

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二轮审核问询函之回复

大华核字[2021]009215 号

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

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二轮审核问询函之回复

目 录

页 次

一、	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二轮审核问询函之回复	1-122
----	---	-------

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二轮审核问询函之回复

大华核字[2021]009215号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 11 月 26 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二轮审核问询函》（以下简称“《问询函》”）的要求，对贵所问询函中提到的有关发行人北京点众科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“点众科技”或“公司”）的相关问题进行了逐项落实，现将会计师对该问询函的核查情况回复如下：

问题一及回复

1. 关于收入核查。保荐业务现场督导发现：

(1) 报告期内发行人主要产品用户中平均阅读时间间隔时长小于 1 分钟的用户数量及消费金额占比分别为 12.6%和 3.1%。

(2) 2019 年发行人合计有 9.16 万个单一支付账号向 2 个及以上用户账号充值，快乐农夫合计有 11.39 万个支付账号向 2 个及以上的用户账号充值。

(3) 发行人快应用业务中存在约 3.99 亿元的已创建但未支付的订单，且订单中存在部分用户高频创建订单的情况。

(4) 2019 年快乐农夫用户平均每天充值次数和充值金额分别由 2018 年的 3.71 万次、138.51 万元，上升到 2019 年的 7.82 万次、300.50 万元；平均每月活跃用户数量由 2018 年的 7,825.64 万人次/月逐渐下降到 2019 年的 3,940.35 万人次/月，二者变化趋势不一致。

(5) 发行人信息系统对充值数据的完整性和真实性验证程序，未按照用户级别，针对交易试算平衡进行验算；部分岗位未实现职责分离。同时，保荐人未对数据变更清单完整性、日志完整性进行的验证程序在工作底稿中归档。

(6) 保荐人进行资金流水核查时遗漏了部分人员的资金账户，已获取的银行账户中对部分资金流水核查不完整；同时，对发行人实际控制人资金流水的核查中也存在遗漏资金流水的情况；对发行人关联法人的资金流水核查存在遗漏。

(7) 保荐人对用户进行电话访谈时，电话访谈核实确认率实际分别为 6.89% 和 5.79%。

(8) 保荐人对发行人员工手机号码与用户手机号码进行匹配时，未覆盖全部用户手机号码且未对报告期内全部员工手机号进行匹配。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内主要产品及运营支撑业务中用户平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户数量、对应消费金额及占比、相关指标变动原因，并结合可比公司、行业特征及用户行为情况等分析披露相关平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户行为的合理性、发行人主要产品中相关用户数量及金额占比的合理性、相关用户是否为自充值或虚假用户。

(2) 按对应用户账户数量进行分层披露报告期内发行人主要产品及运营支撑业务中单一支付账户向 2 个及以上用户账户充值的具体情况，包括但不限于支付账户情况、对应账户数量、充值金额、对应贡献收入金额、相关各指标占比；并结合相关用户实际情况、用户消费行为特征、同行业公司及同类型产品相关数据等补充披露发行人主要产品和运营支撑业务用户出现上述情况的原因及合理性、相关用户数量及金额占比的合理性及变动原因、相关用户消费行为的合理、相关用户是否为自充值用户。

(3) 结合快应用产品使用场景、充值方式、用户行为习惯、快应用产品定位及客户类型等，补充披露快应用产品中存在大量未支付订单的原因、是否与同类产品或行业特征相符；发行人其他产品及业务中是否同样存在类似订单（数量、金额、占比），大量未支付订单及高频创建订单用户行为的合理性、相关用

户与发行人及其关联方的关系、是否为自充值用户，相关用户行为是否涉及刷单或刷好评操作、相关行为是否违反相关法律法规的规定。

(4) 补充披露 2019 年度快乐农夫用户每日充值次数和金额大幅上升、平均月活用户数量大幅下降的原因以及上述指标变动趋势不一致的内在逻辑，报告期内其他年份是否存在类型变动趋势、相关变动趋势是否符合行业特征、惯例和同行业可比产品情况，趋势变动差异对快乐农夫用户真实性及消费行为合理性的影响。

(5) 补充披露在充值数据完整性和真实性验证程序未按用户级别进行验算、部分岗位未职责分离的原因以及对发行人信息系统有效性的影响，发行人的整改措施及其有效性。

(6) 补充披露报告期内发行人实际控制人的大额资金往来金额、对象、发生原因、偿还或回收金额及时间，相关大额资金往来是否与发行人经营相关、相关资金是否回流发行人或用于在发行人相关产品进行充值消费，以及大额资金往来对发行人收入真实性、成本完整性的影响。

(7) 补充披露北京中概投资咨询有限公司、南京番茄互娱网络科技有限公司和海南乾元互娱网络科技有限公司的主要经营范围和业务，发行人与上述关联方交易情况、交易金额及交易必要性。

(8) 补充披露报告期内发行人主要产品及快乐农夫的用户手机号码与发行人报告期内员工手机号码是否存在相同的情形，相关相同手机是否为自充值用户、手机号重复用户对应充值金额和贡献收入金额、占比，相关用户消费的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师：

(1) 说明对发行人主要产品及运营支撑业务中用户平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户数量和消费金额数据、相关用户行为合理性、数量及金额占比是否符合行业特征、用户及相关收入真实性所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(2) 说明对报告期内单一支付账户向 2 个及以上用户账户形成原因、相关用

户基本情况及是否为自充值用户、相关用户消费充值行为合理性、相关用户数量及金额占比合理性、所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(3) 说明对发行人主要产品及运营支撑业务中大量未支付订单形成原因、相关用户行为合理性、相关用户是否与发行人及其关联方存在关联关系、发行人及用户行为的合规性所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(4) 说明对发行人 2019 年度快乐农夫用户每日充值次数和金额、平均月活用户数量变动趋势及其差异合理性，相关用户消费行为合理性所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据、核查结论以及核查证据能否支撑核查结论。

(5) 说明发行人充值数据完整性和真实性验证程序未按用户级别进行验算、部分岗位未职责分离对发行人信息系统有效性及相关核查结论的影响、是否影响发行人信息系统有效性，保荐人是否对数据变更清单完整性、日志完整性的验证程序在工作底稿补充归档；发行人及中介机构相关整改措施的有效性以及相关核查结论。

(6) 对发行人及其关联自然人和关联法人资金流水进行全面核查，说明核查过程、核查比例、核查证据和核查结论；说明对发行人实际控制人大额资金往来发生原因、相关资金是否回流发行人或进行充值消费、相关资金偿还或回收情况所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据、核查结论以及核查证据能否支撑核查结论。

(7) 披露保荐人对发行人和快乐农夫用户电话访谈的实际确认率、相关确认比例能否支撑用户真实的核查结论、保荐人在核查中是否保持必要的执业谨慎；说明对发行人和快乐农夫用户真实性采取的补充核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据、核查结论以及核查证据能否支撑核查结论。

(8) 说明对发行人员工手机号码与用户手机号重叠情形的补充核查情况、相关核查证据和核查结论，重叠用户对应充值金额、贡献收入金额及占比，相关用户是否为自充值用户，相关核查情况对发行人是否存在自充值行为相关核查

结论的影响。

(9)就上述事项对发行人收入、成本及主要业务数据,对发行人财务及业务数据真实、准确和完整性以及中介机构核查结论产生的影响,相关核查范围不完整对中介机构前次核查结论的影响,相关中介机构在核查中是否保持必要的职业怀疑和执业谨慎、前次核查是否获取充分核查证据、是否影响对相关申请文件真实、准确、完整性的判断,相关中介机构是否存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形等进行核查并发表明确意见。

回复:

发行人说明:

(一)补充披露报告期内主要产品及运营支撑业务中用户平均阅读时间间隔小于1分钟的用户数量、对应消费金额及占比、相关指标变动原因,并结合可比公司、行业特征及用户行为情况等分析披露相关平均阅读时间间隔小于1分钟用户行为的合理性、发行人主要产品中相关用户数量及金额占比的合理性、相关用户是否为自充值或虚假用户。

因用户阅读时长在发行人的业务开展中非重点关注指标,且记录存储该指标数据会占用较多的IT资源,故发行人系统中未统计用户阅读时长,因此根据用户每次消费行为的间隔计算其阅读时间,具体算法为以每个小时为计量单位,取每个小时内用户的首次开始消费时间T1,和每个小时内的最后一次消费时间T2,以及在这个小时之内的阅读章节数Q(需要 $Q>1$),则当前小时内该用户的平均阅读间隔时长 $= (T2-T1)/(Q-1)$,再将该用户各个小时的平均阅读间隔时长计算平均值,得出该用户的平均阅读时间间隔。

①发行人自有产品全部用户(含免费用户)单章平均阅读时间间隔小于1分钟的情况分析

A、平均阅读时间间隔小于1分钟的情况

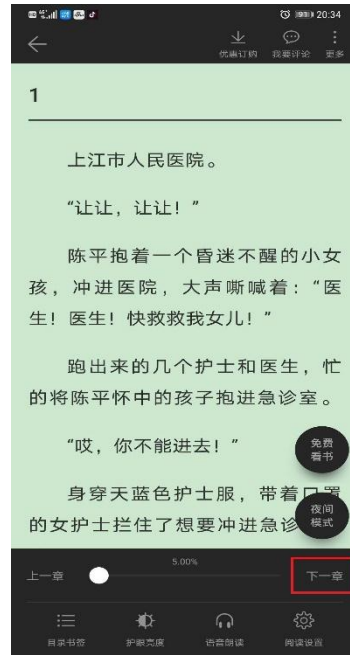
通过对2018年至2020年发行人主要产品(包括APP客户端、快应用、H5)的全部用户(含免费用户)消费记录(含消费活动赠送看点)进行检查,各产品平均阅读时间间隔低于1分钟的用户数量及消费看点数的情况如下:

各产品全部用户（含免费用户和预加载章节）			
产品形态	用户数量（万个）	平均阅读时间间隔	消费看点数（百万看点）
APP 客户端	295.62	小于 1 分钟	3,324.74
H5	150.00	小于 1 分钟	2,836.30
快应用	757.48	小于 1 分钟	13,208.68
合计	1,203.10		19,369.72

上述数据产生的主要原因包括四个方面，第一是纯免费用户（不贡献收入）消费活动赠送看点行为，其消耗赠送看点浏览部分书籍付费章节；第二是预加载的方式下载付费章节时批量下载导致；第三是部分用户在有网络的时候通过操作页面连续点击“下一章”将书籍内容缓存到手机中所致；第四是发行人部分书籍章节字数较短，尤其是爆款书章节字数相比其他书籍会短，对于阅读速度较快的用户会出现平均阅读时间间隔短于 1 分钟的情况。

预加载是对于发行人产品，用户在阅读过程中，为防止用户阅读后续章节出现卡顿，会提前预加载后续章节内容，在消费记录会体现为同一秒钟生成进行两次消费记录，预加载在行业内是常见操作，同行业可比产品也存在预加载情形，该种情况会对用户的平均阅读时间间隔产生极端影响，即一秒内连续消费两次，无法客观反映某一用户真实的平均阅读时间间隔。

通过操作页面连续点击“下一章”翻章是发行人应用中的功能，通过这样的操作可以将相关章节购买并下载到用户手机中。一般进行类似操作的有两种可能性：其一，因为发行人的所有赠送看点（包含充值赠送看点和活动赠送看点）均有有效期（一般为 5-7 天），过了有效期则赠送看点失效，所以部分用户在获取赠送看点（尤其是充值赠送看点）后或赠送看点即将失效前，会批量下载一部分章节的书籍集中消耗赠送看点；其二，因为连续阅读需要联网并消耗流量，因此部分用户会在有 WIFI 或有信号的时候连续下载部分章节（如在飞机起飞前、在进入无手机信号的工作环境前、以节省流量为目的在离开 WIFI 网络连接状态前等）。上述两种情况会导致用户的连续密集消费记录，致使计算出的平均阅读时间间隔小于 1 分钟，一般小于 3 秒钟。尤其是快应用产品，因为快应用系统无批量下载功能，只能通过手动操作连续点击“下一章”将书籍下载缓存到手机中。具体示例如下：



目前系统设定在点击“下一章”后菜单页面会消失，需要重新点击页面中心位置唤起菜单功能再点击“下一章”（所需时间大概在 1-3 秒之间）；但在之前的版本中，点击“下一章”后菜单页面不会自动消失，因此用户可以在一秒钟之内连续点击“下一章”（1 秒钟内可点击多次“下一章”）。

对于上述统计数据，首先扣除纯免费用户后，具体情况如下：

各产品全部用户（不含免费用户）				
产品形态	用户数量 (万个)	平均阅读时间 间隔	消费看点数 (百万看点)	占消费看点数的比例
APP 客户端	71.3	小于 1 分钟	2,832.50	0.61%
H5	28.22	小于 1 分钟	907.28	0.19%
快应用	87	小于 1 分钟	7,463.25	1.60%
合计	186.52		11,203.03	

在此基础上，再去除预加载数据影响（剔除 1 秒钟内连续消费两条记录中的第二条记录，1 秒钟内如果出现 3 条以上消费记录则不剔除，因为目前预加载章节只剔除第二条记录，第一条记录保留，导致目前统计的数据仍然偏大）和连续点击“下一章”的消费记录（如果两条消费记录间隔大于 1 秒，但小于 3 秒，认为是手工点击“下一章”，则剔除后面的消费记录），平均阅读时间间隔时长低于 1 分钟的用户数量及看点数的情况如下：

各产品全部用户（不含预加载章节、不含手动点击“下一章”）

产品形态	用户数量 (万个)	平均阅读时间 间隔	消费看点数 (百万看点)	占消费看点数的比例
APP 客户端	42.21	小于 1 分钟	1,203.98	0.26%
H5	25.74	小于 1 分钟	830.82	0.18%
快应用	38.90	小于 1 分钟	1,776.64	0.38%
合计	106.85		3,811.44	

根据上表计算，各个产品单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户平均人均消费金额分别为 19.04 元/人、21.54 元/人和 30.48 元/人（消费金额按照消费看点数乘以平均看点单价计算得出，平均看点单价为看点模式下确认的收入除以消耗的充值看点及分摊的赠送看点），远低于发行人单个付费用户的平均消费金额 90 元左右，上述用户首先是阅读速度较快的用户，其次是连续点击“下一章”的用户，但没有包含在我们的剔除条件中（如 1 秒钟连续下载 3 章及以上的用户，点击“下一章”花费时间超过 3 秒钟的用户），再次是根据预加载剔除规则保留的第一条消费记录消费看点，综合来看，上述用户消耗看点数占报告期全部消耗看点的比例极低，同时上述用户人均消费金额远低于发行人单个付费用户的平均消费金额，故上述用户是机器刷单用户或自充值用户的可能性极低。

B、分阶段统计相关数据

发行人各产品全部用户的平均阅读时间间隔为 3-4 分钟，但对于重度阅读用户或者阅读速度较快的用户而言，平均阅读时间间隔低于 1 分钟是正常情形。此外，上述算法并未剔除之前版本中可以 1 秒钟内连续点击“下一章”三次以上的情况。基于此，保荐机构及 IT 审计机构去除预加载及点击“下一章”数据影响后，按照小于 1.2 秒（0.02 分钟）、31 秒（0.52 分钟）、45 秒（0.75 分钟）以及 60 秒（1 分钟）四个梯度做进一步分析，对各主要产品付费用户的充值和消费金额进行分析，具体如下：

产品	单章平均阅读时间间隔	用户数 (万人)	消费看点 数(含充值 赠送、活动 赠送)(百 万看点)	消费金额 (万元)	占报告期 总消费看点 比例
APP 客 户端	小于 0.02 分钟（1.2 秒）	0.0065	0.25	0.17	0.000%
	小于 0.52 分钟（31 秒）	12.62	184.55	123.18	0.039%
	小于 0.75 分钟（45 秒）	23.23	477.12	318.45	0.102%

	小于 1 分钟（60 秒）	42.21	1203.98	803.59	0.258%
H5	小于 0.02 分钟（1.2 秒）	0.0135	0.55	0.37	0.000%
	小于 0.52 分钟（31 秒）	1.72	32.33	21.58	0.007%
	小于 0.75 分钟（45 秒）	7.35	178.61	119.21	0.038%
	小于 1 分钟（60 秒）	25.74	830.82	554.53	0.178%
快应用	小于 0.02 分钟（1.2 秒）	0.0004	0.0026	0.00	0.000%
	小于 0.52 分钟（31 秒）	5.08	105.27	70.26	0.023%
	小于 0.75 分钟（45 秒）	14.9	488.85	326.28	0.105%
	小于 1 分钟（60 秒）	38.9	1776.64	1,185.81	0.380%

注：消费金额为按照消费看点数乘以平均看点单价计算得出。间隔较长区间的统计数据包含间隔较短区间的统计数据，如小于 1 分钟的统计数据包含小于 0.75 分钟、小于 0.52 分钟和小于 0.02 分钟的数据。

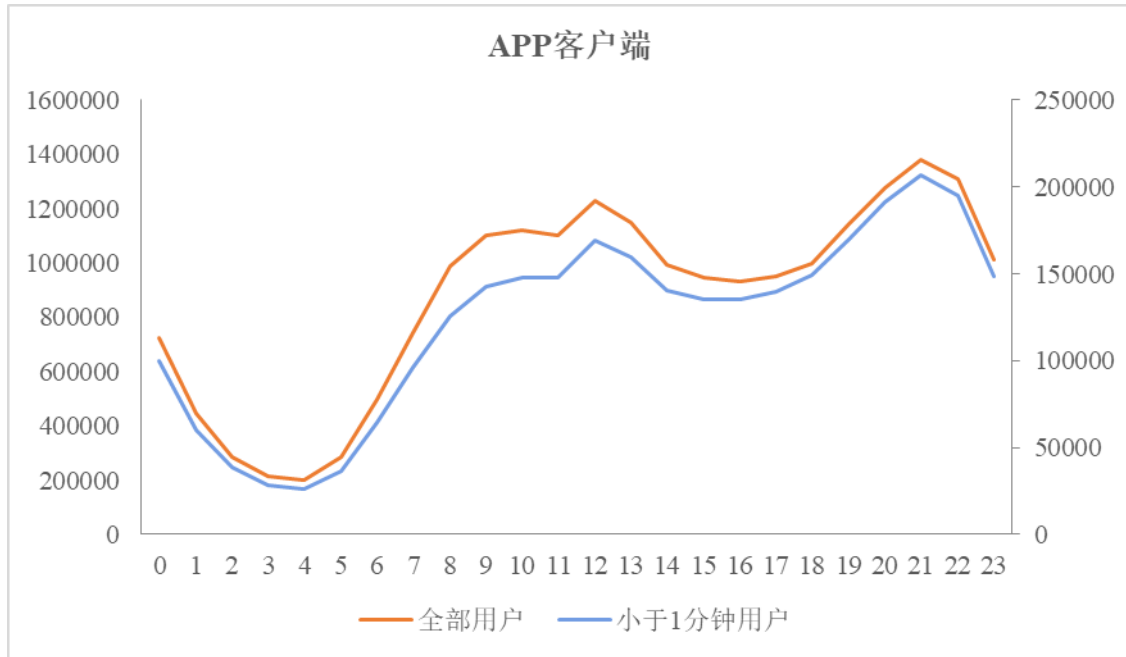
如上表所示，发行人 APP 客户端产品、H5 网站和快应用单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户消费金额占对应该产品用户中消费看点的比例分别为 **0.258%**、**0.178%** 以及 **0.380%**，其中平均阅读时间间隔小于 0.75 分钟的用户消费看点占对应产品用户中消费看点的比例分别为 **0.102%**、**0.038%** 以及 **0.105%**，占比极小。如认定平均阅读时间间隔小于 31 秒为异常，APP 客户端产品、H5 网站和快应用中此类用户的消费看点分别为 **184.55 百万看点**、**32.33 百万看点** 和 **105.27 百万看点**，占对应该产品总消耗看点的比例仅为 **0.039%**、**0.007%** 和 **0.023%**，占比极小，不构成实质影响，且存在相关正常消费行为的可能（老版本可以连续点击“下一章”等）。

C、对于单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的整体行为分析

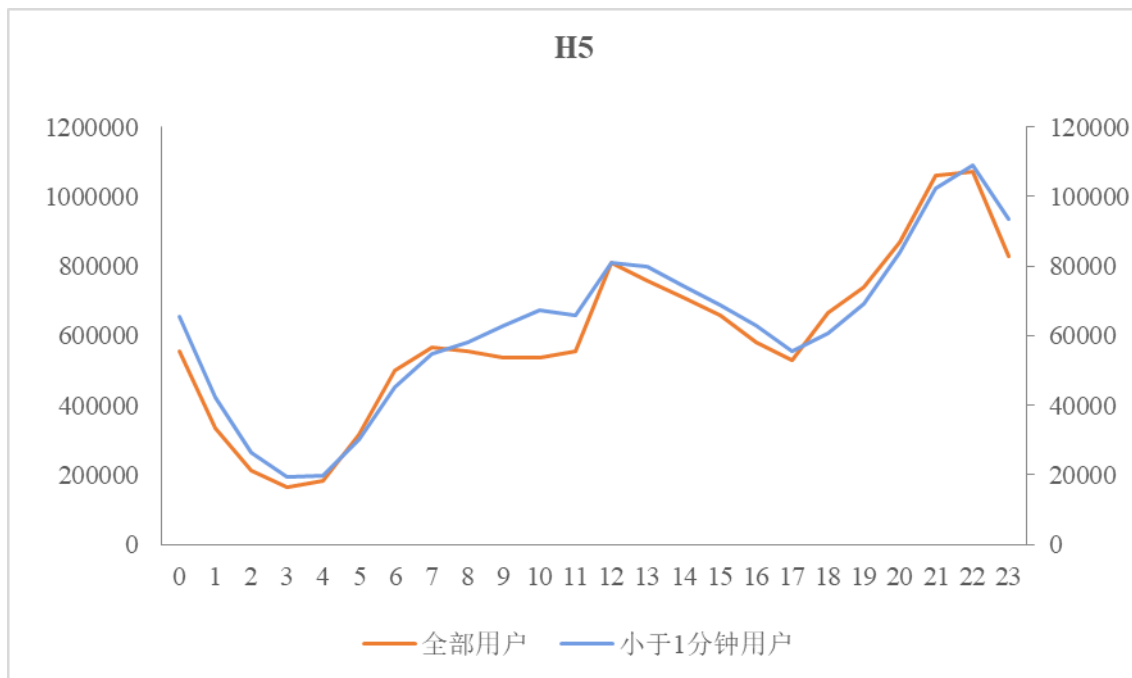
a、用户注册时间分布

对于平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的注册时间和相应产品全部用户的注册时间分布情况如下：

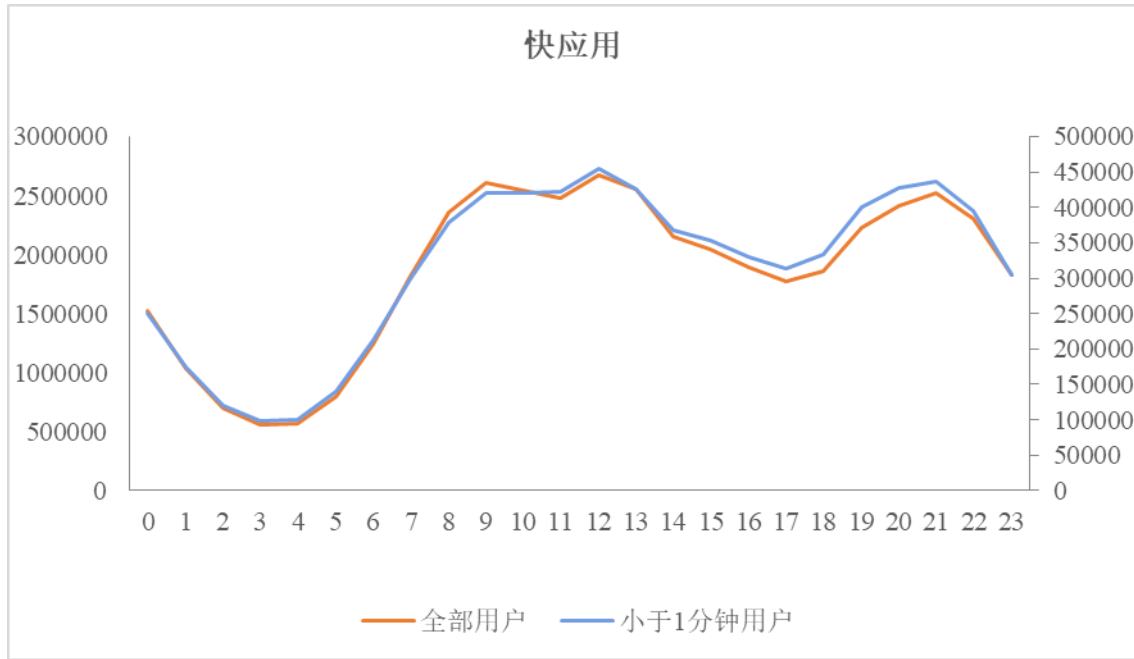
a) APP 客户端



b) H5



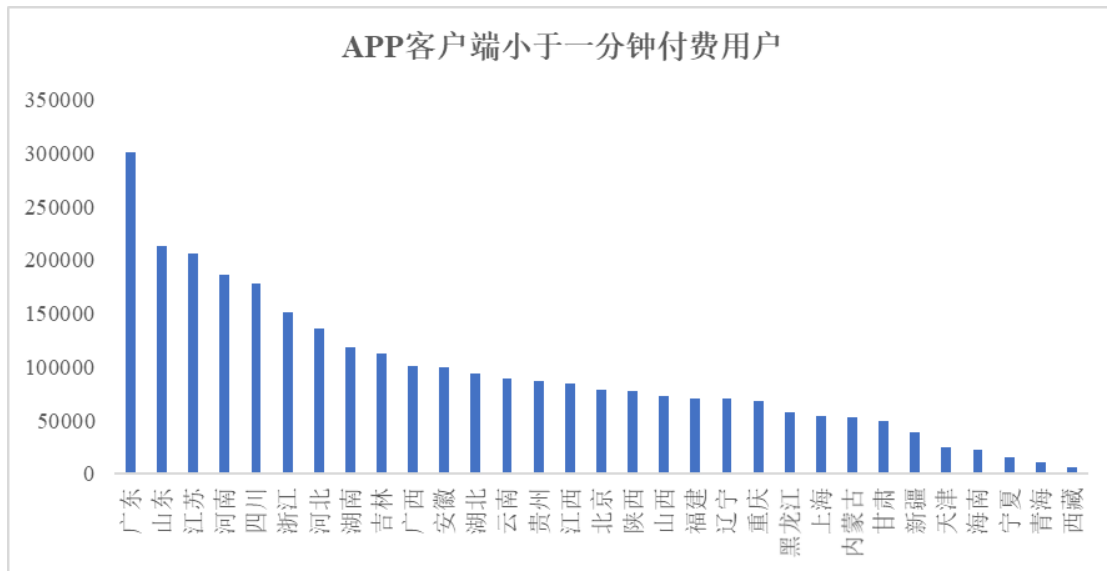
c) 快应用

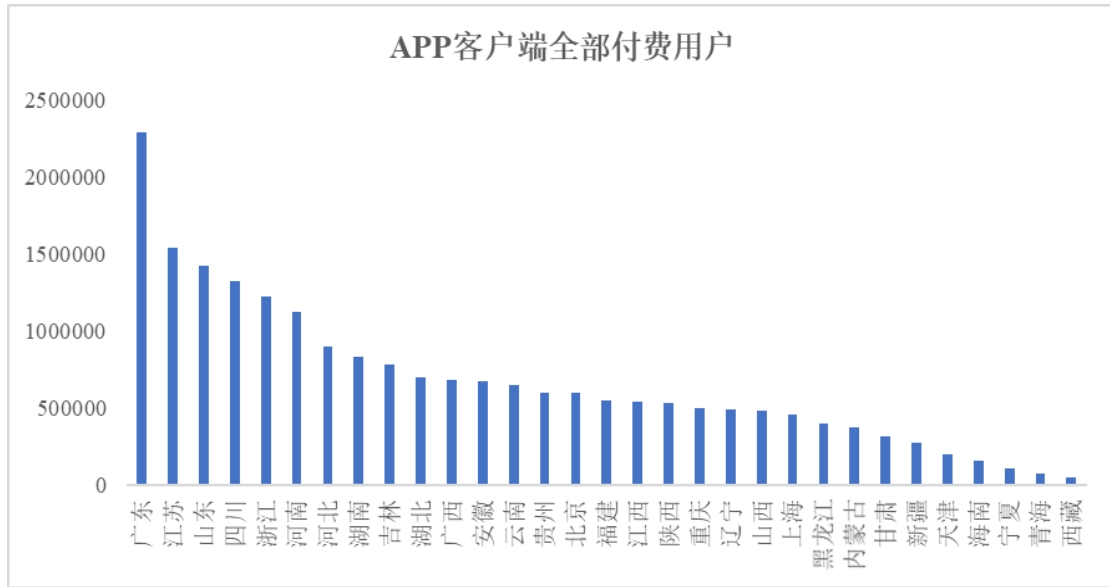


由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的注册时间和相应产品全部用户的注册时间分布高度相似，不存在异常。

