

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

大华核字[2021]009217 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三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三轮审核问询函之回复	1- 43
----	---	-------

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

大华核字[2021]009217号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 12 月 22 日出具的《关于北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“《问询函》”）的要求，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. 关于收入和净利润变动。根据审核问询回复，2020 年 1-6 月发行人实现主营业务收入 84,106.09 万元，主营业务成本 66,548.64 万元，综合毛利率 21.30%，其中数字阅读业务毛利率 20.15%、版权运营毛利率 58.68%；发生销售费用 1,701.80 万元、销售费用率较 2019 年略有下降，研发费用 2,667.60 万元；营业利润 14,081.58 万元，营业利润率为 16.41%，高于掌阅科技、平治信息、阅文集团和中文在线。

请发行人：

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

(2) 结合行业发展趋势、发行人及同行业公司收入、成本（包括推广和版权成本）、期间费用情况等，量化分析并补充披露发行人 2020 年 1-6 月营业利润

率高于同行业可比公司的原因及其合理性、发行人较高的利润率是否可持续，是否存在下滑风险。

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

发行人 2020 年 1-6 月和 2020 年各主要业务的收入、成本、毛利情况及其同比变化情况如下：

单位：万元

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

	小计	3,205.94	41.90%	2,259.28	19.58	-99.15%	2,306.14
	毛利	163.65	-120.61%	-793.87	162.12	-115.51%	-1,044.98
	毛利率	4.86%	59.03%	-54.17%	89.22%	172.08%	-82.86%

(1) 各主要业务的收入变动情况

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

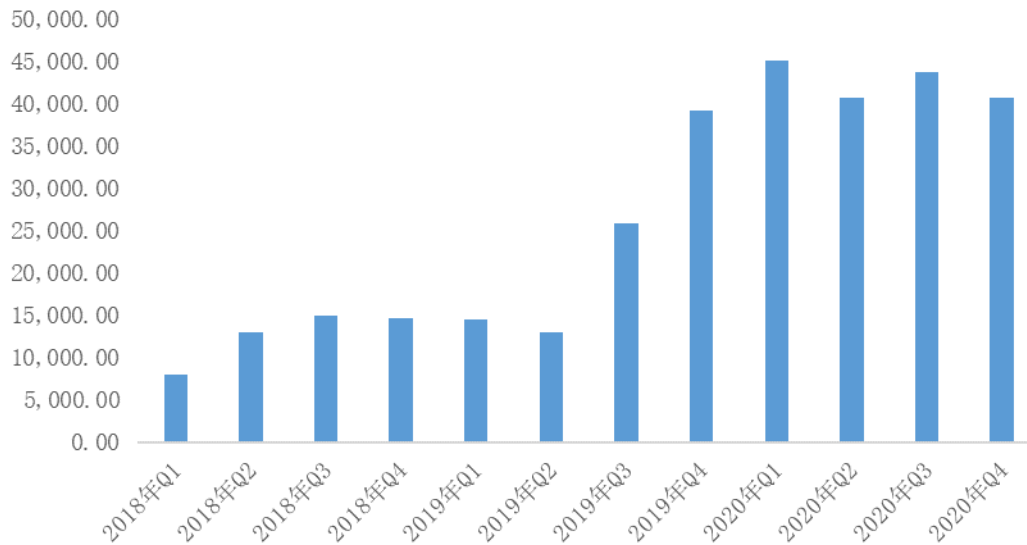
发行人 2020 年数字阅读业务、版权运营业务和增值服务业务收入分别为 161,876.17 万元、2,148.51 万元和 3,369.59 万元，各业务较 2019 年相比分别增长 84.72%、-33.56%和 129.94%，数字阅读业务和版权运营业务的变动情况与 2020 年上半年的同比变动情况相似，2020 年全年的增值服务业务收入较 2019 年有所增长系下半年发行人加大了基于华为阅读和快看小说的移动互联网广告业务发展力度。

