生纠纷而受到损失的风险；发行人宣传的服务价格与实际情况不符的情形不构成虚假广告，不存在因违反《广告法》第二十八条被认定为虚假广告而受到市场监管部门行政处罚的风险，不构成重大违法违规行为；为进一步规范宣传行为，发行人删除了“全站免费”等宣传语，并在各产品书架标签的免费专区，进一步明示小编推荐栏目中相关作品为收费作品；上述措施完成后，相关产品仍为付费产品，不会对发行人业务收入和持续经营能力造成重大不利影响。

请保荐人、发行人律师对上述事项发表明确意见，并：

（一）说明目前获取的北京市新闻出版局、北京市文化市场综合执法总队出具的证明是否能够充分证明发行人报告期内不存在相关违法违规行为、后续不存在受行政处罚的风险。

经核查，发行人已就上述事项向北京市新闻出版局进行了汇报，根据发行人已取得的北京市新闻出版局、北京市文化市场综合执法总队出具的证明的批复或证明文件，报告期内，在其日常监管工作中，未发现发行人存在超“业务范围”从事网络出版服务，或其他违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等相关规范性文件规定的行为，未因前文所述的相关情形受到主管部门的处罚。

经保荐机构及发行人律师访谈北京市新闻出版局的相关工作人员，发行人及其子公司后续亦不会因上述事项受到行政处罚。

保荐机构及发行人律师结合其他核查手段及核查证据，充分核查论证认为，发行人报告期内不存在重大违法违规行为，符合发行条件，相关情形不构成发行人本次发行上市的实质障碍。

（二）说明对发行人报告期内上架的所有数字内容合规性的核查方法，核查方法是否能够充分证明“发行人提供的数字内容不存在淫秽色情内容”的结论。

保荐机构及发行人律师履行的核查程序及核查过程如下：

- （1）检索并查阅了与数字内容相关的法律、法规及规范性文件；
- （2）在发行人运营 APP 中抽查通读部分作品，确认其中不存在淫秽色情等违规内容；
- （3）查阅发行人内容审核相关制度，了解发行人的内容审核机制及流程；
- （4）核查《内控鉴证报告》，确认相关内控制度健全并得到有效执行；
- （5）核查发行人现行的敏感词词库，并与北京市“扫黄打非”领导小组办公室下发的《“扫黄打非”领域网络低俗信息判别指引》进行比对，确认发行人敏感词

词库完整、有效；

(6) 抽查了机器扫描过滤敏感词的结果，确认机器审核能够有效标识涉敏词汇，通过机器初审的内容不存在涉敏词汇；

(7) 抽查了人工复审结果，核查了相应作品人工复审发现问题后发行人与内容提供方就内容修改进行沟通的过程，确认发行人已按照《点众科技内容审核流程及标准》的规定进行人工复审，并处理内容复审中发现的问题；

(8) 核查内容审核系统后台统计数据，并从上线作品中随机抽取部分作品进行核查并与后台统计数据进行对比，确认发行人全部在线作品均已通过内容审核流程，且相关作品内容不存在违规情形；

(9) 保荐机构及发行人律师分别选取了存在涉敏内容的文本和不存在涉敏内容的文本通过内容审核系统进行审核，经核查，发行人的审核流程能够有效识别出敏感内容并做出处置；

(10) 在相关部门网站检索发行人及其子公司所受行政处罚情况，确认报告期内发行人及其子公司不存在数字内容违规而受到处罚的情形；

(11) 走访北京市新闻出版局，查阅北京市新闻出版局、北京市文化市场综合执法总队出具的证明，确认报告期内，发行人阅读服务平台提供的数字内容处于主管部门的日常监管下，符合有关法律、法规及规范性文件的规定，符合行业主管部门的监管政策；

(12) 访谈发行人的主要编辑及运营部门负责人，并查阅发行人就相关事项出具的书面说明。

经核查：

1、发行人数字内容合规性内控制度健全并有效执行，经审核上架的数字内容不存在淫秽色情内容

发行人已根据法律、法规及规范性文件的要求，建立了确保数字内容合规性的保障措施，制定了《点众科技内容审核流程及标准》，并通过其自主研发的内容审核系统，执行内容三审责任制度，实现内容审核在线完成，全流程系统记录

可追溯。经查阅发行人的内容审核系统，并跟踪内容审核的全部流程，抽查各环节历史审核记录，保荐机构及发行人律师认为，发行人的内容审查机制、工作流程完善且能够有效实施，经审核上架的数字阅读内容不存在淫秽色情内容。

2、发行人不存在因涉嫌淫秽色情而下架作品的情况

根据发行人的系统后台记录，并经访谈发行人运营部门的负责人，报告期内发行人全部上线作品均已通过其内容审核流程审核，不存在淫秽色情内容，发行人不存在因涉嫌淫秽色情而下架作品的情况。

3、发行人提供的数字内容符合行业主管的监管政策，合规性不存在瑕疵

经核查，发行人阅读服务平台提供的数字内容处于北京市新闻出版局的日常监管下。根据北京市新闻出版局出具的批复文件并经访谈相关工作人员，发行人报告期内所提供的数字内容符合有关法律、法规及规范性文件的规定，符合行业主管部门的监管政策，发行人及其子公司未因内容违法、违规，或不符合行业监管政策而受过行政处罚。

综上所述，保荐机构及发行人律师认为，发行人提供的作品不存在淫秽色情等违规内容，相关结论核查依据充分。

（三）说明“不存在淫秽色情内容”“不构成《广告法》所述的虚假广告”“不构成发行人本次发行上市的法律障碍”等核查结论的出具是否审慎，是否为经充分获取核查证据、评估法律风险并充分进行信息披露后得出的相关结论，发行人经营过程中存在多种法律瑕疵且未经主管部门确认不属于重大违法违规的相关情况是否有可能构成本次发行上市的法律障碍。

如前文所述，保荐机构及发行人律师经尽职调查，访谈行业监管部门，咨询行业专家或请有权机关对相关事项进行鉴定，充分获取核查证据，评估法律风险并充分进行信息披露后，审慎得出“不存在淫秽色情内容”“不构成《广告法》所述的虚假广告”“不构成发行人本次发行上市的法律障碍”等核查结论。

就本题所述法律问题，主管部门出具了以下意见：

1、就本题前文所述“发行人是否实质从事网络原创文学出版业务”，发行人已取得北京市新闻出版局的批复，确认自 2017 年 1 月 1 日以来，发行人向终端阅读用户提供数字化作品的行为，符合许可证证载的业务范围，在该局日常监管工作中，未发现发行人存在超“业务范围”从事网络出版服务，或其他违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等相关规范性文件规定的行为，亦未对发行人进行过行政处罚。

2、就本题前文所述子公司从事网络出版服务全链条业务（获取授权、上架产品及图书、签署协议、获得阅读付费收入）的情形是否系“通过信息网络向公众提供网络出版物”的行为”，北京市新闻出版局已出具书面《证明》，发行人子公司名下该等平台的网络出版服务由点众科技提供并符合该局的日常监管要求。点众科技通过上述子公司将上述应用程序及相关快应用上传至应用商店，相关子公司作为权利义务主体与用户签署相关《用户协议》，用户在使用过程中支付费用的，费用的收取主体为上述子公司。发行人正在变更签署主体及收费主体。发行人及其子公司的上述业务模式已为北京市新闻出版局知悉，截至《证明》出具日，发行人及其上述子公司未有因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件受到该局处罚。

3、就本题前文所述“淫秽色情内容”发行人已取得北京市新闻出版局出具的批复及证明文件发行人提供网络出版服务的平台处于其日常监管下，其在日常监管中未发现发行人存在内容违规等违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等相关规范性文件规定的行为。

4、就本题前文所述“宣传的服务价格与实际不符的情形”，经保荐机构及发行人律师走访北京市海淀区市场监督管理局，并咨询该局广告科工作人员，发行人存在前述情形，不构成虚假宣传或虚假广告，不属于重大违法违规，且发行人已整改，不存在追溯处罚风险。

除前述问题外，2020 年 12 月 21 日，工业和信息化部信息通信管理局发布关于侵害用户权益行为的 APP 通报（2020 年第七批），称发行人子公司中企瑞铭名下 APP “小说阅读吧”首次运行时，在用户同意隐私政策前，私自收集“设备 MAC 地址”信息，并要求该 APP 在 2020 年 12 月 28 日前完成整改落实工作。

经核查，除“小说阅读吧”外，“免费小说大全”、“点众阅读”也收到应用商店因相同问题要求整改的通知，经了解上述情况系发行人于 2020 年下半年在付费产品中尝试进行商业化广告变现时，在用户同意相关隐私政策之前获取了 MAC 地址，发行人就相关事项组织自查并安排技术人员进行整改，在用户同意相关隐私政策前不再收集 MAC 地址，发行人已将整改后的“小说阅读吧”、“免费小说大全”、“点众阅读”提交工业和信息化部直属事业单位中国信息通信研究院检测，并在应用商店更新应用版本。

