中原证券股份有限公司

关于荣信教育文化产业发展股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐书

保荐机构（主承销商）

中原证券股份有限公司
CENTRAL CHINA SECURITIES HOLDINGS CO.,LTD.

（郑州市郑东新区商务外环路10号中原广发金融大厦）

2020年7月

中原证券股份有限公司

关于荣信教育文化产业发展股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐书

中原证券股份有限公司（以下简称“本保荐机构”）接受荣信教育文化产业发展股份有限公司（以下简称“发行人”）的委托，担任其首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构。

本保荐机构及其保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下简称“《管理办法》”）等有关法律、法规和中国证监会的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性、完整性。

一、 保荐代表人及其他项目人员情况

成员	姓名	保荐业务执业情况
保荐代表人	郭鑫	曾负责或参与了高能环境（603588）、晨光生物（300138）、博迈科（603727）、莱克电气（603355）等 IPO 或再融资项目。
	刘哲	曾负责或参与了鱼跃医疗（002223）、银河电子（002519）、方正证券（601901）、莱克电气（603355）、德威新材（300325）、空港股份（600463）、新海宜（002089）、旭升股份（603305）等 IPO 或再融资项目。
项目协办人	孙佳慈	曾参莱克电气（603355）可转债及多个 IPO 项目的尽职调查和辅导工作。
项目组其他成员	郑乐融、季佳怡、王丹彤、胡辰淼、王姝舒、于丹华	

二、 发行人基本情况

公司名称：荣信教育文化产业发展股份有限公司

住所：西安市高新区软件新城天谷八路西安国家数字出版基地南区三栋

注册资本：6,330.00万元

法定代表人：王艺桦

有限公司成立日期：2006年4月28日

股份公司成立日期：2015年4月28日

联系电话：029-89189312

传真号码：029-89189300

经营范围：图书、期刊的批发、零售；出版物排版、装订。（凭许可证明文件或批准证书在有效期内经营，未经许可不得经营）出版物销售的策划；计算机平面图形设计；计算机动画设计；纸制品加工（除专控审批项目）；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限制或禁止进出口的商品及技术除外）；广告的设计、制作、代理、发布；玩具的设计、开发、销售；少儿潜能开发；增值电信业务。（依法须经审批的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

证券发行类型：股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市

三、 保荐机构与发行人的关系

本保荐机构与发行人不存在下列情形：

（一）保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（二）发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（三）保荐机构的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员拥有发行人权益、在发行人任职等情况；

（四）保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；

（五）保荐机构与发行人之间的其他关联关系。

四、 保荐机构内部审核程序及内核意见

（一）内部审核程序

本保荐机构对发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请文件履行了严格的内部审核程序：

1、项目组完成全面尽职调查、取得工作底稿并制作完成申报文件，经履行业务部门复核程序后提交质量控制总部验收。

2、2020 年 4 月 14 日至 4 月 23 日，质量控制总部审核人员对本项目进行了现场核查。质量控制总部对项目是否符合内核标准和条件，项目组拟报送的材料是否符合法律法规、中国证监会、深圳证券交易所的有关规定，业务人员是否勤勉尽责履行尽职调查义务等进行核查和判断，并出具核查意见。项目组对质量控制总部的核查意见进行补充核查、回复，并提交质量控制总部验收确认。

3、项目申请文件和工作底稿经质量控制总部验收通过并经履行问核程序后，项目组向内核事务部提请召开内核会议。内核事务部对项目组提交文件的完备性进行初步审核，审核通过后组织召开内核会议。

4、2020 年 5 月 23 日，本保荐机构内核委员会召开内核会议对本项目发行上市申请进行审议。参加本次内核会议的内核委员会成员共 7 人，分别为花金钟、娄爱东、张克东、杨曦、王轲、肖怡忱、李锐。内核委员在会上就本项目存在的问题与保荐代表人、项目组成员进行了充分交流及讨论，并以记名投票方式对本项目进行表决。根据表决结果，本项目获得内核会议审议通过。

项目组对内核意见进行了逐项落实，对本次发行申请文件进行了修改、完善，并提交内核事务部审核确认。

（二）内核意见

荣信教育文化产业发展股份有限公司符合《证券法》及中国证监会相关法规规定的发行条件，同意推荐荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市。

五、 保荐机构承诺

本保荐机构已按照法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所的规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，同意推荐发行人证券发行并在创业板上市，并据此出具本发行保荐书。

本保荐机构就如下事项做出承诺：

（一）有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会、深圳证券交易所有关证券发行上市的相关规定；

（二）有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（三）有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理；

（四）有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异；

（五）保证所指定的保荐代表人及保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

（六）保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（七）保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范；

（八）自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施；

（九）遵守中国证监会规定的其他事项。

六、保荐机构关于发行人财务专项核查的意见

根据《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》（证监会公告[2012]14 号）和《关于做好首次公开发行股票公司 2012 年度

财务报告专项检查工作的通知》（发行监管函[2012]551 号）的要求，保荐机构会同会计师、发行人对报告期财务会计信息披露的真实性、准确性、完整性开展了全面自查。

经核查，发行人财务信息披露真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，不存在以下粉饰业绩或财务造假的情形：

（1）以自我交易的方式实现收入、利润的虚假增长；

（2）发行人或关联方与其客户或供应商以私下利益交换等方法进行恶意串通以实现收入、盈利的虚假增长；

（3）关联方或其他利益相关方代发行人支付成本、费用或者采用无偿或不公允的交易价格向发行人提供经济资源；

（4）保荐机构及其关联方、PE 投资机构及其关联方、PE 投资机构的股东或实际控制人控制或投资的其他企业在申报期内最后一年与发行人发生大额交易从而导致发行人在申报期内最后一年收入、利润出现较大幅度增长；

（5）利用体外资金支付货款，少计原材料采购数量及金额，虚减当期成本，虚构利润；

（6）采用技术手段或其他方法指使关联方或其他法人、自然人冒充互联网或移动互联网客户与发行人（即互联网或移动互联网服务企业）进行交易以实现收入、盈利的虚假增长等；

（7）将本应计入当期成本、费用的支出混入存货、在建工程等资产项目的归集和分配过程以达到少计当期成本费用的目的；

（8）压低员工薪金，阶段性降低人工成本粉饰业绩；

（9）推迟正常经营管理所需费用开支，通过延迟成本费用发生期间，增加利润，粉饰报表；

（10）期末对欠款坏账、存货跌价等资产减值可能估计不足；

（11）推迟在建工程转固时间或外购固定资产达到预定使用状态时间等，延

迟固定资产开始计提折旧时间；

（12）其他可能导致公司财务信息披露失真、粉饰业绩或财务造假的情况。

七、保荐机构对本次证券发行的推荐意见

本保荐机构已按照中国证监会和深圳证券交易所的有关规定进行了充分的尽职调查、审慎核查。

（一）关于本次证券发行的决策程序

1、发行人于 2020 年 5 月 26 日召开第二届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于公司申请首次公开发行 A 股股票并在深圳证券交易所创业板上市相关事宜的议案》《关于提请股东大会同意公司在全国中小企业股份转让系统暂停转让股份并授权董事会适时申请及授权董事会办理公司首次公开发行人民币普通股股票（A 股）并上市具体事宜的议案》等与本次发行相关的议案，并将该等议案提交发行人股东大会审议。