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

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

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

发行人分季度营业收入（万元）



2019 年第三季度开始，发行人借助信息流渠道（尤其是今日头条和抖音）的快速发展，用头部作品通过客户端和快应用发展用户（尤其是下沉用户），持续加大信息流渠道推广的力度。2019 年上半年，发行人的渠道推广成本为 15,896.44 万元，2019 年下半年为 44,786.68 万元，较上半年增长 181.74%，推广投入的大幅增加，带来了用户规模和用户质量得到进一步提升，从而带动了数字阅读业务收入的快速增长，2019 年上半年，发行人移动阅读 APP 的充值用户数为 225.68 万人，而 2019 年全年的充值用户数为 810.76 万人。因此，相比 2019 年上半年，截至 2019 年末，发行人的用户规模已大幅增长，基于该用户规模基础，2020 年 1-6 月和 2020 年的数字阅读业务收入同比有所增长。

②发行人在 2020 年上半年和全年的渠道推广力度进一步加大

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

③因疫情影响，用户的阅读消费有所增加

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

④发行人的发展策略以及积累的运营经验支撑了业绩的增长

随着数字阅读行业外部生态环境的快速变化，发行人采用内容发展用户的战略抓住了两次关键的发展用户（尤其是下沉用户）的机会，从而保持了业务高速增长。第一次为随着微信生态的快速发展，发行人用头部作品通过 H5 网站发展用户。2017 年至 2018 年，随着微信生态的发展，尤其是微信公众号的快速发展，依托 H5 网站的运营经验和头部作品，发行人自有 H5 网站业务和运营支撑业务快速崛起，进一步吸引了更多的头部作品内容提供商和签约作者，为 2019 年、2020 年 1-6 月和 2020 年全年的业务高速增长奠定了坚实的基础。该业务模式主要通过头部作品在微信生态发展用户（尤其是下沉用户），发行人也因此积累了丰富的运营经验以及头部作品的引入、筛选和生产经验；第二次如上文所述，借助信息流渠道（尤其是今日头条和抖音）的快速发展，用头部作品通过客户端和快应用发展用户（尤其是下沉用户）。相关发展策略以及积累的运营经验支撑了 2020 年上半年和 2020 年全年的业绩增长。

⑤因快乐农夫的推广力度较大以及疫情影响，运营支撑服务收入有所增长

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

除上述主要原因外，行业外部利好因素以及内部投入的不断增加也促进了发行人 2020 年上半年和 2020 年全年数字阅读业务收入的增长。外部利好因素具体为国民阅读习惯的逐渐养成、移动阅读用户付费习惯的逐渐养成、数字阅读市场

规模的不断增长，在内部投入方面，发行人在数字阅读相关产品和技术方面的积累与投入不断增加、精细化运营能力不断提升、版权内容不断丰富、推广效率和力度持续提高。

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

(2) 各主要业务的成本变动情况

对于发行人的数字阅读业务，2020年1-6月的成本为66,005.97万元，较2019年1-6月增长282.58%，**2020年的成本为125,325.97万元，较2019年全年增长82.70%**，增长幅度较大，主要系发行人的渠道推广成本和版权成本大幅增长所致，其中**2020年1-6月的渠道推广成本和版权成本较2019年1-6月分别增长306.49%和223.53%，2020年全年的渠道推广成本和版权成本较2019年全年分别增长73.86%和152.31%**。渠道推广成本的增长主要是发行人自2019年三季度开始抓住信息流渠道发展的机会，持续加大渠道推广力度，因此带来了用户规模的增长，进而带动了收入规模的增长，而发行人的版权采购中又以分成版权采购为主，收入规模的增长，又导致了版权成本的增长。数字阅读业务的成本变动与收入变动整体具有匹配性。

