

北京市金杜律师事务所

关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（一）

致：四川华夏万卷文化传媒股份有限公司

北京市金杜律师事务所（以下简称本所）接受四川华夏万卷文化传媒股份有限公司（以下简称发行人）委托，担任发行人首次公开发行股票并在创业板上市（以下简称本次发行上市）的专项法律顾问。

本所根据《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《创业板首发注册管理办法》）、《律师事务所从事证券法律业务管理办法》（以下简称《证券法律业务管理办法》）、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》（以下简称《证券法律业务执业规则》）、《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号—公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》（以下简称《编报规则第12号》）等中华人民共和国（以下简称中国，为本法律意见书之目的，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区）现行有效的法律、行政法规、规章、规范性文件、中国证券监督管理委员会（以下简称中国证监会）

和深圳证券交易所（以下简称深交所）的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，就发行人本次发行上市事宜于 2020 年 6 月 29 日分别出具了《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》（以下简称《法律意见书》）和《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒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》）。

现本所根据深圳证券交易所（以下简称深交所）上市审核中心于 2020 年 8 月 11 日下发的《关于四川华夏万卷文化传媒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审核问询函》（以下简称《问询函》）的要求，出具本补充法律意见书。

同时，鉴于发行人本次发行上市工作已逾 2020 年 6 月 30 日，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙，以下简称信永中和）对发行人截止 2020 年 6 月 30 日的财务会计报表进行了审计并出具了 XYZH/2020CDA50277 号《审计报告》（以下简称《审计报告》）和 XYZH/2020CDA50279 号《内部控制鉴证报告》（以下简称《内控鉴证报告》）。

本所在《法律意见书》《律师工作报告》（以下合称前期法律意见书）中发表法律意见的前提和假设同样适用于本补充法律意见书；本所在前期法律意见书中所用名称之简称同样适用于本补充法律意见书。

本补充法律意见书是根据发行人截至本补充法律意见书出具日发生的、与本次发行上市相关的事实，对前期法律意见书相关内容进行的修改补充或进一步说明，对于前期法律意见书中未发生变化的内容，本补充法律意见书将不再重复披露。本补充法律意见书是对前期法律意见书的修改补充或进一步说明，并构成前期法律意见书不可分割的一部分。

本所及经办律师依据上述法律、行政法规、规章及规范性文件、中国证监会和深交所的有关规定以及本补充法律意见书出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，对发行人本次发行

上市相关事项进行了充分的核查验证，保证本补充法律意见书所认定的事实真实、准确、完整，对本次发行上市所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

为出具本补充法律意见书，本所依据《证券法律业务管理办法》和《证券法律业务执业规则》等有关规定，编制和落实了查验计划，亲自收集证据材料，查阅了按规定需要查阅的文件以及本所认为必须查阅的其他文件。在发行人保证提供了本所为出具本补充法律意见书所要求发行人提供的原始书面材料、副本材料、复印材料、确认函或证明，提供给本所的文件和材料是真实、准确、完整和有效的，并无隐瞒记载、虚假陈述和重大遗漏之处，且文件材料为副本或复印件的，其与原件一致和相符的基础上，本所独立、客观、公正地遵循审慎性及重要性原则，合理、充分地运用了面谈、书面审查、实地调查、查询、函证或复核等方式进行了查验，对有关事实进行了查证和确认。

在本补充法律意见书中，本所仅就与发行人本次发行上市有关的法律问题发表意见，而不对有关会计、审计及资产评估等非法律专业事项发表意见。本所仅根据现行有效的中国法律法规发表意见，并不根据任何中国境外法律发表意见。本所不对有关会计、审计及资产评估等非法律专业事项及境外法律事项发表意见，在本补充法律意见书和前期法律意见书中对有关会计报告、审计报告、资产评估报告及境外法律意见的某些数据和结论进行引述时，已履行了必要的注意义务，但该等引述并不视为本所对这些数据、结论的真实性和准确性作出任何明示或默示保证。本所不具备核查和评价该等数据的适当资格。

本补充法律意见书仅供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用作任何其他目的。本所同意将本补充法律意见书作为发行人申请本次发行上市所必备的法律文件，随同其他材料一同上报，并承担相应的法律责任。本所同意发行人在其为本次发行上市所制作的《招股说明书（申报稿）》中自行引用或按照中国证监会及深交所的审核要求引用本补充法律意见书的相关内容，但发行人作上述引用时，不得因引用而导致法律上的歧义或曲解。本所有权对上述相关文件的内容进行再次审阅并确认。

本所根据中国有关法律、行政法规和中国证监会及深交所有关规定的要求，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具法律意见如下：

一、《问询函》第1题：关于业务模式。申报材料显示，报告期内发行人字帖图书的总折扣率分别为33.64%、33.92%、32.69%。经销模式（代销及买断式经销）收入占主营业务收入的比例分别为91.02%、87.74%和89.75%。发行人允许经销商退库并约定退库率，如果超过该退库率，将按照补充协议约定进行包括扣罚返点在内的方式进行处理。发行人字帖图书产品存在重印、淘汰等情况。

请发行人补充披露：（1）产品渠道基本情况，是否存在学校或其他企事业单位采购的情形，如是，请补充披露采购金额、占营业收入的比例、是否存在招投标的情形及招投标的基本情况，包括但不限于流程、金额及合规性；（2）获客方式及开拓新客户的主要渠道，发行人切入教辅类字帖（同步类）的历史渊源，该业务是否需要相关部门的认可或认证，是否存在有效期约定或续期要求，是否有较高的准入门槛，是否存在其他单位或个人帮助发行人获取该市场的情形，是否存在商业贿赂等情形；（3）教辅类字帖（同步类）的销售是否存在地域性，请补充披露发行人教辅类字帖（同步类）在全国各地区销售收入金额、占比及合理性，是否存在其他同步类或与其他教材（非人教版教材）同步的教辅类字帖图书，与发行人产品的异同；（4）字帖图书销售价格的定价机制，折扣率的影响因素，发行人字帖图书的折扣率与其他品种图书、同行业可比公司同类型图书的折扣率是否存在差异及原因；（5）发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利是否显

著大于同行业可比上市公司，经销商是否专门销售发行人产品，经销商的终端销售及期末存货情况，报告期经销商退出的主要原因，经销商是否存在大量个人等非法人实体及具体情况；（6）代销模式下退库率与供销合同中退库约定的差异、产生差异的原因，教辅类字帖（同步类）退库率远超其他品种字帖图书的原因，发行人各类型产品退库率与同行业同类型产品退库率是否存在差异及原因，发行人线上、线下销售的退库率是否存在显著差异，民营渠道和新华书店渠道的退库率存在差异的原因；（7）线上代销、线下代销模式下发行人对在售书籍、售出书籍数量、品类等的管理方式及具体流程，线上代销模式下书籍库存管理、运输、快递等具体业务的流程及控制程序，发行人对相关数据的掌控、利用情况；（8）线上、线下销售收入占比与同行业可比公司是否存在重大差异，发行人产品更多采用线下销售是否符合产品特征及行业销售模式变化趋势；（9）代销模式从采购字帖图书到实现终端销售过程中各环节的具体情况、流程及时间周期，代销模式下实现终端销售周期在半年以上的合理性，是否符合同行业公司代销模式惯例；（10）重印产品或淘汰产品的筛选机制、筛选的影响因素及工作流程，教辅类字帖（同步类）2019 年度重印率大幅下降的原因及合理性。

请保荐人就上述事项，发行人律师对事项（1）、（2），申报会计师对事项（3）－（10）发表明确意见。

请保荐人、发行人律师、申报会计师根据《深圳证券交易所创业

板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称“《审核问答》”）第 29 条的相关要求逐项说明就经销商模式下的收入确认进行核查的充分性。

（一） 产品渠道基本情况，是否存在学校或其他企事业单位采购的情形，如是，请补充披露采购金额、占营业收入的比例、是否存在招投标的情形及招投标的基本情况，包括但不限于流程、金额及合规性

1. 产品渠道基本情况

根据《审计报告》、《招股说明书（申报稿）》、发行人提供的相关资料、发行人的说明及本所律师对发行人相关业务负责人的访谈，2017 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日（以下简称报告期），发行人产品渠道基本情况如下：

（1） 经销模式

经销模式下，发行人产品渠道根据客户类型可分为新华书店、民营图书经销商。

新华书店系全国各省市的新华书店发行集团，是传统的图书发行渠道，也是目前我国图书发行最大和最主要的发行渠道之一。发行人与全国 31 省市的 60 余家新华书店建立了良好的合作关系。报告期内，发行人新华渠道客户收入占主营业务收入的比例分别为 25.88%、22.95%、20.94%和 16.37%。

民营图书经销商通常称为图书发行的“二渠道”，指各地的线下民营图书批发商和民营书店，也包括以京东、当当网为代表的线上互联网电商平台运营商。与发行人建立合作关系的线下民营图书经销商有 300 余家，形成了覆盖全国的民营图书经销商销售网络，同时与京东、当当网等多家大型互联网电商平台建立了图书代销的合作关系。报告期内，线下民营图书经销商收入占主营业务收入的比例分别为 56.67%、55.08%、57.96%和 56.53%；线上电商平台代销收入占主营业务收入的比例分别为 6.89%、7.74%、7.77%和 14.82%。

（2） 直销模式

直销模式下，发行人产品渠道可分为线上自营电商平台和线下零售渠道。

发行人已在天猫商城、阿里 1688、京东、拼多多、有赞等主流电商平台开设自营旗舰店、专营店，开展 B2C 模式的产品销售。报告期内，线上自营电商平台直销收入占主营业务收入的比例分别为 5.99%、11.31%、10.67%和 10.00%。

线下直销零售渠道为发行人经销渠道和线上自营电商渠道的补充，主要系未建立经销合作关系的图书批发商、书店、书法培训机构等直接向公司进行采购。线下直销收入较低，报告期内线下直销收入占主营业务收入的比例分别为 4.57%、2.92%、2.67%和 2.29%。

2. 是否存在学校或其他企事业单位采购的情形

根据《审计报告》、《招股说明书（申报稿）》、发行人提供的相关资料、发行人的说明、本所律师对公司相关业务负责人的访谈并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、天眼查（www.tianyancha.com）、事业单位在线（<http://www.gjsy.gov.cn/cxz1/>）等公开网站，经销模式下，发行人不存在学校或其他事业单位作为经销商的情形。直销模式下，存在部分学校、政府部门和事业单位直接向公司线下采购的情形。报告期内，学校或政府部门、事业单位直接向公司采购的金额和占主营业务收入比例的情况具体如下：

单位：万元

客户类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
学校	2.52	0.029%	16.39	0.070%	4.14	0.021%	5.01	0.032%
政府部门、事业单位	2.83	0.032%	2.70	0.012%	0.85	0.004%	3.99	0.026%

客户类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
合计	5.35	0.061%	19.10	0.082%	5.00	0.026%	8.99	0.058%

3. 是否存在招投标的情形及招投标的基本情况

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人提供的相关资料、发行人的说明并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人报告期内向前述学校、政府部门和事业单位销售产品不存在招投标的情形。

（1）根据《中华人民共和国招标投标法》第三条第一款规定，“在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标：（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目；（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。”

根据《招股说明书（申报稿）》，发行人主营业务包括字帖图书的策划、内容制作、发行及相关文化用品的开发与销售，不涉及工程以及与工程建设有关的货物、服务业务，不属于《中华人民共和国招标投标法》规定的必须进行招投标的情形。

（2）根据《中华人民共和国政府采购法》第二条第二款规定，“本法所称政府采购，是指各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。”第二十六条规定，“政府采购采用以下方式：（一）公开招标；（二）邀请招标；（三）竞争性谈判；（四）单一来源采购；（五）询价；（六）国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。公开招标应作为政府采购的主要采购方式。”

经查验前述学校、政府部门和事业单位客户所在地区报告期相关政府集中采购目录和采购限额标准，发行人的图书及相关文化用品在前述部分学校、政府部

门和事业单位客户所在地区属于政府集中采购目录范围，但前述学校、政府部门和事业单位客户报告期各年度采购金额均较小，均未达到相关政府集中采购目录和采购限额标准规定的公开招标标准，因此，发行人报告期内与前述学校、政府部门和事业单位客户的相关交易无需履行政府采购的招投标程序。

综上所述，本所律师认为，发行人报告期内与相关学校、政府部门和事业单位的交易不存在招投标的情形不违反相关法律法规的规定。

（二） 获客方式及开拓新客户的主要渠道，发行人切入教辅类字帖（同步类）的历史渊源，该业务是否需要相关部门的认可或认证，是否存在有效期约定或续期要求，是否有较高的准入门槛，是否存在其他单位或个人帮助发行人获取该市场的情形，是否存在商业贿赂等情形

1. 获客方式及开拓新客户的主要渠道

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人的说明并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人的获客方式及开拓新客户的主要渠道如下：

（1） 经销商客户获客方式

报告期内，发行人以经销商客户为主。发行人开拓经销商新客户的主要渠道包括主动营销、展会营销、通过合作经销商开拓新客户等方式，具体形式如下：

获客方式	具体形式
主动营销	在公司已存在合作经销商的区域，发行人通过网络搜索引擎、实地调研等方式了解该地区图书经销商的实力和排名。在原合作经销商销售不达合作预期的情况下，发行人将主动拜访该地区具备较强实力的经销商进行推广，洽谈合作，更换原有经销商。 在公司不存在合作经销商的空白市场，发行人主要通过市场需求调研，判断该地区是否开拓新经销商客户，并通过业务人员实地调研、上门拜访等方式主动推荐，开发新客户。
展会营销	发行人积极参加北京国际图书博览会、图书订货会等行业展

获客方式	具体形式
	会，对公司品牌和产品进行宣传，与参会对象进行接洽，积累潜在的客户，视客户需求情况安排上门拜访、商务洽谈等活动。
通过经销商推荐开拓新客户	基于公司良好的品牌和口碑，发行人也会通过经销商客户相互推荐来开拓新客户。部分经销商会向其业内圈其他书商推荐发行人产品，宣传发行人的品牌影响力，促使其他书商主动联系公司寻求合作，发行人对其所在市场区域、经销商资信情况进行评估并开展商务谈判。

在经销商模式下，经销商负责其经销区域终端消费者的开发。发行人在民营经销商渠道具备较强的竞争优势，通过经销商培训、提供产品样书、销售返利等措施积极进行产品推广和销售激励，与经销商实现共赢。

