

北京金诚同达律师事务所

关于

深圳华强电子网集团股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

之

补充法律意见书（五）

金证法意[2022]字 1208 第 1337 号

JT&N 金诚同达律师事务所
JINCHENG TONGDA & NEAL LAW FIRM

中国北京市建国门外大街1号国贸大厦A座十层 100004

电话：010-5706 8585

传真：010-8515 0267

目 录

目 录.....	2
正文.....	5
问询问题 1：关于业务和同业竞争.....	5
问询问题 3：关于数据安全.....	19

北京金诚同达律师事务所

关于

深圳华强电子网集团股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市之 补充法律意见书（五）

金证法意[2022]字 1208 第 1337 号

致：深圳华强电子网集团股份有限公司

本所接受发行人的委托，作为发行人本次发行、上市的特聘专项法律顾问，为发行人本次发行、上市提供法律服务。

为发行人本次发行、上市，本所律师于 2021 年 6 月 21 日出具了《北京金诚同达律师事务所关于深圳华强电子网集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京金诚同达律师事务所关于深圳华强电子网集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），于 2021 年 12 月 29 日出具了《北京金诚同达律师事务所关于深圳华强电子网集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书》（以下简称“《补充法律意见书》”），于 2022 年 4 月 20 日出具了《北京金诚同达律师事务所关于深圳华强电子网集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（二）》（以下简称“《补充法律意见书二》”），于 2022 年 9 月 16 日出具了《北京金诚同达律师事务所关于深圳华强电子网集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（三）》（以下简称“《补充法律意见书三》”），于 2022 年 11 月 25 日出具了《北京金诚同达律师事务所关于深圳华强电子网集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（四）》（以下简称“《补充法律意见书四》”）。

鉴于深交所于 2022 年 12 月 4 日就发行人本次发行、上市相关申请文件进行审核并下发了编号为审核函〔2022〕011107 号《关于深圳华强电子网集团股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（以下简称“《落实函》”），本所律师现依据深交所《落实函》的要求出具《北京金诚同达律师事务所关于深圳华强电子网集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（五）》（以下简称“本补充法律意见书”）。

本补充法律意见书中所使用的术语、名称、简称，除特别说明外，与其在《法律意见书》《补充法律意见书》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》和《律师工作报告》中的含义相同。本所律师在《法律意见书》《补充法律意见书》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》和《律师工作报告》中所作的各项声明，适用于本补充法律意见书。本补充法律意见书构成对《法律意见书》《补充法律意见书》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》和《律师工作报告》的必要补充。除本补充法律意见书的内容之外，本所律师对发行人本次发行上市的其他法律问题的意见和结论仍适用《法律意见书》《补充法律意见书》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》和《律师工作报告》中的相关表述。

本所律师同意将本补充法律意见书作为发行人本次发行上市所必备的法定文件，随其他材料一起上报，并依法对本补充法律意见书承担责任。

本所及经办律师依据《证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》《执业规则》和《编报规则第 12 号》等法律、法规和规范性文件的规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对发行人提供的补充资料和有关事实进行查验，现发表补充法律意见如下：

正文

问询问题 1：关于业务和同业竞争

申报材料和审核问询回复显示，报告期各期，发行人与深圳华强重合客户数量分别为 187 个、212 个、299 个和 240 个，重合客户贡献收入分别为 9.78%、11.28%、7.59%和 8.17%。发行人全球采购业务与深圳华强的授权分销业务不存在构成重大不利影响的同业竞争。

请发行人：

(1) 说明重合客户在采购模式、采购流程、采购内容及产品品类等方面与向深圳华强采购的主要区别，结合上述因素分析二者业务的竞争关系，对于同类 SKU、客户、供应商业务中如何避免商业机会让渡及其措施的有效性。

(2) 结合行业格局、市场竞争状况、不同业务模式对应的市场需求及其必要性，并参考可比公司、可比案例情况，进一步说明判断全球采购业务与深圳华强授权分销业务不存在构成重大不利影响的同业竞争的依据及合理性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、问题（1）：说明重合客户在采购模式、采购流程、采购内容及产品品类等方面与向深圳华强采购的主要区别，结合上述因素分析二者业务的竞争关系，对于同类 SKU、客户、供应商业务中如何避免商业机会让渡及其措施的有效性。

（一）说明重合客户在采购模式、采购流程、采购内容及产品品类等方面与向深圳华强采购的主要区别

发行人全球采购服务业务与深圳华强授权分销业务同处电子元器件产业链，报告期内二者客户群体存在小部分重合，但各自满足的客户需求存在显著不同，重合客户在采购模式、采购流程、采购内容及产品品类等方面与向深圳华强采购

存在以下主要区别：

1. 采购模式与采购流程

深圳华强授权分销业务客户的采购模式是其量产阶段以授权分销渠道价格进行的持续性采购，采购流程主要包括量产前选型定型、确定分销渠道及分销价格、提前提交需求计划、持续性下单等环节。深圳华强基于代理的电子元器件产品线，在客户研发新产品之时（Design-In 阶段）即开始提供技术研发服务，目的是其代理的电子元器件能够进入客户新产品定型的物料清单（BOM 表），成为该特定电子元器件的指定供应商（根据行业惯例，客户会锁定 3-5 家固定供应商，如无特殊原因，不会更换供应商），从而在客户的新产品进入量产阶段时，可以持续获得客户根据其生产计划提前进行大批量物料采购的订单。在 Design-In 阶段，深圳华强找到客户的研发人员，交流产品参数是否符合客户需求，提供样品供客户测试，并提供报价供客户的采购部门进行评估，客户综合比较产品、报价、上下游资源以进行评估，评估完成后深圳华强进行建档流程，并按照客户项目的要求进行产品导入。如果是原厂自行完成 Design-In 流程并进行报价，则指定自己的授权分销商深圳华强作为供货方，由深圳华强提供物流、供应链和产品技术支持服务。原厂可以自行向客户报价，并确定上下游利润率，或者给予深圳华强价格指导，再由深圳华强结合客户的行业地位、量产规模、产品应用领域等给予客户稳定报价，客户所下订单只需确定电子元器件采购数量即可，深圳华强无需分次报价；如遇原厂调整电子元器件出厂价格，深圳华强会相应地调整对客户的报价。因电子元器件生产周期较长，客户通常需要提前 3 个月以上提交需求计划以方便原厂安排生产、深圳华强安排备货。在客户新产品的量产阶段中，客户会根据其生产计划持续向深圳华强下达采购订单。深圳华强在客户新产品的研发和生产阶段提供全周期的产品技术服务，深度介入客户的研发、生产全流程，并持续跟踪客户未来的新产品研发方向，深圳华强与客户建立的是封闭式的强绑定关系，致力于为客户量产阶段的批量采购需求建立长期、安全、稳定、可控的物料供应链体系。