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

对于发行人的增值服务业务，2020年1-6月的成本为19.58万元，较2019年1-6月减少99.15%。增值服务以移动互联网广告业务为主，主要来源于西瓜免费小说产品，发行人2020年1-6月基本停止了对西瓜免费小说的推广，导致当期增值服务的成本大幅减少，当期渠道推广成本仅为0.10万元，2019年1-6

月为 2,197.63 万元，亦因基本停止了对西瓜免费小说的推广，当期增值服务业务收入大幅下降，成本的变动与收入的变动整体具有匹配性。**2020 年全年的成本为 3,205.94 万元，较 2019 年全年增长 41.90%，主要系下半年发行人加大了基于华为阅读和快看小说的移动互联网广告业务发展力度。**

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

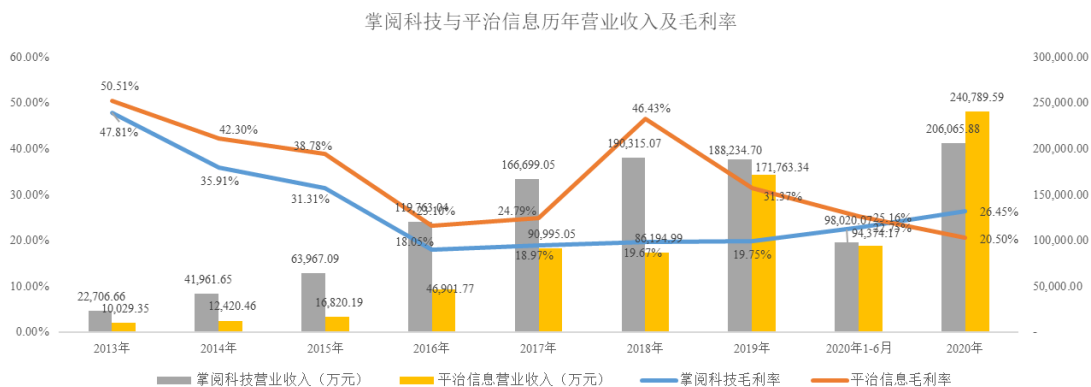
(3) 各主要业务的毛利及毛利率变动情况

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

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

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

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



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

(4) 与同行业可比公司的对比情况

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

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

信息进行对比，具体如下：

单位：万元

公司	业务	项目	2020年		2019年	2020年1-6月		2019年1-6月
			金额	增长率/ 变动	金额	金额	增长率/ 变动	金额
阅文集团	在线业务	收入	493,218.40	32.93%	371,041.80	249,540.50	50.10%	166,248.10
		成本	235,461.90	47.11%	160,061.00	114,624.70	62.97%	70,332.90
		毛利	257,756.50	22.17%	210,980.80	134,915.80	40.66%	95,915.20
		毛利率	52.26%	-4.60%	56.86%	54.07%	-3.63%	57.69%
	版权运营及其他	收入	359,351.70	-22.51%	463,734.90	76,480.10	-41.55%	130,847.00
		成本	193,700.60	-36.60%	305,513.40	38,264.70	-40.81%	64,647.20
		毛利	165,651.10	4.70%	158,221.50	38,215.40	-42.27%	66,199.80
		毛利率	46.10%	11.98%	34.12%	49.97%	-0.63%	50.59%
平治信息	移动阅读平台	收入	83,177.76	25.52%	66,265.28	36,395.55	26.43%	28,787.00
		成本	51,767.00	70.31%	30,395.06	19,605.61	120.26%	8,900.99
		毛利	31,410.76	-12.43%	35,870.22	16,789.94	-15.57%	19,886.01
		毛利率	37.76%	-16.37%	54.13%	46.13%	-22.95%	69.08%
	智慧家庭业务	收入	144,393.95	44.66%	99,816.68	56,556.93	-18.25%	69,185.25
		成本	129,092.31	55.44%	83,048.04	49,484.73	-16.00%	58,913.56
		毛利	15,301.64	-8.75%	16,768.65	7,072.19	-31.15%	10,271.69
		毛利率	10.60%	-6.20%	16.80%	12.50%	-2.34%	14.85%