（2）终端用户的获客方式

① 线上终端用户的市场推广及获客方式

获客方式	推广方式	具体形式
渠道内推广	店铺上架铺货展示	将发行人的产品在京东、天猫、拼多多自营店铺及天猫、拼多多经销店铺等进行上架铺货，通过具有特点的产品描述与价值呈现，吸引消费者购买，以达到对终端用户推广的目的。
	借助渠道内工具实施推广	天猫、京东、拼多多等主流电商平台都有自己的付费营销工具，比如直通车、淘宝客、聚划算、超级推荐、钻展、品销宝等。公司在各电商平台的自营店铺借助这些付费营销工具，将公司产品展现在有对应需求的消费者眼前，从而实现产品的精准推广。
渠道外推广	自媒体推广	通过发行人在微博、微信、抖音上开设的官方账号，开展产品内

获客方式	推广方式	具体形式
		容及卖点的宣传;开展产品相关知识内容的输出,以吸引新用户和服务老用户。
	第三方媒体推广	一方面,发行人在抖音、快手等直播平台与自媒体个人合作,通过投放产品特色内容来推广,主要形式包括橱窗带货、视频带货、直播带货三种方式。另一方面,通过与三方媒体机构合作,面向其社交媒体粉丝投放产品特色内容来吸引用户。

② 线下终端用户的获客及用户推广方式

获客方式	具体形式
依托渠道资源开展推广	其一,通过不断开发经销商及终端书店,上架发行人产品,为用户推荐好书,优化陈列展示,张贴宣传海报,举办主题活动等吸引消费者购买;其二,通过经销商开展产品赠送活动,促进产品的用户感知,以加深用户对产品和品牌的认同。
在渠道外开展推广	通过与业内媒体开展深度合作,借助其影响力,使书法爱好者更加深度了解发行人产品,达到推广目的。

2. 发行人切入教辅类字帖（同步类）的历史渊源

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人的说明并经本所律师访谈发行人实际控制人，发行人成立于 1996 年，是国内较早进入字帖图书行业的公司之一。字帖图书的使用人群主要为成人和学生书法爱好者。1998 年，教育部门陆续颁布了一系列文件，强调写字教学的重要性，如《九年义务教育全日制小学写字教学指导纲要（试用）》（教育部 1998 年发布实施）等，字帖图书市场也出现了与小学课程中生字配套练习的字帖。发行人判断中小学书法教育市场具备巨大的市场潜力，逐步进入教辅类字帖（同步类）市场，在 2002 年推出了《小学生同步描摹字帖》，与当时的小学语文教材同步，从使用学龄上贯穿小学一年级至六年级，

并增加组词、造句、部首等内容，在市场上获得了较好的反响。随后，发行人紧跟市场需求，陆续推出了《写字课课练》《写字课》《写字好老师》《好字帮》等教辅类字帖（同步类）产品，销售规模和品牌影响力日益扩大。

3. 该业务是否需要相关部门的认可或认证，是否存在有效期约定或续期要求，是否有较高的准入门槛

（1）该业务是否需要相关部门的认可或认证

根据《新闻出版总署关于进一步加强中小学教辅材料出版发行管理的通知》（新出政发〔2011〕12号）规定，“三、进一步加强中小学教辅材料发行管理。中小学教辅材料必须由新闻出版行政主管部门根据有关规定批准的发行企业发行，任何部门、单位和个人未经批准一律不得从事中小学教辅材料的发行活动。对未经批准擅自设立的发行站、工作站必须依法予以取缔。从事中小学教辅材料发行业务的企业必须从依法设立的出版发行单位进货，并依法签订供销合同。中小学教辅类报刊发行严格实行一报一刊一个邮发代号。严禁出版发行单位委托不具有发行资质的部门、单位和个人代理发行销售中小学教辅材料，严禁出版发行单位与教育行政主管部门、学校、老师进行地下交易和一切形式的商业贿赂行为，严禁出版发行单位在中小学教辅材料出版发行活动中违规收取费用或向中小学生和家長统一征订、搭售教辅材料。”

根据《国家新闻出版广电总局、教育部、国家发展改革委关于印发〈中小学教辅材料管理办法〉的通知》（新广出发〔2015〕45号）第五条“中小学教辅材料发行管理”规定，“（一）中小学教辅材料须由新闻出版行政主管部门依法批准、取得《出版物经营许可证》的发行单位发行。未经批准，任何部门、单位和个人一律不得从事中小学教辅材料的发行。（二）中小学教辅材料出版发行单位不得委托不具备发行资质的部门、单位和个人发行中小学教辅材料。”

根据《出版管理条例》（2016修订）第三十五条规定，“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》。”

因此，发行人从事教辅类字贴（同步类）发行业务须经新闻出版行政主管部门依法批准、取得《出版物经营许可证》。

（2）是否存在有效期约定或续期要求

根据《出版物市场管理规定》第三十条第一款及第二款规定，“从事出版物发行业务的单位、个人应当按照出版行政主管部门的规定接受年度核验，并按照《中华人民共和国统计法》《新闻出版统计管理办法》及有关规定如实报送统计资料，不得以任何借口拒报、迟报、虚报、瞒报以及伪造和篡改统计资料。出版物发行单位、个人不再具备行政许可的法定条件的，由出版行政主管部门责令限期改正；逾期仍未改正的，由原发证机关撤销出版物经营许可证。”

经本所律师电话咨询四川省新闻出版局，不存在关于《出版物经营许可证》有效期或续期要求的法律法规规定，但从事出版物发行业务的单位、个人应按规定接受年度核验，在证载有效期届满前，公司需要提交申请换证。

经查验，发行人现持有四川省新闻出版局于 2020 年 4 月 28 日核发的“川新出发审字第 M049 号”《出版物经营许可证》，经营范围为图书、期刊、音像制品、电子出版物批发（含网络销售），有效期至 2026 年 3 月 31 日。万卷电子商务现持有成都高新技术产业开发区党群工作部于 2020 年 5 月 7 日核发的“成新出发高新字第 055 号”《出版物经营许可证》，经营范围为出版物零售（网络零售），有效期至 2026 年 3 月 31 日。空间文化创意现持有成都高新技术产业开发区党群工作部于 2020 年 5 月 7 日核发的“成新出发高新字第 003 号”《出版物经营许可证》，经营范围为出版物零售（网络销售），有效期至 2025 年 3 月 31 日。该等《出版物经营许可证》均已经过 2020 年度核验，截至本补充法律意见书出具日，不存在应被撤销的情形。

（3）是否有较高的准入门槛

根据《出版物市场管理规定》第七条第一款规定，“单位从事出版物批发业

务，应当具备下列条件：（一）已完成工商注册登记，具有法人资格；（二）工商登记经营范围含出版物批发业务；（三）有与出版物批发业务相适应的设备和固定的经营场所，经营场所面积合计不少于 50 平方米；（四）具备健全的管理制度并具有符合行业标准的信息管理系统。”第九条规定，“单位、个人从事出版物零售业务，应当具备下列条件：（一）已完成工商注册登记；（二）工商登记经营范围含出版物零售业务；（三）有固定的经营场所。”因此，从事教辅类字贴（同步类）发行业务不具有较高的准入门槛。

综上所述，本所律师认为，发行人从事教辅类字贴（同步类）发行业务须经新闻出版行政主管部门依法批准并取得《出版物经营许可证》；不存在关于《出版物经营许可证》有效期或续期要求的法律法规规定，但从事出版物发行业务的单位、个人应按规定接受年度核验；发行人及其子公司已取得相关《出版物经营许可证》且该等证书均已经过 2020 年度核验，不存在应被撤销的情形；从事教辅类字贴（同步类）发行业务不具有较高的准入门槛。

4. 是否存在其他单位或个人帮助发行人获取该市场的情形

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人的说明及本所律师对发行人实际控制人及相关业务负责人的访谈，发行人通过自建销售团队，独立获取教辅类字贴（同步类）市场，除存量客户的推荐外，不存在其他单位或个人帮助发行人获取该市场的情形。在客户获取方面，发行人存量客户基于对公司产品和品牌的认可，会向公司介绍意向客户，公司根据存量客户提供的信息，与意向客户进行商务洽谈，在此过程中，存量客户仅提供意向客户的基本信息，不参与后续的业务洽谈等活动，未为发行人开拓客户提供居间服务。

因此，除存量客户的推荐之外，不存在其他单位或个人帮助发行人获取教辅类字贴（同步类）市场的情形。

5. 是否存在商业贿赂等情形

根据《招股说明书（申报稿）》《审计报告》，报告期内，发行人销售费用分

别为 2,651.17 万元、3,398.95 万元、4,306.22 万元和 1,802.75 万元，占营业收入的比例分别为 17.04%、17.34%、18.35%和 20.56%。报告期内，发行人销售费用主要包括职工薪酬、物流运费及仓储杂费、市场推广费、电商平台服务费用等。

根据发行人提供的资料及其说明、本所律师对发行人相关业务负责人的访谈，并经本所律师查验，报告期内，发行人不存在商业贿赂等情形：

（1） 公司建立了完善的内控制度防止商业贿赂

发行人制定并执行《资金管理制度》《费用报销管理办法》《销售中心管理制度》《财务管理与会计核算制度》《内部控制制度手册》《反商业贿赂管理制度》等一系列财务内控制度，对财务和业务行为进行规范，从销售、收款、用款、资金使用、资金审批、费用报销等方面采取有效措施防范商业贿赂行为的出现。

根据《内控鉴证报告》，信永中和认为“华夏万卷按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。

（2） 对销售人员明确作出反商业贿赂要求

发行人要求全体销售人员必须认真学习并深刻理解反商业贿赂有关法律法規，加强企业的动态监督，并且在发行人战略制定、决策执行及日常运行中自觉抵制商业贿赂行为。发行人主要销售人员已出具《反商业贿赂承诺书》，对防范商业贿赂风险进行了承诺。

（3） 未曾因商业贿赂受到处罚

根据《审计报告》《招股说明书（申报稿）》、发行人提供的相关资料及其说明、市场监督管理部门出具的证明并经本所律师查询 12309 中国检察网（<https://www.12309.gov.cn>）、中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn>）、天眼查（www.tianyancha.com）、国家企业

信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）及市场监督管理部门公开网站等网站，发行人报告期内不存在因商业贿赂而受到行政处罚的情形，发行人在报告期内亦不存在因商业贿赂受到行政处罚或法院判决而缴纳罚款、罚金的情形，也不存在因商业贿赂行为而正在被立案侦查的情形。

（4）取得了有权机关出具的证明

发行人及其控股子公司已分别取得成都高新技术产业开发区市场监督管理局出具的证明，证明发行人及控股子公司在报告期内不存在因违反国家市场监督管理法律、法规、规章的行为受到成都高新技术产业开发区市场监督管理局行政处罚的情形。

发行人董事、监事和高级管理人员住所地公安机关出具了《无犯罪记录证明》，证明报告期内未发现其犯罪记录。

综上所述，本所律师认为，报告期内，除存量客户推荐外，不存在其他单位或个人帮助发行人获取教辅类字贴（同步类）市场的情形；发行人不存在商业贿赂等情形。

（三）请保荐人、发行人律师、申报会计师根据《审核问答》第 29 条的相关要求逐项说明就经销商模式下的收入确认进行核查的充分性

1. 发行人采取经销商销售模式的，中介机构应重点关注其收入实现的真实性，详细核查经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性，经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定，经销商选取标准、日常管理、定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行，经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理等。

（1）经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人的说明，发行人构建了覆盖线上、线下的销售渠道，销售模式分为经销（包含代销、买断式经销）及直销。代销模式即委托代理销售模式，是图书行业较为常见的一种销售模式，客户主要包括民营图书经销商、新华书店等。买断式经销，即根据客户订单向其提供定制化采购产品，产品无质量问题不退换货。直销模式即公司直接向消费者出售图书的模式。

发行人与经销商的合作模式与同行业可比公司不存在重大差异。发行人销售模式以经销为主具备合理性。

（2） 经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定

根据《招股说明书（申报稿）》、《信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）关于四川华夏万卷文化传媒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审核问询函的回复》（以下简称《会计师回复》）、《四川华夏万卷文化传媒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审核问询函之回复》（以下简称《问询回复》）及发行人的说明，发行人经销模式包括委托代销和买断式经销，具体的确认方法为：

① 委托代销方式以商品发出并取得代销商确认的结算清单时，确认商品销售收入；

② 买断式经销以商品运达客户并取得客户的签收单或收货回执后确认收入。

本所律师收集了发行人报告期内各销售模式下的销售合同，查阅与商品所有权有关的主要风险和报酬发生转移的关键业务条款（包括结算方式、信用政策、交付货物条款、交付时间、结算条款、退换货条款等）；就发行人商品风险和报酬或控制权发生转移的具体时点、经销商确认收入的会计政策是否符合《企业会计准则》的相关规定等事项对保荐机构及信永中和相关人员进行访谈。

根据《会计师回复》及《问询回复》，发行人经销商模式下收入确认符合企业会计准则的规定。

(3) 经销商选取标准、日常管理、定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行

① 经销商选取标准、日常管理

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人的说明，并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，报告期内，发行人经销商主要包括民营渠道经销商和新华渠道经销商，具体选取标准如下：

A. 民营渠道经销商选取标准

a) 经销商在区域市场具有充分的市场竞争力

代理产品实力：根据经销商所代理的产品是否属于一线、二线品牌判断其掌控渠道的能力。

口碑优势：根据走访终端书店对经销商的感性评价来判断经销商与下线书店合作情况，终端口碑等。

业务团队：根据经销商的业务团队人数、业务理念、业务团队覆盖范围及终端拜访频率。

b) 产品、渠道的匹配度：根据经销商已代理的产品，评估与公司目标产品、渠道匹配情况。

c) 合作意愿。

B. 新华渠道经销商选取标准

新华渠道是我国最主要的出版物发行渠道之一。发行人选取新华渠道经销商一般不设置选取标准，主要通过双方商务洽谈达成合作。

C. 经销商日常管理

发行人对经销商的日常管理包括销售区域、销售折扣、退库约定、结算方式、订单管理、运费承担、销售奖励、最高额保证等。

② 定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）

A. 定价机制

发行人产品定价机制系以“目标利润率”为核心，综合考虑采购成本、市场竞品价格、不同销售渠道的营销投入等因素，制定不同销售渠道的经销商销售价格区间，与经销商之间形成了稳定的定价机制。

B. 营销费用

为了鼓励经销商加大市场营销力度，推动销售收入的持续增长，提高品牌影响力和市场占有率，发行人对于完成相关销售计划的经销商以“销售返利”进行激励，具体包括日常活动销售返利、年度销售返利等。除此之外，发行人结合年中不同时期的市场特点，为提升产品销量，或促进新品推广等，支持和鼓励经销商进行品牌的宣传和推广，发行人承担经销商在市场营销推广活动中的部分费用。