发行人客户的采购模式为长尾采购，与批量采购不同，长尾采购需求产生于

客户生产计划外，具有难以预测、小批量、多样化、不稳定等特点，采购价格为现货价格而非分销渠道价格。采购流程主要包括询盘、报价与议价、下达订单等环节。客户在出现电子元器件长尾现货采购需求时，会向发行人和各种现货渠道进行询盘，告知其所需的电子元器件型号、数量、交付时间等基础信息，询盘是开放性的。发行人接到询盘后，根据 EBS 系统进行比价后对客户进行报价，现货价格由实时的现货供需决定，价格变动频繁，因此发行人报价一单一议。客户如果接受发行人针对本次询盘所提供的报价，则向发行人下达确定的订单，发行人向供应商进行采购并按照约定给客户交付货物。如果发行人系统未能匹配到合适的供应渠道，客户询盘结束，不影响客户后续有需求时继续向发行人询盘。从客户的角度来看，发行人的核心竞争力在于应对客户的广泛询价并满足客户的交付要求，确保交付品质、交付效率和合理价格。为此，发行人长期持续开拓全球优质供应渠道资源，尽力覆盖尽可能多的 SKU，不断丰富供应商画像和 SKU 数据库，不断升级和完善数据系统，以平台化、数据化的供应链找货能力全面、及时、高效地解决客户长尾现货采购需求。客户无需发行人介入研发和生产，无需告知采购目的及其新产品研发所处阶段、特性、生产计划等，无需发行人提供产品技术服务，客户与发行人之间没有基于客户产品和特定电子元器件的绑定关系。

2. 采购内容与产品品类

深圳华强围绕其所获得授权代理的电子元器件产品线开展授权分销业务，以代理 muRata、紫光展锐、昂瑞微、IXYS、Wolf speed 等主要品牌享有一定的市场知名度，授权分销客户采购的电子元器件产品以深圳华强获得代理权的产品为主，主营产品突出；而发行人全球采购服务利用 EBS 系统及供应商库、SKU 库等数据资源为客户提供不限品类、不限品牌、不限型号的电子元器件全品类的采购服务，无明确主营产品，本质是长尾现货采购服务，报告期内为客户采购了上千个品牌的元器件产品。

报告期内，发行人全球采购服务与深圳华强授权分销业务虽有部分重合客户，但重合客户采购相同产品的情况非常少，具体统计如下：

单位：个、万元

项目	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
重合客户数量	240	299	212	187
重合客户对发行人全球采购服务收入贡献比	14.27%	19.88%	19.43%	18.19%
有相同 SKU 采购的重合客户数量	7	12	14	4
有相同 SKU 采购的重合客户对发行人收入贡献比	0.66%	7.05%	4.10%	0.79%
发行人对重合客户相同 SKU 销售金额	99.59	900.18	196.87	16.83
发行人对重合客户相同 SKU 销售金额占全球采购服务收入比例	0.05%	0.30%	0.35%	0.05%
发行人对重合客户相同 SKU 销售价格差异 ^[1]	345.53%	124.78%	131.01%	51.16%

注：[1]销售价格差异=Σ[(重合客户采购的各重叠 SKU 发行人销售价格-深圳华强销售价格)/深圳华强销售价格]/重叠 SKU 数。

可以看到，虽然发行人与深圳华强有重合客户，但有相同 SKU 采购的重合客户数量极少，大部分的重合客户不会采购重叠 SKU，少数重合客户采购重叠 SKU 的金额占比极低，主要由于发行人与深圳华强所解决的是客户不同的采购需求、所经营的电子元器件范围存在特定与非特定的区别。重合客户采购的重叠 SKU 均属于深圳华强获得代理权的电子元器件产品线，该等客户与深圳华强建立了基于代理权的绑定关系，通过深圳华强分销渠道进行计划性的批量采购之余，会因各种原因产生少量、难以预计的长尾采购需求，这种需求具有突发性、临时性、急迫性等特征，授权分销渠道无法有效满足，所以客户会寻找现货供应渠道进行解决，而发行人全球采购服务则能有效解决客户的长尾采购需求。相同的 SKU 发行人的销售价格平均比深圳华强授权分销价格各期高出 51.16%至 345.53%，体现出了解决不同市场需求下的鲜明价格差异特征。综上，表中列示的重叠 SKU 不是因为发行人和深圳华强经营相同业务而导致的，而是能力的不同、解决的问题不同而导致的，具有合理性。

即使针对的是重叠 SKU，两类需求的本质差异决定了二者不构成同类业务，而供应渠道、价格体系、销售规模、能力构建等方面的差异决定了发行人的全球采购服务与深圳华强授权分销业务不能相互替代。

（二）结合上述因素分析二者业务的竞争关系，对于同类 SKU、客户、供应商业务中如何避免商业机会让渡及其措施的有效性

深圳华强与发行人因同处电子元器件产业链，报告期内存在重叠 SKU、客户、供应商不可避免，但重叠程度低，利益输送空间小，无明显竞争关系。

对于相同 SKU 或相同客户，发行人与深圳华强提供的服务本质不同。发行人因不拥有原厂的授权，无法获得原厂长期稳定的供应支持，从而无法保障客户量产阶段的批量采购，客户的批量采购需求从供应链安全、稳定、可控的角度不会找发行人；从价格的角度看，由于面向的是不同类型的需求，电子元器件现货的价格体系与授权分销渠道价格体系差异很大，对于发行人全球采购服务和深圳华强授权分销业务均有销售的少量相同型号产品，报告期内发行人的平均销售价格是深圳华强授权分销价格的 2 倍以上，因此客户计划性采购需求出于商业合理性和经济性的考虑亦不会交由发行人解决。另一方面，深圳华强虽然基于与客户的商业合作关系，会提供少量与主产品配套的代采服务，但深圳华强并不具备发行人在数字化能力基础上构建的产业互联网能力，只能通过传统贸易渠道来解决此类需求，深圳华强配套采购业务的收入、毛利在报告期内占发行人比例总体水平较低，在最近一年及一期仅处于 3% 以内。由于上述原因，发行人全球采购服务与深圳华强授权分销业务在销售环节难以进行商业机会让渡。