截至本问询回复出具日，“小说阅读吧”、“点众阅读”、“**免费小说大全**”均已经通过中国信息通信研究院检测确认完成整改。

保荐机构及发行人律师按照工业和信息化部网站公示的电话，咨询了工业和信息化部信息通信管理局的相关工作人员，其表示：经过中国信息通信研究院检测显示整改完成的，后续不会因本次通告所涉问题予以处罚或下架相关产品。

发行人实际控制人陈瑞卿、何春虹已出具书面承诺，如发行人及其子公司因前述情形受到主管部门处罚，由其承担补偿责任。

此外，发行人主营收入来源于付费用户阅读，MAC 地址用于未来的商业化广告变现，上述针对获取用户 MAC 地址的调整，不会对发行人产品运营以及营业收入构成重大不利影响。

综上，保荐机构及发行人律师认为，发行人的 APP“小说阅读吧”、“点众阅读”、“免费小说大全”首次运行时，曾在用户同意隐私政策前，私自收集“设备 MAC 地址”信息，但是**相关产品**已经检测确认完成整改；经咨询工业和信息化部信息通信管理局的相关工作人员，整改完成后，相关主体不会因本次通告所涉问题受到处罚或下架相关产品；且发行人实际控制人陈瑞卿、何春虹已承诺，如发行人及其子公司因前述情形受到主管部门处罚，由其承担补偿责任；保荐机构及发行人律师认为，前述情形不构成重大违法违规行为，亦不构成本次上市的实质障碍。

上述情况已经补充披露在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、报告期内发行人违法违规情况”。

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》存在以下违法行为之一的，原则上视为重大违法行为：被处以罚款等处罚且情节严重；导致

严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。保荐机构及发行人律师认为，发行人不存在《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》所述重大违法行为，相关事项不构成发行人本次上市的实质法律障碍。

问题六及回复

6. 关于关联方及关联交易。招股说明书、申报材料及其他相关材料显示：

(1) 2020年4月，发行人与自然人王丰投资设立杭州龙阅文化传播有限公司，发行人子公司阅见天下持有龙阅文化20%股权。发行人向龙阅文化采购版权。

(2) 快乐农夫、掌上经纬、振通凌伟、卓跃时代、新阅公司等为发行人的客户或供应商。除与快乐农夫开展运营支撑业务外，发行人与上述公司开展合作的内容主要包括渠道投放等。

请发行人：

(1) 补充披露王丰的履历，发行人与王丰合作设立龙阅文化的背景、原因，龙阅文化拥有的客户/版权资源，发行人在自有书库书籍数量远超龙阅文化的情况下向龙阅文化采购版权的背景、原因，通过龙阅文化采购版权而非自行向版权提供方采购版权的原因，采购的主要内容及采购的合理性，采购价格的公允性。

(2) 结合报告期内发行人离职员工的人数、离职员工去向、离职员工（及其近亲属）在发行人客户和供应商处的任职情况（包括但不限于入职时间、岗位内容、负责的具体事项、是否与发行人开展业务合作及合作的具体时间等）、发行人客户及供应商相关人员离职后在发行人处的任职情况等，自查并补充披露存在相关事项的离职员工及客户、供应商的具体情况，报告期内向发行人销售/采购的金额及占相关营业收入、采购成本的比例，是否存在为发行人承担成本费用情形，是否存在关联交易非关联化的情形。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见，并说明对相关离职员工任职情形的核查方法、核查范围、核查的完整性，核查证据是否能够支撑核查结论。

请保荐人说明在更新后的证监会反馈意见回复第44页中，关于南京草花网络科技有限公司的历史沿革的相关描述是否存在差错，对相关信息进行更新完善，并自查说明历次申报信息更新、招股说明书及审核问询回复披露过程中，是否按照《证券发行上市保荐业务管理办法》及保荐机构相关内部规程的要求，

严格履行程序并进行信息披露。

回复：

发行人说明：

（一）补充披露王丰的履历，发行人与王丰合作设立龙阅文化的背景、原因，龙阅文化拥有的客户/版权资源，发行人在自有书库书籍数量远超龙阅文化的情况下向龙阅文化采购版权的背景、原因，通过龙阅文化采购版权而非自行向版权提供方采购版权的原因，采购的主要内容及采购的合理性，采购价格的公允性。

1、补充披露王丰的履历，发行人与王丰合作设立龙阅文化的背景、原因，龙阅文化拥有的客户/版权资源

发行人在招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人的控股及参股子公司的情况”之“(二) 参股公司”补充披露如下：

王丰，2012年-2013年曾任红薯中文网内容编辑；2013年-2015年曾任精品中文网合伙人、内容总监；2015年-2020年，曾任网易文学总编辑；2020年参与创立龙阅文化，并任执行董事兼总经理。王丰具备多年的内容编辑工作经验，对网络文学行业有着深刻的理解，并积累了大量优质作者资源。

王丰创业设立龙阅文化后，依托于其积累的行业资源，与诸多优秀作者签约，并培养多部优秀的数字内容作品。

发行人投资龙阅文化主要是为了拓展公司移动端内容库，并与王丰及其内容团队深度绑定，在未来持续为公司提供高质量的原创版权内容。

2、发行人在自有书库书籍数量远超龙阅文化的情况下向龙阅文化采购版权的背景、原因，采购的主要内容及采购的合理性，采购价格的公允性。

发行人在招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人的控股及参股子公司的情况”之“(二) 参股公司”补充披露如下：

发行人的自有书库书籍中除发行人自签约作品外，亦存在大量向其他版权提供方采购的作品。而龙阅文化作为版权提供方，虽然成立时间较短，但创始人王丰在数字内容领域深耕多年，积累了部分优质作者资源，龙阅文化创立之后逐渐签约了数部优秀作品。故而发行人向龙阅文化采购数字内容符合商业逻辑。

报告期公司与龙阅文化交易金额为 396.20 万元，且公司与龙阅文化按照采购版权产生的净收益进行五五分成，该分成比例与公司该业务和其他非关联方结算比例无差异，定价公允。

（二）结合报告期内发行人离职员工的人数、离职员工去向、离职员工（及其近亲属）在发行人客户和供应商处的任职情况（包括但不限于入职时间、岗位内容、负责的具体事项、是否与发行人开展业务合作及合作的具体时间等）、发行人客户及供应商相关人员离职后在发行人处的任职情况等，自查并补充披露存在相关事项的离职员工及客户、供应商的具体情况，报告期内向发行人销售/采购的金额及占相关营业收入、采购成本的比例，是否存在为发行人承担成本费用情形，是否存在关联交易非关联化的情形。

1、离职员工（及其近亲属）在发行人主要客户中任职情况及员工自发行人客户处离职后就职于发行人的情况

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（二）主要客户情况”中补充披露如下：

经核查统计，离职员工（及其近亲属）在发行人主要客户中任职情况具体如下：

序号	员工（及其近亲属）姓名	任职发行人客户名称	入职时间	职位	负责工作内容	与发行人开展业务的时间
1	方某等 7 人*	今日头条	2019 年 5 月	数字营销负责人、审核专员、短视频负责人、审核专员、审核	付费推广工作、内容审核工作	2017 年 10 月
2	王某某等 6 人	深圳宜搜天下科技股份有限公司	2019 年 7 月、2020 年 4 月、2020 年 9 月	商务经理、运营主管、总监、运营经理、内容运营、运营	渠道拓展、渠道管理、新媒体运营、版权引入、	2017 年 1 月