C. 运输费用承担及物流

发行人负责将经销商订购产品运送至经销商指定地点，但须固定，一般不能变换收货地点，否则由经销商承担额外的运输费用。

③ 退换货机制

根据发行人与客户签署的相关协议，买断式经销除因产品质量问题外，不进行退换货。代销模式下，发行人根据客户订单向其发货时计入“发出商品”科目，在产品最终售出之前均属于公司存货，因此不存在退换货的情况。发行人允许经销商将预计不能实现销售的图书退还至公司仓库（即“退库”），冲减对应客户的“发出商品”。针对不同的销售渠道与产品类型，发行人约定了不同的退库政

策，其中，民营渠道通常约定退库率，如果超过该退库率，将按照约定进行包括扣罚返点在内的方式进行处理；新华书店渠道及部分大型电商平台未约定最高退库率。

④ 销售存货信息系统

发行人建立了较为完善的销售存货信息系统，包括 SAP 系统、商派 ERP 系统及 OA 系统。发行人对信息系统的维护、访问与变更、数据输入输出、文件储存与保管等一系列控制环节的管理作出了规定，公司信息系统的安全稳定运行对合同签订、订单处理、销售发货、退换货等业务流程的可靠运行提供了有力保障。

（4） 经销商是否与发行人存在关联关系

根据《审计报告》《招股说明书（申报稿）》、发行人提供的相关业务合同、发行人的说明、发行人部分主要经销商客户出具的确认文件、发行人关联方名单、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的调查表及本所律师对发行人主要客户的访谈，并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/>）、天眼查（<https://www.tianyancha.com/>），发行人报告期内主要经销商与发行人不存在关联关系。

（5） 对经销商的信用政策是否合理

① 代销模式

根据发行人与客户签署的相关协议，代销模式下，发行人（甲方）与民营渠道的客户（乙方）约定的信用政策一般为：产品发货后 1-6 个月内双方根据销售产品明细签字确认对账函，甲方根据对账函向乙方出具代销结算清单。乙方收到代销结算单后 5 个工作日内对结算金额进行确认签字盖章并回复；超过 5 个工作日未回复的，视为确认结算单。结算单确认后 30 个工作日内，乙方向甲方支付货款。

根据发行人与客户签署的相关协议，代销模式下，发行人（甲方）与新华渠

道的客户（乙方）约定的信用政策一般为：产品发货 6 个月内双方按照实际销售情况结算。

② 买断式经销模式

根据发行人与客户签署的相关协议，买断式经销的模式下，双方通过合同约定具体结算模式。一般情况下，公司的结算模式为合同签署之日支付一定比例的预付款，产品发货后一定期限内支付剩余货款。少部分合同为发货后一次性支付，或先款后货。

2. 保荐人、发行人律师和申报会计师应对经销商业务进行充分核查，并说明发行人经销商销售模式、占比等情况与同行业上市公司是否存在显著差异及原因，对经销商业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据等应足以支持核查结论。保荐人、发行人律师及申报会计师应当综合利用电话访谈、合同调查、实地走访、发询证函等多种核查方法，核查发行人报告期内经销商模式下的收入确认原则、费用承担原则及给经销商的补贴或返利情况、经销商的主体资格及资信能力，核查关联关系，结合经销商模式检查与发行人的交易记录及银行流水记录、经销商存货进销存情况、经销商退换货情况。保荐人、发行人律师和申报会计师应对经销商模式下收入的真实性发表明确意见。

（1） 核查程序

本所律师履行了如下核查程序：

① 对发行人管理层及相关业务部门负责人进行了访谈，了解公司的销售情况及销售模式，详细了解各销售模式下的销售流程和信息系统管理流程。

② 收集经销商报告期内的销售额按产品分类统计表，重点关注主要客户、新增客户的销售额大幅波动的情况，了解客户交易的合理性。

③ 对经销商报告期内大额应收账款回款进行了抽查，关注回款的及时性。

④ 核查发行人与其关联方之间的交易情况，并通过分析关联交易合同、交易价格等方式，核查关联交易的合理性；通过发送函证、访谈等方式，核查是否存在隐匿关联交易或关联交易非关联化的情况。

⑤ 取得主要经销商的工商资料并通过网络公开检索经销商的工商登记信息。

⑥ 对民营渠道经销商（线下），取得经其确认的终端销售流向名单，查看下级客户是否为发行人关联方。报告期内，取得终端销售流向名单的民营经销商收入占民营经销商销售收入的比例分别为 58.65%、61.26%、56.91%、59.71%。

⑦ 对新华渠道经销商，通过登录公司主要新华书店经销商的供应商系统，抽查新华书店渠道的存货及销售情况。根据发行人的说明，报告期内，具备系统查询功能的客户收入占新华渠道销售收入的比例分别为 76.00%、80.40%、87.42%、87.76%。

⑧ 针对经销商，收集经销商终端销售情况调查问卷，了解经销模式下终端销售流向、终端销售实现情况以及是否与控股股东、实际控制人、董监高等主要关联方存在大额资金往来等情形，报告期内，问卷回函的客户收入占经销收入的比例分别为 51.27%、52.56%、54.59%、53.70%；其中问卷回函的民营经销商收入占民营经销商销售收入的比例分别为 67.49%、69.82%、70.62%、74.55%。

⑨ 对主要经销商进行了实地走访和视频访谈，报告期内，走访及视频访谈的经销商客户的收入占经销收入的比例分别为 79.23%、83.25%、83.86%、80.24%。

⑩ 对主要经销商进行函证，报告期内，回函经销客户占经销收入的比例分别为 85.69%、88.16%、90.15%、81.29%。

⑪ 取得实际控制人、控股股东及公司董事（不包含独立董事）、监事、高级管理人员报告期内的银行流水，查看银行流水对方户名是否为发行人主要经销商，了解大额资金流水性质。

（2） 核查意见

综上所述，本所律师认为，本所律师就发行人经销商模式下的收入确认进行了充分的核查，发行人经销模式下的销售收入真实。

二、《问询函》第2题：关于与书家合作。发行人与卢中南、吴玉生、田英章等书家签署合作协议。公司与书家稿酬结算方式为：使用该书家的范字，每出版一本书法类图书或其他产品按每本或每印张以一定金额结算。2019年，发行人与部分书家重新签署协议，将范字稿酬调整为“如已经出版或上市销售的，公司按协议支付相应报酬，未能出版或上市销售的，公司无需支付任何报酬”。发行人与书家签署合作协议的期限由五年至十年不等。

请发行人补充披露：（1）与书家签署合作协议期限较长的背景、原因，长年限合作协议是否与行业惯例一致，部分书家合作期限五年、部分为十年的原因及合理性，合作协议中是否就稿酬或报酬的调整、合作价格变动等事项做出约定；（2）范字的重复使用对稿酬计价的影响及具体方式，稿酬定价是否与同行业公司的定价情况存在差异及原因；（3）稿酬的具体计算方式，是否按销售数量、销售金额的一定比例结转稿酬，是否存在阶梯定价，请结合与书家合作协议的具体条款以举例方式进行披露；（4）合作协议中范字“稿酬”与“如已经出版或上市销售的，公司按协议支付相应报酬，未能出版或上市销售的，公司无需支付任何报酬”在对价支付时点、支付价格计算方式等方面的差异，“报酬”是否实际为版税，发行人与部分书家重新签署合作协议将“稿酬”更改为“报酬”的背景、原因，是否可能导致发行人成本支出大幅增加、业务毛利率下降，如是，请结合合作协议的调整

内容及实际销售情况，模拟分析合作协议调整对发行人成本产生的影响，并充分揭示风险；（5）与书家签署合作协议是否均为排他性的独家合作协议，合作协议中关于知识产权的具体约定及违约责任划分情况，对知识产权归属的约定是否清晰，各合作协议之间是否存在权利义务约定不一致的情形，是否存在纠纷或潜在纠纷；（6）发行人获得的市场份额是否由于田英章范字的市场认可度较高，报告期内发行人与各书家合作实现的营业收入具体情况及各自占比，发行人是否对单一书家存在重大依赖，如是，请发行人补充披露与书家合作存在依赖及书家变动带来的风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

（一）与书家签署合作协议期限较长的背景、原因，长期限合作协议是否与行业惯例一致，部分书家合作期限五年、部分为十年的原因及合理性，合作协议中是否就稿酬或报酬的调整、合作价格变动等事项做出约定

1. 与书家签署合作协议期限较长的背景、原因，长期限合作协议是否与行业惯例一致，部分书家合作期限五年、部分为十年的原因及合理性

根据发行人提供的报告期内书家合作协议、《招股说明书（申报稿）》并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人根据产品策划需求向书家采购范字稿件、图书稿件（整体约稿）、视频讲解等，其中以范字稿件为主。根据不同采购事物类型，发行人与书家签署合作协议约定不同的合作期限，多数为一定期限前提交稿件作品等，部分书家的合作期限较长，主要为五年或十年，其中合作期限为十年的主要为发行人的主要合作书家。

根据发行人的说明及本所律师对部分书家、发行人相关业务负责人的访谈，一方面，为提升公司字帖图书及文化用品的保护周期，发行人以与签约书家建立

长期稳定的合作关系为原则，并考虑书家的知名度、字体特性、报酬价格、行业惯例等因素综合确定其与书家的合作期限；另一方面，书家更愿意与市场知名品牌、具有较大影响力的企业建立长期合作关系。此外，基于发行人与书家的合作机制，各书家签署长期合作协议更利于发行人对其进行个人宣传推广的支持。因此，发行人与部分书家结合双方的合作意愿与实际合作情况，经协商一致签署了较长期限的合作协议，其中部分合作期限约定为五年，部分合作期限约定为十年。

经本所律师查阅同行业上市公司的招股说明书，各公司与书家/作者的合作期限情况主要如下：

证券简称	合作内容	合作期限
中信出版	采购版权	版权使用期间市场无统一标准，合同期限通常为 2-6 年，多数为 5 年
世纪天鸿	向外聘作者采购图书编写内容	公开文件未披露合作期限
新经典	采购版权	一般为 5 年
山东出版	采购版权	版权使用期限多为 3-7 年

因此，如上表所示，发行人与部分书家的较长合作期限较长，相较同行业公司不存在重大差异，符合行业惯例。

2. 合作协议中是否就稿酬或报酬的调整、合作价格变动等事项做出约定

经查阅发行人与部分书家签署的较长期限合作协议，并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人与部分合作期限较长的书家就稿酬或报酬的调整、合作价格变动等事项做出了约定，主要情形如下：

（1）合作期保底收入一定年限内每年按一定比例递增；

（2）范字稿酬的核算，每出版一本 16 开（含大 16 开）按每印张一定金额每年以一定比例递增；

(3) 采用版税方式核算的,若产品定价变化,则以变化后的产品封面上的定价进行结算。

综上所述,本所律师认为,发行人与部分书家签署的合作协议期限较长,符合行业惯例,部分书家合作期限为五年、部分为十年具有合理性;发行人与部分书家签署的较长期限的合作协议中就稿酬或报酬的调整、合作价格变动等事项做出了约定。

(二) 范字的重复使用对稿酬计价的影响及具体方式,稿酬定价是否与同行业公司定价情况存在差异及原因

1. 范字的重复使用对稿酬计价的影响及具体方式

根据《招股说明书(申报稿)》及发行人提供的报告期内书家合作协议并经本所律师访谈发行人相关业务负责人,范字的重复使用主要存在于范字稿件采购模式下。根据发行人与书家签署的相关合作协议,书家的稿酬结算方式主要如下:在合作期限内,使用该书家的范字/范字作品每出版一本书法类图书或文化产品根据开本大小及印张数量/字体使用页面,按每本/每印张/每页面以一定金额一次性核算。

根据发行人的说明、发行人与书家签署的相关合作协议,范字的重复使用对稿酬计价的影响主要体现在重复使用范字稿件策划、制作新产品以及公司产品再次出版印刷方面,在相关产品出版或上市销售的情况下,发行人应按合作协议约定的标准向书家核算并支付稿酬,具体方式主要如下:

(1) 若重复使用范字策划出版新产品,则根据协议约定的标准向书家支付稿酬;

(2) 对于已经出版并支付过稿酬的老产品,如在原有产品的基础上新增印张数,仅新增部分按照协议约定的标准支付稿酬,原有内容部分无需再支付稿酬;

(3) 对于已经出版并支付过稿酬的老产品重新申请书号进行再次出版的, 则根据协议约定的标准向书家支付稿酬, 但只是变更出版社而导致书号变更的则无需再次支付稿酬; 对于已经出版并支付过稿酬的老产品进行再版重印, 且仅对老产品的内文、封面、扉页、版式或图文搭配等进行调整更新, 或仅更改定价的, 无需再次支付稿酬。

2. 稿酬定价是否与同行业公司定价情况存在差异及原因

经本所律师查阅同行业上市公司的招股说明书, 发行人稿酬定价与同行业上市公司的定价情况对比如下:

证券简称	主要采购内容	定价方式	主要计算标准
新经典	图书版权	版税	预付版权方一定数额版税, 后续按照图书印数或销售码洋的一定比例支付版税, 版税率为 3%-17%
世纪天鸿	向外聘作者采购图书编写内容	稿酬	基本稿酬, 即按作品的字数, 以千字为单位向著作权人支付
中信出版	内容版权	版税	版税=定价×册数×版税率, 版税率为 8%-18%
		稿酬	公开文件未披露稿酬具体计算标准
发行人	范字	稿酬	每出版一本以范字制作的书法类图书或文化产品根据开本大小及印张数量/字体使用页面等按每本/每印张/每页面一定金额一次性核算

如上表所示, 发行人主要向书家采购范字, 与新经典、中信出版、世纪天鸿等同行业公司主要采购内容并不相同, 因此在稿酬定价上存在差异, 具有合理性。

综上所述, 本所律师认为, 范字的重复使用对稿酬计价的影响主要体现在重复使用范字稿件策划、制作新产品以及发行人产品再次出版印刷方面; 发行人稿

酬定价与同行业上市公司的定价情况因采购内容不同而存在差异，具有合理性。

(三) 稿酬的具体计算方式，是否按销售数量、销售金额的一定比例结转稿酬，是否存在阶梯定价，请结合与书家合作协议的具体条款以举例方式进行披露

根据《招股说明书（申报稿）》，发行人根据产品策划需求采购范字稿件、图书稿件（整体约稿）等，其中主要以范字稿件为主。根据报告期内的书家合作协议，发行人与书家就范字稿件及图书稿件（整体约稿）稿酬的具体计算方式作出了相关约定，主要情形如下：