因为发行人与深圳华强处于不同的供应体系，二者的主要采购渠道存在本质差异。授权分销体系具有封闭性特征，货物供应与价格均受原厂严格管控，新客户、新项目一般情况下需要向原厂报备、客户下单需要提交需求计划预测、授权分销商需要进行一定程度的备货，采购批量大，货源明确，价格和渠道稳定；而现货供应体系则具有开放性特征，货物供应源广泛，价格实时波动，均不受原厂管控，发行人利用 EBS 系统及供应商库、SKU 库数据资源进行全球找货比价、自主报价，采购批量小，每次找货均需要重新进行货源和价格筛选。报告期内，发行人与深圳华强存在少量重叠供应商情形，但重叠供应商的数量及采购金额占发行人相应比例很低，仅约为 2%。重叠供应商情形主要发生在以下两种情形：一方面，发行人采购服务的产品范围是开放式的，在为客户提供按 BOM 采购等

服务时，可能会涉及深圳华强授权分销产品的少量采购；另一方面，深圳华强销售授权分销主产品的同时会有少量因为客户配套代采而向贸易商采购的情形。发行人与深圳华强向同一供应商采购相同 SKU 的情况极少，报告期内仅 2021 年存在该情形，其中涉及发行人采购金额仅 25.53 万元。综上，发行人全球采购服务与深圳华强授权分销业务在采购环节难以进行商业机会让渡。

为避免同业竞争、商业机会让渡，发行人承诺不会从事授权分销业务，控股股东及实际控制人承诺发行人作为承诺方及承诺方控制的单位范围内从事电子元器件产业互联网 B2B 综合服务的唯一平台，所控制企业（发行人除外，下同）未来不建设及运营与发行人“EBS 系统及数据库”、“华强商城”、“华强电子网”、“华强云平台”、“华强云仓”同类型信息系统、电商平台、服务网站，尽一切合理努力保证承诺方及所控制企业不从事与发行人构成实质性同业竞争的业务；承诺方将对所控制企业的经营活动进行监督和约束，如果承诺方及所控制企业从任何第三方获得的任何商业机会与发行人构成实质性同业竞争，则承诺方将立即通知发行人，并尽力将该商业机会让渡予发行人，及/或采取有利于避免和解决同业竞争的其他措施。上述避免和解决同业竞争的措施具有有效性。

二、问题（2）：结合行业格局、市场竞争状况、不同业务模式对应的市场需求及其必要性，并参考可比公司、可比案例情况，进一步说明判断全球采购业务与深圳华强授权分销业务不存在构成重大不利影响的同业竞争的依据及合理性。

（一）授权分销业务和采购服务业务均为下游客户不可或缺的需求

电子元器件的流通环节主要包括批量预约交易和长尾现货交易。

批量预约交易的交易链条简单、稳定、封闭，主要包括两种模式：①由原厂直接供应给客户（一般是超大型客户），即原厂直销模式，②由原厂通过其授权分销商供应给客户，即授权分销模式。授权分销商的实质是原厂销售部门的延伸，由于原厂难以覆盖数量众多的终端客户，因此授权分销商为其提供销售推广，配

备专业技术团队为下游客户提供售前、售后产品技术支持服务，承担销售过程中库存及账期对资金的占用。授权分销业务解决的是下游客户根据生产计划进行的计划性批量采购需求。

而客户在进行研发、试产、量产等各阶段中，不论客户所处行业、地域、规模大小，均会由于各种内、外部原因频繁产生长尾现货采购需求。此类需求具有难以预测、小批量、多样化、分散、高频、时效性要求高等开放性特征，与电子元器件原厂、授权分销商、制造类企业的刚性生产计划、刚性交付能力不匹配，电子元器件原厂、授权分销商难以满足此类现货需求。发行人产业互联网模式下的采购服务解决的是客户计划外的长尾采购需求，是下游客户采购体系中不可或缺的构成。

（二）深圳华强授权分销业务市场发展空间大

电子元器件行业是电子信息产业的基础支撑性产业，电子元器件作为基础元器件，整体市场规模十分庞大。根据全球半导体贸易统计组织（WSTS）的统计数据显示，2022 年全球半导体市场规模将达 6,135 亿美元。

深圳华强在授权分销领域已成为国内龙头企业之一，2021 年授权分销业务营业收入为 191 亿元。但相比海外分销商，国内分销商的竞争格局较为分散，体量上也有较大的差距（海外龙头分销商收入规模约 300 亿美元）。深圳华强虽在国内竞争市场中居于领先地位，但相较全球市场仍有较大提升空间，未来将不断开拓战略性新兴市场，增加优质的授权代理产品线，提升应用方案研发能力，向全球性分销龙头迈进。

（三）发行人采购服务市场发展空间大

电子元器件市场除了量产阶段“计划性强、可预测、大批量”需求外，因研发、试产、维修、临时性缺补货等情形产生的“小批量、多样化、预测性弱、交付时效要求高”的长尾现货需求一直也是市场需求的重要组成部分。近年来，随着柔性制造的普及、定制化生产需求的增加、国家鼓励企业创新发展、国际供应链稳定性受到冲击等多因素影响，电子元器件长尾现货采购需求日益突出，国内

市场规模超千亿元。

电子元器件产业链存在数量庞大的贸易商群体，每个贸易商通常以主营产品专营店的形式存在，建立了相对固定且数量有限的供应渠道，每个贸易商在面对复杂多变的长尾现货采购需求时，通常需要层层找货，进而形成了复杂、低效的网状供应链结构。产业链中庞大的贸易商群体叠加电子元器件复杂多样的长尾现货需求，导致现货供需存在严重的信息不对称，进而导致流通链条长、无效运输多、利润节点多、需求信息失真、价格大幅波动、找货难等诸多长尾现货采购痛点。