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

单位：万元

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

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

平治信息**2020年1-6月**和**2020年全年**的移动平台收入**分别**同比上涨了**26.43%**和**25.52%**，也实现了一定增长，增速小于发行人和阅文集团，主要系平治信息主要发展H5网站数字阅读业务，随着发行人运营支撑服务合作伙伴快乐农夫和阅文集团在H5网站数字阅读领域推广投入的增加，市场的竞争有所加剧，故毛利率有所下滑，但整体仍高于发行人，主要系平治信息2018年收购郑州麦睿登和杭州有书后，其大力发展CPS分销业务，根据平治信息的公开信息，该业务下，其按照合同规定的比例收取相关的技术服务费和资源支持费，根据充值款项的约定分成比例确认收入，一般分成10%，因此该业务为按照扣除渠道成本的净额确认收入，故其毛利率较高。

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

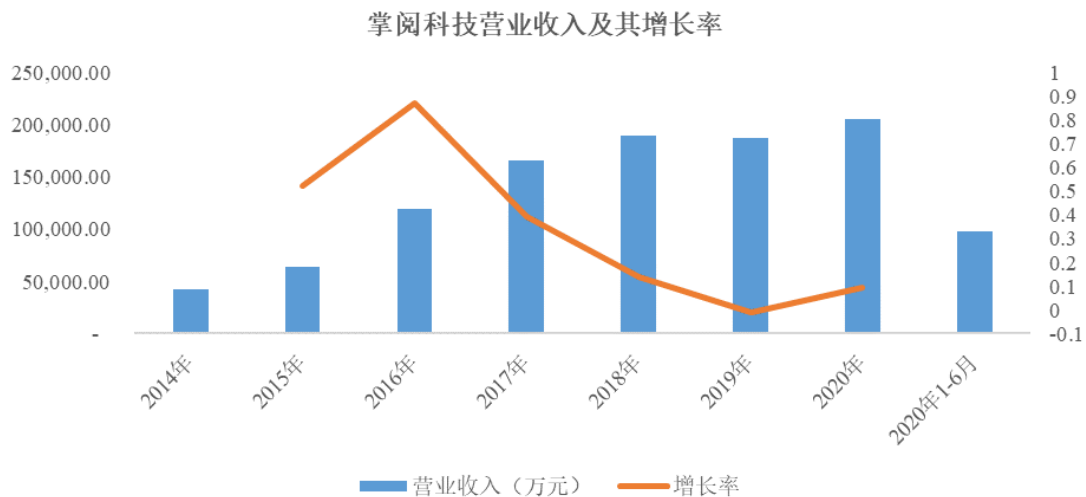
单位：万元

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

毛利	61,172.83	96.59%	31,116.63	28,154.67	87.49%	15,016.60
毛利率	62.68%	18.57%	44.11%	67.85%	24.00%	43.84%