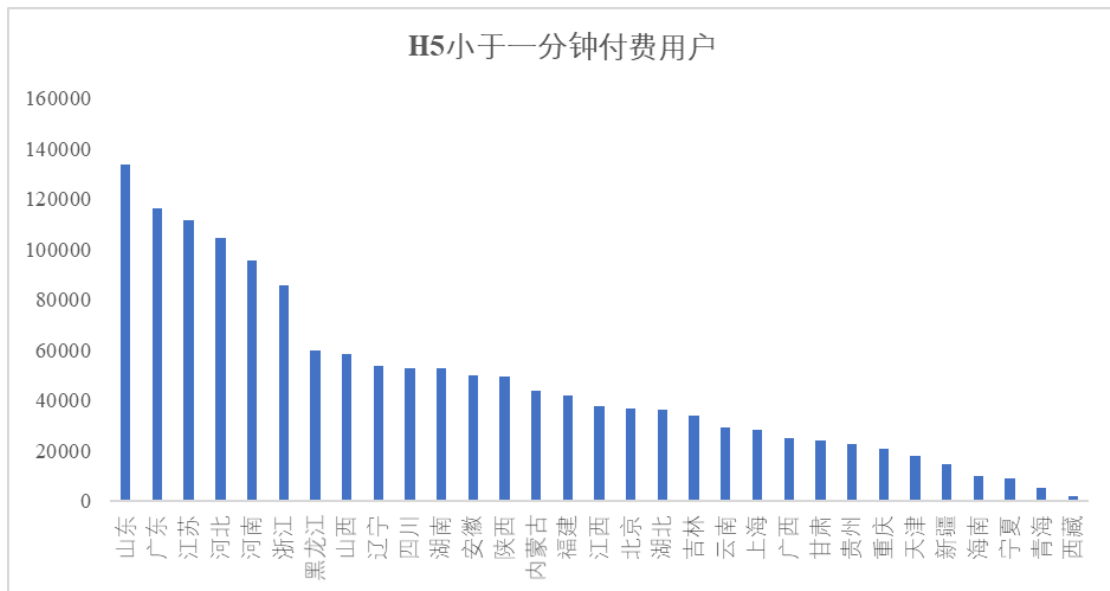
b、消费用户地域分布

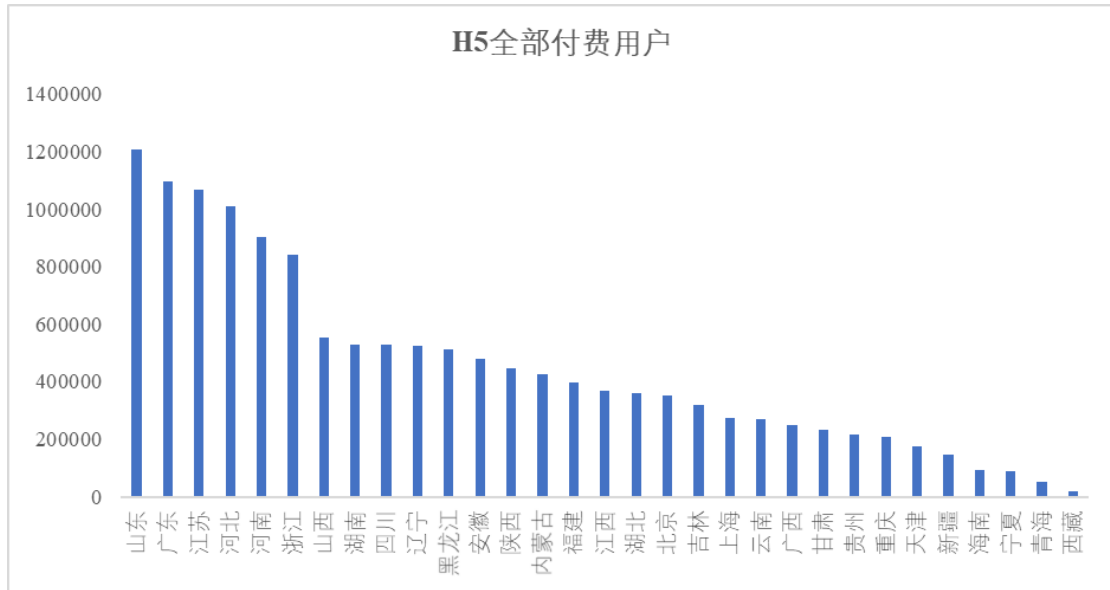
a) APP 客户端



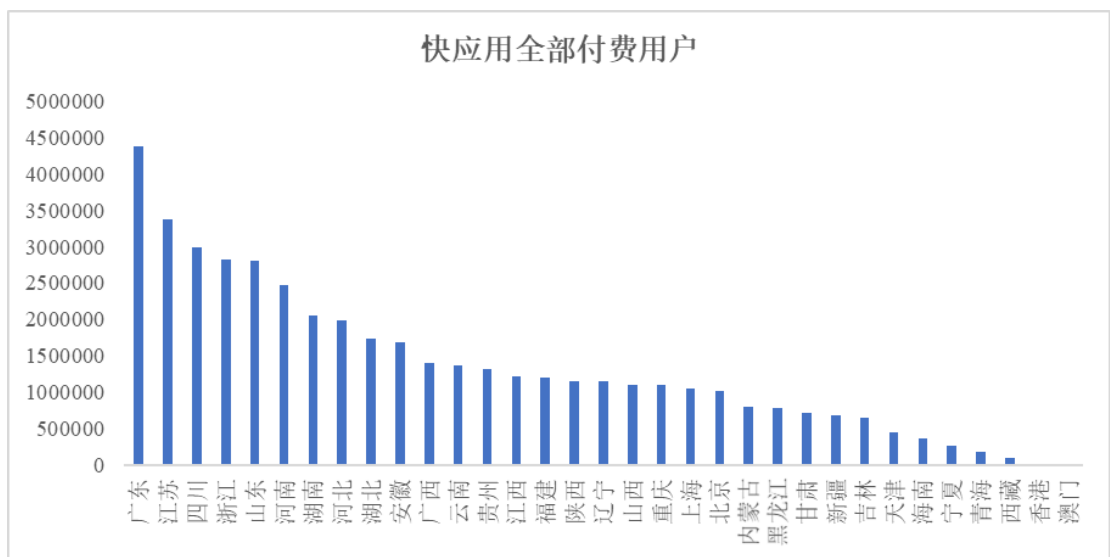
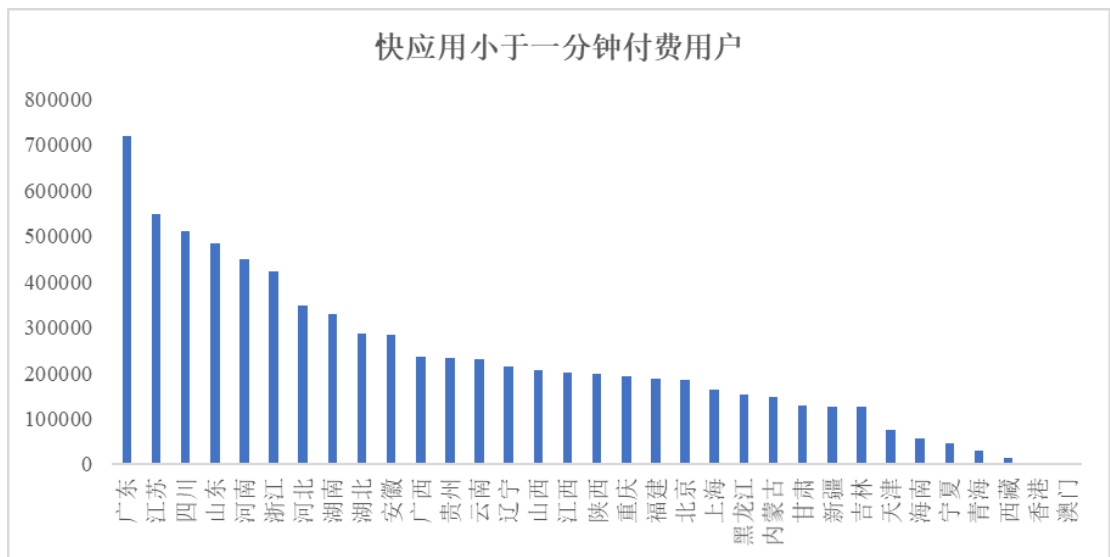


b) H5





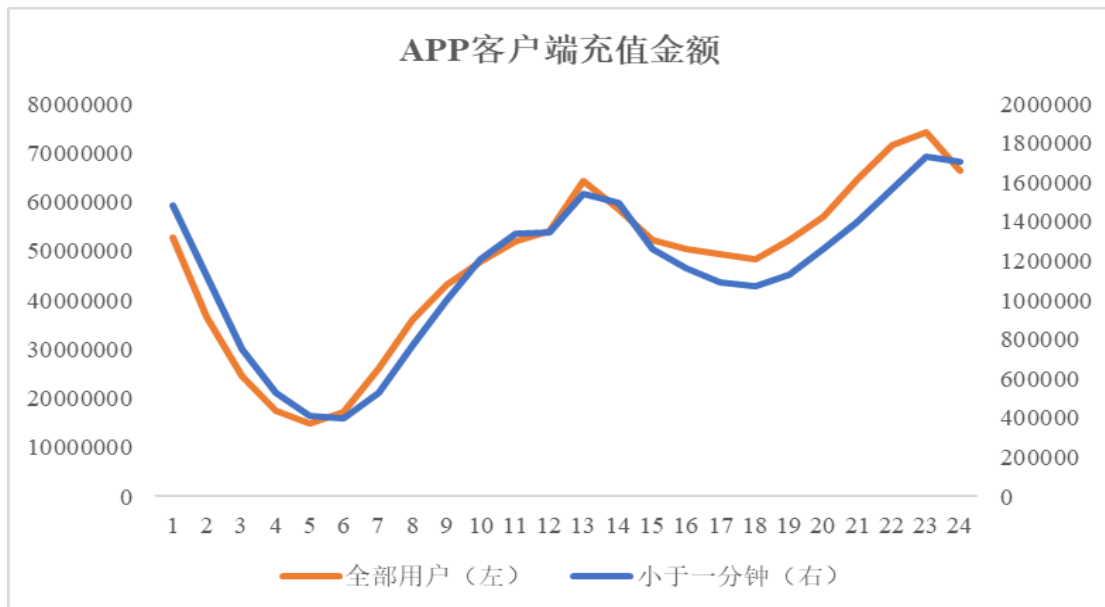
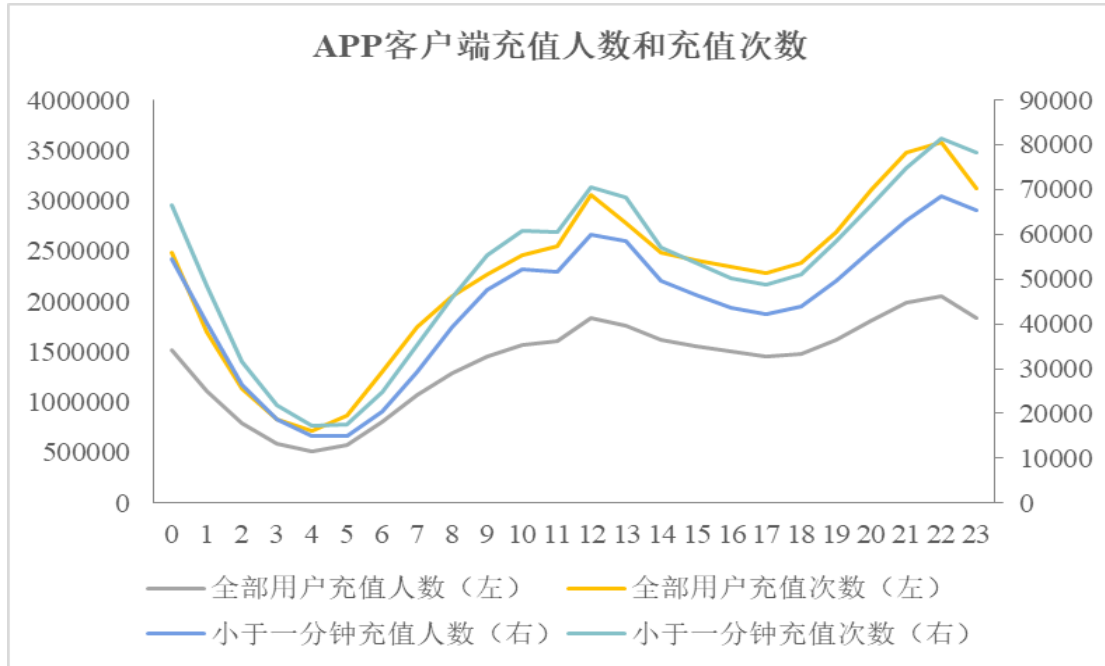
c) 快应用



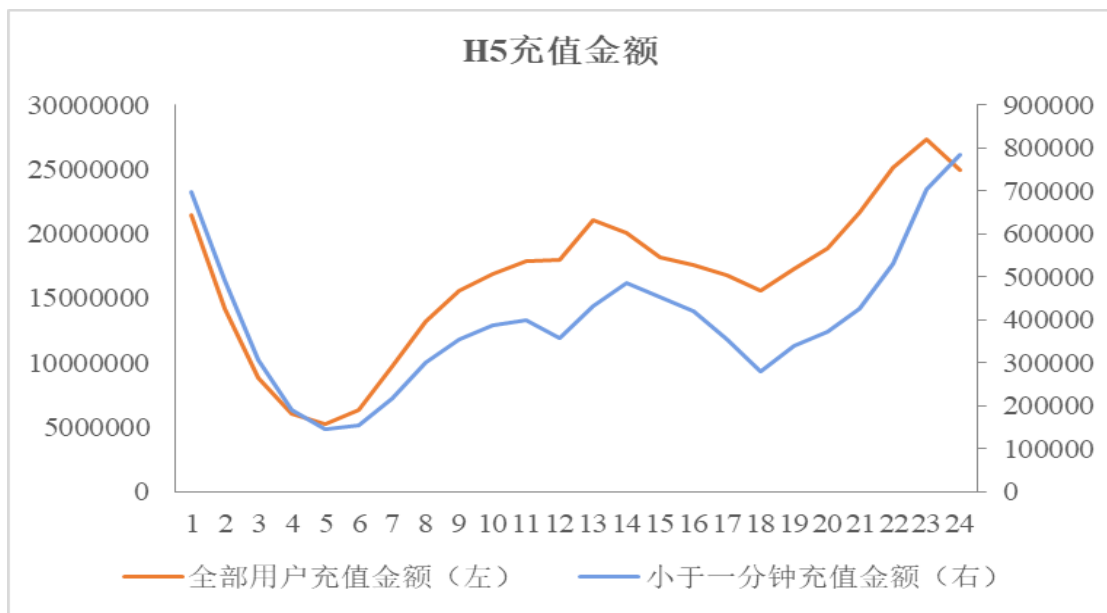
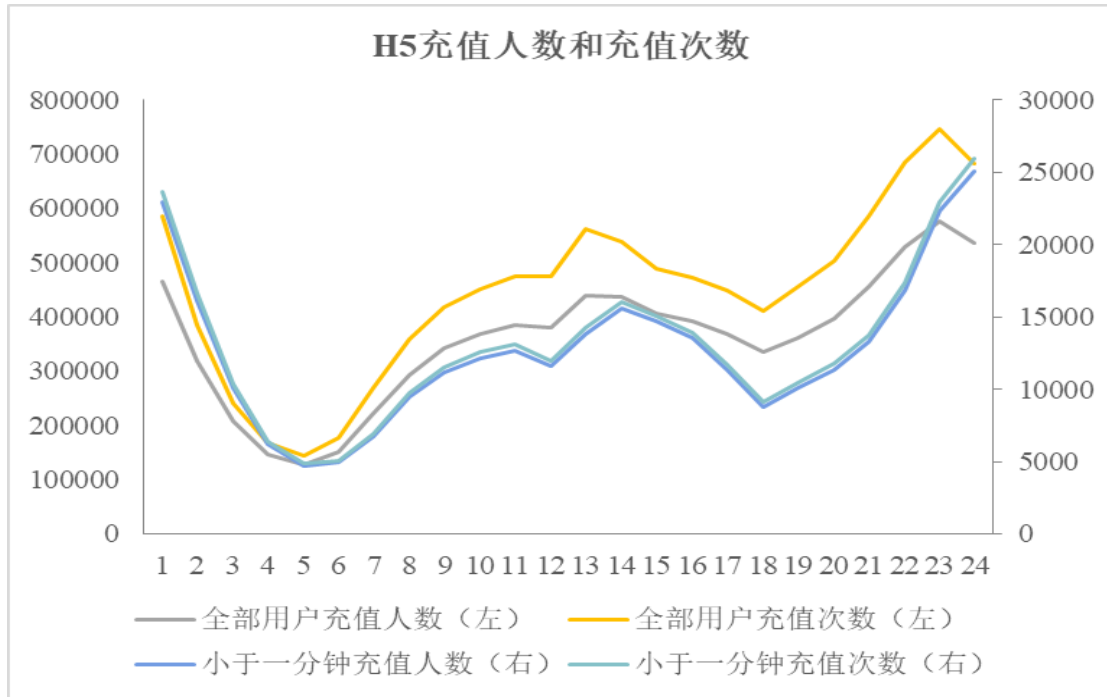
由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的地域分布和相应产品全部用户的地域分布高度相似，不存在异常，且不存在地域集中的情况。

c、充值 24 小时分布

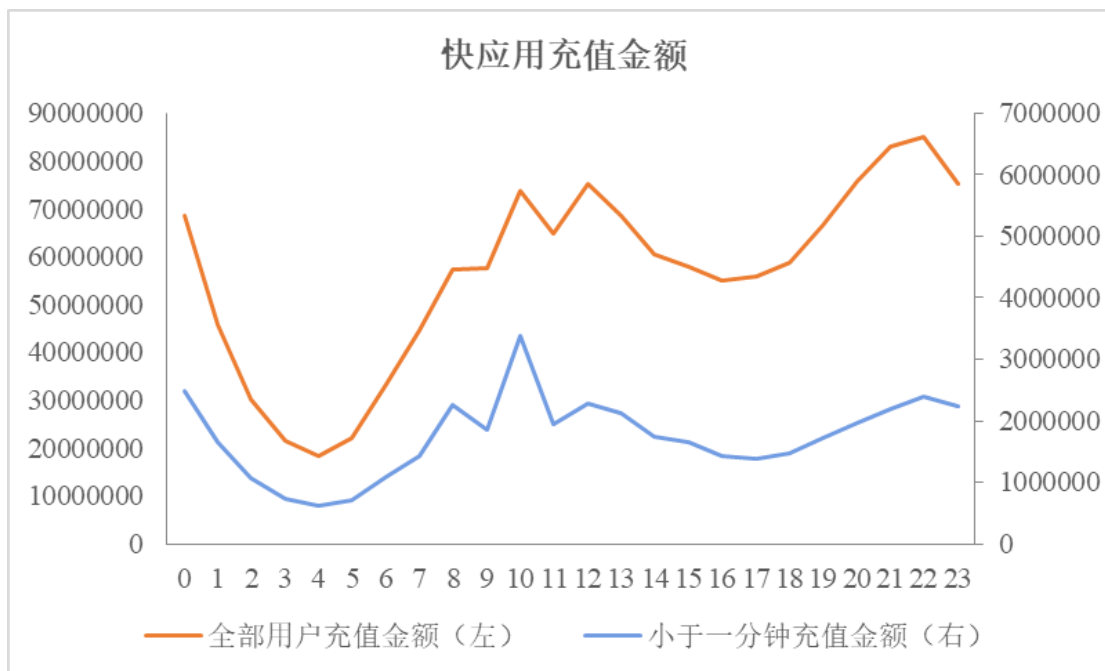
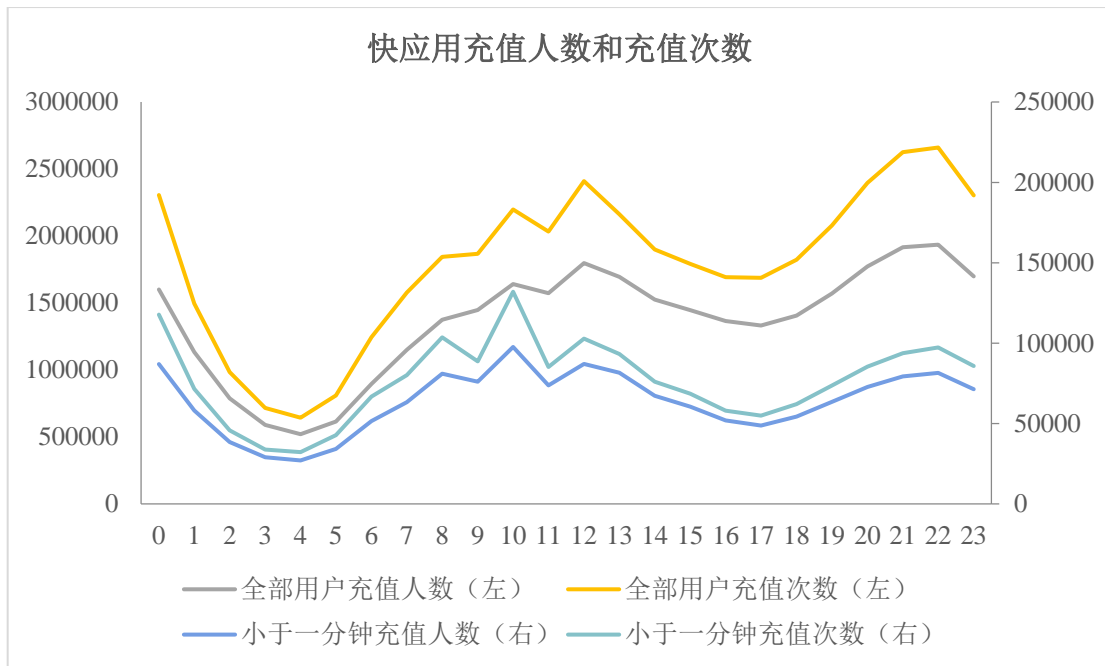
a) APP 客户端



b) H5



c) 快应用



由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的充值人数、充值次数、充值金额分布和相应产品全部用户的分布高度相似，不存在异常。

综上，申报会计师认为发行人各个产品的用户行为不存在异常，不存在自充值的情形。

②运营支撑服务全部用户（含免费用户）单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟

的情况分析

A、单章平均阅读时间间隔小于1分钟的情况

通过对2018年6月至2020年12月运营支撑服务的全部用户(含免费用户)消费记录(含消费活动赠送看点)进行检查,各产品平均阅读时间间隔时长低于1分钟的用户数量及消费看点数的情况如下:

运营支撑服务全部用户(含免费用户)			
产品形态	用户数量(万个)	平均阅读时间间隔	消费看点数(百万看点)
运营支撑服务	187.42	小于1分钟	3,640.72

上述数据产生的主要原因包括三个方面,第一是纯免费用户(不贡献收入)消费活动赠送看点行为,其消耗赠送看点浏览部分书籍付费章节;第二是部分用户在有网络的时候通过操作页面连续点击“下一章”将书籍内容缓存到手机中所致;第三是发行人部分书籍章节字数较短,尤其是爆款书章节字数相比其他书籍会短,对于阅读速度较快的用户会出现平均阅读时间间隔短于1分钟的情况。与发行人自有产品相比,运营支撑服务不存在预加载章节的情形。

对于上述统计数据,扣除纯免费用户后,具体情况如下:

运营支撑服务全部用户(不含免费用户)				
产品形态	用户数量(万个)	平均阅读时间间隔	消费看点数(百万看点)	占消费看点数的比例
运营支撑服务	74.28	小于1分钟	2,983.70	0.51%

在此基础上,再去除连续点击“下一章”的消费记录(如果两条消费记录间隔大于1秒,但小于3秒,认为是手工点击“下一章”,则剔除后面的消费记录),平均阅读时间间隔时长低于1分钟的用户数量及看点数的情况如下:

运营支撑服务全部用户(不含手动点击“下一章”)				
产品形态	用户数量(万个)	平均阅读时间间隔	消费看点数(百万看点)	占消费看点数的比例
运营支撑服务	73.21	小于1分钟	2,850.95	0.49%

根据上表计算,运营支撑服务平均阅读时间间隔小于1分钟的用户平均人均消费金额分别为26.40元/人(消费金额按照消费看点数乘以平均看点单价计算得出),远低于运营支撑服务单个付费用户的平均消费金额(90-100元),此外,

上述用户消耗看点数占报告期全部消耗看点的比例极低，上述用户是机器刷单用户或自充值用户的可能性极低。

B、分阶段统计相关数据

运营支撑服务全量用户的平均阅读时间间隔约为 3-4 分钟，但对于重度阅读用户或者阅读速度较快的用户而言，平均阅读时间间隔低于 1 分钟是正常情形。基于此，保荐机构及 IT 审计机构按照小于 1.2 秒（0.02 分钟）、31 秒（0.52 分钟）、45 秒（0.75 分钟）以及 60 秒（1 分钟）四个梯度做进一步分析，对运营支撑服务付费用户的充值和消费金额进行分析，具体如下：

产品	单章平均阅读时间间隔	用户数 (万人)	消费看点 数(含充值 赠送、活动 赠送)(百 万看点)	消费金额 (万元)	占 2018 年 6 月 至 2020 年 12 月该服务总消 费看点比例
运营支 撑服务	小于 0.02 分钟 (1.2 秒)	0.0002	0.0197	0.01	0.00%
	小于 0.52 分钟 (31 秒)	13.83	238.92	161.95	0.04%
	小于 0.75 分钟 (45 秒)	33.41	910.01	616.83	0.16%
	小于 1 分钟 (60 秒)	73.21	2,850.95	1,932.45	0.49%

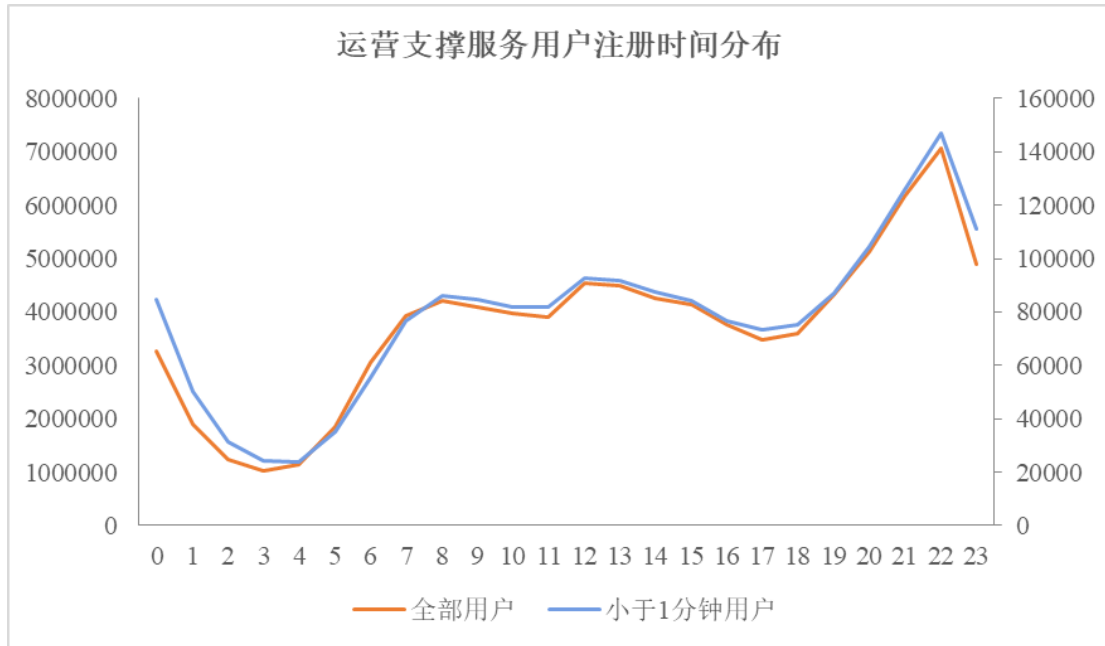
注：消费金额为按照消费看点数乘以平均看点单价计算得出。小于 1 分钟的统计数据包含小于 0.75 分钟、0.52 分钟和 0.02 分钟的所有区间。

如上表所示，运营支撑服务单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户消费金额占对应该产品用户中消费看点的比例为 **0.49%**，其中平均阅读时间间隔小于 0.75 分钟的用户消费看点占对应产品用户中消费看点的比例为 0.164%，占比极小。如认定平均阅读时间间隔小于 31 秒为异常，运营支撑服务中此类用户的消费看点为 **238.92 百万看点**，占对应该产品总消耗看点的比例仅为 **0.04%**，占比极小，不构成实质影响。

C、对于单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的整体行为分析

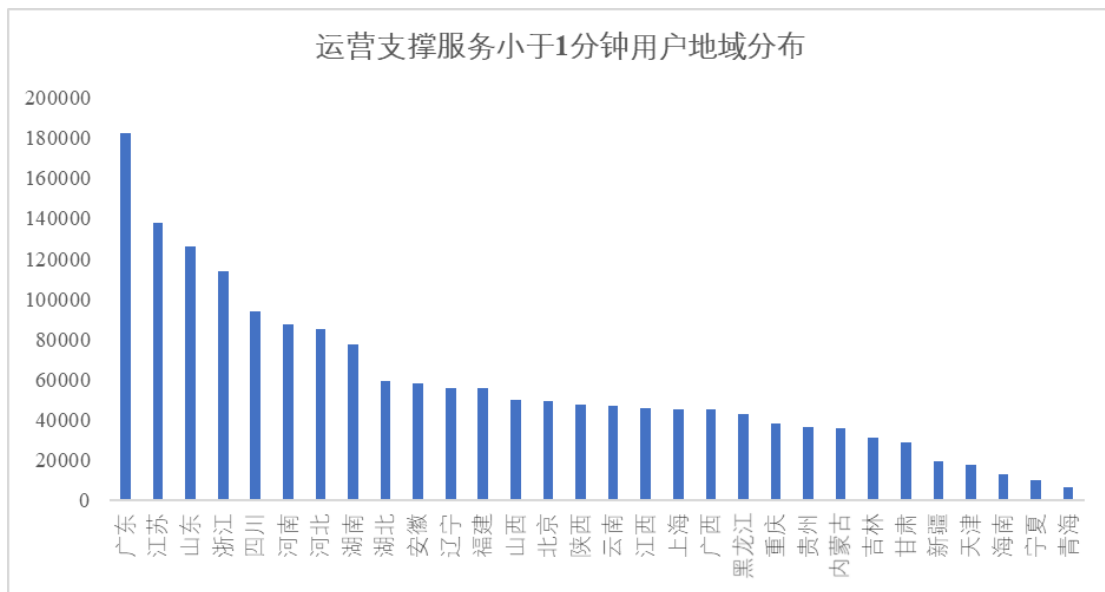
a、用户注册时间分布

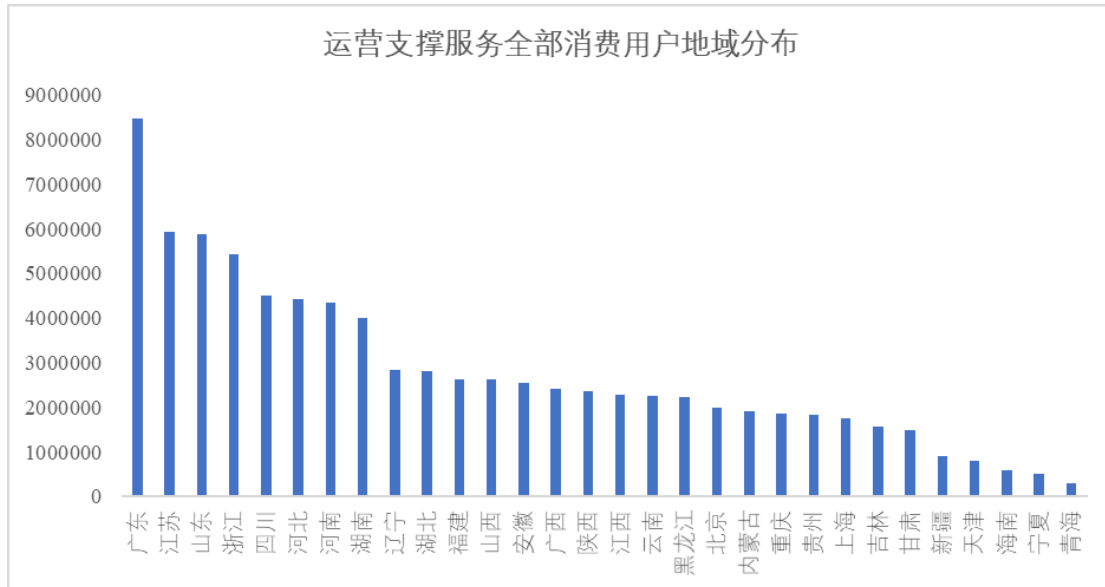
对于平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的注册时间和相应产品全部用户的注册时间分布情况如下：



由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的注册时间和相应产品全部用户的注册时间分布高度相似，不存在异常。

b、消费用户地域分布





由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的地域分布和相应产品全部用户的地域分布高度相似，不存在异常，且不存在地域集中的情况。

此外，由于可比公司均未公开披露用户平均阅读时间间隔小于 1 分钟的数据，亦不存在行业数据，因此无法进行对比分析。综上，申报会计师认为发行人自有产品和运营支撑服务的用户行为不存在异常，不存在自充值的情形。

(二) 按对应用户账户数量进行分层披露报告期内发行人主要产品及运营支撑业务中单一支付账户向 2 个及以上用户账户充值的具体情况，包括但不限于支付账户情况、对应账户数量、充值金额、对应贡献收入金额、相关各指标占比；并结合相关用户实际情况、用户消费行为特征、同行业公司及相关产品数据等补充披露发行人主要产品和运营支撑业务用户出现上述情况的原因及合理性、相关用户数量及金额占比的合理性及变动原因、相关用户消费行为的合理、相关用户是否为自充值用户。

发行人产品的主要充值渠道为微信财付通、支付宝、现在支付、爱贝支付、易联支付（该 5 个充值渠道的充值金额占总充值金额的比例超过 95%），其中仅直接对接微信财付通的第三方交易流水提供了完整的加密后的用户标识，其余渠道交易流水未提供完整加密后的用户标识，故能够且仅能够对通过微信财付通进行充值用户进行充值账户和用户账户的匹配，以核查单一充值账户向用户账户充