在此背景下，发行人利用互联网信息技术及数据资源重构电子元器件长尾现货供应链，逐步形成高效率、一站式、低成本、高可靠的平台化采购服务能力，发展空间巨大。

（四）海外授权分销商和采购服务商均发展出全球性龙头企业

全球电子元器件流通领域中，艾睿（Arrow）、大联大控股（WPG Holding）、安富利（Avnet）是最大的全球性授权分销商，2021 年营收分别为 345 亿美元、262 亿美元、216 亿美元。得捷电子（Digi-Key）、贸泽（Mouser）、Smith 是典型的采购服务商，2021 年营收分别为 47 亿美元、32 亿美元、34 亿美元。其中得捷电子和贸泽以电子元器件样品为主轴，并发展延伸至其他工业用品的采购；Smith 为电子元器件采购服务商，与发行人现阶段服务范围相似。海外电子元器件的授权分销商和采购服务商为客户提供的服务有明显区别，双方定位不同，均发展出全球性龙头企业。

（五）同业竞争可比案例相关论述与分析

关于同业竞争论述和界定，部分相似案例情况如下表所示：

上市公司	竞争方	上市公司业务	竞争方业务	同业竞争可比案例相关论述与分析
萤石网络 (688475)	海康威视 (002415)	智能家居摄像机及智能视频物联网平台解决方案	传统安防视频监控系统及相关硬件设备	<p>1、产品类型相同，但技术方案不同：萤石网络与海康威视均从事安防监控产品的研发、生产和销售，但二者采取了差异化的技术服务方案：（1）海康威视主营传统安防视频监控系统，产品由定制化的前端、后端、控制等设备集成，主要在专网领域内进行通信交互，在本地硬件端进行存储和计算；（2）萤石网络主营智能家居监控产品及视频物联网云平台，硬件产品为标准化的家居摄像机，设备链接无线互联网在云端进行通信交互，在云端进行存储和计算；（3）萤石网络构建运营的物联网云平台具备亿级设备接入能力、千万级音视频并发响应能力、云端海量数据存储及检索能力等海量数据下的技术能力，是萤石网络与海康威视之间的核心技术壁垒。</p> <p>2、客户需求差异将选择不同的技术方案：（1）政企客户对于安防监控产品具有数字封闭性、安全性、可不间断录像等需求，因此安防产品需要在政府或企业的专用网络中稳定、持续运行，因此海康威视的传统安防视频监控系统的的主要应用场景为政府城市级的安防基础设施、公安系统城市级的交通基础设施、大型企业园区/厂区级的安防基础设施等；（2）C端消费用户对于安防产品具有安装简易、存储便利、移动端适配性、性价比高等要求，因此萤石网络研发了智能家居安防产品，以无线通信方式避免了布线和穿墙打洞，以智能检测、片段式录像和云端存储的方式减少存储空间，以加密传输技术和 AI 算法技术保障设备在互联网上可以安全使用并满足用户多样需求。</p> <p>3、存在重叠客户的原因及合理性：萤石物联云平台的注册用户中，存在同时拥有萤石网络智能家居产品和海康威视视频监控系统等硬件产品的用户，占比为 11.96%、11.42%、10.62%及 10.18%，该等用户可分为三种类型：（1）类型一重合用户协同使用萤石网络智能家居摄像机与海康威视视频监控系统（前端+后端），重合用户同时存在公共场所持续录像的监控需求和人员流动较少空间的长尾场景的安防需求，萤石网络和海康威视的产品可以同时满足用户的差异化监控需求，不存在同业竞争；（2）类型二重合用户协同使用萤石网络智能家居摄像机和海康威视行业专用视频设备（仅前端），从审慎性角度考虑，该部分重合用户可能利用海康威视设备发挥与萤石网络相同或相似的用途，该部分产品收入及毛利占比不超过 10%，不构成重大不利影响的同业竞争；（3）类型三重合用户协同使用萤石网络与海康威视不同品类的硬件产品，如门锁、门铃、机器人、门禁、对讲机等，该等产品不存在替代关系，协同使用不存在同业竞争。</p> <p>4、解决同业竞争问题的措施：海康威视承诺：（1）配合萤石网络逐步限制中小企业事业群的行业专用视频设备直接接入萤石物联云平台，创新发展的产品品类与云平台的连接与协作方式需要得到萤石网络的认可；（2）控制前述相关设备中直接接入萤石物联云平台的产品规模，进行每月实时监测，保证其营业收入及毛利的金额占萤石网络营业收入及毛利的比例保持在 10% 以下。</p>

上市公司	竞争方	上市公司业务	竞争方业务	同业竞争可比案例相关论述与分析
德石股份 (301158)	杰瑞股份 (002353)	石油钻采设备 (主要用于钻井 阶段)	石油钻采设备(主 要用于钻井、完井 阶段以及开采和地 面生产加工阶段)	<p>1、产品类型相同，但服务领域不同：德石股份与竞争方主营产品均为石油钻采设备，按照服务领域划分，德石股份专注于油气田勘探开发流程中的钻井阶段，竞争方专注于油气田勘探开发流程中的固井、完井阶段以及开采和地面生产加工阶段；德石股份不具备竞争方在压裂、固井、连续油管等设备的研发和生产能力，双方主要产品的技术及工艺存在较大差异，如果德石股份未来拟进入竞争方领域，需要从技术、设备、场地、人才等方面进行全面改变，需要花费巨额成本，且具有较大不确定性；钻井领域的市场规模能够满足德石股份未来业务发展的需要，因此德石股份的主要产品和服务在未来也不会向压裂、固井、完井等领域进行拓展和延伸；</p> <p>2、存在重叠客户的原因及合理性：（1）德石股份与竞争方存在重叠客户，重合的主要原因为行业属性决定，二者均服务于石油、天然气钻采领域，都不可避免与中石油、中石化、中海油等客户发生业务往来；（2）业务沿革方面，德石股份自上世纪80年代中期起已开始同中石油、中石化下属钻探、油田单位建立业务合作关系，在竞争方控股德石股份之前，德石股份与该等客户的业务合作关系不会因竞争方入股德石股份发生改变；（3）业务流程方面，德石股份与竞争方分别独立取得准入资质，独立参与招投标，独立签署合同并履行，德石股份不存在与竞争方联合参与招投标的情形，不存在共同签署合同或由一方签署合同然后转包给另一方的情况，德石股份与竞争方任何一方并不能因为上述客户重合的情况获得额外的商业机会；（4）在具体的业务发生单位层面，重叠客户具体采购部门存在差别，客户的钻井作业与固井、完井、修井作业通常由不同的分公司或部门分别独立完成，相关设备及服务的采购也通常由相应的分公司或部门分别完成，最后的结算根据该等钻探工程公司的内部管理制度可能由该钻探工程公司统一完成。因此虽然在法人主体层面德石股份与竞争方及其控制的其他企业存在重合客户，但由于双方产品的主要用途不同，产品的最终使用单位通常并不相同，双方重合的比例较低；</p> <p>3、存在重叠产品的原因及合理性：报告期内，德石股份与竞争方存在销售少量重叠产品的情况，包括钻机、螺杆钻具、套管头、泥浆泵配件等，均为偶发性销售，金额较小，相关产品收入及毛利报告期内占德石股份主营业务收入或毛利的比例均低于8%，涉及同业竞争的相关业务未达到《创业板审核问答》中关于“重大不利影响”的认定标准；</p> <p>4、存在重叠供应商的原因及合理性：德石股份与竞争方存在重叠供应商，德石股份向重叠供应商采购锻件用于套管头的生产，竞争方采购锻件、锻钢主要用于高压管件、井控设备的生产，双方采购产品的最终用途不同，德石股份与竞争方各自独立地向重叠供应商进行采购，不存在共同议价的情况，德石股份向重叠供应商的采购金额占其整体采购金额的比例较低；</p> <p>综上，德石股份与竞争方在资产、人员、业务和技术方面与相互独立，德石股份在采购、销售渠道、客户、供应商等方面独立性未受影响，德石股份与竞争方不存在共同生产、共用采购、销售渠道，德石股份与竞争方之间不存在非公平竞争、利益输送或相互或者单方让渡商业机会的情形，德石股份未来发展不存在潜在重大不利影响。</p>