					运营	
3	陈某某等 4 人	快乐农夫	2019 年 8 月、 2018 年 12 月	商务总监、商务、运营	商务拓展、渠道管理、平台运营	2018 年 5 月
4	李某某等 3 人*	百度	-	-	-	2015 年 1 月
5	李某等 3 人	北京磨铁数盟信息技术有限公司	2018 年、2019 年 5 月、2020 年 2 月	运营、编辑、运营	平台运营、渠道运营	2015 年 3 月
6	王某等 3 人	广州阿里巴巴文学信息技术有限公司	2018 年 6 月、 2019 年 6 月、 2020 年 3 月	商务、Android 高级开发工程师、iOS 高级开发工程师	商务拓展、开发工作	2015 年 7 月
7	孟某某等 3 人*	北京阅友科技有限公司	2019 年 6 月、 2020 年 5 月	商务	洽谈商务、商务拓展	2018 年 7 月
8	房某某等 3 人*	掌阅科技股份有限公司	2020 年 4 月、 2020 年 6 月、 2020 年 7 月	运营	用户运营、内容运营	2015 年 11 月
9	许某某*	北京大麦中金科技有限公司	2018 年 5 月	运营	-	2014 年 1 月
	曾某	博易创为(北京)数字传媒股份有限公司	2020 年 9 月	有声编辑	有声小说制作	
10	周某等 2 人	北京哎呦互娱科技有限公司	2019 年 7 月、 2017 年 12 月	编辑	签约书籍	2018 年 1 月
11	王某*	搜狗	-	-	-	2016 年 9 月
12	李某某	上海阅文信息技术有限公司	2018 年 8 月	后端开发	APP 业务开发	2016 年 9 月
13	刘某某	北京乐途原动力科技发展有限公司	2018 年 10 月	商务经理	渠道对接	2017 年 7 月
14	刘某某	广州小米信息服务有限公司	2019 年 7 月	数据运营经理	免费阅读业务	2017 年 8 月
15	孟某某	华为	2020 年 5 月	JAVA 开发工程师	-	2017 年 11 月
16	丁某某*	北京掌文信息技术有限公司	-	编辑	签约作者	2018 年 5 月
17	吴某*	福州掌中云文化传媒有限公司	-	-	-	2018 年 12 月
18	李某	上海元聚网络科技有限公司	2020 年 7 月	内容运营	内容运营	2019 年 6 月

注：标注*的相关人员存在仅提供其离职后的任职信息，但并未完整提供其入职时间、职位、负责的工作内容的情况。

经核查统计，员工最近 5 年曾在发行人客户处任职情况具体如下：

序号	员工姓名	公司名称	入职时间	离职时间	负责工作内容	与发行人开展业务的时间
----	------	------	------	------	--------	-------------

1	陈某等 4 人	掌阅科技股份有限公司	2014 年 10 月、 2018 年 9 月、 2020 年 1 月、 2018 年 4 月	2017 年 10 月、 2019 年 10 月、 2020 年 4 月、 2020 年 3 月	商业化产品运营 专家、内容运营、 男频运营负责 人、 编辑	2015 年 11 月
2	陈某某等 3 人	北京磨铁数盟信息技术有限公司	2016 年 10 月、 2017 年 3 月、 2018 年 5 月	2017 年 8 月、 2018 年 3 月、 2019 年 12 月	合同管理、合同 运营	2015 年 3 月
3	费立国	北京易天新动网络科技有限公司	2015 年 10 月	2018 年 5 月	副总经理，总编 辑	2013 年 6 月
4	邓某某	北京幻想纵横网络技术有限公司	2016 年 3 月	2019 年 2 月	大数据开发	2014 年 9 月
5	张某	北京秀闻科技有限公司	2016 年 7 月	2017 年 7 月	主编	2015 年 6 月
6	张某某等 2 人	上海阅文信息技术有限公司	2014 年 10 月、 2015 年 8 月	2017 年 10 月、 2018 年 6 月	男频运营负责 人、 产品经理	2016 年 9 月
7	胡某某等 3 人	今日头条	2017 年 4 月、 2016 年 6 月、 2018 年 10 月	2018 年 10 月、 2017 年 7 月、 2020 年 7 月	运营	2017 年 10 月
8	古某某	博易创为（北京）数字传媒股份 有限公司	2020 年 7 月	2020 年 9 月	内容精修	2014 年 1 月
9	李某	广州小米信息服务有限公司	2018 年 7 月	2019 年 9 月	运营	2017 年 8 月

前述发行人离职员工（及其近亲属）任职的发行人客户及在职员工自发行人客户离职情况中，涉及的发行人客户与发行人之间的交易情况具体如下：

单位：万元

序号	涉及的客户名称	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	北京快乐农夫科技有限公司	16,787.99	9.87%	10,347.31	11.21%	2,796.84	5.52%
2	今日头条	1,503.10	0.88%	1,100.11	1.19%	96.26	0.19%
3	北京掌文信息技术有限公司	302.56	0.18%	330.02	0.36%	105.20	0.21%
4	华为	4,461.28	2.62%	-	-	-	-
5	上海元聚网络科技有限公司	84.91	0.05%	78.81	0.09%	8.47	0.02%
6	阅文集团	135.14	0.08%	288.04	0.31%	41.14	0.08%
7	北京乐途原动力科技发展有限公司	23.78	0.01%	1.03	0.00%	-	-
8	搜狗	45.64	0.03%	35.63	0.04%	86.59	0.17%
9	广州阿里巴巴文学信息技术有限公司	26.93	0.02%	89.11	0.10%	115.06	0.23%
10	百度	213.92	0.13%	483.36	0.52%	74.47	0.15%
	北京幻想纵横网络技术有限公司	-	-	-	-	21.26	0.04%
11	福州掌中云文化传媒有限公司	19.92	0.01%	46.35	0.05%	2.65	0.01%
12	广州小米信息服务有限公司	12.39	0.01%	55.42	0.06%	115.85	0.23%
13	掌阅科技股份有限公司	3.90	0.00%	14.93	0.02%	7.29	0.01%

14	北京阅友科技有限公司	8.12	0.00%	7.60	0.01%	20.07	0.04%
15	北京易天新动网络科技有限公司	0.81	0.00%	20.80	0.02%	0.81	0.00%
16	大麦中金及其关联方	-	-	0.68	0.00%	16.16	0.03%
17	深圳宜搜天下科技股份有限公司	-	-	3.73	0.00%	5.26	0.01%
18	北京磨铁数盟信息技术有限公司	-	-	-	-	2.97	0.01%
19	北京哎呦互娱科技有限公司	-	-	0.97	0.00%	6.63	0.01%
20	北京秀闻科技有限公司	-	-	-	-	5.05	0.01%
合计		23,630.39	13.90%	12,903.90	13.98%	3,528.03	6.97%

注：阅文集团包括上海玄霆娱乐信息科技有限公司、上海阅文信息技术有限公司；华为包括华为终端有限公司、华为软件技术有限公司；百度包括百度时代网络技术（北京）有限公司、北京百度网讯科技有限公司；搜狗包括北京搜狗科技发展有限公司、北京搜狗网络技术有限公司、搜狗（杭州）智能科技有限公司；今日头条包括今日头条有限公司、天津今日头条科技有限公司、北京有竹居网络技术有限公司、湖北今日头条科技有限公司、北京字节跳动网络技术有限公司、字节跳动有限公司、西藏字节跳动信息科技有限公司；大麦中金及其关联方包括北京大麦中金科技有限公司、博易创为（北京）数字传媒股份有限公司、北京雪凝盛源科技有限公司。

由上述统计可以看出，公司员工离职后加入同一产业链内的其他公司属于行业正常现象。且前述发行人员工离职后入职的相关客户或发行人员工入职前曾任职的相关客户中，不存在该员工为前述公司实际控制人、总经理或其他可以施加重大影响的情况，不存在关联交易非关联化的情形。

2、离职员工（及其近亲属）在发行人供应商中任职情况及员工自发行人供应商处离职后就职于发行人的情况

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、采购情况和主要供应商”之“（一）主要采购情况”之“1”中补充披露如下：

经核查统计，离职员工（及其近亲属）在发行人主要供应商中任职情况具体如下：

序号	员工（及其近亲属）姓名	任职发行人供应商名称	入职时间	职位	负责工作内容	与发行人开展业务的时间
1	方某等7人*	今日头条	2019年5月	数字营销负责人、短视频负责人、审核专员等	付费推广工作、内容审核工作	2018年8月
2	王某某等6人	深圳宜搜天下科技股份有限公司	2019年7月、2020年4月、	商务经理、运营主管、总监、运营经理、内	渠道拓展、渠道管理、新媒体运	2020年3月