值的情况。

基于上述匹配逻辑，报告期内，单一支付账户向2个及以上用户账户充值的情况如下：

单位：个、万元、百万看点

2020年									
产品形态	单一充值账户对应的用户账户数	充值账户数		用户账户数		充值金额		消费充值看点数	
		数量	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
APP 客户端	2-10个	42,786	0.34%	86,960	0.58%	1,294.70	0.78%	1,115.81	0.81%
	11-30个	20	0.00%	303	0.00%	1.43	0.00%	1.33	0.00%
	31-50个	3	0.00%	97	0.00%	0.39	0.00%	0.33	0.00%
	50个以上	3	0.00%	248	0.00%	0.49	0.00%	0.03	0.00%
	合计	42,812	0.34%	87,608	0.59%	1,297.01	0.79%	1,117.50	0.81%
H5	2-10个	5,703	0.05%	13,151	0.09%	242.05	0.15%	224.27	0.16%
	11-30个	4	0.00%	47	0.00%	0.40	0.00%	0.40	0.00%
	31-50个	-	-	-	-	-	-	-	-
	50个以上	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	5,707	0.05%	13,198	0.09%	242.44	0.15%	224.67	0.16%
快应用	2-10个	86,947	0.70%	174,734	1.17%	2,290.83	1.39%	1,953.87	1.42%
	11-30个	6	0.00%	95	0.00%	0.08	0.00%	0.07	0.00%
	31-50个	2	0.00%	84	0.00%	0.03	0.00%	0.01	0.00%
	50个以上	4	0.00%	286	0.00%	0.17	0.00%	0.08	0.00%
	合计	86,959	0.70%	175,199	1.17%	2,291.12	1.39%	1,954.03	1.42%
运营 支撑 服务	2-10个	240,203	7.29%	537,800	3.67%	7,217.40	4.06%	6,723.53	4.39%
	11-30个	70	0.00%	878	0.01%	8.48	0.00%	7.77	0.01%
	31-50个	-	-	-	-	-	-	-	-
	50个以上	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	240,273	7.29%	538,678	3.68%	7,225.87	4.06%	6,731.30	4.39%
2019年									
产品形态	单一充值账户对应的用户账户数	充值账户数		用户账户数		充值金额		消费充值看点数	
		数量	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
APP 客户端	2-10个	50,708	0.76%	104,458	1.12%	1,222.31	1.41%	1,110.12	1.37%
	11-30个	34	0.00%	537	0.01%	0.77	0.00%	0.50	0.00%
	31-50个	3	0.00%	109	0.00%	0.29	0.00%	0.23	0.00%
	50个以上	1	0.00%	57	0.00%	0.05	0.00%	-	-
	合计	50,746	0.76%	105,161	1.12%	1,223.42	1.41%	1,110.86	1.38%

H5	2-10 个	32,553	0.49%	70,435	0.75%	747.21	0.86%	967.84	1.20%
	11-30 个	7	0.00%	80	0.00%	0.69	0.00%	0.75	0.00%
	31-50 个	-	-	-	-	-	-	-	-
	50 个以上	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	32,560	0.49%	70,515	0.75%	747.90	0.86%	968.59	1.20%
快应用	2-10 个	8,845	0.13%	18,527	0.20%	221.30	0.26%	214.66	0.27%
	11-30 个	11	0.00%	238	0.00%	0.65	0.00%	0.62	0.00%
	31-50 个	2	0.00%	68	0.00%	0.29	0.00%	0.28	0.00%
	50 个以上	16	0.00%	5,754	0.06%	22.86	0.03%	22.68	0.03%
	合计	8,874	0.13%	24,587	0.26%	245.09	0.28%	238.24	0.30%
运营支撑服务	2-10 个	113,930	3.30%	238,731	1.98%	2,173.73	1.98%	1,822.21	1.96%
	11-30 个	6	0.00%	87	0.00%	0.71	0.00%	0.58	0.00%
	31-50 个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50 个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	113,936	3.30%	238,818	1.99%	2,174.44	1.98%	1,822.79	1.96%
2018 年									
产品形态	单一充值账户对应的用户账户数	充值账户数		用户账户数		充值金额		消费充值看点数	
		数量	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
APP 客户端	2-10 个	29,544	0.60%	60,599	1.05%	753.62	1.51%	709.39	1.58%
	11-30 个	9	0.00%	137	0.00%	0.20	0.00%	0.11	0.00%
	31-50 个	-	-	-	-	-	-	-	-
	50 个以上	1	0.00%	72	0.00%	0.08	0.00%	0.07	0.00%
	合计	29,554	0.60%	60,808	1.05%	753.90	1.51%	709.56	1.58%
H5	2-10 个	128,612	2.59%	281,237	4.86%	2,147.19	4.29%	1,839.36	4.09%
	11-30 个	6	0.00%	68	0.00%	0.70	0.00%	0.57	0.00%
	31-50 个	-	-	-	-	-	-	-	-
	50 个以上	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	128,618	2.59%	281,305	4.86%	2,147.88	4.30%	1,839.93	4.09%
运营支撑	2-10 个	137,800	2.49%	281,122	5.07%	1,288.30	4.35%	851.82	4.08%
	11-30 个	11	0.00%	127	0.00%	0.47	0.00%	0.16	0.00%
	31-50 个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50 个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	137,811	2.49%	281,249	5.07%	1,288.77	4.35%	851.98	4.08%

注：对于上述占比，APP 客户端、H5 和快应用为占当期发行人自有书库数字阅读业务指标的比例，运营支撑服务为占运营支撑业务对应指标的比例，其中充值账户数占比为占可以统计到充值账户明细的充值渠道对应账户总量的比例。

①一个充值账户对应多个用户账户的主要原因

如上表所示，各产品均存在少量的一个充值账户对应多个用户账户的情形，具体原因如下：

A、由于发行人采取的是产品矩阵的经营策略，因此存在部分用户同时使用发行人多个产品的情况（如既使用快看小说，又使用小说阅读吧，或又使用华为阅读等）。而在这种情况下，一个用户会拥有多个 UID，而其通过财付通账户在几个产品中分别支付时，就会出现同一账户给多个 UID 充值的情况；

B、由于用户通过不同公众号进入并使用发行人 H5 网站产品阅读不同书籍的时候（微信会分配不同的 openID），会被标注不同的 UID。而在这种情况下，用户通过财付通账户在几个公众号中分别支付时，就会出现同一账户给多个 UID 充值的情况；

C、由于用户更换手机、手机卡或手机号码后变更绑定信息，会被标注成不同的 UID，若其使用同一个微信号通过财付通充值，就会出现同一账户给多个 UID 充值的情况。

因此，发行人用户中一个充值账户给多个用户充值具有一定的合理性。

对于上表列示的各产品或服务中一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情况，APP 客户端在 2018 年存在 1 个、2019 年存在 1 个、2020 年存在 3 个单个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情况（为发行人的测试账号），合计充值金额 0.62 万元，不构成实质影响；H5 和运营支撑服务在报告期内不存在一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情况；仅快应用产品在 2019 年一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情形相对较多，故对其作进一步的分析，具体参见下文，2020 年存 4 个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情形，该账户为发行人的测试账户，充值金额仅为 0.17 万元，不构成实质影响。

②快应用 2019 年一个充值账户给多个用户进行充值的情况

2019 年，快应用存在 16 个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情况，主要有两类情形：

A、2 个账号（账号 1：oo8s252NbxZXnn7U8OexX9V-PW8s、账号 2：oHRV_1Xt48kdsixNYgGrtGooHHEA）为发行人的测试账户，相关测试金额为 3,262.02 元，相关金额均按照公司管理制度进行相应账务处理。在实际测试过程中，发行人会模拟用户充值、消费流程，因此不可避免地会出现费用支出。为了扩大测试覆盖面，发现各种可能存在的问题，发行人会陆续购进各种型号的手机，使得快应用账号 ID 较多。由于公司可用于测试的财付通支付账号数量有限，所有的测试用户 ID 在支付时使用了上述两个财付通支付号，因此才出现了这两个支付号为不同的用户 ID 进行充值的问题。

B、14 个账号隶属于发行人推广商 A 和推广商 B（二者为同一控制下公司），该 14 个账号在 2019 年的具体情况如下：

财付通账号 ID	对应快应用用户 ID 个数	前后两次充值时间间隔小于 1 分钟的订单数占比	充值金额（元）
oHRV_1aer8f2k5kqgDHnO7ozq_Og	2,013	76.54%	85,130
ogKW3s1WvmH8ql6AASmcQe3GKaps	1,340	78.66%	52,700
oo8s25wkVagyauRn6KNf12hCz7Q8	474	77.00%	18,880
of3j85g7tiDbkZbPyruy0cQZcPZM	321	77.88%	12,750
ogKW3s51kmj6qWx_-ucpOn-o7B2Y	317	91.48%	12,170
oHRV_1VlOnDN5FQFmkV4-qhLIHKc	314	93.63%	12,400
oHRV_1RHUHwTtgG6z1YR_PYR2d0w	180	91.67%	6,800
oHbOd1dKp5Xf_L1iXZvob4jvMgaE	168	92.26%	6,540
ogKW3s_Fe0wo0levBsFyp2PI16sQ	104	83.65%	4,120
of3j85pmNWP46WErZlkPl4zDJfPQ	100	96.00%	3,900
oHRV_1QnPIMuFRpLzAHyVRd2_1fo	94	76.60%	3,800
of3j85prdMMnqaLoi8a_IBsrDdPg	78	89.74%	2,980
oo8s25_mnHK6AOassUOyOzLpLcmI	71	71.83%	2,850
ogKW3swL2E1WCgt7OFAPEnUoGeoI	57	47.37%	2,450
充值金额合计	-	-	227,470

注：前后两次充值时间间隔小于 1 分钟的订单数占比的计算方式为每一财付通账户 ID 下两次充值时间间隔小于 1 分钟的订单数占该账户 ID 总订单数量的比例。

通过对上述 14 个账户前后两次充值时间间隔小于 1 分钟的订单数的占比分析以及综合考虑剔除上述异常充值之后，其无法满足发行人对渠道推广商的 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）考核指标。如果出现连续投放不达标的情况，会降低该合作代理商的投放预算，甚至终止投放

合作。因此，在此考核机制的压力下，该投放代理商有动机进行部分量的充值，以保证当天 ROI 达标，进而维持商业代理合作的长久性。

从两家代理商 2019 年 8 月-12 月的投入回收来看，扣除异常订单后，当日 ROI 没有达到发行人的标准。如果把异常订单金额统计在内，则略高于考核标准。

这两家代理商发生的异常订单总量为 5,631 笔，其中发生在新用户注册首日的订单数为 5,630 笔，仅有一笔订单不是发生在新用户注册首日（该用户 ID 为：51967756，注册时间是 2019 年 11 月 19 日，充值时间是 2019 年 11 月 23 日）。几乎所有异常订单都发生在新用户注册首日的特征，也与发行人对代理商进行 ROI 考核的标准相吻合。

而且，这 5,631 笔异常订单关联的用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（用户自注册之日起至 2019 年 12 月 31 日发生二次及以上充值的用户数/总充值用户数）为 0.00%。按照行业通常做法以及发行人考核要求，只考核当天 ROI，不考核后续充值，因此，这两家代理商只在用户注册首日操作了一次充值，而没有进行后续充值。这两家代理商带来的其余付费用户数与发行人主要投放代理商北京云锐国际二充率相接近，表明其余付费用户为真实用户。

发行人后来认为来源于该两家渠道推广商的用户后续充值情况较差，于 2019 年 12 月停止了与两家公司的合作。

如上所述，该两家公司的异常账户的累计充值金额仅为 22.75 万元，占比极小，对发行人不构成实质影响。

此外，由于可比公司均未公开披露一个充值账户向多个用户充值的数据，亦不存在行业数据，因此无法进行对比分析。

综上，发行人各产品一个充值账户对应多个用户账户具有合理性，报告期内各产品一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的合计充值金额极小，对发行人的收入不构成实质影响，快应用产品 2019 年一个充值账户给超过 50 个用户进行充值的情况相对较多具有客观原因。会计师认为发行人自有产品和运营支撑服务的用户行为不存在异常，不存在自充值的情形。

(三) 结合快应用产品使用场景、充值方式、用户行为习惯、快应用产品定位及客户类型等，补充披露快应用产品中存在大量未支付订单的原因、是否与同类产品或行业特征相符；发行人其他产品及业务中是否同样存在类似订单（数量、金额、占比），大量未支付订单及高频创建订单用户行为的合理性、相关用户与发行人及其关联方的关系、是否为自充值用户，相关用户行为是否涉及刷单或刷好评操作、相关行为是否违反相关法律法规的规定。

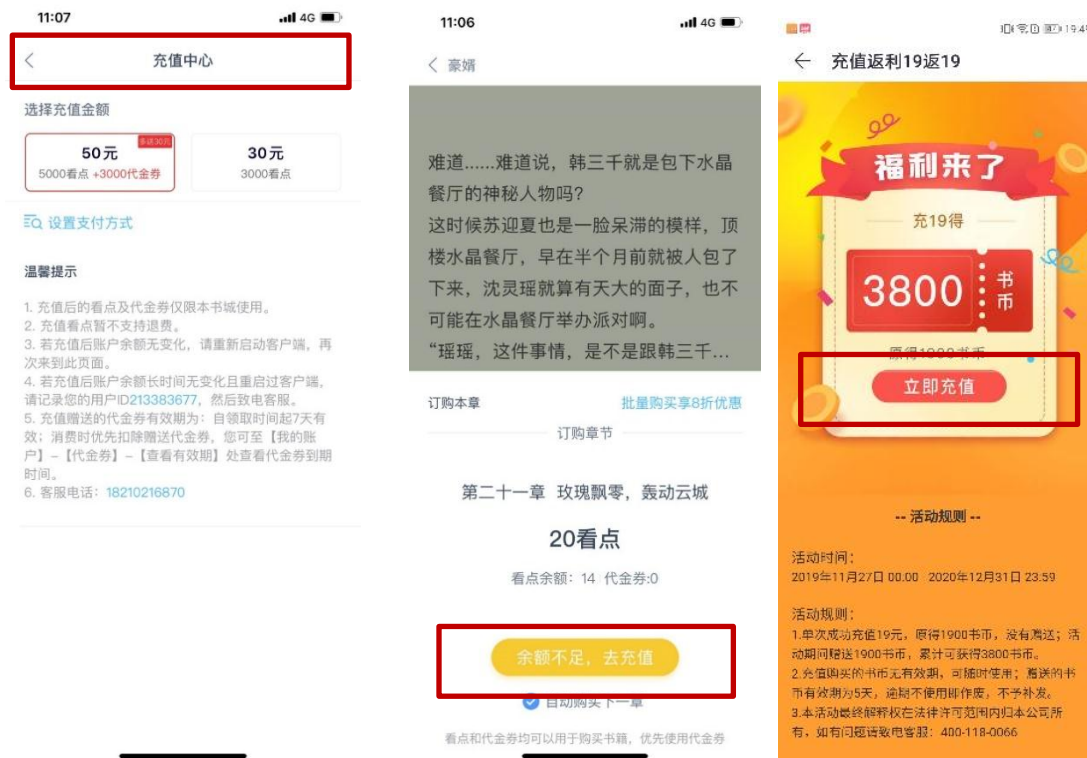
报告期内，发行人各产品及服务的订单支付成功与未支付情况如下：

产品形态	订单数量（笔）				订单金额（万元）			
	支付成功	占比	未支付	占比	支付成功	占比	未支付	占比
APP 客户端	54,192,213	61.29%	34,234,258	38.71%	124,740.51	58.37%	88,969.15	41.63%
H5	10,794,666	56.78%	8,218,190	43.22%	40,424.32	50.61%	39,446.12	49.39%
快应用	43,298,647	56.41%	33,456,454	43.59%	136,537.74	49.45%	139,593.36	50.55%
运营支撑服务	85,688,300	62.06%	52,375,627	37.94%	317,276.11	52.01%	292,745.91	47.99%

如上表所示，如果按照订单数量进行统计，APP 客户端、H5、快应用和运营支撑服务未支付的订单占比为 38.71%、43.22%、43.59%和 37.94%，其中快应用的未支付订单占比相对较高且未支付订单数量相对较多，H5 的未支付订单数量占比也相对较高但数量较少，其他产品未支付订单的占比在 38%左右，出现该情形的原因如下：

①出现较多未支付订单的原因

对于发行人的产品及运营支撑服务，用户的订单生成有三种路径：A、用户主动进入充值列表页，选择任意充值方式（微信、支付宝等），且选择任意充值金额，点击充值按钮，即开生成订单；B、用户在付费阅读过程中，因账户余额不足无法继续阅读，选择往前充值页面；C、用户进入活动页，点击充值按钮，然后选择任意充值方式（微信、支付宝），再次点击充值按钮，即开始生成订单，三种方式中又以方式二和方式三居多。因此，用户每次只要点击充值按钮，无论是否更改充值方式或充值金额，都会生成新的订单。



方式 A

方式 B

方式 C

基于上述订单生成机制，当出现下列情形时，就会出现订单未支付（支付失败）：A、用户选错或更换支付方式；B、更换充值档位；C、第三方支付支付方式支付状态返回失败；D、用户账户余额不足放弃充值；E、用户手机不支持第三方支付或对第三方支付兼容性不足；F、因网络状况不佳或服务器波动等因，出现网络卡顿、断网导致支付失败；F、用户被第三方支付限制使用（如被微信限制零钱支付）导致支付失败；H、用户未安装选择的支付方式（如未安装微信或支付宝）而支付失败；I、用户误点未支付；J、因其他原因导致的主动放弃支付。

如上所述，只要用户点击充值按钮就会生成订单，而上述多种情况会导致订单支付失败，因此，出现支付失败现象是正常情况，由于失败订单是最终结果，无法回溯具体的失败原因，因此无法将失败订单定量分析是具体何种原因导致。

②快应用产品未支付订单数相对较多且占比相对较高的原因

与发行人其他产品相比，快应用的未支付订单数占比相对较高，主要有以下两点原因：

A、快应用的产品形态起始于 2019 年，当年开始推广，新用户占比更多，

没有其他产品线积累的老用户规模大。新用户对产品有个逐步熟悉的过程，因此订单成功率低属于正常现象。

B、由于快应用本身创建时间短，各家厂商还都处于摸索阶段，特别是在 2019 年，快应用的整体生态远未达到成熟的状态，对微信、支付宝等第三方支付的技术支撑还不够完善，导致订单成功率不高。

③ 发行人快应用产品出现高频充值且未成功支付订单的原因

发行人快应用产品存在用户每隔几十秒创建一次充值订单，甚至出现一秒内创建多次充值订单的情形，产生该情形的主要原因为部分华为机型对快应用的支持存在缺陷，该缺陷已于 2020 年 10 月基本修复，对于部分华为机型的用户，如下图所示，如果其长按“立即充值”按钮，则会持续生成订单，对于该类订单，用户没有实际支付成功，因此被记录为支付异常订单。



发行人于 2020 年 1 月亦发现了此问题，并积极采取措施予以应对，与华为团队进行沟通，于 2020 年 3 月将活动页面的订单触发方式由碰触（touch）改为点击（click），后逐步完善相关控制机制，已逐步扼制通过该方式造成的高频充值。

因此，发行人不存在通过此种方式刷单或者刷快应用排名的动机，如发行人通过此方式刷单或刷排名，不会积极与华为团队沟通并通过技术手段解决该漏洞。此外，用户的相关订单支付信息均存储于应用开发者、微信和支付宝等第三方支

付平台，华为应用商店无法获取应用的支付失败订单信息，其无法根据该指标对应用进行排名。因此，上述异常支付订单不会对发行人产品的排名产生影响，发行人不存在通过该种方式在华为应用商店刷排名的情形。

由于该部分订单均未形成有效充值，故不存在自充值情形。

④发行人各产品高频充值且未成功支付订单的情况

对于高频充值订单，主要分以下三种情形：A、1秒内生成订单数>1的订单；B、1分钟内生成订单数>10的订单；C、全年生成订单数>365的订单，在该三种情形下，发行人各产品在报告期内的高频充值且未成功支付的订单情况如下：

产品形态	情形 A：1秒内生成订单数>1的订单							
	订单数量（笔）				订单金额（万元）			
	支付成功	占比	未支付	占比	支付成功	占比	未支付	占比
APP 客户端	2,811	0.01%	241,959	0.71%	7.64	0.01%	953.52	1.07%
H5	1,782	0.02%	88,284	1.07%	7.48	0.02%	321.90	0.82%
快应用	87,689	0.20%	2,994,355	8.95%	251.26	0.18%	10,208.58	7.31%
运营支撑服务	1,493	0.00%	5,721	0.01%	5.74	0.00%	27.54	0.01%
产品形态	情形 B：1分钟内生成订单数>10的订单							
	订单数量（笔）				订单金额（万元）			
	支付成功	占比	未支付	占比	支付成功	占比	未支付	占比
APP 客户端	209	0.00%	165,020	0.48%	0.46	0.00%	555.97	0.62%
H5	507	0.00%	34,325	0.42%	0.99	0.00%	96.92	0.25%
快应用	545	0.20%	2,050,450	6.13%	1.65	0.00%	7,197.55	5.16%
运营支撑服务	11	0.00%	4,198	0.01%	0.02	0.00%	6.39	0.00%
产品形态	情形 C：全年生成订单数>365的订单							
	订单数量（笔）				订单金额（万元）			
	支付成功	占比	未支付	占比	支付成功	占比	未支付	占比
APP 客户端	305,160	0.56%	389,115	1.14%	312.25	0.25%	1,226.03	1.38%
H5	5,812	0.05%	28,106	0.34%	7.71	0.02%	107.08	0.27%
快应用	50,350	0.12%	1,551,480	4.64%	71.25	0.05%	6,521.69	4.67%
运营支撑服务	44,216	0.05%	270,863	0.52%	52.98	0.02%	1,854.44	0.63%

注：上述成功订单数量和金额占比为占对应产品总成功订单数量和金额的比例。

如上表所示，除上文所述的快应用部分华为机型存在的高频充值且支付失败的情形外，发行人的 APP 产品、H5 与运营支撑服务中不存在大量高频充值且未

支付的情形。上述高频充值情形以“生成订单”为考量，例如以1秒内生成订单数>1的订单为例，快应用支付成功订单数量为**87,689**笔，未支付成功为**2,994,355**笔，因为前述系统bug在同一秒内绝大部分情况是多笔支付失败与1单支付成功，此类为正常情况。若以“高频且充值成功”为条件进行限制，则三类情形下的支付成功的情况如下：

产品形态	情形 A：1秒内生成“成功订单”数>1的订单			
	订单数量（笔）		订单金额（万元）	
	支付成功	占比	支付成功	占比
APP 客户端	106	0.00%	0.21	0.00%
H5	88	0.00%	0.36	0.00%
快应用	3,090	0.01%	9.14	0.01%
运营支撑服务	22	0.00%	0.07	0.00%
产品形态	情形 B：1分钟内生成“成功订单”数>10的订单			
	订单数量（笔）		订单金额（万元）	
	支付成功	占比	支付成功	占比
APP 客户端	-	0.00%	-	0.00%
H5	-	0.00%	-	0.00%
快应用	-	0.00%	-	0.00%
运营支撑服务	-	0.00%	-	0.00%
产品形态	情形 C：全年生成“成功订单”数>365的订单			
	订单数量（笔）		订单金额（万元）	
	支付成功	占比	支付成功	占比
APP 客户端	217,767	0.40%	220.09	0.18%
H5	2,303	0.02%	4.32	0.01%
快应用	36,081	0.08%	47.55	0.03%
运营支撑服务	39,696	0.05%	47.35	0.01%

注：上述成功订单数量和金额占比为占对应产品总成功订单数量和金额的比例。

如上表所述，如以“高频且充值成功”为条件进行限制，各类产品的支付成功订单数和订单金额极小，可以进一步排除发行人刷单的可能。少量1秒钟内多次成功订单的情况主要为发行人系统测试数据；快应用1秒钟支付成功订单大于1的笔数稍多，产生该情形的主要原因如前文所述，由于部分华为机型的缺陷，存在部分用户在活动页面长按“立即充值”按钮，则会导致在同一秒下生成多个订单并唤起支付，支付平台（如微信支付和支付宝）会在用户支付完一笔后，再唤起另一笔订单由用户进行支付，在该情形下，用户实际是先后两次手动完成支

付，其实际支付完成时间并不一致，但是由于发起订单的时间一致，发行人服务器会统计到 1 秒之内存在多次支付成功的订单。APP 客户端情形 C 下的支付成功订单数和订单金额相对较高主要系 APP 客户端在运营过程中会根据用户情况降低起充金额，如调整至 5 元、6 元、10 元起充，较低的起充金额会导致较大用户一年时间充值成功的次数大于 365 次。

通过对上述高频充值相关用户能获取到的电话号码与发行人报告期内员工（含离职员工）进行对比，共有 15 个重叠电话号码，该 15 个用户在报告期内仅有 1 名用户支付成功，支付成功的金额仅为 3,302.00 元且该名用户为发行人的测试人员。报告期内，按订单数量和订单金额口径统计，各个产品在不同高频充值情形下的占比均很低，对发行人的收入不产生实质影响。

此外，由于可比公司均未公开披露订单支付失败率或成功率数据，亦不存在行业数据，因此无法进行对比分析。

综上，发行人快应用产品中存在大量未支付订单具有合理性，由于该部分订单均未形成有效充值，故不存在自充值情形。发行人的 APP 产品、H5 与运营支撑服务中不存在大量高频充值且未支付的情形。发行人不存在刷单或刷好评操作的行为。通过对高频充值且未支付的相关用户中能获取到的电话号码与发行人报告期内员工（含离职员工）进行对比，共有 15 个重叠电话号码，该 15 个用户在报告期内仅有 1 名用户支付成功，支付成功的金额仅为 3,302.00 元且该名用户为发行人的测试人员。报告期内，按订单数量和订单金额口径统计，各个产品在不同高频充值情形下的占比均很低，对发行人的收入不产生实质影响。

(四) 补充披露2019年度快乐农夫用户每日充值次数和金额大幅上升、平均月活用户数量大幅下降的原因以及上述指标变动趋势不一致的内在逻辑, 报告期内其他年份是否存在类型变动趋势、相关变动趋势是否符合行业特征、惯例和同行业可比产品情况, 趋势变动差异对快乐农夫用户真实性及消费行为合理性的影响。

①2019 年相关指标较 2018 年变动情况

2019 年与 2018 年相比, 运营支撑服务用户的每日充值次数和金额有所上升, 平均月活跃用户数有所下降, 主要是由于 H5 阅读行业终端获取用户方式的变化所致, 具体如下:

2018 年微信 H5 推广方式发生了较大的变化, 发行人自运营的 H5 业务月活跃用户数 2018 年-2019 年也出现同样的波动情况, 主要因为 2018 年, H5 推广的下游渠道主要采取微信公众号引流及微信群或朋友圈分享推广的方式, 用户可在未关注公众号的情况下点击 H5 书城阅读页, 导致未关注公众号的用户也可以进行小说内容的阅读, 加之 H5 用户唯一标识的 OpenID 无法去重, 2018 年度每月活跃用户较高。但是由于该种模式引流的用户数量较大, 但忠诚度及粘性较低, 导致出现用户规模快速增长、月活跃用户较多, 但按天计算的充值次数与充值金额不高。

2019 年 H5 推广的下游渠道发展用户的方式变更, 从之前的微信公众号引流以及微信群和朋友圈分享的推广方式逐渐转向为通过在今日头条和广点通等信息流渠道进行推广, 在不同平台及推广方式带来的用户质量发生了变化, 通过信息流渠道获取的微信用户质量远高于从微信公众号引流及微信群和朋友圈分享获取的用户质量。在信息流的推广模式下, 用户可以在信息流中阅读公司小说的部分章节, 后续需要继续阅读则必须搜索关注公众号, 保证了用户的转化情况, 该部分用户付费意愿高, 因此相比于 2018 年出现月活跃用户下降, 但按天计算的充值次数与充值金额上升的情况。

2018 年发行人 H5 业务以及运营支撑业务月活跃用户数均成大幅上升的趋势。对于快乐农夫阳光书城的具体各个渠道供应商对应带来活跃用户变化的情况, 因为无法获取其各个渠道供应商名单, 因此无法进行匹配。

会计师通过公开渠道查询了微信的相关政策，微信在 2018 年后期对前述用户可在未关注公众号的情况下点击分享的链接式推广方式进行了限制；而随着抖音快手等短视频应用的崛起，通过这些应用进行信息流投放逐渐成为行业的重要推广方式之一。根据会计师对腾讯和今日头条的访谈，均确认快乐农夫的阳光书城 2019 年投放规模位居市场前列。

通过前述分析，会计师认为，快乐农夫由于其下游渠道发展用户的方式变化以及获取的用户质量有所提升导致其 2019 年较之 2018 年充值次数与充值金额上升、但月活跃用户数量下降，符合行业发展规律及数字阅读用户的行为逻辑。

②2020 年相关指标较 2019 年变动情况

2020 年运营支撑服务的月活跃用户数与用户的每日充值次数和每日充值金额整体具有匹配性，2020 年 1-2 月，因为疫情影响以及春节的影响，月活跃用户数与用户的每日充值次数和每日充值金额较 2019 年均有所上升，而后随着复工复产，整体有所下降。

另外，为保证运营支撑业务的真实性，保荐机构及其聘请的 IT 审计机构对快乐农夫的用户进行了多角度的全面分析，确认相关其整体用户行为合理、收入真实。

综上所述，上述变化情况符合行业发展的规律及数字阅读用户的行为逻辑，对发行人收入真实性、准确性没有影响，运营支撑业务用户及相关收入真实。

(五)补充披露在充值数据完整性和真实性验证程序未按用户级别进行验算、部分岗位未职责分离的原因以及对发行人信息系统有效性的影响，发行人的整改措施及其有效性。

①中介机构对充值明细与第三方支付流水的一致性实施了对比程序及相关信息系统应用测试

会计师在此前的数据核查程序中按照订单维度，对公司自记录的充值明细与第三方支付流水进行逐条对比核查，且对发行人主要的第三方支付平台（微信财付通、支付宝、现在支付、爱贝支付、易联支付）均有覆盖，相关核查占报告期

发行人总充值金额的 **95%**；对发行人各个产品的用户注册、充值、消费以及剩余看点情况均执行了穿行测试。

经核查，会计师认为，发行人信息系统有效运行，自记录充值明细准确，用户充值及消费行为真实、数据完整，发行人前后端系统均能及时准确的记录用户操作行为及相关数据。

核查公司在 **2018 年 1 月至 2020 年 12 月** 自有产品自记录后台充值记录与所披露的第三方支付平台明细具体结果如下：

数据来源	自记录后台数据	匹配的第三方支付平台数据	差异比较
充值渠道	充值金额（万元）	充值金额（万元）	充值金额差异
核查逻辑	A	B	C=(A-B)/A
微信财付通	245,250	245,261	-0.005%
现在支付	5,501	5,501	0.006%
支付宝	34,223	34,229	-0.020%
爱贝支付	1,092	1,093	-0.063%
易联支付	198	198	-0.083%
总计	286,264	286,283	-0.006%

经过核查，以上渠道的系统自记录充值金额数据与披露的第三方支付平台的结算数据相比差异额约为 **19 万元**。差异主要来自于微信财付通和支付宝，微信财付通产生差异的原因为后台系统未记录知识付费收入充值流水 12 万元，而在第三方支付平台结算金额中包含该金额，因此排除这部分差异后，差异金额约为 **1 万元**，不到总体金额的 0.01%。支付宝差异金额约为 **6 万元**，二者合计不到总体金额的 0.01%。这部分差异主要原因为第三方支付平台与公司系统之间的数据传输时间差异和少量订单数据传输故障造成的差异，该差异在各平台属于正常差异。

②中介机构按照用户及订单级别对相应交易数据进行了补充平衡试算校验

会计师对发行人 APP 客户端和快应用产品报告期内全部的新增充值用户明细，按照用户及订单级别对相应交易数据进行了平衡试算校验。校验逻辑为按照发行人业务逻辑，取报告期内全部新增充值用户，对该部分用户的“期初看点+期间新增看点（含期间充值看点、期间充值赠送看点、期间活动赠送看点）-期

间消耗看点（含期间消耗充值看点、期间消耗赠送看点）”与其对应的剩余看点进行一致性对比，对比结果基本一致。存在少量差异，APP 客户端差异看点折算成人民币后的差异金额占当期新增充值用户充值金额的比重为 **0.25%**，快应用差异看点折算成人民币后的差异金额占当期新增充值用户充值金额的比重为 **0.003%**。