2、发行人于 2020 年 6 月 10 日召开 2020 年第五次临时股东大会，审议并通过了关于本次股票发行上市的有关决议，包括：《关于公司申请首次公开发行 A 股股票并在深圳证券交易所创业板上市相关事宜的议案》《关于提请股东大会同意公司在全国中小企业股份转让系统暂停转让股份并授权董事会适时申请及授权董事会办理公司首次公开发行人民币普通股股票（A 股）并上市具体事宜的议案》等。

经核查，本保荐机构认为发行人已就本次股票发行履行了《公司法》、《证券法》及中国证监会规定的决策程序。

（二）关于《证券法》规定的发行条件

1、 发行人已具备健全且运行良好的组织机构；

2、 发行人具有持续盈利能力；

3、 发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告；

4、 发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪。

综上所述，本保荐机构认为发行人符合《证券法》规定的发行条件。

（三）关于《创业板首次公开发行股票注册管理办法》规定的发行条件

发行人符合《管理办法》规定的发行条件，具体情况如下：

1、发行人符合《管理办法》第十条规定

本保荐机构调阅了发行人的营业执照、公司章程、发起人协议、工商档案资料等，确认发行人为成立于 2006 年 4 月 28 日的有限责任公司，并于 2015 年 4 月 28 日按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司，发行人依法设立，且持续经营三年以上。

2、发行人符合《管理办法》第十一条规定

本保荐机构查阅了容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的标准无保留意见的容诚审字[2020]100Z1058 号《审计报告》、发行人相关财务管理制度和原始财务报表，确认发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量。

本保荐机构查阅了容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的无保留结论的容诚专字[2020]100Z0434 号《内部控制鉴证报告》，确认发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性。

3、发行人符合《管理办法》第十二条规定

（1）本保荐机构查阅了发行人及其控股股东主营业务情况、股权结构情况、主要资产权属证明文件，对发行人股东、董事、监事、高级管理人员、主要关联方进行访谈，确认发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（2）本保荐机构查阅了发行人的工商档案资料、历次三会文件、报告期内销售合同、主要股东访谈等，确认发行人主营业务、控制权和管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和

受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（3）本保荐机构查阅了北京市中伦律师事务所出具的法律意见书、发行人主要资产的权属文件，确认发行人不存在主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

4、发行人符合《首发管理办法》第十三条规定

（1）本保荐机构实地走访生产经营场所、核查发行人与生产经营相关资质证件、取得了工商、税收、社保等方面的主管机构出具的证明文件，确认发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。

（2）本保荐机构查阅了政府部门出具的证明文件、发行人及其实际控制人出具的承诺，查询了政府有关部门网站、裁判文书网、信用中国、中国执行信息公开网等网站，对发行人主要股东进行了访谈，确认最近 3 年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

（3）本保荐机构查阅了董事、监事和高级管理人员提供的个人简历、证明、承诺，确认董事、监事和高级管理人员不存在最近 3 年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见等情形。

综上所述，本保荐机构认为发行人符合《管理办法》规定的发行条件。

（四）关于发行人股东中涉及的私募投资基金备案情况

保荐机构经核查认为，发行人股东中涉及的私募投资基金均履行了备案程序，符合《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》要求。

（五）关于发行人财务报告审计截止日后主要经营情况

保荐机构经核查认为：财务报告审计截止日至本发行保荐书签署日，发行人主要经营情况正常，未发生影响投资者判断的重大事项。

（六）关于本次证券发行聘请第三方机构情况的说明

根据《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》（证监会公告[2018]22 号）等规定，本保荐机构就在投资银行类业务中有偿聘请各类第三方机构和个人（以下简称“第三方”）等相关行为进行核查。

1、本保荐机构有偿聘请第三方等相关行为的说明

本保荐机构在本次保荐业务中不存在各类直接或间接有偿聘请第三方的行为，不存在未披露的聘请第三方行为。

2、发行人有偿聘请第三方等相关行为的说明

经核查，在本次发行上市中，发行人聘请本保荐机构担任保荐机构，聘请北京市中伦律师事务所担任发行人律师，聘请容诚会计师事务所（特殊普通合伙）担任审计机构及验资机构。除前述依法需聘请的证券服务机构外，发行人不存在各类直接或间接有偿聘请第三方的行为，不存在未披露的聘请第三方行为。

（七）关于即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项的核查意见

发行人已根据《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》拟定了《关于公司首次公开发行股票摊薄即期回报的风险提示及填补措施的议案》，并经发行人 2020 年第五次临时股东大会审议通过。发行人董事、高级管理人员签署了《关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺》。

经核查，本保荐机构认为，发行人已结合自身经营情况，基于客观假设，对即期回报摊薄情况进行了合理预计；发行人已制订切实可行的填补即期回报措施；董事、高级管理人员已做出相应承诺，上述措施和承诺符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）中关于保护中小投资者合法权益的精神。

（八）关于本次发行公司股东公开发售股份的核查意见

经核查，公司本次拟公开发行人民币普通股（A 股）不超过 2,110 万股，公司股东不存在公开发售股份的情形。

（九）发行人存在的主要风险

通过尽职调查，本保荐机构认为发行人在生产经营中面临如下主要风险：

1、行业监管风险

公司主要从事少儿图书的策划与发行业务、少儿文化产品出口业务，属于新闻和出版业。新闻和出版业具有意识形态属性，受国家相关法律、法规及政策的严格监管。公司策划的图书需由出版社按照国家法律法规严格履行出版的相关程序。

自设立以来，公司按照国家法律法规和行业监管政策合规经营。若公司未来图书策划与发行业务出现违反行业监管法规并受到行业监管部门相应处罚的情形，则会对公司业务经营产生不利影响。

2、市场竞争风险

公司自设立以来专注于少儿图书的策划与发行业务、少儿文化产品出口业务。近年来，国家积极引导非公有资本进入文化领域，建立多层次文化产品市场，随着行业内企业数量不断增加，围绕着版权资源、人才资源、渠道资源展开的竞争不断加剧。若公司不能适应市场竞争节奏、不能进一步巩固和增强自身竞争力、不能在保证图书产品策划水平和产品质量的同时提升市场占有率，则公司业务发展可能受到不利影响。

3、选题策划和图书创作风险

选题策划和图书创作是公司产品开发的重要环节。图书产品因其特殊性首先要保障社会效益和经济效益的统一，同时应考虑适应市场需求、时效性、供应链支撑体系以及下游销售渠道情况等多种因素。

尽管公司已经建立系统化的创意图书开发流程，形成自身独特的创意选题理念、内容创作体系和良好的策划创作能力。但在实际经营过程中，如果出现图书选题偏离市场需求、产品创意创新性不足、内容不被消费者认可的情形，则可能对公司经营业绩产生不利影响。

4、版权合同到期不能续约风险

公司策划的图书分为授权版权图书和自主版权图书，其中自主版权图书 2019 年销售占比已经超过 40%。公司与版权方签署的授权版权图书的授权协议一般为 3-5 年，协议到期后，版权方可以选择续约或者将版权授予其他出版社或

图书策划公司。公司与版权方建立了良好的长期合作关系，并形成了丰富的版权储备，且自主版权图书数量和销售占比不断提升，但如果公司的畅销图书在版权授权协议到期后不能续约，则可能对公司经营业绩产生一定的不利影响。

5、供应商相对集中风险

根据国家关于新闻和出版业的法律、法规及政策，民营图书公司不具有出版资质。在图书出版环节，公司与具备出版资质的国有出版社进行合作，将自身策划的图书授权出版社进行出版；在图书发行环节，公司与出版社签署合同，约定由公司独家销售，并向出版社采购公司策划的图书。

