孩子王儿童用品股份有限公司

Kidswant Children Products Co.,Ltd.

（南京市麒麟科技创新园智汇路300号）

关于孩子王儿童用品股份有限公司

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

保荐机构（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司

HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401）

二〇二〇年十月

孩子王儿童用品股份有限公司和华泰联合证券有限责任公司

关于《关于孩子王儿童用品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

深圳证券交易所：

孩子王儿童用品股份有限公司（以下简称“公司”、“孩子王”或“发行人”）收到贵所于 2020 年 8 月 25 日下发的《关于孩子王儿童用品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》（审核函〔2020〕010381 号）（以下简称“《问询函》”），公司已会同华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”或“保荐机构”）及安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“安永华明”）、北京市汉坤律师事务所（以下简称“发行人律师”或“汉坤律师”）进行了认真研究和落实，并按照《问询函》的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题回复，现提交贵所，予以审核。

如无特别说明，本审核问询函回复中的简称或名词的释义与《孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同含义。

本问询函回复的字体说明如下：

审核问询函所列问题	**黑体**
对问题的回答	宋体
对招股说明书补充披露情况	**楷体（加粗）**

目录

问题一、关于红筹架构.....5
问题二、关于江苏孩子王.....32
问题三、关于历史沿革.....55
问题四、关于一致行动协议.....127
问题五、关于控股股东及实际控制人.....132
问题六、关于关联方及关联交易.....157
问题七、关于子公司及直营门店.....183
问题八、关于客户及供应商.....198
问题九、关于发行人员工及劳务外包.....226
问题十、关于租赁房产.....241
问题十一、关于知识产权.....250
问题十二、关于诉讼和行政处罚.....257
问题十三、关于经营资质.....270
问题十四、关于母婴商品收入.....281
问题十五、关于母婴服务收入.....302
问题十六、关于其他业务收入.....308
问题十七、关于线上平台销售.....318
问题十八、关于销售门店.....328
问题十九、关于前五大客户.....350
问题二十、关于营业成本.....365
问题二十一、关于采购和供应商.....386
问题二十二、关于毛利和毛利率.....393
问题二十三、关于供应商服务收入和供应商返利.....406
问题二十四、关于未分配利润为负.....414
问题二十五、关于期间费用.....418
问题二十六、关于存货.....431
问题二十七、关于应收账款.....442
问题二十八、关于应付票据和应付账款.....445

问题二十九、关于会员积分和权益.....450
问题三十、关于现金流.....456
保荐机构在充分核查基础上的总体核查意见.....458

问题一、关于红筹架构

申报材料显示，发行人曾于 2012 年 3 月设立孩子王开曼作为境外拟上市主体。孩子王开曼通过孩子王 BVI 及孩子王香港控制发行人及童联供应链，并通过协议控制江苏孩子王。2016 年 3 月起发行人进行红筹架构的拆除，并境内重组。此后，原境外控制主体孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港不再控制发行人，发行人与江苏孩子王间控制协议已无效，发行人由江苏博思达及其一致行动人控股，由汪建国实际控制。请发行人补充披露：

（1）孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港的历史沿革，实际控制人情况；设立红筹架构的背景、过程；是否存在委托持股、信托持股及对赌协议；该架构下海外上市主体对境内经营主体的管理模式，控制情况；发行人前身对江苏孩子王以协议控制的原因，控制协议的主要内容。

（2）拆除红筹架构及境内重组的背景、过程；各股东股份的处理情况，处理定价的公允性，是否存在利益输送，是否存在委托持股、信托持股及对赌协议，是否已完整解除；孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港名下资产在架构拆除、境内重组时的处置情况，拆除、重组完毕后三家企业是否仍存续，是否有实际经营，若是披露其经营情况。

（3）童联供应链的基本情况；拆除架构时由发行人收购童联供应链的原因，定价依据及公允性，是否履行评估程序，相关资产是否已完整转移至发行人，是否存在利益输送。

请保荐人、发行人律师参照《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》”）的相关内容，对发行人红筹架构拆除的过程及结果、实际控制权的清晰、稳定、各股东持股的真实性、是否存在委托持股及信托持股、公司治理及内控的有效性、是否存在对赌协议、优先权利安排及其解决情况等，进行核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港的历史沿革，实际控制人情

况；设立红筹架构的背景、过程；是否存在委托持股、信托持股及对赌协议；该架构下海外上市主体对境内经营主体的管理模式，控制情况；发行人前身对江苏孩子王以协议控制的原因，控制协议的主要内容。

发行人已在招股说明书“第五节/五/（二）/2、红筹架构的搭建过程”、“第五节/五/（二）/3、红筹架构搭建后孩子王开曼的权益变动情况”、“第五节/五/（二）/7、红筹架构拆除—境外主体情况”和“第五节/二/（一）/1、有限公司的设立情况”中进行了补充披露。

1、孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港的历史沿革，实际控制人情况

根据《开曼法律意见书》、《BVI 法律意见书》、《香港法律意见书》，孩子王开曼、孩子王 BVI 和孩子王香港的历史沿革及实际控制人情况如下：

（1）孩子王开曼历史沿革

① 孩子王开曼设立

孩子王开曼于 2012 年 3 月 16 日设立，设立时的授权股本为 50,000 美元，授权股份为 50,000 股，每股面值为 1 美元。NovaSage Nominess (Cayman) Limited（注册代理机构）为其唯一的股东，持有孩子王开曼全部已发行普通股 1 股，面值 1 美元。

② 2012 年 3 月，股份转让

2012 年 3 月 16 日，孩子王开曼原唯一股东 NovaSage Nominess (Cayman) Limited 将其持有的 1 股普通股转让予 VIRTUE FAITH LIMITED。上述股权转让完成后，孩子王开曼的股权结构如下：

序号	股东名称	股份种类	认股数（股）	持股比例
1	VIRTUE FAITH LIMITED	普通股	1	100.00%
合计			**1**	**100.00%**

③ 2012 年 5 月，股份转让及自然人股东 BVI 平台公司增持股份

2012 年 5 月 3 日，孩子王开曼向 VIRTUE FAITH LIMITED 重新签发 100,000 股股份，每股价值 0.00001 美元，同日，VIRTUE FAITH LIMITED 将上述股份转让予 Shen Hui Holdings Limited。

同日，孩子王开曼向 Wang Jian Guo Holdings Limited 发行 5,413,100 股普通股，向 Xu Wei Hong Holdings Limited 发行 1,271,579 股普通股，向 Pan Ru Tao Holdings Limited 发行 843,410 股普通股，向 Xu Lin Holdings Limited 发行 500,000 股普通股，向 Zhu Xiang Kai Holdings Limited 发行 484,850 股普通股，向 Jack Wu Holdings Limited 发行 354,486 股普通股，向 Brent & Lily Holdings Limited 发行 354,486 股普通股，向 Kang Hong Holdings Limited 发行 300,000 股普通股，向 Jiang Jin Zhi Holdings Limited 发行 288,600 股普通股，向 Shen Hui Holdings Limited 发行 89,489 股普通股，每股面值 0.00001 美元。

本次股份转让以及股份发行完成后，孩子王开曼的股权结构如下：

序号	股东名称	股份种类	认股数（股）	持股比例
1	Wang Jian Guo Holdings Limited	普通股	5,413,100	54.13%
2	Xu Wei Hong Holdings Limited	普通股	1,271,579	12.72%
3	Pan Ru Tao Holdings Limited	普通股	843,410	8.43%
4	Xu Lin Holdings Limited	普通股	500,000	5.00%
5	Zhu Xiang Kai Holdings Limited	普通股	484,850	4.85%
6	Jack Wu Holdings Limited	普通股	354,486	3.54%
7	Brent & Lily Holdings Limited	普通股	354,486	3.54%
8	Kang Hong Holdings Limited	普通股	300,000	3.00%
9	Jiang Jin Zhi Holdings Limited（注）	普通股	288,600	2.89%
10	Shen Hui Holdings Limited	普通股	189,489	1.89%
合计			**10,000,000**	**100.00%**

注：2012 年 5 月更名为 Green Premium Holdings Limited

④ 2012 年 6 月，境外 A 轮融资

2012 年 5 月 30 日，孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港、江苏孩子王、Jasper Stone 及其他相关方签订了 A 类优先股股份购买协议，Jasper Stone 认购孩子王开曼 3,333,333 股 A 类优先股股票，本次 A 类优先股股票发行价格为每股 16.5 美元（“A 轮融资”），分两次交割，第一次交割时 Jasper Stone 认购 1,818,182 股 A 类优先股（“A 轮第一次交割”），第二次交割时认购 1,515,151 股 A 类优先股（“A 轮第二次交割”）。

2012 年 6 月 12 日，孩子王开曼股东和董事作出书面决议，同意调整孩子王开曼全部可发行的 5,000,000,000 股的股份分类，其中授权可发行的普通股占

4,996,666,667 股，授权可发行的 A 类优先股占 3,333,333 股，依据 A 类优先股股份购买协议的约定向 Jasper Stone 合计发行 3,333,333 股 A 类优先股。

A 轮融资第一次交割完成后，孩子王开曼的股权结构如下：

序号	股东名称	股份种类	认股数（股）	持股比例
1	Wang Jian Guo Holdings Limited	普通股	5,413,100	45.80%
2	Xu Wei Hong Holdings Limited	普通股	1,271,579	10.76%
3	Jack Wu Holdings Limited	普通股	354,486	3.00%
4	Shen Hui Holdings Limited	普通股	189,489	1.60%
5	Brent & Lily Holdings Limited	普通股	354,486	3.00%
6	Zhu Xiang Kai Holdings Limited	普通股	484,850	4.10%
7	Kang Hong Holdings Limited	普通股	300,000	2.54%
8	Xu Lin Holdings Limited	普通股	500,000	4.23%
9	Pan Ru Tao Holdings Limited	普通股	843,410	7.14%
10	Green Premium Holdings Limited	普通股	288,600	2.44%
11	Jasper Stone Holdings Limited	A 类优先股	1,818,182	15.39%
合计			**11,818,182**	**100.00%**

⑤ 2012 年 12 月，境外 A 轮融资第二次交割和股份转让

2012 年 12 月 12 日，徐琳、康泓、Xu Lin Holdings Limited、Kang Hong Holdings Limited、孩子王开曼和 Jasper Stone 签订了股份购买协议，Xu Lin Holdings Limited 将其持有的 500,000 股普通股以每股 16.5 美元的价格转让给 Jasper Stone，Kang Hong Holdings Limited 将其持有的 300,000 股普通股以每股 16.5 美元的价格转让给 Jasper Stone，孩子王开曼将前述共计 800,000 股普通股重新划分为 A 类优先股。

同日，孩子王开曼股东和董事作出书面决议，同意前述股份转让和股份划分，同意依据 A 类优先股股份购买协议的约定向 Jasper Stone 发行 1,515,151 股 A 类优先股，此外，决议同意将 Green Premium Holdings Limited 持有的 288,600 股普通股重新划分为 A 类优先股。孩子王开曼全部可发行的 5,000,000,000 股股份分类调整为，授权可发行的普通股占 4,995,578,067 股，授权可发行的 A 类优先股占 4,421,933 股。

A 轮融资第二次交割及前述股份转让和股份划分完成后，孩子王开曼的股权结构如下：

序号	股东名称	股份种类	认股数（股）	持股比例
1	Wang Jian Guo Holdings Limited	普通股	5,413,100	40.60%
2	Xu Wei Hong Holdings Limited	普通股	1,271,579	9.54%
3	Jack Wu Holdings Limited	普通股	354,486	2.66%
4	Shen Hui Holdings Limited	普通股	189,489	1.42%
5	Brent & Lily Holdings Limited	普通股	354,486	2.66%
6	Zhu Xiang Kai Holdings Limited	普通股	484,850	3.64%
7	Pan Ru Tao Holdings Limited	普通股	843,410	6.33%
8	Green Premium Holdings Limited	A 类优先股	288,600	2.16%
9	Jasper Stone Holdings Limited	A 类优先股	4,133,333	31.00%
合计			**13,333,333**	**100.00%**

⑥ 2014年1月，境外B轮融资

2014 年 1 月 28 日，孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港、孩子王有限、江苏孩子王、Jasper Stone、HCM KW Holdings Limited 及其他相关方签订了 B 类优先股股份购买协议，Jasper Stone 以 27,899,994 美元的对价认购孩子王开曼 713,940 股 B 类优先股股票，HCM KW Holdings Limited 以 72,100,016 美元的对价认购孩子王开曼 1,844,983 股 B 类优先股股票（“B 轮融资”）。同时，Zhu Xiang Kai Holdings Limited 将其持有的孩子王开曼 24,243 股普通股以 947,391 美元的对价转让给 HCM KW Holdings Limited，Pan Ru Tao Holdings Limited 将其持有的孩子王开曼 843,410 股普通股以 32,959,573 美元的对价转让给 HCM KW Holdings Limited，孩子王开曼将前述共计 867,653 股普通股重新划分为 B 类优先股（“B 轮股份转让”）。

2014 年 2 月 18 日，孩子王开曼股东和董事作出书面决议，同意调整孩子王开曼全部可发行的 5,000,000,000 股的股份分类，其中授权可发行的普通股占 4,992,151,491 股，授权可发行的 A 类优先股占 4,421,933 股，授权可发行的 B 类优先股占 3,426,576 股；同意 B 轮融资和 B 轮股份转让。

B 轮融资和 B 轮股份转让完成后，孩子王开曼的股权结构如下：

序号	股东名称	股份种类	认股数（股）	持股比例
1	Wang Jian Guo Holdings Limited	普通股	5,413,100	34.06%
2	Xu Wei Hong Holdings Limited	普通股	1,271,579	8.00%

3	Jack Wu Holdings Limited	普通股	354,486	2.23%
4	Shen Hui Holdings Limited	普通股	189,489	1.19%
5	Brent & Lily Holdings Limited	普通股	354,486	2.23%
6	Zhu Xiang Kai Holdings Limited	普通股	460,607	2.90%
7	Green Premium Holdings Limited	A 类优先股	288,600	1.82%
8	Jasper Stone Holdings Limited	A 类优先股	4,133,333	30.50%
		B 类优先股	713,940	
9	HCM KW Holdings Limited	B 类优先股	2,712,636	17.07%
合计			**15,892,256**	**100.00%**

⑦ 2015 年 12 月，股份转让

2015 年 12 月 22 日，Jasper Stone 与 Head & Shoulders Capital Limited 签订股份购买协议，Jasper Stone 将其持有的孩子王开曼 1,922,366 股 A 类优先股股票和 426,324 股 B 类优先股股票以 110,000,000 美元的对价转让给 Head & Shoulders Capital Limited。2016 年 2 月 24 日，孩子王开曼董事会作出书面决议，同意前述股份转让。

本次股份转让完成后，孩子王开曼的股权结构如下：

序号	股东名称	股份种类	认股数（股）	持股比例
1	Wang Jian Guo Holdings Limited	普通股	5,413,100	34.06%
2	Xu Wei Hong Holdings Limited	普通股	1,271,579	8.00%
3	Jack Wu Holdings Limited	普通股	354,486	2.23%
4	Shen Hui Holdings Limited	普通股	189,489	1.19%
5	Brent & Lily Holdings Limited	普通股	354,486	2.23%
6	Zhu Xiang Kai Holdings Limited	普通股	460,607	2.90%
7	Green Premium Holdings Limited	A 类优先股	288,600	1.82%
8	Jasper Stone Holdings Limited	A 类优先股	2,210,967	15.72%
		B 类优先股	287,616	
9	HCM KW Holdings Limited	B 类优先股	2,712,636	17.07%
10	Head & Shoulders Capital Limited	A 类优先股	1,922,366	14.78%
		B 类优先股	426,324	
合计			**15,892,256**	**100.00%**

⑧ 2016 年 7 月，股份转让

2016 年 7 月 21 日，Zhu Xiang Kai Holdings Limited 与 Chan Kok Chow 签订股份转让书，将其持有的孩子王开曼 460,607 股普通股转让给 Chan Kok Chow，交易背景参见本题“（一）/3/（1）关于委托持股、信托持股”。2016 年 7 月 21 日，孩子王开曼董事会作出书面决议，同意前述股份转让。

本次股份转让完成后，孩子王开曼的股权结构如下：

序号	股东名称	股份种类	认股数（股）	持股比例
1	Wang Jian Guo Holdings Limited	普通股	5,413,100	34.06%
2	Xu Wei Hong Holdings Limited	普通股	1,271,579	8.00%
3	Jack Wu Holdings Limited	普通股	354,486	2.23%
4	Shen Hui Holdings Limited	普通股	189,489	1.19%
5	Brent & Lily Holdings Limited	普通股	354,486	2.23%
6	Chan Kok Chow	普通股	460,607	2.90%
7	Green Premium Holdings Limited	A 类优先股	288,600	1.82%
8	Jasper Stone Holdings Limited	A 类优先股	2,210,967	15.72%
		B 类优先股	287,616	
9	HCM KW Holdings Limited	B 类优先股	2,712,636	17.07%
10	Head & Shoulders Cpital Limited	A 类优先股	1,922,366	14.78%
		B 类优先股	426,324	
合计			**15,892,256**	**100.00%**

⑨ 2016 年 7 月，股份回购

2016 年 7 月 26 日，孩子王开曼与其各股东及相关方分别签署《股份回购协议》，由孩子王开曼回购各股东持有的孩子王开曼的股份，回购过程参见本题“二/2、各股东股份的处理情况，处理定价的公允性，是否存在利益输送”。经过该次股份回购，截至本回复出具日，孩子王开曼的股权结构如下：

序号	股东名称	认股数（股）	持股比例（%）	股份类型
1	Wang Jian Guo Holdings Limited	1	100.00	普通股
合计		**1**	**100.00**	**-**

（2）孩子王 BVI 历史沿革

孩子王开曼于 2012 年 3 月 22 日设立孩子王 BVI。孩子王 BVI **设立时**的授权股本为 50,000 美元，授权股份为 50,000 股，每股面值为 1 美元。孩子王开曼持有孩子王 BVI 已发行的普通股 1 股，占孩子王 BVI 已发行股份的 100%。**截至本回复出具日，孩子王 BVI 已经注销，自其设立后至其注销期间，孩子王 BVI 的股权结构未发生过变动。**

（3）孩子王香港历史沿革

孩子王 BVI 于 2012 年 4 月 17 日设立孩子王香港。孩子王香港**设立时的**授权股本为 10,000 港币，授权股份为 10,000 股，每股面值为 1 港币。孩子王 BVI 持有孩子王香港已发行的普通股 1 股，占孩子王香港已发行股份的 100%。截至本回复出具日，**孩子王香港正在注销中，孩子王香港的股东孩子王 BVI 已经注销，除上述情况外，孩子王香港的股权结构自其设立后未发生过变动。**

（4）红筹架构存续期间实际控制人情况

在红筹架构搭建完成后直至红筹架构拆除期间（以下简称“红筹架构存续期间”），汪建国先生通过其100%控股的Wang Jian Guo Holdings Limited和其于2014年12月收购并100%控股的Brent&Lily Holdings Limited间接持有孩子王开曼的股权比例始终保持在30%以上，为孩子王开曼第一大股东。此外，根据孩子王开曼股东签署的股东协议，孩子王开曼共有5名董事，其中占普通股多数的股东享有4名董事的任免权;基于上述约定,汪建国先生控制的Wang Jian Guo Holdings Limited作为持有超过半数普通股的股东，享有4名董事的任免权。

根据汪建国控制的孩子王开曼的股权比例、其控制的Wang Jian Guo Holdings Limited所享有的4名董事成员任免权等因素,在红筹架构存续期间，汪建国始终为孩子王开曼的实际控制人。鉴于孩子王BVI系孩子王开曼的全资子公司，孩子王香港系孩子王BVI的全资子公司，因此在红筹架构存续期间，汪建国亦始终为孩子王开曼、孩子王BVI及孩子王香港的实际控制人。