上述差异产生的原因为剩余看点因数据同步产生的差异。会计师进行上述核验时，基于发行人的备份库数据进行核验，备份库数据从现网数据备份而来，发行人会于每日凌晨进行数据同步。对于上述核验逻辑，因核对对象为期间新增充值用户，故其期初看点数为 0，因此需要满足“当期新增看点-当期消耗看点”与“剩余看点”数相等的逻辑关系，其中当期新增看点来源于用户的充值数据表，当期消耗数据来源于用户的消费表，二者均记录用户的每一条充值或消费记录，因此无论何时进行同步，均可以准确取得截至某一时点的期间新增充值看点数和期间消费看点数；但对于剩余看点数，其来源于用户的剩余看点表，该表的记录逻辑为“回写”，即不会保留每一用户每一次消费后的剩余看点记录，仅有截至其最新消费时点的剩余看点记录，如下表所示，以快应用用户 A 为例，假设其于 2019 年 12 月 31 日 0:00 时剩余 100 看点，2019 年 12 月 31 日当天消耗 20 看点，2020 年 1 月 1 日 0:30 分消耗 20 看点，剩余 60 看点，若发行人的数据同步时间为 2020 年 1 月 1 日 1:00 同步截至 2020 年 1 月 1 日 0:00 的用户剩余看点数据，因用户 A 的唯一记录已经更新至 2020 年 1 月 1 日 0:30，故无法在提取其截至 2020 年 1 月 1 日 0:00 的数据并更新至备份库中，备份库中仍为 2019 年 12 月 31 日 1:00 同步的用户 A 的剩余看点数，假设该剩余看点数为 100，故在进行截至 2019 年 12 月 31 日 24:00 用户 A 的试算平衡时，正确的核验逻辑为“当期新增看点-当期消耗看点”与 80 看点进行对比，但由于上述同步数据导致的差异，在核验时将“累计充值看点-累计消耗看点”与 100 看点进行了对比。

项目	2019 年 12 月 31 日 1:00 同步 2019 年 12 月 31 日 0:00 的 剩余看点数据	2019 年 12 月 31 日 0:00 至 2020 年 1 月 1 日 0:00 消耗 看点	截至 2020 年 1 月 1 日 0:00 剩 余看点	2020 年 1 月 1 日 0:30 消耗 20 看点后的 剩余 看点	备份库于 2020 年 1 月 1 日 1:00 同步截至 2020 年 1 月 1 日 0:00 剩余看点
用户 A	100	20	80	60	由于剩余看点数据已经在 2020 年 1 月 1 日 0:30 更新，因此同步取数时提取

					不到 2020 年 1 月 1 日 0:00 分用户 A 的剩余看点数据，因此剩余看点数在备份库不进行更新，导致备份库中剩余看点数仍为前一次同步后的剩余看点数 100
--	--	--	--	--	--

上述差异并不会影响用户的充值数据表，也不会影响用户的消费数据表，现网下的用户剩余看点数亦不会受到任何影响，仅仅是进行上述复验时，因备份数据同步会存在少量差异，并不会对发行人的 IT 系统有效性产生任何影响。

此外，用户级别的平衡试算校验仅仅是 IT 系统数据勾稽关系的一种验证，即 IT 系统现有搭建结构能够满足正确的逻辑关系，对于该逻辑关系的验证，会计师此前虽未对全量用户逐个进行平衡试算校验，但对发行人的所有产品，均进行过类似的穿行测试，通过“注册账户-充值-消费-系统是否能够准确完整记录相应数据”进行过对应测试账户的平衡试算校验，会计师认为该程序已经能够验证发行人 IT 系统满足“期初看点+当期新增看点-当期消耗看点=剩余看点”的逻辑关系，具有有效性，不存在程序缺失情形。

③发行人数据库管理关键工作岗位未实现职责分离的情况以及整改完善情况

发行人数据库管理员 root 主账号的管理人为发行人运维部门主管负责人于某某，其虽然掌握 root 账号的使用权限，但在实际工作中不会执行数据库的实际操作工作，该账户实际由该部门人员通过跳板机登陆使用，且每次数据库超级用户的新增授权均经过相应的账号新增流程，因此不会对发行人的信息系统有效性产生实质影响。为规避相关风险，发行人已将前述 root 主账号管理员更换为陈某某。

④对发行人信息系统有效性执行的核查程序

中介机构从信息系统公司层面控制、信息系统一般层面控制核查、信息系统应用层面控制核查、信息系统数据分析四个层面对发行人信息系统的有效性进行了核查，具体如下：

针对信息系统公司层面控制，中介机构从管理层对胜任能力的承诺、系统战略规划、组织架构及权责分配、人员培养、内部审计与风险管理等多角度进行核查，评估公司的信息系统是否满足企业业务发展要求，从而甄别公司信息系统管控方针和策略层面是否存在舞弊或错误而导致的重大错误陈述的风险。中介机构执行了访谈、资料查阅等程序，对发行人在胜任能力、战略规划、组织架构、权责分工、人力资源及内部审计控制等方面的材料进行审阅，并与各对接人进行访谈确认。

针对信息系统一般层面控制，中介机构对于信息系统变更管理、访问管理、运维管理等从制度、流程、实际执行情况等多方位进行核查，核查公司的信息系统是否在变更、访问和运维方面进行严格完善的控制及管理，从而对公司信息系统内部控制的有效性进行评估。中介机构执行了访谈、现场核查、资料查阅等程序，对发行人信息系统变更管理、访问管理、运维管理涉及的制度流程文档等进行审阅，并通过穿行测试和抽样测试的方式核查发行人在实际执行中是否遵循对应制度流程规定。

针对信息系统应用层面控制，中介机构对发行人业务流程中依赖于系统功能控制的内容进行核查，检查系统自动控制功能是否有效，相关业务和财务数据是否能被准确、完整的记录。中介机构执行了现场穿行测试等程序，对发行人业务流程中依赖于系统功能控制的内容，如用户注册、用户充值消费、财务管理等流程进行穿行测试，确认发行人信息系统是否能够正确支持各项业务流程的进行。

针对信息系统数据分析，中介机构对发行人业务和财务数据的真实完整性、系统内及系统间的匹配一致性以及业务情况的变化趋势进行分析性核查，从而对公司业务发展情况进行评估。中介机构执行了现场数据获取和分析等程序，对发行人用户新增及活跃留存情况、推广投放、用户充值消费、收入与成本等进行真实完整性、系统内及系统间的匹配一致性以及业务情况的变化趋势等多角度多维度分析，从而进一步得到分析结果，如是否存在异常情况及其影响程度等。

综上，会计师进行过充值明细与第三方支付流水的一致性对比程序，此前未按照用户及订单级别对相应交易数据进行平衡试算校验，但对核查结果和核查结论不会产生实质影响，且经补充核查不存在异常。发行人数据库管理关键工作岗

位未实现职责分离但亦有相应内部控制措施，此外，发行人已完成整改，不会对发行人信息系统有效性产生实质影响。

(六) 补充披露报告期内发行人实际控制人的大额资金往来金额、对象、发生原因、偿还或回收金额及时间，相关大额资金往来是否与发行人经营相关、相关资金是否回流发行人或用于在发行人相关产品进行充值消费，以及大额资金往来对发行人收入真实性、成本完整性的影响。

(1) 中介机构对实际控制人银行流水的核查过程

对于个人流水，因会计师无法获取完整的个人账户清单，由相关自然人主动提供相关账户流水，在会计师核查过程中，如果发现相关个人与其持有的其他账户有资金往来，且该账户未在其主动提供范围内，则要求其补充提供，此外，相关个人出具承诺已提供余额和发生额在 5 万元以上的流水，此外，对于发现的异常交易有相关个人解释原因并签字确认，对于其中部分因购房而发生的交易，获取了房产证或相关购房协议。

在督导组现场督导期间，根据要求，实际控制人在保荐机构陪同下，前往中国工商银行，中国农业银行，中国银行，中国建设银行，交通银行，中国邮政储蓄银行，招商银行，光大银行，北京银行，中信银行，民生银行，兴业银行共计 12 家银行查询个人账户清单，如发现此前未提供的流水，则补充提供。根据补充核查情况，补充提供的账户基本均为常年不使用的银行账户，且相关账户不存在异常流水情况，补充核查的银行流水对于保荐机构前期发表的核查结论不构成影响。

(2) 实际控制人的大额资金往来情况

经对报告期内实际控制人陈瑞卿和何春虹的个人流水梳理，对于二人与其他自然人的资金往来均有合理解释，对于资金流出，主要有下述情况：①部分亲属、朋友、员工因购置房产或资金周转需要，实际控制人向其借出资金，相关人员之后进行了全额还款，截至目前，收支相抵；②部分亲属、朋友、员工因购置房产或资金周转需要，实际控制人向其借出资金，相关人员之后进行了部分还款或完

全未还款，截至目前，尚有部分借出资金未收回；③因特定原因，如出境游等个人支出原因发生的资金支出，该类支出不存在对应收回金额。各类情况的资金流转情况如下：

单位：万元

序号	资金流出原因	陈瑞卿		何春虹	
		支出	收回	支出	收回
1	借出资金后对方全额偿还	1,030	1,030	218	218
2	借出资金后对方部分偿还	300	200	-	-
3	借出资金后对方完全未偿还	1,011	-	3,165	-
4	借入资金后全额偿还	102	100	-	-
5	个人开支	274	不适用	77	不适用

注：“个人开支”包括实际控制人无偿赠予亲属的购房款项、捐赠支出和日常开支消费等。

如上表所示，对于类别3借出资金后对方完全未偿还的支出，何春虹有3,165万元，陈瑞卿有1,011万元，具体情况如下：

姓名	时间	借出完全未收回金额（万元）	借出事项
陈瑞卿	2018年	295	主要为借与公司员工俞某某130万元的购房款、借与一位朋友周转款60万元、借与两位朋友周转款各40万元
	2019年	170	主要为借与堂姐陈某某女婿的业务周转款20万元以及借与公司员工胡某某的购房款150万元
	2020年	546	主要为借与朋友刘某某的30万元用于亲属治病支出；借与王某某10万元和于某6万元用于个人周转；借与张某500万元用于其购置房产
	合计	1,011	-
何春虹	2020年	3,165	主要为借与沈某3,000万元，沈某用于偿还其个人借款；借与尹某某165万元，用于其个人公司资金周转

此外，对于报告期内向某一个人单笔或者合计超过50万元的支出进行了进一步核查，其中，陈瑞卿的具体情况如下：

姓名	日期	出项（万元）	进项（万元）	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额（万元）
刘某某	2019/1/22	200		用于买房	访谈、购房合同、资金确认	-
	2019/12/21		100			

姓名	日期	出项 (万元)	进项 (万元)	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额 (万元)
	2019/12/21		100		协议	
段某	2018/4/11	7.15		现居住地房租支出	租房合同	-
	2018/7/12	6.90				
	2018/10/12	6.90				
	2018/1/11	6.35				
	2019/4/10	6.90				
	2019/1/14	6.90				
	2019/7/12	6.90				
	2019/10/11	6.90				
	2020/1/10	6.90				
	2020/4/13	6.90				
	2020/7/10	6.90				
陈某	2018/2/12	30		用于个人支出	访谈、资金确认协议	70 (含 2018 年以前 30 万元)
	2018/3/29	10				
俞某某	2018/11/29	70	-	个人周转	访谈、购房合同、资金确认协议	140 (含 2018 年以前 20 万元)
	2019/7/4	-	10	俞某某为万卷书城合伙人, 原入资款从陈瑞卿处借入, 该笔进项为其归还当时的入资款		
黄某某 (俞某某之母)	2018/11/5	60		买房款		
胡某某	2019/1/29		10	买房款 (进项含归还 2017 年以前借款 5 万元)	访谈、购房合同、资金确认协议	145
	2019/4/2	150				
杜某某	2019/1/3	300		买房款	访谈, 购房合同、资金确认协议	115 (含 2018 年以前 15 万元)
	2020/4/29		200	偿还 2019 年借款		
陈某某 (陈瑞卿之妹)	2018/3/14	100		还房贷	访谈、购房合同、还款记录、资金确认协议	- (无偿赠予亲属, 无需偿还)
龚某	2019/4/1	100	-	用于自身公司的经营	访谈、公司企查查信息、资金确认协议	-
	2019/4/30	200	-			
	2019/6/13	200	-			
	2019/12/27	-	100			
	2019/12/27	-	100			

姓名	日期	出项 (万元)	进项 (万元)	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额 (万元)
	2019/12/31	-	100			
	2019/12/31	-	100			
	2019/12/31	-	100			
张某	2018/2/28	20	-	个人周转	访谈、资金确认协议	560
	2018/6/7	30	-			
	2018/6/19	10	-			
	2018/8/31	300	-			
	2019/12/27	-	300			
	2020/08/20	500	-	买房款	访谈、购房付款单据、资金确认协议	
陈某某 (陈瑞卿之父)	2020/5/19	80	-	买房款	访谈、购房合同	- (无偿赠予亲属, 无需偿还)
	2020/10/28	3	-	个人开支	访谈、资金确认协议	
李某某	2019/6/11		100	用于个人资金周转	访谈、资金确认协议	-
	2020/2/3	102		偿还2019年借的100万元, 2万元为利息		

何春虹的具体情况如下:

姓名	日期	出项 (万元)	进项 (万元)	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额 (万元)
沈某	2020/10/14	3,000	-	沈某用于偿还其原有到期借款	访谈、沈某原借款协议、沈某此次借款协议、沈某取得此次借款后偿还原借款的转款记录	3,000
尹某某	2020/6/22	165	-	用于自身公司的经营	访谈、公司企查查信息、资金确认协议	165

综上, 实际控制人陈瑞卿和何春虹对外支出主要为对外借款, 不存在资金回流或用于在发行人产品进行充值消费的情形、不存在体外资金循环、替发行人代垫成本的情形, 不会对发行人真实性、成本完整性产生影响。

(七) 补充披露北京中概投资咨询有限公司、南京番茄互娱网络科技有限公司和海南乾元互娱网络科技有限公司的主要经营范围和业务，发行人与上述关联方交易情况、交易金额及交易必要性。

1、北京中概投资咨询有限公司、南京番茄互娱网络科技有限公司和海南乾元互娱网络科技有限公司的主要经营范围和业务情况

其中，北京中概投资咨询有限公司、南京番茄互娱网络科技有限公司和海南乾元互娱网络科技有限公司的主要经营范围和业务如下：

(1) 北京中概投资咨询有限公司的主要经营范围和业务情况

公司名称：	北京中概投资咨询有限公司	
公司类型：	有限责任公司(自然人投资或控股)	
公司住址：	北京市海淀区中关村东路 18 号 1 号楼 C 座 1807 室	
法定代表人：	李湘	
注册资本：	60 万元	
统一社会信用代码：	911101085876880695	
经营范围：	投资咨询；经济贸易咨询；技术开发、技术推广；销售计算机、软件及辅助设备、服装、首饰、工艺品；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。）	
成立日期：	2011 年 12 月 02 日	
营业期限：	2011 年 12 月 02 日至 2031 年 12 月 01 日	
股权结构		
股东	认缴出资额（万元）	持股比例
李湘	54.00	90.00%
王文君	6.00	10.00%

北京中概投资咨询有限公司目前未实际开展业务。

(2) 南京番茄互娱网络科技有限公司的主要经营范围情况

公司名称：	南京番茄互娱网络科技有限公司
公司类型：	有限责任公司(自然人投资或控股)
公司住址：	南京市建邺区云龙山路 60 号龙熙大厦 A 座 8 楼 803-1 室
法定代表人：	徐旭
注册资本：	625 万元
统一社会信用代码：	91320105MA1WGT020Q

经营范围:	计算机软硬件研发、技术转让、技术咨询、技术服务、销售；互联网信息服务；动漫游戏开发；动漫设计、制作；影视策划；自营和代理各类商品及技术的进出口业务；设计、制作、代理发布国内各类广告；市场营销策划；从事经营性互联网文化活动；增值电信业务。（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）	
成立日期:	2018年05月07日	
营业期限:	2018年05月07日至无固定期限	
股权结构		
股东	认缴出资额（万元）	持股比例
徐旭	575.00	92.00%
广州游爱网络技术有 限公司	50.00	8.00%

(3) 海南乾元互娱网络科技有限公司的主要经营范围情况如下：

公司名称:	海南乾元互娱网络科技有限公司	
公司类型:	有限责任公司(自然人独资)	
公司住址:	海南省老城高新技术产业示范区海南生态软件园 A17 幢一层 2001	
法定代表人:	陈秋菊	
注册资本:	1,000 万元	
统一社会信用代码:	91469027MA5T5EEE1W	
经营范围:	许可项目：第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；基础电信业务；互联网信息服务；网络文化经营；进出口代理（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）一般项目：计算机软硬件及外围设备制造；软件销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网设备销售；动漫游戏开发；专业设计服务；游艺及娱乐用品销售；玩具、动漫及游艺用品销售；影视录放设备制造；影视美术道具置景服务；文艺创作；互联网销售（除销售需要许可的商品）；人工智能理论与算法软件开发；数字文化创意软件开发；软件外包服务；智能机器人的研发（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）（一般经营项目自主经营，许可经营项目凭相关许可证或者批准文件经营）（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。）	
成立日期:	2018年07月20日	
营业期限:	2018年07月20日至无固定期限	
股权结构		
股东	认缴出资额（万元）	持股比例
陈秋菊	1,000.00	100.00%

根据南京番茄互娱和海南乾元互娱报告期内的主要业务合同及其出具的说

明，并经访谈陈秋菊、徐旭，南京番茄互娱和海南乾元互娱的主营业务均为手机休闲游戏的研发及发行；南京番茄互娱的主要产品有《走出办公室》、《番茄宝宝爱画画》、《我爱盖房子》、《逃出公司大作战》等手机休闲游戏，海南乾元互娱的主要产品有《滚动的大地》、《我的指尖陀螺》等手机休闲游戏。

2、发行人与上述各方的交易情况

对于上述三家公司，发行人与南京番茄互娱网络科技有限公司和海南乾元互娱网络科技有限公司均无业务往来。发行人在 2019 年因商务谈判的需要委托中概投资代为收购无关联第三方王蓓蓓持有的第 9 类注册商标“点众 DIANZHONG”（商标注册号：5485447），交易金额为 40.57 万元，为市场价格，定价公允。

(八)补充披露报告期内发行人主要产品及快乐农夫的用户手机号码与发行人报告期内员工手机号码是否存在相同的情形，相关相同手机是否为自充值用户、手机号重复用户对应充值金额和贡献收入金额、占比，相关用户消费的原因及合理性。

报告期内，保荐机构共对 60,897 个发行人自有产品用户手机号码进行过电话访谈，对 41,023 个运营支撑服务用户手机号码进行过电话访谈，此外，获取发行人 739 个员工电话号码（含离职员工），通过匹配，共有 5 个电话号码重叠，具体情况如下：

重叠号码 对应用户	使用产品	充值金额		消耗充值看点数	
		金额（元）	占比	数量（百看点）	占比
用户 1	APP 客户端	4,855.25	0.0004%	409.05	0.0000%
用户 2	APP 客户端	120.00	0.0000%	119.84	0.0000%
用户 3	运营支撑服务	30.00	0.0000%	29.70	0.0000%
用户 4	运营支撑服务	-	-	-	-
用户 5	运营支撑服务	-	-	-	-
合计		5,005.25	0.0001%	558.59	0.0000%

其中用户 1 和用户 2 为发行人客户端用户，用户 1 为测试人员，充值 4,855.25 元，用户 2 为内容部员工充值 120.00 元看书；用户 3、用户 4 和用户 5 为快乐农夫阳光书城电话访谈的接通记录，保荐机构在通过第三方公司电话调研过程中，

发行人为了测试第三方调研公司电话覆盖情况，选取了三名员工电话掺入电话名单中，因此导致此三名员工在电话访谈名单中，用户 3 曾充值 30.00 元。上述 5 名用户的充值金额仅有 **5,005.25 元**，占比仅为 0.0001%，消耗充值看点数的比例也小于 0.0001%，对发行人的收入影响极小。

此外，本次问询函回复过程中，对发行人员工号码（含离职员工）与发行人系统中目前能够统计到的全部用户手机号码进行对比补充核查，除上述重叠的 5 名用户外，还有 **84 个**电话号码重叠，相应的充值金额合计 **1.16 万元**，消耗充值看点数的比例仅为 0.0001%，其中充值金额大于 100 元的有 **16 人**，共计充值 **0.99 万元**，主要为测试部门的测试金额，其余为个人使用发行人产品充值，具有合理性，且对发行人的收入影响极小。

中介机构说明：

（一）说明对发行人主要产品及运营支撑业务中用户平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户数量和消费金额数据、相关用户行为合理性、数量及金额占比是否符合行业特征、用户及相关收入真实性所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

发行人主要产品及运营支撑业务中用户平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户数量和消费金额数据、相关用户行为合理性、数量及金额占比情况参见本题回复之“发行人说明”之“（一）”。

对于上述内容，会计师获取了发行人各产品及运营支撑服务单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户数量和消费看点数，并进行分析；对相关用户的用户行为进行分析，分析指标包括用户注册时间分布、消费用户地域分布、充值 24 小时分布。由于可比公司均未公开披露用户平均阅读时间小于 1 分钟的数据，亦不存在行业数据，因此无法进行对比分析。

经核查，申报会计师认为发行人自有产品和运营支撑服务的用户中存在平均阅读时间间隔小于 1 分钟的情况存在合理性，用户行为不存在异常，不存在自充值的情形。

(二) 说明对报告期内单一支付账户向2个及以上用户账户形成原因、相关用户基本情况及是否为自充值用户、相关用户消费充值行为合理性、相关用户数量及金额占比合理性、所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

报告期内单一支付账户向2个及以上用户账户进行充值的形成原因、相关用户基本情况、相关用户消费充值行为合理性、相关用户数量及金额占比合理性参见本题回复之“发行人说明”之“(二)”。

对于上述内容，会计师获取发行人各产品及运营支撑服务单一充值账户对应多个用户账户数的数据；对于业务模式进行分析，落实单一充值账户对应多个用户的形成原因；重点获取了发行人各产品及运营支撑服务一个充值账户给超过50名用户进行充值的充值账户数据明细并进行分析，并对该部分用户进行用户行为分析。

经核查，申报会计师认为，发行人自有产品和运营支撑服务的用户整体行为不存在异常，不存在发行人或快乐农夫自充值的情形。

(三) 说明对发行人主要产品及运营支撑业务中大量未支付订单形成原因、相关用户行为合理性、相关用户是否与发行人及其关联方存在关联关系、发行人及用户行为的合规性所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

报告期内发行人主要产品及运营支撑业务中大量未支付订单形成原因、相关用户行为合理性、相关用户是否与发行人及其关联方存在关联关系、发行人及用户行为的合规性参见本题回复之“发行人说明”之“(三)”。

对于上述内容，会计师获取发行人各产品及运营支撑服务支付成功订单和支付失败订单的数量和金额；向发行人技术人员了解订单失败的原因；查看发行人与华为的沟通记录；查看发行人完善相关控制机制的纪录；获取发行人各产品及运营支撑服务高频支付失败订单对应用户中能够获取到的用户电话号码，与发行

人报告期内的员工（含离职员工）电话号码进行匹配核查。

经核查，申报会计师认为发行人快应用产品中存在大量未支付订单具有合理性，由于该部分订单均未形成有效充值，故不存在自充值情形。发行人的 APP 产品、H5 与运营支撑服务中不存在大量高频充值且未支付的情形。通过对高频充值且未支付的相关用户中能获取到的电话号码与发行人报告期内员工（含离职员工）进行对比，共有 15 个重叠电话号码，该 15 个用户在报告期内仅有 1 名用户支付成功，支付成功的金额仅为 3,302.00 元且该名用户为发行人的测试人员。报告期内，按订单数量和订单金额口径统计，各个产品在不同高频充值情形下的占比均很低，对发行人的收入不产生实质影响。

（四）说明对发行人2019年度快乐农夫用户每日充值次数和金额、平均月活用户数量变动趋势及其差异合理性，相关用户消费行为合理性所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据、核查结论以及核查证据能否支撑核查结论。

报告期内快乐农夫用户每日充值次数和金额、平均月活用户数量变动情况、相关用户消费行为合理性参见本题回复之“发行人说明”之“（四）”。

对于上述内容，会计师获取运营支撑服务用户每日充值次数和金额、平均月活用户数量；对比发行人 H5 产品和运营支撑服务平均月活用户数量的变动趋势；向发行人运营人员了解相关变动的的原因；通过公开资料查阅微信政策；对腾讯和今日头条就快乐农夫市场地位进行访谈。

经核查，申报会计师认为快乐农夫由于其下游渠道发展用户的方式变化以及获取的用户质量有所提升导致其 2019 年较之 2018 年充值次数与充值金额上升、但月活跃用户数量下降；2020 年运营支撑服务的月活跃用户数与用户的每日充值次数和每日充值金额整体具有匹配性，相关变动符合行业发展规律及数字阅读用户的行为逻辑。相关核查过程和核查证据可以证明核查结论。

(五)说明发行人充值数据完整性和真实性验证程序未按用户级别进行验算、部分岗位未职责分离对发行人信息系统有效性及相关核查结论的影响、是否影响发行人信息系统有效性,保荐人是否对数据变更清单完整性、日志完整性的验证程序在工作底稿补充归档;发行人及中介机构相关整改措施的有效性以及相关核查结论。

关于发行人充值数据完整性、真实性和岗位职责设置的情况参见本题回复之“发行人说明”之“(五)”。

对于上述内容,会计师执行了对发行人用户充值明细与第三方支付流水的一致性对比程序;按照用户及订单级别对相应交易数据进行了补充平衡试算校验;确认发行人变更了发行人数据库管理员 root 主账号的管理人;IT 审计机构对发行人的信息系统有效性已经相关业务、财务数据进行核查分析。

对于数据变更清单完整性和日志完整性,发行人针对信息系统管理(数据库权限及变更管理流程)进行了事前授权控制、事中监控控制、事后审阅控制,且获取日志过程均通过堡垒机进行记录,所以可以验证数据变更清单和日志的完整性。会计师对上述情况进行了核验,相关工作底稿已补充归档。

综上,会计师进行过充值明细与第三方支付流水的一致性对比程序,按照用户及订单级别对相应交易数据进行了补充平衡试算校验,数据库管理关键工作岗位未实现职责分离但亦有相应内部控制措施,此外,发行人已完成整改,不会对发行人信息系统有效性产生实质影响。对于数据变更清单完整性和日志完整性,相关过程,发行人均通过堡垒机进行纪录,可以进行验证,会计师对相关工作底稿已补充归档。

(六) 说明对发行人及其关联自然人和关联法人资金流水进行全面核查, 说明核查过程、核查比例、核查证据和核查结论; 说明对发行人实际控制人大额资金往来发生原因、相关资金是否回流发行人或进行充值消费、相关资金偿还或回收情况所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据、核查结论以及核查证据能否支撑核查结论。

发行人会计师对发行人和关联自然人(包括实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员及其近亲属)报告期的银行流水进行了核查, 核查情况如下:

1、发行人流水核查情况

对于发行人报告期内的流水, 发行人会计师执行了如下核查程序:

(1) 查阅发行人及其子公司的银行账户资料, 获取了各主体的银行开户清单, 并获取了开户清单所列示银行账户在报告期内的银行流水;

(2) 对上述银行账户进行函证并查阅相关银行账户余额调节表, 确认相关金额的真实、准确;

(3) 对自开户银行取得的银行流水与自发行人处取得的银行日记账和现金日记账进行交叉比对, 确认银行流水、银行日记账、现金日记账具有一致性;

(4) 对交易额在 5 万元以上的交易记录进行核查, 了解相关交易背景及合理性;

(5) 重点核查了与关联方的交易记录(不论金额大小), 了解相关交易背景及合理性;

(6) 查阅了发行人的《资金管理制度》、《票据管理制度》、《现金管理制度》、《银行存款管理制度》等, 了解发行人相关的授权、审批情况。

2、关联自然人流水核查情况

对于关联自然人报告期内的流水, 发行人会计师执行了如下核查程序:

(1) 对于关联自然人流水, 先由相关人员主动提供相关账户流水, 在会计师核查过程中, 如果发现相关个人与其持有的其他账户有资金往来, 且该账户未

在其主动提供范围内，则要求其补充提供，此外，相关个人出具承诺已提供余额和发生额在 5 万元以上的流水。在督导组现场督导期间，根据要求，相关主要人员（陈瑞卿、何春虹、胡志华、费立国、胡波、胡泽新、李湘、林雪、焦海风、郑良坤、梁宝亮、李忠忠、杜艳超等）在保荐机构陪同下，前往中国工商银行，中国农业银行，中国银行，中国建设银行，交通银行，中国邮政储蓄银行，招商银行，光大银行，北京银行，中信银行，民生银行，兴业银行共计 12 家银行查询个人账户清单，如发现此前未提供的流水，则补充提供。

(2) 对交易额在 5 万元以上的交易记录进行核查，了解并核查相关交易背景及合理性；

(3) 重点核查了交易对手方为发行人及其子公司的交易流水，了解相关交易背景及合理性；重点关注交易对手方是否存在发行人主要客户、供应商及其关联方（包括供应商实际控制人以及根据公开信息查询获取的供应商股东、董监高等）的情况（不论金额大小）。

(4) 对于实际控制人的大额资金往来，会计师逐笔核对了每一条流水纪录，对于其中向某一个人单笔或者合计超过 50 万元的支出进行了进一步核查，对相关人员进行访谈，查阅了相关购房合同、借款协议或资金往来确认函等。经核查，实际控制人陈瑞卿和何春虹对外支出主要为对外借款，且基本均有收回，未收回款项多为对亲属的借款以及支持员工购房发生的借款，不存在资金回流或用于在发行人产品进行充值消费的情形、不存在体外资金循环、替发行人代垫成本的情形，不会对发行人真实性、成本完整性产生影响。

综上，发行人会计师认为，发行人和相关自然人银行流水整体不存在异常情况，不存在相关自然人代发行人支付成本费用的情况，发行人不存在体外支付或体外循环的情况。

(七)说明披露保荐人对发行人和快乐农夫用户电话访谈的实际确认率、相关确认比例能否支撑用户真实的核查结论、保荐人在核查中是否保持必要的执业谨慎；说明对发行人和快乐农夫用户真实性采取的补充核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据、核查结论以及核查证据能否支撑核查结论。

报告期内，保荐机构对发行人和运营支撑服务用户进行的电话访谈情况如下：

单位：人

主体	拨打总数	接通人数	①接受访问人数	②确认使用过点众/阳光书城人数	确认率=②/①
发行人	60,897	36,209	9,102	4,581	50.33%
运营支撑服务	41,023	22,380	7,972	3,364	42.20%

对于问题“是否使用过快看小说/阳光书城”，回答“是”的用户数量相对较少，确认率相对较低。对于发行人产品，因为发行人执行的是产品矩阵的策略，用户阅读的产品可能是小说阅读吧、免费小说大全、西瓜免费小说等，从用户心理而言，用户对电话回访多是抵触的情绪，问题设置如将所有产品全部列示，用户往往会在提问过程中就会直接挂断，因此电话访谈过程只简单说了个别产品，导致产生用户回复“否”的情况，此外也存在即使使用过快看小说，也存在部分用户因抵触回访而回答未使用过的情形。对于阳光书城，用户多是通过不同公众号进入市场进行阅读，对于用户感知，其一般对公众号会有记忆，但对于“阳光书城”的名称不一定会有明确印象。综上，回答使用过快看小说/阳光书城的用户数相对较少具有合理性。

对于发行人和运营支撑服务用户的真实性，发行人会计师并非仅仅基于用户电话访谈信息核查，还执行了如下专项核查程序：

核查手段及获取证据说明	具体核查对象/核查范围	核查结论
一、IT 系统核查		用户行为数据等运营数据准确、可靠
1、访谈了解并获取发行人与 IT 系统相关的制度和流程文档，对公司主要运营系统和财务系统的 IT 内控管理流程执行穿行测试和控制测试，对发行人 IT 系统内控制度设计的有效性及管理流程执行的有效性进行测试。	具体测试的管理流程包括且不限于：程序变更管理、操作系统和数据库变更管理、密码管理、特权账号管理、账号权限管理、数据修改管理、物理访问管理、IT 一般运维管理	发行人的 IT 内控制度设置及管理流程执行均具备有效性
2、获取相关数据和文档，对发行人主要运营系统和财务系统关键的 IT 应用控制进行功能测试，对发行人主要运营系统和财务系统支持相关业务及财务流程开展的有效性进行测试及验证。	具体测试的应用控制点包括且不限于：运营系统能否准确记录关键运营数据、运营系统间能否完整准确地传输运营数据、运营系统能否准确统计收入确认所需的运营数据、运营系统的关键业务权限设置是否适当	发行人的主要运营系统和财务系统能够有效支持相关业务及财务流程的开展。
3、访谈了解并获取相关制度和流程文档，对公司已实施的数据质量管控体系执行穿行测试和控制测试。	具体测试的管理流程包括但不限于：审阅相关制度和流程文档；对后台管理系统、CP 结算系统、用友 U8 系统和公司主要产品进行变更管理、运维管理和访问管理的检查和测试；对相关系统是否能够准确记录发行人数字阅读业务、版权业务和增值服务业务的业务数据进行穿行测试，并对财务系统的功能及准确性进行了测试	公司已实施的数据质量相关管控体系及管理流程具备有效性。
4、使用专用核查账号独立进入后台数据库进行核查，对运营数据、财务数据等进行数据分析。	具体执行的数据分析包括且不限于：指标异常波动分析；数据间匹配性分析；数据趋势分析；充值金额分布、地域分布和方式分布分析；第三方指标匹配性分析；运维数据分析	发行人的运营数据及财务数据具备合理性
二、自有书库阅读业务和咪咕书库阅读业务的运营情况及用户真实性核查		报告期内，自有书库阅读业务和咪咕书库阅读业务的用户行为与业务发展趋势基本匹配，付费用户具备真实性
1、付费用户消费情况电话访谈	A、第一次电话访谈	主要进行了四次较大规模的电