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

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



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

(二) 发行人2020年1-6月和2020年营业利润率较高的原因

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

单位：万元

2020年1-6月										
项目	掌阅科技		平治信息		阅文集团		中文在线		发行人	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	98,020.07	100.00%	94,374.17	100.00%	326,020.60	100.00%	41,496.17	100.00%	85,786.09	100.00%
营业成本	53,680.57	54.76%	70,631.64	74.84%	152,889.40	46.90%	13,341.50	32.15%	67,509.75	78.70%
期间费用	33,916.11	34.60%	8,512.36	9.02%	155,888.10	47.82%	27,834.80	67.08%	5,241.44	6.11%
营业利润	12,308.31	12.56%	14,595.63	15.47%	10,450.70	3.21%	3,134.69	7.55%	14,081.58	16.41%
渠道推广成本	-	-	-	-	164,711.20	50.52%	-	-	55,684.87	64.91%
版权成本	-	-	-	-	58,360.80	17.90%	-	-	9,354.73	10.90%
2020年										
项目	掌阅科技		平治信息		阅文集团		中文在线		发行人	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	206,065.88	100.00%	240,789.59	100.00%	852,570.10	100.00%	97,590.13	100.00%	170,050.04	100.00%
营业成本	111,391.34	54.06%	191,420.19	79.50%	429,162.50	50.34%	36,417.29	37.32%	131,129.06	77.11%
期间费用	68,671.34	33.32%	17,440.54	7.24%	325,563.80	38.19%	64,055.78	65.64%	12,149.55	7.14%
营业利润	30,096.60	14.61%	27,488.77	11.42%	85,401.20	10.02%	5,838.38	5.98%	29,146.04	17.14%
渠道推广成本	85,484.71	41.48%	44,050.96	18.29%	321,084.00	37.66%	16,289.15	16.69%	104,857.96	61.66%
版权成本	21,680.47	10.52%	4,082.59	1.70%	146,450.60	17.18%	3,599.49	3.69%	21,622.55	12.72%

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

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

推广方式等方面存在差异。发行人 2020 年 1-6 月的营业利润率与平治信息不存在显著差异。

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

单位：万元

掌阅科技	2014年	2015年	2016年
CPS模式渠道成本	10,057.72	14,436.57	40,327.80
占营业收入的比例	23.97%	22.57%	33.67%

注：掌阅科技未披露 2016 年之后的 CPS 模式渠道成本。

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

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

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

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

“（二）毛利率水平及业绩增速下滑的风险

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

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

（三）渠道推广成本上升的风险

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

此外，随着流量的成本趋高，给公司对存量用户的价值挖掘带来更高挑战，对公司深耕精细化运营、进一步提高付费转化率、提升用户留存、拓展用户生命周期价值的的能力提出更高要求。若对于存量用户的价值挖掘未能实现预期效果，

公司业绩增长将更多由增量用户贡献，较高的渠道推广成本将为公司的营收规模及盈利能力带来一定的负面影响。

（四）版权采购成本上升的风险

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

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

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

（三）发行人2020年预计收入和净利润情况

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

发行人2020年1-6月的业绩增长原因参见本招股说明书第八节之“十、经营成果分析”之“（三）营业毛利和毛利率分析”之“5、2020年1-6月各主要业

务收入、成本、毛利情况”，基于和同行业可比公司的对比分析，发行人上半年的业绩增长具有合理性，符合行业发展趋势，2020年下半年，发行人延续此前发展策略，业绩预计将进一步增长，发行人认为相关变动符合行业发展趋势。

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

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

单位：万元

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

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

（四）会计师核查意见

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

经核查，会计师认为：（1）因可比公司在业务规模、业务结构、产品结构、推广方式等方面存在一定差异，各公司的收入的变动上也存在一定的差异，其中，阅文集团2020年1-6月在推广模式上与发行人较为类似，其收入亦实现了高速

增长，整体而言，发行人 2020 年 1-6 月的收入、成本、毛利及毛利率同比变动具有合理性；（2）发行人 2020 年 1-6 月营业利润率高于同行业可比公司具有合理性，根据同行业可比公司过往发展经验，随着规模的增长，利润率水平呈现先下降后企稳的特征，随着发行人业务规模的增长，利润率存在下滑的可能，发行人已进行风险提示；（3）发行人 2020 年预计收入和净利润将进一步增长，具有可实现性、相关预计符合实际情况，发行人 2020 年 1-9 月和全年业绩符合行业发展趋势；（4）**发行人 2020 年全年业绩实际实现情况与前期预测情况相符。**

问题二及回复

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

请发行人：

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 2020年1-6月运营支撑业务规模增长情况及相关指标变动情况