公司主要合作的出版社包括陕西未来出版社有限责任公司、陕西人民教育出版社有限责任公司、西安出版社有限责任公司、甘肃少年儿童出版社有限责任公司、春风文艺出版社有限责任公司等。陕西未来出版社有限责任公司和陕西人民教育出版社有限责任公司均为受陕西新华出版传媒集团有限责任公司控制的企业，报告期内公司向陕西未来出版社有限责任公司和陕西人民教育出版社有限责任公司的合计采购额分别为 13,454.28 万元、17,909.67 万元和 18,677.18 万元，占采购总额的比例分别为 70.67%、72.35%和 69.62%，采购集中度相对较高。

公司已经与陕西未来出版社有限责任公司和陕西人民教育出版社有限责任公司建立了长期的战略性合作关系，同时公司随着业务规模的扩张，不断增加合作的出版社。如果公司与陕西未来出版社有限责任公司和陕西人民教育出版社有限责任公司的合作关系发生变化，虽然公司可以寻求合作的出版社较多，但仍可能对公司短期内的业务开展造成不利影响。

6、知识产权保护风险

以盗版图书为代表的侵犯知识产权的各类非法出版物在全世界范围都屡禁不止。盗版图书以低价冲击正版图书的生存空间，直接损害了正版图书作者、出版方、发行方、批发零售方的合法权益和经济利益，扰乱市场秩序。同时，盗版少儿图书低劣的制造工艺不仅严重影响了消费者的阅读体验，还可能危害少年儿童身体健康。

国家已制订了一系列打击非法出版物、规范出版物市场秩序的政策，加强盗版打击力度，保护知识产权。公司亦通过对授权版权签署严密的授权协议，对自主版权进行作品登记等法律手段保护自身权益。但由于打击非法出版物、规范出

版物市场秩序是一项需要长期努力的工作，公司仍可能面临知识产权保护不力、图书产品被他人盗版带来的风险。

7、存货余额水平较高的风险

少儿图书市场读者具有多元化的阅读需求，行业中具有一定规模和品牌形象的图书策划公司，通常会开发多品类的图书产品，同时由于销售模式的影响，行业内公司一般存货余额水平较高。公司作为少儿图书市场具有较高行业地位的图书策划公司，拥有大量优质的图书版权，开发出适合不同年龄段孩子长销且畅销的图书产品。报告期各期末公司存货净额分别为 9,308.39 万元、11,249.82 万元和 11,783.17 万元，占期末流动资产的比例分别为 31.46%、29.57%和 28.11%。虽然公司图书产品具有长销的特点，但若不能及时形成销售，可能影响公司经营活动现金流，从而对公司业绩产生不利影响。

8、应收账款回收风险

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 5,938.13 万元、7,037.84 万元和 9,192.22 万元，占期末流动资产的比例分别为 20.07%、18.50%和 21.93%，其中账龄为一年以内的应收账款占比在 90%以上。公司制定了严格的客户审核流程和财务管理制度，积极回笼资金并按照会计政策计提坏账准备。但若公司应收账款无法及时收回，仍将对公司盈利能力产生不利影响。

9、税收优惠风险

根据《财政部海关总署国家税务总局关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税[2011]58 号），自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15%的税率征收企业所得税；根据《财政部税务总局国家发展改革委关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》（财政部公告 2020 年第 23 号），自 2021 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15%的税率征收企业所得税。报告期内，公司及子公司乐乐趣文化享受此所得税优惠政策。

根据《财政部国家税务总局关于延续宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》（财税[2013]87 号），自 2013 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日，免征图书批发、零售环节增值税；根据《财政部国家税务总局关于延续宣传文化增值税优惠政策的通知》（财税[2018]53 号），自 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日，

免征图书批发、零售环节增值税。报告期内，公司及子公司乐乐趣营销、傲游猫、荣创荣盈享受此增值税优惠政策。

若未来国家相关税收优惠政策发生重大变化，或者相关政策到期后不再继续实施，将导致公司不再享有相关的所得税或增值税税收优惠，从而对公司经营业绩产生不利影响。

10、人力资源风险

少儿图书策划与发行业务对于图书选题、内容策划人员的综合素质要求较高。相关人员不仅要能够具备内容创意、图书设计、文字编辑、工艺设计、上下游渠道沟通等多方面综合素质，还要熟悉少年儿童身心发育、成长体系，并洞察少儿图书行业市场需求及其变化。

公司已建立完善的员工职业发展体系和思想教育体系，形成了包括企业文化、职业培训、薪酬激励等一系列人才发展和团队建设机制，培养了一批专业素质过硬的优秀人才。近年来公司业务规模扩张迅速，对专业人才的需求进一步加大。如果公司不能通过持续提供具有竞争力的薪酬水平、培训和激励机制吸引人才，可能导致人才队伍的不稳定或人才队伍建设无法满足业务规模增长的需求，从而对公司未来发展产生不利影响。

11、管理风险

随着公司经营规模的不断扩张和募集资金投资项目的实施，公司需要进一步完善和提升现有版权储备、原创研发、采购供应、市场营销、财务管理、人力资源等方面的管理能力，从而使公司管理能力与经营规模的快速扩张相适应。若不能较好的解决以上问题，将难以支撑公司的快速成长。

12、募集资金投资项目实施风险

公司本次发行募集资金将用于少儿图书开发及版权储备项目和补充流动资金。项目实施后，将对公司经营规模的扩大、技术水平的提升、盈利能力的增强以及发展战略的实施产生积极影响，有利于公司进一步增强核心竞争力。尽管公司对本次募集资金投资项目进行了审慎的可行性研究论证，但在项目实施过程中，可能受到市场环境变化、内容不被少年儿童读者认可等各种不确定因素的影响，导致项目无法顺利实施，从而对项目实际收益和公司业绩产生不利影响。

（十）发行人的发展前景及持续盈利能力

1、发行人所处行业基本情况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司属于文化、体育和娱乐业（R）中的新闻和出版业（R85）。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017）,公司属于文化、体育和娱乐业（R）中的新闻和出版业（R86）中的出版业（R862）中的图书出版（R8621）。

（1）行业主管部门

①中共中央宣传部

中央宣传部是中共中央直属机构之一，是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，对本行业主要负责从宏观上指导精神产品的生产，提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系等。

2018 年 3 月，中共中央印发了《深化党和国家机构改革方案》，中宣部统一管理新闻出版和电影工作，将国家新闻出版广电总局的新闻出版管理职责划入中宣部，对外加挂国家新闻出版署（国家版权局）牌子。

国家新闻出版署（国家版权局）主要职责是贯彻落实党的宣传工作方针，拟订新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等。

②中华人民共和国文化和旅游部

中华人民共和国文化和旅游部对图书行业主要负责贯彻落实党的文化工作方针政策，研究拟订文化政策措施，起草文化法律法规草案；统筹规划文化事业、文化产业发展，拟订发展规划并组织实施等。

（2）行业监管体制

①策划选题的管理制度

序号	法律法规	颁布时间	主要内容
1	《出版管理条例》	2001 年 12 月 25 日颁布（2011 年、2013 年、2014 年、2016 年共四次修订）	图书出版社、音像出版社和电子出版物出版社的年度出版计划及涉及国家安全、社会安定等方面的重大选题，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核后报国务院出版行政主管部门备案；涉及重大选题，

			未在出版前报备案的出版物，不得出版。
2	《图书、期刊、音像制品、电子出版物重大选题备案办法》（国新出发〔2019〕35 号）	2019 年 10 月 25 日颁布	列入备案范围内的重大选题，图书、期刊、音像制品、电子出版物出版单位在出版之前，应当依照本办法报国家新闻出版署备案。未经备案批准的，不得出版发行。