类型	稿酬主要计算方式	举例
范字稿件	1、发行人使用书家提供的范字制作的书法类图书及文化用品得以出版上市销售的，根据开本的大小及印张数量/字体使用页面一次性支付稿酬，具体计算方式如下： （1）每一本 16 开（含大 16 开）书法类图书或文化用品，硬笔汉字/英文/毛笔范字产品除临摹纸外有字部分按每印张/每本/每页面一定金额核算。 （2）非 16 开产品，均以 16 开为标准进行折算。 2、书家提供特定范字的稿酬总额按照一定金额核算。	如发行人出版了一本使用书家 A 提供的范字制作的 16 开书法类图书，该产品除临摹纸外有范字的印张数为 4 印张。 1. 以第 1 种计算方式核算，如该书家的稿酬标准为 1,000 元/印张，则书家 A 就该本图书应获稿酬为 $4 \times 1,000 = 4,000$ 元； 2. 以第 2 种计算方式核算，如该书家特定就该本图书提供范字的稿酬总额约定为 5,000 元，则书家 A 就该本图书应获稿酬为 5,000 元。
图书稿件 （整体约稿）	1、毛笔楷书作品以每页一定金额核算，非 16 开产品均已 16 开为标准进行折算，或； 2、硬笔楷书/英语教程/字帖等图书稿件，按每本一定金额核算。	1. 如发行人出版一本 16 开毛笔楷书产品，该产品使用了书家 B 提供的毛笔楷书作品页面共 200 页，稿酬以 300 元/页核算，书家 B 就该本图书应获稿酬为 $200 \times 300 = 60,000$ 元。

		2. 如发行人出版一本书家 C 整体约稿的硬笔楷书/英语教程/字帖图书, 书家 C 提供硬笔楷书/英语教程/字帖图书稿件的稿酬为 5,000 元/本, 则书家 C 就该本图书应获稿酬为 5,000 元。
--	--	---

上述主要稿酬计算方式不存在按销售数量、销售金额的一定比例结转稿酬或阶梯定价的情况。此外, 报告期内, 发行人与少数书家就特定的系列图书提供范字、图书稿件、配套教程等的报酬计算按照版税或基础稿费加加印版税的方式, 存在按销售数量、销售金额的一定比例结转稿酬或阶梯定价的情况, 主要情况如下:

1. 以实际销量为计费基数, 并约定首印版税计算标准为全套产品定价 $\times$ 最低印数 $\times$ 版权率, 加印版税根据产品不同的年销量范围, 按照单册产品定价 $\times$ 当年实际销售数量 $\times$ 阶梯式的版税率, 或;

2. 基础稿费为产品一定销量内按照每印张一定金额计算, 若超过约定销售量, 则超出部分的产品按照版税支付, 即版税为产品定价 $\times$ 版税率 $\times$ 超出部分销售量。

根据《招股说明书(申报稿)》及发行人提供的相关资料, 上述按照版税计酬的金额较小, 报告期内的金额分别为 3.56 万元、0.00 万元、0.44 万元、0.59 万元, 占同期书家报酬的比例分别为 2.90%、0.00%、0.20%、0.75%。

综上所述, 本所律师认为, 发行人与书家就范字稿件及图书稿件(整体约稿)约定的主要稿酬计算方式不存在按销售数量、销售金额的一定比例结转稿酬或阶梯定价的情况; 发行人与少数书家约定的报酬计算方式存在按销售数量、销售金额的一定比例结转稿酬或阶梯定价的情况。

(四) 合作协议中范字“稿酬”与“如已经出版或上市销售的, 公司按协议支付相应报酬, 未能出版或上市销售的, 公司无需支付任何报酬”在对价支付

时点、支付价格计算方式等方面的差异，“报酬”是否实际为版税，发行人与部分书家重新签署合作协议将“稿酬”更改为“报酬”的背景、原因，是否可能导致发行人成本支出大幅增加、业务毛利率下降，如是，请结合合作协议的调整内容及实际销售情况，模拟分析合作协议调整对发行人成本产生的影响，并充分揭示风险

1. 合作协议中范字“稿酬”与“如已经出版或上市销售的，公司按协议支付相应报酬，未能出版或上市销售的，公司无需支付任何报酬”在对价支付时点、支付价格计算方式等方面的差异

根据发行人与卢中南等主要合作书家于 2019 年或 2020 年重新签署或新签署的《合作协议书》（以下简称新《合作协议书》）并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，相关新《合作协议书》约定的范字稿酬均以发行人根据相关书家提供的范字制作的书法类图书及文化用品出版或上市销售作为条件，根据开本大小、印张数量/字体使用页面数量、每印张/每页面/每本价格等一次性核算，在合同有效期内每年结算一次。

根据发行人与部分主要合作书家出具的《确认函》以及发行人的说明，发行人根据新《合作协议书》应向书家支付的所有费用统称为报酬，包含范字稿酬、录制硬笔视频的酬劳、字模使用费、保底收入等；除范字稿酬外，发行人根据新《合作协议书》应向书家支付的其他报酬不以基于书家向发行人提供的范字所形成的图书及文化用品产品出版或上市销售为前提条件，但应按新《合作协议书》约定的核算标准每年与范字稿酬一并结算、支付。

经查验发行人与卢中南等主要合作书家原签署的合作协议书、新《合作协议书》、发行人与部分主要合作书家出具的《确认函》以及发行人的说明，并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，截至目前，原合作协议书与新《合作协议书》关于对价支付时点及支付价格计算方式的主要约定及差异情况如下：

内容		原合作协议书	新《合作协议书》	差异情况
范字	对价	以书家向发行人提供	以书家向发行人提供的范字	无重大差

稿酬	支付时点	的范字制作的字帖出版为前提一次性核算，在合同有效期内每年结算一次。	所形成的图书及文化用品出版或上市销售为前提一次性核算，在合同有效期内每年结算一次。	异。
	支付价格计算方式	1. 每出版一本字帖，按每一种出版物一定价格支付稿酬，或； 2. 每出版一本 16 开书法类图书（48 面），按每本图书一定价格核算稿酬。	1. 每出版一本书法类图书或文化用品，按每本出版物一定价格支付稿酬，或； 2. 每出版一本 3 印张 16 开共计 48 页书法类图书或文化用品，区分手写稿与字库排版，按每本一定价格核算稿酬，或； 3. 每出版一本 16 开（含大 16 开）书法类图书或文化用品，区分手写稿与字库排版，按每印张一定价格核算稿酬，或； 4. 每出版一本 16 开（含大 16 开）范字产品，除临摹纸外有范字部分按每印张一定金额标准核算，该每印张金额按一定比例每年递增，或； 5. 每出版一本 16 开（含大 16 开）书法类图书或文化用品，使用范字部分按每页面一定价格核算； 6. 非 16 开产品均以 16 开为标准核算。	增加了稿酬核算的计算方式； 对以开本及印张数量作为核算标准进行了细化。
保底收入	对价支付时点	每年核算的范字稿酬不足保底收入金额时按保底收入支付，不以书法类图书出版为前提条件。	每年核算的范字稿酬或范字稿酬与拍摄硬笔视频的酬劳总额不足保底收入金额时按保底收入支付，不以书法类图书或文化用品出版或上市销售为前提条件。	无重大差异。
	支付	固定金额	1. 固定金额，或；	增加了逐年

	价格 计算 方式		2. 合作期内第一年及第六年固定金额，剩余年度分别在前一年度基础上每年以一定比例递增。	递增的计算方式。
录制 硬笔 视频的 酬劳	对价 支付 时点	无约定	每年与范字稿酬一并结算、支付。	增加了录制视频的报酬支付时点约定。
	支付 价格 计算 方式	无约定	每个视频按一定价格进行核算。	增加了录制视频的报酬支付计算标准。
字模 使用 费等 其他 费用	对价 支付 时点	合同签署后一段期间内支付。	1. 提供范字后，与当年度稿酬一并结算、支付，或； 2. 每年与范字稿酬一并结算、支付。	增加了支付时点方式。
	支付 价格 计算 方式	按固定金额一次性支付。	1. 按固定金额一次性支付，或； 2. 协议有效期内每年按一定金额支付。	增加了支付价格计算方式。

2. “报酬”是否实际为版税，发行人与部分书家重新签署合作协议将“稿酬”更改为“报酬”的背景、原因

根据发行人与主要合作书家签署的新《合作协议书》并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，主要合作书家的报酬主要包含书法类图书或文化用品的范字稿酬和录制视频的酬劳，部分主要合作书家的报酬还包含保底收入、字模使用费等。发行人近年来与书家的合作模式多样化，发行人除向书家采购范字稿件、图书稿件（整体约稿）等外，还涉及图书讲解音视频等产品采购，因此，为了涵盖发行人向书家支付的所有报酬，经发行人与卢中南等部分主要合作书家协商一致，将原合作协议书中的“稿酬”更改为“报酬”，并重新签署新《合作协议书》。

根据《使用文字作品支付报酬办法》第三条第二款规定，“版税，是指使用者以图书定价×实际销售数或者印数×版税率的方式向著作权人支付的报酬。”

如上所述，在新《合作协议书》项下，发行人应向主要合作书家支付的报酬除包含范字稿酬、录制视频的酬劳等外，部分主要合作书家报酬还包含保底收入、字模使用费等。此外，经查验发行人与主要合作书家签署的新《合作协议书》，并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，新《合作协议书》约定的图书稿酬主要根据开本大小、印张数量/使用页面数量、每印张/每本/每页面价格等一次性核算，不与图书销售数或者印数相关联，不属于版税。此外，报告期内，发行人与少数书家约定的报酬存在版税，但版税占发行人书家总报酬的比例较低，报告期内分别为 2.90%、0.00%、0.20%、0.75%。

综上所述，本所律师认为，发行人与主要合作书家签署的新《合作协议书》中约定的报酬不属于版税，但发行人与少数书家约定的报酬存在版税；发行人与部分书家重新签署合作协议将“稿酬”更改为“报酬”具有合理性。

3. 是否可能导致发行人成本支出大幅增加、业务毛利率下降

根据发行人提供的相关资料，发行人与主要合作书家签署新《合作协议书》的时间为 2019 年 1 月 1 日或 2020 年 1 月 1 日，新《合作协议书》签订前后的稿酬/报酬成本及主营业务毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
稿酬/报酬	79.26 万元	217.48 万元	181.02 万元
主营业务毛利率	64.17%	64.93%	63.48%

根据《招股说明书（申报稿）》及发行人的说明，上述 2019 年稿酬/报酬较 2018 年金额增长，主要系策划的新产品的数量增长以及新签约书家增加所致，2020 年 1-6 月、2019 年和 2018 年的主营业务毛利率相比不存在重大差异。

因此，与主要合作书家重新签订《合作协议书》后，发行人成本支出未大幅增加，业务毛利率较为稳定。

综上所述，本所律师认为，发行人与部分书家重新签署合作协议将“稿酬”更改为“报酬”不会导致发行人成本支出大幅增加、业务毛利率大幅下降。

(五) 与书家签署合作协议是否均为排他性的独家合作协议, 合作协议中关于知识产权的具体约定及违约责任划分情况, 对知识产权归属的约定是否清晰, 各合作协议之间是否存在权利义务约定不一致的情形, 是否存在纠纷或潜在纠纷

1. 与书家签署合作协议是否均为排他性的独家合作协议

根据发行人提供的报告期内书家合作协议, 发行人利用书家的范字或整体约稿的图书稿件进行甄选、汇编、设计、排版、制作等开发、策划书法类图书及文化用品。就书家提供的范字知识产权的具体约定主要如下: (1) 转让范字的著作权财产权利。书家将其所书写的范字独家提供给发行人, 并将范字的著作财产权利以及范字的原始稿件转让给发行人。(2) 授予范字独占许可使用权。书家向发行人提供范字, 并授予发行人针对该等范字的全球范围内、可分许可的独占许可, 发行人就书家范字在全球范围内享有独占的、可分许可的著作权使用权, 包括但不限于以独家方式行使有关范字的一定的著作权财产权利; 协议有效期内书家承诺不会将前述范字自行或者授权第三方开发和销售书法类图书及文化用品。特别地, 针对特定范字提供在部分特定产品上的情形, 发行人有权决定部分书家在合作产品的封面及内文是否署名。(3) 授予范字非专有许可使用权利。书家将范字的著作财产权在书法类图书及文化用品领域或特定产品内授权许可给发行人使用。

其中, 发行人与卢中南、吴玉生、于佩安、臧磊、刘鹏飞(笔名刘腾之)、周蓓娜(笔名周培纳)等主要合作书家签署的合作协议均为排他性的独家合作协议。

鉴于发行人就书家向其提供的范字著作权并非均享有著作权财产权利或专有使用权, 因此, 本所律师认为, 发行人与书家签署的合作协议并非均为排他性的独家合作协议。

2. 合作协议中关于知识产权的具体约定及违约责任划分情况, 对知识产权归属的约定是否清晰

（1） 知识产权归属约定

根据发行人提供的报告期内书家合作协议，合作协议中关于知识产权的具体约定主要如下：

① 书法类图书及文化用品：对于公司利用书家的范字或图书稿件（整体约稿）进行甄选、汇编、设计、排版、制作等开发、策划的书法类图书及文化用品，发行人享有完整的著作权；就书家提供的范字知识产权的主要约定详见本补充法律意见书之“二、《问询函》第2题”之（五）、1部分所述。

② 视频录制：发行人享有协议约定的书法视频及全部拍摄片段的完整著作权，发行人也单独和完整地享有协议约定的视频作品的录音录像制作者权益，享有许可他人复制、发行、出租、通过信息网络向公众传播并获得报酬的权利。

（2） 知识产权违约责任约定

根据发行人提供的报告期内书家合作协议，合作协议中关于知识产权违约责任的具体约定主要为：书家应保证其提供的范字、特定产品资源、讲解视频等内容不得侵犯第三方的合法权益，否则书家向发行人承担相应违约责任并赔偿公司因侵权造成的损失。在发行人享有著作权独占许可使用权的情形下，未经公司书面同意，书家不得自行或授权公司以外的任何单位或个人将范字用于制作、出版、发行和销售范字产品，包括但不限于制作、出版、发行和销售图书或开发、制作、销售周边衍生品等，否则书家应承担相应法律后果。

综上所述，本所律师认为，发行人与书家签署的合作协议对知识产权归属及违约责任进行了约定，知识产权归属的约定清晰。

3. 各合作协议之间是否存在权利义务约定不一致的情形，是否存在纠纷或潜在纠纷

根据发行人提供的报告期内书家合作协议，书家合作协议对合作内容、主要权利义务、知识产权归属、报酬/稿酬核算等内容进行了约定，已明确了双方的

权利义务，但各合作协议之间存在权利义务约定不一致的情形，主要为报酬/稿酬核算方式、范字的知识产权等约定存在差异。根据发行人的说明并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人与各书家通过平等友好协商，结合双方的合作历史、合作内容等情况对合作关系存在不同的安排，因此，发行人与各书家在合作协议中就报酬/稿酬核算方式、对范字的知识产权等进行了差异化约定，且该等差异化约定均为发行人与书家双方的真实意思表示，具有合理性。