2、设立红筹架构的背景、过程

考虑到当时国内资本市场对未盈利企业的接受程度、投资人退出渠道以及公司的融资需求，发行人参照当时境外融资上市的通行做法，通过在境外设立特殊目的公司融资并返程投资的方式搭建了红筹架构。红筹架构的具体设立过程如下：

（1）境外主体设立

红筹架构下孩子王开曼、孩子王BVI和孩子王香港的设立及历史沿革详见本题“（一）/1、孩子王开曼、孩子王BVI、孩子王香港的历史沿革，实际控制人情况”。

（2）境内公司设立

① 江苏孩子王设立

2009 年 4 月 24 日，汪建国、徐卫红、吴涛、沈晖等出资 2,000 万元设立江苏孩子王。江苏孩子王设立后，经过增资及多次股权转让，至发行人搭建红筹架构及协议控制架构时，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	持股比例
1	汪建国	2,706.550	54.13%
2	徐卫红	635.790	12.72%
3	潘如涛	421.705	8.43%
4	徐琳	250.000	5.00%
5	朱祥凯	242.425	4.85%
6	吴涛	177.240	3.54%
7	沈炜	177.240	3.54%
8	康泓	150.000	3.00%
9	蒋锦志	144.300	2.89%
10	沈晖	94.750	1.90%
总计		**5,000.000**	**100.00%**

② 孩子王有限设立

孩子王香港于 2012 年 6 月 1 日设立全资子公司孩子王有限。具体过程如下：

2012 年 5 月 21 日，孩子王香港签署了《孩子王儿童用品（中国）有限公司章程》。

2012 年 5 月 22 日，南京市投资促进委员会出具了《关于同意设立孩子王儿童用品（中国）有限公司的批复》（宁投外资批[2012]第 01007 号），同意孩子王香港设立孩子王有限。

2012 年 5 月 23 日，孩子王有限取得南京市人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862 号）。

2012 年 6 月 1 日，孩子王有限取得南京市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》孩子王有限成立时的股东及股权结构如下表所示：

序号	股东姓名	出资方式	注册资本（万美元）	持股比例（%）
1	孩子王香港	货币	5,000.00	100.00
合计			**5,000.00**	**100.00**

（3）签署控制协议

孩子王有限、江苏孩子王与江苏孩子王的股东于 2012 年至 2014 年期间先后签署**并补充签署**了一系列控制性协议（“控制协议”）以搭建红筹架构。控制协议的具体安排、涉及的相关主体以及协议约定内容执行情况如下：

①《独家咨询与服务协议》

根据孩子王有限与江苏孩子王签署的《独家咨询与服务协议》，孩子王有限作为江苏孩子王独家服务提供者，为其提供全面的技术支持、咨询服务和其他服务。

②《股权购买选择权协议》

根据孩子王有限与江苏孩子王及其全体股东签署的《股权购买选择权协议》，孩子王有限有权在中国法律允许的情况下，按照其自行决定的时间、方式和次数，按照人民币一元或届时中国法律允许的最低价格的较低者，随时一次或多次自行或指定其他实体或个人受让江苏孩子王股东持有的江苏孩子王全部或部分股权。

③《资产购买选择权协议》

根据孩子王有限与江苏孩子王及其全体股东签署的《资产购买选择权协议》，孩子王有限有权在中国法律允许的情况下，按照其自行决定的时间、方式和次数，按照届时中国法律允许的最低价格，随时一次或多次自行或指定其他实体或个人购买江苏孩子王的全部或部分资产。

④《股东表决权委托协议》

根据孩子王有限与江苏孩子王及其全体股东签署的《股东表决权委托协议》，江苏孩子王股东将其各自作为江苏孩子王股东的以下权利授权给孩子王有限行使：提议召开和出席股东会会议，行使全部股东表决权（包括但不限于指定和选举江苏孩子王的董事、监事及应由股东会任免的高级管理人员）。

⑤《股权质押协议》

为保证《独家咨询与服务协议》、《股权购买选择权协议》、《资产购买选择权协议》、《股东表决权委托协议》的履行，孩子王有限、江苏孩子王及江苏孩子王

股东签署《股权质押协议》，江苏孩子王股东将其持有的江苏孩子王股权质押给孩子王有限。

3、是否存在委托持股、信托持股及对赌协议

（1）关于委托持股、信托持股

红筹架构存续期间，自然人 CHAN KOK CHOW 曾委托朱祥凯代其持有江苏孩子王及孩子王开曼的股份，具体情况如下：

① 江苏孩子王层面股权代持情况

2012 年初，自然人 CHAN KOK CHOW 因长期看好发行人在母婴零售行业的发展潜力，拟投资入股境内主体江苏孩子王。根据 CHAN KOK CHOW 及朱祥凯提供的书面确认，因个人原因，2012 年 4 月，CHAN KOK CHOW 委托朱祥凯代其从江苏孩子王原股东以 678.79 万元的价格受让了江苏孩子王 242.425 万元注册资本。

2012 年 11 月，江苏孩子王部分股东退出，朱祥凯以 21.0805 万元的价格受让了原股东持有的江苏孩子王 21.0805 万元注册资本。前述股权转让完成后，朱祥凯为 CHAN KOK CHOW 代持江苏孩子王 263.5055 万元的注册资本。

2014 年 9 月，朱祥凯将其持有的江苏孩子王 13.1755 万元注册资本以人民币 1 元每股的价格按比例转让给其他江苏孩子王股东。前述股权转让完成后，朱祥凯为 CHAN KOK CHOW 代持江苏孩子王 250.33 万元注册资本。

2016 年，红筹架构拆除时，朱祥凯退出江苏孩子王。至此，朱祥凯为 CHAN KOK CHOW 代持江苏孩子王的股份清理完毕。

① 孩子王开曼层面股权代持情况

2012 年发行人搭建红筹架构时，朱祥凯设立了其全资持股的 BVI 公司 Zhu Xiang Kai Holdings Limited，并以其持有的江苏孩子王境内权益办理了境内居民个人境外投资外汇登记手续，在孩子王开曼以 Zhu Xiang Kai Holdings Limited 的名义继续为 CHAN KOK CHOW 代持 484,850 股普通股。

2014 年 1 月 28 日，Zhu Xiang Kai Holdings Limited 将其持有的孩子王开曼 24,243 股普通股以 947,391 美元的对价转让给 HCM KW Holdings Limited。前述股权转让完成后，Zhu Xiang Kai Holdings Limited 为 CHAN KOK CHOW 代持孩子王开曼 460,607 股普通股。

2016 年红筹架构拆除前，为厘清代持关系，CHAN KOK CHOW 以 0 美元对价自 Zhu Xiang Kai Holdings Limited 受让了由其代持的孩子王开曼 460,607 股普通股。前述转让完成后，Zhu Xiang Kai Holdings Limited 不再为 CHAN KOK CHOW 代持任何孩子王开曼权益。

在红筹架构搭建过程中，除 Zhu Xiang Kai Holdings Limited 为 CHAN KOK CHOW 代持孩子王开曼权益、朱祥凯为 CHAN KOK CHOW 代持江苏孩子王权益，且上述代持情况已于 2016 年清理外，不存在其他委托持股或信托持股的情形。

（2）关于对赌协议

红筹架构存续期间，孩子王开曼及各股东先后签订了一系列股东协议、修订了孩子王开曼公司章程，对各股东享有的优先权利进行了约定。截至 2016 年红筹架构拆除前，孩子王开曼层面的涉及含对赌条款的文件及对赌条款内容如下：

2014 年 2 月 18 日，孩子王开曼股东会审议通过了《经第四次修订和重述的公司章程》；2014 年 2 月 20 日，孩子王开曼与孩子王 BVI、孩子王香港、孩子王有限、江苏孩子王、Green Premium Holdings Limited（“Green Premium”）、Jasper Stone Holdings Limited（“Jasper Stone”）、HCM KW Holdings Limited（“HCM Holdings”）及其他相关方签署了《经第二次修订和重述的股东协议》。根据前述协议文件：三分之二以上 A 类优先股的持有人、任何 B 类优先股的持有人在特定条件下有权要求孩子王开曼或汪建国及其境外持股公司回购该等股份。

2016 年红筹架构拆除时，孩子王开曼股东根据红筹架构拆除的重组安排转为持有孩子王有限的股权。2016 年 7 月 15 日，孩子王有限及其全体股东及相关方签署了含对赌条款的《孩子王儿童用品股份有限公司之股东协议》，将孩子王开曼当时有效的股东协议中约定的对赌条款实质性转移至境内孩子王有限层面；同日，孩子王开曼与孩子王 BVI、孩子王香港、孩子王有限、江苏孩子王、Green

Premium、Jasper Stone、HCM Holdings 及其他相关方签署了《终止与解除契据》，约定终止《经第二次修订和重述的股东协议》以及各方在《经第四次修订和重述的公司章程》中享有的孩子王开曼层面全部优先权利。根据孩子王开曼在红筹架构拆除前的全体股东出具的孩子王开曼关于股权及重组的声明，孩子王开曼各股东对于《终止与弃权契据》中涉及公司及其关联方利益的境外投资人权益安排不存在任何纠纷或潜在纠纷。

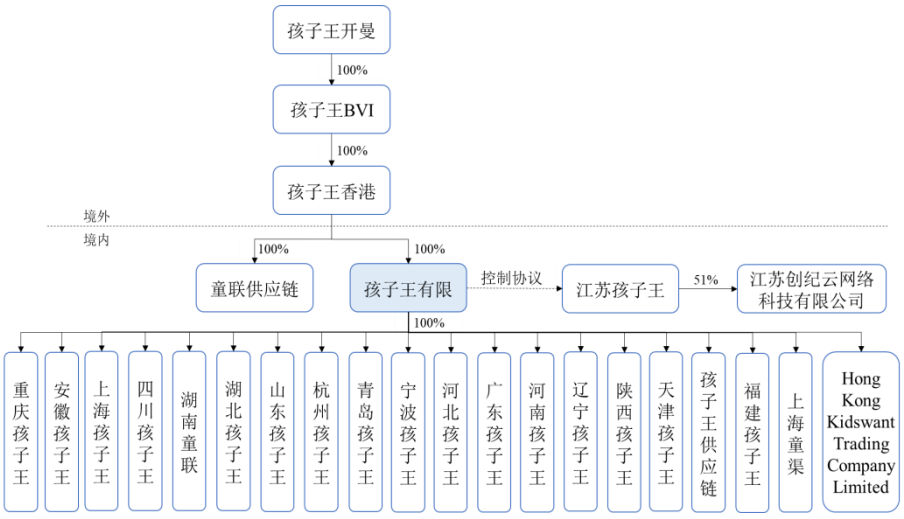
此后，发行人在历轮融资过程中先后签署了多份股东协议以修改、并取代境内孩子王有限层面的前述股东协议。

2020 年 5 月 15 日，发行人与股东签署了《关于孩子王儿童用品股份有限公司股东协议之终止协议》，约定股东协议中关于投资人特别权利、否决权和优先权等各项约定均全部终止，对各方不再具有约束力。

据此，截至 2020 年 5 月 15 日，孩子王开曼层面及境内发行人层面各股东享有的特殊权利已彻底终止。

4、该架构下海外上市主体对境内经营主体的管理模式，控制情况；发行人前身对江苏孩子王以协议控制的原因，控制协议的主要内容

截至孩子王开曼红筹架构拆除前，与红筹架构有关的股权及权益架构如下图所示：



江苏孩子王于2009年成立之初主要通过开立线下门店从事母婴童商品零售业务。2012年，为搭建红筹架构，孩子王开曼、孩子王BVI、孩子王香港先后成

立，并在境内设立了孩子王有限。在红筹架构存续期间，为对线上线下业务进行整体规划，孩子王有限陆续设立了全资子公司及分支机构，运营线下母婴童商品零售与增值服务业务，而江苏孩子王则将其下属门店相继注销停止开展线下业务，转为负责运营线上母婴童商品零售业务。

鉴于线上业务开展需具备《增值电信业务经营许可证》，而红筹架构存续期间孩子王有限作为100%外商投资企业，如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，因此孩子王有限与江苏孩子王及其股东于2012年至2014年先后签署并补充签署了一系列控制协议将江苏孩子王纳入合并报表范围，具体安排、涉及的相关主体以及协议约定内容详见本题“（一）/2/（3）签署控制协议”。

（二）拆除红筹架构及境内重组的背景、过程；各股东股份的处理情况，处理定价的公允性，是否存在利益输送，是否存在委托持股、信托持股及对赌协议，是否已完整解除；孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港名下资产在架构拆除、境内重组时的处置情况，拆除、重组完毕后三家企业是否仍存续，是否有实际经营，若是披露其经营情况。

发行人已在招股说明书“第五节/五/（二）/5、红筹架构的拆除—境内重组”、“第五节/五/（二）/6、境内公司层面的权益落地”、“第五节/五/（二）/7、红筹架构拆除—境外主体情况”、“第五节/二/（二）/股本和股东变化情况”中进行了补充披露。

1、拆除红筹架构及境内重组的背景、过程

2016 年 2 月 29 日，孩子王有限、江苏孩子王、童联供应链分别通过股东会决议/股东决定及董事会决议/执行董事决定，批准重组方案及签署《关于孩子王儿童用品（中国）有限公司之重组框架协议》（以下简称“《重组框架协议》”）、《对现有控制文件的终止协议》（以下简称“《终止控制协议》”）；2016 年 3 月 15 日，孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港通过股东会决议/股东决定及董事会决议/执行董事决定，批准前述事项。

2016 年 3 月 15 日，孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港、孩子王开曼的全体股东及其他方签署了《重组框架协议》，约定为实现孩子王有限在境内上市

或挂牌之目的，各方同意将孩子王开曼股权结构经过调整**转移**至孩子王有限，从而将孩子王有限重组为一家中外合资经营企业，以孩子王有限作为业务主体及上市平台，在股份制改造后申请在国内资本市场上市/挂牌，重组步骤包括**孩子王开曼的股东在孩子王有限层面持股、孩子王有限解除与江苏孩子王及其股东之间的控制协议、孩子王有限收购童联供应链、转让江苏孩子王股权及孩子王有限自江苏孩子王购买相关资产等一系列境内重组以及孩子王开曼股份回购等境外重组**。

红筹架构拆除及境内重组的具体步骤如下：

（1）孩子王开曼层面股东在境内公司层面持股

2016年3月15日，孩子王香港与各方签署《股权转让协议》，按照各方《重组框架协议》中约定的境外股权转移至境内时的各方持股比例将其持有的孩子王有限的100%股权转让给江苏博思达、南京千秒诺、南京维盈、CHAN KOK CHOW、景林景麒、HCM KW、Coral Root、Fully Merit、Amplewood、景林景途及金坛宗浩，具体如下：

序号	转让方	受让方	转让注册资本（美元）	转让股权比例	转让价格（人民币）
1	孩子王香港	江苏博思达	44,582,238	29.72%	297,244,639
2		南京千秒诺	20,668,938	13.78%	137,806,697
3		南京维盈	10,218,313	6.81%	68,128,901
4		CHAN KOK CHOW	3,798,915	2.53%	25,328,636
5		景林景麒	1,409,354	0.94%	9,396,633
6		HCM KW	22,372,821	14.92%	149,167,054
7		Coral Root	20,607,390	13.74%	137,396,339
8		Fully Merit	12,327,081	8.22%	82,188,760
9		Amplewood	7,044,046	4.69%	46,965,005
10		景林景途	970,910	0.65%	6,473,377
11		金坛宗浩	5,999,994	4.00%	40,003,959

2016年3月15日，孩子王有限股东作出股东决定，同意前述股权转让。同日，孩子王有限所有股东签署了反映前述变更的《孩子王儿童用品（中国）有限公司合资合同》及《孩子王儿童用品（中国）有限公司章程》。

2016年3月23日，南京市商务局出具了《关于同意孩子王儿童用品（中国）有限公司股权转让的批复》（宁商外资批[2016]1007号），同意前述股权转让；同意孩子王有限各股东签署的新合同及新章程。

2016年3月24日，孩子王有限就本次变更取得南京市人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862号）。

2016年3月25日，南京市工商行政管理局向孩子王有限换发了反映前述变更的《营业执照》（统一社会信用代码：91320100593534197Q）。本次变更完成后，孩子王有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资方式	出资额（美元）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	货币	44,582,238.00	29.72
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	货币	22,372,821.00	14.92
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	货币	20,668,938.00	13.78
4	Coral Root Investment Ltd	货币	20,607,390.00	13.74
5	Fully Merit Limited	货币	12,327,081.00	8.22
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	货币	10,218,313.00	6.81
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	货币	7,044,046.00	4.69
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	货币	5,999,994.00	4.00
9	CHAN KOK CHOW	货币	3,798,915.00	2.53
10	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	货币	1,409,354.00	0.94
11	上海景林景途投资中心（有限合伙）	货币	970,910.00	0.65
合计			**150,000,000.00**	**100.00**

（2）控制协议之终止协议的签署

2016年2月29日，孩子王有限、江苏孩子王、汪建国、徐卫红、吴涛、沈晖、朱祥凯及蒋锦志签署了《对现有控制文件的终止协议》，约定终止孩子王有限、江苏孩子王、汪建国、徐卫红、吴涛、沈晖、朱祥凯及蒋锦志之间签署的《独家咨询与服务协议》、《股权购买选择权协议》、《资产购买选择权协议》、《股东表决权委托协议》及《股权质押协议》。

VIE架构存续期间，江苏孩子王未根据控制协议向孩子王有限作出任何款项支付，即未实际履行控制协议项下的任何支付义务。

（3）孩子王有限收购童联供应链

2016 年 3 月 8 日，童联供应链股东决定将其持有的童联供应链 100%股权转给孩子王有限。同日，孩子王有限与孩子王香港签署了《股权转让协议》，约定

孩子王香港将其持有的童联供应链 100%股权以 12,774.45 万元的价格转让给孩子王有限，转让价格系根据天源资产评估有限公司于 2016 年 3 月 2 日出具的《童联供应链有限公司股东全部权益价值评估报告》（天源评报字[2016]第 0041 号），**以截至 2015 年 12 月 31 日童联供应链的净资产评估价值 12,774.45 万元确定。**

2016 年 3 月 8 日，南京江宁经济技术开发区管理委员会出具《关于同意童联供应链有限公司股权转让相应变更为内资企业的批复》（宁经管委外资批[2016]第 050 号），同意前述股权转让。

2016 年 3 月 10 日，南京市江宁区市场监督管理局向童联供应链核发了反映前述变更的《营业执照》。

本次变更完成后，童联供应链的股权结构变更为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例(%)
1	孩子王有限	31,948.8818	100.00
合计		**31,948.8818**	**100.00**

（4）转让江苏孩子王

红筹架构拆除前，江苏孩子王持有《增值电信业务经营许可证》。鉴于孩子王线上业务开展需具备上述资质，而孩子王有限**为中外合资企业**，如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，因此，2016 年 3 月 10 日，经江苏孩子王原股东汪建国、蒋锦志、徐卫红、沈晖、朱祥凯与吴涛一致同意，将其持有的江苏孩子王 100%股权转让给第三方。

2016 年 3 月 10 日，江苏孩子王**全体**股东与受让方签署了《股权转让协议》，根据江苏兴众苏港资产评估有限公司于 2016 年 3 月 10 日出具的《江苏孩子王实业有限公司拟股权变更所涉及的其全部股东权益价值评估报告》（众兴评报字（2016）第 6 号），约定本次股权转让价格为 5,130.38 万元。