<p>(1) 中介机构主要进行了三次较大规模的电话访谈，调研用户真实性</p> <p>(2) 由中介机构根据发行人自有阅读平台的用户充值和消费明细数据，筛选出后台系统中记录了电话号码的用户进行电话访谈；访谈提供由中介机构设计</p> <p>(3) 电话访谈由保荐机构聘请的独立第三方/中介机构/发行人客服团队进行</p> <p>(4) 所有电话访谈均有录音</p> <p>(5) 对于通过发行人客户系统拨打的电话，对于能打通的电话，客服系统会自动记录电话号码、拨出时间、号码归属地、响铃时长、通话时长、通话结果等信息。</p>	<p>时间：2019年2月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准：根据公司2016年-2018年发行人自有阅读平台的用户充值和消费明细数据，提取累计充值金额前10,901名有电话号码的用户 电话访谈执行者：客服人员，保荐机构及申报会计师查了公司客服系统的生成的拨出电话记录，不定期抽查电话访谈过程，并听取访谈录音。</p> <p>B、第二次电话访谈 时间：2019年8月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准：选取2019年1-6月累计充值前19,996名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方</p> <p>C、第三次电话访谈 时间：2020年2月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准：剔除上述第二次电话访谈用户后，选取2019年累计充值前10,000名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方</p> <p>D、第四次电话访谈 时间：2020年8月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准：剔除上述前三次电话访谈用户后，选取2020年1-6月累计充值前10,000名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方</p>	<p>话访谈，共计拨打了60,897人次，根据接听者的性别、方言、环境等因素可判断为不同的用户，确认用户真实。</p>
---	---	--

	<p>E、第五次电话访谈 时间：2021年3月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准：剔除上述第前四次电话访谈用户后，选取2020年累计充值前10,000名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方</p>	
<p>2、点众快看阅读平台内问卷调查 在点众快看阅读平台中，设置问卷对用户情况进行调查。 (1) 发放对象：所有客户端及自有H5用户 (2) 调查目的：通过用户回复问卷，验证用户的真实性 (3) 调查可靠性控制：由安永会计师的IT审计团队，对问卷发放、回收、保存的系统及数据库进行了可靠性验证，证明调查系统可靠。</p>	<p>时间：2019年初 核查过程：由保荐机构及申报会计师设计调查问卷，问卷包括是阅读行为、使用频次、充值金额和充值方式等，通过发行人点众快看阅读平台向所有用户推送问卷</p>	<p>累计回收有效回复的问卷数：9.38万份，其中客户端问卷3.95万份，自有H5页面问卷5.43万份，通过对有效问卷的数据分析，确认回复问卷用户为真实用户。</p>
<p>3、大额充值/消费用户的充值消费行为分析 (1) 获取大额充值用户的每一笔充值和消费记录 (2) 通过对每一个用户的日阅读小时个数、日每小时阅读章节数和日阅读时长的分析判断用户的充值消费行为是否合理 (3) 用于核查用户真实性以及是否存在自充值情形。由于发行人按照用户消费进行收入确认，若存在自充值情形，首先需要进行大额的充值，然后进行快速的消费，进而在消费行为指标中显现异常，通过对大额充值的消费行为分析，可以判定该类用户是否存在自充值情形。</p>	<p>核查范围：对报告期内用户累计充值金额降序排列，选取发行人产品前10,000名用户（前10,000大充值用户）进行重点分析；对报告期内用户消耗的充值和赠送看点降序排列，选取发行人产品前10,000名用户（前10,000大消费用户）进行重点分析 分析指标：消耗充值和赠送看点、充值金额、24小时消费金额分布、24小时消费章节分布、平均阅读间隔时长等</p>	<p>前10,000大消费用户消耗的充值和赠送看点占比为0.96%，该部分用户对应的总充值金额占比为1.62%；前10,000大充值用户的总充值金额占比为1.94%，该部分用户对应的消耗的充值和赠送看点占比为0.90%，占比较小。 前10,000大充值用户和前10,000大消费用户的24小时消费金额分布和24小时消费章节分布不存在异常。 除个别疑似盗版发行人数字内</p>

		容用户以外，前 10,000 大消费用户的平均阅读间隔时长符合用户的日常使用行为习惯。
<p>4、银行流水核查</p> <p>(1) 获取发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、财务人员在报告期内的银行流水</p> <p>(2) 此程序重点用于核查是否存在自充值以及成本完整性。若存在自充值情形，通常需要公司或个人提供自充值资金，通过对银行流水的核查，尤其是疑似异常流水的核查，可以判断是否存在自充值可能性</p>	<p>核查范围：发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、财务人员</p> <p>核查方法：保荐机构及申报会计师获取发行人、实际控制人、董监高、财务人员报告期内的银行流水，对单笔交易金额在 50,000 元以上的交易逐笔核查，若交易对方为发行人（含其子公司）、发行人员工、或疑似发行人的客户或供应商的，不论金额大小，均逐笔核查，并获取流水提供人的说明。</p>	<p>发行人不存在利用个人账户进行自充值和虚假交易的情况</p>
<p>5、发行人员工手机号码与用户手机号码的匹配分析</p> <p>通过匹配发行人员工手机号码和进行电话访谈的消费用户的手机号码和发行人能统计到的用户的电话号码查验是否通过员工进行自充值情形。</p>	<p>核查范围：发行人员工</p> <p>核查方法：获取发行人报告期内员工（含离职员工）的手机号码，再与进行电话访谈的付费用户的手机号码和能统计到的用户的电话号码进行匹配</p>	<p>与电话访谈的用户有 5 个电话号码重叠，该 5 名用户的充值金额仅有 0.50 万元，占比仅为 0.0001%；</p> <p>与能统计到电话号码的用户除上述 5 个外，还有 84 个 电话号码重叠，该 77 名用户的充值金额仅有 1.16 万元，占比仅为 0.0001%，其中充值金额大于 100 元的有 16 人，共计充值 0.99 万元，主要为测试部门的测试金额，其余为个人使用发行人产品充值</p>
<p>6、整体用户行为分析</p> <p>(1) 取得点众快看阅读平台产品的运营数据，核查月充值流水与月活跃用户数、月付费用户数等运营数据的匹配</p>	<p>核查范围：点众快看阅读平台</p> <p>核查指标：月活、日活、访问用户数、用户消费金额、人均充值金额、月充值人数、消费区间人数、消费区间金额、月新增</p>	<p>经分析，对于有关联性的指标，各指标之间具有匹配性，单个指标的历史波动情况亦符合公</p>

<p>关系，核查月各项指标等是否存在异常波动情况 (2) 此程序用于核查用户真实性</p>	<p>用户、月消费新增用户、月流量消耗、数字阅读时长、人均付费阅读章节数等，对具有关联关系的指标进行相关性分析，对相关用户指标与收入的匹配性进行分析，对相关用户指标与推广投入的匹配性进行分析，对用户的充值情况与第三方流水进行差异分析等</p>	<p>司业务发展情况</p>
<p>7、第三方检测数据与公司运营数据的匹配性核查 (1) 获取友盟等第三方数据监测机构统计的发行人运营数据，并将其与发行人服务器口径数据进行匹配性分析 (2) 此程序用于核查发行人信息系统的真实性以及用户的真实性</p>	<p>核查范围：点众快看阅读平台 核查方法及指标：获取了友盟和服务器口径的用户规模、用户分布、用户行为等指标，对二者进行了比对分析</p>	<p>发行人服务器统计数据 and 友盟统计数据在趋势上基本一致，差异情况均有合理解释，发行人的信息系统以及用户真实</p>
<p>8、支付宝、财付通等充值渠道流水核查 保荐机构及申报会计师获取了支付宝和财付通等充值渠道的用户原始充值流水，并对流水进行了核查分析</p>	<p>核查范围：自有书库数字阅读业务 核查方式： (1) 原始充值流水与账面记录的对比核验 (2) 进行充值-充值流水-服务器记录-财务处理的穿行测试 (3) 对于包月用户充值，根据充值金额对包月收入进行匡算</p>	<p>经核查，发行人的支付宝、财付通等充值渠道流水正常，与财务数据和服务器统计数据具有匹配性</p>
<p>9、推广成本和版权成本与收入的匹配性核查 保荐机构及申报会计师获取了去渠道的推广成本明细和分书单的版权成本明细，对二者与收入的匹配性进行了核查分析</p>	<p>核查范围：自有书库数字阅读业务 核查方式： (1) 获取分产品的推广成本，分产品分会计期间对推广成本和分产品的收入进行匹配性核验 (2) 获取版权成本的书单，并获取产生收入的书单，对二者进行匹配性核验</p>	<p>经核查，发行人的推广成本、版权成本和收入具有匹配性</p>
<p>10、咪咕书库数字阅读业务收入匡算核查 保荐机构及申报会计师获取了咪咕书库数字阅读业务的原始信息费数据，按照合同约定对收入进行了匡算，并对相关外部结算单据进行了核查分析</p>	<p>核查范围：咪咕书库数字阅读业务 核查方式： (1) 针对快看小说 APP 咪咕版本的点播收入、包月收入，对结算邮件、银行回单和发票等内容进行了核查，对于业务发生当年未结算的部分，发行人根据用户点播产生的信息费进行暂</p>	<p>经核查，发行人的咪咕书库数字阅读业务收入真实、准确</p>

	<p>估收入,保荐机构及申报会计师获取了用户点播信息费原始数据,对当年实际结算数据和暂估数据进行了匡算</p> <p>(2)针对为内容提供商在快看小说 APP 咪咕版本中提供内容推广产生的分成收入,保荐机构及申报会计师获取了相关信息费,针对每一家数字内容提供方按照双方的合同阅读对收入进行了匡算</p>	
<p>三、运营支撑服务的运营情况及用户真实性核查</p>		<p>运营支撑服务具有商业合理性,付费用户具备真实性</p>
<p>1、付费用户消费情况电话访谈</p> <p>(1)由中介机构根据快乐农夫的用户充值和消费明细数据,筛选出后台系统中记录了电话号码的用户进行电话访谈;访谈提供由中介机构设计</p> <p>(2)电话访谈由保荐机构聘请的独立第三方进行</p> <p>(3)电话访谈均有录音和独立第三方电话访谈系统记录</p>	<p>A、第一次电话访谈 时间:2019年8月 核查范围:快乐农夫用户 筛选标准:选取2018年6月-2019年6月年累计充值前10,231名有电话号码的用户 电话访谈执行者:保荐机构聘请的独立第三方</p> <p>B、第二次电话访谈 时间:2020年2月 核查范围:快乐农夫用户 筛选标准:剔除上述第一次电话访谈用户后,选取2019年累计充值前10,034名有电话号码的用户 电话访谈执行者:保荐机构聘请的独立第三方</p> <p>C、第三次电话访谈 时间:2020年8月 核查范围:快乐农夫用户 筛选标准:剔除前述电话访谈用户后,选取2020年1-6月累计充值前10,060名有电话号码的用户 电话访谈执行者:保荐机构聘请的独立第三方</p>	<p>电话拨打了41,023人次,根据接听者的性别、方言、环境等因素可判断为不同的用户,确认用户真实。</p>

	<p>D、第四次电话访谈 时间：2021 年 3 月 核查范围：快乐农夫用户 筛选标准：剔除前述电话访谈用户后，选取 2020 年累计充值前 10,698 名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方</p>	
<p>2、商业合理性核查 (1) 中介机构通过对发行人实际控制人以及快乐农夫实际控制人的访谈，了解双方合作的背景、形式等情况 (2) 中介机构获取了双方的合同、结算单据、查看了发行人为快乐农夫搭建的系统</p>	<p>走访快乐农夫时间：2019 年 8 月、2020 年 1 月、2020 年 8 月和 2021 年 3 月 访谈主要内容：发行人与快乐农夫开展业务的背景、双方的合作模式，业务往来规模、结算方式、是否存在关联关系等</p>	<p>发行人与快乐农夫的运营支撑合作具有商业合理性、真实性，该业务模式符合行业惯例</p>
<p>3、快乐农夫用户行为分析 中介机构获取了快乐农夫用户的充值和消费数据，并对相关用户行为进行了分析</p>	<p>核查范围：快乐农夫用户 核查指标：快乐农夫的充值人数、充值频次、充值金额、日活、月活、留存、24 小时用户分布、ARPU 和 ARPPU、付费转化率、充值金额前 10,000 大用户的充值和消费情况、新增用户情况、新增用户地域分布、不同充值频次充值用户数及充值金额、充值消费比、人均付费阅读章节数、第三方充值流水等</p>	<p>快乐农夫的用户充值和消费情况正常、合理，用户具有真实性</p>
<p>4、大额充值/消费用户的充值消费行为分析 (1) 获取大额充值用户的每一笔充值和消费记录 (2) 通过对每一个用户的日阅读小时个数、日每小时阅读章节数和日阅读时长的分析判断用户的充值消费行为是否合理 (3) 用于核查用户真实性以及是否存在自充值情形。由于发行人按照用户消费进行收入确认，若存在自充值情形，首先需要进行大额的充值，然后进行快速的消费，进而在消费行为指标中显现异常，通过对大额充值的消费行</p>	<p>核查范围：对报告期内用户累计充值金额降序排列，选取发行人产品前 10,000 名用户（前 10,000 大充值用户）进行重点分析；对报告期内用户消耗的充值和赠送看点降序排列，选取发行人产品前 10,000 名用户（前 10,000 大消费用户）进行重点分析 分析指标：消耗充值和赠送看点、充值金额、24 小时消费金额分布、24 小时消费章节分布、平均阅读间隔时长等</p>	<p>前 10,000 大消费用户消耗的充值和赠送看点占比为 1.09%，该部分用户对应的总充值金额占比为 1.15%；前 10,000 大充值用户的总充值金额占比为 1.20%，该部分用户对应的消耗的充值和赠送看点占比为 1.04%，占比较小。 前 10,000 大消费用户的 24 小时</p>

为分析，可以判定该类用户是否存在自充值情形。

消费金额分布和 24 小时消费章节分布不存在异常。
除个别疑似盗版发行人数字内容用户以外，前 10,000 大消费用户的平均阅读间隔时长符合用户的日常使用行为习惯。

经核查，中介机构认为发行人和运营支撑服务用户真实，保荐人在核查中保持了必要的执业谨慎。

(八) 说明对发行人员工手机号码与用户手机号重叠情形的补充核查情况、相关核查证据和核查结论，重叠用户对应充值金额、贡献收入金额及占比，相关用户是否为自充值用户，相关核查情况对发行人是否存在自充值行为相关核查结论的影响。

会计师获取了发行人 **739** 个员工（含离职员工）的电话号码，通过与保荐机构进行电话访谈的名单进行对比，有 5 个电话号码重叠，该 5 名用户的充值金额仅有 **5,005.25 元**，占比仅为 0.0001%，消耗充值看点数的比例不到 0.0001%，对发行人的收入影响极小。该五名中，一人为发行测试人员，充值 **4,855.25 元**，三人为测试电话访谈效果，加入到电话访谈名单之中，除此之外，仅有两名员工充值 150 元进行阅读，对发行人的收入影响极小。

此外，本次问询函回复过程中，对发行人员工号码（含离职员工）与发行人系统中目前能够统计到的全部用户手机号码进行对比补充核查，除上述重叠的 5 名用户外，还有 **84** 个电话号码重叠，相应的充值金额合计 **1.16 万元**，消耗充值看点数的比例仅为 0.0001%，其中充值金额大于 100 元的有 **16** 人，共计充值 **0.99 万元**，主要为测试部门的测试金额，其余为个人使用发行人产品充值，具有合理性，且对发行人的收入影响极小，相关补充核查情况对发行人不存在自充值行为的核查结论不构成影响。

(九)说明就上述事项对发行人收入、成本及主要业务数据,对发行人财务及业务数据真实、准确和完整性以及中介机构核查结论产生的影响,相关核查范围不完整对中介机构前次核查结论的影响,相关中介机构在核查中是否保持必要的职业怀疑和执业谨慎、前次核查是否获取充分核查证据、是否影响对相关申请文件真实、准确、完整性的判断,相关中介机构是否存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形等进行核查并发表明确意见。

基于上述核查,相关事项对发行人的收入、成本、主要业务数据的真实性、准确性、完整性和中介机构的核查结论不构成实质影响,中介机构在核查中保持必要的职业怀疑和执业谨慎,对于现场督导期间补充核查事项亦不会对发行人的收入、成本、主要业务数据的真实性、准确性、完整性和中介机构的核查结论构成实质影响,不影响对相关申请文件真实、准确、完整性的判断,相关中介机构不存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形。

问题二及回复

2. 关于运营支撑业务。保荐业务现场督导发现：

(1) 快乐农夫通过“阳光书城”自主开展数字阅读服务业务，按照《网络出版服务管理规定》的相关规定，快乐农夫应取得《网络出版服务许可证》，但其并未取得。

(2) 发行人在运营支撑业务模式分析中选取阅文集团作为可比案例不准确。

(3) 快乐农夫能与江苏梦嘉达成深度合作的原因披露不充分，发行人与快乐农夫的渠道商存在重叠现象。

(4) 快乐农夫目前实际经营负责人陈碧琴在 2018 年 3 月至 5 月曾为发行人员工，保荐人的底稿中对陈碧琴入职快乐农夫的时间存在矛盾。

(5) 保荐人在获取快乐农夫采取财付通渠道充值流水时，快乐农夫导出的财付通充值流水中存在发行人用户充值流水。

(6) 快乐农夫盈利水平远低于同行业可比公司麦睿登和杭州悠书，快乐农夫合作模式与麦睿登和杭州悠书不存在可比性。

(7) 保荐人对快乐农夫的核查程序存在受限的情况，保荐人未取得快乐农夫的银行账户清单，未能独立获取快乐农夫用户充值流水，仅对快乐农夫 2019 年上半年的用户充值流水的真实性进行了核验，未能对 2019 年下半年用户充值流水进行核验，保荐人未能导出快乐农夫推广和充值明细数据。

(8) 保荐人通过第三方公司与快乐农夫签约以验证快乐农夫与推广商分成比例的合理性时，相关第三方公司未快乐农夫推荐，保荐人未能独立寻找第三方公司进行签约验证；同时快乐农夫与渠道商的分成比例还存在 5%：95%和 15%：85%两种情况。

(9) 发行人在通过部分主体代收款的时，还部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠，且部分重叠主体的实际控制人为快乐农夫现员工或前员工。

请发行人：

(1) 结合《网络出版服务管理规定》的有关规定、快乐农夫提供数字阅读业务的具体方式、服务内容、行业惯例等，补充披露快乐农夫提供数字阅读业务是否获取应获取的全部业务资质、未获得《网络出版服务许可证》的情况下提供相关服务的合规性、是否存在相关业务被关停、被处罚的风险，量化分析并披露如相关业务被要求关停对发行人持续经营能力、业务稳定性和经营合规性的影响；对发行人相关业务运营合规性及对持续经营能力的影响在招股说明书中进行充分风险提示。

(2) 在对发行人运营支撑业务模式合理性分析中删除阅文集团为可比案例的相关表述，并进一步分析披露发行人运营支撑业务模式的合理性、是否为创新业务模式、是否符合行业特征和惯例。

(3) 进一步结合快乐农夫与江苏梦嘉合作的原因、发行人未能与江苏梦嘉合作的原因等，补充披露快乐农夫相关业务资源获取的合规性、是否存在违法违规继而影响发行人运营支撑业务稳定性的情形及风险。

(4) 补充披露在发行人与快乐农夫相关渠道商重叠的情况下，发行人认定快乐农夫具有渠道资源优势的依据及合理性；发行人是否存在通过快乐农夫代为支付渠道成本的情形、发行人及快乐农夫相关渠道成本的完整性，发行人及快乐农夫与相关渠道商签订的推广合同主要条款基本一致的原因、相关合同是否为三方共同签署；结合发行人与快乐农夫业务合作紧密程度、相关合同条款一致原因等补充披露发行人与快乐农夫及其关联方是否存在关联关系或其他利益关系。

(5) 补充披露陈碧琴主要简历和工作经历、陈碧琴在发行人的任职期间、任职岗位和主要负责工作内容、是否负责与快乐农夫进行接洽，入职快乐农夫的具体时间、入职后具体负责的工作内容、入职后不久即实际负责快乐农夫经营的原因和合理性、陈碧琴相关工作经历是否胜任该工作、陈碧琴是否为发行人派驻快乐农夫的人员、是否与发行人、快乐农夫及其关联方存在关联关系；结合快乐农夫实际经营人员曾在发行人任职的情形、该人员与发行人和快乐农夫的关联关系情况等进一步披露发行人与快乐农夫及其关联方是否存在关联关系或其他利益关系。

(6) 补充披露快乐农夫导出的渠道用户流水中存在发行人用户流水的原因、快乐农夫与发行人相关产品或用户充值资金是否存在混用、发行人与快乐农夫是否存在相互充值或自充值情况；结合主要资金代收方的具体情况、第三方代收款存在必要性、相关代收方与发行人和快乐农夫的关联关系、代收方对资金管控和区分的具体安排等，补充披露快乐农夫导出发行人充值流水的合理性、相关代收方的具体服务内容和收费情况、该代收方是否为发行人和快乐农夫提供资金混用或相互充值渠道、发行人与快乐农夫业务和资金关系及其合理性。

(7) 补充披露快乐农夫盈利水平远低于麦睿登和杭州悠书的原因及合理性、发行人将麦睿登和杭州悠书作为快乐农夫可比公司的依据及合理性，如不具备可比性，请删除相关表述；快乐农夫及发行人运营支撑业务的盈利模式和盈利水平的合理性、快乐农夫在盈利水平较低的情况下仍与发行人进行运营支撑业务合作的商业合理性。

(8) 补充披露快乐农夫与渠道商实际执行的分成比例、相关分成比例的合理性以及是否符合行业惯例。

(9) 补充披露发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因及其合规性、相关安排是否符合行业惯例，部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因、相关充值流水与推广费支付如何区分并有效管控、是否存在资金对抵的情形；相关代收款公司实控人为快乐农夫员工或前员工的原因、通过快乐农夫相关人员代收款的合理性、相关资金是否存在自充值情形。

请保荐人、申报会计师、发行人律师：

(1) 说明对快乐农夫提供数字阅读业务及发行人运营支撑业务合规性、相关业务是否存在被关停或处罚的风险、相关业务关停对发行人持续经营能力和业务合规性的影响所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(2) 说明对发行人运营支撑业务模式合理性、相关模式是否符合行业惯例所采取的进一步核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(3) 说明对发行人和快乐农夫推广渠道重叠原因、在重叠情况下发行人仍

与快乐农夫进行合作的必要性、快乐农夫是否存在为发行人支付渠道成本的情形、发行人及快乐农夫相关渠道成本的完整性、发行人与快乐农夫与推广商合同条件基本一致的原因、发行人与快乐农夫是否存在关联关系或其他利益关系采取的进一步核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(4) 说明对陈碧琴是否与发行人和快乐农夫存在关联关系、该人员在发行人负责的主要工作、入职快乐农夫不久即负责实际经营的合理性、发行人与快乐农夫关联关系情况所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(5) 说明对发行人和快乐农夫资金独立性、代收方基本情况、代收方对资金管控和区分的具体安排、发行人与快乐农夫是否存在相互充值情形、双方是否存在实质关联关系等采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(6) 说明对快乐农夫盈利模式和盈利水平合理性、盈利水平远低于麦睿登和杭州悠书的原因，快乐农夫在盈利水平较低的情况下仍与发行人进行运营支撑业务合作的商业合理性所采取的进一步核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

(7) 充分详细披露对快乐农夫核查程序受限的具体情形、程序受限的具体影响，相关中介机构采取的补充和替代核查措施、核查比例、获取的核查证据及核查结论，相关核查证据能否支撑核查结论。

(8) 说明寻找第三方公司与快乐农夫进行签约的具体过程、相关验证程序是否有效，如无效，请删除相关信息；说明对快乐农夫推广分成比例合理性所采取的补充核查措施、核查比例、获取的核查证据及核查结论，相关核查证据能否支撑核查结论。

(9) 说明对发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因及其合规性、部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因、相关充值流水与推广费支付管控和区分措施、是否存在资金对抵的情形、通过快乐农夫相关人员代收款的合理性、相关资金是否存在自充值情形所采取的补充核查措施、核查比例、获取的核查证据及核查结论，相关核查证据能否支撑核查结论。

(10) 就上述事项对发行人运营支撑业务收入、成本及主要业务数据，对发行人财务及业务数据真实性、准确性和完整性、发行人与快乐农夫及其关联方是否存在关联关系或其他利益关系、以及相关中介机构核查结论产生的影响，相关核查范围不完整对中介机构前次核查结论的影响，相关中介机构在核查中是否保持必要的职业怀疑和执业谨慎、前次核查是否获取充分有效的核查证据、是否影响对相关申请文件真实、准确、完整性的判断，是否未审慎发表核查意见，相关中介机构是否存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形等进行核查并发表明确意见。

回复：

发行人说明：

(一) 结合《网络出版服务管理规定》的有关规定、快乐农夫提供数字阅读业务的具体方式、服务内容、行业惯例等，补充披露快乐农夫提供数字阅读业务是否获取应获取的全部业务资质、未获得《网络出版服务许可证》的情况下提供相关服务的合规性、是否存在相关业务被关停、被处罚的风险，量化分析并披露如相关业务被要求关停对发行人持续经营能力、业务稳定性和经营合规性的影响；对发行人相关业务运营合规性及对持续经营能力的影响在招股说明书中进行充分风险提示。

1、补充披露快乐农夫提供数字阅读业务是否获取应获取的全部业务资质、未获得《网络出版服务许可证》的情况下提供相关服务的合规性、是否存在相关业务被关停、被处罚的风险；

运营支撑服务模式，快乐农夫以自身名义向用户提供阅读服务并向用户收取费用，根据相关法律法规的规定，其需要取得增值电信业务经营许可证及网络出版服务许可证等业务资质。

(1) 快乐农夫已取得《增值电信业务经营许可证》(经营许可证编号：京B2-20191793)，证载业务种类及覆盖范围为“信息服务业务(仅限互联网信息服务)含文化，不含信息搜索查询服务、信息社区服务、信息即时交互服务和信息保护和加工处理服务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动]”

(2) 快乐农夫目前未取得网络出版服务许可证

①快乐农夫已获北京市文化市场行政执法总队出具查询告知书，确认快乐农夫自2018年1月1日至**2020年12月31日**，没有因违反文化、新闻出版方面行政管理相关法律法规受到行政处罚的记录。

②截至本问询回复出具日，快乐农夫未因其未持有网络出版服务许可资质而受到过行政处罚；其所有数字内容来源于点众科技，点众科技具有网络出版服务许可资质，且点众科技与快乐农夫的合作系单向排他的合作，快乐农夫不能传播除点众科技书库之外的数字产品；如将来快乐农夫因未持有网络出版服务许可资质而受到行业监管部门的处罚，被要求关停或采取其他整改措施，导致其与点众科技的运营支撑协议的履行出现中断或终止，则点众科技将启用其自身在H5业务发展过程中培育的力量可以在较快时间内自行开展H5的运营，快乐农夫与点众科技中断合作不会对点众科技的生产经营造成重大影响。

③2020年9月20日，快乐农夫出具说明，说明其“根据与点众科技的单向排他合作约定，快乐农夫保证不向用户提供点众科技书库之外的数字产品，如有违反，快乐农夫将依法赔偿点众科技因此而受到的全部损失。”

④**2021年1月14日**，北京市新闻出版局出具书面《证明》，确认发行人与快乐农夫的上述合作模式，并证明截至《证明》出具日，快乐农夫未因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到北京市新闻出版局处罚。

综上，快乐农夫未因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到北京市新闻出版局处罚。

运营支撑服务模式下，发行人合作伙伴快乐农夫以自身名义向用户提供阅读服务并向用户收取费用，根据相关法律法规的规定，快乐农夫需要取得增值电信业务经营许可证及网络出版服务许可证等业务资质。目前快乐农夫已取得增值电信业务经营许可证，尚未取得网络出版服务许可证。关于快乐农夫开展业务的合规性说明具体参见本招股说明书“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”。

虽然 2021 年 1 月 14 日北京市新闻出版局出具书面《证明》，确认发行人与快乐农夫的运营支撑合作模式，并证明截至《证明》出具日，快乐农夫未因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到北京市新闻出版局处罚。但不排除未来快乐农夫因未取得网络出版服务许可证被要求关停相关业务或被处罚的风险。

2、量化分析并披露如相关业务被要求关停对发行人持续经营能力、业务稳定性和经营合规性的影响；

报告期内，发行人与快乐农夫合作的运营支撑业务占发行人主营业务比例的情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
运营支撑业务收入	16,788.19	10,347.31	2,796.84
主营业务收入	170,047.01	92,333.81	50,619.18
运营支撑业务占比	9.87%	11.21%	5.53%
运营支撑业务净利润	6,225.32	2,970.18	855.88
发行人净利润	27,408.17	11,924.95	8,149.83
运营支撑业务净利润占比	22.72%	24.91%	10.50%

由上表可知，除 2018 年下半年发行人开始开展运营支撑业务后 2019 年占比有较大提升外，随着发行人自有数字阅读业务的快速发展，运营支撑业务的占比略有下降。2019 年及 2020 年，运营支撑业务占发行人主营业务收入的 10% 左右、净利润的 20% 左右，占比较低，且处于下降趋势。即便剔除掉相关业务收入，发行人的营业收入及利润亦处于高速增长。同时发行人根据当前的经营情况，预计剔除运营支撑业务后发行人 2021 年的经营情况如下：

单位：亿元

项目	2021 年
营业收入（剔除运营支撑）	15.05 至 17.20
营业收入增速	-11.52% 至 1.15%
发行人净利润（剔除运营支撑）	2.23 至 2.55
净利润增速	-18.59% 至 -6.96%

注 1：2020 年发行人收入和净利润因疫情影响有所增长，随着 2020 年下半年开始逐步复工复产，2021 年业务数据是在国内自有书库业务与 2020 年基本持平，海外数字阅读业务及增值业务加速增长的基础上的合理预估。表中数据为发行人的合理估计，并非盈利预测。

注 2：2021 年的营业收入和净利润情况为根据截至本报告出具日的最新情况估计所得，较前次披露数据有所修订。2021 年的营业收入及净利润增速，是上表中估计的 2021 年度财务数据（剔除运营支撑），相对于 2020 年经审计的财务数据（包含运营支撑业务）计算所得。

由此可见，即便发行人与快乐农夫的合作发生中断或终止，发行人依然可以保持稳定的增长。且随着发行人业务规模的扩大以及市场对发行人在数字阅读领域的认可，发行人可以在较快时间内自行承接部分快乐农夫的 H5 业务。