根据发行人的说明、相关诉讼案件资料、本所律师对发行人主要合作书家、诉讼代理律师及发行人相关业务负责人的访谈、相关人民法院、仲裁委员会的查询结果，并经本所律师在中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）等公开网站的查询，截至本补充法律意见书出具日，除发行人诉田英章诉讼外，发行人与其他书家不存在诉讼纠纷，亦不存在可预见的潜在纠纷。

综上所述，本所律师认为，发行人与不同书家的各合作协议之间权利义务约定存在不一致；截至本补充法律意见书出具日，除发行人诉田英章诉讼外，发行人与其他书家不存在诉讼纠纷，亦不存在可预见的潜在纠纷。

（六） 发行人获得的市场份额是否由于田英章范字的市场认可度较高，报告期内发行人与各书家合作实现的营业收入具体情况及各自占比，发行人是否对单一书家存在重大依赖，如是，请发行人补充披露与书家合作存在依赖及书家变动带来的风险

1. 发行人获得的市场份额是否由于田英章范字的市场认可度较高

根据《招股说明书（申报稿）》并经本所律师访谈发行人实际控制人、业务负责人，公司成立于 1996 年，是国内较早进入字帖图书行业的公司之一。经过二十多年的市场耕耘，发行人逐步建立了完善的经营管理团队，具备较强的产品策划和创新能力，能够较快进行市场需求发掘，有针对性地开发产品内容。发行人亦具备较强的市场整合营销能力，营销网络优势明显。在渠道开发、市场拓展的同时，发行人亦注重书家的挖掘、培育与推广，为发行人字帖图书产品的内容

保障提供坚实基础。发行人储备了丰富的书家资源，已与卢中南、吴玉生等国内二十多名优秀的书家建立了稳定的合作关系。此外，发行人积极开发范字处理技术，建立一体化的字帖图书增值服务体系，为客户提供良好的使用体验。凭借上述核心竞争优势，经过充分的市场竞争，发行人产品在字帖图书市场已占据了一定份额，“华夏万卷”已发展成为字帖图书行业知名品牌。

根据发行人提供的相关资料及其说明，并经本所律师访谈发行人实际控制人，发行人与田英章合作多年，因多年主推田英章范字系列产品，使得田英章范字相关产品的市场认可度逐步提高。田英章诉公司著作权许可使用合同纠纷发生后，发行人主动调整产品结构，在 2019 年销售收入较 2018 年增长 19.70% 的同时，2019 年使用田英章范字产品的收入占比下降至 50.97%，且 2020 年 1-6 月占比进一步下降至 31.45%。此外，根据北京开卷信息技术有限公司（以下简称开卷信息）的统计数据，发行人报告期内的字帖图书零售市场份额占比分别为 30.16%、29.26%、26.48%、26.25%。田英章诉公司著作权许可使用合同纠纷发生后，发行人的市场份额并未受到重大不利影响。

综上所述，本所律师认为，发行人获得的市场份额主要系基于发行人的核心竞争优势，并非由于田英章范字的市场认可度较高。

2. 报告期内发行人与各书家合作实现的营业收入具体情况及各自占比，发行人是否对单一书家存在重大依赖

根据《招股说明书（申报稿）》《审计报告》、发行人提供的相关资料及其说明，发行人报告期内的营业收入分别为 15,558.78 万元、19,599.69 万元、23,461.47 万元、8,769.33 万元，报告期内，发行人与主要合作书家合作实现的营业收入具体情况及占比如下：

书家	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	营收金额 (万元)	占比 (%)	营收金额 (万元)	占比 (%)	营收金额 (万元)	占比 (%)	营收金额 (万元)	占比 (%)
田英章	2,728.04	31.11	11,791.15	50.26	14,717.05	75.09	12,076.1	77.62

书家	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	营收金额 (万元)	占比 (%)	营收金额 (万元)	占比 (%)	营收金额 (万元)	占比 (%)	营收金额 (万元)	占比 (%)
							5	
周培纳	1,919.78	21.89	2,877.17	12.26	—	—	—	—
于佩安	1,181.14	13.47	2,703.46	11.52	1,839.30	9.38	1,199.51	7.71
刘腾之	1,014.00	11.56	1,327.11	5.66	—	—	—	—
臧磊	409.44	4.67	866.55	3.69	52.28	0.27	—	—
吴玉生	304.74	3.48	585.91	2.50	576.14	2.94	458.04	2.94
卢中南	229.76	2.62	895.18	3.82	583.22	2.98	502.05	3.23
田英章、吴玉生	29.81	0.34	167.21	0.71	229.35	1.17	133.50	0.86
卢中南、吴玉生	0.05	0.00	0.24	0.00	2.05	0.01	3.09	0.02
合计	7,816.77	89.14	21,213.98	90.42	17,999.40	91.84	14,372.33	92.37

注：上述统计表格中两名书家合并单列系因该等书家为同一本图书书写者。

如上表所示，报告期内，发行人仅使用田英章范字的产品收入占比存在超过 50% 的情形，不存在其他单一书家相关产品收入占比超过 50% 的情况。但田英章诉公司著作权许可使用合同纠纷发生后，发行人主动调整产品结构，使用田英章范字的产品收入占比呈下降趋势，2020 年 1-6 月已下降至 31.45%，且根据开卷信息的统计数据，田英章诉公司著作权许可使用合同纠纷发生后，发行人的市场份额并未受到重大不利影响，发行人对田英章不存在重大依赖。

综上所述，本所律师认为，发行人对单一书家不存在重大依赖。

三、《问询函》第 3 题：关于与田英章诉讼。申报材料显示，发行人与田英章存在著作权许可使用合同纠纷。

请发行人：（1）在招股说明书中补充披露使用田英章范字产品的销售收入占营业收入的比重，使用田英章范字的相关产品存货情况；（2）补充披露发行人与田英章诉讼纠纷的原因，发行人与书家合作协议及合作模式是否存在漏洞或法律风险；（3）结合诉讼事项最新进展、诉讼发生后使用田英章范字相关产品的销售情况及是否发生纠纷，补充披露相关产品的持续销售是否存在侵权或潜在纠纷风险；（4）补充披露田英章目前的产品合作情况，是否与其他字帖图书策划、发行机构进行合作并出版同类产品，与发行人业务竞争情况，对发行人同类业务持续经营是否存在重大不利影响；（5）补充披露 2018 年度计提 200 万预计负债的依据，是否符合《企业会计准则》的规定；（6）结合诉讼进展及 2020 年相关产品销售情况，补充披露使用田英章范字的相关产品存货余额，是否需计提存货跌价准备或进行存货报损处理。

请保荐人发表明确意见。请发行人律师就上述事项（2）、（3）、（4）发表明确意见。请申报会计师就上述事项（5）、（6）发表明确意见。

（一） 补充披露发行人与田英章诉讼纠纷的原因，发行人与书家合作协议及合作模式是否存在漏洞或法律风险

1. 发行人与田英章著作权许可使用合同诉讼纠纷的原因

根据田英章诉发行人著作权许可使用合同纠纷的民事起诉状、四川省成都市中级人民法院及四川省高级人民法院的民事判决书、发行人的说明，并经本所律

师访谈发行人实际控制人，田英章与发行人合作多年，田英章向发行人提供范字，发行人使用其范字制作、出版字帖图书，发行人根据相关合作协议约定向田英章支付稿酬。自合作以来至 2017 年，双方对于合作事宜未产生纠纷。2017 年底，田英章通过开卷信息查询，认为发行人使用其范字出版的图书出版物数量与发行人据以结算稿酬的图书出版物数量不一致，遂认为发行人存在通过隐瞒图书出版的数量、种类，隐瞒扣其应付稿酬的情况。经发行人与田英章多次沟通，双方仍对相关合作协议约定的计量、计酬标准无法达成一致意见，田英章遂于 2018 年 9 月向四川省成都市中级人民法院提起诉讼。

2. 发行人与书家合作协议及合作模式是否存在漏洞或法律风险

根据《招股说明书（申报稿）》及发行人的说明，发行人与书家的合作模式主要有两种：

（1） 范字稿件采购，即发行人根据产品策划需求，通常要求书家按照中小学语文、英语教学过程中需要的文字、GB2312 标准或《通用规范汉字表（2013）》所含的汉字书写范字稿件，发行人取得范字稿件后，将其制作为可用于多种图书策划的范字库。

（2） 整体约稿及碑帖、视频等资源采购，即发行人根据策划需求，选择适当的合作对象，进行整体约稿、视频录制、购买碑帖扫描件等。

根据发行人提供的报告期内书家合作协议、发行人的说明，前述两种模式下，发行人与各书家在平等、自愿、公平、诚信的基础上，经友好协商一致，签署相应合作协议，合作协议对合作内容、主要权利义务、知识产权归属、报酬/稿酬核算、合作期限、争议解决等内容进行了明确约定，双方权利义务清晰，不存在法律漏洞。

根据相关诉讼案件资料、发行人的说明、本所律师对主要合作书家及发行人诉讼代理律师的访谈、相关人民法院及仲裁委员会的查询结果，并经本所律师在中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、中国执行信息公开网

(<http://zxgk.court.gov.cn/>)等公开网站的查询,截至本补充法律意见书出具日,除发行人诉田英章诉讼外,发行人与其他书家不存在诉讼纠纷,亦不存在可预见的潜在纠纷。

综上所述,本所律师认为,发行人与书家的合作协议及合作模式不存在漏洞或可预见的法律风险。

(二) 结合诉讼事项最新进展、诉讼发生后使用田英章范字相关产品的销售情况及是否发生纠纷,补充披露相关产品的持续销售是否存在侵权或潜在纠纷风险

1. 田英章诉发行人著作权许可使用合同纠纷最新进展

2018年9月27日,因著作权许可使用合同纠纷,田英章向四川省成都市中级人民法院起诉发行人。2019年12月3日,四川省成都市中级人民法院作出(2018)川01民初3535号《民事判决书》,判决驳回原告田英章的全部诉讼请求。2019年12月30日,因不服一审判决,田英章向四川省高级人民法院提起上诉。2020年7月21日,四川省高级人民法院作出(2020)川知民终206号《民事判决书》,判决驳回上诉,维持原判。

2. 诉讼发生后使用田英章范字相关产品的销售情况及是否发生纠纷

(1) 诉讼发生后使用田英章范字相关产品的销售情况

根据发行人提供的相关诉讼资料,2018年9月27日,四川省成都市中级人民法院对田英章诉发行人著作权许可使用合同纠纷一案予以立案。

根据《招股说明书(申报稿)》《审计报告》、发行人提供的资料及其说明,田英章诉发行人著作权许可使用合同纠纷发生后,发行人主动调整产品结构,2019年度、2020年1-6月使用田英章范字产品收入分别为11,958.36万元、2,757.85万元,占营业收入占比分别为50.97%、31.45%,发行人使用田英章范字相关产品的收入及收入占比呈下降趋势。

（2） 诉讼发生后使用田英章范字相关产品是否发生纠纷

根据发行人提供的相关诉讼案件资料、本所律师对发行人诉讼代理律师的访谈、相关人民法院、仲裁委员会的查询结果，并经本所律师在中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）等公开网站的查询，田英章诉发行人著作权许可使用合同纠纷发生后，使用田英章范字相关产品导致的纠纷共四起，其中两起田英章为原告，另外两起发行人为原告，具体情况如下：

① 2020 年 3 月，田英章诉衡水市新华书店有限责任公司、衡水市新华书店有限责任公司景县分公司、上海交通大学出版社有限公司、发行人著作权权属、侵权纠纷案

2020 年 3 月 26 日，因著作权权属、侵权纠纷，田英章向河北省衡水市中级人民法院起诉衡水市新华书店有限责任公司（被告一）、衡水市新华书店有限责任公司景县分公司（被告二）、上海交通大学出版社有限公司（被告三）、发行人（被告四），请求判令：1、被告一、被告二停止销售侵权图书；2、被告三销毁侵权图书制版、停止出版并召回、销毁侵权图书；3、被告三、被告四连带赔偿原告经济损失及合理费用 2,000,000 元；4、被告四停止使用原告书写的范字字库制作出版字帖；5、被告四在其官网 www.scwj.net 上刊登声明恢复对原告的影响；6、被告承担本案的诉讼费。

2020 年 6 月 15 日，河北省衡水市中级人民法院作出（2020）冀 11 知民初 19 号《民事裁定书》，准许田英章撤诉。

② 2020 年 6 月，田英章诉衡水市桃城区育才书店、上海交通大学出版社有限公司、发行人著作权权属、侵权纠纷案

2020 年 6 月 10 日，因著作权权属、侵权纠纷，田英章向河北省衡水市中级人民法院起诉衡水市桃城区育才书店（被告一）、上海交通大学出版社有限公司（被告二）、发行人（被告三），请求判令：1、被告一停止销售侵权图书；2、

被告二销毁侵权图书制版、停止出版并召回及销毁侵权图书；3、被告三停止使用原告书写的范字字库制作出版字帖；4、被告三在其官网 www.scwj.net 上刊登声明恢复对原告的影响；5、被告二、被告三连带赔偿原告经济损失及合理费用共 3,000,000 元；6、三被告承担本案的诉讼费。

2020 年 9 月 2 日，河北省衡水市中级人民法院作出（2020）冀 11 知民初 38 号《民事裁定书》，准许田英章撤诉。

③ 2020 年 4 月，发行人诉田英章著作权权属、侵权纠纷案

2020 年 4 月 23 日，因著作权权属、侵权纠纷，发行人向四川自由贸易试验区人民法院起诉田英章，请求判令：1、确认被告于 2004 年使用硬笔书写的楷书 7000 字、行书 7000 字的范字美术作品在书法字帖领域内的复制权、发行权、汇编权及信息网络传播权归原告享有（已于 2014 年 8 月 1 日出让给原告，原告支付对价 2,981,800 元）；2、被告禁止在书法字帖领域内以任何形式使用上述范字美术作品；3、确认原告对《把书法老师请回家·田英章楷书》（2014 年 9 月第 1 版）等图书享有著作权；4、诉讼费由被告承担。目前该案正在一审审理中。