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

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

单位：万元、元/人、次

业务	项目	2020年1-6月		2019年1-6月
		金额/比例	增长率/变动	金额/比例
运营支撑服务	收入	9,044.60	295.44%	2,287.22
	人均充值金额	95.26	56.16%	61.00
	充值消费比	95.84%	1.29%	94.55%
自有书库数字阅读业务	收入	73,613.85	228.76%	22,391.51
	快看小说看点模式下人均充值金额	93.13	20.48%	77.30

	快看小说看点模式下 充值消费比	95.79%	2.40%	93.39%
--	--------------------	--------	-------	--------

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

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

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

综上,运营支撑服务在 2020 年 1-6 月的收入、人均充值金额和充值消费比

情况及其变动具有合理性。

2、2020年1-6月运营支撑服务毛利率情况

2020年1-6月和2019年1-6月，运营支撑服务的毛利率情况如下：

单位：万元

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

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

因此，运营支撑服务2020年1-6月的毛利率同比稳定，相关变动具有合理性。

（二）2020年1-9月运营支撑业务收入、成本和毛利情况

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

单位：万元

项目	2020年1-9月		2019年1-9月
	金额	变动/变动率	金额
①运营支撑服务收入	13,262.94	125.03%	5,893.92
②运营支撑服务成本	职工薪酬	98.09	2.51%
	渠道推广（测书成本）	3,838.39	128.78%
	版权成本	3,287.91	143.61%
	小计	7,224.39	131.32%
③毛利	6,038.55	117.93%	2,770.82
④毛利率	45.53%	-1.48%	47.01%

注：2020年1-9月数据未经审计，经发行人会计师审阅。

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

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

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

（三）2020年运营支撑业务收入、成本和毛利情况

对于发行人的运营支撑服务，其报告期内的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
①运营支撑服务收入	16,788.19	10,347.31	2,796.84
②运营支撑服务成本	职工薪酬	141.47	144.96
	渠道推广 (测书成本)	4,624.86	3,003.17
	版权成本	3,654.77	2,240.54
	小计	8,421.09	5,388.67
③毛利	8,367.10	4,958.64	1,970.76
④毛利率	49.84%	47.92%	70.46%

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

（四）会计师核查意见

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

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

问题三及回复

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

请发行人：

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

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

序号	公司名称	推广渠道	推广金额 (万元)	合作期间	渠道资源
1	北京细分映画文化传媒有限公司及其关联方	今日头条	6,062.20	2019年12月-至今	今日头条一级代理
2	北京掌上经纬科技有限公司及其关联方	今日头条	3,889.17	2019年10月-至今	今日头条一级代理
		Facebook	1,276.19		
		其他	160.34		

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

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

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

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

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

（三）核查意见

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

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

问题四及回复

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

请发行人：

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

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

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

回复：

(一) 报告期内发行人主要推广商的付费用户二充率情况

报告期各期，发行人前十大推广供应商的付费用户二充率存在一定差异，主要受推广商推广的产品、推广方式、推广时间、所触达用户的质量等多方面的影响。通常进行 H5 推广的推广商的付费用户二充率偏低，主要系 H5 推广主要是在微信生态中推广，该模式下，微信公众号向用户推送文章，用户多从该推送文章处进入发行人的 H5 网站进行阅读，之后通过关注的公众号或者收藏的发行人 H5 网站书城进行阅读，路径相对较长，从而降低其进行二次充值的概率。对于 APP 产品，用户进入产品进行阅读的路径相对较短，故 APP 产品付费用户的二充率会相对较高。

2018 年和 2019 年，仅进行微信端推广的供应商的付费用户二充率相对较低，

进行 APP 推广的供应商的付费用户二充率相对较高，相关分布具有合理性。

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

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

(二) 报告期内发行人主要推广商相关账户二充率情况

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

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

单位：个、万元、百万看点

时间	产品	单一充值账户对应超过 50 个用户账户数的充值账户数	充值金额		消费充值看点数	
			金额	占比	数量	占比
2020 年	APP 客户端	3	0.49	0.00%	0.03	0.00%
	快应用	4	0.17	0.00%	0.08	0.00%
2019 年	APP 客户端	1	0.05	0.00%	-	0.00%
	快应用	16	22.86	0.09%	22.68	0.10%
2018 年	APP 客户端	1	0.08	0.00%	0.07	0.00%