2016 年 3 月 29 日，江苏省工商行政管理局向江苏孩子王核发了反映前述变更的《营业执照》。

此外，为保证公司商品在江苏孩子王平台上继续销售不受影响，同时考虑到江苏孩子王平台已有用户对“孩子王”品牌的认知度，公司**于 2016 年**与江苏孩子王签署了一系列合作协议，由其负责相关网上平台运营服务。

（5）转让相关资产

2016 年 3 月 10 日，江苏孩子王与孩子王有限签署《合作协议》，约定将域名 haiziwang.com 转让给孩子王有限。2016 年 3 月 **25 日**，孩子王开曼与孩子王有限签署了《商标转让协议》，约定将其拥有的 138 项境内注册商标及商标注册申请权转让给孩子王有限，并且在该等转让完成前许可孩子王有限以独占方式使用该等商标；同时，约定将其拥有的 8 项境外注册商标转让给孩子王有限。

截至本回复出具之日，前述商标除6项为无效状态，1项为驳回未进行变更外，其他商标及域名所有者已变更为发行人。

（6）孩子王开曼股权调整及股份回购

详见本题“（二）/2、各股东股份的处理情况，处理定价的公允性，是否存在利益输送”。

2、各股东股份的处理情况，处理定价的公允性，是否存在利益输送

2016年3月15日，孩子王开曼、孩子王BVI、孩子王香港、孩子王开曼的全体股东及其他方签署了重组框架协议，约定将孩子王开曼的股权结构经过适当调整，平移至孩子王有限。根据重组框架协议的约定，孩子王开曼股东及其相关方在孩子王开曼和孩子王有限层面的持股主体及权益比例如下：

孩子王开曼股权结构		孩子王有限股权结构		股权比例变动	股份变动原因
孩子王开曼股东	持股比例	孩子王有限股东	持股比例		
Wang Jian Guo Holdings Limited（汪建国 100%持股主体）	34.06%	江苏博思达（汪建国 100%持股主体）	29.72%	-6.57%	1、向金坛宗浩转让 4%的股权； 2、让出股权由管理层及核心员工认购
Brent&Lily Holdings Limited（汪建国 100%持股主体）	2.23%				

Shen Hui Holdings Limited（沈晖100%持股主体）	1.19%	南京千秒诺（沈晖通过持有南京千秒诺14.17%的份额间接持股）	1.95%	0.76%	管理层认购
Jack Wu Holdings Limited（吴涛100%持股主体）	2.23%	南京千秒诺（吴涛通过持有南京千秒诺19.46%的份额间接持股）	2.68%	0.45%	管理层认购
Xu Wei Hong Holdings Limited（徐卫红100%持股主体）	8.00%	南京千秒诺（徐卫红通过持有南京千秒诺54.33%的份额间接持股）	7.49%	-0.51%	让出股权由管理层及核心员工认购
HCM KW Holdings Limited	17.07%	HCM KW	14.92%	-2.15%	投资人按照同一相对比例让出股权，由管理层及核心员工认购
Jasper Stone Holdings Limited	15.72%	Coral Root	13.74%	-1.98%	
Head & Shoulders Capital Limited	14.78%	Fully Merit	8.22%	-1.86%	
		Amplewood	4.70%		
CHAN KOK CHOW	2.90%	CHAN KOK CHOW	2.53%	-0.37%	
Green Premium Holdings Limited	1.82%	景林景麒	0.94%	-0.23%	
		景林景途	0.65%		
/	/	金坛宗浩	4.00%	4.00%	从汪建国控制的企业受让股权
/	/	南京维盈	6.81%	6.81%	管理层及核心员工认购
/	/	何辉（何辉通过持有南京千秒诺12.04%的份额间接持股）	1.66%	1.66%	管理层认购
总计	100.00%	总计	100.00%	-	

孩子王开曼各股东在孩子王开曼层面的持股比例与其重组后在境内孩子王有限层面的持股比例存在差异的原因如下：

（1）截至红筹架构拆除前，汪建国通过其100%持股的Wang Jian Guo Holdings Limited及Brent&Lily Holdings Limited合计间接持有孩子王开曼36.29%的股权，其在红筹架构拆除过程中以间接转让的方式通过孩子王香港向新股东金坛宗浩转让了孩子王有限4%的股权；

（2）在境外股权落回境内孩子王有限层面的过程中，为进一步稳定公司管理层及主要员工，Wang Jian Guo Holdings Limited、Brent&Lily Holdings

Limited、Xu Wei Hong Holdings Limited、HCM KW Holdings Limited、Jasper Stone Holdings Limited、Head & Shoulders Capital Limited、CHAN KOK CHOW、Green Premium Holdings Limited同意共同让出合计9.68%的股权，由管理层（通过南京千秒诺间接持股的吴涛、沈晖和何辉）及主要员工（通过南京维盈间接持股的公司主要员工）认购。

在孩子王开曼股东通过股权转让等方式持有孩子王有限的股权后，孩子王开曼于2016年7月26日与其各股东及相关方分别签署了《股份回购协议》，孩子王开曼全体股东同意在红筹架构拆除后由孩子王开曼回购孩子王开曼全体股东所持孩子王开曼的股份（仅保留Wang Jian Guo Holdings Limited所持的1股普通股）。根据重组框架协议的约定，孩子王开曼回购各股东所持股份的回购价款按照如下原则确定：

（1）投资人股份回购价款

对于投资人HCM KW Holdings Limited、Jasper Stone Holdings Limited、Head & Shoulders Capital Limited、CHAN KOK CHOW、Green Premium Holdings Limited（以下合称“孩子王开曼投资人”）而言，其各自的股份回购价款与该投资人或其指定方在红筹架构拆除过程中购买孩子王有限对应股权的股权转让价款相等。具体如下表所示：

单位：元

孩子王香港转让孩子王有限股权		孩子王开曼回购股份		价款差异
受让方	受让方应付转让价款	被回购方	被回购方应收回购价款	
HCM KW	149,167,054	HCM KW Holdings Limited	149,167,054	-
Coral Root	137,396,339	Jasper Stone Holdings Limited	137,396,339	-
Fully Merit	82,188,760	Head & Shoulders Capital Limited	129,153,765	-
Amplewood Capital	46,965,005			
CHAN KOK CHOW	25,328,636	CHAN KOK CHOW	25,328,636	-
景林景麒	9,396,633	Green Premium Holdings Limited	15,820,302.50	49,707.50（预提所得税）
景林景途	6,473,377			

其中，对于Green Premium Holdings Limited而言，由于景林景麒和景林

景途先行向孩子王香港支付孩子王有限的股权转让款，并为孩子王香港代扣代缴中国预提所得税，而后由孩子王开曼在境外将其收到的扣除中国预提税后的景林景麒和景林景途支付的股权转让款作为股份回购价款支付给Green Premium Holdings Limited，因此形成中国预提所得税金额差异49,707.50元；对于其他投资者而言，孩子王香港将其转让孩子王有限股权所形成的应收债权由孩子王香港分配至孩子王BVI，再由孩子王BVI分配至孩子王开曼，即最后形成孩子王开曼对于该等投资人的应收债权，从而与孩子王开曼应支付给该等投资人的回购价款全额抵销，且其他投资者或其指定方因购买孩子王有限股权而令孩子王香港产生的中国预提所得税由孩子王开曼管理层股东按其在孩子王开曼的相对持股比例分担，因此其在孩子王有限层面的应付转股价款和在孩子王开曼层面的应收回购款未形成差异；此外，根据Amplewood及Head & Shoulders提供的书面确认，由于Amplewood拥有对Head & Shoulders的一笔应收债权，因此Amplewood因自Head & Shoulders受让孩子王有限股权而产生的对Head & Shoulders的应付债务与应收债权相互抵销。

（2）管理层股份回购价款

对于管理层股东Wang Jian Guo Holdings Limited、Brent&Lily Holdings Limited、Xu Wei Hong Holdings Limited、Shen Hui Holdings Limited、Jack Wu Holdings Limited（以下合称“孩子王开曼管理层股东”）而言，其回购总价款（以下简称“管理层股份回购款”）应等于境内金坛宗浩、江苏博思达、南京千秒诺和南京维盈支付的孩子王有限股权转让款合计543,184,196.00元，扣除孩子王香港转让孩子王有限100%股权所产生的中国预提所得税合计2,140,978.59元（其中，除景林景麒和景林景途购买孩子王股权令孩子王香港产生的中国预提所得税由其直接缴纳外，孩子王开曼其余投资人或其指定方因购买孩子王有限股权而令孩子王香港产生的中国预提所得税由孩子王开曼管理层股东按其在孩子王开曼的相对持股比例分担）。因此，管理层股份回购款合计应为541,043,217.41元。考虑到后期境外公司年检、税务申报、注销等相关事项的资金需求，根据重组框架协议的约定，汪建国先生同意将Wang Jian Guo Holdings Limited应收取的部分孩子王开曼股份回购款留存在孩子王香港，剩余533,678,581.99元按照如下方式分配：

① 江苏博思达购买孩子王有限股权的股权转让款扣除中国预提税后所得价款净额，作为Wang Jian Guo Holdings Limited和Brent&Lily Holdings Limited所持孩子王开曼股份回购价款的一部分；

②金坛宗浩购买的孩子王有限股权实质系Wang Jian Guo Holdings Limited通过孩子王香港间接转让，因此金坛宗浩购买孩子王有限股权的股权转让款扣除中国预提税后所得价款金额，作为Wang Jian Guo Holdings Limited和Brent&Lily Holdings Limited所持孩子王开曼股份的回购价款的一部分；

③南京维盈及何辉通过南京千秒诺购买孩子王有限股权的股权转让款根据孩子王开曼管理层股东的约定，在扣除中国预提税后所得价款净额作为Wang Jian Guo Holdings Limited和Brent&Lily Holdings Limited所持孩子王开曼股份回购价款的一部分；

④ Xu Wei Hong Holdings Limited、Shen Hui Holdings Limited和Jack Wu Holdings Limited各自的回购价款等于其通过南京千秒诺间接购买孩子王有限股权所需支付的股权转让款扣除中国预提税所得价款。

基于上述原则，孩子王开曼管理层股东Wang Jian Guo Holdings Limited、Brent&Lily Holdings Limited、Xu Wei Hong Holdings Limited、Shen Hui Holdings Limited、Jack Wu Holdings Limited各自应得的孩子王开曼股份回购价款应为：

单位：元

被回购方	被回购方应收回购价款
Wang Jian Guo Holdings Limited	412,957,186.18
Brent&Lily Holdings Limited	
Xu Wei Hong Holdings Limited	74,546,638.23
Jack Wu Holdings Limited	26,713,998.77
Shen Hui Holdings Limited	19,460,758.82
合计	533,678,581.99

2016年7月26日，孩子王开曼管理层股东与孩子王开曼及相关方签署了《股份回购协议》，约定Wang Jian Guo Holdings Limited的股份回购价款为533,678,577.99元，其余孩子王开曼管理层股东的回购价款均为1元。根据汪建国、徐卫红、沈晖、吴涛、何辉、Wang Jian Guo Holdings Limited、Brent&Lily

Holdings Limited、Xu Wei Hong Holdings Limited、Jack Wu Holdings Limited、Shen Hui Holdings Limited、江苏博思达、南京千秒诺、南京维盈、金坛宗浩出具的书面确认，本次股份回购协议中约定的回购价款与管理层股东应收回购价款存在差异的原因系由于Brent&Lily Holdings Limited、Shen Hui Holdings Limited、Jack Wu Holdings Limited以及Xu Wei Hong Holdings Limited在红筹架构拆除境外股份回购时未能在境外开设收款银行账户，因此其回购价款均委托Wang Jian Guo Holdings Limited代为收取。

2016年7月26日，Brent&Lily Holdings Limited、CHAN KOK CHOW、Green Premium Holdings Limited、HCM KW Holdings Limited、Head & Shoulders Capital Limited、Shen Hui Holdings Limited、Wang Jian Guo Holdings Limited、Jasper Stone Holdings Limited、Jack Wu Holdings Limited、Xu Wei Hong Holdings Limited，即孩子王开曼全体股东，分别向孩子王开曼出具收款确认函，确认已分别收到孩子王开曼支付的回购款或对回购款支付安排无任何异议；同日，上述主体分别出具关于股权及重组的声明，确认对其持有的孩子王开曼股份、重组完成后持有的境内孩子王有限的股权以及对于红筹架构搭建和本次重组事宜无任何异议。

综上，红筹架构拆除过程中各股东股份处理的定价公允，不存在利益输送的情形。

3、是否存在委托持股、信托持股及对赌协议，是否已完整解除

红筹架构拆除完成后，孩子王有限不存在委托持股或信托持股的情形。红筹架构拆除时，发行人与发行人当时的全体股东于2016年7月15日签署了《孩子王儿童用品股份有限公司之股东协议》，将孩子王开曼股东在孩子王开曼当时有效的股东协议中享有的优先权利实质性落回境内发行人层面。此后，发行人在历轮融资过程中先后签署了多份股东协议以修改、并取代前述股东协议。

2020年5月15日，发行人与股东签署了《关于孩子王儿童用品股份有限公司股东协议之终止协议》，约定股东协议中关于投资人特别权利、否决权和优先权等各项约定均全部终止，对各方不再具有约束力。

4、孩子王开曼、孩子王BVI、孩子王香港名下资产在架构拆除、境内重组

时的处置情况，拆除、重组完毕后三家企业是否仍存续，是否有实际经营，若是披露其经营情况

2016年3月**25日**，孩子王开曼与孩子王有限签署了《商标转让协议》，约定将其拥有的138项境内注册商标及商标注册申请权转让给孩子王有限，并且在该等转让完成前许可孩子王有限以独占方式使用该等商标；同时，约定将其拥有的8项境外注册商标转让给孩子王有限。**孩子王BVI和孩子王香港在红筹架构拆除时并未实际从事业务经营或持有任何与发行人业务相关的资产，因此不涉及名下资产的处置。**

截至本回复出具之日，前述商标除6项为无效状态，1项为驳回未进行变更外，其他商标及域名所有者已变更为发行人。

红筹架构拆除后，孩子王开曼、孩子王BVI和孩子王香港未实际从事业务经营。截至本回复出具之日，孩子王BVI、孩子王开曼已注销完毕，孩子王香港已提交注销，正在注销过程中。

（三）童联供应链的基本情况；拆除架构时由发行人收购童联供应链的原因，定价依据及公允性，是否履行评估程序，相关资产是否已完整转移至发行人，是否存在利益输送

发行人已在招股说明书“第五节/五/（二）/5、红筹架构的拆除—境内重组”、“第五节/六/（二十四）/童联供应链有限公司”中进行了补充披露。

截至本回复出具日，童联供应链的基本情况如下：

公司名称	童联供应链有限公司
成立日期	2015年10月21日
注册地址	南京市江宁区空港枢纽经济区苍穹路2号(江宁开发区)
注册资本	31,948.8818万元
实收资本	15,475.40万元
法定代表人	郭延灯
企业类型	有限责任公司(外商投资企业法人独资)
经营范围	供应链管理及相关咨询；仓储服务；服装、食品、百货、玩具产品的进出口业务；佣金代理（拍卖除外）；促销服务、信息服务；儿童用品的研发与批发；儿童娱乐设备（玩具）的批发；预包装

	食品销售；散装食品销售；保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；图书、报刊、医疗器械、电子设备的批发、零售；企业形象的策划；商务服务；货架销售；自有房屋租赁；物业管理；商务信息咨询；许可项目：道路货物运输（不含危险货物）；一般项目：集装箱租赁服务；仓储设备租赁服务；包装服务；装卸搬运；运输设备租赁服务
统一社会信用代码	91320115MA1MA1WBX5
股权结构	孩子王控股100%

童联供应链原为孩子王开曼通过孩子王香港间接控制的全资子公司，主要为公司内部提供仓储物流等配套服务。2016年红筹架构拆除时，为整合公司业务，孩子王有限作为境内挂牌主体收购童联供应链。

2016年3月8日，孩子王香港决定将其持有的童联供应链100%股权转给孩子王有限。同日，孩子王有限与孩子王香港签署了《股权转让协议》，约定孩子王香港将其持有的童联供应链100%股权以12,774.45万元的价格转让给孩子王有限，转让价格系根据天源资产评估有限公司于2016年3月2日出具的《童联供应链有限公司股东全部权益价值评估报告》（天源评报字[2016]第0041号），**以截至2015年12月31日童联供应链的净资产评估价值12,774.45万元确定，定价公允，不存在利益输送的情形。**

2016年3月8日，南京江宁经济技术开发区管理委员会出具《关于同意童联供应链有限公司股权转让相应变更为内资企业的批复》（宁经管委外资批[2016]第050号），同意前述股权转让。

2016年3月10日，南京市江宁区市场监督管理局向童联供应链核发了反映前述变更的《营业执照》。**据此，童联供应链的股权已完成转移至发行人，股权转让完成后，发行人持有童联供应链100%的股权。**

综上，拆除红筹架构时，由发行人收购童联供应链定价公允，本次收购相关资产已完整转移至发行人，不存在利益输送的情形。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅孩子王开曼、孩子王BVI、孩子王香港的设立、存续、注销资料、股东名册、股票证书、董事名册、《开曼法律意见书》、《BVI法律意见书》、《香港法律意见书》；

2、查阅孩子王开曼历次融资协议、股东协议等交易文件、孩子王开曼各股东的出资凭证；

3、查阅红筹架构下发行人前身孩子王有限与江苏孩子王签署的控制协议及后续变更、终止协议；

4、查阅孩子王开曼、孩子王BVI、孩子王香港、孩子王有限、江苏孩子王、童联供应链就红筹架构拆除和境内外重组作出的股东会决议/股东决定及董事会决议/执行董事决定；

5、查阅孩子王有限、江苏孩子王、童联供应链的工商注册登记材料并通过国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）进行核查；查阅相关方就红筹架构拆除及境内外重组涉及价款的付款凭证、纳税凭证及评估报告；

6、就红筹架构搭建、拆除背景、过程、是否存在委托持股、信托持股、海外上市主体对境内经营主体的管理模式、控制情况、协议控制的原因、是否存在利益输送、是否存在对赌协议等对发行人相关人员及相关股东进行访谈；

7、查阅江苏孩子王、孩子王有限、孩子王香港、孩子王BVI和孩子王开曼以及相关各方签署的《孩子王儿童用品（中国）有限公司之重组框架协议》、《终止与解除契据》；孩子王有限各股东在红筹架构拆除时签署的股东协议及后续境内历次股东协议及终止协议；

8、查阅孩子王开曼各股东就红筹架构拆除及股份处理签署的《股份回购协议》、《转让书》、《收款确认函》、《孩子王开曼股东关于股权及重组的声明》；

9、查阅孩子王开曼与孩子王有限签署的商标转让协议，核查孩子王开曼、孩子王BVI、孩子王香港名下资产在架构拆除、境内重组时的处置情况；

10、查阅发行人及其下属企业香港商贸与江苏孩子王签署的《合作协议》、《补充协议》、《软件著作权许可协议》、《技术服务协议》；

11、查阅童联供应链的全套工商底档资料及相关批准文件，并通过国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）进行核查；查阅发行人收购童联供应链股权转让款的出资凭证及纳税凭证；

12、就发行人收购童联供应链的背景及原因，童联供应链的主要业务开展情况，收购过程中是否存在利益输送等对发行人管理层进行访谈。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、红筹架构搭建和存续期间，除 Zhu Xiang Kai Holdings Limited 为 CHAN KOK CHOW 代持孩子王开曼权益、朱祥凯为 CHAN KOK CHOW 代持江苏孩子王权益，且上述代持情况已于 2016 年清理外，孩子王开曼各股东持有的孩子王开曼股份、江苏孩子王各股东持有的江苏孩子王股权不存在其他委托持股或信托持股的情形；