上市公司	竞争方	上市公司业务	竞争方业务	同业竞争可比案例相关论述与分析
<p>振华新材 (688707)</p>	<p>彩虹新材 料</p>	<p>锂电池正极材料 产品及生产、销 售</p>	<p>光刻胶、电子浆料 的生产及销售、锂 电池正极材料的生 产及销售</p>	<p>1、产品类型相同，但业务模式不同：彩虹新材料和振华新材均经营锂电池正极材料业务，但二者业务模式存在不同：（1）彩虹新材料主要为代工模式，无自研产品，主要为浙江美都海创锂电科技有限公司等三元正极材料企业代工，除美都海创外也会将代工产品向其他客户销售；（2）振华新材均为自研产品。</p> <p>2、存在重合供应商的原因及合理性：由于上游三元前驱体、碳酸锂所处行业市场集中度较高，在采购额均在 100 万元以上的供应商中，振华新材与彩虹新材料存在多家碳酸锂、三元前驱体供应商重合，具体包括赣锋锂业、江苏容汇通用锂业股份有限公司、金驰能源材料有限公司，其中赣锋锂业均为振华新材与彩虹新材料报告期内前五大供应商之一。报告期内，振华新材对上述重合供应商采购金额占原材料采购总额的比例分别为 11.24%、13.71%、8.04%、0.30%，彩虹新材料对重合供应商采购金额占原材料采购总额的比例分别为 8.22%、14.23%、4.99%、14.36%，处于合理水平。</p> <p>3、存在重合客户的原因及合理性：主要客户二者不存在重叠，双方仅在惠州市豪鹏科技有限公司、天津力神电池股份有限公司等客户存在重合。报告期内，振华新材对重合客户销售收入占正极材料业务销售收入总额的比例分别为 0.60%、0.21%、3.34%、1.28%，处于较低水平，彩虹新材料对重合客户销售收入占正极材料业务销售收入总额的比例分别为 0.85%、0.71%、3.49%、41.05%。振华新材和彩虹新材料在不同时间独立开发相关重合客户，销售产品、技术路线存在显著差异（振华新材为一次颗粒大单晶体系，彩虹新材料为二次颗粒团聚体系），对接电池平台存在差异，双方独立根据客户订单需求销售各自产品，不存在业务引流的情形。</p> <p>4、竞争业务占比情况：报告期内，彩虹新材料的正极材料业务收入占振华新材该类业务收入的比例分别为 12.44%、11.08%、24.50%、9.44%，正极材料业务毛利占振华新材该类业务毛利的比例分别为 9.21%、2.48%、10.38%、2.14%，均处于较低水平，未超过 30%。</p>
<p>星环科技 (688031)</p>	<p>逸迅科技</p>	<p>大数据基础软件 业务、应用与解 决方案</p>	<p>数据治理工具产 品、数据仓库及数 据治理解决方案</p>	<p>1、业务情形相似，但产品及服务层级不同：星环科技一直聚焦在大数据基础软件业务，应用与解决方案业务，自 2020 年才形成一定规模，而逸迅科技以应用解决方案开发为主要拓展和服务客户的手段。逸迅科技和星环科技在产业链分工中处于不同环节，所依赖的核心资源不同，因此，逸迅科技和星环科技在发展定位以及收入结构上存在较大差异。整体上，报告期内逸迅科技营业收入占星环科技营业收入的比例、逸迅科技毛利占星环科技毛利的比例均未达到 30%。</p> <p>（1）在基础软件层，星环科技产品布局较为丰富，而逸迅科技尚无类似相关大数据与云基础软件及分布式关系型数据库产品发布，仅在提供解决方案时开发出少量的数据开发工具；（2）在数据应用解决方案方面，星环科技和逸迅科技的软件技术基础和技术方向也存在较大差异；</p> <p>（3）在业务应用解决方案方面，双方服务的对象及对应下游领域不同。</p> <p>2、目标客户及应用场景不同：星环科技主要面向金融风控、量化投研、科研与教学平台，竞争方逸迅科技主要面向智慧旅游、智慧交通、智慧城市及智慧扶贫、智慧物流和智能制造等，由此导致双方的团队背景和行业技能方面也存在差异。</p>