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

因此，发行人报告期各期各产品单一充值账户对应超过 50 个用户账户数且

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

（三）会计师核查意见

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

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

问题七及回复

7. 关于信息披露豁免申请。根据发行人提交的信息披露豁免申请：

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

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

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

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

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

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

请保荐人、发行人律师、申报会计师：

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

(2) 逐项核查并说明判断上述信息披露豁免申请中涉及的关于快乐农夫合作渠道、业务发展渊源、快乐农夫合规性、推广相关数据（获客成本、付费转化率）、推广商情况、发行人推广渠道与快乐农夫推广渠道重合情况等内容非为投资者做出价值判断所必需的信息的原因，相关内容是否涉及发行人核心商业

模式及商业效果、是否系投资者理解发行人高增长率及是否具有成长性的关键因素，豁免披露后投资者是否难以准确理解发行人与第一大客户的具体合作模式及合作原因，信息披露豁免是否对投资者决策判断构成重大影响。

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

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

回复：

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

发行人申请豁免披露相关内容的具体情况：

序号	题号	豁免内容	豁免理由	是否于合同中对保密事项进行约定
1	首轮问询问题一之“1”	涉及的快乐农夫实际控制人李帜与其同学的私人关系及在业务拓展中发挥的作用等相关内容	商业机密、保密义务	是
2	首轮问询问题一之“2”	涉及的快乐农夫因与发行人合作而实际拥有的粉丝数量及占比、快乐农夫微信公众号停止运营的原因、快乐农夫主要财务数据等相关内容	商业机密、保密义务	是
3	首轮问询问题二之“1”	涉及的发行人不同推广方式的付费转化率、平均获客成本、各年度第 6 至 10 名推广商的具体情况、推广效果分析等相关内容	商业机密	否
4	首轮问询问题二之“2”	涉及的买断版权书籍主要名称、买断版权书籍供应商名称	商业机密、保密义务	是
5	第二轮问询问题一	涉及的为满足发行人 ROI 考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关指标	商业机密	否
6	第二轮问	涉及的快乐农夫与发行人重叠供应	商业机	是

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

1、与快乐农夫的保密协议约定

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

“1、保密信息

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

- （1）披露方及其关联方的任何财务及商业资料和信息；
- （2）与披露方的业务直接或间接相关的信息，包括商业秘密、秘诀、策略、计划、经营、程序、方法论以及活动；
- （3）披露方及其关联方的项目投资及/或业务资料和信息；
- （4）披露方及其关联方的法律资料和信息；
- （5）披露方及其关联方的技术资料和信息；
- （6）披露方及其关联方的组织结构及内部管理信息，包括但不限于股权结构、股东情况、人事、员工薪酬、行政、客户管理制度、策略、方法、实施体系

及管理软件；

(7) 披露方及其关联方的社会关系网络、人力资源及客户资料和信息；

(8) 按照法律和其他协议，披露方及其关联方对第三方负有保密义务的资料和信息；

(9) 接收方与披露方及其关联方所达成的任何协议、共识或商业计划以及因此形成的任何文件；

(10) 披露方及其关联方出具的标有‘商业秘密’字样的任何资料和信息。”

2、与版权方签署合同中的保密条款约定

发行人与版权提供方签署的合同中，有明确的保密条款，具体如下：

“第十一条 保密条款

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

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

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

11.4 本协议有效期内及终止后，本保密条款仍具法律效力。”

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6、发行人以属于商业机密为由，申请豁免披露第二轮问询问题二中涉及的