②出版物发行的管理制度

序号	法律法规	颁布时间	主要内容
1	《出版管理条例》	2001 年 12 月 25 日颁布（2011 年、2013 年、2014 年、2016 年共四次修订）	报纸、期刊、图书、音像制品和电子出版物等应当由出版单位出版。 单位从事出版物批发业务的，须经省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核许可，取得《出版物经营许可证》。单位和个体工商户从事出版物零售业务的，须经县级人民政府出版行政主管部门审核许可，取得《出版物经营许可证》。 通过互联网等信息网络从事出版物发行业务的单位或者个体工商户，应当依照本条例规定取得《出版物经营许可证》。提供网络交易平台服务的经营者应当对申请通过网络交易平台从事出版物发行业务的单位或者个体工商户的经营主体身份进行审查，验证其《出版物经营许可证》。
2	《出版物市场管理规定》（中华人民共和国国家新闻出版广电总局、中华人民共和国商务部令第10号）	2016 年 5 月 31 日颁布	国家对出版物批发、零售依法实行许可制度。从事出版物批发、零售活动的单位和个人凭出版物经营许可证开展出版物批发、零售活动；未经许可，任何单位和个人不得从事出版物批发、零售活动。 单位申请从事出版物批发业务，可向所在地地市级人民政府出版行政主管部门提交申请材料，审核后报省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审批；申请单位也可直接报所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审批。批准的，由省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门颁发出版物经营许可证，并报国家新闻出版广电总局备案。单位、个人申请从事出版

			物零售业务，须报所在地县级人民政府出版行政主管部门审批。出版物批发单位可以从事出版物零售业务。 已经取得出版物经营许可证的单位、个人在批准的经营范围内通过互联网等信息网络从事出版物发行业务的，应自开展网络发行业务后 15 日内到原批准的出版行政主管部门备案。 出版物批发、零售单位设立不具备法人资格的发行分支机构，或者出版单位设立发行本版出版物的不具备法人资格的发行分支机构，不需单独办理出版物经营许可证，但应依法办理分支机构工商登记，并于领取营业执照后 15 日内到原发证机关和分支机构所在地出版行政主管部门备案。

③图书质量管理制度

序号	法律法规	颁布时间	主要内容
1	《图书质量保障体系》	1997 年 6 月 26 日颁布	对图书出版的选题论证制度、稿件三审责任制度、责任编辑制度、责任设计编辑制度、责任校对制度、印刷质量标准制度、图书书名页使用标准、中国标准书号和图书条码使用标准、样书检查制度等进行了规定。
2	《图书质量管理规定》	2004 年 12 月 24 日颁布	对图书质量管理部门、质量标准、管理措施及图书编校差错的计算方法进行了详细规定。

2、行业总体状况与发展趋势

（1）图书行业总体情况与发展趋势

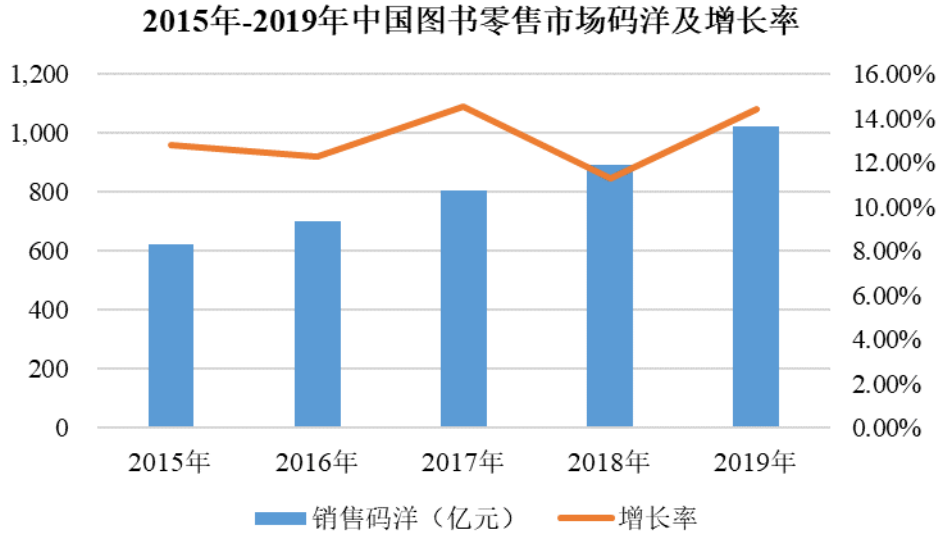
图书是人类智慧的结晶，是传播知识、延续文明的重要载体。图书行业不仅创造了商业价值，更是促进文化繁荣发展、提高人民素质和社会文明、推动社会经济结构调整的重要基石。

近几年随着国民经济稳定增长、消费水平升级、国际化进程加速、人民精神文化需求不断提高，图书行业呈现蓬勃发展的态势。科技技术的提升，打破了图书行业传统的产品形态以及业务模式，对图书行业产生了深远的影响。

①行业总体规模持续增长

随着我国国民经济增长、文化消费支出增加，在国家产业政策的有力引导下，

图书市场规模呈现良好的发展态势。近年来图书整体市场零售规模增幅较为明显，2019 年中国图书零售市场总规模达到 1,023 亿元，同比增长 14.4%。



数据来源：开卷信息《全国图书零售市场概况》

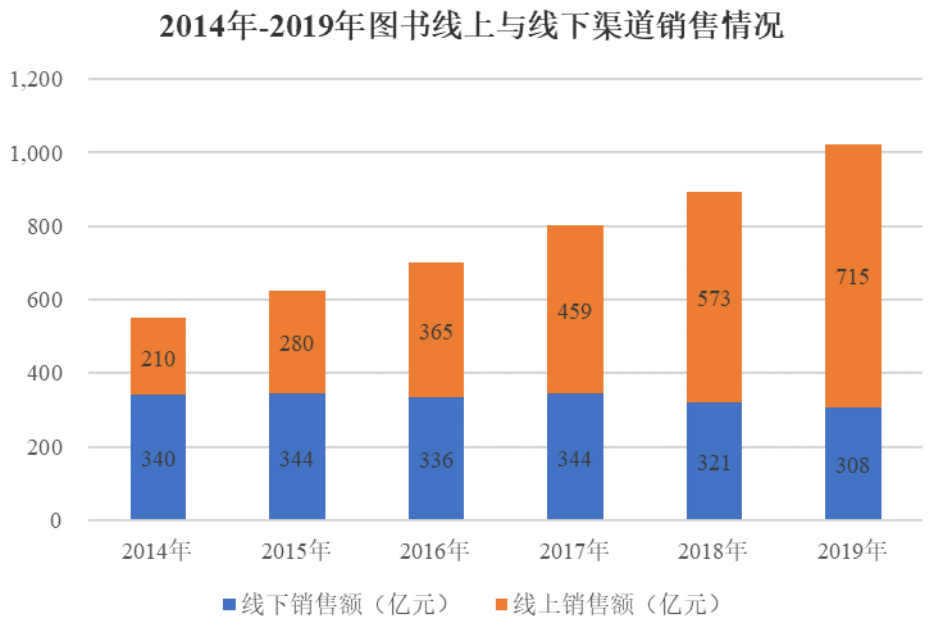
②民营企业参与出版经营活动更加活跃

2018 年，新闻出版行业有企业法人单位 141,295 家，其中民营企业共有 120,663 家，占企业法人单位数量的 85.4%[1]。非公有资本参与出版经营活动更趋活跃。内容策划领域的民营企业数量众多，但总体呈现规模较小的状态，行业集中度较低，未来存在较大的整合空间。