2、2016年，为实现孩子王有限在境内上市或挂牌之目的，经各方股东同意决定拆除红筹架构并进行境内重组，各股东股份处理定价公允，不存在利益输送；红筹架构拆除完成后，孩子王有限不存在委托持股、信托持股，截至2020年5月15日，对赌协议已完整解除；在架构拆除、境内重组时，孩子王开曼、孩子王BVI、孩子王香港名下资产均已转让给孩子王有限，截至本回复出具日，孩子王BVI、孩子王开曼已注销完毕，孩子王香港正在办理注销手续，无实际经营；

3、红筹架构拆除时，为整合公司业务，发行人参考评估价值收购童联供应链，定价公允，本次收购相关资产已完整转移至发行人，不存在利益输送的情形。

问题二、关于江苏孩子王

发行人于 2016 年 3 月拆除红筹架构时未将江苏孩子王实业有限公司（以下简称“江苏孩子王”）并入发行人体系内。发行人与江苏孩子王间存在较大金额关联平台服务交易以及持续大额代收款项的情形。请发行人补充披露：

（1）江苏孩子王的基本情况；红筹架构拆除前发行人与江苏孩子王间合作模式，业务往来内容及金额情况，架构拆除后两者间合作模式是否发生重大变化；结合发行人利用江苏孩子王线上平台进行销售的经营模式及收入金额情况，详细披露报告期内发行人与江苏孩子王间业务实质、具体合作模式，往来内容及金额情况；发行人未将江苏孩子王并入发行人体系内的原因及合理性，是否存在代持。

（2）发行人与江苏孩子王间较大额关联平台服务交易的背景，具体服务内容及涉及发行人主营业务的类型，定价依据及公允性，是否存在利益输送。

（3）报告期发行人销售商品、提供劳务收到的现金分别为 709,185.51 万元、888,725.16 万元、1,055,141.46 万元，其中通过江苏孩子王代收的金额分别为 222,071.57 万元、438,414.07 万元和 668,191.76 万元，该代收金额超过发行人扫码购和电商平台收入金额，请披露通过江苏孩子王代收款的具体构成情况；发行人与江苏孩子王间持续大额代收款项的产生背景，合理性及必要性；涉及代收款项的业务对应发行人主营业务类型构成，对应的主要客户情况，对应金额及占主营收入、净利润比重情况；代收款项涉及业务的真实性；是否存在江苏孩子王专门为发行人服务的情况；结合江苏孩子王自身业务及收入盈利情况，披露江苏孩子王是否存在代发行人承担成本费用或其他利益输送情形。

（4）结合上述关联交易及代收款项情况，参照《审核问答》相关内容，披露发行人是否满足“发行人内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件。

（5）红筹架构拆除时发行人与江苏孩子王解除控制协议的过程，解除协议的主要内容，相关控制权及的处置情况，江苏孩子王原股东股权的处置情况，定价公允性，是否存在利益输送；江苏孩子王的资产、人员、技术、债权债务、商标、软件著作权、资质等的处置安置情况。

（6）参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构各方面逐一核查，披露发行人在上述各方面与江苏孩子王是否存在混同，发行人是否满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，是否存在影响发行人独立性的情况。

（7）在招股说明书“重大事项提示”中补充披露上述内容。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）江苏孩子王的基本情况；红筹架构拆除前发行人与江苏孩子王间合作模式，业务往来内容及金额情况，架构拆除后两者间合作模式是否发生重大变化；结合发行人利用江苏孩子王线上平台进行销售的经营模式及收入金额情况，详细披露报告期内发行人与江苏孩子王间业务实质、具体合作模式，往来内容及金额情况；发行人未将江苏孩子王并入发行人体系内的原因及合理性，是否存在代持。

发行人已在招股说明书“第五节/五/（二）/5、红筹架构的拆除—境内重组”、“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”、“第七节/九/（二）关联交易”中进行了补充披露。

1、江苏孩子王的基本情况

截至本回复出具日，江苏孩子王的基本情况如下：

公司名称	江苏孩子王实业有限公司
成立日期	2009年4月24日
注册地址	南京市中山东路311-2号
注册资本	5,000万元人民币
法定代表人	范腊保
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	增值电信业务；图书、报刊零售，音像制品零售；保险代理（按《保险兼业代理业务许可证》核定范围内经营）；预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品）销售，其他婴幼儿配方食品销售，保健食品销售，婴幼儿配方乳粉销售；儿

	童娱乐设备销售，国内贸易，投资与资产管理，自营和代理各类商品及技术的进出口业务，网上销售商品（涉及法律、行政法规、国务院决定应经有关部门许可而未取得许可的商品不得经营），非学历职业技能培训，儿童娱乐设备领域的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询，儿童玩具设备租赁，经济信息咨询，乐器信息的咨询服务，会议与展览服务，礼仪服务，摄像服务，组织文化艺术交流活动，乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁，企业形象的策划，商务服务，代理国内广告、发布一般形式印刷品广告，软件开发与销售，信息技术咨询服务，票务代理，办公类电子设备的零售与批发，育儿知识培训及服务，理发服务，家庭产妇与新生儿照护，家庭婴幼儿照护，健康咨询，美容服务，养生保健服务，美容仪器销售，医疗器械（一类）销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
统一社会信用代码	913200006883382953
股权结构	范腊保持股95%，葛蓬蓬持股5%

2、红筹架构拆除前发行人与江苏孩子王间合作模式，业务往来内容及金额情况，架构拆除后两者间合作模式是否发生重大变化

（1）红筹架构拆除前发行人与江苏孩子王的合作模式

江苏孩子王于 2009 年成立之初主要**通过开立线下门店从事母婴童商品零售业务**。2012 年，为搭建红筹架构，孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港先后成立，并在境内设立了孩子王有限，同时，孩子王有限与江苏孩子王及其股东签署了一系列控制性协议**将江苏孩子王纳入合并报表范围内。**在红筹架构存续期间，**为对线上线下业务进行整体规划，**孩子王有限陆续设立了**全资**子公司及分支机构，运营线下母婴童商品零售与增值服务业务，而江苏孩子王则**将其下属门店相继注销停止开展线下业务，转为**负责运营线上母婴童商品零售业务，**业务模式为江苏孩子王向孩子王有限采购商品后通过线上平台向消费者销售**。2015 年度，即红筹架构拆除前最近一个会计年度，江苏孩子王出于线上销售目的向孩子王有限采购母婴商品的全年采购金额为 7,447.50 万元。

此外，红筹架构存续期间，孩子王有限、江苏孩子王与江苏孩子王的股东于 2012 年至 2014 年期间先后签署并补充签署了一系列控制协议。红筹架构存续期间，江苏孩子王未根据控制协议向孩子王有限作出任何款项支付，即未实际履行控制协议项下的任何支付义务。

（2）红筹架构拆除后发行人与江苏孩子王的合作模式

2016 年 2 月，为实现孩子王有限在境内上市或挂牌之目的，孩子王有限、江苏孩子王分别通过相关内部决策程序批准拆除红筹架构的重组方案及签署《对现有控制文件的终止协议》。鉴于孩子王有限在拆除红筹架构后为中外合资企业，如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，因此在拆除红筹架构过程中将江苏孩子王剥离并转让给第三方，具体情况参见本题“（五）/1、红筹架构拆除时发行人与江苏孩子王解除控制协议的过程，解除协议的主要内容，相关控制权及的处置情况，江苏孩子王原股东股权的处置情况，定价公允性，是否存在利益输送”，**同时，为保证公司商品在原有线上平台上继续销售不受影响以及考虑到平台已有用户对“孩子王”品牌的认知度，公司在剥离江苏孩子王后与其签署了如下协议，由其继续负责“孩子王”APP 等相关网上平台运营服务**。

① 孩子王有限与江苏孩子王签署的《合作协议》及《补充协议》

2016 年 3 月 10 日，孩子王有限与江苏孩子王签署了《合作协议》，并于 2016 年 10 月 9 日签署相关补充协议，约定：（i）域名 haiziwang.com（“孩子王域名”）及其全部权利归属于孩子王并且双方已在协议签署日完成孩子王域名转让，江苏孩子王应当在孩子王要求的期限内完成孩子王域名的注册信息变更，孩子王域名的注册信息是否变更不影响孩子王域名及其全部权利归属于孩子王；（ii）孩子王非排他授权江苏孩子王在其孩子王孕婴童商城网站、“孩子王微商城”微信公众号和“孩子王”App 程序中继续使用孩子王域名、“孩子王”商号，以及以宣传孩子王的商品为目的继续使用“孩子王”商标，孩子王有权在提前 3 日通知江苏孩子王的情况下随时终止前述授权；（iii）孩子王是“孩子王”App 各个版本的软件的著作权人，孩子王有权随时将“孩子王”App 各个版本以孩子王或其关联方的名义办理计算机软件著作权登记，并且有权要求江苏孩子王将“孩子王”App 所在应用商店的注册开发者变更登记为孩子王或孩子王指定的关联方，江苏孩子王无权以自己名义进行该等软件的计算机软件著作权登记；（iv）孩子王同意非排他许可江苏孩子王继续使用、管理、运营“孩子王”App，孩子王有权在提前 3 日通知江苏孩子王的情况下随时终止上述 App 的许可；（v）江苏孩子王向孩子王提供平台服务，孩子王根据销售额的一定百分比向江苏孩子王支付

平台服务费，并定期与江苏孩子王对平台服务费、销售款进行结算；（vi）江苏孩子王在运营“孩子王”APP 过程中需遵守包括但不限于《移动互联网应用程序信息服务管理规定》在内的法律、法规和部门规章的各项规定，如孩子王发现江苏孩子王在运营“孩子王”APP 过程中存在任何违法违规行为，有权要求江苏孩子王立即予以整改，如江苏孩子王未能在孩子王要求的合理期间内完成整改，则孩子王有权在提前三（3）个工作日通知江苏孩子王后，终止江苏孩子王运营“孩子王”APP 的合作关系；（vii）除根据法律法规应由孩子王作为 APP 所有者承担的责任外，“孩子王”APP 运营产生的法律责任应由江苏孩子王承担。

② 软件著作权许可协议

2016 年 6 月 30 日，公司与江苏孩子王签署了《软件著作权许可协议》，约定：（i）公司许可江苏孩子王使用公司拥有的部分软件著作权（以下简称“许可软件著作权”）开展经营活动，该许可使用权的性质为非独占、非排他、不可转让、不可再许可的许可；（ii）许可软件著作权及其相关权利及与软件著作权相关联的商誉（包括但不限于因江苏孩子王使用所产生）只属于公司；（iii）江苏孩子王同意向公司支付许可费金额 80 万元/年。

③《技术服务协议》

2016 年 6 月 30 日，公司、江苏孩子王与汪建国先生签署了《技术服务协议》，约定：（i）公司向江苏孩子王提供技术服务，技术服务范围为进行孩子王电子商务平台网站、孩子王 APP 和“微商城”的维护，向江苏孩子王提供业务所需的信息技术方面的咨询服务和解决方案，硬件设备及数据库的日常、维护、更新；（ii）江苏孩子王向公司支付技术服务费，具体按技术服务工时收费；（iii）协议有效期为 1 年。2016 年至 2017 年，公司未实际履行该协议。

④香港商贸与江苏孩子王签署的《合作协议》

香港商贸系发行人的子公司，主要负责从事跨境购业务。2016 年 7 月 1 日和 2019 年 1 月 1 日，香港商贸与江苏孩子王先后签署了《合作协议》，约定：（i）香港商贸通过江苏孩子王及其旗下网站孩子王孕婴童商城网站以及其他合法渠道对香港商贸商品进行销售，江苏孩子王提供平台服务；（ii）香港商贸需按照其销售额（不包含运费）的一定比例向江苏孩子王缴纳平台服务费。

综上，红筹架构拆除前，孩子王有限通过协议控制方式将江苏孩子王纳入合并报表范围内，江苏孩子王直接作为孩子王体系内的线上平台销售主体对外销售，不涉及平台服务业务；红筹架构拆除后，公司调整了与江苏孩子王的业务合作关系，仅由其作为孩子王 APP 等线上平台运营服务提供商,具有商业合理性。

3、结合发行人利用江苏孩子王线上平台进行销售的经营模式及收入金额情况，详细披露报告期内发行人与江苏孩子王间业务实质、具体合作模式，往来内容及金额情况

报告期内，发行人与江苏孩子王间业务实质、具体合作模式、往来内容及金额情况如下：

（1）平台服务业务

报告期内，根据公司与江苏孩子王签署的《合作协议》，江苏孩子王负责相关网上平台运营服务，包括自行建立和维护网站及网络渠道、微信公众号、商品销售系统、网上支付系统、商品有关页面的制作及维护及其他网络销售平台推广及拓展等。

发行人及其子公司香港商贸分别根据线上销售额按照如下费率标准向江苏孩子王支付服务费：

类目	孩子王	香港商贸	
		2019 年以前	2019 年至 2020 年 3 月
玩具	5%	5%	考虑到跨境购业务主要为快速消费品和其他用品,2019 年双方签署协议将费率统一调整为 2%
服饰、纺织品	5%	5%	
快速消费品	2%	3%	
其他用品	2%	3%	

报告期内，发行人向江苏孩子王支付的平台服务费情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
平台服务费	396.48	1,202.07	1,279.30	917.53

2020 年 2 月，发行人下属子公司上海童渠获得上海市通信管理局的批复，同意其开展在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）增值电信业务。**2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系。2020 年 4 月 1 日开始，发行人的线上平台业务改由上海童渠自主运营，因此，2020 年上半年发行人向江苏孩子王支付的平台服务费总额较前期大幅下降。**

（2）软件著作权授权许可

为保证江苏孩子王正常提供线上平台运营服务，公司与江苏孩子王签署了《软件著作权许可协议》，约定江苏孩子王向公司支付许可费金额 80 万元/年（含税），具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
江苏孩子王实业有限公司	软件授权	18.87	75.47	75.47	75.47
合计		**18.87**	**75.47**	**75.47**	**75.47**

上述软件使用许可于 2020 年 3 月 31 日终止。

（3）代收款项

红筹架构拆除后，江苏孩子王为孩子王 APP 等线上平台运营方，对通过孩子王 APP 等线上平台的交易款项进行统一收取后再与实际收款方结算，因此，发行人的线上销售款项由江苏孩子王代收；2017 年，发行人推出扫码购模式，该模式产生的门店销售均通过孩子王 APP 等线上平台收款，因此扫码购模式产生的门店销售收入也由江苏孩子王代收；此外，江苏孩子王作为持有增值电信业务经营许可证的主体，可以运营孩子王微信公众号并为其开通线上平台的微信支付等功能，用户通过在线下门店微信支付至江苏孩子王开通的微信收款账号，可促进支付用户转化为孩子王微信公众号粉丝，也更有利于通过微信公众号营销，促进孩子王微信公众号粉丝进一步转化为孩子王会员，因此公司将线下用户通过微信支付方式向线下门店支付的交易款项也交由江苏孩子王先行收取后再与发行人结算。

报告期内，按销售渠道划分，江苏孩子王代发行人收取的销售款项情况如

下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
线上平台交易额（含税）	23,702.24	71,720.69	49,983.60	29,068.45
扫码购交易额（含税）	113,535.11	380,114.30	211,169.67	71,388.17
线下销售微信支付交易额（含税）	19,254.48	216,356.77	177,260.81	121,614.95
江苏孩子王代收款项合计	156,491.83	668,191.76	438,414.07	222,071.57

自 2020 年 4 月 1 日起，发行人不再通过江苏孩子王代收销售款项。

4、发行人未将江苏孩子王并入发行人体系内的原因及合理性，是否存在代持

根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第七条的规定：“合并财务报表的合并范围应当以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。”报告期内，发行人不控制江苏孩子王。江苏孩子王的控制权变更情况如下：

2016 年，为实现孩子王有限在境内上市或挂牌之目的，各方同意将红筹架构拆除并于 2016 年 2 月 29 日签署《对现有控制文件的终止协议》，在协议控制架构终止后，孩子王有限不再享有对于江苏孩子王股东表决权及经营管理的协议控制；考虑到孩子王有限为中外合资企业，如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，因此，孩子王有限在与江苏孩子王终止协议控制关系后并未收购江苏孩子王的股权，而是由江苏孩子王原股东于 2016 年 3 月将股权转让给方洪铨及耿莉，该等转让的具体情况参见本题“（五）/（2）江苏孩子王原股东股权的处置情况，定价公允性，是否存在利益输送”。

2016年7月22日，股东方洪铨、耿莉因个人原因将其持有的江苏孩子王100%股权转让给孙力斌及葛蓬蓬。其中，孙力斌受让的股权比例为95%，葛蓬蓬受让的股权比例为5%。

在孙力斌及葛蓬蓬受让江苏孩子王股权后的运营过程中，一方面考虑到当时江苏孩子王运营的线上平台主要服务于孩子王，对孩子王依赖度较高；另一方面

通过对比淘宝、京东等第三方运营平台，江苏孩子王较难在短期内大规模拓展服务商户；同时，经过几个月的实际运营，江苏孩子王的收益情况并未达到预期。经与汪建国沟通，江苏孩子王控股股东孙力斌决定退出江苏孩子王，并将其持有的江苏孩子王 95%的股权转让给汪建国的朋友范腊保，且实际由汪建国承担转让价款支付义务并控制和管理江苏孩子王，范腊保仅作为江苏孩子王的名义股东。上述转让于 2016 年 12 月 23 日完成工商变更登记。

江苏孩子王因具备《增值电信业务经营许可证》资质，继续负责孩子王 APP、微信公众号、小程序等线上平台的运营。同时，江苏孩子王在服务发行人的基础上，引入了小型母婴网店、母婴周边商户（包括早教、培训、摄影等）入驻平台，并收取平台服务费。发行人仅作为江苏孩子王的合作方，未参与其日常经营。

综上，报告期内，江苏孩子王的实际控制人为汪建国，发行人未控制江苏孩子王。因此，发行人未将江苏孩子王纳入合并报表范围符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）发行人与江苏孩子王间较大额关联平台服务交易的背景，具体服务内容及涉及发行人主营业务的类型，定价依据及公允性，是否存在利益输送。

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”中进行了补充披露。

报告期内，江苏孩子王根据与发行人签署的《合作协议》，为发行人提供平台服务，并根据不同商品类型按照其销售额收取 2%-5%的平台服务费，**定价依据系参考天猫（2%-5%）等线上平台对母婴类商品收取的平台服务费标准，经双方协商确定；**此外，发行人部分销售款均先行由江苏孩子王收取后再定期与发行人全额结算，不涉及双方之间的定价事宜，具体交易背景及原因详见本题“（一）/3、结合发行人利用江苏孩子王线上平台进行销售的经营模式及收入金额情况，详细披露报告期内发行人与江苏孩子王间业务实质、具体合作模式，往来内容及金额情况”部分回复。

前述交易涉及发行人的主要业务类型为发行人的母婴商品销售及母婴服务业务，具有真实的交易背景及商业合理性，江苏孩子王收取的平台服务费定价公允，不存在利益输送的情形。

（三）报告期发行人销售商品、提供劳务收到的现金分别为 709,185.51 万元、888,725.16 万元、1,055,141.46 万元，其中通过江苏孩子王代收的金额分别为 222,071.57 万元、438,414.07 万元和 668,191.76 万元，该代收金额超过发行人扫码购和电商平台收入金额，请披露通过江苏孩子王代收款的具体构成情况；发行人与江苏孩子王间持续大额代收款项的产生背景，合理性及必要性；涉及代收款项的业务对应发行人主营业务类型构成，对应的主要客户情况，对应金额及占主营收入、净利润比重情况；代收款项涉及业务的真实性；是否存在江苏孩子王专门为发行人服务的情况；结合江苏孩子王自身业务及收入盈利情况，披露江苏孩子王是否存在代发行人承担成本费用或其他利益输送情形。