另外发行人具备开展数字阅读业务的相关资质，与快乐农夫合作的运营支撑业务关停对发行人的经营合规性不构成影响。

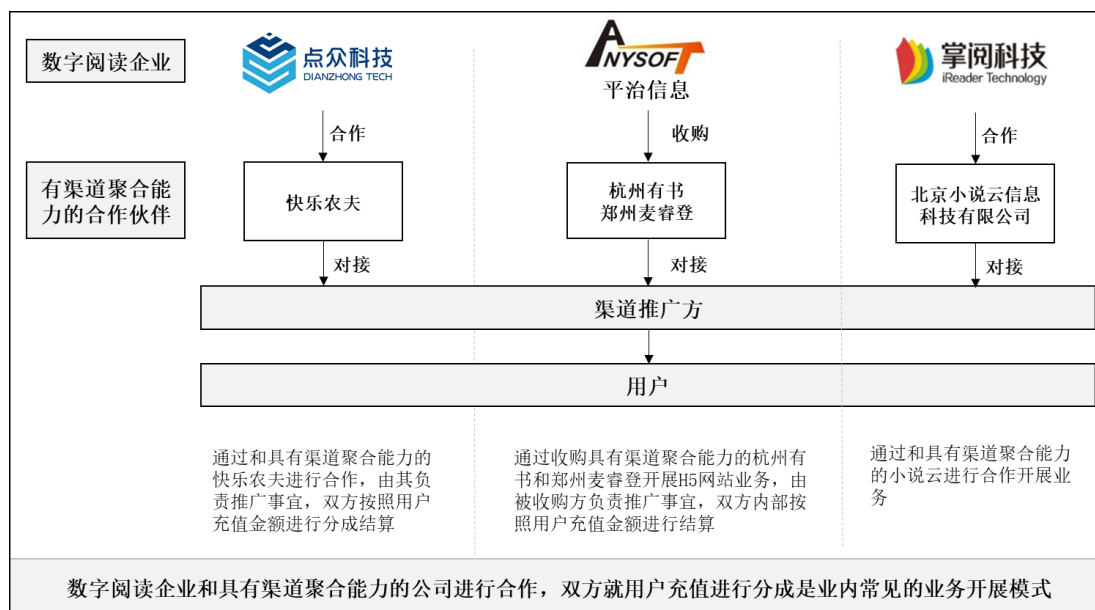
综上所述，如与快乐农夫合作的运营支撑业务被要求关停，对发行人持续经营能力、业务稳定性不构成重大影响，对发行人的经营合规性不构成影响，不构成发行人本次发行的实质障碍。

3、对发行人相关业务运营合规性及对持续经营能力的影响在招股说明书中进行充分风险提示。

而一旦发行人与快乐农夫的合作发生中断或终止，虽然发行人业务保持较高的增长速度，且发行人可以在较快时间内自行开展 H5 的运营，但依然会对发行人的经营产生一定影响。公司未来存在因合作伙伴被关停或处罚进而影响业绩增长的风险。

（二）在对发行人运营支撑业务模式合理性分析中删除阅文集团为可比案例的相关表述，并进一步分析披露发行人运营支撑业务模式的合理性、是否为创新业务模式、是否符合行业特征和惯例。

同行业上市公司均采用这种与具有渠道聚合能力的合作方进行合作的方式拓展微信生态 H5 数字阅读业务，但在合作方式的选取上，不同公司存在一定差异，主要有两种模式：①平治信息主要通过收购合作方的方式，为收购的子公司开展数字阅读业务提供运营支撑服务；②发行人以运营支撑服务的形式和快乐农夫合作，掌阅科技的业务开展模式与发行人相同，以北京小说云信息科技有限公司提供面向微信生态的 H5 数字阅读业务。



其中，上市公司平治信息采取收购拥有较强推广能力的公司强化自身的行业竞争力。平治信息分别于2017年9月25日以6,885万元的对价收购郑州麦睿登网络科技有限公司51%股权、2017年11月14日以2,040万元的对价收购杭州有书网络科技有限公司（后更名为“杭州悠书网络科技有限公司”）51%股权。平治信息在收购两家公司后开展CPS分销业务，吸引大量的自媒体和内容供应方入驻其小说代理分销平台。其CPS分销业务与发行人运营支撑业务实质相同，郑州麦睿登和杭州有书分别运营微阅云和有书阁，与快乐农夫的阳光书城一样，但在平治信息的年度报告中将此项业务命名为CPS分销业务。截至2019年12月底，加入其CPS模式的自媒体近30万家¹。被收购公司在业务开展初期实现了收入的高速增长，根据平治信息披露信息，郑州麦睿登在2017年1-6月仅实现收入1.97万元，但自被收购日至当期期末即2017年9月25日至2017年12月31日实现收入1,627.64万元。2018年、2019年，郑州麦睿登为平治信息分别贡献净利润1,130.41万元、3,666.04万元，杭州悠书为平治信息分别贡献净利润5,128.60万元、2,213.44万元，业务自开展以来实现了飞速发展。

掌阅科技采用与发行人相同的模式，与北京小说云信息科技有限公司合作开展H5网站阅读业务。

因此，在数字阅读行业内，通过合作开展H5网站业务是业内常见的商业模式，该模式并非发行人首创的创新业务模式，符合行业特征和惯例。

¹ 数据来源：平治信息2019年年报。

综上所述，快乐农夫与发行人的合作模式具备商业合理性，快乐农夫具有合理的变现方式，相关合作模式及变现方式符合行业特征和惯例。

（三）进一步结合快乐农夫与江苏梦嘉合作的原因、发行人未能与江苏梦嘉合作的原因等，补充披露快乐农夫相关业务资源获取的合规性、是否存在违法违规继而影响发行人运营支撑业务稳定性的情形及风险。

对于微信流量生态圈，因出于对结算、系统稳定性、内容合规性等的考虑，初始合作关系的建立往往依赖于相互信任关系。发行人自 2018 年 2 月起开始与江苏梦嘉合作，但因发行人业务开展初期并不具备该等信任关系，无法取得作为流量入口的江苏梦嘉支持，一直没有取得良好效果，故选择通过具备相应资源的李帜与江苏梦嘉等流量入口进行合作。

经访谈李帜并取得其书面确认文件，李帜凭借其人脉资源以及对相关规则的理解和把握，获得与江苏梦嘉等渠道开展业务的机会；李帜、快乐农夫及其关联方均未就获取前述业务资源给予腾讯集团或江苏梦嘉等推广渠道及其工作人员正常业务往来之外的利益。快乐农夫相关业务资源获取不存在违法违规情形，不存在因违法违规获取业务资源而影响发行人运营支撑业务稳定性的情形及风险。

（四）补充披露在发行人与快乐农夫相关渠道商重叠的情况下，发行人认定快乐农夫具有渠道资源优势的依据及合理性；发行人是否存在通过快乐农夫代为支付渠道成本的情形、发行人及快乐农夫相关渠道成本的完整性，发行人及快乐农夫与相关渠道商签订的推广合同主要条款基本一致的原因、相关合同是否为三方共同签署；结合发行人与快乐农夫业务合作紧密程度、相关合同条款一致原因等补充披露发行人与快乐农夫及其关联方是否存在关联关系或其他利益关系。

1、补充披露在发行人与快乐农夫相关渠道商重叠的情况下，发行人认定快乐农夫具有渠道资源优势的依据及合理性

快乐农夫的阳光书城全部为 H5 数字阅读业务，而发行人自 2016 年开始运营 H5 数字阅读业务到 2018 年 6 月开始与快乐农夫合作运营支撑阳光书城，随

后发行人逐渐缩小自己的 H5 数字阅读业务。发行人与快乐农夫合作的原因之一就是发行人经过一段时间的业务开展，发现微信生态中短时间内较难获取部分主流渠道的大量流量资源，比如江苏梦嘉，而快乐农夫具有相应优势，因此与其达成合作，导致部分主流渠道在发行人及快乐农夫形成重叠，但快乐农夫凭借其渠道拓展优势获取大部分的流量；另外对于部分流量渠道，会主动同时对接发行人和快乐农夫，对双方的运营效果及分成情况进行对比，来判断合作效果，也符合商业逻辑。以江苏梦嘉为例，发行人 2018 年 2 月即与之建立合作关系，但在发行人发展其自有 H5 业务的期间，双方一直未将合作规模扩大。且除江苏梦嘉外，发行人与快乐农夫重叠的推广供应商，均非快乐农夫的主要供应商。

综上所述，供应商存在重叠与“快乐农夫的具体推广渠道是其核心资源”的表述不存在矛盾，快乐农夫具备对接优质推广渠道并扩大合作规模的能力。

2、发行人是否存在通过快乐农夫代为支付渠道成本的情形、发行人及快乐农夫相关渠道成本的完整性

重叠的推广供应商与发行人、快乐农夫的结算比例一致。发行人与快乐农夫均是以用户充值金额按照一定比例与推广商结算，发行人的结算比例不低于快乐农夫的结算比例，间接说明了发行人不存在利用与快乐农夫重叠的供应商体外支付成本的情况。

根据快乐农夫账套等资料进行的匡算，2018 年至 2020 年其向渠道推广方的综合结算分成比例均略低于 90%，进一步说明了其不存在为发行人体外支付成本的可能。

综上所述，快乐农夫的具体推广渠道是其核心资源，发行人与之合作开展运营支撑业务具备商业合理性，发行人不存在通过快乐农夫代垫成本费用的情况，发行人渠道成本完整；快乐农夫成本与收入符合配比关系，不存在为发行人代垫成本、输送利益的情况。

3、发行人及快乐农夫与相关渠道商签订的推广合同主要条款基本一致的原

因、相关合同是否为三方共同签署

经核查，前述重叠供应商的相关合同中，存在部分供应商与发行人及快乐农夫签订的合同存在合同期限、分成比例重叠的情况。其中部分合同期限重叠主要是由于相关渠道供应商统一要求重新签订合同或更换业务主体，而分成比例一致主要是由于渠道推广商基本保持一致的对外分成比例。另外考虑到相关合同多为各家供应商统一的制式合同，存在其他常规合同条款一致的情况亦符合行业惯例。相关合同均为单独签署，并非三方共同签署。

4、结合发行人与快乐农夫业务合作紧密程度、相关合同条款一致原因等补充披露发行人与快乐农夫及其关联方是否存在关联关系或其他利益关系。

综合前述分析及实质重于形式原则，发行人与快乐农夫及其关联方不存在关联关系，发行人与快乐农夫及其关联方之间发生的业务往来均为正常的商业往来，不存在相关主体向发行人进行利益输送的情况。

（五）补充披露陈碧琴主要简历和工作经历、陈碧琴在发行人的任职期间、任职岗位和主要负责工作内容、是否负责与快乐农夫进行接洽，入职快乐农夫的具体时间、入职后具体负责的工作内容、入职后不久即实际负责快乐农夫经营的原因和合理性、陈碧琴相关工作经历是否胜任该工作、陈碧琴是否为发行人派驻快乐农夫的人员、是否与发行人、快乐农夫及其关联方存在关联关系；结合快乐农夫实际经营人员曾在发行人任职的情形、该人员与发行人和快乐农夫的关联关系情况等进一步披露发行人与快乐农夫及其关联方是否存在关联关系或其他利益关系。

1、陈碧琴主要简历和工作经历、陈碧琴在发行人的任职期间、任职岗位和主要负责工作内容、是否负责与快乐农夫进行接洽，入职快乐农夫的具体时间、入职后具体负责的工作内容

根据陈碧琴填写的基本情况调查表及其社保缴纳记录，陈碧琴，女，出生于1984年9月，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2012年6月毕业于解

放军信息工程大学信息技术应用管理专业，2012年11月至2013年2月，在北京天舟通信有限公司任商务经理，2013年3月至2015年6月，在北京商机无限信息技术有限公司任商务经理，2015年7月至2016年4月在北京神马兄弟商贸有限公司任商务经理，2016年5月至2017年5月，在北京嘿耀石科技有限公司任商务总监，2017年6月至2017年12月，在北京哎呦互娱科技有限公司渠道总监，2018年1月至2018年2月待业；2018年3月至2018年5月，在发行人处任商务经理，主要协助发展分销业务，不负责与快乐农夫接洽。2018年6月至2019年7月待业，2019年8月至今，在快乐农夫任商务总监，主要负责快乐农夫的商务及运营工作，是分销业务的负责人。

2、入职后不久即实际负责快乐农夫经营的原因和合理性、陈碧琴相关工作经历是否胜任该工作、陈碧琴是否为发行人派驻快乐农夫的人员、是否与发行人、快乐农夫及其关联方存在关联关系

经访谈陈碧琴，陈碧琴入职快乐农夫前曾在北京哎呦互娱科技有限公司担任渠道总监并操盘该公司小说H5站分销业务的发展，能够胜任分销业务负责人的工作，陈碧琴并非快乐农夫的经营负责人，快乐农夫经营负责人为李帜；2017年末因其孩子年幼无人照料，陈碧琴自北京哎呦互娱科技有限公司离职；2018年3月发行人为发展分销业务，招聘具备相关经验的人员，陈碧琴到发行人处应聘，并以孩子年幼为由与发行人协商每周仅工作一天，发行人认可其在北京哎呦互娱科技有限公司的经历，接受其条件并聘为公司商务经理；2018年5月，因工作时间有限业务没有起色，孩子与工作难以兼顾，陈碧琴自发行人处离职回家。

2019年8月，陈碧琴家庭问题解决后重新找工作，因其2017年参加行业新媒体的会议时曾与快乐农夫的实际控制人李帜有接触，且看到快乐农夫业务发展较好，且李帜认可陈碧琴操盘北京哎呦互娱科技有限公司小说H5站分销业务时体现出的工作能力，亦有意聘请陈碧琴负责快乐农夫的商务及运营工作，因此，陈碧琴入职快乐农夫，并实际负责快乐农夫的分销业务，其相关工作经历能够胜任该工作。

陈碧琴到快乐农夫工作系其自主选择的结果，陈碧琴不是发行人派驻快乐农

夫的人员；其曾在发行人处任职三个月，目前为快乐农夫的商务总监，陈碧琴与发行人及其关联方不存在关联关系，除任职外，陈碧琴与快乐农夫及其关联方不存在其他关联关系。

3、结合快乐农夫实际经营人员曾在发行人任职的情形、该人员与发行人和快乐农夫的关联关系情况等进一步披露发行人与快乐农夫及其关联方是否存在关联关系或其他利益关系

经核查，快乐农夫的整体经营管理由其实际控制人李帜负责，陈碧琴作为快乐农夫的商务总监，主要负责快乐农夫的商务及运营工作，是分销业务的负责人。陈碧琴曾于2018年3月至2018年5月期间在发行人处短暂任职，因当时陈碧琴需要照顾孩子，工作时间有限业务没有起色，后自发行人处离职，与发行人不存在关联关系等其他关系。陈碧琴到快乐农夫工作系其自主选择的结果，陈碧琴不是发行人派驻快乐农夫的人员。此外发行人与快乐农夫之间的交易定价公允，不存在利益倾斜，亦不存在实质重于形式的关联关系。

综上，发行人与快乐农夫及其关联方不存在关联关系或其他利益关系。

(六)补充披露快乐农夫导出的渠道用户流水中存在发行人用户流水的原因、快乐农夫与发行人相关产品或用户充值资金是否存在混用、发行人与快乐农夫是否存在相互充值或自充值情况；结合主要资金代收方的具体情况、第三方代收款存在必要性、相关代收方与发行人和快乐农夫的关联关系、代收方对资金管控和区分的具体安排等，补充披露快乐农夫导出发行人充值流水的合理性、相关代收方的具体服务内容和收费情况、该代收方是否为发行人和快乐农夫提供资金混用或相互充值渠道、发行人与快乐农夫业务和资金关系及其合理性。

1、补充披露快乐农夫导出的渠道用户流水中存在发行人用户流水的原因、快乐农夫与发行人相关产品或用户充值资金是否存在混用、发行人与快乐农夫是否存在相互充值或自充值情况

①快乐农夫导出的渠道用户流水中存在发行人用户流水的原因

发行人2018年6月曾短暂使用快乐农夫的支付公众号进行代收款（使用第

三方支付公众号的原因详见本小题回复之“2”)，2018 年底随着阳光书城业务的扩大，快乐农夫自己支付号也不够用，就介绍了另外几家公司给点众科技短期合作代收业务（相关具体情况已经在证监会一次反馈回复问题 43 中说明），并签署了代收协议。2019 年 7 月后发行人不再使用代收渠道收款。

由于上述相关公司一直与快乐农夫合作并为之提供代收服务。在发行人历次审计过程中，会计师为了核查相关流水的真实性和准确性，要求快乐农夫及相关代收公司将所有发行人相关以及运营支撑业务相关的第三方流水导出，并汇总到快乐农夫处，导致快乐农夫具有了发行人对应第三方代收款的此部分流水。对于此种情况，会计师认为属于合理情况、符合商业逻辑。

②快乐农夫与发行人相关产品或用户充值资金是否存在混用

发行人的产品为快看小说、快看阅读 H5、西瓜免费小说等，快乐农夫的产品为阳光书城 H5 网站，发行人与快乐农夫的产品均为独立系统，不存在数据交叉、用户打通的情况，也不存在用户充值资金混用的情况。发行人借用第三方代收公司的支付号也为发行人独立使用，不存在与快乐农夫混用的情况。

会计师对双方收入相关的财付通账号中的资金是否均分别转入了各自的银行收款账户进行了检查，不存在银行收款账户中的资金流入与财付通或者支付宝账号中的资金流出不匹配的情形。快乐农夫与发行人的用户充值资金不存在混用的情形。

③发行人与快乐农夫是否存在相互充值或自充值情况

经过常规审计核查、财务核查、全方位的 IT 审计核查、用户行为分析、相关银行流水核查、第三方充值流水核查、主要客户和供应商核查、督导组检查，

发行人会计师认为发行人自有业务及运营支撑业务用户真实、不存在自充值情况，同样也不存在互相充值情况。

2、结合主要资金代收方的具体情况、第三方代收存在必要性、相关代收方与发行人和快乐农夫的关联关系、代收方对资金管控和区分的具体安排等，

补充披露快乐农夫导出发行人充值流水的合理性、相关代收方的具体服务内容和收费情况、该代收方是否为发行人和快乐农夫提供资金混用或相互充值渠道、发行人与快乐农夫业务和资金关系及其合理性。

① 发行人主要第三方资金代收的具体情况

报告期内，发行人主要第三方资金代收具体情况如下：

单位：万元

期间	第三方代收公司	代收充值金额	手续费
2019 年度	北京大智博通文化传媒有限公司	391.74	7.83
	北京新太博通科技有限公司	724.87	14.48
	北京凡科经纬科技有限公司	437.42	8.75
	北京掌上经纬科技有限公司	191.02	3.82
	合计	1,745.05	34.88
2018 年度	北京快乐农夫科技有限公司	206.49	2.07
	北京凡科经纬科技有限公司	349.51	3.49
	合计	556.00	5.56

第三方资金代收公司基本情况以及与发行人和快乐农夫的关系情况如下：

序号	公司名称	成立时间	股东	与发行人的关联关系
1	北京大智博通文化传媒有限公司	2014 年 7 月 7 日	孙昊天	无
2	北京新太博通科技有限公司	2019 年 2 月 25 日	北京大智博通文化传媒有限公司、孙昊天	无
3	北京凡科经纬科技有限公司	2018 年 9 月 12 日	张宇	无
4	北京掌上经纬科技有限公司	2018 年 9 月 20 日	焦东华	无
5	北京快乐农夫科技有限公司	2011 年 2 月 11 日	李帜	无

② H5 业务使用第三方代收款的原因

报告期内，公司个别月份存在临时利用第三方代收充值渠道款的情形，主要原因系：

A、公司可申请注册的公众号数量不断减少

微信自 2018 年 2 月开始减少企业类主体申请注册的公众号数量，每个企业类主体可申请注册的公众号数量上限从 50 个减少到 5 个，然后减少到 2 个。

B、随着业务规模的扩大，需要的公众号数量不断增加

公众号分订阅号（每天可群发一条消息）和服务号（一个自然月只能群发四条消息），作为业务入口的公众号可以是订阅号或服务号，作为申请接入微信支付商户号的公众号必须是服务号，微信支付商户号与申请接入的服务号是一一对应的绑定关系，用户使用微信支付付款完成，微信会引导用户关注商户号绑定的服务号。

鉴于订阅号可以每天群发一条消息，针对新用户，发行人用订阅号作为业务入口，而老用户用服务号作为业务入口。用作接入微信支付的服务号原则上不运营，需要运营时，用其他已经接入微信支付的服务号将其替换，然后运营替换下来的服务号。替换下来的服务号运营一段时间，当后续充值金额每月不足 1 万元时，便停止运营，去替换已经具有一定用户规模具备运营条件的其他服务号用于微信支付收款，如此循环使用。

C、精细化运营的需要

数字阅读用户对内容品类的偏好是多样且变化的，受限于微信对于公众号推送频次的限制，精细化策略无法较好的展开。因此发行人根据用户的内容偏好，引导用户关注不同的公众号，使用不同的公众号对用户进行个性化的内容推送。发行人通过上述精细化运营策略，提升了公司的收益。随着业务规模的扩大及精细化运营策略的不断升级，需要的公众号数量不断增加。

第三方代收的款项均已及时收回，未发生坏账风险，且发行人 2019 年 7 月已经全部终止了借用第三方支付号的情况。经核查，发行人用于临时收款的第三方代收公众号没有承载业务，同时也未作为用户阅读入口，仅供支付使用。

以上业务模式符合公司实际运营情况，同时符合微信生态里的数字阅读业务的行业惯例。

③代收方对资金管控和区分的具体安排及相关代收方的具体服务内容和收费情况

代收方对代收款账户单独进行管理，代收款账户仅用来收取代收的数字阅读充值资金，不与其自身其他业务的收款混用，同时代收款账户密码归代收方管理。

代收方通过自有的微信公众号提供财付通充值的代收服务并收取代收渠道使用费，代收方定期与发行人或快乐农夫进行结算，发行人或快乐农夫按照代收流水总额的 1%-2% 支付代收渠道费。

④快乐农夫导出发行人充值流水的合理性

具体情况参见“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”之“4、发行人与快乐农夫运营支撑业务合作情况”之“（18）”（具体情况参见本题回复之“1”）。

⑤代收方是否为发行人和快乐农夫提供资金混用或相互充值渠道

报告期内，虽然存在代收方既为发行人又为快乐农夫代收款的情形，但是代收方均分别开设账户（支付号）进行单独收款管理，不存在为发行人和快乐农夫提供资金混用或相互充值渠道的情形。

⑥发行人与快乐农夫业务和资金关系及其合理性

2017 年快乐农夫为发行人渠道推广供应商，发行人向快乐农夫支付渠道推广费；2018 年之后发行人与快乐农夫合作运营支撑业务之间除快乐农夫按照用户充值的 10% 向发行人支付运营支撑服务费外不存在其他资金关系。发行人报告期借用快乐农夫及其他第三方收款主体支付公众号收款与渠道推广业务及运营支撑业务无关，且具有商业合理性，自 2019 年 7 月之后发行人终止了通过第三方代收情况。

(七)补充披露快乐农夫盈利水平远低于麦睿登和杭州悠书的原因及合理性、发行人将麦睿登和杭州悠书作为快乐农夫可比公司的依据及合理性，如不具备可比性，请删除相关表述；快乐农夫及发行人运营支撑业务的盈利模式和盈利水平的合理性、快乐农夫在盈利水平较低的情况下仍与发行人进行运营支撑业务合作的商业合理性。

1、补充披露快乐农夫盈利水平远低于麦睿登和杭州悠书的原因及合理性、发行人将麦睿登和杭州悠书作为快乐农夫可比公司的依据及合理性，如不具备可比性，请删除相关表述；

平治信息控制的杭州悠书、麦睿登收入确认按照扣除渠道推广成本的净额法确认。而快乐农夫收入如均还原为净额结算，且在不考虑对外支付运营支撑服务费的情况下，调整后快乐农夫的净利率与麦睿登和杭州悠书相似，发行人与快乐农夫的运营支撑业务和平治信息披露的 CPS 分销业务具有可比性。

2、快乐农夫及发行人运营支撑业务的盈利模式和盈利水平的合理性、快乐农夫在盈利水平较低的情况下仍与发行人进行运营支撑业务合作的商业合理性；

如前所述，调整后快乐农夫的整体盈利水平与同行业公司（麦睿登和杭州悠书）相似。且快乐农夫为轻资产运营模式，报告期内，其营业收入中主要是与发行人合作开展 H5 阅读运营支撑业务，此业务下点众科技负责系统平台的搭建、提供数字内容、运营支撑等，快乐农夫主要负责对接渠道推广，除推广外只需要少量的办公成本和运营成本。

如前文所述，快乐农夫的盈利模式为：①通过快乐农夫自有公众号进行推广，则无需对外支付 90%的渠道推广成本，所产生的收益全部归快乐农夫；②其他渠道推广公众号带来的用户在充值时会成为快乐农夫支付公众号的粉丝，快乐农夫会因此积累大量的充值用户和流量，快乐农夫后期再通过此部分粉丝和流量带来收益；③与发行人合作的运营支撑业务在快乐农夫账上形成沉淀资金所产生的利息收益等。快乐农夫的盈利模式符合商业逻辑，其积累的支付粉具备较大的商业价值。另外，鉴于快乐农夫业务成本中最主要的推广成本是采用分成方式进行结算，申报会计师通过第三方公司测试、可比公司分成比例对比等方式进行核查，

经核查，快乐农夫的推广分成比例与同行业公司基本一致，价格公允，不存在替发行人承担成本、费用的情形。

综上所述，经核查，快乐农夫的经营状况不存在异常，其财务情况、经营业绩与现金流情况正常；发行人与快乐农夫的业务开展具有商业合理性、符合行业惯例且交易价格公允；快乐农夫的经营模式符合商业逻辑，不存在快乐农夫为发行人承担成本、费用的情形。

（八）补充披露快乐农夫与渠道商实际执行的分成比例、相关分成比例的合理性以及是否符合行业惯例。

另外，鉴于快乐农夫业务成本中最主要的推广成本是采用分成方式进行结算，申报会计师通过第三方公司测试、可比公司分成比例对比等方式进行核查，经核查，快乐农夫的推广分成比例与同行业公司基本一致，价格公允、分成比例合理、符合行业惯例，快乐农夫不存在替发行人承担成本、费用的情形。

（九）补充披露发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因及其合规性、相关安排是否符合行业惯例，部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因、相关充值流水与推广费支付如何区分并有效管控、是否存在资金对抵的情形；相关代收款公司实控人为快乐农夫员工或前员工的原因、通过快乐农夫相关人员代收款的合理性、相关资金是否存在自充值情形。

1、补充披露发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因及其合规性、相关安排是否符合行业惯例，部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因、相关充值流水与推广费支付如何区分并有效管控、是否存在资金对抵的情形

（1）发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因及其合规性、相关安排是否符合行业惯例

发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因详见本题回复之“发行人说明”之“（六）”之“2”。发行人通过第三方代收款公司收款与对方均签署了代收协议，并按照协议约定支付代收手续费，相关代收情况在行业中普遍存在，不存在违反法律、法规强制性规定的情形。

(2) 部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因、相关充值流水与推广费支付如何区分并有效管控，是否存在资金对抵的情形

2017年快乐农夫为发行人提供渠道推广服务，2018年起开始合作运营支撑业务，发行人自有H5业务支付号紧缺，因此当时借用快乐农夫的支付号进行代收款，之后快乐农夫自己业务做大后自有支付号也不够用，因此鼓励员工创业设立公司申请支付号为快乐农夫使用，同时也借与发行人使用过一段时间。由于快乐农夫主要做渠道分销业务，相关员工成立公司后独立发展，在自己熟悉的渠道推广领域深耕，其中大智博通、掌上经纬等公司均开始开展自己的渠道推广业务，尤其是掌上经纬取得了今日头条巨量引擎投放的一级代理资格，因此发行人与相关公司也逐步开展了渠道推广合作。其中大智博通为发行人2018年-2020年的渠道推广商，其主要在2018年底和2019年上半年推广发行人产品，采用的是CPS分成方式；掌上经纬作为今日头条的一级代理商之一，为发行人2019年和2020年的渠道推广商，从2019年年底开始为发行人提供今日头条的渠道推广服务。

具体渠道推广及代收款情况如下：

单位：万元

公司名称	业务类型	2020年	2019年	2018年
快乐农夫	代收款	-	-	206.49
	渠道推广	-	-	-
大智博通	代收款	-	391.74	-
	渠道推广	29.21	297.32	84.18
掌上经纬	代收款	-	191.02	-
	渠道推广	3,889.17	402.99	-

对于代收款资金，每一笔用户充值均在发行人系统中有相应记录，发行人每个月都会与代收款公司对账，代收公司扣除1%-2%代收手续费后将剩余资金结算给发行人，发行人会计师对发行人系统记录用户充值流水与代收款第三方财付通流水进行了核对，对代收款第三方财付通流水与代收款公司向发行人支付的银行流水进行核对，确认相关代收款项均支付给了发行人。

对于渠道推广，2017年快乐农夫为CPS分成模式推广发行人H5业务，2018年、2019年以及2020年大智博通主要为CPS分成模式推广发行人客户端业务，2019年、2020年掌上经纬为通过今日头条推广发行人客户端业务。其中CPS分

成模式推广费为根据相应推广带来的用户充值金额向推广方分成，发行人系统中有准确的用户充值金额，发行人会计师核查了发行人系统记录，发行人与推广方结算的结算单，相关银行付款记录，确认发行人全额支付了相关成本；对于掌上经纬通过今日头条的推广，在今日头条投放平台中均可以核查到掌上经纬的充值情况以及推广消耗情况，发行人会计师核查了今日头条投放平台相关账户，确认发行人支付给掌上经纬的推广资金全部充值到今日头条投放平台中，并且正常推广消耗。

综上，发行人已经对相关充值流水与推广费支付有效区分并有效管控，不存在资金对抵的情形。

2、相关代收款公司实控人为快乐农夫员工或前员工的原因、通过快乐农夫相关人员代收款的合理性、相关资金是否存在自充值情形

相关代收款公司实控人为快乐农夫员工或前员工的原因、快乐农夫相关人员代收款的合理性参见本小题回复之“1”。

发行人对代收款进行了有效的管控，定期与代收款方进行结算；对推广渠道均有系统后台数据支持，且涉及推广金额较大的掌上经纬为今日头条一级代理商，相关推广金额均充入到了今日头条推广平台，不存在利用推广资金进行自充值的可能，并且发行人通过推广费进行自充值并不能增加发行人净利润，相应操作没有实际意义，同时结合对发行人 IT 审计、用户行为分析、发行人及相关方银行流水等核查，确认发行人不存在自充值的情形。

中介机构说明：

（一）说明对快乐农夫提供数字阅读业务及发行人运营支撑业务合规性、相关业务是否存在被关停或处罚的风险、相关业务关停对发行人持续经营能力和业务合规性的影响所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

对快乐农夫提供数字阅读业务及发行人运营支撑业务合规性、相关业务是否存在被关停或处罚的风险、相关业务关停对发行人持续经营能力和业务合规性的

影响的说明参见本题回复之“发行人说明”之“(一)”。

会计师核查了快乐农夫的工商登记档案及营业执照；核查了快乐农夫的主要业务合同、快乐农夫与发行人之间的运营支撑业务合同及合作备忘录；快乐农夫取得的《增值电信业务经营许可证》、北京市文化市场行政执法总队出具的查询告知书、北京市新闻出版局出具的书面《证明》、快乐农夫对相关情况出具的说明；核查了快乐农夫与点众科技的相关业务合同及协议约定；访谈了北京市新闻出版局的相关人员及快乐农夫的主要业务人员；核查了阳光书城系统后台导出的数据，并将阳光书城的作品与发行人上线作品进行比对；核查了发行人内容审核制度及相关制度执行情况。

经核查，会计师认为，发行人与快乐农夫通过运营支撑方式合作期间，快乐农夫没有因违反文化、新闻出版方面行政管理相关法律法规受到行政处罚的记录；主管部门确认了发行人与快乐农夫的运营支撑合作模式，且合作期间快乐农夫未因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到北京市新闻出版局处罚；发行人开展运营支撑业务不存在违反法律法规或规范性文件规定的情形；快乐农夫未取得《网络出版服务许可证》，未来存在被处罚的风险，如与快乐农夫合作的运营支撑业务被要求关停，对发行人持续经营能力、业务稳定性不构成重大影响，对发行人的经营合规性不构成影响，不构成发行人本次发行的实质障碍。

(二) 说明对发行人运营支撑业务模式合理性、相关模式是否符合行业惯例所采取的进一步核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

对发行人运营支撑业务模式合理性、相关模式是否符合行业惯例的说明参见本题回复之“发行人说明”之“(二)”。

会计师通过查询上市公司公开资料，选择第三方公司与行业中有类似业务的相关公司签订合同，并核查了相关合同及结算后台，保留了相关合同复印件及结算后台截图；核查了快乐农夫提供的财务账套、银行流水、纳税申报表、主要业务合同，并对快乐农夫的收入成本进行分析性复核。