③图书销售渠道变革，线上图书销售超过线下图书销售

2019 年中国图书零售市场中实体书店销售码洋约 308 亿元，同比下降 4.05%，网上销售渠道销售码洋约 715 亿元，同比增长 24.78%。2016 年，线上图书销售首次超过线下图书销售。线上渠道具有品种丰富、宣传促销覆盖面广、信息化程度高、仓储物流形成规模效应等竞争优势。随着互联网技术的快速发展，基础设施以及综合物流模式的逐渐完善，线上销售对于线下销售的分流作用将更为明显，线上销售将持续保持增长态势。但由于实体书店提供的阅读体验无法被完全取代，并且实体书店在销售图书的同时能提供增值服务，线下销售无法被线上销售取代，预计未来将形成线上线下相互补充的市场格局。

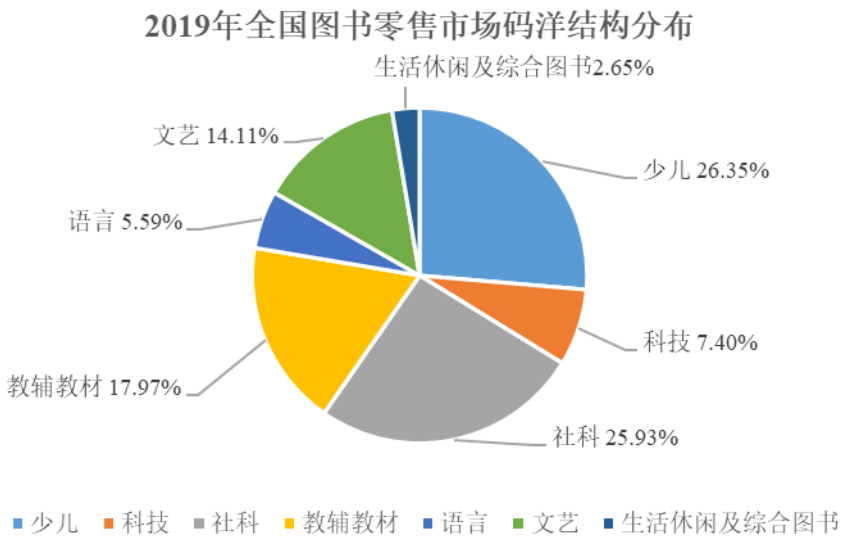
[1] 数据来源：国家新闻出版署发布《2018 年新闻出版产业分析报告》



数据来源：开卷信息《全国图书零售市场概况》

④少儿图书的市场规模快速增长，已经成为份额最大的细分市场

从市场细分结构来看，近年来，我国人口结构、收入水平、受教育程度、年龄结构、城镇化等社会因素带来了国民阅读需求的分化，图书行业逐渐形成若干特点显著的细分市场。根据开卷信息的分类方法，我国图书市场按照内容与功能的差异可以分为少儿、社科、教辅教材、文艺、科技、语言、生活休闲和综合图书等八个细分市场，各细分市场的产品特点、消费群体、竞争程度、市场周期各有不同。2019 年，少儿图书销售码洋占比 26.35%，是码洋比重最大的细分市场。

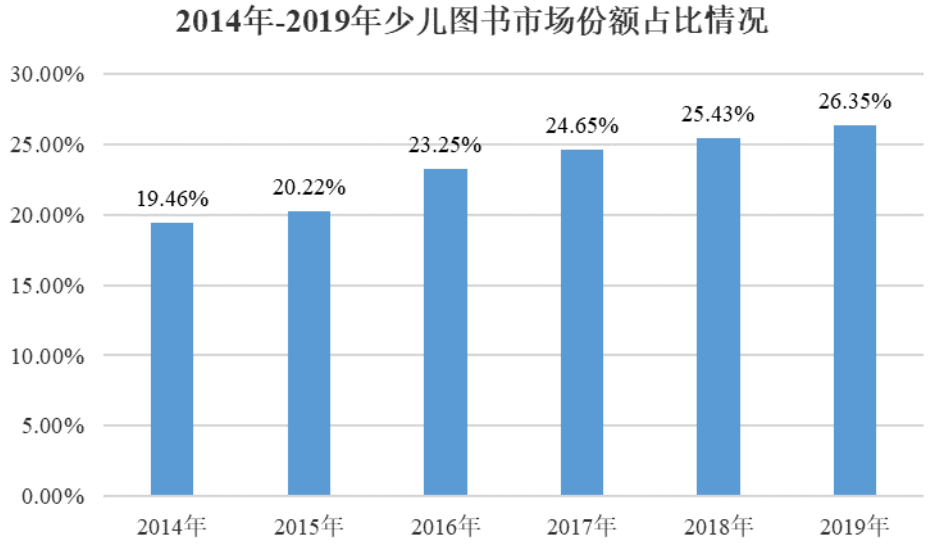


数据来源：开卷信息《全国图书零售市场概况》

（2）少儿图书行业总体情况与发展趋势

①少儿图书整体市场规模持续增长，占比不断攀升

近年来，少儿图书行业发展迅速，少儿图书行业规模的快速增长推动少儿图书码洋占比稳步攀升。2019 年，少儿图书销售码洋占比 26.35%，位列第一，少儿图书于 2016 年已成为码洋比重最大的细分市场。

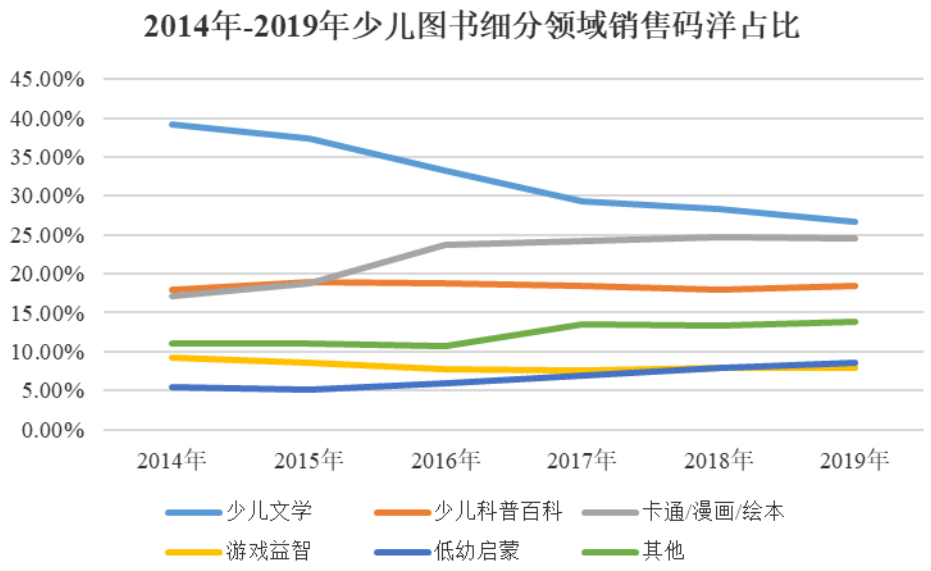


数据来源：开卷信息《全国图书零售市场概况》

少儿阅读对于眼睛保护等健康要求较高，同时有亲子互动阅读的需求，因此少儿图书在健康阅读、亲子阅读等方面对纸质阅读存在明显的依赖，电子阅读、移动阅读等新型的阅读方式未对少儿图书市场的增长带来不利影响。数字化阅读虽然具有快捷方便的特点，但只适合快速的碎片化的浅阅读，传统的纸质阅读更适于系统的体系化的深阅读。