④ 2020 年 5 月，发行人诉四川天朗英华文化传播有限公司、国家开放大学出版社有限公司、田英章著作权权属、侵权纠纷案

2020 年 5 月 12 日，因著作权权属、侵权纠纷，发行人向四川省成都市中级人民法院起诉四川天朗英华文化传播有限公司（被告一）、国家开放大学出版社有限公司（被告二）、田英章（被告三），请求判令：1、三被告立即停止侵犯原告对被告三范字美术作品在书法字帖范围内享有的独家的汇编权、发行权、复制权；2、被告一立即停止销售侵权产品，下架并销毁库存侵权产品；3、被告二停止复制、发行侵权产品，销毁侵权产品制版，召回并销毁库存侵权产品；4、三被告连带赔偿因侵权行为给原告造成的经济损失 1,000 万元；5、三被告支付原告合理维权开支，暂计 52,352 元，包含截至起诉之日原告支付的公证费 2,000 元，律师费 50,000 元，取证费 352 元；6、本案诉讼费用由三被告承担。目前该

案正在一审审理中。

3. 持续销售是否存在侵权或潜在纠纷风险

（1） 田英章与发行人签署的相关合作协议

2014年8月1日，发行人（甲方）与田英章（乙方）签署《合作协议书》，双方就书法稿件（含毛笔、硬笔）合作主要约定如下：1、乙方将其用毛笔、硬笔书写的，所有用于出版字帖的稿件提供给甲方，用于甲方出版书法字帖，甲方按协议要求付给乙方相应稿酬；2、甲方享有出版物著作权、根据乙方所书写范字编写的字帖的独家出版发行权、汇编乙方范字字库并可根据乙方字库编创字帖出版物的权利，具有保证按时按量付给乙方稿酬费等义务。乙方享有出版物署名权及手写范字版权和范字使用权、根据协议享有稿费收益权等权利，具有在合作期内凡用于书法字帖的手写范字稿件应首先交给甲方出版发行等义务。3、合同有效期5年，合同期满后双方未书面解除协议继续合作的，协议自动延长至书面协议解除为止。

2014年9月1日，发行人（甲方）与田英章（乙方）签署《关于〈合作协议书〉补充说明》，约定甲方通过受让取得乙方书法范字在字帖范围内的著作权，即乙方将全部书法（硬笔、毛笔）范字、字模的复制权、发行权、汇编权以及信息网络传播权，在书法字帖使用的领域内转让给甲方，乙方字迹（范字、字模等）在书法字帖的使用过程中产生的法律上的权利义务均由甲方独立享有和承担。

（2） 诉讼发生后田英章范字相关产品的销售情况

根据上述，2014年8月1日，双方签署《合作协议书》，有效期5年，合同期满后双方未书面解除协议继续合作的，协议自动延长至书面协议解除为止。结合四川省成都市中级人民法院、四川省高级人民法院判决情况，发行人有权销售在《合作协议书》履行期内已经编辑出版的田英章相关字帖图书。

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人提供的相关资料及其说明，并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，田英章诉发行人著作权许可使用合同纠纷发

生后至 2020 年 6 月 30 日已销售的田英章范字相关产品，以及截至 2020 年 6 月 30 日田英章范字相关存货产品，均属于《合作协议书》履行期内且于 2019 年 8 月 1 日之前已编辑出版的产品；此外，诉讼发生后，发行人主动调整产品结构，截至目前没有使用田英章的范字制作并销售新的字帖图书。

因此，发行人持续销售在《合作协议书》履行期内已经编辑出版的田英章范字相关字帖图书不存在侵权风险。

综上所述，本所律师认为，发行人持续销售在《合作协议书》履行期内已经编辑出版的田英章范字相关字帖图书不存在侵权风险；截至本补充法律意见书出具日，田英章与发行人存在尚未了结的纠纷。

（三） 补充披露田英章目前的产品合作情况，是否与其他字帖图书策划、发行机构进行合作并出版同类产品，与发行人业务竞争情况，对发行人同类业务持续经营是否存在重大不利影响

1. 田英章目前的产品合作情况，是否与其他字帖图书策划、发行机构进行合作并出版同类产品

根据发行人提供的相关资料、开卷信息的统计数据，除发行人策划、发行的田英章范字相关字帖图书产品外，目前存在国家开放大学出版社有限公司（以下简称国开社）、商务印书馆有限公司（以下简称商务印书馆）出版田英章相关字帖产品的情况，但鉴于发行人与国开社、商务印书馆不存在合作关系，因此，田英章目前存在与其他字帖图书策划、发行机构合作并出版字帖类图书产品的情况。

经本所律师查阅部分非发行人策划、发行的田英章相关字帖产品实物，并在淘宝、天猫、京东等电商网站检索非发行人策划、发行的田英章相关字帖产品，发现存在“田英章旗舰店”、“田英章字帖自营旗舰店”等电商平台，其销售的部分田英章相关字帖产品上印有“田楷文化”、“田氏欧楷”等字样，部分含有介绍语“田雪松，著名青年书法家，祖父田荫亭、父亲田英章、伯父田蕴章均为中国当代书法名家”。

经本所律师在天眼查 (<https://www.tianyancha.com/>) 进行“田楷文化”关键词检索,发现存在北京田楷文化发展有限公司,其股东信息中田英章持股 2%,其公司网站(<https://www.tiankaiwenhua.com/>)也罗列了田英章相关字帖产品。经本所律师在天眼查 (<https://www.tianyancha.com/>) 进行“田氏欧楷”关键词检索,发现存在北京田雪松书画文化有限公司、北京田雪松教育科技有限公司(股东信息中田英章持股 2%),北京田雪松书画文化有限公司的注册商标名称含有“田氏欧楷”,北京田雪松教育科技有限公司正在申请“田氏欧楷”字样的注册商标。

经本所律师在天眼查(<https://www.tianyancha.com/>)进一步查询田英章、田雪松的个人对外投资及任职情况,发现除上述 3 家公司外,尚有 5 家相关且存续企业,即北京田英章书法艺术中心有限公司、北京率更文化有限公司、北京田雪松书画院有限公司、北京中岳书画文化有限公司、涿州市田雪松书店。

经本所律师查询国家企业信用信息公示系统 (<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>),上述 8 家企业中,北京田楷文化发展有限公司、北京田雪松教育科技有限公司、北京率更文化有限公司、北京田雪松书画院有限公司、北京田雪松书画文化有限公司的经营范围内含“出版物批发”、“出版物零售”、“零售出版物”字样,具体情况如下:

(1) 北京田楷文化发展有限公司

统一社会信用代码	91110105MA01MXHG7C
法定代表人	田雪松
住所	北京市海淀区西三环北路 89 号 6 层 A-06
注册资本	500 万元
经营范围	从事互联网文化活动;出版物批发;互联网信息服务;经营电信业务;组织文化艺术交流活动(不含演出);软件开发;基础软件服务;应用软件开发(不含医用软件);计算机系统服务;数据处理;市场调查;设计、制作、代理、发布广告;承办展览展示活动;会议服务;自然科学研究;工程和技术

	研究；医学研究（不含诊疗活动）；包装装潢设计；模型设计；技术推广服务；文艺创作；工艺美术设计；农业科学研究；产品设计；模型设计；教育咨询；经济贸易咨询；公共关系服务；电脑动画设计；企业策划；企业管理咨询；销售文具用品、体育用品、工艺品、玩具、日用品；翻译服务；摄影扩印服务；出租办公用房；版权贸易。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物批发、从事互联网文化活动、互联网信息服务、经营电信业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）			
成立时间	2019-09-27			
股权结构	序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
	1	夏维家	285	57
	2	田雪松	155	31
	3	马铮	50	10
	4	田英章	10	2

根据天眼查（<https://www.tianyancha.com/>）的查询结果，北京田楷文化发展有限公司存在取得《出版物经营许可证》的记录。

（2）北京田雪松教育科技有限公司

统一社会信用代码	91110108MA01MY7R6C
法定代表人	田雪松
住所	北京市海淀区苏家坨镇西小营南环路 10 号院 2 幢 2072
注册资本	100 万元
经营范围	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发；应用软件服务；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.4 以上的云计算数据中心除外）；自然科学研究和试验发展；工程和技术研究和试验发展；医学研究和试验发展；基础软件服务；模型设计；包装装潢设计；软件咨询；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易

	咨询；文化咨询；公共关系关系服务；会议服务；工艺美术设计；电脑动画设计；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业管理咨询；销售文化用品、玩具、日用杂货；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；从事互联网文化活动；出版物零售；互联网信息服务。（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、出版物零售、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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）			
成立时间	2019-09-29			
股权结构	序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
	1	夏维家	39	39
	2	田雪松	51	51
	3	马铮	8	8
	4	田英章	2	2

(3) 北京率更文化有限公司

统一社会信用代码	91110108MA01LMXG3X
法定代表人	田雪松
住所	北京市海淀区蓝靛厂观山园 5 号楼-01 层 5-5
注册资本	10 万元
经营范围	组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；设计、制作、代理、发布广告；技术开发、技术推广、技术转让、技术服务；市场调查；企业管理咨询；经济贸易咨询；销售文化用品、食用农产品、工艺品、日用杂货、体育用品、电子产品、五金交电（不含电动自行车）；零售出版物。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；零售出版物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。）
成立时间	2019-07-25

股权结构	序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
	1	田雪松	6	60
	2	马铮	4	40

（4） 北京田雪松书画院有限公司

统一社会信用代码	91110102MA01JFU46X			
法定代表人	田雪松			
住所	北京市西城区右安门内大街 28 号院 5 号楼一层 111-2 号			
注册资本	10 万元			
经营范围	文艺创作；组织文化艺术交流活动（不含演出）；销售日用品、文化用品、体育用品、家用电器、电子产品、工艺品；市场调查；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术开发；技术咨询；技术转让；技术推广；技术服务；设计、制作、代理、发布广告；零售出版物。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；零售出版物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。）			
成立时间	2019-04-15			
股权结构	序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
	1	田雪松	5	50
	2	马铮	5	50

（5） 北京田雪松书画文化有限公司

统一社会信用代码	911101053302481800			
法定代表人	田雪松			
住所	北京市朝阳区湖景东路 9、11 号 2 幢-02 层-209 内 B2-02、B2-03-02 号			

注册资本	20 万元			
经营范围	组织文化艺术交流活动（不含演出）；书法技术培训；绘画技术培训；声乐技术培训；围棋技术培训；文艺创作；设计、制作、代理、发布广告；技术开发、技术推广、技术转让、技术服务；市场调查；企业管理咨询；经济贸易咨询；销售文具用品、工艺品、日用品、体育用品、电子产品、五金交电；出版物零售。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物零售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。）			
成立时间	2019-01-23			
股权结构	序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
	1	田雪松	20	100

2. 与发行人业务竞争情况，对发行人同类业务持续经营是否存在重大不利影响

根据本所律师查阅部分非发行人策划、发行的田英章相关字帖产品实物，并在淘宝、天猫、京东等电商网站检索非发行人策划、发行的田英章相关字帖产品及发行人的说明，非发行人策划、发行的田英章产品主要系教辅同步类字帖，与发行人存在竞争关系。

根据开卷信息监测的田英章零售图书数据、发行人零售图书数据以及同期监测图书总销量，2019 年、2020 年 1-6 月期间，非发行人策划、发行的田英章字帖图书销量占同期监测图书总销量及发行人策划、发行的字帖图书产品销量占同期监测图书总销量情况如下：

时间	非发行人策划、发行的田英章字帖图书销量占同期监测图书总销量比例	发行人策划、发行的字帖图书销量占同期监测图书总销量比例
2019 年	1.21%	26.48%
2020 年 1 月-6 月	1.03%	26.25%

根据上表，非发行人策划、发行的田英章字帖图书销量占同期监测图书总销量比例远低于发行人策划、发行的字帖图书销量占同期监测图书总销量比例。且自田英章诉发行人著作权许可使用合同纠纷发生后，发行人主动调整产品结构，2019 年销售收入较 2018 年增长 19.70%，发行人相关田英章范字产品收入及收入占比呈下降趋势。因此，田英章与其他字帖图书策划、发行机构合作并出版字帖类图书产品的情况对发行人同类业务持续经营不构成重大不利影响。

综上所述，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具日，田英章存在与其他策划、发行机构合作出版字帖类图书产品的情况，与发行人业务存在一定竞争，但对发行人同类业务持续经营不构成重大不利影响。

四、《问询函》第 5 题：关于出资瑕疵。发行人设立以来存在多次出资瑕疵。请保荐人、发行人律师说明对用于增资的债权的真实性所履行的核查程序，并就相关出资瑕疵事项是否构成重大违法违规、是否存在受行政处罚的风险发表明确意见。

（一）用于增资的债权的真实性所履行的核查程序

2011 年 5 月，发行人增加注册资本 1,000 万元，新增注册资本由杨曦一人出资投入；杨曦以对发行人的债权 13,588,580.15 元中的 10,000,000 元认缴新增注册资本。

针对用于增资的债权的真实性，本所律师履行了如下核查程序：

1. 查阅了发行人工商档案资料，以及针对本次债权转作股权相关的股东会决议；
2. 查阅了发行人与杨曦签署的《债权转作股权投资协议》《债权转作投资确认书》《借款协议》及相应款项支付凭证、公司的内部记账凭证；
3. 查阅了四川海韵会计师事务所有限公司出具的“川海韵会审字（2011）

第 029 号”《关于四川万卷文化传媒有限公司应付自然人杨曦债务的专项审计报告》及“川海韵会验字（2011）第 006 号”《验资报告》；

4. 查阅了信永中和出具的“XYZH/2020CDA50088”号《四川华夏万卷文化传媒股份有限公司相关注册资本及实收资本的复核报告》；

5. 对杨曦进行了访谈。

经核查，本次用于增资的债权真实。

（二） 相关出资瑕疵事项是否构成重大违法违规、是否存在受行政处罚的风险

1. 相关出资瑕疵事项及补救措施

根据发行人提供的工商档案资料、股东（大）会决议、股权转让协议、款项支付凭证、纳税文件、验资（复核）报告、审计报告、评估报告等文件，并经本所律师对公司相关股东的访谈，发行人自设立以来存在以下出资瑕疵事项，并已对相关出资瑕疵采取相应补救措施，具体如下：

（1） 1996 年万卷文化设立时，股东杨曦及陈静以实物方式认缴公司注册资本 45.4 万元，以货币方式认缴公司注册资本 4.6 万元。上述用于出资的实物资产未履行评估程序；且出资时间较为久远，原始凭证已部分遗失。经发行人 2017 年年度股东大会审议通过，同意陈静、杨曦共向公司投入现金 50 万元（其中陈静 32 万元、杨曦 18 万元）计入资本公积，公司的注册资本及股权结构保持不变。杨曦、陈静于 2018 年 5 月分别向公司转入现金 18 万元、32 万元。