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”中进行了补充披露。

1、通过江苏孩子王代收款的具体构成情况；发行人与江苏孩子王间持续大额代收款项的产生背景，合理性及必要性

报告期内，按销售渠道划分，江苏孩子王代发行人收取的销售款项构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
线上平台交易额（含税）	23,702.24	71,720.69	49,983.60	29,068.45
扫码购交易额（含税）	113,535.11	380,114.30	211,169.67	71,388.17
线下销售微信支付交易额（含税）	19,254.48	216,356.77	177,260.81	121,614.95
江苏孩子王代收款项合计	156,491.83	668,191.76	438,414.07	222,071.57
减：联营模式影响	7,087.23	65,719.48	31,793.16	22,942.96
预付卡销售影响	8,933.51	25,697.28	13,215.99	2,063.65
税款影响	15,800.41	65,925.78	54,086.13	28,282.19
江苏孩子王代收款形成的收入	124,670.69	510,849.22	339,318.79	168,782.77

注：自 2020 年 4 月 1 日起，发行人不再通过江苏孩子王代收销售款项

报告期内，发行人通过江苏孩子王代收款金额超过发行人扫码购和电商平台收入金额主要是因为发行人代收款金额涉及的销售渠道除扫码购和电商平台销售外，还涉及部分线下门店销售通过微信方式收款的交易，具体产生的背景，合理性及必要性参见本题“（一）/3、结合发行人利用江苏孩子王线上平台进行

销售的经营模式及收入金额情况，详细披露报告期内发行人与江苏孩子王间业务实质、具体合作模式，往来内容及金额情况”的回复。

同时，江苏孩子王代收款项与其形成收入的差异主要由以下原因导致：1）联营模式影响：该销售模式下发行人通过江苏孩子王代收款金额为交易全额，而在收入确认时按照净额确认；2）预付卡销售收款与收入确认存在时间差：江苏孩子王代收款中包括礼品卡、黑金会员卡等预充值卡形成的预收款，而发行人的会计处理系在实际消费完成时确认收入；3）税款：发行人通过江苏孩子王代收款额为含税交易额，而发行人收入确认为不含税金额。

2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系。**自 2020 年 4 月 1 日起，发行人不再通过江苏孩子王代收销售款项。**

2、涉及代收款项的业务对应发行人主营业务类型构成，对应的主要客户情况，对应金额及占主营收入、净利润比重情况；代收款项涉及业务的真实性

报告期内，发行人通过江苏孩子王代收款项的业务涉及母婴商品销售及母婴服务业务，对应的客户均为终端个人消费者，上述业务占主营业务收入及毛利的比重情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
通过江苏孩子王代收款形成的收入	124,670.69	510,849.22	339,318.79	168,782.77
占主营业务收入的比例	32.69%	62.67%	51.33%	32.56%
通过江苏孩子王代收款形成的毛利	26,033.12	127,630.15	91,299.28	46,710.72
占主营业务毛利的比例	24.61%	52.22%	46.12%	30.12%

报告期内，江苏孩子王代发行人收取的款项均基于发行人真实的销售业务。

3、是否存在江苏孩子王专门为发行人服务的情况；结合江苏孩子王自身业务及收入盈利情况，披露江苏孩子王是否存在代发行人承担成本费用或其他利益输送情形。

报告期内，江苏孩子王除为发行人提供平台运营服务外，引入了小型母婴网店、母婴周边商户（包括早教、培训、摄影等）入驻平台，并收取平台服务费，因此，江苏孩子王并非专门为发行人服务。报告期内，江苏孩子王的经营

情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
营业收入	2,838.06	10,413.03	5,285.25	2,055.14
净利润	149.48	-430.04	349.64	-86.63
孩子王收入贡献	396.48	1,202.07	1,279.30	917.53
占营业收入的比例	13.97%	11.54%	24.21%	44.65%

注：江苏孩子王2017年-2019年数据经审计，2020年上半年数据未经审计

2017年发行人向江苏孩子王支付的平台服务费占其营业收入的比例较高，自2018年开始，随着江苏孩子王入驻商户的不断增加，孩子王对其收入的贡献比例持续下降。

报告期内，发行人根据与江苏孩子王签署的《合作协议》、《软件著作权许可协议》等协议约定履行义务，江苏孩子王不存在代发行人承担成本费用或其他利益输送的情形。

（四）结合上述关联交易及代收款项情况，参照《审核问答》相关内容，披露发行人是否满足“发行人内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件。

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”中进行了补充披露。

1、报告期内，发行人与江苏孩子王的关联交易及代收款项情况系客观原因导致，发行人与江苏孩子王的关联交易情况已披露，2020年3月发行人与江苏孩子王的交易已全部终止，整改完成。

报告期内，发行人与江苏孩子王的关联交易及代收款项情况主要系受发行人外商投资企业性质影响，一直以来虽有申请但未能取得前述证照，且发行人如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，因此发行人与江苏孩子王通过合作方式，由江苏孩子王提供线上平台运营服务。具体交易背景及原因参见本题“（一）/3、结合发行人利用江苏孩子王线上平台进行销售的经营模式及收入金额情况，详细披露报告期内发行人与江苏孩子王间业务实质、具体合作模式，往来内容及金额情况”的回复。

2020 年 2 月 25 日，发行人子公司上海童渠取得上海市通信管理局出具的《中国（上海）自由贸易试验区外商投资经营增值电信业务试点批复》（沪通信管自贸[2020]7 号），同意其开展范围为在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）增值电信业务。2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系。**2020 年 4 月 1 日起，孩子王 APP、微信公众号、小程序等线上平台均由上海童渠自主运营，发行人不再通过江苏孩子王代收销售款项。**

2、报告期内，发行人根据与江苏孩子王签署的《合作协议》、《软件著作权许可协议》等协议约定履行义务，发行人不存在因上述交易被处罚的情形。

3、根据安永华明出具的标准无保留意见的《审计报告》（安永华明（2020）审字第 60972026_N03 号）和标准无保留结论的《内部控制审核报告》（安永华明（2020）专字第 60972026_N07 号），发行人内控制度合理、正常运营并持续有效，财务核算真实、准确。保荐机构及申报会计师已针对上述交易的真实性进行核查，具体核查程序参见本题“二/（一）核查程序”。

综上，截至本回复出具日，**发行人满足“内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件。**

（五）红筹架构拆除时发行人与江苏孩子王解除控制协议的过程，解除协议的主要内容，相关控制权及的处置情况，江苏孩子王原股东股权的处置情况，定价公允性，是否存在利益输送；江苏孩子王的资产、人员、技术、债权债务、商标、软件著作权、资质等的处置安置情况。

发行人已在招股说明书“第五节/五/（二）/5、红筹架构的拆除—境内重组”、“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”中进行了补充披露。

1、红筹架构拆除时发行人与江苏孩子王解除控制协议的过程，解除协议的主要内容，相关控制权及的处置情况，江苏孩子王原股东股权的处置情况，定价公允性，是否存在利益输送

（1）解除控制协议的过程及主要内容

2016 年 2 月 29 日，孩子王有限、江苏孩子王分别通过董事会决议/执行董事决定及股东会决议/股东决定，批准签署《对现有控制文件的终止协议》。

同日，孩子王有限、江苏孩子王及其股东汪建国、徐卫红、吴涛、沈晖、朱祥凯及蒋锦志签署了《对现有控制文件的终止协议》，约定：（i）不可撤销地同意并确认，全部和/或任何现有控制文件自本协议签订之日起终止并不再具有任何效力；（ii）从协议签订日起，各方不再享有全部和/或任何现有控制文件项下的权利，不再需要履行全部和/或任何现有控制文件项下的义务，但各方基于任何现有控制文件已实际行使的权利和义务应为有效，且任何一方基于现有控制文件而取得或实际占有的款项、收益或其它任何性质之利益无须向相对方返还，各方已形成的应收应付款仍应予支付；（iii）协议各方在此不可撤销且无条件地免除在过去、现在或将来对本协议其他方拥有或可能拥有的、直接或间接与全部和/或任何现有控制协议文件有关或者因现有控制文件而产生的、任何种类或性质的争议、索赔、要求、权利、义务、责任、行动、合约或起诉缘由；（iv）从本协议签订日起，本协议各方在此免除该方、其继承人、继任人、受让人或遗产执行人过去、现在或将来对本协议其他方、该等其他方现在和过去的董事、高管、雇员、法律顾问和代理，该等人士的关联方，以及相关方各自的继任者和受让人所拥有的或可能拥有的、与现有控制文件有关或者因现有控制文件而产生的、任何种类或性质的承诺、债务、诉求、要求、义务和责任，包括在法律上和基于平等原则的索赔和起诉缘由，无论该等索赔或要求是已经提起的还是尚未提起的、绝对的还是或有的、已知的还是未知的。

2016 年 3 月 15 日，孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港通过股东会决议/股东决定及董事会决议/执行董事决定，批准前述事项。

（2）江苏孩子王原股东股权的处置情况，定价公允性，是否存在利益输送

2016 年 3 月 10 日，江苏孩子王原股东与方洪铨、耿莉签署《股权转让协议》，约定徐卫红、吴涛、沈晖、朱祥凯、蒋锦志将其合计持有的 30.40%的出资额转让给方洪铨；汪建国将其持有的 68.60%的出资额转让给方洪铨，将其持有 1.00%的出资额转让给耿莉。2016 年 3 月 15 日，江苏孩子王召开股东会审议通过上述事项。

本次转让系根据江苏兴众苏港资产评估有限公司于 2016 年 3 月 10 日出具的《江苏孩子王实业有限公司拟股权变更所涉及的其全部股东权益价值评估报告》（众兴评报字（2016）第 6 号）为基础确定。根据该评估报告，截至评估基准日 2015 年 12 月 31 日，江苏孩子王全部股东权益价值评估值为 5,130.15 万元。本次转让最终价格为 5,130.38 万元。

2016 年 3 月 29 日，江苏省工商行政管理局准予其变更登记。本次变更后，江苏孩子王股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	方洪铨	4,950.00	99.00%	货币
2	耿莉	50.00	1.00%	货币
合计		**5,000.00**	**100.00%**	

2016 年 7 月 22 日，经江苏孩子王股东会审议通过，股东方洪铨、耿莉因个人原因将其持有的江苏孩子王 100%股权转让。其中，方洪铨将其持有的 95%的股权转让给孙力斌，将其持有 4%的股权转让给葛蓬蓬；耿莉将其持有的 1%的股权转让给葛蓬蓬，各方签署了股权转让协议，转让价格依据前述评估值确定。

2016 年 7 月 26 日，江苏省工商行政管理局准予其变更登记。本次变更后，江苏孩子王股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	孙力斌	4,750.00	95.00%	货币
2	葛蓬蓬	250.00	5.00%	货币
合计		**5,000.00**	**100.00%**	

在运营过程中，一方面考虑到当时江苏孩子王运营的线上平台主要服务于孩子王，对孩子王依赖度较高；另一方面通过对比淘宝、京东等第三方运营平台，江苏孩子王较难在短期内大规模拓展服务商户；同时，经过几个月的实际运营，江苏孩子王的收益情况并未达到预期。经与汪建国沟通，江苏孩子王控股股东孙力斌决定退出江苏孩子王，并将其持有的公司 95%的股权转让给汪建国的朋友范腊保，且实际由汪建国承担转让价款支付义务并控制和管理江苏孩子王，范腊保仅作为江苏孩子王的名义股东，转让价格依据前述评估值确定。

2016 年 12 月 23 日，江苏省工商行政管理局准予其变更登记。本次变更后，江苏孩子王股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	范腊保	4,750.00	95.00%	货币
2	葛蓬蓬	250.00	5.00%	货币
合计		**5,000.00**	**100.00%**	

综上，红筹架构拆除后，江苏孩子王历次股权转让定价公允，不存在利益输送的情形。

2、江苏孩子王的资产、人员、技术、债权债务、商标、软件著作权、资质等的处置安置情况

（1）拆红筹时资产、商标、软件著作权、技术的处置情况

2016 年 3 月 15 日，孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港、孩子王开曼的全体股东及其他方签署了《重组框架协议》，**按照分离平台类业务与自营类业务进行资产划分：（i）江苏孩子王于 2016 年 2 月 29 日（重组日）所有资产均为与平台类业务相关的资产，因此归江苏孩子王所有；（ii）江苏孩子王把其原来持有的有关发行人业务的域名以法律允许的最低价（实际转让价格为 0）转让予孩子王有限，同时，孩子王有限授权江苏孩子王继续于指定期限内使用该等域名；（iii）江苏孩子王应将其子公司江苏创纪云 51%的股权以公平合理的市场价及条款转让给境内第三方，转让价格参考评估价值。**

此外，为保证公司商品在江苏孩子王平台上继续销售不受影响，孩子王有限与江苏孩子王签署了《合作协议》，并于 2016 年 10 月 9 日签署相关补充协议，由江苏孩子王为孩子王有限提供线上平台运营服务，相关协议内容参见本题“（一）/2、红筹架构拆除前发行人与江苏孩子王间合作模式，业务往来内容及金额情况，架构拆除后两者间合作模式是否发生重大变化”部分回复。

（2）拆红筹时人员、债权债务、资质的处置情况

在人员安置方面，江苏孩子王原有人员与其继续保持劳动合同关系，江苏孩子王原债权债务由其自行承担。同时，江苏孩子王继续保有《增值电信业务经营许可证》，从事网上平台运营业务。

（六）参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构各方面逐一核查，披露发行人在上述各方面与江苏孩子王是否存在混同，发行人

是否满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，是否存在影响发行人独立性的情况。

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”中进行了补充披露。

在业务方面，报告期内，发行人的主营业务为母婴童商品零售及增值服务，江苏孩子王作为线上平台的运营方为发行人及其他母婴网店、母婴周边商户提供平台服务，发行人与江苏孩子王的主营业务不同；发行人独立从事其主营业务，以自身名义对外独立签订及履行各项业务合同，建立了完整的采购、销售、仓储物流等业务流程。2020 年 2 月，发行人下属子公司上海童渠获得上海市通信管理局的批复，同意其开展增值电信业务，业务种类为在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）；2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系，自此，孩子王 APP、微信公众号、小程序等线上平台均由上海童渠自主运营，不存在依赖江苏孩子王进行生产经营活动的情况。

在资产方面，发行人合法拥有与经营有关的房屋、设备、商标、软件著作权、域名等资产的所有权或使用权，资产权属清晰、完整。在线上业务开展过程中，为保证江苏孩子王正常提供线上平台运营服务，发行人一方面授权江苏孩子王在孩子王孕婴童商城网站、“孩子王微商城”微信公众号和“孩子王”APP 程序中继续使用孩子王域名、“孩子王”商号，以及以宣传孩子王的商品为目的继续使用“孩子王”商标；另一方面许可江苏孩子王使用发行人拥有的包括孩子王微商城、孩子王 APP 等在内的软件产品开展经营活动，但许可软件著作权及其相关权利及与软件著作权相关联的商誉（包括但不限于因江苏孩子王使用所产生）只属于发行人。上述资产许可使用情况不影响发行人的资产完整性。2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，前述授权关系终止。

在人员方面，发行人现任总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在发行人工作、领薪；公司财务人员未在江苏孩子王兼职。发行人与员工均签订了劳动合同，并建立了独立的人事档案制度，人事聘用、任免与考核奖惩制度，工资管理、福利与社会保障制度。江苏孩子王拥有与其业务发展

相匹配的人员结构，在人事聘用、任免等方面独立于发行人，不存在江苏孩子王员工同时在发行人任职的情况。

在财务方面，公司已设立独立的财务部门，配备了专职的财务人员，并已建立了独立的财务核算体系，在经营活动中能够独立支配资金与资产，独立作出财务决策。公司独立开设银行账户，独立办理纳税登记，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务。江苏孩子王与发行人不存在共用银行账户或混合纳税的情况。报告期内，发行人虽然与江苏孩子王存在关联交易及代收款项情况，但系由业务合作的客观原因造成，且自发行人下属企业上海童渠获准开展增值电信业务后，发行人与江苏孩子王在 2020 年 3 月 31 日签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系，自此双方不再有任何关联交易。

在机构方面，发行人按照法人治理结构的要求，建立了股东大会、董事会和监事会，并根据生产经营的需要设置了完整的内部组织机构，各部门职责明确、工作流程清晰、相互配合、相互制约。发行人与江苏孩子王不存在混合经营、合署办公的情形。

综上，**截至本回复出具日，发行人与江苏孩子王在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，不存在混同的情形，亦不存在影响发行人独立性的情况。**

（七）在招股说明书“重大事项提示”中补充披露上述内容。

公司已在招股书“重大事项提示”中进行了补充披露。

“三、发行人与江苏孩子王的合作情况

江苏孩子王于 2009 年成立之初主要通过开立线下门店从事母婴童商品零售业务。2012 年，为搭建红筹架构，孩子王开曼、孩子王 BVI、孩子王香港先后成立，并在境内设立了孩子王有限，同时，孩子王有限与江苏孩子王及其股东签署了一系列控制性协议将江苏孩子王纳入合并报表范围内。在红筹架构存续期间，为对线上线下业务进行整体规划，孩子王有限陆续设立了全资子公司及分支机构，运营线下母婴童商品零售与增值服务业务，而江苏孩子王则将其下属门店相继注销停止开展线下业务，转为负责运营线上母婴童商品零售业务。

2016 年 2 月，为实现孩子王有限在境内上市或挂牌之目的，孩子王有限、江苏孩子王分别通过相关内部决策程序批准拆除红筹架构的重组方案及签署《对现有控制文件的终止协议》。

鉴于孩子王有限在拆除红筹架构后为中外合资企业，如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，因此在拆除红筹架构过程中将江苏孩子王剥离并转让给第三方，同时，为保证公司商品在原有线上平台上继续销售不受影响以及考虑到平台已有用户对“孩子王”品牌的认知度，公司在剥离江苏孩子王后与其签署了合作协议，由其继续负责“孩子王”APP 等相关网上平台运营服务。公司与江苏孩子王的合作模式具体参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（二）主要经营模式及业务流程”之“6、与江苏孩子王的合作模式”部分内容。

报告期内，公司存在通过江苏孩子王代收款项等关联交易情况，具体参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易情况”之“（二）关联交易”部分内容。公司与江苏孩子王之间的业务往来均具有真实、合理的交易背景，定价公允，不存在代发行人承担成本费用或其他利益输送情形，亦不存在影响公司独立性的情况。

2020 年 2 月，公司下属子公司上海童渠获得上海市通信管理局的批复，同意其开展在线数据处理与交易处理业务(经营类电子商务)。2020 年 3 月 31 日，公司与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系。自此，孩子王 APP、微信公众号、小程序等线上平台均由上海童渠自主运营，发行人与江苏孩子王不再产生任何关联交易。”

二、保荐机构、申报会计师、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅江苏孩子王的工商档案、历次股权转让协议、股权转让资金支付凭证、评估报告等资料，对江苏孩子王自发行人红筹架构拆除后的历任股东及其实际控制人进行访谈，取得上述股东的基本情况调查表，并通过公开渠道进行核查；

2、查阅发行人在红筹架构搭建及存续期间，与江苏孩子王及其股东签署的一系列控制协议，红筹架构拆除时上述各方主体签署的《对现有控制文件的终止协议》，以及历次决策审批文件；

3、查阅江苏孩子王在发行人红筹架构拆除前一个会计年度（2015 年）的财务报表及其与发行人之间的交易往来明细账；

4、查阅发行人红筹架构拆除后，江苏孩子王、孩子王有限、孩子王香港、孩子王 BVI 和孩子王开曼以及相关各方股东签署的《孩子王儿童用品（中国）有限公司之重组框架协议》；