上市公司	竞争方	上市公司业务	竞争方业务	同业竞争可比案例相关论述与分析
				<p>3、基于不同的核心技术，形成了差异化的技术能力：双方业务本质不同，上述差异对于相互拓展应用领域有一定壁垒，并且两者的商业模式不同，对该业务发展方向不同，不会轻易进入对方领域。</p> <p>4、存在重叠客户的原因及合理性：报告期内存在个别重叠客户情况，但交易金额及占比较小。 （1）双方对重叠客户主要交付的产品不同，星环科技向重叠客户均交付大数据基础平台软件，而逸迅科技主要交付自有的数据治理工具产品，不具备替代性；（2）对重叠客户在服务销售方面存在差异，星环科技向重叠客户交付的绝大部分为围绕自有产品的技术服务，少量为应用解决方案，而逸迅科技向重叠客户交付的大部分为技术支持服务。重叠客户销售的金额及各自当期营业收入的比例均较小；（3）虽然渠道客户重叠，星环科技与逸迅科技大部分终端客户也不同，在少量渠道客户及终端客户均重叠的情形下，均系渠道客户作为集成商分别向星环科技与逸迅科技采购，均系双方独立谈判协商结果。</p> <p>5、存在重叠供应商的原因及合理性：报告期内存在一家重叠供应商（浙大网新易得科技），但交易金额及占比较小。星环科技和逸迅科技向浙大网新易得科技采购的硬件产品，由于其组成、具体型号差异，价格不尽相同，各自系根据相应型号当时市场行情以及市场询价后，与浙大网新易得科技协商确定。</p> <p>6、控股股东一致行动人承诺相关业务规模占比不超过 25%：在数据应用解决方案层面，逸迅科技不会将相似业务作为重点发展方向，适当控制其占逸迅科技整体的业务规模比重（不超过 25%）；如逸迅科技或本人控制的其他企业在渠道开拓、客户拓展、商机获取、项目投标等各项业务开展环节与星环科技（包括控股子公司）发生竞争或潜在竞争关系，本人将确保逸迅科技或本人控制的其他企业尽力将该商业机会给予星环科技并退出商业机会。</p>
<p>欧冶云商 (创业板已 过会)</p>	<p>中国宝武 钢铁集团 有限公司 体系内的 钢材销售 公司</p>	<p>第三方钢铁产业 互联网平台</p>	<p>销售母公司钢厂生 产的钢材产品</p>	<p>1、产品类型相同但业务模式及客户结构不同：（1）钢材销售公司为母公司钢厂直接销售产品给大型终端用户及大型贸易商，业务定位于钢厂销售职能，报告期内，竞争方向终端客户直供模式下的交易金额占比分别为 62.02%、64.53%、66.01%以及 67.75%；（2）欧冶云商依托产业互联网平台服务中小用户，满足个性化需求，实现供需高效匹配，提供集交易、物流、加工、知识、数据和技术等综合服务为一体的整体解决方案。欧冶云商通过服务模式创新帮助中小用钢用户提升采购效率，满足中小用钢用户基于时间、批量等维度的个性化需求，同时，欧冶云商提供的供需精准匹配服务有效压缩了流通环节，避免了钢材跨区域的多次存储和多程运输，降低了物流成本。2021 年欧冶云商平台交易客户数量达 12,165 家，报告期内通过线上平台服务大量中小客户。</p> <p>2、供应商不同：（1）钢材销售公司上游供应商为母公司钢厂；（2）欧冶云商上游供应商为全国 300 多家集团内外的钢厂及其分支机构，截至 2022 年 6 月 30 日，欧冶云商综合平台平台钢材 SKU 数达 216 万个。</p>

上市公司	竞争方	上市公司业务	竞争方业务	同业竞争可比案例相关论述与分析
				3、解决同业竞争问题的措施： 中国宝武承诺：欧冶云商是中国宝武体系内唯一的第三方钢材交易平台。中国宝武体系内其他钢材销售公司定位于钢厂销售职能，为中国宝武体系内各钢厂所生产钢材的二方销售公司。中国宝武体系内将不再新增其他第三方钢材交易平台。

资料来源：相关上市公司的招股说明书及反馈意见回复。

综上，发行人全球采购服务业务和深圳华强授权分销业务是市场客观存在的、不可或缺且不能相互替代的不同业务模式，海外授权分销商和采购服务商均发展出全球性龙头企业；深圳华强与发行人面向客户的不同需求，各自市场发展空间大，供应商、客户重叠程度低，出现相互让渡商业机会可能性小，不存在构成重大不利影响的同业竞争。可比案例中上市公司与其竞争方亦存在经营相似或相同类型产品，但由于商业模式、技术方案、服务领域等方面存在显著差异，上市公司与其竞争方的业务不存在构成重大不利影响的同业竞争。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

1. 查阅上市公司深圳华强发布的相关公告，访谈深圳华强授权分销业务相关负责人，了解深圳华强授权分销客户在采购模式、采购流程、采购内容与产品品类等方面的情况；访谈发行人全球采购服务业务相关负责人，了解发行人全球采购服务客户在采购模式、采购流程、采购内容与产品品类等方面的情况；

2. 取得深圳华强授权分销业务与发行人全球采购服务报告期采购及收入数据，分析深圳华强与发行人报告期内的存在重叠 SKU、客户、供应商的情况及出现原因，分析发行人、控股股东及实际控制人避免同业竞争措施的有效性；

3. 访谈发行人、查阅公开资料，了解电子元器件市场行业格局、市场竞争状况、批量采购与长尾采购模式对应的市场需求并分析其必要性，进一步对比发行人全球采购服务业务模式与深圳华强授权分销业务的差异，参考可比公司、可比案例情况，进一步分析判断全球采购业务与深圳华强授权分销业务不存在构成重大不利影响的同业竞争的依据及合理性。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1. 发行人全球采购服务业务与深圳华强授权分销业务的重合客户在采购模式、采购流程、采购内容及产品品类等方面存在主要区别；深圳华强与发行人因同处电子元器件产业链，报告期内存在重叠 SKU、客户、供应商不可避免，但重

叠程度低，利益输送空间小，无明显竞争关系，发行人、控股股东及实际控制人的避免和解决同业竞争的措施具有有效性；

2. 授权分销业务和采购服务业务均为下游客户不可或缺且不能相互替代的需求，海外授权分销商和采购服务商均发展出全球性龙头企业，深圳华强与发行人各自的市场发展空间大，供应商、客户重叠程度低，出现相互让渡商业机会可能性小，不存在构成重大不利影响的同业竞争。

问询问题 3：关于数据安全

请发行人说明是否按照《中华人民共和国数据安全法》及相关法律法规的要求，履行数据安全保护责任和义务及相关具体措施。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、发行人是否按照《中华人民共和国数据安全法》及相关法律法规的要求，履行数据安全保护责任和义务及相关具体措施

根据《中华人民共和国数据安全法》（以下简称“《数据安全法》”）的相关规定，数据是指任何以电子或者其他方式对信息的记录，数据处理包括数据的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等。数据安全，是指通过采取必要措施，确保数据处于有效保护和合法利用的状态，以及具备保障持续安全状态的能力。根据发行人的说明并经本所律师核查，发行人在中国境内开展数据处理活动，在经营过程中主要收集和处理的个人信息数据和用户业务数据。个人信息数据包括企业工商信息与自然人身份信息，用户业务数据包括 SKU 数据、用户交易数据（如用户需求数据、订单数据、付款数据）及用户物流数据等。