			2020年9月	容运营、运营	营、版权引入、运营	
3	房某某等3人*	掌阅科技股份有限公司	2020年4月、 2020年6月、 2020年7月	运营	用户运营、内容运营	2014年4月
	袁某某等2人*	重庆万读科技有限公司	2020年4月	运营	用户运营、渠道推广	2018年1月
4	陈某某等4人	快乐农夫	2019年8月、 2018年12月	商务总监、商务、运营	商务拓展、渠道管理、平台运营	2017年5月
5	王某等3人	广州阿里巴巴文学信息技术有限公司	2018年6月、 2019年6月、 2020年3月	商务、Android高级开发工程师、iOS高级开发工程师	商务拓展、商务拓展、开发工作	2015年12月
6	李某等3人	北京磨铁数盟信息技术有限公司	2018年、2019年5月、 2020年2月	运营、编剧、运营	平台运营、渠道运营	2016年4月
7	孟某某等3人*	北京阅友科技有限公司	2019年6月、 2020年5月	商务	洽谈商务、商务拓展	2018年1月
8	腾某	北京卓跃时代传媒科技有限公司	2020年4月	经理、执行董事	业务拓展、公司经营管理	2020年4月
		香港卓越传媒科技有限公司	-	-	-	
9	孟某某	华为	2020年5月	JAVA开发工程师	开发工作	2016年1月
10	许某某*	北京大麦中金科技有限公司	2018年5月	运营	-	2016年4月
11	丁某某*	北京掌文信息技术有限公司	-	编辑	签约作者	2016年4月
12	王某*	搜狗	-	-	-	2016年12月
13	安某某	北京太和凯旋信息技术有限公司	2020年11月	内容主编	洽谈及签约作者	2016年12月
14	张某某	上海连尚网络科技有限公司	2019年7月	产品经理	产品规划	2017年4月
15	刘某某	北京乐途原动力科技发展有限公司	2018年10月	商务经理	渠道对接	2017年6月
16	张某	广州萌萌达网络科技有限公司	2018年9月	编辑	签约书籍	2018年1月
17	赵某某*	北京康智乐思网络科技有限公司	-	-	-	2018年3月
18	傅某某	北京智远广旭科技有限公司	2019年2月	经理、执行董事	经营管理	2019年6月
19	周某某	北京振通凌伟科技有限公司	2019年2月	经理、执行董事	业务拓展、公司经营管理	2020年1月
20	李某	长沙念一文化有限公司	2020年8月	经理、执行董事	业务拓展、公司	2020年10月

注 1: 标注*的相关人员存在仅提供其离职后的任职信息, 但并未完整提供其入职时间、职位、负责的工作内容的情况。

注 2: 掌阅科技及其关联公司指掌阅科技股份有限公司、重庆万读科技有限公司。

经核查统计, 员工自发行人供应商处离职后就职于发行人情况具体如下:

序号	员工姓名	公司名称	入职时间	离职时间	负责工作内容	与发行人开展业务的时间
1	陈某某等 3 人	掌阅科技股份有限公司	2014 年 10 月、 2018 年 9 月、 2020 年 1 月	2017 年 10 月、 2019 年 10 月、 2020 年 4 月	商业化产品运营 专家、内容运营、 男频运营负责人	2014 年 4 月
2	陈某某等 2 人	北京磨铁数盟信息技术有限公司	2016 年 10 月、 2017 年 3 月	2017 年 8 月、 2018 年 3 月	合同管理、合同 运营	2016 年 4 月
3	何某某等 2 人	北京派瑞威行广告有限公司	2016 年 5 月、 2018 年 5 月	2018 年 3 月、 2018 年 9 月	高级优化师、媒 介审计	2018 年 10 月
4	邓某某	北京幻想纵横网络技术有限公司	2016 年 3 月	2019 年 2 月	大数据开发	2016 年 4 月
5	费立国等 2 人	北京易天新动网络科技有限公司	2015 年 10 月、 2016 年 9 月	2018 年 5 月、 2020 年 9 月	副总经理及总编 辑、财务兼总经 理助理	2016 年 7 月
6	何某	北京太和凯旋信息技术有限公司	2018 年 9 月	2019 年 4 月	副总编	2016 年 12 月
7	张某	北京秀闻科技有限公司	2016 年 7 月	2017 年 7 月	主编	2017 年 1 月
8	何某某	北京万象新动移动科技有限公司	2018 年 4 月	2019 年 4 月	高级优化师	2020 年 1 月
9	曲某某	北京云海扬帆科技有限公司	2017 年 3 月	2020 年 9 月	优化组组长	2017 年 7 月
10	徐某某	北京网易有道计算机系统有限公司	2020 年 7 月	2020 年 11 月	社群营销	2017 年 12 月
11	张某	九艺时光(北京)文化有限公司	2016 年 7 月	2017 年 7 月	主编	2018 年 5 月
12	朱某某等 2 人	北京多彩互动广告有限公司	2017 年 7 月、 2019 年 3 月	2018 年 5 月、 2020 年 11 月	商务、运营	2017 年 4 月
13	曲某某	杭州趣阅信息科技有限公司	2015 年 8 月	2017 年 6 月	内容运营	2015 年 10 月
14	李某某	北京万盟在线科技有限公司	2019 年 8 月	2020 年 8 月	优化师	2018 年 11 月
15	胡某	北京新华先锋出版科技有限公司	2016 年 4 月	2017 年 5 月	运营助理	2017 年 12 月
16	胡某某等 3 人	今日头条	2017 年 4 月、 2016 年 6 月、 2018 年 10 月	2018 年 10 月、 2017 年 7 月、 2020 年 7 月	运营	2018 年 8 月

前述发行人离职员工(及其近亲属)任职的发行人供应商及在职员工自发行人供应商离职情况中, 涉及的发行人供应商与发行人之间的交易情况具体如下:

序	涉及的供应商名称	2020 年	2019 年	2018 年
---	----------	--------	--------	--------

号		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	华为软件技术有限公司	4,886.06	3.73%	2,363.36	3.25%	65.19	0.18%
2	掌阅科技股份有限公司	1,134.43	0.87%	441.73	0.61%	44.02	0.12%
	重庆万读科技有限公司	875.88	0.67%	108.7	0.15%	6.59	0.02%
3	北京掌文信息技术有限公司	1,257.20	0.96%	1,525.79	2.10%	133.18	0.36%
4	北京振通凌伟科技有限公司	677.57	0.52%	-	-	-	-
5	香港卓越传媒科技有限公司	1,276.19	0.97%	-	-	-	-
6	广州萌萌达网络科技有限公司	166.58	0.13%	170.69	0.23%	58.41	0.16%
7	广州阿里巴巴文学信息技术有限公司	185.34	0.14%	157.22	0.22%	223.00	0.60%
8	北京易天新动网络科技有限公司	312.31	0.24%	205.19	0.28%	324.92	0.87%
9	北京磨铁数盟信息技术有限公司	47.16	0.04%	12.04	0.02%	69.30	0.19%
10	北京乐途原动力科技发展有限公司	107.38	0.08%	30.67	0.04%	31.07	0.08%
11	北京秀闻科技有限公司	11.09	0.01%	13.32	0.02%	11.99	0.03%
12	北京阅友科技有限公司	5.62	0.00%	7.51	0.01%	21.12	0.06%
13	北京万象新动移动科技有限公司	3.15	0.00%	3.45	0.00%	-	-
14	北京太和凯旋信息技术有限公司	9.66	0.01%	16.65	0.02%	47.34	0.13%
15	北京搜狗科技发展有限公司	2.14	0.00%	1.16	0.00%	34.88	0.09%
16	深圳宜搜天下科技股份有限公司	1.83	0.00%	-	-	-	-
17	今日头条	-	-	-	-	19.81	0.05%
18	上海连尚网络科技有限公司	-	-	12.08	0.02%	114.72	0.31%
19	北京快乐农夫科技有限公司	-	-	-	-	-	-
20	北京康智乐思网络科技有限公司	-	-	-	-	0.62	0.00%
21	北京幻想纵横网络技术有限公司	-	-	14.07	0.02%	163.29	0.44%
22	北京派瑞威行广告有限公司	-	-	427.26	0.59%	47.72	0.13%
23	北京大麦中金科技有限公司	32.17	0.02%	20.08	0.03%	81.99	0.22%
24	北京云海扬帆科技有限公司	-	-	11.86	0.02%	254.94	0.69%
25	北京网易有道计算机系统有限公司	-	-	-	-	1.04	0.00%
26	九艺时光(北京)文化有限公司	0.48	0.00%	0.41	0.00%	0.06	0.00%
27	北京多彩互动广告有限公司	705.35	0.54%	1,058.34	1.46%	1,298.66	3.49%
28	杭州趣阅信息科技有限公司	0.21	0.00%	-	-	-	-
29	北京万盟在线科技有限公司	1.23	0.00%	365.58	0.50%	31.69	0.09%
20	北京新华先锋出版科技有限公司	12.84	0.01%	-	-	33.02	0.09%
31	长沙念一文化有限公司	217.20	0.17%	-	-	-	-
合计		11,929.08	9.10%	6,967.16	9.59%	3,118.57	8.39%

注：今日头条包括今日头条有限公司、天津今日头条科技有限公司、北京有竹居网络技术有限公司、湖北今日头条科技有限公司、北京字节跳动网络技术有限公司、字节跳动有限公司、西藏字节跳动信息科技有限公司。