5、查阅发行人红筹架构拆除后，发行人及其下属企业香港商贸与江苏孩子王签署的《合作协议》、《补充协议》、《软件著作权许可协议》、《技术服务协议》；

6、对江苏孩子王进行走访，并与其相关管理人员、财务人员、业务人员进行访谈；查阅江苏孩子王的社保、公积金缴纳证明，江苏孩子王银行开户清单、税收缴纳凭证、取得江苏孩子王 2017 年至 2020 年上半年的审计报告或财务报表；

7、查阅发行人与江苏孩子王签署的《合作协议的终止协议》及发行人的银行流水，核实是否终止合作。

保荐机构履行了如下核查程序：

1、取得发行人申报会计师出具的标准无保留意见的《审计报告》和无保留结论的《内部控制审核报告》；对发行人管理层、申报会计师进行访谈，查阅《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》，了解发行人未将江苏孩子王并入发行人体系内的原因及合理性；

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、向发行人访谈并了解关联交易流程，并执行穿行测试及控制测试。

2、对发行人的实际控制人、管理层进行访谈，了解发行人与江苏孩子王的合作背景、合作模式；了解销售收入业务流程，执行穿行测试和控制测试，评价收入流程内部控制的有效性；抽样核查报告期内，发行人及其下属企业香港商贸与江苏孩子王的交易往来凭证、资金划款凭证等；

其中，针对发行人与江苏孩子王之间的代收款项情况，对发行人的实际控制人、管理层进行访谈，了解代收款项形成的背景及原因；核查江苏孩子王支付宝、微信及银行资金流水，以及发行人与江苏孩子王的银行转账凭证，与发行人相关销售额比对；核查发行人与江苏孩子王之间的资金往来原因、背景；同时，根据不同的收款方式，针对通过江苏孩子王收款的母婴商品零售和母婴服务收入进行抽样，核查从下单/门店自提、发货（线上）、物流（线上）、收款记录（包括银行、支付宝、微信等收款截图，或江苏孩子王银行、支付宝、微信资金流水）、收货（线上）的全过程情况，核查代收款项涉及业务的原始支持性文件；

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、红筹架构拆除前后孩子王与江苏孩子王之间的合作模式变化具有商业合理性；报告期内，发行人未实际控制江苏孩子王，亦不存在他人代发行人持有江苏孩子王股权的情形，发行人未将江苏孩子王纳入合并报表范围符合《企业会计准则》的相关规定；

2、报告期内，发行人与江苏孩子王间的关联平台服务交易具有真实的交易背景及商业合理性，江苏孩子王收取的平台服务费定价公允，不存在利益输送的情形；

3、报告期内，江苏孩子王为发行人代收的款项基于真实的交易背景、交易真实、金额完整；报告期内，江苏孩子王不存在专门为发行人服务的情况，不存在代发行人承担成本费用或其他利益输送情形；

4、发行人与江苏孩子王相关交易的管理、审批等流程具有相应的内控制度，发行人内部控制制度健全且被有效执行；截至本回复出具日，发行人满足“内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件；

5、红筹架构拆除后，江苏孩子王历次股权转让定价公允，不存在利益输送的情形；

6、截至本回复出具日，发行人与江苏孩子王在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，不存在混同的情形，发行人满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，不存在影响发行人独立性的情况。

经核查，发行人律师认为：

1、红筹架构拆除前后孩子王与江苏孩子王之间的合作模式变化具有商业合理性；报告期内，发行人未实际控制江苏孩子王，亦不存在他人代发行人持有江苏孩子王股权的情形；

2、报告期内，发行人与江苏孩子王间的关联平台服务交易具有真实的交易背景及商业合理性，江苏孩子王收取的平台服务费定价公允，不存在利益输送的情形；

3、江苏孩子王不存在专门为发行人服务的情况，不存在代发行人承担成本费用或其他利益输送情形；

4、截至本补充法律意见书（一）出具之日，发行人满足“内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件；

5、红筹架构拆除后，江苏孩子王历次股权转让定价公允，不存在利益输送的情形；

6、截至本补充法律意见书（一）出具之日，发行人与江苏孩子王在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，不存在混同的情形，发行人满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，不存在影响发行人独立性的情况。

经核查，申报会计师认为：

1、红筹架构拆除前后孩子王与江苏孩子王之间的合作模式变化具有商业合理性，符合发行人业务发展需要。报告期内，发行人未将江苏孩子王纳入合并报表范围符合《企业会计准则》相关规定；

2、报告期内，发行人与江苏孩子王之间的关联平台服务交易具有真实、合理的交易背景，交易价格具有公允性；

3、报告期内，江苏孩子王为发行人代收的款项基于真实的交易背景、交易真实、金额完整；报告期内，江苏孩子王不存在专门为发行人服务的情况，不存在代发行人承担成本费用的情况；

4、发行人与江苏孩子王相关交易的管理、审批等流程具有相应的内控制度，发行人关联交易中与财务报表相关的内部控制制度健全且被有效执行；

5、发行人设置了独立的财务部门，配备了相关财务人员，建立了独立的财务核算系统，独立做出财务决策，发行人与江苏孩子王在财务方面相互独立。

问题三、关于历史沿革

申报材料显示，发行人于 2012 年 6 月由孩子王香港独资设立，存在未按注册资本实缴出资的情况；2016 年 3 月孩子王香港将所有股权转让给 11 名股东退出；2016 年 10 月在全国中小企业股份转让系统挂牌，2018 年 4 月摘牌。请发行人补充披露。

（1）发行人设立时为外资独资设立，是否履行完整审批手续；结合当时有效的外商投资管理规定，及发行人的主营业务，披露发行人是否属于限制外商投资或独资设立企业的行业；发行人设立时存在未按注册资本实缴出资的原因。

（2）2016 年 3 月孩子王香港将所有股权通过股权转让退出的原因，定价依据及公允性，是否存在代持或其他安排；11 名受让股东的基本情况，机构股东的股权结构，实际控制人，与发行人、控股股东、实际控制人是否存在关联关系；是否存在新入股股东，若是，请披露入股原因，入股定价与红筹架构旧股东是否存在较大差异，是否公允。

（3）深圳腾讯、福建优车的基本情况、实际控制人，与发行人、控股股东、实际控制人及其董事、监事、高管人员及发行人主要客户、供应商是否存在关联关系；其入股背景，定价依据及合理性。

（4）员工持股平台南京维盈的历史沿革；入股发行人的定价依据及公允性；入股时全部份额持有人在发行人的任职情况，离职人员的份额处置情况；是否涉及股权支付情形，若是，披露是否已合理计提。

（5）本次申报文件的信息披露情况与新三板挂牌期间的信息披露内容是否一致，存在差异的，请详细列明差异情况并说明差异产生的原因；是否存在“三类股东”。

（6）除上述明确提及的股权变动外其他股权变动的原因，股东基本情况，实际控制人情况，与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员及发行人主要客户、供应商是否存在关联关系；出资来源及合法性，定价是否公允。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）发行人设立时为外资独资设立，是否履行完整审批手续；结合当时有效的外商投资管理规定，及发行人的主营业务，披露发行人是否属于限制外商投资或独资设立企业的行业；发行人设立时存在未按注册资本实缴出资的原因。

发行人已在招股说明书“第五节/二/（一）/1、有限公司的设立情况”中进行了补充披露。

发行人前身孩子王有限设立于 2012 年 6 月 1 日，其设立时的名称为“孩子王儿童用品（中国）有限公司”。孩子王有限就其设立履行了如下审批程序：

2012 年 5 月 21 日，孩子王香港签署了《孩子王儿童用品（中国）有限公司章程》，约定孩子王有限的投资总额为 9,000 万美元，注册资本为 5,000 万美元，孩子王香港以美元现汇出资 5,000 万美元，首期出资为注册资本的 59%，计 2,950 万美元，应于公司营业执照颁发之日起九十（90）日内缴付，剩余出资应于公司营业执照颁发之日起二（2）年内缴清。

2012 年 5 月 22 日，南京市投资促进委员会出具了《关于同意设立孩子王儿童用品（中国）有限公司的批复》（宁投外资批[2012]第 01007 号），同意孩子王香港设立孩子王有限，原则同意孩子王香港于 2012 年 5 月 21 日签署的公司章程；孩子王有限的投资总额为 9,000 万美元，注册资本为 5,000 万美元，其中孩子王香港以美元现汇出资 5,000 万美元，占注册资本的 100%。孩子王香港应于公司营业执照签发之日起三个月内缴付不少于注册资本的 20%，余额在两年内缴清。

2012 年 5 月 23 日，孩子王有限取得南京市人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862 号）。

2012 年 6 月 1 日，孩子王有限取得南京市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。孩子王有限成立时的股东及股权结构如下表所示：

序号	股东姓名	出资方式	注册资本（万美元）	持股比例（%）

1	孩子王香港	货币	5,000.00	100.00
合计			**5,000.00**	**100.00**

根据孩子王有限设立当时正在生效的《中华人民共和国外资企业法实施细则》的规定，外国投资者缴付出资的期限应当在设立外资企业申请书和外资企业章程中载明。外国投资者可以分期缴付出资，但最后一期出资应当在营业执照签发之日起 3 年内缴清。其中第一期出资不得少于外国投资者认缴出资额的 15%，并应当在外资企业营业执照签发之日起 90 天内缴清。

2012 年 6 月 27 日，江苏中立会计师事务所有限公司出具《验资报告》（苏中立会验字[2012]58 号），经审验，截至 2012 年 6 月 26 日，孩子王有限已收到股东孩子王香港以货币方式缴纳的第一期注册资本 2,950 万美元。2013 年 1 月 8 日，江苏中立会计师事务所有限公司出具《验资报告》（苏中立会验字[2013]5 号），经审验，截至 2012 年 12 月 31 日，孩子王有限已收到股东孩子王香港以货币方式缴纳的第二期注册资本 2,050 万美元，连同第一期出资，孩子王有限设立时的注册资本已全部缴清。

发行人设立时的主营业务系通过线下直营门店为客户提供母婴童商品。根据国家统计局发布的当时有效及适用的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）标准，发行人设立时所属行业为“F52 零售业”中的“F5239 其他日用品零售”；根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，发行人设立时所属行业为“F52 零售业”。根据发行人设立时有效的《外商投资产业指导目录（2011 年修订）》，公司及其子公司从事的母婴童商品零售类产业不属于限制或禁止外商投资产业。

综上，**发行人设立时已履行了完整的审批手续，且发行人已根据法律法规及公司章程的规定实缴注册资本，发行人设立时的主营业务系通过线下直营门店为客户提供母婴童商品，不属于限制外商投资或独资设立企业的行业。**

（二）2016 年 3 月孩子王香港将所有股权通过股权转让退出的原因，定价依据及公允性，是否存在代持或其他安排；11 名受让股东的基本情况，机构股东的股权结构，实际控制人，与发行人、控股股东、实际控制人是否存在关联关系；是否存在新入股股东，若是，请披露入股原因，入股定价与红筹架构旧

股东是否存在较大差异，是否公允。

发行人已在招股说明书“第五节/二/(二)发行人历次股本和股东变化情况”、“第五节/五/（二）/6、境内公司层面的权益落地”、“第五节/七/（四）其他股东情况”中进行了补充披露。

1、2016 年 3 月孩子王香港将所有股权通过股权转让退出的原因，定价依据及公允性，是否存在代持或其他安排

2016 年 3 月 15 日，孩子王香港与各方签署《股权转让协议》，按照各方重组框架协议中约定的境外股权落回境内时的各方持股比例将其持有的孩子王有限的 100%股权转让给江苏博思达、南京千秒诺、南京维盈、CHAN KOK CHOW、景林景麒、HCM KW、Coral Root、Fully Merit、Amplewood、景林景途及金坛宗浩，具体如下：

序号	转让方	受让方	转让注册资本（美元）	转让股权比例	转让价格（人民币）
1	孩子王香港	江苏博思达	44,582,238	29.72%	297,244,639
2		南京千秒诺	20,668,938	13.78%	137,806,697
3		南京维盈	10,218,313	6.81%	68,128,901
4		CHAN KOK CHOW	3,798,915	2.53%	25,328,636
5		景林景麒	1,409,354	0.94%	9,396,633
6		HCM KW	22,372,821	14.92%	149,167,054
7		Coral Root	20,607,390	13.74%	137,396,339
8		Fully Merit	12,327,081	8.22%	82,188,760
9		Amplewood Capital	7,044,046	4.69%	46,965,005
10		景林景途	970,910	0.65%	6,473,377
11		金坛宗浩	5,999,994	4.00%	40,003,959

本次股权转让系为发行人拆除境外红筹架构，将孩子王开曼的股权架构经过调整转移至孩子王有限层面。本次转让价格是根据天源资产评估有限公司于 2016 年 3 月出具的《孩子王儿童用品（中国）有限公司股东全部权益价值评估报告》（天源评报字[2016]第 0094 号）的评估结果确定，定价公允，本次转让完成后，11 名受让股东真实持有发行人股份，不存在代持或其他安排。

2、11 名受让股东的基本情况，机构股东的股权结构，实际控制人，与发行人、控股股东、实际控制人是否存在关联关系

截至本回复出具日，11 名受让股东中的金坛宗浩及 CHAN KOK CHOW 已退出发行人，上述 11 名股东的基本情况如下：

（1）江苏博思达

截至本回复出具日，江苏博思达的基本情况如下：

公司名称	江苏博思达企业信息咨询有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人独资）
法定代表人	汪建国
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
成立日期	2016 年 2 月 23 日
住所	南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号
经营范围	企业信息咨询，商务咨询，财务管理咨询，房产、旅游、餐饮信息咨询，策划文体活动，企业形象策划，服装、文化用品、五金、交电销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	汪建国持股 100%

江苏博思达由发行人实际控制人汪建国 100%持股，其实际控制人为汪建国。

（2）HCM KW

根据缪氏律师事务所出具的法律意见书、HCM KW 的商业登记证明、公司注册证明书等资料，截至本回复出具日，HCM KW 的基本情况如下：

公司名称	HCM KW (HK) Holdings Limited
注册编号	2344951
注册地址	77/F, Low Block, Grand Millennium Plaza, 181 Queen’s Road Central, Hong Kong
已发行股份	1 股
成立日期	2016 年 3 月 3 日

截至本回复出具日，HCM KW 的股权结构如下：

序号	**股东姓名**	**持股数量（股）**	**持股比例**
1	HCM KW Holdings Limited	1.00	100.00%
合计		**1.00**	**100.00%**

根据 HCM KW 的书面确认，截至本回复出具日，HCM KW 的实际控制人为 Colm John O'Connell。

（3）南京千秒诺

截至本回复出具日，南京千秒诺的基本情况如下：

企业名称	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）
出资额	100 万元人民币
成立日期	2016 年 3 月 7 日
住所	南京市高淳区东坝镇欧兰特大道 01 号
执行事务合伙人	徐卫红
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320100MA1MFUAA8P
经营范围	企业管理服务

截至本回复出具日，南京千秒诺的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	徐卫红	54.33	54.33%	普通合伙人
2	沈晖	14.17	14.17%	有限合伙人
3	何辉	12.04	12.04%	有限合伙人
4	吴涛	19.46	19.46%	有限合伙人
合计		**100.00**	**100.00%**	

根据南京千秒诺的书面确认，截至本回复出具日，南京千秒诺的实际控制人为徐卫红，南京千秒诺系发行人董事及高级管理人员出资设立的有限合伙企业，为发行人控股股东江苏博思达的一致行动人。

（4）Coral Root

根据 JURISTCONSULT CHAMBERS 出具的法律意见书、Coral Root 的商业登记证明、公司注册证明书等资料，截至本回复出具日，Coral Root 的基本情况如下：

公司名称	Coral Root Investment Ltd.
公司编号	131529 **C1/GBL**
注册地址	c/o IQ EQ Corporate Services (Mauritius) Ltd, 33 Edith Cavell Street, Port Louis, 11324， Mauritius

已发行股本	26,583,162.50 股
成立日期	2015 年 7 月 8 日

截至本回复出具日，Coral Root 的股权结构如下：

序号	股东姓名	股份数（万股）	持股比例
1	Warburg Pincus Private Equity XI, L.P.	1,607.56	60.47%
2	Warburg Pincus XI (Asia) , L.P.	586.46	22.06%
3	Warburg Pincus Private Equity XI-B,L.P.	297.72	11.20%
4	Warburg Pincus XI Partners,L.P.	103.59	3.90%
5	WP XI Partners, L.P.	56.15	2.11%
6	Warburg Pincus Private Equity XI-C,L.P.	6.84	0.26%
总计		**2,658.32**	**100.00%**

根据 Coral Root 的书面确认，截至本回复出具日，Coral Root 的实际控制人为 Charles Kaye。

（5）Fully Merit

根据缪氏律师事务所出具的法律意见书、Fully Merit 的商业登记证明、公司注册证明书等资料，截至本回复出具日，Fully Merit 的基本情况如下：

公司名称	Fully Merit Limited
注册编号	2336555
注册地址	18/F THREE EXCHANGE SQUARE, 8 CONNAUGHT PLACE CENTRAL, HK
已发行股本	1 股
成立日期	2016 年 1 月 29 日

截至本回复出具日，Fully Merit 的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例
1	Head & Shoulders Capital Limited	1.00	100.00%
合计		**1.00**	**100.00%**

根据 Fully Merit 的书面确认，截至本回复出具日，Fully Merit 的实际控制人为 Choi Chiu Fai Stanley。

（6）南京维盈

截至本回复出具日，南京维盈的基本情况如下：

企业名称	南京维盈企业管理中心（有限合伙）
出资额	100 万元人民币
成立日期	2016 年 3 月 7 日
住所	南京市高淳区东坝镇欧兰特大道 01 号
执行事务合伙人	靳文雯
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320100MA1MFU7C5F
经营范围	企业管理服务。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本回复出具日，南京维盈的股权结构如下：

序号	姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式	合伙人类型	在发行人的任职情况
1	靳文雯	20.01	20.01%	货币	普通合伙	监事、战略支持中心总监
2	吴涛	20.94	20.94%	货币	有限合伙	董事、副总经理
3	沈晖	20.94	20.94%	货币	有限合伙	董事、副总经理、财务总监
4	刘长春	11.81	11.81%	货币	有限合伙	用户体验设计部总监
5	王坚	10.29	10.29%	货币	有限合伙	人力资源总裁
6	刘立柱	7.21	7.21%	货币	有限合伙	监事、全渠道营运中心总监
7	王海龙	1.51	1.51%	货币	有限合伙	数字化技术应用中心中后台研发负责人
8	宋佃明	1.50	1.50%	货币	有限合伙	数字化技术应用中心企业服务负责人
9	刘浩	1.50	1.50%	货币	有限合伙	全渠道营销中心总监
10	岳勇	1.45	1.45%	货币	有限合伙	数字化技术应用中心支付卡包研发负责人
11	金卓	1.45	1.45%	货币	有限合伙	平台数字化会员营销产品研发负责人，已于2019年12月离职
12	刘航	1.39	1.39%	货币	有限合伙	数字化技术应用中心平台负责人
合计		**100.00**	**100.00%**			

南京维盈系发行人员工持股平台，**截至本回复出具日，除金卓已从发行人处离职外，其他合伙人均为发行人员工，根据南京维盈提供的现行有效的《合伙协议》及书面确认，实际控制人为靳文雯。**

（7）Amplewood Capital

根据 JURISTCONSULT CHAMBERS 出具的法律意见书、Coral Root 的商业登记证明、公司注册证明书等资料，截至本回复出具日，Amplewood Capital 的基本情况如下：

公司名称	Amplewood Capital Partners (HK) Limited
注册编号	2107510
注册地址	2/F, JONSIM PLACE, NO. 228 QUEEN'S ROAD EAST, WANCHAI, HK
已发行股份	750 股
成立日期	2014 年 6 月 20 日