经本所律师核查，发行人及其子公司已按照《数据安全法》及《中华人民共和国民法典》（以下简称“《民法典》”）、《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称“《个人信息保护法》”）等相关主要法律法规的要求，积极采取各项措施承担和履行数据安全保护责任及义务，具体情况如下：

法律规定	履行情况
<p>《数据安全法》第二十七条 开展数据处理活动应当依照法律、法规的规定，建立健全的全流程数据安全管理制度，组织开展数据安全教育培训，采取相应的技术措施和其他必要措施，保障数据安全。利用互联网等信息网络开展数据处理活动，应当在网络安全等级保护制度的基础上，履行上述数据安全保护义务。</p> <p>重要数据的处理者应当明确数据安全负责人和管理机构，落实数据安全保护责任。</p> <p>《民法典》第一千零三十八条第（二）款 信息处理者应当采取技术措施和其他必要措施，确保其收集、存储的个人信息安全，防止信息泄露、篡改、丢失；发生或者可能发生个人信息泄露、篡改、丢失的，应当及时采取补救措施，按照规定告知自然人并向有关主管部门报告。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 发行人及其子公司已建立健全全流程数据安全管理制度。发行人及其子公司已制定《个人信息安全管理规范》《个人信息保护、数据安全合规培训制度》《个人信息保护制度》《企业网络信息及内容安全管理制度》《数据安全管理制度》及《安全运维管理制度》等内部规章制度，对互联网信息/数据的收集、存储、使用、传输等数据处理行为进行全流程规范管理。 2. 发行人及其子公司定期开展信息/数据安全和隐私保护培训，加强员工对于保护个人隐私、规范处理信息/数据重要性的认识，对关键岗位人员进行额外的培训与交流，培养员工正确的个人信息保护、数据安全的观念。 3. 发行人及其子公司已采取相应的技术措施和其他必要措施，保障数据安全。 <ol style="list-style-type: none"> （1）在数据收集与存储方面，发行人及其子公司对信息/数据的分类定级标准进行规范，规定需以合法合规、明确职责、最小必要的原则来规范收集行为。在数据收集与存储过程中，发行人及其子公司采取 SSL 加密技术、隔离技术、安装杀毒软件与防火墙、匿名化处理、脱敏处理以及定期进行数据备份等必要的安全措施以防信息/数据泄露、篡改、丢失。 （2）在数据传输方面，发行人及其子公司采用国家法律法规和公司要求的密码技术、校验码技术或其他技术保证传输通道、传输节点和传输内容的安全。同时，发行人及其子公司采用权责分离、最小授权的原则规范信息/数据传输，不同岗位对客户个人信息等重要传输权限不同。依据发行人制定的《数据安全事件管理制度》，数据信息涉及各类人员包括数据信息拥有者、数据信息管理者、数据信息访问者，三者的职责与权限也不同。此外，针对与第三方合作机构之间的传输，必须遵守传输操作规程，而在公司与对方签订的合同中需包含信息/数据安全相关保密协议。 （3）在数据使用方面，发行人及其子公司严格控制信息/数据处理权限，对未授权访问、高危命令操作信息/数据进行严格的限制，没有信息/数据处理权限的人员无法对相关内容进行使

法律规定	履行情况
	<p>用、加工等数据处理行为。发行人及其子公司对所使用的内容在储存期限届满或使用结束时进行销毁处理，并定期对授权过期的内容进行删除。</p> <p>(4)在组织结构方面，发行人搭建了由总经理、法务部、IT 技术中心、产品中心、互联网信息合规与数据安全小组负责人、合规专员、数据专员构成的合规体系。总经理对互联网信息合规（包括个人信息保护等）和数据安全负全面领导责任；法务部向总经理汇报和负责，法务部下设互联网信息合规与数据安全小组，并由小组负责人领导合规专员和数据专员组织、协调及监督互联网信息合规、数据安全管理工作，IT 技术中心、产品中心等其他部门负责提供合规支持。</p> <p>4. 发行人及其子公司利用互联网等信息网络开展数据处理活动，已根据《信息安全等级保护管理办法》的规定，办理了信息系统安全等级保护备案。</p>
<p>《数据安全法》第二十九条 开展数据处理活动应当加强风险监测，发现数据安全缺陷、漏洞等风险时，应当立即采取补救措施；发生数据安全事件时，应当立即采取处置措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。</p>	<p>发行人及其子公司已搭建数据安全监测预警平台，对数据泄露、违规传输、流量异常等安全风险进行监测和预警，及时组织研判重要数据和核心数据安全风险并进行预警，并在每年进行的网络安全等级保护过程中进行全面漏洞扫描，如发现数据安全缺陷、漏洞等风险，立即采取补救措施。</p> <p>针对可能发生的用户信息安全或数据安全事件，发行人制定了《应急处置预案制度》《数据安全事件管理制度》及《信息系统应急管理制度》。依据上述规定，当发生数据安全事件时，发行人应立即采取处置措施，包括启动应急处理工作、应急恢复与总结工作。发行人已设置重大信息安全事件应急预案以控制安全事件的影响和后果，根据安全事件的类型执行相应的应急处理流程。同时，发行人及其子公司已建立数据安全专项部门，负责安全应急响应，组织推进和保障个人信息安全。发行人制定的《个人信息保护制度》中规定如发生个人信息引发的安全事件，平台将第一时间向相应主管机关报备，并即时进行问题排查，开展应急措施，同时通过向</p>