由上述统计可以看出，公司员工离职后加入同一产业链内的其他公司属于行

业正常现象。

针对前述员工离职后（或其亲属）入职相关公司并任实际控制人、总经理或其他可以施加重大影响职务的情况，对相关供应商的分析说明如下：

经统计，存在发行人员工离职后入职相关供应商并任实际控制人、总经理或其他可以施加重大影响的职务的情况。报告期内，相关供应商与发行人的交易情况如下：

公司名称	2020 年		2019 年	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
振通凌伟	677.57	0.52%	-	-
香港卓越	1,276.19	0.97%	-	-
智远广旭	-	-	0.00006	0.00%
长沙念一	217.20	0.17%	-	-

（1）振通凌伟

振通凌伟的基本情况如下：

名称	北京振通凌伟科技有限公司	统一社会信用代码	91110108MA01HD5E2F
住所	北京市海淀区白家疃尚水园2号楼3层308-1	成立时间	2019年2月26日
企业类型	有限责任公司（自然人独资）	营业期限至	2049年2月25日
法定代表人	周子博	注册资本	500万
经营范围	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；应用软件开发；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE值在1.4以上的云计算数据中心除外）；企业管理；市场调查；经济贸易咨询；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示活动；基础软件服务；电脑动画设计；翻译服务；商标代理；版权代理；文艺创作；会议服务；从事互联网文化活动；互联网信息服务；出版物零售；经营电信业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物零售、从事互联网文化活动、互联网信息服务、经营电信业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
股权结构	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
	周子博	500.00	100.00%
	合计	500.00	100.00%

2020年，发行人存在通过振通凌伟进行推广的情况。振通凌伟自2019年底

取得了腾讯广点通的一级代理资质，因此发行人为了进一步分散广点通代理集中度，增加振通凌伟作为腾讯广点通渠道投放的代理商。振通凌伟主要为发行人提供在广点通投放平台上开立投放账户、充值等服务，通过赚取媒体返点来盈利。中介机构对发行人与振通凌伟交易的广点通、微信推广结算后台、结算单据、银行流水往来进行了核查，确认发行人与该等主体的交易不存在异常情况，发行人支付的资金与媒体投放平台充入资金相匹配，不存在前述主体替发行人代垫成本费用的情况。

根据振通凌伟的工商登记档案、访谈振通凌伟及其股东周子博，并综合上述核查分析及实质重于形式原则，振通凌伟与发行人及发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系，不存在关联关系非关联化的情形。

(2) 卓跃时代

北京卓跃时代传媒科技有限公司（以下简称“北京卓跃”）的基本情况如下：

名称	北京卓跃时代传媒科技有限公司	统一社会信用代码	91110108MA01QQCA9E
住所	北京市海淀区知春路6号(锦秋国际大厦)18层A05	成立时间	2020年4月14日
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	营业期限至	无固定期限
法定代表人	滕飞	注册资本	1,000万
经营范围	技术交流、技术转让、技术推广、技术服务、技术咨询、技术开发；软件开发；软件咨询；应用软件服务；计算机系统服务；基础软件服务；自然科学研究与试验发展；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
股权结构	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
	滕飞	950.00	95.00%
	韩旭	50.00	5.00%
	合计	1,000.00	100.00%

北京卓跃是香港卓越传媒科技有限公司（以下简称“香港卓越”）在境内的运营主体，香港卓越的基本情况参见本节之“四、采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”。

2020年，发行人存在通过香港卓越进行推广的情况。香港卓越为 Facebook

的广告代理商，主要为发行人提供在相关推广渠道投放平台上开立投放账户、充值等服务，通过赚取媒体返点来盈利。中介机构对发行人与前述主体交易的 Facebook 结算后台、结算单据、银行流水往来进行了核查，发行人支付的资金与媒体投放平台充入资金相匹配，充值金额均在 Facebook 平台中消耗，不存在前述主体替发行人代垫成本的情况。

根据北京卓跃的工商登记档案、香港卓越的公司设立材料，经访谈滕飞，并综合上述核查分析及实质重于形式原则，北京卓跃、香港卓越与发行人及发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系，不存在关联关系非关联化的情形。

(3) 智远广旭

北京智远广旭科技有限公司（以下简称“智远广旭”）的基本情况如下：

名称	北京智远广旭科技有限公司	统一社会信用代码	91110108MA01HD6U X6
住所	北京市海淀区马甸东路 19 号 22 层 2601A	成立时间	2019 年 2 月 26 日
企业类型	有限责任公司(自然人独资)	营业期限至	2049 年 2 月 25 日
法定代表人	傅翠霞	注册资本	100 万
经营范围	技术开发、技术咨询、技术转让、技术推广、技术服务；软件开发；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；应用软件服务；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.4 以上的云计算数据中心除外）；企业管理；市场调查；经济贸易咨询；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示活动；基础软件服务；电脑动画设计；翻译服务；文艺创作；会议服务；商标代理；版权代理；从事互联网文化活动；互联网信息服务；出版物零售；经营电信业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物零售、从事互联网文化活动、互联网信息服务、经营电信业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
股权结构	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
	傅翠霞	100.00	100.00%
	合计	100.00	100.00%

2019 年 6 月，发行人与智远广旭进行代收充值渠道款测试，但测试后并未开展相关合作。测试阶段，智远广旭代发行人收取充值渠道款 30 元，发行人向其支付手续费 0.6 元。

根据智远广旭的工商登记信息，并经访谈傅翠霞，综合上述核查分析及实质

重于形式原则，智远广旭与发行人及发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系，不存在关联关系非关联化的情形。

(4) 长沙念一

长沙念一文化有限公司（以下简称“长沙念一”）的基本情况如下：

名称	长沙念一文化有限公司	统一社会信用代码	91430104MA4RM15388
住所	湖南省长沙县星沙街道东六路266号华润置地广场一期12栋1507号	成立时间	2020年8月28日
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	营业期限至	-
法定代表人	李纯	注册资本	100万
经营范围	文化活动的组织与策划；文化活动服务；文艺创作服务；计算机技术开发、技术服务；软件技术转让；基础、支撑、应用的软件开发；文化艺术交流活动的组织；计算机网络平台的开发及建设；计算机检测控制系统的技术咨询服务；计算机网络系统工程服务；计算机数据处理；大数据处理技术的研究、开发；企业管理服务；企业管理咨询服务；市场调查；经济与商务咨询服务；企业营销策划；广告设计；广告制作服务；广告发布服务；广告国内代理服务；会议、展览及相关服务；动漫及衍生产品设计服务；翻译服务；商标代理；版权服务；网上动漫服务；互联网信息技术咨询；利用信息网络经营动漫产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
	田东蕾	67.00	67.00%
	李纯	33.00	33.00%
	合计	100.00	100.00%

2020年，发行人存在通过长沙念一进行推广的情形，推广的合作模式采用CPS分成模式，分成比例与发行人其他同类推广供应商不存在差异，定价公允，不存在前述主体替发行人代垫成本的情况。

根据长沙念一的工商登记信息，并经访谈长沙念一，综合上述核查分析及实质重于形式原则，长沙念一与发行人及发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系，不存在关联关系非关联化的情形。

中介机构说明：

（一）请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见，并说明对相关离职员工任职情形的核查方法、核查范围、核查的完整性，核查证据是否能够支撑核查结论。

1、王丰及龙阅文化的相关核查

针对题中所述事项，保荐机构及发行人律师核查了龙阅文化的工商登记信息、发行人与龙阅文化的投资协议、业务合同、王丰的填写的个人情况调查表，访谈发行人相关业务人员。经核查，保荐机构及发行人律师认为，发行人投资及向龙阅文化采购版权符合商业逻辑，采购价格公允。

2、离职员工任职情况的核查

根据发行人员工花名册，自 2017 年 1 月 1 日至 **2020 年 12 月 31 日**，发行人合计离职员工 **301** 人次。针对报告期内离职的 **301** 人，保荐机构及发行人律师对之进行了电话访谈，确认其自发行人处离职后就职的相关公司、入职时间、岗位内容及负责的具体事项；询问其是否存在近亲属就职于数字阅读产业链的相关公司，如存在，其亲属就职的具体公司名称及任职岗位。前述核查中接听电话 **268** 人，占比 **89.04%**；其中 **28** 人拒绝透露相关信息，剔除掉拒绝提供信息的人员共计 **240** 名离职员工提供其及近亲属的任职情况，占比 **79.73%**。

根据发行人员工花名册，截至 **2020 年 12 月 31 日**，发行人在职员工 **397** 人。根据相关员工的简历，查验发行人统计的相关员工最近 5 年的任职情况。

保荐机构及发行人律师，将前述离职员工（及其近亲属）及在职员工最近五年的任职公司情况与报告期内发行人客户、供应商名单进行交叉比对；根据工商信息将发行人报告期内前十大客户、前十版权供应商、前二十大推广供应商穿透至自然人、国有企业或上市公司，并与报告期内发行人员工花名册进行交叉对比。