截至本回复出具日，Amplewood Capital 的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例
1	KDW Holdings Ltd.	750.00	100.00%
合计		750.00	100.00%

根据 Amplewood Capital 的书面确认，截至本回复出具日，Amplewood Capital 无实际控制人。

（8）金坛宗浩

截至本回复出具日，金坛宗浩的基本情况如下：

公司名称	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人独资）
法定代表人	宗军
注册资本	100 万元
成立日期	2016 年 3 月 15 日
住所	常州市金坛区华城中路 168 号
经营范围	企业管理咨询服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
股权结构	宗军持股 100%

根据金坛宗浩的书面确认，截至本回复出具日，金坛宗浩的实际控制人为宗军，宗军为汪建国的外甥女婿。

（9）CHAN KOK CHOW

CHAN KOK CHOW，男，马来西亚籍，护照号 A2617****。

（10）景林景麒

截至本回复出具日，景林景麒的基本情况如下：

企业名称	上海景林景麒投资中心（有限合伙）
出资额	26,089.4274 万元
成立日期	2010 年 12 月 27 日
住所	上海市杨浦区武东路 198 号 1306-2 室
执行事务合伙人	上海景辉投资管理中心（有限合伙）（委派代表：杨莉）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91310110566585327J
经营范围	实业投资，投资咨询，企业管理咨询，投资管理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

截至本回复出具日，景林景麒的出资结构如下：

序号	合伙人	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例
1	上海景辉投资管理中心（有限合伙）	普通合伙人	263.4769	1.0099%
2	蒋其桂	有限合伙人	1,990.0066	7.6276%
3	上海壹貔管理咨询中心（有限合伙）	有限合伙人	1,990.0066	7.6276%
4	上海昊美投资管理有限公司	有限合伙人	1,990.0066	7.6276%
5	陈刚军	有限合伙人	597.0020	2.2883%
6	谷军杰	有限合伙人	398.0013	1.5255%
7	季敬文	有限合伙人	398.0013	1.5255%
8	长瑞星润投资有限公司	有限合伙人	398.0013	1.5255%
9	潘红平	有限合伙人	398.0013	1.5255%
10	南通博为信息技术有限公司	有限合伙人	199.0007	0.7628%
11	郑岩斌	有限合伙人	398.0013	1.5255%
12	孙国义	有限合伙人	477.6016	1.8306%
13	赵静兰	有限合伙人	437.8015	1.6781%
14	顾菊芳	有限合伙人	398.0013	1.5255%
15	潘美华	有限合伙人	398.0013	1.5255%
16	姚芝红	有限合伙人	597.0020	2.2883%
17	上海百立福股权投资管理有限公司	有限合伙人	398.0013	1.5255%
18	姜言礼	有限合伙人	345.5418	1.3245%
19	夏洪秀	有限合伙人	398.0013	1.5255%
20	蒋亨福	有限合伙人	437.8015	1.6781%
21	吴晓云	有限合伙人	398.0013	1.5255%
22	林丽	有限合伙人	199.0007	0.7628%
23	吴立新	有限合伙人	437.8015	1.6781%
24	林媛	有限合伙人	398.0013	1.5255%
25	白同英	有限合伙人	398.0013	1.5255%
26	吴心南	有限合伙人	398.0013	1.5255%
27	张祖伦	有限合伙人	398.0013	1.5255%
28	李和印	有限合伙人	796.0026	3.0511%

序号	合伙人	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例
29	孙善家	有限合伙人	199.0007	0.7628%
30	徐玉平	有限合伙人	207.3251	0.7947%
31	马明涛	有限合伙人	796.0026	3.0511%
32	涂进瑛	有限合伙人	398.0013	1.5255%
33	麦倩雯	有限合伙人	398.0013	1.5255%
34	陈荣容	有限合伙人	398.0013	1.5255%
35	李吉霞	有限合伙人	398.0013	1.5255%
36	刘军晖	有限合伙人	398.0013	1.5255%
37	天津歌斐兴业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	796.0026	3.0511%
38	天津歌斐基业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	1,592.0053	6.1021%
39	李晓波	有限合伙人	796.0026	3.0511%
40	周海钧	有限合伙人	398.0013	1.5255%
41	林泉	有限合伙人	398.0013	1.5255%
42	芜湖莹朋投资中心（有限合伙）	有限合伙人	1,194.0040	4.5766%
43	上海歌斐钥擎投资中心（有限合伙）	有限合伙人	597.0020	2.2883%
44	莘县乾富昇顺企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	796.0026	3.0511%
合计			26,089.4274	100.00%

根据景林景麒的书面确认，截至本回复出具日，景林景麒的实际控制人为蒋锦志。

（11）景林景途

截至本回复出具日，景林景途的基本情况如下：

企业名称	上海景林景途投资中心（有限合伙）
出资额	25,455.5353 万元
成立日期	2011 年 7 月 4 日
住所	上海市杨浦区武东路 188 号 14002-4 室
执行事务合伙人	上海景辉投资管理中心（有限合伙）（委派代表：杨莉）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	913101105805649798
经营范围	实业投资，企业管理及咨询，投资咨询（以上咨询不得从事经纪）；投资管理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

截至本回复出具日，景林景途的出资结构如下：

序号	合伙人	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例

序号	合伙人	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例
1	上海景辉投资管理中心（有限合伙）	普通合伙人	250.2894	0.98%
2	张静	有限合伙人	558.6816	2.19%
3	许琦	有限合伙人	558.6816	2.19%
4	沈应琴	有限合伙人	4,245.9801	16.68%
5	蒋其桂	有限合伙人	614.5498	2.41%
6	杨亚萍	有限合伙人	558.6816	2.19%
7	新疆浦婴科技发展有限公司	有限合伙人	602.4108	2.37%
8	何灵远	有限合伙人	558.6816	2.19%
9	姜贵东	有限合伙人	558.6816	2.19%
10	曾辉	有限合伙人	558.6816	2.19%
11	上海创诺医药集团有限公司	有限合伙人	2,793.4080	10.97%
12	陆禹平	有限合伙人	558.6816	2.19%
13	上海金实投资管理有限公司	有限合伙人	558.6816	2.19%
14	朱世伟	有限合伙人	558.6816	2.19%
15	金莎	有限合伙人	614.5498	2.41%
16	倪建祥	有限合伙人	782.1542	3.07%
17	施显珠	有限合伙人	558.6816	2.19%
18	秦美芳	有限合伙人	559.9605	2.20%
19	永春金联兴股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	623.8766	2.45%
20	沈王明	有限合伙人	558.6816	2.19%
21	吴京津	有限合伙人	558.6816	2.19%
22	於江	有限合伙人	558.6816	2.19%
23	黄晓娟	有限合伙人	558.6816	2.19%
24	孙玉芹	有限合伙人	558.6816	2.19%
25	李振华	有限合伙人	558.6816	2.19%
26	王雅斌	有限合伙人	959.9977	3.77%
27	洪成栋	有限合伙人	279.3408	1.10%
28	林兆敏	有限合伙人	558.6816	2.19%
29	杨德臣	有限合伙人	558.6816	2.19%
30	王东榕	有限合伙人	558.6816	2.19%
31	杭州双熙隆盛股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	1,676.0448	6.58%
32	北京市刘鸿儒金融教育基金会	有限合伙人	558.6816	2.19%
33	芜湖莹朋投资中心（有限合伙）	有限合伙人	279.3408	1.10%
合计			25,455.5353	100.00%

根据景林景途的书面确认，截至本回复出具日，景林景途的实际控制人为蒋锦志。

除前述已披露的情形外，前述股东与发行人、控股股东、实际控制人不存在其他关联关系。

3、是否存在新入股股东，若是，请披露入股原因，入股定价与红筹架构旧股东是否存在较大差异，是否公允

2016年3月，受让孩子王香港持有的孩子王有限100%股权的股东中，**金坛宗浩、南京维盈、Amplewood Capital以及通过南京千秒诺间接持股的何辉为新入股股东**，入股原因、入股定价如下表所示：

序号	新入股股东	入股原因	入股定价
1	金坛宗浩	因看好母婴行业发展，出于投资考量	根据评估价值，每 1 美元注册资本对应的转让价格约为人民币 6.67 元
2	南京维盈	主要员工认购	
3	何辉（通过南京千秒诺间接持股）	管理层认购	
4	Amplewood Capital	因看好母婴行业发展，出于投资考量	

新入股股东的入股价格与红筹架构期间落回境内持股的原有股东的入股价格一致，均系根据天源资产评估有限公司于2016年3月出具的《孩子王儿童用品（中国）有限公司股东全部权益价值评估报告》（天源评报字[2016]第0094号）的评估结果确定。根据评估报告，截至评估基准日2015年12月31日，孩子王有限股东全部权益价值按照收益法的评估结果为100,010.00万元，每1美元注册资本的评估价值约为人民币6.67元，价格公允。

（三）深圳腾讯、福建优车的基本情况、实际控制人，与发行人、控股股东、实际控制人及其董事、监事、高管人员及发行人主要客户、供应商是否存在关联关系；其入股背景，定价依据及合理性。

发行人已在招股说明书“第五节/二/（二）发行人历次股本和股东变化情况”、“第五节/七/（四）其他股东情况”中进行了补充披露。

1、Tencent Mobility的基本情况

根据缪氏律师事务所出具的法律意见书、Tencent Mobility 的注册文件，截至本回复出具日，Tencent Mobility 的基本情况如下：

公司名称	Tencent Mobility Limited
注册编号	1711293
注册地址	29/F., Three Pacific Place, No.1 Queen’s Road East, Wanchai, Hong Kong
已发行股份	1,000 股
成立日期	2012 年 2 月 29 日

截至本回复出具日，Tencent Mobility 的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例
1	Tencent Holdings Limited	1,000.00	100.00%
合计		1,000.00	100.00%

根据 Tencent Mobility 的书面确认，Tencent Holdings Limited 为香港联交所主板上市公司。Tencent Mobility 与发行人、控股股东、实际控制人及其董事、监事、高管人员及发行人主要客户、供应商不存在关联关系。

2、福建大钲（原名为福建优车）的基本情况

截至本回复出具日，福建大钲的基本情况如下：

企业名称	福建大钲一期投资合伙企业（有限合伙）（原名为福建优车投资合伙企业（有限合伙））
成立日期	2017 年 5 月 19 日
企业类型	有限合伙企业
认缴出资额	325,200 万元
执行事务合伙人	日照大钲股权投资管理中心（有限合伙）（委派代表：黎辉）
统一社会信用代码	91350182MA2Y8XGN5P
住所	福建省福州市长乐区文武砂镇文新街北 31 号 8 号楼 101 室
经营范围	从事对非证券类股权投资，委托对非证券类股权进行管理及咨询服务

截至本回复出具日，福建大钲的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	持股比例
1	日照大钲股权投资管理中心（有限合伙）	普通合伙人	200.00	0.06%
2	工银瑞信投资管理有限公司	有限合伙人	150,000.00	46.13%
3	南京柏语成企业管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	100,000.00	30.75%
4	北京中关村并购母基金投资中心（有限合伙）	有限合伙人	50,000.00	15.38%
5	日照优智股权投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	25,000.00	7.69%
合计			**325,200.00**	**100.00%**

根据福建大钲的书面确认，截至本回复出具日，福建大钲的实际控制人为黎辉。福建大钲的有限合伙人南京柏语成企业管理合伙企业（有限合伙）的部分出资人亦间接持有发行人控股股东的一致行动人南京子泉的出资份额。除上

述情况外，福建大钲与发行人、控股股东、实际控制人及其董事、监事、高管人员及发行人主要客户、供应商不存在关联关系。

3、Tencent Mobility、福建大钲的入股背景，定价依据及合理性

2018 年 11 月 22 日，公司、三明泓仁、Tencent Mobility 及其他方共同签署了股份转让协议，三明泓仁将其持有的孩子王 29,372,800 股股份以 60,000.00 万元的等值美元转让给 Tencent Mobility，每股转让价格为 20.43 元。**Tencent Mobility 本次入股背景及定价系综合考虑了发行人所处行业的发展前景、公司未来成长性及盈利能力、同行业整体估值情况、公司历次股权转让价格等多种因素，经双方协商确定，定价合理。**

2019 年 7 月，Rich Sparkle 与福建大钲（原名为福建优车）签署了股份转让协议，Rich Sparkle 将其持有的孩子王 23,492,997 股股份以 479,961,928.71 元的价格转让给福建大钲，每股转让价格为 20.43 元。**福建大钲本次入股系长期看好发行人在母婴零售行业的发展前景进行的投资。本次定价系综合考虑了发行人所处行业的发展前景、公司未来成长性及盈利能力、同行业整体估值情况、公司历次股权转让价格等多种因素，经双方协商确定，定价合理。**

（四）员工持股平台南京维盈的历史沿革；入股发行人的定价依据及公允性；入股时全部份额持有人在发行人的任职情况，离职人员的份额处置情况；是否涉及股权支付情形，若是，披露是否已合理计提。

发行人已在招股说明书“第五节/五/（二）/6、境内公司层面的权益落地”、“第五节/七/（三）/4、南京维盈企业管理中心（有限合伙）”、“第八节/九/（五）/2/（2）股份支付费用分析”中进行了补充披露。

1、员工持股平台南京维盈的历史沿革

南京维盈成立于2016年3月，成立之初系由沈晖、吴涛、颜俊、高骁健、岳勇、刘航、宋佃明、王海龙、金卓、刘立柱、靳文雯、王坚共同出资设立。2016年3月7日，南京市工商行政管理局向南京维盈核发《营业执照》（统一社会信用代码：91320100MA1MFU7C5F）。南京维盈设立时的出资结构如下：

序号	姓名	认缴出资金额（万元）	出资比例
1	靳文雯	20.01	20.01%

2	吴涛	20.94	20.94%
3	沈晖	20.94	20.94%
4	高骁健	11.81	11.81%
5	王坚	10.29	10.29%
6	刘立柱	7.21	7.21%
7	王海龙	1.51	1.51%
8	宋佃明	1.50	1.50%
9	颜俊	1.50	1.50%
10	岳勇	1.45	1.45%
11	金卓	1.45	1.45%
12	刘航	1.39	1.39%
合计		100.00	100.00%

2017年8月1日，因南京维盈原合伙人高骁健自发行人处离职，南京维盈通过合伙人决议，一致同意高骁健将其持有的11.81万元出资份额转让给刘长春，由于出资份额尚未实缴，转让价格为0，转让后高骁健退伙。

2018年3月20日，因南京维盈原合伙人颜俊自发行人处离职，南京维盈通过合伙人决议，一致同意颜俊将其持有的1.50万元出资份额转让给刘浩，由于出资份额尚未实缴，转让价格为0，转让后颜俊退伙。2019年7月，上述南京维盈合伙人全额缴纳出资完成。

截至本回复出具日，南京维盈的股权结构如下：

序号	姓名	认缴出资金额（万元）	出资比例
1	靳文雯	20.01	20.01%
2	吴涛	20.94	20.94%
3	沈晖	20.94	20.94%
4	刘长春	11.81	11.81%
5	王坚	10.29	10.29%
6	刘立柱	7.21	7.21%
7	王海龙	1.51	1.51%
8	宋佃明	1.50	1.50%
9	刘浩	1.50	1.50%
10	岳勇	1.45	1.45%
11	金卓	1.45	1.45%
12	刘航	1.39	1.39%
合计		**100.00**	**100.00%**

2、入股发行人的定价依据及公允性

2016 年 3 月 15 日，孩子王香港与江苏博思达、南京千秒诺、南京维盈、CHAN KOK CHOW、景林景麒、HCM KW、Coral Root、Fully Merit、Amplewood Capital、景林景途及金坛宗浩签署了《股权转让协议》，将其持有的孩子王有限 100%股权

转让给上述股东。具体情况参见本题“（二）/1、2016 年 3 月孩子王香港将所有股权通过股权转让退出的原因，定价依据及公允性，是否存在代持或其他安排”部分回复。

本次转让价格是根据天源资产评估有限公司于 2016 年 3 月出具的《孩子王儿童用品（中国）有限公司股东全部权益价值评估报告》（天源评报字[2016]第 0094 号）的评估结果确定。根据评估报告，截至评估基准日 2015 年 12 月 31 日，孩子王有限股东全部权益价值按照收益法的评估结果为 100,010.00 万元，因此，本次股权转让定价公允。

3、入股时全部份额持有人在发行人的任职情况，离职人员的份额处置情况

2016 年 3 月，南京维盈入股发行人时，其全部份额持有人在发行人的任职情况如下：

单位：万元

序号	姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式	在发行人的任职情况
1	靳文雯	20.01	20.01%	货币	财务预算经理
2	吴涛	20.94	20.94%	货币	副总经理
3	沈晖	20.94	20.94%	货币	副总经理、财务总监
4	高骁健	11.81	11.81%	货币	投资总监
5	王坚	10.29	10.29%	货币	人力资源经理
6	刘立柱	7.21	7.21%	货币	营运中心总监
7	王海龙	1.51	1.51%	货币	高级中台研发经理
8	宋佃明	1.50	1.50%	货币	高级前台研发经理
9	颜俊	1.50	1.50%	货币	高级前台产品研发经理
10	岳勇	1.45	1.45%	货币	支付卡包研发负责人
11	金卓	1.45	1.45%	货币	中后台研发负责人
12	刘航	1.39	1.39%	货币	平台负责人
合计		**100.00**	**100.00%**		

2017 年 7 月，原合伙人高骁健离职并将其持有的南京维盈 11.81 万元合伙份额（对应出资比例 11.81%）认缴权以零对价转让给新合伙人刘长春；2018 年 3 月原合伙人颜俊离职并将其持有的南京维盈 1.50 万元合伙份额（对应出资比例

1.50%）认缴权以零对价转让给新合伙人刘浩；2019 年 12 月，金卓自发行人处离职，考虑到其已完成实缴出资，仍保留其合伙份额。

4、是否涉及股权支付情形，若是，披露是否已合理计提

（1）2016 年 3 月，南京维盈入股发行人时不产生股份支付费用

2016 年 3 月，南京维盈以人民币 68,128,901 元的价格受让孩子王香港持有的孩子王有限 6.81%的股权（对应注册资本 10,218,313 美元）。根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，本次员工持股平台南京维盈入股行为符合准则规定的“企业授予职工期权、认股权证等衍生工具或其他权益工具，对职工进行激励或补偿，以换取职工提供的服务”的要求及实施要件，因此需按照以权益结算的股份支付进行确认和计量。但由于本次入股价格与同期外部股东入股价格一致，即入股价格与公允价值一致，因此未形成股份支付费用。

（2）2017 年至 2018 年期间，员工持股平台股权变动涉及股份支付情形

2017 年 7 月，原合伙人高骁健将其持有的南京维盈 11.81 万元合伙份额（对应出资比例 11.81%）认缴权以零对价转让给新合伙人刘长春，2018 年 3 月原合伙人颜俊其持有的南京维盈 1.50 万元合伙份额（对应出资比例 1.50%）认缴权以零对价转让给新合伙人刘浩。2019 年 7 月，刘长春和刘浩分别向南京维盈出资 802.85 万元和 101.97 万元，出资完成。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，2017 年 7 月和 2018 年 3 月，员工持股平台南京维盈内部合伙份额转让行为符合准则规范的“企业授予职工期权、认股权证等衍生工具或其他权益工具，对职工进行激励或补偿，以换取职工提供的服务”的要求及实施要件。上述股份支付符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》所规范的以权益结算的股份支付，确认和计量原则为：按股份在授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关的资产成本或当期费用，同时计入资本公积。