法律规定	履行情况
	<p>用户发送通知提醒以及短信、电话、公共运营平台运营宣传等方式使用户知晓，提醒用户更改密码。</p> <p>报告期内，发行人及其子公司未发生过数据安全事件。</p>
<p>《数据安全法》第三十二条 任何组织、个人收集数据，应当采取合法、正当的方式，不得窃取或者以其他非法方式获取数据。</p> <p>法律、行政法规对收集、使用数据的目的、范围有规定的，应当在法律、行政法规规定的目的和范围内收集、使用数据。</p>	<p>1. 发行人及其子公司采取合法、正当的方式获取数据。发行人及其子公司已在各平台设置《隐私政策》且在《隐私政策》中向用户公开个人信息/数据处理规则，明示处理个人信息的目的、方式、范围。经用户许可同意，发行人及其子公司才会收集、使用用户的必要个人信息。</p> <p>2. 发行人及其子公司收集、使用数据的目的、范围不违反法律、行政法规的规定。</p>
<p>《数据安全法》第三十四条 法律、行政法规规定提供数据处理相关服务应当取得行政许可的，服务提供者应当依法取得许可。</p>	<p>发行人及其子公司已根据《中华人民共和国电信条例》《互联网信息服务管理办法》等法律法规规定，取得《增值电信业务经营许可证》。</p>
<p>《民法典》第一千零三十八条第（一）款 信息处理者不得泄露或者篡改其收集、存储的个人信息；未经自然人同意，不得向他人非法提供其个人信息，但是经过加工无法识别特定个人且不能复原的除外。</p>	<p>发行人及其子公司已在各平台设置《隐私政策》且在《隐私政策》中明示了发行人及其子公司委托处理、共享、转让、公开披露个人信息的规则。截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司未泄露或者篡改其收集、存储的个人信息，也不存在未经自然人同意，向他人非法提供其个人信息的情形。</p>
<p>《个人信息保护法》第五十一条 个人信息处理者应当根据个人信息处理目的、处理方式、个人信息的种类以及对个人权益的影响、可能存在的安全风险等，采取下列措施确保个人信息处理活动符合法律、行政法规的规定，并防止未经授权的访问以及个人信息泄露、篡改、丢失：</p> <p>（一）制定内部管理制度和操作规程；</p> <p>（二）对个人信息实行分类管理；</p>	<p>详见本列表中《数据安全法》第二十七条、第二十九条对应“履行情况”内容。</p>

法律规定	履行情况
<p>(三) 采取相应的加密、去标识化等安全技术措施；</p> <p>(四) 合理确定个人信息处理的操作权限，并定期对从业人员进行安全教育和培训；</p> <p>(五) 制定并组织实施个人信息安全事件应急预案；</p> <p>(六) 法律、行政法规规定的其他措施。</p>	
<p>《个人信息保护法》第五十二条 处理个人信息达到国家网信部门规定数量的个人信息处理者应当指定个人信息保护负责人，负责对个人信息处理活动以及采取的保护措施等进行监督。</p> <p>个人信息处理者应当公开个人信息保护负责人的联系方式，并将个人信息保护负责人的姓名、联系方式等报送履行个人信息保护职责的部门。</p>	<p>发行人已指定个人信息保护负责人，公开其联系方式并报送网信部门。</p>
<p>《网络安全审查办法》第七条 掌握超过 100 万用户个人信息的网络平台运营者赴国外上市，必须向网络安全审查办公室申报网络安全审查。</p>	<p>发行人及其子公司属于掌握超过 100 万用户个人信息的网络平台运营者，但发行人并未赴国外上市，不适用该规定。</p>
<p>《数据出境评估办法》第四条 数据处理者向境外提供数据，有下列情形之一的，应当通过所在地省级网信部门向国家网信部门申报数据出境安全评估：</p> <p>(一) 数据处理者向境外提供重要数据；</p> <p>(二) 关键信息基础设施运营者和处理 100 万人以上个人信息的数据处理者向境外提供个人信息；</p> <p>(三) 自上年 1 月 1 日起累计向境外提供 10 万人个人信息或者 1 万人敏感个人信息的数据处理者向境外提供个人信息；</p>	<p>发行人及其子公司属于处理 100 万人以上个人信息的数据处理者，但发行人并未向境外提供数据，不适用该规定。</p>

法律规定	履行情况
(四) 国家网信部门规定的其他需要申报数据出境安全评估的情形。	

根据发行人提供的相关资料，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司电子网公司已根据《中华人民共和国电信条例》《互联网信息服务管理办法》等的有关规定，办理了《增值电信业务经营许可证》（证书编号：粤 B2-20090028；粤 B2-20210308）；发行人相关信息系统的运营主体电子网公司亦根据《信息安全等级保护管理办法》的规定，就其华强电子网系统和华强商城电子元器件交易系统的信息系统，办理了信息系统安全等级保护备案并取得了深圳市公安局核发的备案证书（证书编号：440318-13214-00001；440318-13214-00002），履行了信息安全等级保护备案的义务。此外，发行人取得了深圳市中鑫认证检测有限公司颁发的 ISO27001 信息安全管理体系认证证书（证书号为 46622IS102787R0M），认证发行人互联网软件开发相关的信息安全管理符合 GB/T22080-2016/ISO/IEC 27001:2013。

根据信用中国网出具的《企业信用报告（无违法违规证明版）》并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、深圳市市场监督管理局商事主体信用监管公示平台（<https://amr.sz.gov.cn/xyjggs.webui/xyjggs/index.aspx>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn/>）、人民法院公告网（<https://rmfygg.court.gov.cn/>）、中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn/>）、中国市场监管行政处罚文书网（<https://cfws.samr.gov.cn/>）、发行人及其子公司所在地网信部门等公开网站进行查询，报告期内发行人及其子公司不存在因违反数据处理、数据安全相关法律、法规而受到行政处罚或出现诉讼纠纷的情形。

综上，截至本补充法律意见书出具之日，发行人已按照《数据安全法》及相关法律法规的要求，采取具体措施，履行数据安全保护责任和义务。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

1. 与发行人业务部门负责人进行沟通，了解发行人业务涉及数据收集、存储、传输、使用等数据处理行为的情况；登录并查阅发行人相关平台及应用程序的隐私政策条款，了解发行人用户信息数据收集和处理合规情况；

2. 获取并查阅发行人制定的数据安全相关管理制度，与发行人数据安全管理人员沟通，了解发行人关于数据安全相关规定的执行情况；

3. 获取并查阅了发行人取得的信息系统安全等级（第二级）保护备案证明文件、《增值电信业务经营许可证》等，了解发行人数据安全相关资质取得情况；

4. 通过公开渠道检索，核查发行人报告期内是否受到数据安全主管部门处罚情况及诉讼纠纷情况。

（二）核查结论

经核查，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人已按照《数据安全法》及相关法律法规的要求，履行相关数据安全保护责任和义务。

(本页无正文,为《北京金诚同达律师事务所关于深圳华强电子网集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书(五)》之签署页)



北京金诚同达律师事务所(盖章)

负责人:(签字)

经办律师(签字):

杨晨:

刘胤宏:

郑素文:

宋颖怡:

2022年12月11日