由于存在部分员工离职后无法联系或拒绝透露其及其近亲属任职的情况，发行人及中介机构统计的离职员工（及其近亲属）的任职情况无法完全覆盖全部离

职员工（及其近亲属）。保荐机构及发行人律师通过对主要客户、供应商进行穿透并与发行人员工花名册进行比对核查；对相关员工在客户、供应商处任主要管理职务的情况进行了分析核查。

经核查，发行人离职员工（及其近亲属）在发行人客户和供应商处的任职情况、发行人客户及供应商相关人员离职后在发行人处的任职情况参见本题回复“发行人说明”之“（二）”中列示。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，发行人存在离职员工（及其近亲属）就职的公司或发行人员工曾经任职的公司是发行人客户、供应商的情况，符合行业逻辑，相关公司不存在为发行人代垫成本费用的情况，不存在关联交易非关联化的情形，核查方法及核查范围充分有效，可以在重要性水平上保证核查的完整性，核查证据能够支撑前述核查结论。

（二）请保荐人说明在更新后的证监会反馈意见回复第 44 页中，关于南京草花网络科技有限公司的历史沿革的相关描述是否存在差错，对相关信息进行更新完善，并自查说明历次申报信息更新、招股说明书及审核问询回复披露过程中，是否按照《证券发行上市保荐业务管理办法》及保荐机构相关内部规程的要求，严格履行程序并进行信息披露。

更新后的证监会反馈意见回复第 44 页中，关于南京草花网络科技有限公司的历史沿革的相关描述存在笔误情况，保荐机构对之进行修改更新。

修订前内容：

“3、南京草花网络科技有限公司

经核查南京草花网络科技有限公司的工商登记资料，南京草花网络的历史沿革情况如下：

（1）2020 年 3 月，南京草花网络设立

①2018 年 3 月，徐旭签署《南京草花网络科技有限公司章程》。根据该章程，南京番茄互娱的注册资本为 50 万元，均由徐旭以货币方式出资。

②2020年3月27日，南京草花网络办理完毕设立工商登记。

经核查，南京番茄互娱设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资方式	持股比例（%）
1	徐旭	50.00	货币	100.00
合计		50.00	-	100.00

”

修订后内容：

“3、南京草花网络科技有限公司

经核查南京草花网络科技有限公司的工商登记资料，南京草花网络的历史沿革情况如下：

（1）2020年3月，南京草花网络设立

①2020年3月，徐旭签署《南京草花网络科技有限公司章程》。根据该章程，南京草花网络的注册资本为50万元，均由徐旭以货币方式出资。

②2020年3月27日，南京草花网络办理完毕设立工商登记。

经核查，南京草花网络设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资方式	持股比例（%）
1	徐旭	50.00	货币	100.00
合计		50.00	-	100.00

”

对于前述笔误的修订，不会对阅读者构成误导，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

保荐机构对历次申报信息更新、招股说明书及审核问询回复披露过程中的相关文件主要信息进行了全面自查，并复核了保荐项目重要事项尽职调查情况问核表和保荐工作底稿，确认披露的信息真实、准确、完整，个别笔误情况不会对投资者的判断产生影响，申报文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

保荐机构按照证监会《证券公司投资银行类业务内部控制指引》要求，建立

了项目组、质量控制部、合规与风险管理部三道内部控制防线，对项目质量进行从立项、内核、后续管理等多方面的严格把控。历次申报信息更新、招股说明书及审核问询回复披露过程中，保荐机构按照《证券发行上市保荐业务管理办法》及保荐机构相关内部规程的要求，严格履行程序并进行信息披露，相关程序的履行已在《发行保荐书》、《上市保荐书》中依法进行充分披露。

问题七及回复

7. 关于信息披露豁免申请。根据发行人提交的信息披露豁免申请：

(1) 发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题一之“1”中涉及的快乐农夫实际控制人李帜与其同学的私人关系及在业务拓展中发挥的作用等相关内容。

(2) 发行人以属商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题一之“2”中涉及的快乐农夫因与发行人合作而实际拥有的粉丝数量及占比、快乐农夫微信公众号停止运营的原因、快乐农夫主要财务数据等相关内容。

(3) 发行人以属于发行人进行渠道推广的核心商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题二之“1”中涉及的发行人不同推广方式的付费转化率、平均获客成本、各年度第6至10名推广商的具体情况、推广效果分析等相关内容。

(4) 发行人以负有保密义务为由，申请豁免披露首轮问询问题二之“2”中涉及的买断版权书籍主要名称、买断版权书籍供应商名称。

(5) 发行人以属于核心商业机密为由，申请豁免披露第二轮问询问题一中涉及的为满足发行人 ROI 考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关指标。

(6) 发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第二轮问询问题二中涉及的快乐农夫与发行人重叠供应商的具体名称、推广金额、合同内容及签约情况、相关代收款方与快乐农夫的关联关系等相关内容。

请保荐人、发行人律师、申报会计师：

(1) 就信息披露豁免申请涉及商业机密的，逐项核查并说明发行人与相关客户、供应商已签署的合同中是否事先对商业机密的范围、保密义务的内容进行具体约定，并提供上述事项涉商业秘密的合同依据。

(2) 逐项核查并说明判断上述信息披露豁免申请中涉及的关于快乐农夫合作渠道、业务发展渊源、快乐农夫合规性、推广相关数据（获客成本、付费转化率）、推广商情况、发行人推广渠道与快乐农夫推广渠道重合情况等内容非为

投资者做出价值判断所必需的信息的原因，相关内容是否涉及发行人核心商业模式及商业效果、是否系投资者理解发行人高增长率及是否具有成长性的关键因素，豁免披露后投资者是否难以准确理解发行人与第一大客户的具体合作模式及合作原因，信息披露豁免是否对投资者决策判断构成重大影响。

(3) 结合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十七条及第四十四条、《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 21 的相关要求，对发行人申请信息披露豁免的具体内容进行逐项核查，逐个具体说明豁免信息披露的原因、涉及商业机密的依据、信息披露豁免后是否影响投资者决策判断。

请申报会计师在信息豁免披露的专项核查报告中对发行人审计范围是否受到限制、审计证据的充分性、对快乐农夫相关事项进行核查时审计范围受限情况进行核查并补充发表明确意见，审慎出具核查报告。

回复：

(一) 就信息披露豁免申请涉及商业机密的，逐项核查并说明发行人与相关客户、供应商已签署的合同中是否事先对商业机密的范围、保密义务的内容进行具体约定，并提供上述事项涉商业秘密的合同依据。

发行人申请豁免披露相关内容的具体情况：

序号	题号	豁免内容	豁免理由	是否于合同中对保密事项进行约定
1	首轮问询问题一之“1”	涉及的快乐农夫实际控制人李帜与其同学的私人关系及在业务拓展中发挥的作用等相关内容	商业机密、保密义务	是
2	首轮问询问题一之“2”	涉及的快乐农夫因与发行人合作而实际拥有的粉丝数量及占比、快乐农夫微信公众号停止运营的原因、快乐农夫主要财务数据等相关内容	商业机密、保密义务	是
3	首轮问询问题二之“1”	涉及的发行人不同推广方式的付费转化率、平均获客成本、各年度第 6 至 10 名推广商的具体情况、推广效果分析等相关内容	商业机密	否
4	首轮问询问题二之	涉及的买断版权书籍主要名称、买断版权书籍供应商名称	商业机密、保密	是

	“2”		义务	
5	第二轮询问问题一	涉及的为满足发行人 ROI 考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关指标	商业机密	否
6	第二轮询问问题二	涉及的快乐农夫与发行人重叠供应商的具体名称、推广金额、合同内容及签约情况、相关代收款方与快乐农夫的关联关系等相关内容	商业机密、保密义务	是
7	第三轮询问问题三之“1”	涉及的发行人 2020 年 1-6 月新增前十大供应商中 6-10 的供应商名称、推广金额及相应的渠道资源情况	商业机密	否
8	第三轮询问问题三之“2”	涉及的发行人主要快应用产品的推广规模及推广渠道、发行人在相应推广媒体上推广快应用产品的获客单价及主要供应商推广情况（包括供应商名称、推广金额、占比、新增用户单价、新增付费用户获客单价）	商业机密	否
9	第三轮询问问题四	涉及的主要推广商的二充率数据以及发行人主要推广商二充率分布区间；涉及的为满足发行人 ROI 考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关指标	商业机密	否