快乐农夫与发行人重叠供应商的具体名称、推广金额、合同内容及签约情况、相关代收款方与快乐农夫的关联关系等相关内容。

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

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

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

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

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

重大影响，不会影响投资者对发行人价值的决策判断。

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

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

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

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

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

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

述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

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

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

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

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

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

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

5、发行人以属于核心商业机密为由，申请豁免披露第二轮问询问题一中涉

及的为满足发行人 ROI 考核要求进行充值的快应用推广商名称及二充率等相关指标。

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

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

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

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

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

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

发行人申请豁免前述信息，是由于该内容属于发行人进行渠道推广的核心商业机密。发行人如披露具体内容，竞争对手可以分析发行人在相关供应商的推广

模式及推广价格，并在推广市场上有针对性的进行出价，从而使发行人在未来的市场竞争中处于不利地位，进而影响发行人的未来业务发展。前述信息披露豁免不会影响投资者决策判断（具体参见本题回复之“（二）”）。

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

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

发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员均依法履行了信息披露义务，发行人申请豁免的信息属于发行人的商业秘密，披露后可能导致严重损害公司利益，保荐机构、发行人律师、申报会计师依法对发行人的信息披露进行核查把关，并对信息豁免披露分别出具了核查报告，符合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十七条、第四十四条规定。

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

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

（2）发行人的董事长已在豁免申请文件中签字确认；

（3）豁免披露的信息尚未泄漏。

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

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

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

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

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

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

的真实性。

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

基于上述分析和复核，申报会计师认为快乐农夫提供的报表和纳税申报表与其财务账套和银行流水具有匹配性，快乐农夫具有一定的盈利空间，且实际发生的渠道推广成本与其收入满足配比关系；快乐农夫的盈利模式具有商业合理性，且根据快乐农夫提供的账务情况及银行流水，其还存在其他粉丝运营收入，侧面印证了其粉丝经济的盈利能力；快乐农夫不存在为发行人代垫成本、输送利益的情况，发行人运营支撑业务收入真实。

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

(本页无正文，为《北京点众科技股份有限公司与大华会计师事务所（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三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

二〇二一年七月十日

(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三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)



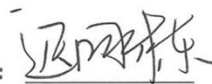
中国注册会计师:



陈伟



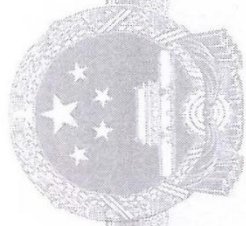
中国注册会计师:



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(特殊普通合伙)
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

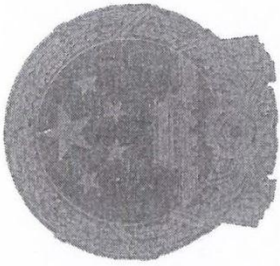
- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关:

二〇一七年 十月 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)

名称:

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: 341234198211010011
 Identity card No.: 341234198211010011



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



2017-03-31



2014. 8. 8



2016. 3. 31



2012 年 2 月 15 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 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 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
 2011 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
 2011 年 12 月 15 日

年度 renewal
 Annual Re
 本证书有效期一年
 This certificate is valid for one year after this renewal.



2015-04-01



2011

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: Authorized Institute of CPAs
 发证日期: 2009 年 11 月 16 日
 Date of Issuance: 2009 年 11 月 16 日



姓名: 迟国栋
 Full name: 迟国栋
 性别: 男
 Sex: 男
 出生日期: 1983-08-20
 Date of birth: 1983-08-20
 工作单位: 立信会计师事务所(特殊普通合伙)
 Working unit: 立信会计师事务所(特殊普通合伙)
 身份证号码: 370221260120381
 Identity card No: 370221260120381



年度检验登记
 Annual Renewal Register

姓名: 迟国栋
 证书编号: 110101480378
 本证书检验合格
 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 CPAs: 北京注册会计师协会
 发证日期: 2017 年 9 月 17 日
 Date of Issuance: 2017 Year 9 Month 17 Day

7