（2） 2001 年 3 月，万卷文化增加注册资本 150 万元，股东陈静以实物资产出资 76 万元、股东杨曦以实物资产出资 64 万元、股东陈飞以实物资产出资 10 万元。该 150 万元出资均未实缴到位。2009 年 2 月 26 日，万卷文化召开股东会，同意股东以车辆、设备对 2001 年认缴的出资进行补足。补足出资的车辆、设备已经评估，并记入公司固定资产明细且实际交付使用，相关车辆已过户至万卷文

化名下。本次补足出资未履行验资程序，亦未办理工商备案登记。公司于 2009 年 4 月 6 日、2018 年 10 月 22 日分别召开股东（大）会，各股东对于本次补足出资事项予以认可。

（3） 2011 年 5 月，万卷文化增加注册资本 1,000 万元，新增注册资本由杨曦一人出资投入；杨曦以对万卷文化的债权 13,588,580.15 元中的 10,000,000 元认缴新增注册资本。本次增资的债权未履行评估程序，但本次增资已履行股东会决议、审计、验资、工商变更登记程序。

针对上述出资瑕疵及补救措施，发行人于 2020 年 3 月 16 日召开 2020 年第一次临时股东大会，审议通过《关于确认公司历史出资瑕疵等事项的议案》，全体股东对公司历史上存在的出资瑕疵及采取的补救措施予以确认，并确认公司历史上存在的股东未按时实缴出资等瑕疵未对全体股东利益造成损害。

2020 年 3 月 31 日，信永中和出具“XYZH/2020CDA50088”号《四川华夏万卷文化传媒股份有限公司相关注册资本及实收资本的复核报告》，对公司历史上的历次出资瑕疵进行了验资复核，认为：公司设立时出资存在的瑕疵已采取再次出资的补救措施，公司 1996 年设立时的注册资本 50 万元已足额缴纳；2009 年 2 月 26 日公司股东会同意股东用于出资的实物资产与公司账务记录一致，2001 年 3 月股东认缴的注册资本 150 万元已经足额缴纳；公司已对收到的投资进行了相应账务处理并办理完成工商备案登记，四川海韵会计师事务所有限公司出具的《验资报告》符合《中国注册会计师审计准则第 1602 号-验资》的规定，股东认缴的注册资本 1,000 万元已经足额缴纳。

2. 是否构成重大违法违规、是否存在受行政处罚的风险

2018 年 12 月 24 日，成都高新技术产业开发区环境保护与城市综合管理执法局出具回复文件，认为公司前身设立时的出资问题“因注册资本登记制度改革、《公司法》对注册资本有关规定作了修改，不再属于应当调查或行政处罚的行为”。

2020 年 8 月 14 日，成都高新技术产业开发区市场监督管理局出具《证明》，

“该公司自 1996 年 01 月 20 日起至 2020 年 08 月 13 日止，不存在因违反国家市场监管法律、法规、规章的行为受到成都高新区市场监督管理局行政处罚的情形”。

2020 年 8 月 17 日，成都高新技术产业开发区市场监督管理局市场监管综合执法大队出具《情况说明》，“公司针对历史上存在的出资瑕疵后期已采取补足出资等补救措施，且相关事项未给债权人等其他方造成损失，我局认为，上述出资瑕疵事项不属于重大违法违规情形，公司或者股东杨曦、陈静、陈飞未因前述事项受到过行政处罚，我局亦不会对公司或其股东及主要负责人进行追责及处罚”。

综上所述，就发行人历史上相关出资瑕疵问题，后期股东已采取相应补足出资等补救措施，相关瑕疵已得到弥补，发行人及相关股东亦未因上述瑕疵问题受到过行政处罚，并已取得了工商行政主管部门认为不属于重大违法违规情形、不会对公司或股东进行处罚的书面文件，且公司股东大会已对前述出资瑕疵及采取的补救措施予以确认，并确认公司历史上相关出资瑕疵未对全体股东利益造成损害。因此，本所律师认为，发行人历史上相关出资瑕疵事项不构成重大违法违规行为，公司及相关股东不存在受行政处罚的风险。

五、《问询函》第 6 题：关于员工持股计划。字绘投资系发行人以合伙企业形式实施的股权激励。

请发行人补充披露：（1）《股权激励方案》中约定的人员离职或退休后的股份处理方式，杨静侠退休后仍持有合伙企业份额是否符合公司章程及方案的规定；（2）股权激励价格 7 元/股的公允性；（3）2016 年股份支付的形成原因、权益工具的公允价值及确认方法，股份支付的具体构成及计算过程、主要参数及制定依据，相关会计差错更正是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人发表明确意见。请申报会计师就上述事项（3）发表明确意见。请保荐人、发行人律师根据《审核问答》第 22 条的规定逐项说明发行人员工持股计划是否符合相关规定。

（一） 员工持股计划的人员构成及目的

如《律师工作报告》正文之“六、发起人和股东”之“（四）员工持股计划”所述，字绘空间系发行人的员工持股平台，于 2016 年 12 月 9 日设立，设立时共有 31 名合伙人，均系发行人在职员工。截至本补充法律意见书出具之日，字绘空间共有 27 名合伙人，其中杨静侠系退休返聘人员，退休前系发行人审计主管，于 2016 年 4 月开始享受养老保险待遇后与发行人建立返聘关系，并于 2019 年 3 月结束返聘离职，除此之外其余合伙人均系发行人在职员工。

根据字绘空间的工商档案资料、《合伙协议》及修正案、合伙人出资份额转让合同、发行人提供的相关人事资料并经验，字绘空间退伙的 4 名合伙人为谭睿、龙兰郁、陈麟、张晶，其中谭睿、龙兰郁目前仍为发行人在职员工，陈麟、张晶已离职。2016 年 12 月，谭睿、龙兰郁因个人原因分别将 10.50 万元出资额转让给杨曦。2017 年 12 月，发行人将其所持华卷教育股权全部转让给杨曦后，陈麟将 49 万元出资额转让给杨曦。2019 年 9 月，张晶因离职将 21 万元出资额转让给杨曦。

根据《华夏万卷股权激励方案》、字绘空间《合伙协议》及其补充协议、发行人的说明，发行人实施员工持股计划的目的是为增强公司凝聚力，维护公司长期稳定发展的导向，建立健全激励约束长效机制，有利于兼顾员工与公司长远利益，为公司持续发展夯实基础，激励对象为公司高级管理人员、中层干部及业务/技术骨干员工，通过合伙企业间接持股方式完成股权激励。

（二） 实施员工持股计划已按照法律、法规、规章及规范性文件要求履行决策程序

2016年10月26日，华夏万卷有限召开股东会，审议通过《华夏万卷股权激励方案》；2016年12月12日，华夏万卷有限召开股东会并作出决议，同意将公司注册资本由2,000万元增加至2,150万元，新增150万元注册资本由字绘空间认缴，出资方式为货币资金。

(三) 员工持股计划遵循公司自主决定、员工自愿参加的原则，不得以摊派、强行分配等方式强制实施

根据字绘空间的合伙人签署的承诺函、发行人的说明，员工自愿参与公司员工持股计划，不存在公司摊派、强行分配等被强制参与等情形。

(四) 参与持股计划的员工，与其他投资者权益平等，盈亏自负，风险自担，不存在利用知悉公司相关信息的优势，侵害其他投资者合法权益

根据字绘空间《合伙协议》及其补充协议，各合伙人按照其对合伙企业的实缴出资比例分配合伙企业利润，按照其对合伙企业的认缴出资比例分担亏损。根据发行人的《公司章程》、字绘空间与发行人及其股东签署的《增资协议书》及发行人的说明，字绘空间与其他投资者权益平等，均按照发行人的《公司章程》《增资协议书》规定行使股东权利、履行股东义务，并无特殊或优先权利，也不存在利用知悉公司相关信息的优势，侵害其他投资者合法权益的情形。

(五) 员工入股以货币出资，并按约定及时足额缴纳

根据合伙人签署的承诺函、员工入股时的款项支付凭证、字绘空间增资缴款凭证、信永中和出具的“XYZH/2017CDA10001”号《验资报告》，入股员工按照《合伙协议》约定，以货币形式及时足额缴纳了出资款，不存在员工以科技成果出资入股的情形，字绘空间按照《增资协议书》约定将出资款缴付给发行人。

(六) 发行人通过合伙企业间接持股实施员工持股计划，并已建立健全持股在平台内部的流转、退出机制以及所持发行人股权的管理机制

字绘空间已出具股份锁定的承诺，承诺：“自公司首次公开发行股票上市之

日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的公司公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购本单位直接或间接持有的公司公开发行股票并上市前已发行的股份。”

根据字绘空间《合伙补充协议》的约定，除非经执行事务合伙人书面同意，有限合伙人不得将其合伙企业的财产份额转让给其他有限合伙人或合伙人以外的第三方。发行人上市前及上市后的上述锁定期内，有限合伙人离职的，应按《合伙补充协议》的约定将其持有的合伙财产份额一次性全部转让给执行事务合伙人或执行事务合伙人指定方。

特别地，字绘空间有限合伙人死亡或者被依法宣告死亡的，有合法继承权的继承人从继承开始之日起可以取得有限合伙人资格；有限合伙人因工伤完全丧失劳动能力、达到法定退休年龄而导致离职的，或退休返聘员工成为有限合伙人，其后续与公司解除退休返聘协议的，合法继承人及前述相关有限合伙人在发行人上市后及锁定期届满后可以参照字绘空间《合伙补充协议》的相关约定进行变现退出。

（七） 参与持股计划的员工因离职、退休、死亡等原因离开公司的，其间接所持股份权益已按照员工持股计划章程或协议约定的方式处置

根据字绘空间的工商档案资料、合伙企业财产份额转让协议、相关价款支付凭证、相关人事资料等，自字绘空间成立至今，仅有三名员工因离职原因离开公司，其间接所持发行人股份权益已按照字绘空间《合伙协议》及其补充协议约定的方式处置，情况如下：

2016 年 12 月，发行人投资设立华卷教育，陈麟担任总经理。2017 年 12 月，发行人将其所持有的华卷教育股权全部转让给杨曦，华卷教育不再是发行人控股子公司。2017 年 12 月 12 日，陈麟与杨曦签署合伙人财产份额转让协议，约定陈麟将 49 万元出资额转让给字绘空间执行事务合伙人杨曦，并办理了退伙的工商变更登记。

2019年8月，张晶办理离职。2019年9月6日，张晶与杨曦签署合伙人财产份额转让协议，约定张晶将21万元出资额转让给字绘空间执行事务合伙人杨曦，并办理了退伙的工商变更登记。

此外，我们注意到，杨静侠于2016年4月开始享受养老保险待遇，后与发行人签署《退休返聘协议书》。2016年12月杨静侠参与公司员工持股计划时系退休返聘人员，担任发行人审计主管。2019年3月，《退休返聘协议书》到期，杨静侠办理离职。根据字绘空间《合伙补充协议》的相关约定，杨静侠与发行人解除退休返聘协议后，其可在发行人上市后及锁定期届满后参照《合伙补充协议》的相关约定进行变现退出，因此，杨静侠所持字绘空间合伙财产份额未予以转让。

综上，本所律师认为，发行人员工持股计划符合《审核问答》第22条相关规定。

六、《问询函》第7题：关于资质和许可。发行人从事字帖图书的策划、内容制作、发行及销售业务。

请发行人：（1）结合图书出版发行相关规定、公司与印刷厂及出版社等出版发行环节主要参与主体签署的相关协议、具体业务执行情况，补充披露出版社是否提供出版通道服务，发行人是否存在买卖书号进行出版和发行的行为；（2）补充披露发行人获得增值电信业务经营许可证、网络文化经营许可证的业务背景、原因，发行人是否存在在获得相应许可之前开展该类型业务的情形；（3）结合前述情况进一步披露发行人经营模式是否符合相关法律法规的规定，是否存在被处罚的风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

(一) 结合图书出版发行相关规定、公司与印刷厂及出版社等出版发行环节主要参与主体签署的相关协议、具体业务执行情况，补充披露出版社是否提供出版通道服务，发行人是否存在买卖书号进行出版和发行的行为

1. 出版社是否提供出版通道服务，发行人是否存在买卖书号进行出版和发行的行为

根据发行人与出版社签署的《合作协议》，发行人对“华夏万卷”系列图书进行初步选题策划，并将拟进行开发的选题向出版社进行申报，出版社对选题进行审核并依法履行相应核准备案程序，其后由发行人对选题进行内容开发，并向出版社提供相应稿件；发行人对自主开发的“华夏万卷”系列图书拥有著作权；出版社负责“华夏万卷”系列图书的出版工作，出版社根据国家有关出版管理规定对发行人策划的“华夏万卷”系列图书进行选题审核、报批，并对发行人提供的“华夏万卷”系列图书稿件负责初审、复审、终审以及校对，进行不低于三个环节的专业审校等，保证“华夏万卷”系列图书作为正式、合法的出版物进行出版；出版社授权发行人独家负责在全国范围内进行“华夏万卷”系列图书的发行，发行人同意包销出版社出版的全部“华夏万卷”系列图书，双方并就发行人向出版社采购“华夏万卷”系列图书的价格及对外销售的价格、采购货款结算方式等进行了约定。

在上述《合作协议》的基础上，发行人与出版社另就具体拟出版的图书签署《出版合同》，就具体图书出版事项进行约定。

根据发行人提供的报告期内与印刷厂签署的相关采购协议，发行人向印刷厂采购书写相关文化用品等，不涉及图书出版发行相关事项或内容。

根据上述合同约定、《招股说明书（申报稿）》，并经本所律师访谈发行人相关业务负责人及出版社相关人员并实地走访部分印刷厂，发行人、出版社及印刷厂在发行人“华夏万卷”系列图书出版发行环节涉及的业务流程为：发行人通过市场调研，提出初步选题计划，结合用户的年龄、区域等因素，策划图书的主题与内容，并根据产品需求与书家签署协议采购范字稿件、图书稿件（整体约稿）、

古碑帖扫描件、讲解视频等，经设计、内容组稿等标准化流程完成图书稿件制作后交付出版社出版相关图书，出版社承担包括编辑、校对、印刷、复制、发行等全部出版发行工作，其中印刷由出版社委托印刷厂完成；图书出版发行后，发行人根据《合作协议》约定向出版社采购图书，发行人通过新华书店、民营图书经销商及电商平台等销售渠道实现图书产品的销售。

因此，在发行人与出版社的合作业务中，出版社依法履行图书的编辑、校对、印刷、复制、发行等全部出版发行工作职责，并承担出版发行责任，不存在为发行人提供出版通道服务的情况。