1、与快乐农夫的保密协议约定

因快乐农夫系发行人的客户，中介机构在对之进行现场核查时，与之签订的保密协议中包含了保密信息的条款，具体如下：

“1、保密信息

披露方（快乐农夫）提交的自身及其关联方所有商业的、财务的、技术的、人员的或者其它方面的信息或材料（无论是口头的、书面的、可机读的或其它任何形式），对披露方及其关联方而言具有商业敏感性和商业价值，属于“保密信息”，披露方及其关联方希望对其进行保护以免被无限制地泄露出去或者为竞争对手所用。保密信息包括但不限于：

(1) 披露方及其关联方的任何财务及商业资料和信息；

(2) 与披露方的业务直接或间接相关的信息，包括商业秘密、秘诀、策略、计划、经营、程序、方法论以及活动；

- (3) 披露方及其关联方的项目投资及/或业务资料和信息；
- (4) 披露方及其关联方的法律资料和信息；
- (5) 披露方及其关联方的技术资料和信息；
- (6) 披露方及其关联方的组织结构及内部管理信息，包括但不限于股权结构、股东情况、人事、员工薪酬、行政、客户管理制度、策略、方法、实施体系及管理软件；
- (7) 披露方及其关联方的社会关系网络、人力资源及客户资料和信息；
- (8) 按照法律和其他协议，披露方及其关联方对第三方负有保密义务的资料和信息；
- (9) 接收方与披露方及其关联方所达成的任何协议、共识或商业计划以及因此形成的任何文件；
- (10) 披露方及其关联方出具的标有‘商业秘密’字样的任何资料和信息。”

2、与版权方签署合同中的保密条款约定

发行人与版权提供方签署的合同中，有明确的保密条款，具体如下：

“第十一条 保密条款

11.1 未经对方许可，任何一方不得向第三方泄露本协议的任何内容、本协议的签订及履行情况，以及通过签订和履行本协议而获知的对方及对方关联公司的任何信息。

11.2 任何一方应法院或者其他法律、行政管理部门要求披露信息（通过口头提问、询问、要求资料或文件、传讯、民事或刑事调查或其他程序）的情况发生时，披露方应立即向另一方发出通知，并做出必要说明。

11.3 双方保密信息仅可在各自一方负责人、从事该项目工作的员工、为企业服务的律师、会计师的范围内知悉，并保证上述人员承担保密责任。

11.4 本协议有效期内及终止后，本保密条款仍具法律效力。”

综上所述，经保荐机构及发行人律师核查相关保密协议及业务合同，中介机构与快乐农夫签订的保密协议以及发行人与版权合作方签订的业务合同中，对保密内容及保密义务进行具体约定。

（二）逐项核查并说明判断上述信息披露豁免申请中涉及的关于快乐农夫合作渠道、业务发展渊源、快乐农夫合规性、推广相关数据（获客成本、付费转化率）、推广商情况、发行人推广渠道与快乐农夫推广渠道重合情况等内容非为投资者做出价值判断所必需的信息的原因，相关内容是否涉及发行人核心商业模式及商业效果、是否系投资者理解发行人高增长率及是否具有成长性的关键因素，豁免披露后投资者是否难以准确理解发行人与第一大客户的具体合作模式及合作原因，信息披露豁免是否对投资者决策判断构成重大影响。

1、 发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题一之“1”中涉及的快乐农夫实际控制人李帜与其同学的私人关系及在业务拓展中发挥的作用等相关内容。

发行人已在招股说明书及问询回复中对发行人与快乐农夫的合作模式、合作渊源进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为论证快乐农夫具备渠道资源之佐证，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，对于投资者准确理解发行人与第一大客户的具体合作模式及合作原因不构成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

2、 发行人以属商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题一之“2”中涉及的快乐农夫因与发行人合作而实际拥有的粉丝数量及占比、快乐农夫微信公众号停止运营的原因、快乐农夫主要财务数据等相关内容。

发行人已在招股说明书及问询回复中对发行人与快乐农夫的合作模式、合作渊源、发行人与快乐农夫合作运营支撑业务的合规性进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为快乐农夫商业模式合理性以及发行人与快乐农夫合作运营支撑

业务的合规性的佐证，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，对于投资者准确理解发行人与第一大客户的具体合作模式及合作原因不构成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

3、发行人以属于发行人进行渠道推广的核心商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题二之“1”中涉及的发行人不同推广方式的付费转化率、平均获客成本、各年度第6至10名推广商的具体情况、推广效果分析等相关内容。

发行人已在招股说明书及问询回复中对报告期内的推广模式及其变动情况进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为对比不同推广方式之间推广效果之佐证之一，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

4、发行人以负有保密义务为由，申请豁免披露首轮问询问题二之“2”中涉及的买断版权书籍主要名称、买断版权书籍供应商名称。

发行人已在招股说明书及问询回复中对报告期内的业务模式、版权类型、采购模式及其变动情况进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为论证发行人版权采购类型、采购模式变动情况的佐证，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

5、发行人以属于核心商业机密为由，申请豁免披露第二轮问询问题一中涉及的为满足发行人 ROI 考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关指标。

发行人已在招股说明书及问询回复中对报告期内的业务模式、推广模式及其变动情况进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为论证发行人业务真实性的佐证之一，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

6、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第二轮问询问题二中涉及的快乐农夫与发行人重叠供应商的具体名称、推广金额、合同内容及签约情况、相关代收款方与快乐农夫的关联关系等相关内容。

发行人已在招股说明书及问询回复中对发行人与快乐农夫存在重叠供应商的原因进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为发行人与快乐农夫合作运营支撑业务商业合理性的佐证之一，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，对于投资者准确理解发行人与第一大客户的具体合作模式及合作原因不构成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

7、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第三轮问询问题三之“1”中涉及的发行人 2020 年新增前十大供应商中 6-10 的供应商名称、推广金额及相应的渠道资源情况等相关内容。

发行人已在招股说明书及问询回复中对报告期内的推广模式及其变动情况进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为相关模式及变动之佐证之一，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成

重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

8、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第三轮问询问题三之“2”中涉及的发行人主要快应用产品的推广规模及推广渠道、发行人在相应推广媒体上推广快应用产品的获客单价及主要供应商推广情况（包括供应商名称、推广金额、占比、新增用户单价、新增付费用户获客单价）等相关内容。

发行人已在招股说明书及问询回复中对报告期内的推广模式及其变动情况进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为相关模式及变动之佐证之一，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

9、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第三轮问询问题四中涉及的主要推广商的二充率数据以及发行人主要推广商二充率分布区间；涉及的为满足发行人 ROI 考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关内容。

发行人已在招股说明书及问询回复中对报告期内的业务模式、推广模式及其变动情况进行了详细披露，上述豁免申请内容仅作为论证发行人业务真实性的佐证之一，不涉及对投资者作出投资决策有重大影响的信息，披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

综上所述，上述豁免申请内容并非为投资者做出价值判断所必需的信息，发行人披露程度能够达到投资者作出投资决策所必需的水平，不会对投资者理解发行人的商业模式及商业效果、发行人高增长率及是否具有成长性造成影响，对于投资者准确理解发行人与第一大客户的具体合作模式及合作原因不构成影响，上述信息披露豁免不会对投资者决策判断构成重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

（三）结合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十七条及第四十四条、《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题21的相关要求，对发行人申请信息披露豁免的具体内容进行逐项核查，逐个具体说明豁免信息披露的原因、涉及商业机密的依据、信息披露豁免后是否影响投资者决策判断。

1、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题一之“1”中涉及的快乐农夫实际控制人李帜与其同学的私人关系及在业务拓展中发挥的作用等相关内容。

发行人申请豁免前述信息，是由于该内容属于快乐农夫的商业机密，且快乐农夫在向中介机构提供相关信息时明确要求对相关内容进行保密（具体参见本题回复之“（一）”）。发行人如披露前述内容，会导致发行人违反相关保密义务。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

2、发行人以属商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题一之“2”中涉及的快乐农夫因与发行人合作而实际拥有的粉丝数量及占比、快乐农夫微信公众号停止运营的原因、快乐农夫主要财务数据等相关内容。

发行人申请豁免前述信息，是由于该内容属于快乐农夫的商业机密，且快乐农夫在向中介机构提供相关信息时明确要求对相关内容进行保密（具体参见本题回复之“（一）”）。发行人如披露前述内容，会导致发行人违反相关保密义务。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

3、发行人以属于发行人进行渠道推广的核心商业机密为由，申请豁免披露首轮问询问题二之“1”中涉及的发行人不同推广方式的付费转化率、平均获客成本、各年度第6至10名推广商的具体情况、推广效果分析等相关内容。

发行人申请豁免前述信息，是由于该内容属于发行人进行渠道推广的核心商业机密。发行人如披露具体内容，竞争对手可以分析发行人在相关供应商的推广模式及推广价格，并在推广市场上有针对性的进行出价，从而使发行人在未来的市场竞争中处于不利地位，进而影响发行人的未来业务发展。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