经核查，会计师认为，在数字阅读行业内，通过合作开展 H5 网站业务是业内常见的商业模式，该模式并非发行人首创的创新业务模式，符合行业特征和惯例，快乐农夫与发行人的合作模式具备商业合理性，快乐农夫具有合理的变现方式，相关合作模式及变现方式符合行业特征和惯例。

（三）说明对发行人和快乐农夫推广渠道重叠原因、在重叠情况下发行人仍与快乐农夫进行合作的必要性、快乐农夫是否存在为发行人支付渠道成本的情形、发行人及快乐农夫相关渠道成本的完整性、发行人与快乐农夫与推广商合同条件基本一致的原因、发行人与快乐农夫是否存在关联关系或其他利益关系采取的进一步核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

对发行人和快乐农夫推广渠道重叠原因、在重叠情况下发行人仍与快乐农夫进行合作的必要性、快乐农夫是否存在为发行人支付渠道成本的情形、发行人及快乐农夫相关渠道成本的完整性、发行人与快乐农夫与推广商合同条件基本一致的原因、发行人与快乐农夫是否存在关联关系或其他利益关系的说明参见本题回复之“发行人说明”之“（三）”、“（四）”。

由于渠道供应商名单为其核心商业机密，现场督导期间，督导组获取了快乐农夫 2018 及 2019 年的供应商明细，并将之与发行人相应期间的供应商进行对比，记录了重叠供应商的具体情况；但督导结束后，会计师未能获取 2020 年上半年的相关情况。鉴于快乐农夫的供应商均为 H5 端的推广供应商，发行人 2020 年上半年 H5 业务的占比较低，未获取相关重叠供应商的情况不会对核查结论产生影响。

会计师根据督导期间记录的相关信息，核查了重叠供应商的具体情况。经核查，发行人与这些供应商合作的推广规模较小，即便是在 2018 年度，这些重叠供应商在发行人的推广占比依然很低，间接证明了相关推广供应商虽然与发行人建立合作关系，其未将流量完全释放给发行人；另外重叠供应商中存在两家是提供结算的服务平台；加之考虑到重叠的推广供应商与发行人、快乐农夫的结算比例一致，快乐农夫向渠道推广方的综合结算分成比例略低于 90%。另外对于重叠供应商，会计师核查了其与发行人的合同及结算单据，确认其与发行人的结算数

据准确。会计师认为，供应商存在重叠与“快乐农夫的具体推广渠道是其核心资源”的表述不存在矛盾，快乐农夫具备对接优质推广渠道并扩大合作规模的能力，发行人与之合作开展运营支撑业务具备商业合理性，发行人不存在通过快乐农夫代垫成本费用的情况，发行人渠道成本完整。

会计师根据督导组记录的相关信息，核查了发行人对应的供应商的推广合同情况。经核查，确认相关重叠供应商的部分合同条款重叠的，均有合理情况，其中合同签署时间出现重叠，主要是由于渠道供应商统一要求重新签订合同或更换业务主体；而发行人、快乐农夫与重叠渠道推广商签订的分成比例一致，主要系渠道推广商基本保持一致的对外分成比例所致，符合商业逻辑；另外考虑到相关合同均为各家供应商统一的制式合同，存在其他常规合同条款一致的情况符合商业逻辑，相关合同并非三方共同签署。

另外经过对快乐农夫的现场核查（具体核查过程参见本题回复之“中介机构说明”之“（七）”），访谈相关业务人员，并综合前述核查及分析，会计师认为，快乐农夫与发行人为正常合理的商业合作关系，二者不存在关联关系或其他利益关系。

（四）说明对陈碧琴是否与发行人和快乐农夫存在关联关系、该人员在发行人负责的主要工作、入职快乐农夫不久即负责实际经营的合理性、发行人与快乐农夫关联关系情况所采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

对陈碧琴是否与发行人和快乐农夫存在关联关系、该人员在发行人负责的主要工作、入职快乐农夫不久即负责实际经营的合理性、发行人与快乐农夫关联关系情况的说明参见本题回复之“发行人说明”之“（五）”。

针对题中所述问题，会计师访谈陈碧琴；获取并核查陈碧琴的社会保险缴费记录；访谈了快乐农夫及其实际控制人李帜；核查了发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的调查表，并取得该等人员出具的关于与快乐农夫及其股东、董事、监事、高级管理人员、主要业务员经办人员不存在关联关系的书面确认文件；核查了发行人及其子公司、关联自然人（包括实际控制人、

董事、监事、高级管理人员、主要财务人员及其近亲属)以及运营支撑服务主要经办人员报告期的银行流水;核查了发行人股东的对外投资情况、发行人股东穿透到自然人的情况及相关人员的履历,确认与快乐农夫及其相关方不存在关联关系;核查了快乐农夫控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要业务经办人员对外投资情况、历史任职情况、兼职情况、家庭近亲属情况,并取得该等人员出具的关于与发行人股东、董事、监事、高级管理人员、运营支撑业务主要经办人员不存在关联关系的书面确认文件;核查了发行人与快乐农夫之间业务合同及定价依据,确认发行人与快乐农夫之间的交易定价公允,不存在利益倾斜,不构成实质重于形式的关联方。

经核查,会计师认为,陈碧琴到快乐农夫工作系其自主选择的结果,陈碧琴不是发行人派驻快乐农夫的人员;其曾在发行人处任职三个月,目前为快乐农夫的商务总监,陈碧琴与发行人及其关联方不存在关联关系,除任职外,陈碧琴与快乐农夫及其关联方不存在其他关联关系;发行人与快乐农夫及其关联方不存在关联关系,发行人与快乐农夫及其关联方之间发生的业务往来均为正常的商业往来,不存在相关主体向发行人进行利益输送的情况。

(五)说明对发行人和快乐农夫资金独立性、代收方基本情况、代收方对资金管控和区分的具体安排、发行人与快乐农夫是否存在相互充值情形、双方是否存在实质关联关系等采取的核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

对发行人和快乐农夫资金独立性、代收方基本情况、代收方对资金管控和区分的具体安排、发行人与快乐农夫是否存在相互充值情形、双方是否存在实质关联关系的说明参见本题回复之“发行人说明”之“(六)。”

针对题中所述问题,会计师检查发行人与快乐农夫及代收款公司的资金往来,与具体业务数据进行匹配分析,核查是否有异常资金往来情况,检查有无对抵、混用的情形;通过查询企业信用信息公示系统、天眼查公示信息等公开信息渠道对代收方的基本情况进行分析;对代收款企业负责人进行访谈,对代收款的第三方实施函证;核查代收账户的第三方财付通流水;获取发行人和快乐农夫与代收

方签订的代收协议，确认合作的具体内容以及结算方式，并检查与实际执行情况是否保持一致；访谈代收方对代收资金的具体管控措施；通过 IT 核查对发行人与快乐农夫是否存在相互充值进行用户行为多维度分析；核查发行人及关联自然人的银行流水；核查快乐农夫的银行流水。

经核查，会计师认为，发行人和快乐农夫资金独立，与代收方不存在关联关系，代收方对资金管控措施有效，发行人与快乐农夫不存在相互充值情形，双方不存在实质关联关系。

（六）说明对快乐农夫盈利模式和盈利水平合理性、盈利水平远低于麦睿登和杭州悠书的原因，快乐农夫在盈利水平较低的情况下仍与发行人进行运营支撑业务合作的商业合理性所采取的进一步核查程序、具体程序对应的核查比例、核查证据和核查结论。

对快乐农夫盈利模式和盈利水平合理性、盈利水平远低于麦睿登和杭州悠书的原因，快乐农夫在盈利水平较低的情况下仍与发行人进行运营支撑业务合作的商业合理性的说明参见本题回复之“发行人说明”之“（七）。”

会计师对快乐农夫提供的财务账套、银行流水、纳税申报表、前十大主要业务合同进行核查，对快乐农夫的收入成本进行分析性复核。经核查，快乐农夫存在通过粉丝运营形成其他收入，侧面印证了快乐农夫粉丝经济的盈利能力，也印证了其盈利模式的合理性。

会计师核查了平治信息的公告、通过行业资源了解平治信息与其子公司合作的情况。经核查，如本题回复之“发行人说明”之“（七）”中所述，快乐农夫的盈利水平与麦睿登、杭州悠书的差异主要是由于后者是以净额法确认收入，而快乐农夫的收入中既存在净额法亦存在总额法确认收入，加之麦睿登、杭州悠书作为平治信息控制下的企业并未向平治信息支付运营支撑费用、仅向其支付了版权成本。剔除掉前述影响后，快乐农夫的盈利水平与麦睿登、杭州悠书具有可比性。

综上，会计师认为，快乐农夫的盈利模式及盈利水平具有商业合理性，且其盈利能力与同行业公司具有可比性，快乐农夫与发行人采用运营支撑的方式进行

合作，符合商业逻辑和行业情况。

(七) 充分详细披露对快乐农夫核查程序受限的具体情形、程序受限的具体影响，相关中介机构采取的补充和替代核查措施、核查比例、获取的核查证据及核查结论，相关核查证据能否支撑核查结论。

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，保荐机构及 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，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，保荐机构及 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，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，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，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，会计师对快乐农夫的核查程序存在核查受限的情形，但会计师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。

(八)说明寻找第三方公司与快乐农夫进行签约的具体过程、相关验证程序是否有效，如无效，请删除相关信息；说明对快乐农夫推广分成比例合理性所采取的补充核查措施、核查比例、获取的核查证据及核查结论，相关核查证据能否支撑核查结论。

对于快乐农夫推广分成比例公允性的核查，选择第三方公司与平治信息、阅文集团的代理商、掌阅合作的小说云以及快乐农夫签署合同的前提是该第三方公司的公众号具有一定的粉丝量，由于会计师不掌握具有一定粉丝量的公众号，故经由发行人介绍，选择第三方公司与相关主体签约；虽然前述第三方公司由发行人介绍，但考虑到平治信息、阅文集团以及小说云作为发行人及快乐农夫的竞争对手，不存在协助发行人签署相关合同的可能性，故相关测试具有有效性。对于该第三方公司与快乐农夫签署的合同，会计师无法完全保证属于盲测，已删除相关表述内容，但对于快乐农夫与渠道供应商的分成比例，在对快乐农夫进行现场走访过程中，会计师查阅了其2018年、2019年及**2020年**的前十大供应商合同，占其营业成本的85.14%、54.93%和**59.92%**，对于其中的渠道推广供应商，主要的分成比例为10%：90%。前述核查，会计师保留了第三方公司与阅文集团的代理商、平治信息、小说云签订的相关合同复印件，以及对应系统的后台截图；对

于快乐农夫 2018 年、2019 年及 2020 年前十大合同，会计师保留了隐去合同签署方后的复印件。经核查，会计师认为，相关核查证据充分，能够支撑核查结论，快乐农夫推广分成比例价格公允，符合行业情况。

(九)说明对发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因及其合规性、部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因、相关充值流水与推广费支付管控和区分措施、是否存在资金对抵的情形、通过快乐农夫相关人员代收款的合理性、相关资金是否存在自充值情形所采取的补充核查措施、核查比例、获取的核查证据及核查结论，相关核查证据能否支撑核查结论。

对发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因及其合规性、部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因、相关充值流水与推广费支付管控和区分措施、是否存在资金对抵的情形、通过快乐农夫相关人员代收款的合理性、相关资金是否存在自充值情形的说明参见本题回复之“发行人说明”之“(九)。”

对于题中所述情况，会计师访谈了公司相关业务负责人、第三方代收款公司业务负责人；获取第三方代收款公司相应全部支付号财付通流水与发行人系统记录比对；获取与第三方代收款公司的全部结算单与账面记录充值金额进行比对；核查发行人与代收款公司签订的代收款协议，查看其合同约定的主要内容和结算方式等；核查发行人推广费的金额合理性及相应推广效果；核查对应的全部今日头条投放后台的账户充值记录及消耗记录；核查相关资金的入账和支出情况及相关银行流水；核查快乐农夫的财务账套及银行流水情况；核查发行人及相关自然人的银行流水情况；通过 IT 核查对发行人及运营支撑业务是否存在自充值情形进行用户行为多维度分析。相关核查证据充分，能够支撑核查结论。

经核查，会计师认为，发行人通过第三方代收款公司进行资金收付的原因合理，相关代收款业务合规；部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因具有合理业务背景，相关充值流水与推广费支付管控和区分措施有效，不存在资金对抵的情形；通过快乐农夫相关人员设立的代收款公司进行代收款具有合理性、相关资金不存在自充值的情形。

(十)就上述事项对发行人运营支撑业务收入、成本及主要业务数据,对发行人财务及业务数据真实性、准确性和完整性、发行人与快乐农夫及其关联方是否存在关联关系或其他利益关系、以及相关中介机构核查结论产生的影响,相关核查范围不完整对中介机构前次核查结论的影响,相关中介机构在核查中是否保持必要的职业怀疑和执业谨慎、前次核查是否获取充分有效的核查证据、是否影响对相关申请文件真实、准确、完整性的判断,是否未审慎发表核查意见,相关中介机构是否存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形等进行核查并发表明确意见。

综合前述核查过程,会计师认为,题中所述事项对发行人运营支撑业务收入、成本及主要业务数据的真实性、准确性和完整性不构成影响;发行人财务及业务数据真实、准确、完整;发行人与快乐农夫及其关联方不存在关联关系或其他利益关系;对相关中介机构核查结论不构成影响;对快乐农夫的核查虽然无法完全按照 IPO 标准对其进行财务审计,但会计师对运营支撑业务中的用户及相关行为进行了核查,确认用户真实、收入完整;会计师通过核查具有同类业务的同行业公司,的结算比例确认快乐农夫与供应商的结算比例公允,同时会计师对快乐农夫的成本、收入匹配情况进行了分析性复核,快乐农夫收入成本相互匹配,核查了快乐农夫的银行账户及银行流水,发行人董事、监事、高级管理人员、主要财务人员及与快乐农夫对接的主要业务人员的个人银行流水的核查,相关流水均不存在异常,结合对发行人自身收入、成本、费用的分析,确认其不存在替发行人代垫成本的情况;会计师在核查中保持了必要的职业怀疑和执业谨慎;前次核查已获取充分有效的核查证据;对相关申请文件真实、准确、完整性的判断不构成影响;会计师发表的核查意见审慎、准确,不存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形。

问题三及回复

3. 关于业务合规性。保荐业务现场督导发现：

(1) 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在应用商店上传了“小说阅读吧”“免费阅读吧”等 13 个 APP 客户端及相关快应用，并作为提供数字阅读服务的权利义务主体与用户签署《用户协议》。上述子公司均未取得《网络出版服务许可证》。

(2) 根据抽查结果，《倾城丑妃》《嫡女狂妻》等个别小说中涉嫌存在淫秽色情内容。

(3) “免费小说大全”等产品中，部分产品的免费专区存在付费书籍，部分产品的免费专区未提供任何免费书籍。“西瓜免费小说” APP 客户端宣传中称“全站免费”，与实际情况不符。

请发行人：

(1) 结合《网络出版服务管理规定》的有关规定、发行人各子公司的具体业务范围、业务内容、业务分工、各子公司拥有的数字内容版权及 APP、快应用等著作权等，补充披露发行人及其各子公司开展业务是否获取应获取的全部业务资质，未获得《网络出版服务许可证》的情况下提供相关服务的合规性，是否存在相关业务被关停、被处罚的风险，是否存在被相关主管部门行政处罚的风险，是否可能构成本次发行上市的法律障碍，相关情形是否已整改、整改措施、整改后业务运行框架及合规性、整改对发行人运营中的 APP 及快应用产品、上架书籍数量等产生的影响。

(2) 结合内容审查机制、工作流程及其有效性，补充披露经发行人系统审核的数字阅读内容仍涉嫌存在淫秽色情内容的原因，就相关淫秽色情内容的整改措施，整改后发行人内容审核系统的有效性，整改是否仅将相关作品下架、下架作品的后续处理方式（包括买断作品、分成作品的处理方式，相关作品是否在下架后仍就前期付费阅读收益与相关方进行分成等），发行人前期因涉嫌淫秽色情而下架的作品数量及收入金额，报告期内发行人数字阅读内容存在涉淫

秽色情内容是否涉嫌违反《治安管理处罚法》《刑法》等相关法律法规的情形，是否构成重大违法违规，是否构成本次发行上市的法律障碍。

(3) 补充披露对相关事项进行整改的具体内容，下架 APP、快应用、数字阅读作品的数量，发行人产品及数字阅读内容数量是否因整改而较报告期初发生较大变化，相关产品、作品的整改和下架是否对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

(4) 结合“免费小说大全”“西瓜免费小说”等产品各板块的具体内容，产品推广宣传用语情况等，补充披露相关产品在宣传过程中是否存在违反《广告法》进行虚假宣传的情形，是否存在法律风险，是否进行整改及整改措施，整改后相关产品系付费还是免费，是否因整改影响发行人业务收入。

请保荐人、发行人律师、申报会计师：

(1) 说明对发行人及其各子公司业务合法合规性（包括但不限于业务经营范围、经营内容、数字阅读内容合法性、广告宣传等方面）的具体核查方法、核查过程、核查比例及核查结论，相关核查证据是否能够支撑核查结论。

(2) 结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关内容，逐项说明上述相关事项对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响并发表明确意见。

(3) 说明上述事项是否构成本次发行上市的法律障碍、以及对相关中介机构前次核查结论产生的影响，相关中介机构在核查中是否保持必要的职业怀疑和执业谨慎、前次核查是否获取充分有效的核查证据、是否影响对相关申请文件真实、准确、完整性的判断，是否审慎发表核查意见，相关中介机构是否存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形等进行核查并发表明确意见。

回复：

发行人说明：

（一）结合《网络出版服务管理规定》的有关规定、发行人各子公司的具体业务范围、业务内容、业务分工、各子公司拥有的数字内容版权及APP、快应用等著作权等，补充披露发行人及其各子公司开展业务是否获取应获取的全部业务资质，未获得《网络出版服务许可证》的情况下提供相关服务的合规性，是否存在相关业务被关停、被处罚的风险，是否存在被相关主管部门行政处罚的风险，是否可能构成本次发行上市的法律障碍，相关情形是否已整改、整改措施、整改后业务运行框架及合规性、整改对发行人运营中的APP及快应用产品、上架书籍数量等产生的影响。

1、发行人各子公司的具体业务范围、业务内容、业务分工情况

序号	公司名称	业务范围	业务分工	业务内容
1	点众科技	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权转让代理服务；影视策划；摄影扩印服务；舞台灯光音响设计；文化咨询；体育咨询；文艺创作；电脑动画设计；出版物零售；互联网信息服务；演出经纪；从事互联网文化活动；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；演出经纪、从事互联网文化活动、出版物零售、经营电信业务、互联网信息服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。）	作为数字阅读相关应用的运营主体	互联网数字阅读业务
2	中企瑞铭	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权转让代理服务；电脑动画设计；影视策划；文化咨询；文艺创作；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。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	专注于发行人原创网络文学出版及版权运营业务并作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体	原创网络文学出版及版权运营业务；发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体
3	点众快看	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权转让、版权代理；影视策划；摄影扩印服务；文化咨询；体育咨询；文艺创作；电脑动画设计；演出经纪；电影发行；从事互联网文化活动；出版物零售；互联网信息服务；广播电视节目制作；电影摄制；电影放映。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；演出经纪、电影发行、从事互联网文化活动、出版物零售、互联网信息服务、广播电视节目制作、电影摄制、电影放映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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	报告期内曾负责发行人运营支撑服务、进行新业务探索并作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体	新业务探索及发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体

4	霍尔果斯瑞铭	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权转让代理服务；影视策划；摄影服务；舞台灯光音响设计；演出经纪；文化咨询；体育咨询；文艺创作；电脑动画设计；出版物零售；互联网信息服务；从事互联网文化活动；（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）	负责发行人的渠道推广并作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体	对发行人的产品进行渠道推广；发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体
5	每日趣阅	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业形象策划；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；会议及展览服务；版权代理；社会经济咨询服务；文艺创作；文化娱乐经纪人服务；摄影扩印服务；摄像及视频制作服务；专业设计服务；电影摄制服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：广播电视节目制作经营；互联网信息服务；网络文化经营；音像制品制作。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）。	主要负责发行人免费小说互联网广告业务；作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体	发行人免费小说互联网广告业务及发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体
6	阅见未来	技术开发、技术咨询、技术转让、技术推广、技术服务；软件开发；软件咨询；摄影扩印服务；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；企业管理；电脑动画设计；商标代理；版权贸易；影视策划；文化咨询；体育咨询；文艺创作；零售出版物；互联网信息服务；从事互联网文化活动；演出经纪。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；零售出版物、互联网信息服务、从事互联网文化活动、演出经纪以及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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体	发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体
7	阅见天下	技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广、技术服务；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；软件开发；软件咨询；文艺创作；市场调查；企业管理咨询；电脑动画设计；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；版权代理；版权转让；影视策划；从事互联网文化活动；互联网信息服务；经营电信业务；零售出版物。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动、互联网信息服务、经营电信业务、零售出版物以及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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体	发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体
8	点点阅	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发；软件咨询；文艺创作；应用软件服务；计算机系统服务；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；基础软件服务；电脑动画设计；从事互联网文化活动。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动以及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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体	发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体
9	点众新加坡	-	负责发行人海外数字阅读业务	发行人海外数字阅读业务
10	金海品读	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划；企业设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权代理；影视策划；摄影扩印服务；舞台灯光音响设计；文化咨询；体育咨询；文艺创作；电脑动画设计；零售出版物；互联网信息服务；演出经纪；从事互	尚未开展业务	尚未开展业务

		联网文化活动；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；零零售出版物、互联网信息服务、演出经纪、从事互联网文化活动、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。）		
11	卿读科技	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划；企业设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；影视策划；摄影扩印服务；舞台灯光音响设计；文化咨询；体育咨询；文艺创作；电脑动画设计；零零售出版物；互联网信息服务；演出经纪；从事互联网文化活动；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；零零售出版物、互联网信息服务、演出经纪、从事互联网文化活动、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。）	尚未开展业务	尚未开展业务
12	霍尔果斯点众科技	技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；市场调查（不含涉外调查）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业形象策划；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；会议及展览服务；版权代理；知识产权服务；摄影扩印服务；摄像及视频制作服务；信息技术咨询服务；数字文化创意软件开发；数字文化创意内容应用服务；专业设计服务；文艺创作；体育赛事策划；出版物零售；出版物互联网销售；互联网信息服务；演出经纪；其他文化艺术经纪代理；广播电视节目制作经营；电视剧发行；图文设计制作；电影摄制服务；电影发行；电影放映（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）	尚未开展业务	尚未开展业务

2、发行人及各子公司已取得业务资质

序号	公司名称	资质名称	有效期至	证书编号	颁发机构
1	点众科技	《出版物经营许可证》	2022.04.30	新出发京零字第海160119号	北京市海淀区文化委员会
2	点众科技	《网络文化经营许可证》	2023.11.27	京网文[2020]3624-642号	北京市文化和旅游局
3	点众科技	《网络出版服务许可证》	2021.11.28	（署）网出证（京）字第027号	国家新闻出版署
4	点众科技	《增值电信业务经营许可证》	2022.6.20	京B2-20120131	北京市通信管理局
5	点众科技	《增值电信业务经营许可证》	2021.12.13	京ICP证111019号	北京市通信管理局
6	点众科技	《电子出版物制作许可证》	2021.5.9	京第0023号	北京市新闻出版局
7	点众科技	《高新技术企业证书》	2021.10.30	GR201811004285	北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局
8	点众科技	《中关村高新技术企业》	2021.3.21	20192010137701	中关村科技园区管理委员会

9	中企瑞铭	《网络出版服务许可证》	2025.9.8	(署)网出证(京)字第304号	国家新闻出版署
10	中企瑞铭	《网络文化经营许可证》	2022.5.5	京网文(2019)3013-291号	北京市文化和旅游局
11	中企瑞铭	《电信与信息服务业务经营许可证》	2021.11.28	京ICP证111073号	北京市通信管理局
12	中企瑞铭	《出版物经营许可证》	2022.4.30	新出发京零字第海190025号	北京市海淀区文化委员会
13	中企瑞铭	《高新技术企业证书》	2021.10.30	GR201811004571	北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局
14	每日趣阅	《网络文化经营许可证》	2022.3.08	津文执网文(2019)1324-017号	天津市文化和旅游局
15	每日趣阅	《增值电信业务经营许可证》	2024.8.27	津B2-20190069	天津市通信管理局
16	点众快看	《网络文化经营许可证》	2021.11.27	京网文(2018)11043-991号	北京市文化和旅游局
17	每日趣阅	《广播电视节目制作经营许可证》	2021.03.31	(津)字第1360号	天津市广播电视局
18	点众快看	《增值电信业务经营许可证》	2024.11.6	京B2-20192355	北京市通信管理局
19	北京点点阅	《增值电信业务经营许可证》	2024.12.4	京B2-20192655	北京市通信管理局
20	阅见未来	《网络文化经营许可证》	2022.11.10	京网文[2019]5389-619号	北京市文化和旅游局
21	阅见未来	《增值电信业务经营许可证》	2024.12.4	京B2-20192593	北京市通信管理局
22	阅见天下	《网络文化经营许可证》	2022.12.26	京网文[2019]6122-729号	北京市文化和旅游局
23	阅见天下	《增值电信业务经营许可证》	2024.12.4	京B2-20192652	北京市通信管理局

发行人及其子公司具备从事各自业务所必要的业务资质。

3、各子公司拥有的数字内容版权及APP、快应用等著作权等

截至本招股说明书签署日，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，具体情况如下：

软件著作权人	应用程序名称	快应用名称
--------	--------	-------

中企瑞铭	小说阅读吧	小说阅读吧
	快看小说	
霍尔果斯瑞铭	免费阅读吧	书多多
	免费小说专区	
每日趣阅	西瓜免费小说	西瓜小说
	小说大全	
阅见未来	点众阅读	松鼠阅读
阅见天下	小说阅读吧	小说全集
	书多多	
	免费小说全集	书多多
北京点点阅	热门小说大全	热门小说大全
点众快看	免费小说大全	小说大全
	小说大全	

经核查，中企瑞铭作为发行人原创作品签约主体，拥有数字内容版权，并与发行人的其他内容供应商一样，同发行人签订数字版权合作协议，将其作品的网络传播权授权给发行人；发行人的其他子公司均无数字内容版权；发行人取得中企瑞铭及其他内容供应商（即作品版权方）的合法授权，通过发行人自有或子公司名下上述产品向公众提供网络出版物。

4、发行人及其各子公司业务经营范围、经营内容的合法合规性

根据《网络出版服务管理规定》第二条之规定，网络出版服务是指通过信息网络向公众提供网络出版物。在业务开展过程中，虽然形式上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》，但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，相关数字内容亦均由发行人提供，发行人系提供网络出版服务的主体。

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。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》。”

发行人已取得“（署）网出证（京）字第 027 号”《网络出版服务许可证》，证载业务范围为“出版与中国境内已出版的出版物内容相一致的数字化作品”。

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。2021年1月14日，北京市新闻出版局出具《证明》，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，“点众科技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、规范性文件受到我局处罚”。

综上所述，发行人通过子公司上传前述应用程序或快应用并曾以相应子公司名义签署用户协议，但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，后台运营服务及作品内容均由发行人提供；北京市新闻出版局已出具《证明》确认“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”，且发行人已取得《网络出版服务许可证》；发行人及其各子公司均已取得开展业务应获取的全部业务资质；报告期内，发行人及上述子公司的前述行为已为主管部门知悉，未有因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等相关法律法规受到主管部门处罚；其子公司不存在因被认定为未获得《网络出版服务许可证》的情况下提供相关服务而被关停、被处罚的风险，前述情形不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响，不构成发行人本次发行上市的实质法律障碍。

5、相关情形是否已整改、整改措施、整改后业务运行框架及合规性、整改对发行人运营中的APP及快应用产品、上架书籍数量等产生的影响

在现场督导期间，经发行人与督导组沟通，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，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。上述措施不会对APP及快应用产品、上架书籍数量等产生影响。

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，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。上述措施不会对APP及快应用产品、上架书籍数量等产生影响。

根据2021年1月14日，北京市新闻出版局出具的《证明》，北京市新闻出

版局知悉发行人变更相关《用户协议》签署主体，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、规范性文件等受到该局处罚。

发行人的实际控制人陈瑞卿、何春虹已出具书面承诺，如发行人的子公司因未取得《网络出版服务许可证》受到主管部门处罚，给发行人或其子公司造成损失的，由其承担补偿责任。

综上所述，发行人已采取上述措施进一步明确提供网络出版服务的主体为发行人，不存在因子公司未取得《网络出版服务许可证》而受到损失的风险；上述措施未对发行人运营中的 APP 及快应用产品、上架书籍数量等产生不利影响。

（二）结合内容审查机制、工作流程及其有效性，补充披露经发行人系统审核的数字阅读内容仍涉嫌存在淫秽色情内容的原因，就相关淫秽色情内容的整改措施，整改后发行人内容审核系统的有效性，整改是否仅将相关作品下架、下架作品的后续处理方式（包括买断作品、分成作品的处理方式，相关作品是否在下架后仍就前期付费阅读收益与相关方进行分成等），发行人前期因涉嫌淫秽色情而下架的作品数量及收入金额，报告期内发行人数字阅读内容存在涉淫秽色情内容是否涉嫌违反《治安管理处罚法》《刑法》等相关法律法规的情形，是否构成重大违法违规，是否构成本次发行上市的法律障碍。

1、题述作品不存在淫秽色情等违规内容

在保荐机构及发行人律师的见证下，发行人向北京市新闻出版局申请，对题中所述涉嫌淫秽色情内容的作品《倾城丑妃》《嫡女狂妻》是否存在淫秽色情或其他不符合监管要求的内容进行鉴定，北京市新闻出版局于 2020 年 12 月 1 日出具“京新出鉴字[2020]B1315”《北京市新闻出版局出版物审查鉴定意见书》，“北京市新闻出版局组织网络文学审读专家对以上两部作品内容进行认真审读。鉴定意见：经审读《倾城丑妃》、《嫡女狂妻》两部作品未发现明显违规内容。”

此外，保荐机构、发行人律师在发行人运营 APP 中通读了上述两部作品，认为其中不存在涉嫌淫秽色情的违规内容。

2、发行人内容审查机制、工作流程及其有效性

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，发行人内容审核系统流程情况如下：

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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,发行人的内容审查机制、工作流程能够有效实施。

3、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

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,并经保荐机构及发行人律师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。

4、报告期内,发行人不存在因涉嫌淫秽色情而下架作品的情况

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,发行人不存在因涉嫌淫秽色情而下架作品的情况。

综上所述,题述作品不存在淫秽色情等违规内容;发行人的内容审查机制、工作流程能够有效实施,经发行人系统审核的数字阅读内容不存在淫秽色情内容;报告期内,发行人不存在因涉嫌淫秽色情而下架的作品的情况,亦不存在因数字作品存在涉淫秽色情内容而涉嫌违反《治安管理处罚法》《刑法》等相关法律法规的情形。

(三) 补充披露对相关事项进行整改的具体内容,下架APP、快应用、数字阅读作品的数量,发行人产品及数字阅读内容数量是否因整改而较报告期初发生较大变化,相关产品、作品的整改和下架是否对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

1、补充披露对相关事项进行整改的具体内容

(1) 就题述部分子公司未获得《网络出版服务许可证》情形,为进一步明

确发行人与子公司之间的权利、义务关系，发行人已采取相应的整改措施，详见本题前文所述；上述措施未下架 APP 及快应用产品、亦不涉及下架相关作品的情况。对前述事项的披露内容参见本题回复之“（一）”。

（2）题述部分作品涉嫌淫秽色情情形，因发行人上线作品均已经内容审核流程审核，且相关审核流程有效，不存在淫秽色情内容，无需整改，发行人不存在因淫秽色情内容整改而下架 APP 及快应用产品，或下架相关作品的情形。