②少儿图书市场细分情况

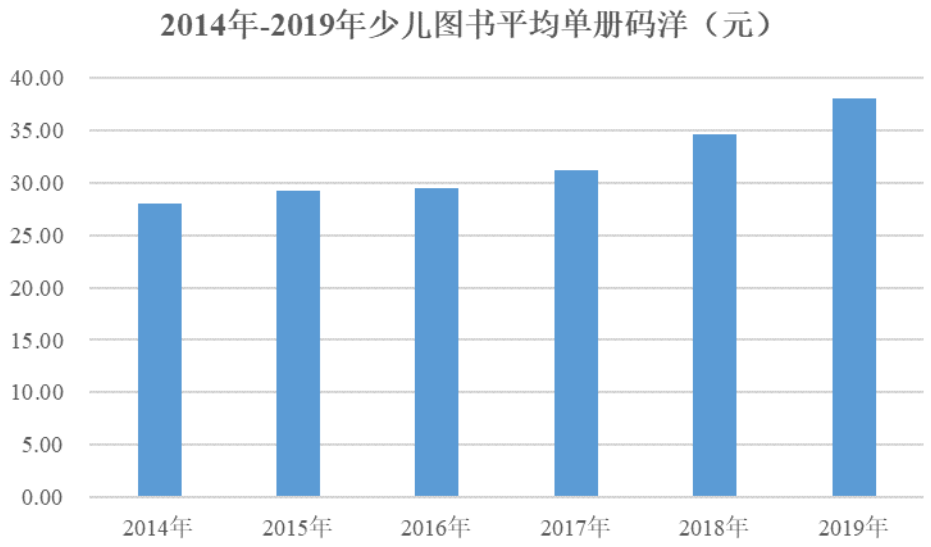
少儿图书可以细分为少儿文学、少儿科普百科、卡通/漫画/绘本、游戏益智、低幼启蒙、其他等 6 大类。其他包括少儿艺术、少儿国学经典、少儿英语、卡片挂图、青少年心理自助。少儿文学为少儿图书的第一大细分市场，2019 年市场占有率为 26.60%，其后依次为卡通/漫画/绘本、少儿科普百科、低幼启蒙、游戏益智，合计占比 59.57%。



数据来源：开卷信息《2014-2019 年中国图书零售市场专项报告》

③少儿图书平均单册码洋增长势头明显

2014 年至 2019 年，少年儿童读物平均单册码洋增长势头明显。2019 年，少年儿童读物平均单册码洋达到 38.02 元，与 2018 年相比上涨 9.95%。中国家庭对于少年儿童图书的消费水平和消费需求不断提高。



数据来源：开卷信息《2014-2019 年中国图书零售市场专项报告》

④互联网销售的繁荣推动了中高端少儿图书销售的快速增长

线上图书销售拥有图片、动画等多样的图书展示手段，有利于读者消费者直观、快速、全方位的了解图书产品；同时，线上销售减少了中间环节，配合促销活动让利消费者，有利于促进中高端少儿图书的销售。

3、发行人竞争优势

（1）以“在阅读中感知美好，提升孩子看不见的竞争力”为核心的经营理念

荣信教育长期深耕于少儿图书领域，以“在阅读中感知美好，提升孩子看不见的竞争力”为核心的经营理念，通过对国际先进儿童教育理论的深入研究，经过十几年的行业积淀，形成了比较完善的儿童教育理念。公司通过优秀的图书产品为孩子建立丰富的知识体系，塑造美丽善良的心灵和温暖健全的人格，培养勇敢坚定的品质、想象力、创造力和感知美好的能力，提升孩子看不见的竞争力，帮助孩子们从小树立正确价值观，建立民族自信和文化自信。

①懂孩子，为孩子提供最适合的图书

公司长期深入研究皮亚杰、蒙台梭利、布鲁纳等国际经典少儿认知发展理论，结合少儿生理、心理发育过程中所呈现的顺序性、阶段性、连续性、不均衡性等规律，深刻理解不同年龄段少儿成长过程中对感官刺激、语言发展、科学启蒙、情商培养、动手能力、审美熏陶等多方面的需求。

公司基于对孩子生理和心理需求的研究，能够深刻理解不同年龄段孩子最适合的图书。0-3 岁的幼儿是感官发育敏感期，对于身边的事物开始建立基础认知，好的图书就是让孩子看、听、摸、闻、玩等，帮助他们认识世界并感受到世界的温暖。3-6 岁的儿童，自我意识觉醒，性格塑造至关重要，好的图书在关注儿童学习发展个性的同时，注重教育发展的均衡性和整体性，养成孩子善良美好的心灵，满足孩子的好奇心，激发他们的探索欲望，为未来的学习和成长奠定基础。6 岁以上的儿童，知识快速获取，价值观逐步形成，好的产品应当富含充分的知识给养和正向的价值观，为孩子的未来发展打下一个博大广阔的基础。

②根植传统文化，践行民族自信

公司长期深入研究中华民族传统文化，紧跟新时代主旋律，将优秀传统文化和经典 IP 开发成为符合不同年龄段孩子的认知需求的产品，帮助孩子们从小树立正确价值观，建立民族自信和文化自信。

公司长期深入研究中华民族传统文化，开发符合不同年龄段孩子的认知需求

的产品。公司自主创作的节日体验立体绘本《过年啦!》《中秋节》，以传统节日为核心内容，书中设计了翻翻、拉拉、立体等多种奇妙的互动形式，将游戏与阅读巧妙结合，向读者生动呈现中华传统文化习俗。公司自主创作的《揭秘二十四节气》《揭秘汉字》《揭秘古诗词》《揭秘丝绸之路》《文化都在节日里》等图书，将传统文化的传承和普及进行的有声有色。

公司紧跟时代主旋律，将体现时代精神、展示国家强盛的主题开发成少儿图书作品。《嫦娥探月立体书》将现代纸艺设计和中国探月工程的曲折精彩巧妙地融合在一起，从宇宙起源到嫦娥探月再到中国未来航天计划，展现了美丽的太空、演绎了嫦娥探月的精彩过程，用大型的立体场景来展示中国航天技术的突飞猛进，让孩子的阅读过程充满互动的惊喜和视觉的震撼。

公司通过重塑经典，对传统经典 IP 进行深入开发，结合现代语境、生活场景设计出更适合孩子的阅读和审美需求的图书产品。《大闹天宫》改编自上海美术电影制片厂 60 年代的中国动画电影巅峰之作。公司用立体纸艺设计，重新演绎经典之作，在国际书展上备受好评。

（2）优秀的策划能力和创作能力

公司集策划者与创作者角色于一身，同时具备优秀的策划能力和创作能力。公司基于对国际及本土少儿图书市场的研究，以及对儿童不同成长阶段生理、心智发育特征的理解，能够准确把握少儿互动立体类图书行业市场需求，形成了优秀的策划能力，为全球遴选和自主创作优秀图书奠定了基础。同时，系统化的创意图书开发流程、内容创作体系和创新的产品表现形式，保障了公司优秀的图书

创作能力。

①科学完备的儿童教育选题创意

公司在少儿学习与发展中最基本、最重要的健康、语言、社会、科学和艺术等领域深耕细作，开发和制作富于创意的、符合孩子特点和需求的优秀作品。

在健康领域，公司开发了《性别常识互动游戏书》《儿童健康饮食互动百科》《吃饭的秘密！儿童健康饮食绘本》《宝宝心理成长绘本》等与儿童精神和身体健康成长息息相关的图书。