4、发行人以负有保密义务为由，申请豁免披露首轮问询问题二之“2”中涉及的买断版权书籍主要名称、买断版权书籍供应商名称。

发行人申请豁免前述信息，一方面是由于对于相关作品名称，发行人对合作的内容提供商具有保密义务（具体参见本题回复之“（一）”）；另一方面是由于，主要书籍名单及合作模式也是发行人的核心商业机密。发行人如披露具体作品名称及作品相关收入情况，一方面会导致发行人违反相关保密义务，破坏发行人与供应商之间的商业关系，并对发行人未来与供应商商业谈判策略产生较大不利影响；另一方面，竞争对手可以具有针对性的推出相同或相似书籍，使发行人在未来的市场竞争中处于不利地位。此外，如披露买断版权供应商名称及向其采购的作品单价，会对发行人未来与供应商商业谈判策略产生较大不利影响。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

5、发行人以属于核心商业机密为由，申请豁免披露第二轮问询问题一中涉及的为满足发行人 ROI 考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关指标。

发行人申请豁免前述信息，是由于发行人对推广商的考核指标（如 ROI 和二充率）属于发行人的核心商业机密，发行人如披露具体内容，推广商可能会为了满足发行人考核指标而进行不利于发行人的推广行为，进而影响发行人的未来业务发展。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

6、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第二轮问询问题二中涉及的快乐农夫与发行人重叠供应商的具体名称、推广金额、合同内容及签约情况、相关代收款方与快乐农夫的关联关系等相关内容。

发行人申请豁免前述信息，是由于该内容属于快乐农夫的商业机密，且快乐农夫在向中介机构提供相关信息时明确要求对相关内容进行保密（具体参见本题回复之“（一）”）。发行人如披露前述内容，会导致发行人违反相关保密义务。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

7、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第三轮问询问题三之“1”中涉及的发行人2020年新增前十大供应商中6-10的供应商名称、推广金额及相应的渠道资源情况等相关内容。

发行人申请豁免前述信息，是由于该内容属于发行人进行渠道推广的核心商业机密。发行人如披露具体内容，竞争对手可以分析发行人在相关供应商的推广模式及推广价格，并在推广市场上有针对性的进行出价，从而使发行人在未来的市场竞争中处于不利地位，进而影响发行人的未来业务发展。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

8、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第三轮问询问题三之“2”中涉及的发行人主要快应用产品的推广规模及推广渠道、发行人在相应推广媒体上推广快应用产品的获客单价及主要供应商推广情况（包括供应商名称、推广金额、占比、新增用户单价、新增付费用户获客单价）等相关内容。

发行人申请豁免前述信息，是由于该内容属于发行人进行渠道推广的核心商业机密。发行人如披露具体内容，竞争对手可以分析发行人在相关供应商的推广模式及推广价格，并在推广市场上有针对性的进行出价，从而使发行人在未来的市场竞争中处于不利地位，进而影响发行人的未来业务发展。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

9、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第三轮问询问题四中涉及的主要推广商的二充率数据以及发行人主要推广商二充率分布区间；涉及的为满足发行人ROI考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关内容。

发行人申请豁免前述信息，是由于发行人对推广商的考核指标（如ROI和二充率）属于发行人的核心商业机密，发行人如披露具体内容，推广商可能会为了满足发行人考核指标而进行不利于发行人的推广行为，进而影响发行人的未来业务发展。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员均依法履行了信息披露义务，发行人申请豁免的信息属于发行人的商业秘密，披露后可能导

致严重损害公司利益，保荐机构、发行人律师、申报会计师依法对发行人的信息披露进行核查把关，并对信息豁免披露分别出具了核查报告，符合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十七条、第四十四条规定。

发行人因涉及商业秘密提出豁免申请，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 21 规定的相关要求，具体如下：

(1) 发行人已建立严格的内控管理制度，就保密事项明确保密范围及保密等级，针对保密信息落实专人负责，严格执行内部审核程序，审慎认定信息豁免披露事项，保证豁免披露的信息尚未泄漏；

(2) 发行人的董事长已在豁免申请文件中签字确认；

(3) 豁免披露的信息尚未泄漏。

保荐机构及发行人律师已对发行人信息豁免披露符合相关规定、不影响投资者决策判断、不存在泄密风险分别出具了核查报告。申报会计师已对发行人审计范围是否受到限制、审计证据的充分性、豁免披露相关信息是否影响投资者决策判断出具核查报告。

综上所述，发行人本次发行上市的信息豁免披露申请及提供的相关文件符合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十七条、第四十四条规定以及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 21 的相关规定。

(四) 请申报会计师在信息豁免披露的专项核查报告中对发行人审计范围是否受到限制、审计证据的充分性、对快乐农夫相关事项进行核查时审计范围受限情况进行核查并补充发表明确意见，审慎出具核查报告。

申报会计师已对发行人执行了严格的审计程序，在审计过程中获取了足够的审计信息（包括上述豁免信息），审计范围不存在受到限制情况，审计证据充分，豁免披露相关信息仅为对公众提供信息的豁免，未对审计过程产生影响。

针对快乐农夫的相关事项进行核查时，因快乐农夫系发行人的客户，中介机

构无法完全按照 IPO 标准对其进行财务审计，在签署保密协议的情况下，中介机构基于获取的财务账套数据、纳税申报表、银行账户对账单、快乐农夫系统后台的用户数据以及第三方收款平台的充值流水明细、主要合作推广供应商的合同及协议和访谈情况进行分析性复核。核查过程均处于快乐农夫视频监控之下，所使用的电子设备均由快乐农夫提供，且无法连接网络，所有资料传递均在快乐农夫人员监督下进行，因渠道供应商名单为其核心商业机密，最终形成底稿并带离现场的文件均进行脱敏处理，隐去对手方信息。

对于发行人运营支撑业务收入，申报会计师及 IT 审计团队获取了快乐农夫提供的全部业务系统数据以及快乐农夫提供的第三方充值流水。为了验证第三方充值流水的真实有效性，申报会计师对快乐农夫提供的第三方充值流水根据账户维度进行了抽验，2018-2020 年抽检比例分别为 80.83%、93.59% 及 **93.26%**，验证了第三方充值流水的准确性。在保证第三方充值流水的真实性基础上，申报会计师及 IT 审计团队根据快乐农夫提供的阳光书城业务系统数据中的充值明细按照订单号与第三方充值流水进行匹配，2018 年-2020 年充值金额匹配成功率分别为 99.9864%、99.9947% 和 **99.9993%**，确保业务系统数据中的充值明细均为真实的充值流水，快乐农夫与发行人按期根据业务系统中的充值数据进行结算，申报会计师核查了相关结算后台、结算单、银行收款记录，确认发行人运营支撑收入的真实性。

对于快乐农夫的成本核查，由于渠道供应商名单为其核心商业机密，申报会计师除在快乐农夫现场核查了主要供应商的合同外，通过第三方公司与行业中具备同类业务的公司签约的方式核查了同业其他公司的分成比例，确认快乐农夫与供应商的分成比例价格公允。另外申报会计师根据快乐农夫账套等资料进行的匡算，其 2018 年、2019 年和 **2020 年**其向渠道推广方的综合结算分成比例略低于 90%，间接证明了其不存在为发行人体外支付成本的情况。

基于上述分析和复核，申报会计师认为快乐农夫提供的报表和纳税申报表与其财务账套和银行流水具有匹配性，快乐农夫具有一定的盈利空间，且实际发生的渠道推广成本与其收入满足配比关系；快乐农夫的盈利模式具有商业合理性，且根据快乐农夫提供的账务情况及银行流水，其还存在其他粉丝运营收入，侧面

印证了其粉丝经济的盈利能力；快乐农夫不存在为发行人代垫成本、输送利益的情况，发行人运营支撑业务收入真实。

综上所述，申报会计师对发行人审计范围没有受到限制、审计证据充分；申报会计师对快乐农夫的核查程序存在核查受限的情形，但均采取了补充和替代核查措施，核查证据充分，相关核查程序受限未对核查结论造成实质影响，核查过程及获取的核查证据可以有效支撑相关核查结论。

（本页无正文，为《北京点众科技股份有限公司与华泰联合证券有限责任公司关于北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函之回复》之签字盖章页）

董事长：


陈瑞卿

北京点众科技股份有限公司



(本页无正文,为《北京点众科技股份有限公司与华泰联合证券有限责任公司关于北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函之回复》之签字盖章页)

保荐代表人:

许楠
许楠

张鹏
张鹏

华泰联合证券有限责任公司



保荐机构总经理声明

本人已认真阅读北京点众科技股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解审核问询函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：


马 骁

华泰联合证券有限责任公司

2021年6月24日