2. 发行人是否存在买卖书号进行出版和发行的行为

根据《中共中央宣传部、新闻出版署关于禁止“买卖书号”的通知》（新出联字[1993]13号）的规定，“第二，出版社必须对出版物的编辑、校对、印刷、发行等各个环节负全部责任，不得以任何形式直接或间接地出卖书号，不得将经济指标和书号分配给编辑个人掌握。”根据《新闻出版署关于严格禁止买卖书号、刊号、版号等问题的若干规定（摘要）》（新出图[1997]53号）的规定，“一、严格出版单位买卖书号、刊号、版号。凡是以管理费、书号费、刊号费、版号费或其他名义收取费用，出让国家出版行政部门赋予的权力，给外单位或个人提供书号、刊号、版号和办理有关手续，放弃编辑、校对、印刷、复制、发行等任何一个环节的职责，使其以出版单位的名义牟利，均按买卖书号、刊号、版号查处。”

根据《招股说明书（申报稿）》《审计报告》、发行人报告期的银行流水、发行人的说明并经本所律师访谈发行人财务总监，报告期内，发行人除向出版社支付图书采购款外，不存在向出版社支付管理费、书号费、刊号费、版号费或其他名义费用的情况。且出版社依法履行图书的编辑、校对、印刷、复制、发行等全部出版发行工作职责，并承担出版发行责任，发行人不存在买卖书号进行出版和发行的情况。

综上所述，本所律师认为，出版社未向发行人提供出版通道服务，发行人不存在买卖书号进行出版和发行的情况。

(二) 补充披露发行人获得增值电信业务经营许可证、网络文化经营许可证的业务背景、原因，发行人是否存在在获得相应许可之前开展该类型业务的情形

根据《招股说明书（申报稿）》，并经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人产品系以教辅字帖与艺术字帖为主，覆盖 K12 阶段的学生和成人人群。为完善字帖图书增值服务体系，发行人未来拟通过自有的书法教育云服务平台向消费者直接提供教学视频、商城交易等服务，提升公司综合服务能力和市场竞争力。因此，根据《中华人民共和国电信条例》《互联网文化管理暂行规定》等相关法规的规定，发行人向主管部门申请办理增值电信业务经营许可证和网络文化经营许可证。根据发行人提供的相关资质证书，发行人已于 2019 年 12 月 2 日取得了《增值电信业务经营许可证》，于 2019 年 11 月 19 日取得了《网络文化经营许可证》（后因注册地址变更于 2020 年 6 月 18 日换发了新证）。

根据《审计报告》《招股说明书（申报稿）》及本所律师对发行人相关业务负责人的访谈，在取得上述资质之前，发行人未开展该类型业务。

综上所述，本所律师认为，发行人不存在在获得相应许可之前开展上述许可证书相关业务的情形。

(三) 结合前述情况进一步披露发行人经营模式是否符合相关法律法规的规定，是否存在被处罚的风险

1. 公司的经营模式

根据《招股说明书（申报稿）》，并经本所律师对发行人相关业务负责人的访谈，发行人的经营模式具体如下：

(1) 字帖图书的经营模式

发行人主要通过内容创意独立完成字帖图书的策划与稿件制作，享有出版图书（发行人提供稿件的图书）的著作权和独家发行权，并通过字帖图书（均为自

有版权）发行获得收入。发行人具体涉足的业务环节包括内容策划与稿件制作、图书发行。

内容策划与稿件制作包括发行人根据产品策划需求向书家采购范字稿件、整体约稿及碑帖视频等资源，继而进行范字的加工处理，结合市场需求确定策划内容，完成稿件制作后向出版社提供图书稿件。发行人的经济利益体现在图书发行环节，因此策划与内容制作阶段不涉及销售。

图书发行包括在出版社完成发行人向出版社提供稿件的图书的三审三校等编辑出版程序，并委托有资质的印刷企业完成图书印刷装订后，发行人向出版社采购“华夏万卷”系列图书，并在全国范围进行品牌宣传、推广和销售事宜。发行人已构建了覆盖线上、线下的销售渠道，销售模式分为经销（包含代销、买断式经销）及直销，其中代销为公司的主要销售模式。

（2）书写相关文化用品的经营模式

发行人书写相关文化用品主要包括本册（纸品、练习本等）、笔墨纸砚等产品。发行人不直接生产书写相关文化用品，主要向合格供应商进行采购。对于本册类练字本产品，发行人向合格供应商名录内的印刷厂提供设计文稿、材质及工艺要求，印刷厂按照公司要求打样，公司验证质量后印刷厂批量生产。对于笔墨纸砚等产品，发行人根据采购需求进行定制化采购。报告期内，发行人书写相关文化用品的销售模式包含直销、经销模式，并以直销为主。

发行人直销系主要通过入驻第三方互联网电商平台，开设旗舰店、专营店，开展 B2C 模式的产品销售，直接向消费者出售图书或书写相关文化用品。如本补充法律意见书之“六、《问询函》第 7 题”之（二）部分所述，发行人未来拟通过自有的书法教育云服务平台向消费者直接提供教学视频、商城交易等服务，提升公司综合服务能力 and 市场竞争力。

2. 是否符合相关法律法规的规定，是否存在被处罚的风险

根据发行人提供的营业执照、经营资质证书等资料，发行人及其子公司的经

营范围及已取得的生产经营所必需的资质证书情况如下：

(1) 经营范围

如《律师工作报告》正文之“八、发行人的业务”之“(一)发行人的经营范围和经营方式”所述，发行人的经营范围及经营方式符合有关法律、行政法规和规范性文件的规定。

(2) 生产经营所必需的资质证书

根据《出版管理条例（2016 修订）》第三十五条规定，“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》。”第三十六条第一款规定，“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》。”

如本补充法律意见书之“一、《问询函》第 1 题”之（二）、3 部分所述，发行人及其子公司现持有相关出版行政主管部门核发的尚在有效期内且已经过 2020 年度核验的《出版物经营许可证》。根据工商、税务、新闻出版、房管、国土等政府主管部门出具的证明文件、发行人的说明并经本所律师查询相关政府主管部门公开网站，发行人及其子公司报告期内不存在被行政处罚的记录。

综上所述，本所律师认为，发行人及其子公司已取得从事生产经营活动所必需的经营资质证书，发行人经营模式符合相关法律法规的规定，不存在被处罚的风险。

七、《问询函》第 8 题：关于子公司转让。2017 年 12 月，发行人将华卷教育 84%股权转让给杨曦。2018 年 6 月，杨曦将对应股权转让给承文。陈麟原系发行人书法教育研究院院长，于 2018 年 6 月辞去发行人董事职务。根据公开信息，陈麟系华卷教育持股 5%的股东，

任华卷教育总经理。

请发行人补充披露：（1）杨曦受让华卷教育股权后较短时间内平价转让给承文的背景、原因；（2）华卷教育在控股股东发生变更后的股权变动情况，陈麟入股华卷教育的时间及背景；（3）2018 年、2019 年度华卷教育与发行人是否存在商业合作、交易及资金往来，并结合华卷教育及其股东与发行人在任职、商业合作等方面的关联性，披露华卷教育是否与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上股东具有实质上的关联关系，华卷教育是否存在关联交易非关联化或为发行人承担成本、费用的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

（一） 杨曦受让华卷教育股权后较短时间内平价转让给承文的背景、原因

根据股权转让款支付凭证、发行人的说明及本所律师对杨曦、承文的访谈，杨曦担任发行人董事长和总经理，2017 年 12 月发行人将华卷教育股权转让给杨曦后，杨曦希望投入更多精力发展发行人的主营业务，拟将其所持华卷教育股权对外转让；而承文看好教育培训行业发展，遂双方于 2018 年 6 月就华卷教育股权转让事宜达成意向。考虑到华卷教育在 2017 年 12 月发行人转让股权后至 2018 年 6 月期间的经营情况无重大变化，经双方协商一致，杨曦将所持华卷教育股权平价转让给承文。承文受让该部分股权的资金为自有资金，已支付完毕。

根据本所律师对杨曦、承文的访谈，承文受让杨曦所持华卷教育股权系其真实意思表示，不存在为杨曦及其密切的家庭成员、关联方及发行人关联方代为持有华卷教育股权的情形；承文及其关系密切的家庭成员与杨曦及其关系密切的家庭成员、关联方、发行人及其董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股东不存在关联关系。

综上所述，本所律师认为，杨曦受让华卷教育股权后较短时间内平价转让给承文具有合理性。

（二） 华卷教育在控股股东发生变更后的股权变动情况，陈麟入股华卷教育的时间及背景

根据华卷教育工商档案资料，华卷教育在 2017 年 12 月控股股东发生变更后的股权变动情况如下：

1. 2018 年 3 月，股权转让

2018 年 3 月 1 日，华卷教育股东会作出决议，同意张瑞敏将其持有的华卷教育 25 万元出资（占注册资本的 5%）全部转让给陈麟，其他股东均放弃优先受让权。同日，双方签署《四川华夏万卷教育咨询有限公司股权转让协议》，约定上述股权转让事宜，转让价款为 20 万元。前述股权转让事宜已办理了工商变更登记手续。

根据华卷教育工商档案资料、本所律师对张瑞敏和陈麟的访谈，华卷教育设立时陈麟担任华卷教育的总经理、张瑞敏担任副总经理，2018 年 3 月，张瑞敏因个人发展原因拟离开华卷教育并转让其持有的华卷教育股权；陈麟看好书法教育培训行业，希望更多的投入书法教育培训事业，所以受让了张瑞敏所持华卷教育股权。

2. 2018 年 6 月，股权转让

2018 年 6 月 8 日，华卷教育股东会作出决议，同意杨曦将其持有的华卷教育 420 万元出资（占注册资本的 84%）全部转让给承文，其他股东均放弃优先受让权。同日，双方签署《股权转让协议》，约定上述股权转让事宜，转让价款为 262.59 万元。前述股权转让事宜已办理了工商变更登记手续。

3. 2020 年 8 月，股权转让

2020年7月31日，华卷教育股东会作出决议，同意承文将其持有的华卷教育20万元出资（占注册资本的4%）全部转让给陈麟。同日，双方签署《四川华夏万卷教育咨询有限公司股权转让协议》，约定上述股权转让事宜。前述股权转让事宜已办理了工商变更登记手续。

综上所述，本所律师认为，陈麟入股华卷教育具有合理性。

（三） 2018年、2019年度华卷教育与发行人是否存在商业合作、交易及资金往来，并结合华卷教育及其股东与发行人在任职、商业合作等方面的关联性，披露华卷教育是否与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持股5%以上股东具有实质上的关联关系，华卷教育是否存在关联交易非关联化或为发行人承担成本、费用的情形

1. 华卷教育与发行人商业合作、交易及资金往来情况

如《律师工作报告》正文之“九、关联交易及同业竞争”之“（二）发行人与关联方之间的关联交易”所述，2018年华卷教育与发行人之间存在关联交易，交易金额为3,852.30元。

根据《审计报告》、发行人提供的相关交易明细、华卷教育的确认函、发行人的说明，上述交易期间为2018年1-4月，系华卷教育向发行人采购字帖图书用于书法教学，交易价格参考市场价格予以确定。2018年6月，杨曦将所持华卷教育股权全部转让给无关联关系第三方承文，并同时辞去华卷教育执行董事职务。2018年、2019年、2020年1-6月，华卷教育与发行人未签署商业合作协议，除上述交易外，亦不存在其他交易及资金往来情形。发行人与华卷教育报告期内发生的关联交易金额较小，且华卷教育采购价格系参照市场价格予以确定，华卷教育不存在为发行人承担成本、费用的情形。

2. 结合华卷教育的股东与发行人在任职、商业合作等方面情况，华卷教育是否与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持股5%以上股东具有实质上的关联关系，华卷教育是否存在关联交易非关联化或为发行人承担

成本、费用的情形

根据华卷教育的工商档案资料,并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统(<http://www.gsxt.gov.cn/>)、天眼查(<https://www.tianyancha.com/>),华卷教育目前股东为陈麟、臧磊、承文,历史上股东除华夏万卷有限、杨曦外,仅有张瑞敏。其中,陈麟、臧磊与发行人存在任职、商业合作情形,具体情况如下:

(1) 根据华卷教育的工商档案资料、发行人提供的相关人事资料、本所律师对陈麟的访谈,报告期内,陈麟曾任发行人书法教育研究院院长及董事;2016年12月,发行人投资设立华卷教育至今,陈麟一直担任华卷教育总经理,主要负责华卷教育日常运营,并于2018年3月投资入股华卷教育。

此外,根据《审计报告》、发行人提供的相关交易明细、发行人的说明,陈麟于2017年度向发行人购买字帖图书自用,交易金额为4,646.95元,交易价格系参照市场价格确定。

(2) 根据臧磊与发行人签署的相关合作协议、发行人的说明及本所律师对臧磊的访谈,臧磊目前在华卷教育担任教学总监,主要负责师资培训工作;同时,臧磊系发行人的主要合作书家。根据《审计报告》、发行人提供的相关交易明细、发行人的说明,发行人除依据与臧磊签署的相关合作协议向其支付报酬外,双方不存其他资金往来情况。

根据《审计报告》、发行人提供的相关交易明细、发行人董事、监事、高级管理人员等相关主体的调查表,本所律师对陈麟、臧磊、承文、张瑞敏的访谈、华卷教育的确认函、发行人的说明,华卷教育股东持有的华卷教育股权,不存在委托持股、信托持股或其他利益安排,不存在为杨曦及关系密切的家庭成员、发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、其他员工及其关联方代为持有华卷教育股权的情况;除上述已披露的情形外,华卷教育的股东与发行人不存在其他任职、商业合作情形。

综上所述,本所律师认为,截至本补充法律意见书出具日,华卷教育与发行

人未签署商业合作协议；除上述已披露情况外，报告期内，华卷教育与发行人不存在其他交易及资金往来情形；除报告期内曾为发行人控股子公司、发行人报告期内原董事担任高级管理人员外，华卷教育与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上股东不存在其他关联关系；发行人与华卷教育报告期内发生的关联交易金额较小，且华卷教育采购价格系参照市场价格予以确定，不存在关联交易非关联化或为发行人承担成本、费用的情形。

本补充法律意见书正本一式四份。

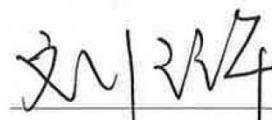
（以下无正文，下接签章页）

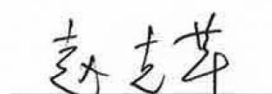
(本页无正文，为《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》之签章页)



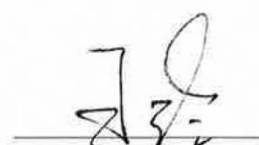
经办律师：


刘 荣


刘 洵


赵志莘

事务所负责人：


王 玲

二〇二〇年 九 月 十五 日