在语言领域，公司开发了一系列原创发声书，其中《我会读古诗》《我会读ABC》《我会唱英文儿歌》《我会读论语》《我的第一本英语发声词典》《我会念童谣》等，都是图书市场的畅销品，成为很多孩子语言启蒙类的必读书。

在社会领域，公司开发了《安全常识互动游戏书》《礼仪常识互动游戏书》《长大我最棒!》《幼儿情感启蒙成长暖心绘本》《迪士尼公主妙厨房》等图书，提升孩子的规则意识、同理心和共情力。

在科学领域，公司开发了“乐乐趣揭秘翻翻书”系列、《嫦娥探月立体书》《神秘海洋立体书》《奇趣昆虫立体书》《我们的身体》《恐龙》《太空》等书，紧跟时代步伐，将科普知识讲解得生动有趣，形象直观，激活孩子的好奇心和探索发现的欲望。

在艺术领域，公司开发了《毛毛虫嘉年华》《给孩子的艺术课》《给孩子的音乐启蒙发声书》等书籍，给孩子带来了不一样的艺术启蒙，让孩子有一双发现美、欣赏美的眼睛和充满着人文理想的艺术素养。

②覆盖少儿各年龄阶段的产品线

公司根据不同年龄段的生理和心理特征，将少儿读者划分为0-2岁（婴幼儿）、2-4岁（幼儿）、4-6岁（学前）、6-9岁（低学龄）、9-14岁（中高学龄）等年龄段，匹配不同的内容题材、文字图案以及表现形式，激发孩子的阅读兴趣，满足不同年龄段少儿的阅读需求。公司对不同年龄段少儿生理、心理特点及产品匹配情况如下：

年龄段	生理、心理特点	代表性产品
0-2 岁	五感发育的黄金期，孩子主要用手、耳朵和眼睛去触摸、倾听和观察周围的环境，并开始学会简单的词语表达。	《亮丽精美触摸书》让孩子通过可爱的动物朋友和触摸材料认知身边的大自然。
		《来，闻闻大自然的味道》通过问答游戏的形式，引导孩子辨识各种味道，达到认知的目的。
		《小手扭扭指偶书》每本书都配有精巧的指偶，配合温馨的亲子故事和儿歌，是很好的亲子互动图书。
		《我身边的声音》从孩子身边的声音着手，辅以发声装置，加强孩子对外界环境的认知。
2-4 岁	小手敏感期，喜欢用手去探知周围，有较强的求知欲和探索欲，适合强化孩子手指动作和手眼协调能力。	《奇妙洞洞书》采用重叠透视的洞洞设计，引起孩子阅读兴趣，满足小手敏感期孩子的小手探索欲。
		《揭秘小世界》用翻页和立体设计引导孩子主动探索和发现书中的知识，认识身边的万物。
		《鳄鱼先生立体游戏屋》用立体纸艺设计出房屋的场景，孩子可以用随书附送的玩偶在其中进行游戏。
4-6 岁	社交启蒙期，孩子开始萌生自我意识，学会理解自我和他人，关注自身以及身边环境，好奇心强、求知欲强，是阅读兴趣培养开发的最佳时期，孩子的认知能力、语言能力、审美能力、想象力和创造力也在这一时期构建。	《安全常识互动游戏书》通过互动机关展示孩子应该关注的安全知识。
		《我们的身体》用创新的互动机关、仿真羊水袋等设计直观展示了人体的部位和运转机能，让孩子了解自己的身体。
6-9 岁	识字量开始加大，可以开始进行独立阅读。逻辑能力、阅读理解能力更强，喜欢充满幻想、夸张、幽默有趣的表达方式，可以阅读情节更加复杂的故事。	“乐乐趣揭秘翻翻书”系列覆盖丰富的学科主题，用翻翻书和大幅插图的表现形式让孩子轻松阅读。
		“乐乐趣科普立体书”系列用立体弹跳和互动机关设计直观的展示多领域的基础学科知识。
		“世界经典立体书珍藏版”系列选取世界经典名著，根据阅读年龄层重新改编，并以繁复精致的立体纸艺设计重现故事中的场景。
9-14 岁	黄金阅读期，独立阅读时间更长，阅读兴趣已经建立，审美取向已形成，可以自己选择图书，抽象理解能力更强。	《女孩指南》是一本写给青春期女孩的成长指南，除了帮助女孩度过这个变化的成长期，更让孩子们看到一种独立、自信的处事价值观。

③丰富生动的图书表现形式

公司产品通过丰富的表现形式，比如立体、翻翻、洞洞、发声、气味、触摸、手偶、多媒体等，让孩子的阅读变成一种探索和发现，一种游戏和互动，从而保持孩子的好奇心，激活孩子的想象力和创造力。

传统少儿图书大多采用单一的平面表现形式，而发行人的少儿图书产品表现形式更为多样化，如通过精致宏大的立体场景增加少儿阅读的维度，让孩子身临其境地沉浸在故事场景中；采用翻翻页的设计增加少儿与图书的互动，激发孩子的好奇心，探索翻页中隐藏的秘密；采用层层叠叠的异形洞洞设计，增强孩子的阅读兴趣，用小手去戳戳抠抠，培养触觉敏感度，满足触觉敏感期的需求；增加发声、气味、触摸装置，让孩子可以用耳朵听、用鼻子闻、用手触摸，增强多维度感官体验。

以《大闹天宫》立体书为例，全书共 6 个跨页，包括 300 多个零件机关，采用精巧的纸艺设计和工艺，将故事场景展现得生动逼真。书中包含了多项专利技术，例如多层折叠技术，使立体丰富多彩，结构更加坚固，不易变形；金箍棒旋转技术用来表现事物高速旋转的视觉效果；二次拔高技术使书打开时，金箍棒的高度冲出三个书面的高度，弹跳迅速，同时在书合上时，能快速收回。

（3）具有国际化视野和丰富经验的创作团队

公司坚持同全球最好的专业儿童出版社和儿童品牌合作，经过多年实践积累，形成了儿童教育经验丰富、图书内容创意与设计能力突出的创意团队。公司策划编辑拥有多年的少儿图书选题策划经验和敏锐的市场洞察力，密切跟踪、挖掘、梳理少儿图书领域丰富的市场资讯，同时注重儿童教育、身心健康、成长阶

段特点等理论研究。公司以策划编辑为核心的创意团队共 100 多人，平均年龄为 30 岁左右，整个创意团队是由一批具有创新思维、充满童心与爱心的年轻人构成主体力量的创作型团队。

公司 2017 年以委托开发的模式与英国编辑团队合作策划少儿图书，并陆续投资了美国的 CDP 公司和英国的 Lucky Cat 公司，逐步积累海外编辑资源，加强了公司自主原创能力。基于公司整体的创作理念以及具体的图书选题创意和开发计划，公司创意团队与英国编辑团队合作开发了《奇趣昆虫立体书》《神秘海洋立体书》《神奇植物立体书》《奇妙地球立体书》和“乐乐趣揭秘翻翻书”系列，为中国孩子提供了国际品质的优秀图书。

（4）丰富的版权储备

公司在境内外少儿出版行业树立了良好的口碑，与多家国际知名的图书出版公司建立了长期稳定的战略合作关系，持续获取境内外优质版权授权，标的版权来源于欧洲、北美洲、亚洲等多个地区，覆盖英语、法语、意大利语、日语等多个语种。