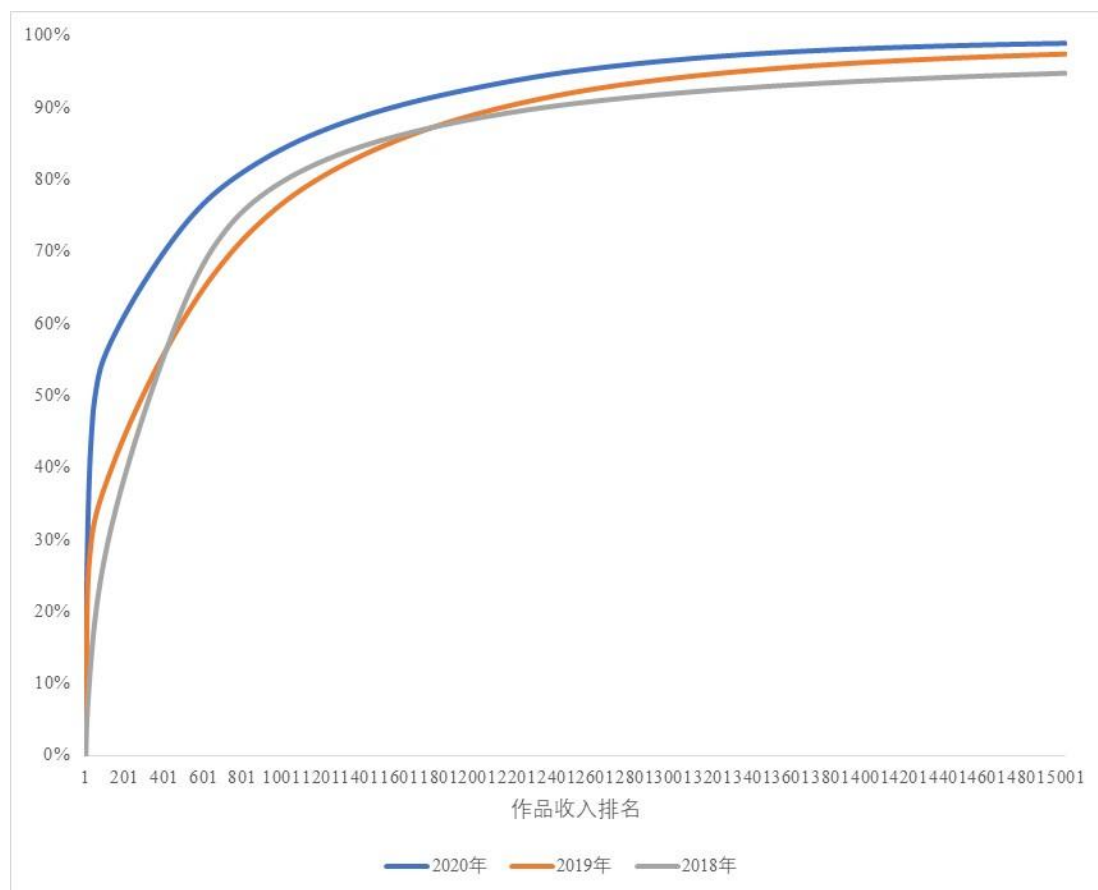
2、发行人数字阅读内容数量下降的具体情况

发行人产品及数字阅读内容数量不存在因整改而较报告期初发生较大变化的情况，但 2019 年底，因行业特性和发行人运营策略等原因，发行人将大量基本未贡献收入的书籍暂时下架（入库），发行人上架作品数量由 2019 年 9 月的 7 万余册下降至 1 万余册，2020 年逐渐增加至 2.2 万余册。该等作品下架，未对发行人持续经营能力造成重大不利影响，具体如下：

根据发行人书单收入情况，2020 年度发行人上架书籍实现销售收入 17.00 亿元，实现净利润 2.74 亿元，期间实现收入大于 100 元的书籍数量合计为 17,315 本，占有所有书籍实现收入的 99.97%。

随着数字阅读行业的发展，以及数字阅读用户的增长，作品的“二八效应”愈发显现，读者的关注度主要集中在头部作品，头部作品对于数字阅读服务企业的收入影响显著。除头部作品外，其他书籍的收入呈长尾效应，这些长尾书籍虽然数量众多，但对收入的整体影响远不及量少的头部作品。发行人覆盖的头部作品和其流量分发能力已经足以支撑其收入规模及未来的稳定增长。

报告期内，发行人作品收入排名与其收入占比情况如下所示：



由此可以看出，发行人头部作品占收入的比重较大，排名前 1,000 的作品即可占收入的 70% 以上，而且其他书籍对收入的贡献度呈长尾分布。因此，上架作品的减少不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

综上所述，发行人产品及数字阅读内容数量不存在因整改而较报告期初发生较大变化的情形；因行业特点、运营策略等原因，2020 年发行人上架作品数量减少，亦不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

(四) 结合“免费小说大全”“西瓜免费小说”等产品各板块的具体内容, 产品推广宣传用语情况等, 补充披露相关产品在宣传过程中是否存在违反《广告法》进行虚假宣传的情形, 是否存在法律风险, 是否进行整改及整改措施, 整改后相关产品系付费还是免费, 是否因整改影响发行人业务收入。

1、“免费小说大全”“西瓜免费小说”等产品各板块的具体内容, 产品推广宣传用语情况

在业务发展过程中, 发行人采取了阅读类 APP 产品矩阵的运营策略, 在该种策略下, 通过多个 APP 可以触达更多阅读用户, 进而更有利于公司阅读业务的发展。在数字阅读行业中, “免费”或者“免费阅读”等产品字样同样可以实现更好地触及用户。基于上述原因, 发行人推出了不同冠有“免费”字样的产品, 如“免费小说大全”、“免费小说快读”、“免费小说吧”等。在该等含“免费”字样产品的书城标签中, 均设有免费专区及限时免费专区, 用户可以对该专区中的内容进行免费阅读或限时免费阅读; 在书架标签中亦设有免费专区, 免费专区中设有重磅免费、免费秒杀、新书免费、大神免费等免费模块, 同时发行人在免费专区设小编推荐栏目, 推荐付费阅读的新书作品。经核查, 发行人的产品均不存在题述免费专区未提供任何免费书籍的情形。

“西瓜免费小说”系发行人于 2018 年 8 月推出的 APP 产品, 该产品上线之初主打“免费+广告”模式, 通过免费提供小说阅读服务积累用户, 并基于产品积累的用户资源, 为各类商业广告客户提供广告营销服务, 并收取广告营销费用。由于受到宏观经济环境的影响, 移动互联网广告行业的增速在 2019 年有所放缓, 该产品的广告营销收益亦受到的一定影响, 故发行人进行了运营策略调整, 开始提供付费阅读服务。但运营部门未及时修改应用商店关于“全站免费”的宣传语。2020 年“西瓜免费小说”实现收入 121.49 万元, 占营业收入的 0.07%, 不是发行人主要贡献收入的 APP 产品。

2、补充披露相关产品在宣传过程中是否存在违反《广告法》进行虚假宣传的情形, 是否存在法律风险, 是否进行整改及整改措施, 整改后相关产品系付费还是免费, 是否因整改影响发行人业务收入

根据《中华人民共和国广告法》第二十八条之规定: “广告有下列情形之一

的，为虚假广告：

①商品或者服务不存在的；

②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；

③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；

④虚构使用商品或者接受服务的效果的；

⑤以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。

经核查，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情况不符的情形。

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，不构成《中华人民共和国广告法》第二十八条所述的服务的价格与实际情况不符，对消费者购买行为有实质性影响等属于虚假广告的情形。

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;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。

中介机构说明:

(一)说明对发行人及其各子公司业务合法合规性(包括但不限于业务经营范围、经营内容、数字阅读内容合法性、广告宣传等方面)的具体核查方法、核查过程、核查比例及核查结论,相关核查证据是否能够支撑核查结论。

对发行人及其各子公司业务合法合规性(包括但不限于业务经营范围、经营内容、数字阅读内容合法性、广告宣传等方面)的说明参见本题回复之“发行人说明”之“(一)”、“(二)”、“(三)”、“(四)”。

针对题中所述的,会计师获取并查验了发行人及各子公司的工商登记档案及营业执照,并在国家企业信用信息公示系统查询;获取并查验了发行人及各子公司的主要业务合同及发行人与子公司之间的交易合同;获取并查验了发行人及各子公司取得的业务资质、许可文件;查阅了《出版管理条例》《互联网信息服务管理办法》《网络出版服务管理规定》等行业相关法律法规及规范性文件;走访北京市新闻出版局及北京市文化市场综合执法总队,了解行业监管政策及发行人、子公司的合规经营情况;查阅了新闻出版、文化执法等主管部门出具的证明文件;查出发行人及其子公司名下APP、快应用的软件著作权及系统后台;查阅了中企瑞铭的签约作者名单,抽查了中企瑞铭与部分个人作者签订的授权协议,并查阅了该等协议的模板以及发行人与主要内容提供方签订的数字版权合作协议;取得了发行人出具的发行人及各子公司业务经营范围、经营内容及其合规性的书面说

明；查阅发行人子公司名下各 APP 及快应用的用户协议；见证发行人向北京市新闻出版局申请对自系统后台直接导出的作品《倾城丑妃》《嫡女狂妻》内容是否存在淫秽色情内容进行鉴定，并查阅北京市新闻出版局的鉴定意见；在发行人运营 APP 中通读相关作品；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；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；抽查了部分机器扫描过滤敏感词的结果；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；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；访谈发行人的主要编辑及运营部门负责人；在发行人上传产品的各大应用商店查询发行人旗下各应用程序的宣传语，并下载核查应用程序内各标签、模块提供的作品收费情况；访谈发行人产品负责人，并查阅了发行人就相关事项出具的书面说明，了解相关产品及宣传情况；查阅《中华人民共和国广告法》；发行人整改后，在发行人上传产品的各大应用商店查询发行人旗下的各应用程序的宣传用语；在国家企业信用信息公示系统、信用中国（北京）网站查询；查阅了发行人实际控制人出具的书面承诺。

经核查，会计师认为，发行人及其子公司具备从事各自业务所必要的业务资质；中企瑞铭作为发行人原创作品签约主体，拥有数字内容版权，并与发行人的其他内容供应商一样，同发行人签订数字版权合作协议，将其作品的网络传播权授权给发行人；发行人的其他子公司均无数字内容版权；发行人取得中企瑞铭及其他内容供应商（即作品版权方）的合法授权，通过发行人自有或子公司名下上述产品向公众提供网络出版物；发行人通过子公司上传前述应用程序或快应用并曾以相应子公司名义签署用户协议，但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，后台运营服务及作品内容均由发行人提供；北京市新闻出版局已出具《证明》确认“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”，且发行人已取得《网络出版服务许可证》；发行人及其各子公司均已取得开展业务应获取的全部业务资质；报告期内，发行人及上述子公司的前述行为已为主管部门知悉，未有因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等相关法律法规受到主管部门处罚；其子公司不存在因被认定为

未获得《网络出版服务许可证》的情况下提供相关服务而被关停、被处罚的风险，不构成发行人本次发行上市的实质法律障碍；发行人已采取相关措施进一步明确提供网络出版服务的主体为发行人，不存在因子公司未取得《网络出版服务许可证》而受到损失的风险；上述措施未对发行人运营中的 APP 及快应用产品、上架书籍数量等产生不利影响；题述作品不存在淫秽色情等违规内容；发行人的内容审查机制、工作流程能够有效实施，经发行人系统审核的数字阅读内容不存在淫秽色情内容；报告期内，发行人不存在因涉嫌淫秽色情而下架的作品的情况，亦不存在因数字作品存在涉淫秽色情内容而涉嫌违反《治安管理处罚法》《刑法》等相关法律法规的情形；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；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；会计师对发行人及其各子公司业务合法合规性（包括但不限于业务经营范围、经营内容、数字阅读内容合法性、广告宣传等方面）的核查证据充分，能够支撑核查结论。

（二）结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关内容，逐项说明上述相关事项对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响并发表明确意见。

《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》中关于影响发行人持续经营能力的重要情形是否涉及题中所述事项的说明具体如下：

《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》中关于影响发行人持续经营能力的重要情形	发行人相关情况说明
(一) 发行人所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响存在重大不利变化风险；	中介机构查阅了相关法律法规、行业发展规划及相关行业报告，经核查，发行人所处行业不存在国家政策限制，发行人已经取得了相关资质并且提供的数字内容符合主管部门的审核标准，不存在重大不利变化的风险
(二) 发行人所处行业出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况；	中介机构查阅了行业发展规划、相关行业报告及同行业相关公司的经营情况，经核查，发行人所处行业不存在周期性衰退、产能过

	剩、市场容量骤减、增长停滞等情况
(三) 发行人所处行业准入门槛低、竞争激烈，相比竞争者发行人在技术、资金、规模效应方面不具有明显优势；	中介机构查阅了行业发展规划、相关行业报告及同行业相关公司的经营情况，同时对发行人进行了全面的尽职调查，经核查，发行人所处行业具备一定的准入门槛，发行人已经取得相关资质，并且不存在在技术资金、规模效应方面不具有明显优势的情况
(四) 发行人所处行业上下游供求关系发生重大变化，导致原材料采购价格或产品售价出现重大不利变化；	中介机构查阅了行业发展规划、相关行业报告及同行业相关公司的经营情况，并结合发行人报告期内的经营情况，经核查，发行人所处行业上下游供求关系未发生重大变化
(五) 发行人因业务转型的负面影响导致营业收入、毛利率、成本费用及盈利水平出现重大不利变化，且最近一期经营业绩尚未出现明显好转趋势；	中介机构对发行人进行了全面的尽职调查以及严格的审计程序，经核查，发行人不存在业务转型的情况
(六) 发行人重要客户本身发生重大不利变化，进而对发行人业务的稳定性和持续性产生重大不利影响；	中介机构对发行人主要客户采用函证、现场走访以及利用公开查询软件进行检索的方式进行查询，经核查，发行人重要客户未发生重大不利变化
(七) 发行人由于工艺过时、产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降、重要资产或主要生产线出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩；	中介机构对发行人进行了全面的尽职调查，经核查，发行人不存在工艺过时、产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降、重要资产或主要生产线出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩的情况
(八) 发行人多项业务数据和财务指标呈现恶化趋势，短期内没有好转迹象；	中介机构对发行人执行了严格的审计程序，经核查，发行人业务数据和财务指标均呈良好发展趋势
(九) 对发行人业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术存在重大纠纷或诉讼，已经或者未来将对发行人财务状况或经营成果产生重大影响。	中介机构通过公开信息检索，走访主管部门及法院的方式核查，经核查，发行人商标、专利、专有技术、软件著作权等重要资产或技术不存在重大纠纷或诉讼
(十) 其他明显影响或丧失持续经营能力的情形。	中介机构对发行人执行了全面的尽职调查和严格的财务审计及信息系统审计程序，并结合行业发展前景进行分析，经核查，发行人不存在其他明显影响或丧失持续经营能力的情形

经核查，题中所述相关事项不涉及前述对发行人持续经营能力构成重大不利影响的情形，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》所述对发行人持续经营能力构成重大不利影响的情形，相关事项对发行人持续经营能力的影响参见本题回复之“发行人说明”之“(一)”、“(二)”、“(三)”、“(四)”及“中介机构说明”之“(一)”。

(三)说明上述事项是否构成本次发行上市的法律障碍、以及对相关中介机构前次核查结论产生的影响,相关中介机构在核查中是否保持必要的职业怀疑和执业谨慎、前次核查是否获取充分有效的核查证据、是否影响对相关申请文件真实、准确、完整性的判断,是否审慎发表核查意见,相关中介机构是否存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形等进行核查并发表明确意见。

基于前述核查,相关事项不构成本次发行上市的法律障碍、未对中介机构前次核查结论产生的影响,中介机构在核查中保持必要的职业怀疑和执业谨慎,前次核查获取的核查证据充分有效,不影响对相关申请文件真实、准确、完整性的判断,相关中介机构审慎发表意见,不存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形。

问题四及回复

4. 关于其他事项。保荐业务现场督导发现：

(1) 发行人未能获取同行业其他公司可比口径用户数据，而是将其 APP 客户端产品和快应用用户合计数与同行业其他公司 APP 客户端产品用户数据进行比较，并得出自身处于行业第一梯队的结论。

(2) 对于 2017 年与 2018 年推广成本，保荐人除通过手工方式，核查了发行人前十大渠道推广商的获客成本外，难以准确取得各渠道推广商单个付费用户的获客成本数据。保荐人未对发行人 2017 年与 2018 年获客成本的不可追溯性予以充分披露。

(3) 根据相关材料，保荐人对发行人版权成本完整性的核查程序包括“抽查报告期收入较高的作者与发行人签订的协议、结算方式、会计处理、结算单据、银行支付凭证”。保荐人工作底稿中未见会计处理、结算单据、银行支付凭证等材料，实际执行的核查程序与披露不一致。

请发行人：

(1) 结合行业第三方机构统计口径、分析报告及排名情况，客观、公允地披露发行人的行业地位和行业排名。

(2) 结合信息系统核查情况、系统信息记录情况等，分析并披露前期相关反馈回复及申报材料中披露的 2017 年、2018 年各渠道推广商付费用户获客成本的真实性、准确性，相关数据是否不可追溯，如是，请说明仍对相关情况进行计算并披露的合理性。

请保荐人、申报会计师：

(1) 说明对发行人行业地位的核查方法、核查过程及核查结论，前期信息披露及举报核查回复中是否存在信息披露不真实、不准确、不完整或对投资者产生误导的情形。

(2) 说明对 2017 年、2018 年各渠道推广商单个付费用户获客成本的核查过程、核查内容、核查方法、核查结论，获取的核查证据是否能够支撑相关结论，核查结论的充分性、准确性；是否需对前期信息披露内容进行调整或修改。

(3) 对前期核查过程及核查结论进行充分自查, 说明除前述情形外, 是否存在执行的核查程序与披露不一致的情况, 出现上述情况的原因, 相关中介机构是否存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形, 并发表明确意见。

回复:

发行人说明:

(一)请发行人结合行业第三方机构统计口径、分析报告及排名情况, 客观、公允地披露发行人的行业地位和行业排名。

1、对于发行人市场排名的披露情况

点众科技为国内数字阅读行业主要企业之一, 在发展过程中, 得到了市场、行业和主管部门的认可, 主要体现在如下几个方面:

(1) 市场的认可

点众科技是华为软件技术有限公司(以下简称“华为”)手机阅读全球战略合作伙伴之一。根据 IDC 数据, 2018 年华为手机出货量全球位列第三、国内位列第一。点众科技凭借良好的产品用户体验和出色的运营能力, 获得“华为终端-最佳合作伙伴”, 并于 2018 年成为华为手机阅读业务全球战略合作伙伴三家(掌阅科技、阿里文学、点众科技)之一。2018 年底, 公司开发的华为阅读客户端已完成开发并交付, 预装该客户端的华为手机已于 2019 年初开始逐步出货(2020 年华为手机阅读业务全球战略合作伙伴进一步集中为掌阅科技和点众科技两家)。

(2) 行业协会的认可

根据中国音像与数字出版协会、中国新闻出版研究院²等单位联合发布的《中国网络文学发展报告》(2017-2018), 数字阅读行业中的主要企业包括阿里文学、咪咕阅读、阅文集团、掌阅科技、百度文学、点众科技、上海元聚、搜狗阅读、多看阅读及网易文学等。点众科技为数字阅读行业主要企业之一。此外, 根据杨烁³主编、社会科学文献出版社出版的《2017-2018 北京网络文学发展报告》, 点众科技为北京市十家代表性数字阅读企业之一。

² 中国音像与数字出版协会、中国新闻出版研究院的主管单位均为中共中央宣传部出版局

³ 杨烁: 现任北京市广播电视局党组书记、局长。

(3) 主管部门的认可

作为国内数字阅读代表企业之一，点众科技 2018 年、2019 年连续两年受邀参加由中央宣传部、文化和旅游部、商务部、国家广电总局、广东省人民政府等联合主办的中国（深圳）国际文化产业博览交易会。

2018 年 12 月，“庆祝改革开放 40 周年大会”在北京人民大会堂召开。点众科技董事长兼总经理陈瑞卿先生作为数字阅读企业代表之一参加了会议。

(4) 市场排名情况

根据易观发布的《中国移动阅读市场年度综合分析 2020》，其对市场主要数字阅读 APP 进行了排名，具体如下：

梯队	排名	企业名称（简称）	主要 APP
第一梯队 (用户规模 5,000 万以上)	1	阅文集团	QQ 阅读
	2	掌阅	掌阅
	3	咪咕数媒	咪咕阅读
	4	趣头条-掌端科技	米读小说
第二梯队 (用户规模 2,000 万至 5,000 万)	5	七猫文化传媒	七猫免费小说
	6	连尚文学	连尚免费阅读
	7	今日头条-阅读无限	番茄免费小说
	8	魔力红	疯读小说
	9	宜搜科技-宜搜小说	宜搜小说
	10	元聚网络-追书神器	追书神器免费版
	11	阿里文学	书旗小说
第三梯队 (用户规模 500 万至 2,000 万)	12	纵横文学	熊猫看书
	13	中企瑞铭	小说阅读吧

	19	点众科技	快看小说

易观虽然在其报告中表述已将同一集团下各 APP 产品合并计算，但如上表所述，发行人子公司中企瑞铭及发行人分列第 13 名和第 19 名，未被合并计算；此外，发行人执行多产品发展策略，阅读类 APP 产品主要包括“快看小说”、“免费小说大全”、“小说阅读吧”、“点众阅读”、“免费小说全集”、“热门小说大全”、“小说大全（繁体版）”、“西瓜免费小说”等以及其对应的快应用，还包括发行人与推广渠道合作，由合作方在应用商店上传，由发行人实际运营的 APP，如“阅

读”（华为点众合作版）等。上述产品的上传主体包括发行人及其子公司、合作公司（如华为），因此易观难以完全统计发行人所有产品；再者，易观仅是对 APP 产品（且不包含快应用）进行排名，掌阅科技的产品主要为 APP 产品，而发行人除易观统计的 APP 产品外，还有快应用 APP 产品、H5 网站产品和运营支撑业务等，2017 年和 2018 年发行人自有 H5 产品的收入占发行人互联网数字阅读服务收入的比例均超过 50%，2019 年发行人快应用 APP 产品占据主流手机厂商应用商店-快应用-新闻阅读分类中的绝对领先地位（如在华为应用商店-快应用-新闻阅读类排名第一⁴），上述产品的用户未被纳入易观的统计之中。

根据发行人服务器统计数据，发行人快应用、APP 产品（不含快应用）和自有 H5 网站在 2019 年第四季度的用户规模分别为 4,129.49 万人、2,728.64 万人和 389.02 万人，2020 年第四季度的用户规模分别为 **4,824.47 万人、2,717.87 万人和 127.77 万人**。

2、对于前期披露情况的修订说明

对于上文“（4）市场排名情况”，中介机构原披露内容为“（4）市场排名位于前列”，并根据易观《中国移动阅读市场年度综合分析 2020》对于阅读平台的划分标准，结合发行人服务器自记录数据，得出“发行人目前已位居市场第一梯队”的结论。基于更为审慎的考虑，对相关内容进行了修改。

（二）请发行人结合信息系统核查情况、系统信息记录情况等，分析并披露前期相关反馈回复及申报材料中披露的 2017 年、2018 年各渠道推广商付费用户获客成本的真实性、准确性，相关数据是否不可追溯，如是，请说明仍对相关情况进行计算并披露的合理性。

新增用户在通过渠道推广商使用发行人产品时，会被标记上相应的渠道编码（渠道 ID）。虽然在发行人早期业务发展时，存在同一产品的渠道 ID 在不同时间段对应不同渠道推广商的情况，但是根据结算系统或结算单中记录的供应商结算明细，按照时间维度匹配相应的渠道 ID，可以精准的匹配某一年度不同期间的供应商与渠道 ID 对应关系，即可以对各渠道推广商付费用户进行追溯。2018

⁴ 核查时间为 2020 年 7 月 24 日。

年底发行人建立了供应商渠道管理后台，相关管理人员通过该管理后台登记渠道 ID 分配信息及对应供应商信息，进一步确保了对应关系的准确性以及相关付费用户情况的可追溯性。

但随着发行人在 2018 年在 H5 业务的发展以及在微信推广上的投入加大，合作的供应商数量增加，加之在 2018 年发行人更多的采用 CPS 分成模式与推广供应商进行结算，需要的渠道 ID 数量大幅度上升，增加了渠道 ID 与供应商之间的匹配难度。故而后续会计师在对推广效果统计进行复核时发现 2018 年前十大供应商的付费用户统计上存在少量匹配错误的情况。发行人及中介机构对问询回复中涉及 2018 年付费用户及获客成本的内容进行了修订，具体如下：

1、一轮问询问题二之“（一）关于推广成本”之“3”中 2018 年前十大推广商单位推广支出带来的新增用户充值金额情况：

修订前：

项目	推广支出（万元）	新增充值金额（万元）	单位推广支出带来的新增充值金额
2018 年	18,679.54	20,627.41	1.10

修订后：

项目	推广支出（万元）	新增充值金额（万元）	单位推广支出带来的新增充值金额
2018 年	18,679.54	19,993.12	1.07

上述修订不会对财务数据产生任何影响，亦不会对单个供应商结算金额、推广成本构成任何影响，仅会对个别供应商推广效果指标产生一定影响，不构成重大差异，不会对投资人或者招股书阅读者产生误导。

中介机构说明：

（一）请保荐人、申报会计师说明对发行人行业地位的核查方法、核查过程及核查结论，前期信息披露及举报核查回复中是否存在信息披露不真实、不准确、不完整或对投资者产生误导的情形

申报会计师通过查阅行业研究报告、发行人的获奖情况等方式对发行人的市场地位进行核查，经核查，点众科技为国内数字阅读行业主要企业之一，在发展过程中，得到了市场、行业和主管部门的认可，具体参见本题回复之“发行人说

明”之“(一)”。对于前期信息披露及举报信回复内容，均为根据上述资料进行的判断，不存在信息披露不真实、不准确、不完整或对投资者产生误导的情形。处于更为审慎的考虑，中介机构对相关披露内容进行了修改并完善了相关表述。

(二) 请保荐人、申报会计师说明对2017年、2018年各渠道推广商单个付费用户获客成本的核查过程、核查内容、核查方法、核查结论，获取的核查证据是否能够支撑相关结论，核查结论的充分性、准确性；是否需对前期信息披露内容进行调整或修改

申报会计师通过函证、现场走访、核查结算单据及结算后台的方式，确认了发行人各推广渠道的推广金额的准确性；保荐机构及IT审计机构根据渠道ID与供应商的匹配关系，对对应期间各推广渠道推广带来的总新增用户数与发行人统计的推广新增数据进行验证，经验证，快看小说及H5产品在2017年的新增用户数差异分别为0.38%、0.02%，2018年的新增用户数差异分别为-0.07%、-0.04%，保证了发行人推广渠道的完整性及整体数据的准确性；申报会计师按照公司提供的对照关系统计各个渠道推广商的获客成本等推广效果进行分析、对比。

本次现场督导过程中，在复算过程中发现对照表中存在对应关系错误的情况，对于2017、2018年的主要推广渠道供应商，保荐机构及IT审计机构重新核验了发行人前十名供应商的渠道ID与供应商之间的拆分过程，确认其拆分过程准确，复核企业自行统计的前十供应商数据的核对过程表，进一步保证了数据的准确性。申报会计师认为相关渠道推广商的单个付费用户获客成本的计算分析可以有效反应发行人的推广效果。上述对照关系的匹配错误并不会对财务数据产生任何影响，亦不会对单个供应商结算金额、推广成本构成任何影响，仅会对个别供应商推广效果指标产生一定影响，不构成重大差异，不会对投资人或者招股书阅读者产生误导。

经核查，会计师确认相关渠道推广付费用户的获客成本准确，可以有效反应发行人的推广效果，相关核查结论充分、准确，前期对照关系的匹配错误不会对信息披露结论、核查结论构成实质影响，目前已经调整并更正，对前期信息披露的内容的修订参见本题回复之“发行人说明”之“(二)”。

(三) 请保荐人、申报会计师对前期核查过程及核查结论进行充分自查，说明除前述情形外，是否存在执行的核查程序与披露不一致的情况，出现上述情况的原因，相关中介机构是否存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形，并发表明确意见

对于发行人供应商的核查底稿中，会计师将报告期各期前十大供应商的记账凭证、结算单据、银行回单等进行抽凭同时归档相关底稿，如相关版权供应商属于当期发行人前十大供应商之一则对相关底稿进行归档。除了对发行人供应商的核查外，会计师亦对版权成本进行了专项核查，对相关版权成本的结算单据进行了核查，并形成了《关于点众科技版权核查情况的报告》，归入工作底稿中。前述报告中记录了版权抽查的情况，但中间和核查过程未归纳到工作底稿中。在本次督导过程中，会计师对相关底稿进行了补充归档。因此不存在核查程序与披露不一致的情况。

申报会计师对前期核查过程及核查结论进行充分自查，确认除前述情形外不存在执行的核查程序与披露不一致的情况。会计师通过本小题以及本题中介机构说明中“(一)”、“(二)”中的补充核查程序对相关事项进行复核验证，为保证信息披露的准确性，修订了相关内容，相关修订内容不影响核查结论，不会对投资者的判断构成重大影响，中介机构不存在违反《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关规则的情形。

(本页无正文, 为《北京点众科技股份有限公司与大华会计师事务所(特殊普通合伙)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二轮审核问询函之回复》之签字盖章页)


北京点众科技股份有限公司
二〇二一年六月十日

（本页无正文，为《大华会计师事务所（特殊普通合伙）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二轮审核问询函之回复》之签章页）

专此说明，请予察核。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：



陈伟



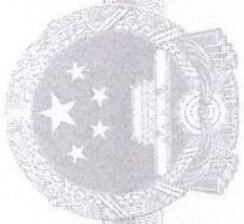
中国注册会计师：



迟国栋



二〇二一年六月十日



营业执照

(副本)(7-1)



扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息

统一社会信用代码
91110108590676050Q



名称 大华会计师事务所(普通合伙)
类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 梁春, 杨雄

经营范围 审查企业会计报表, 出具审计报告; 验证企业资本, 出具验资报告; 办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务, 出具有关报告; 基本建设年度财务决算审计; 代理记账; 会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训; 法律、法规规定的其他业务; 无(市场主体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; 不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

成立日期 2012年02月09日
合伙期限 2012年02月09日至长期
主要经营场所 北京市海淀区西四环中路16号院7号楼1101

此件仅用于业务报告专用, 复印件无效



登记机关

2020年09月27日

证书序号: 0000093

说明

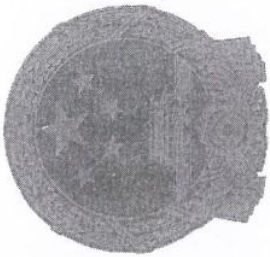
- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关:

二〇一七年 十月 十七日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所

执业证书



名称: 大华会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 梁春

主任会计师:

经营场所: 北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010148

批准执业文号: 京财会许可[2011]0101号

批准执业日期: 2011年11月03日



姓名: 陈伟
 Full name: 陈伟
 性别: 男
 Sex: 男
 出生日期: 1982-11-01
 Date of birth: 1982-11-01
 工作单位: 北京兴华会计师事务所有限责任公
 Working unit: 北京兴华会计师事务所有限责任公
 身份证号码: 341224198211010012
 Identity card No.: 341224198211010012



姓名: 陈伟
 证书编号: 110000102676
 Validity: 2018-05-11



2017-03-31



2016.6.8



2016.5.21



2012年2月15日

年度: 2015
 Annual Re: 2015
 本证书有效期为一年。
 This certificate is valid for one year after this renewal.
 2015-04-01

证书编号: 110000102676
 No. of Certificate: 110000102676
 批准注册协会: 北京注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs: Beijing Institute of CPAs
 发证日期: 2015年4月16日
 Date of Issuance: 2015年4月16日

注册会计师工作单位变更事项登记
 Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
 Agree the holder to be transferred from

转出协会盖章
 Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

2012年12月15日

同意调入
 Agree the holder to be transferred to

转入协会盖章
 Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

2012年12月15日



姓名: 范国栋
 Full name: 范国栋
 性别: 男
 Sex: 男
 出生日期: 1983-08-20
 Date of birth: 1983-08-20
 工作单位: 大华会计师事务所(特殊普通合伙)
 Working unit: 大华会计师事务所(特殊普通合
 伙)
 身份证号码: 371121198305203811
 Identity card No: 371121198305203811



年度检验登记
 Annual Renewal Register

姓名: 范国栋
 证书编号: 110101480378
 This certificate is valid
 this renewal. 2018-05-11

年 月 日
 Year Month Day



证书编号: 110101480378
 No. of Certificate: 110101480378
 批准注册协会:
 Authorized Institute of CPA 注册注册会计师协会
 发证日期: 2017 年 05 月 17 日
 Date of Issuance: 2017 Year Month Day