公司凭借经验丰富的创作团队和强大的原创能力，持续不断的开发创作自主版权图书。在中国传统文化、经典 IP、时代主旋律、科普等主题方面，公司形成了一系列优质的自主版权图书储备。

丰富的授权版权和自主版权储备为公司产品线的开发提供了充分保障，公司持续推出优质的少儿图书产品，使公司赢得市场先机。

（5）渠道多元、形式多样、联动高效的营销体系

①渠道种类完整、客群覆盖广

公司拥有线上、线下多类渠道，可确保渠道种类的完整性以及客群覆盖的广泛性。

在线上销售渠道方面，发行人拥有综合电商渠道（如京东、天猫、当当等）以及社群电商渠道（“常青藤爸爸”“凯叔讲故事”等微信公众号、微店、小红书、抖音、快手等），多次获得京东、天猫、当当等主流电商平台的荣誉奖项。在线下销售渠道方面，公司配备专业导购，在全国重点新华书店、连锁书店、机场书

店、高铁站书店以及母婴亲子店销售公司产品。

公司注重企业客户的开发，与肯德基、必胜客、长隆集团等知名企业建立了合作关系，促进了客户品牌及公司品牌价值的共同提升，实现共赢。公司与肯德基、必胜客联合定制推出立体翻翻书；与长隆集团战略合作，定制推出十多种不同科普主题的立体书、翻翻书、发声书并在长隆园区销售。

②形式多样的营销推广

公司在微博、微信、豆瓣、今日头条、网易、搜狐、小红书、喜马拉雅、抖音等平台开设专业官方账号，形成完善的自媒体矩阵，定期在线上为读者带来具备专业性、创新性的阅读理念分享。

公司在线下销售大区设置了专业的“品牌推广专员”，走进实体书店、图书馆、社区、绘本馆，举办主题特色的“乐乐趣故事会”。公司通过一系列亲子阅读推广活动，如“阖家欢 文化都在节日里”“赏中华诗词之美、寻传统文化之趣”等主题活动，宣扬中华民族优秀传统文化及新时期社会主义建设伟大成果，建立少儿读者的文化自信、民族自信。同时，公司设立“乐乐趣童书馆”线下阅读体验店，努力将线下阅读体验店建设成为集儿童教育与休闲、亲子互动等功能于一体的复合式文化消费场所。

公司线上线下多维度、多渠道的阅读推广活动和文化品牌传播活动，有效提升了公司的品牌知名度并促进了产品销售。

（6）忠诚度高、广受社会认可的品牌形象

公司采用双品牌战略，设立“乐乐趣”和“傲游猫”两大品牌。乐乐趣已经形成了较高的品牌认知度和美誉度，主要定位于中高端市场。2019 年初，公司成立了“傲游猫”品牌，主要定位于大众市场。公司产品覆盖更多读者群体，不同品牌可以更精准的为目标群体服务。

公司是中国少儿图书市场领先的策划公司之一，随着品种规模的不断增长和营销推广力度的加强，市场占有率逐步提升。根据开卷信息发布的《全国图书零售市场概况》，2019 年荣信教育位列前十大图书策划公司市场码洋占有率第 6 位，前十大少儿图书策划公司市场码洋占有率第 1 位，公司行业地位和品牌优势突

出。

公司常年开展公益活动，向福利院、保育院、贫困村捐赠图书产品，以优美的图书温暖孩子的心灵、以图书传递爱和力量。

4、发行人的经营成果、盈利能力分析

报告期内，公司整体实力和盈利能力不断增强，公司利润呈持续增长趋势，具体经营情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
营业收入	40,249.10	100.00%	35,095.32	100.00%	32,634.88	100.00%
营业成本	24,639.44	61.22%	22,424.75	63.90%	21,101.63	64.66%
毛利	15,609.66	38.78%	12,670.57	36.10%	11,533.25	35.34%
营业利润	5,304.66	13.18%	4,652.89	13.26%	3,652.38	11.19%
利润总额	5,257.74	13.06%	4,891.71	13.94%	3,678.21	11.27%
净利润	4,439.51	11.03%	4,091.24	11.66%	3,105.23	9.52%

报告期内，国内少儿图书市场发展迅速，公司原创实力不断增强，自主版权图书占比显著提升，公司营业收入、营业毛利、营业利润、利润总额和净利润等经营业绩指标整体保持增长趋势，盈利能力不断提高。公司经营业绩指标的增长主要由营业收入的增长所驱动，2017-2019 年营业收入复合增长率达到 11.05%，原创能力不断增强形成增长的内在动力；国家产业政策的有力引导和少儿图书市场需求的不断增长，提供了良好的外部环境。

5、发行人的发展前景

综上所述，本保荐机构认为发行人具备良好的发展前景，本次募集资金项目将围绕公司少儿图书策划与发行主业展开，以版权资源储备为核心，通过自主原创开发以及购买优质版权的方式，进一步丰富、优化公司版权资源，保持并扩大公司版权资源优势，进而巩固公司在少儿科普百科、低幼启蒙领域的市场优势地位、推出更多展现中国传统文化魅力、增强少儿文化自信的图书作品。募投项目的实施，有助于扩大公司产品市场份额、提升公司盈利能力，更好的践行“在阅读中感知美好，提升孩子看不见的竞争力”的核心理念，打造具有世界影响力的少儿图书品牌。

（十一）保荐机构推荐结论

本保荐机构认为，荣信教育文化产业发展股份有限公司符合《证券法》及中国证监会规定的首次公开发行股票的基本条件，同意担任荣信教育文化产业发展股份有限公司的保荐机构并推荐其首次公开发行股票并在创业板上市。

（此页无正文，为《中原证券股份有限公司关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐书》之签字盖章页）

项目协办人签名 孙佳慈

保荐代表人签名 郭鑫 刘哲

保荐业务部门负责人签名 刘哲

内核负责人签名 花金钟

保荐业务负责人、保荐机构总裁签名 常军胜

保荐机构董事长、法定代表人签名 菅明军

中原证券股份有限公司

2020年7月7日

中原证券股份有限公司
关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐代表人专项授权书

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》、《关于进一步加强保荐业务监管有关问题的意见》及有关文件的规定，我公司授权郭鑫、刘哲担任荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐代表人，负责该公司发行上市的尽职保荐及持续督导等保荐工作事宜。

截至本专项授权书签署日，郭鑫担任了在审项目上海太和水环境科技发展股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市项目、上海港湾基础建设（集团）股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市项目以及北京零点有数数据科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目的签字保荐代表人；刘哲担任了在审项目北京挖金客信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目的签字保荐代表人。

最近 3 年内，郭鑫担任过主板莱克电气股份有限公司公开发行可转债项目的签字保荐代表人，未曾担任过创业板及科创板首发、再融资项目的签字保荐代表人；最近 3 年内，刘哲担任过主板莱克电气股份有限公司公开发行可转债项目和主板宁波旭升汽车技术股份有限公司公开发行可转债项目的签字保荐代表人，未曾担任过创业板及科创板首发、再融资项目的签字保荐代表人。

郭鑫、刘哲最近 3 年内不存在被中国证监会采取过监管措施、受到过证券交易所公开谴责或中国证券业协会自律处分的违规记录。

特此授权。

（以下无正文）

（本页无正文，为《中原证券股份有限公司关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐代表人专项授权书》之签字盖章页）

保荐代表人：郭鑫　　刘哲

法定代表人：菅明军

中原证券股份有限公司

2020年7月7日