根据北方亚事出具的《资产评估报告》，并选取收益法评估结果作为最终评估结论：截至 2017 年 7 月 31 日和 2018 年 2 月 28 日，孩子王儿童用品股份有限公司全部股权市场价值分别为 368,852.00 万元和 387,308.00 万元。参考上述评估

结论来确定发行人相应股权当期公允价值，则南京维盈 2017 年 7 月 31 日持有孩子王 6.454%股份的公允价值为 23,805.98 万元（对应每股价格为 3.77 元）、2018 年 2 月 28 日持有孩子王 6.454%股份的公允价值为 24,997.15 万元（对应每股价格为 3.96 元），上述合伙人份额转让应计入公司当期管理费用并调整资本公积的金额如下：

转让时间	公司评估价值（万元）	对应每股公允价值（元/股）①	员工实际出资额（万元）	对应公司每股价格（元/股）②	转让合伙企业的出资份额对应公司股数（万股）③	股份支付费用（万元）（①-②）*③
2017/7/31	368,852.00	3.77	802.85	1.08	746.29	2,007.52
2018/3/20	387,308.00	3.96	101.97	1.08	94.79	272.99

注 1：对应每股公允价值=公司评估价值/总股本 97,909.33 万股

注 2：对应公司每股价格=员工实际出资额/转让合伙企业的出资份额对应公司股数

注 3：转让合伙企业的出资份额对应公司股数=南京维盈持有孩子王股数 6,319.14 万股*转让合伙企业出资比例

综上，2017 年 7 月及 2018 年 3 月，南京维盈内部合伙份额转让行为构成股份支付，根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，2017 年和 2018 年公司分别计提管理费用及调整资本公积数额为 2,007.52 万元和 272.99 万元，计提合理。

（五）本次申报文件的信息披露情况与新三板挂牌期间的信息披露内容是否一致，存在差异的，请详细列明差异情况并说明差异产生的原因；是否存在“三类股东”。

发行人已在招股说明书“第五节/四/3、本次申报文件的信息披露情况与新三板挂牌期间的信息披露内容比较情况”、“第五节/八/（八）三类股东情况”中进行了补充披露。

1、本次申报文件的信息披露情况与新三板挂牌期间的信息披露内容是否一致，存在差异的，请详细列明差异情况并说明差异产生的原因

（1）财务数据

发行人于 2018 年 4 月 24 日起终止其股票在新三板挂牌。挂牌期间，发行人仅披露了未经审计的 2017 年半年报数据。本次首发申请文件涵盖的会计期间为 2017 年至 2020 年 6 月末，由于报告期不同，本次申报文件中披露的财务信息与新三板挂牌期间披露的信息不存在差异。

（2）非财务数据

发行人于 2016 年 12 月 3 日在新三板挂牌(报告期截至 2016 年 3 月 31 日)，并于 2017 年 4 月 24 日披露了《孩子王儿童用品股份有限公司 2016 年年度报告》及其摘要（以下简称“2016 年年报”），上述文件的覆盖期限与本次发行申报文件的报告期无重叠，故除发行人的设立、股本变动等需要披露的历史信息外，本次招股说明书中披露的信息均为报告期内或截至招股说明书签署之日的情况，因此与新三板挂牌申请文件及 2016 年年报不存在实质性差异。

发行人新三板挂牌期间披露的 2017 年 1 月 1 日后的非财务信息与本次招股说明书披露的非财务信息存在差异的具体情况如下：

序号	内容	本次申请文件的披露信息	新三板披露信息	差异原因
1	发行人关联方及关联交易的内容	深圳慧星远、江苏创纪云及江苏孩子王为发行人关联方，报告期内存在关联交易	2017 年半年报未作为关联方及关联交易披露	1、深圳慧星远系根据审慎原则将其认定为关联方； 2、江苏创纪云属于汪建国之子汪浩控制的企业，故应当认定为关联交易； 3、报告期内江苏孩子王由汪建国实际控制，故应当认定为关联交易。
2	行政处罚	2017 年上半年发生的行政处罚共计 16 笔	2017 年半年报披露 2017 年上半年行政处罚 12 笔	行政处罚下发及处理的时间与发行人的信息披露时间存在一定差异，且发行人后续加强了门店管理及信息汇报

对于挂牌期间披露信息与本次上市申请文件及招股说明书披露内容的差异，公司已经在本次发行上市申请文件中做了补充，并针对报告期内关联交易按照

相关规定履行了审议程序。截至本回复出具日，发行人未因上述信息披露差异而受到监管部门处罚。

2、是否存在“三类股东”

截至本回复出具日，发行人的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,563,504	28.3490
2	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
3	HCM KW (HK) Holdings Limited	122,310,256	12.4922
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd.	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	60,471,654	6.1763
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	47,424,564	4.8437
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	32,670,990	3.3369
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	福建优车投资合伙企业（有限合伙）	23,492,997	2.3995
11	宁波梅山保税港区泓硕股权投资合伙企业（有限合伙）	16,046,252	1.6389
12	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
13	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
14	上海申创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
15	上海申创浦江股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
16	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
17	朱红艳	7,731,963	0.7897
18	厦门中金盈润股权投资基金合伙企业（有限合伙）	5,594,819	0.5714
19	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	5,402,941	0.5518
20	苏州瑞华投资合伙企业（有限合伙）	5,153,125	0.5263
21	上海景林景途投资中心（有限合伙）	3,722,110	0.3802
22	Jacky Jiang	2,719,756	0.2778
23	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
24	姚畅	41,000	0.0042
25	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
26	葛根贤	20,000	0.0020
27	徐杰	19,000	0.0019

28	范远龙	16,000	0.0016
29	张少发	13,000	0.0013
30	吴全泉	10,000	0.0010
31	陈焱辉	7,000	0.0007
32	仇丽华	6,000	0.0006
33	吴燕凌	5,000	0.0005
34	李健民	3,000	0.0003
35	韦联辉	2,000	0.0002
36	李亚	2,000	0.0002
37	谈巧云	2,000	0.0002
38	徐晗	1,000	0.0001
39	王云	1,000	0.0001
40	成宝莲	1,000	0.0001
41	李影	1,000	0.0001
42	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

截至本回复出具日，发行人现有 42 名股东中，自然人股东 20 名，机构股东 22 名。其中：

1)HCM KW、Fully Merit、Coral Root、Amplewood Capital、Tencent Mobility、Starr International 共 6 名股东为依法设立并有效存续的境外主体；

2）16 家境内机构股东中：① 江苏博思达为发行人实际控制人汪建国直接持股 100%的有限责任公司；南京千秒诺为发行人高级管理人员持股平台；南京维盈为发行人员工持股平台；② 南京道丰系为满足发行人股东华泰投资对外投资时的内部跟投制度，由华泰投资经营管理人员出资设立的企业；③ 东吴证券系上海证券交易所主板上市公司；④ 宁波泓硕属于专门投资发行人的主体，其有限合伙人北京金融街熙诚股权投资基金（有限合伙）已于 2015 年 11 月 3 日办理私募基金备案(编号为 S82370),北京金融街熙诚股权投资基金(有限合伙)的基金管理人中金熙诚（北京）投资基金管理有限公司已于 2015 年 3 月 19 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1009526）。上述境内机构股东不需要按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行登记备案程序；

3）剩余 10 家境内机构股东均已在中国证券投资基金业协会备案。

综上所述，发行人上述股东中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”。

（六）除上述明确提及的股权变动外其他股权变动的原因，股东基本情况，实际控制人情况，与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员及发行人主要客户、供应商是否存在关联关系；出资来源及合法性，定价是否公允。

发行人已在招股说明书“第五节/二/（二）发行人历次股本和股东变化情况”、“第五节/七/（四）其他股东情况”、“第五节/八/（五）最近一年发行人新增股东情况”中进行了补充披露。

1、发行人设立以来股权变动（新三板挂牌期间发生的做市转让除外）情况如下：

（1）2012 年 6 月，孩子王有限设立

孩子王有限系孩子王香港以现金方式出资设立的有限责任公司。2012 年 5 月 21 日，孩子王香港签署了《孩子王儿童用品（中国）有限公司章程》。

2012 年 5 月 22 日，南京市投资促进委员会出具了《关于同意设立孩子王儿童用品（中国）有限公司的批复》（宁投外资批[2012]第 01007 号），同意孩子王香港设立孩子王有限。

2012 年 5 月 23 日，孩子王有限取得南京市人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862 号）。

2012 年 6 月 1 日，孩子王有限取得南京市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。孩子王有限成立时的股东及股权结构如下表所示：

序号	股东姓名	出资方式	注册资本（万美元）	实收资本（万美元）	持股比例（%）
1	孩子王香港	货币	5,000.00	0.00	100.00
合计			**5,000.00**	**0.00**	**100.00**

（2）2012 年 7 月，公司实收资本变更

2012 年 6 月 27 日，江苏中立会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（苏中立会验字[2012]58 号），审验截至 2012 年 6 月 26 日止，孩子王有限已收到股东缴纳的第一期注册资本 2,950 万美元，以货币出资，变更后的实收资本为 2,950 万美元，占注册资本的 59%。

2012 年 7 月 5 日，南京市工商行政管理局向孩子王有限核发了变更后的《企业法人营业执照》。本次实收资本变更后，孩子王有限的股东及股权结构如下表所示：

序号	股东姓名	出资方式	注册资本（万美元）	实收资本（万美元）	持股比例（%）
1	孩子王香港	货币	5,000.00	2,950.00	100.00
合计			5,000.00	2,950.00	100.00

（3）2013 年 1 月，公司实收资本变更

2013 年 1 月 8 日，江苏中立会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（苏中立会验字[2013]5 号），审验截至 2012 年 12 月 31 日止，孩子王有限已收到股东缴纳的第二期注册资本 2,050 万美元，以货币出资，变更后的实收资本为 5,000 万美元，占注册资本的 100%。

2013 年 1 月 28 日，南京市工商行政管理局向孩子王有限换发了反映前述变更的《企业法人营业执照》。本次实收资本变更后，孩子王有限的股东及股权结构如下表所示：

序号	股东姓名	出资方式	注册资本（万美元）	实收资本（万美元）	持股比例（%）
1	孩子王香港	货币	5,000.00	5,000.00	100.00
合计			5,000.00	5,000.00	100.00

（4）2014 年 4 月，公司第一次增资

2014 年 2 月 24 日，孩子王有限股东作出股东决定，将孩子王有限注册资本由 5,000 万美元增加至 15,000 万美元，新增注册资本 10,000 万美元全部由孩子王香港以货币方式出资。同日，孩子王有限签署了《章程修正案》。

2014 年 2 月 27 日，南京市投资促进委员会出具了《关于同意孩子王儿童用品（中国）有限公司增资及变更经营范围的批复》（宁投外管[2014]26 号），同

意孩子王有限前述变更。

2014 年 2 月 27 日，孩子王有限就本次变更取得南京市人民政府换发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》(商外资宁府外资字[2012]5862 号)。

2014 年 3 月 6 日，中兴华富华会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（中兴华验字[2014]第 2121018 号），审验截至 2014 年 3 月 6 日止，孩子王有限已收到股东缴纳的新增注册资本 10,000 万美元，以货币出资，变更后的实收资本为 15,000 万美元，占注册资本的 100%。

2014 年 4 月 2 日,南京市工商行政管理局向孩子王有限换发了《营业执照》。本次变更完成后，孩子王有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资方式	注册资本（万美元）	实收资本（万美元）	持股比例（%）
1	孩子王香港	货币	15,000.00	15,000.00	100.00
合计			15,000.00	15,000.00	100.00

（5）2016 年 3 月，股权转让

2016 年 3 月 15 日，孩子王香港与江苏博思达、南京千秒诺、南京维盈、CHAN KOK CHOW、景林景麒、HCM KW、Coral Root、Fully Merit、Amplewood Capital、景林景途及金坛宗浩签署了《股权转让协议》，约定：孩子王香港将其持有的孩子王有限 29.72%的股权(对应注册资本 44,582,238 美元)以人民币 297,244,639 元的价格转让给江苏博思达；将其持有的孩子王有限 13.78%的股权（对应注册资本 20,668,938 美元）以人民币 137,806,697 元的价格转让给南京千秒诺；将其持有的孩子王有限 6.81%的股权（对应注册资本 10,218,313 美元）以人民币 68,128,901 元的价格转让给南京维盈；将其持有的孩子王有限 2.53%的股权（对应注册资本 3,798,915 美元）以人民币 25,328,636 元的价格转让给 CHAN KOK CHOW；将其持有的孩子王有限 0.94%的股权（对应注册资本 1,409,354 美元）以人民币 9,396,633 元的价格转让给景林景麒；将其持有的孩子王有限 14.92%的股权（对应注册资本 22,372,821 美元）以人民币 149,167,054 元的价格转让给 HCM KW;将其持有的孩子王有限 13.74%的股权(对应注册资本 20,607,390 美元)以人民币 137,396,339 元的价格转让给 Coral Root;将其持有的孩子王有限 8.22%的股权（对应注册资本 12,327,081 美元）以人民币 82,188,760 元的价格转让

给 Fully Merit；将其持有的孩子王有限 4.69%的股权（对应注册资本 7,044,046 美元）以人民币 46,965,005 元的价格转让给 Amplewood Capital；将其持有的孩子王有限 0.65%的股权（对应注册资本 970,910 美元）以人民币 6,473,377 元的价格转让给景林景途；将其持有的孩子王有限 4.00%的股权（对应注册资本 5,999,994 美元）以人民币 40,003,959 元的价格转让给金坛宗浩。

2016 年 3 月 15 日，孩子王有限股东作出股东决定，同意前述股权转让。同日，孩子王有限签署了反映前述变更的《孩子王儿童用品（中国）有限公司合资合同》及《孩子王儿童用品（中国）有限公司章程》。

2016 年 3 月 23 日，南京市商务局出具了《关于同意孩子王儿童用品（中国）有限公司股权转让的批复》（宁商外资批[2016]1007 号），同意前述股权转让。

2016 年 3 月 24 日，孩子王有限就本次变更取得南京市人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862 号）。

2016 年 3 月 25 日，南京市工商行政管理局向孩子王有限换发了反映前述变更的《营业执照》。本次变更完成后，孩子王有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资方式	出资额（美元）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	货币	44,582,238.00	29.72
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	货币	22,372,821.00	14.92
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	货币	20,668,938.00	13.78
4	Coral Root Investment Ltd	货币	20,607,390.00	13.74
5	Fully Merit Limited	货币	12,327,081.00	8.22
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	货币	10,218,313.00	6.81
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	货币	7,044,046.00	4.69
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	货币	5,999,994.00	4.00
9	CHAN KOK CHOW	货币	3,798,915.00	2.53
10	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	货币	1,409,354.00	0.94
11	上海景林景途投资中心（有限合伙）	货币	970,910.00	0.65
合计			150,000,000.00	100.00

（6）2016 年 5 月，公司整体变更为股份有限公司

2016 年 4 月 25 日，孩子王有限召开董事会，同意将有限公司整体变更为股份有限公司，孩子王有限全体股东作为股份有限公司的发起人。根据安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（安永华明（2016）专字第 60972026_B04 号），截至 2016 年 3 月 31 日，孩子王有限经审计的净资产为 931,657,510.71 元，按照 1:0.9957 比例折合股本 92,762.00 万元，其余 4,037,510.71 元计入公司资本公积。孩子王有限公司股东按原持股比例对应的经审计后的净资产作为出资投入股份有限公司。

根据天源资产评估有限公司出具的《评估报告》（天源评报字[2016]第 0104 号），以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，以资产基础法评估的孩子王有限公司净资产价值为 100,280.57 万元，增值 7,114.82 万元。

2016 年 4 月 28 日，公司召开股份有限公司创立大会暨 2016 年度第一次临时股东大会，审议并通过了设立孩子王儿童用品股份有限公司的相关议案，并制定了公司章程。

2016 年 4 月 28 日，安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《验资报告》（安永华明（2016）验字第 60972026_B01 号），验证截至 2016 年 4 月 28 日，股份公司已收到全体发起人股东以其拥有的孩子王有限净资产折合的实收资本 927,620,000 元。

2016 年 4 月 29 日，南京市商务局出具了《关于同意设立孩子王儿童用品股份有限公司的批复》（宁商外资批[2016]第 299 号），同意孩子王有限整体变更为股份公司等事项。

2016 年 5 月 3 日，公司就本次变更取得南京市人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862 号）。

2016 年 5 月 4 日，南京市工商行政管理局向股份公司核发了《营业执照》（统一社会信用代码：91320100593534197Q），企业类型变更为股份有限公司，注册资本为 92,762 万元。股份公司设立时，发起人的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资方式	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	净资产折股	275,702,504	29.72
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	净资产折股	138,356,508	14.92

3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	净资产折股	127,819,468	13.78
4	Coral Root Investment Ltd	净资产折股	127,438,847	13.74
5	Fully Merit Limited	净资产折股	76,232,313	8.22
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	净资产折股	63,191,410	6.81
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	净资产折股	43,561,320	4.69
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	净资产折股	37,104,763	4.00
9	CHAN KOK CHOW	净资产折股	23,492,997	2.53
10	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	净资产折股	8,715,633	0.94
11	上海景林景途投资中心（有限合伙）	净资产折股	6,004,237	0.65
合计			**927,620,000**	**100.00**

（7）2016 年 7 月，第二次增资

2016 年 7 月 18 日，孩子王召开股东大会，同意将孩子王的注册资本增加至 941,891,077 元，全部由祺驰投资以 150,000,000 元认购，其中 14,271,077 元作为公司新增注册资本，其余 135,728,923 元计入公司资本公积。同日，双方签订了股权投资协议，祺驰投资以 10.51 元/股的价格，认购孩子王 14,271,077 股股份。

2016 年 7 月 19 日，南京市商务局出具了《关于同意孩子王儿童用品股份有限公司增资的批复》（宁商外资批[2016]第 335 号），同意孩子王前述变更。

2016 年 7 月 20 日，孩子王就本次变更取得南京市人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862 号）。

2016 年 7 月 25 日，江苏纵横会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（纵横所验字[2016]013 号），审验截至 2016 年 7 月 22 日止，孩子王已收到股东缴纳的新增注册资本 14,271,077 元，以货币出资，变更后的实收资本为 941,891,077 元，占注册资本的 100%。

2016 年 7 月 20 日，南京市工商行政管理局向孩子王换发了《营业执照》。本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	275,702,504	29.27
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.69

3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.57
4	Coral Root Investment Ltd	127,438,847	13.53
5	Fully Merit Limited	76,232,313	8.09
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.71
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.62
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	37,104,763	3.94
9	CHAN KOK CHOW	23,492,997	2.49
10	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.52
11	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.93
12	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.64
合计		941,891,077	100.00

（8）2016 年 8 月，第三次增资

2016 年 8 月 15 日，孩子王召开股东大会，审议通过《关于公司引入做市商并增加注册资本的议案》，同意孩子王新增股本 2,260,000 元，增资完成后孩子王的注册资本增加至 944,151,077 元。本次增资由中金公司以人民币 525.50 万元认购新发行的 50 万股股份，其中 50 万元计入注册资本，475.50 万元计入资本公积；天风证券以人民币 420.40 万元认购新发行的 40 万股股份，其中 40 万元计入注册资本，380.40 万元计入资本公积；兴业证券以人民币 315.30 万元认购新发行的 30 万股股份，其中 30 万元计入注册资本，285.30 万元计入资本公积；中信建投以人民币 315.30 万元认购新发行的 30 万股股份，其中 30 万元计入注册资本，285.30 万元计入资本公积；东吴证券以人民币 294.28 万元认购新发行的 28 万股股份，其中 28 万元计入注册资本，266.28 万元计入资本公积；信达证券以人民币 294.28 万元认购新发行的 28 万股股份，其中 28 万元计入注册资本，266.28 万元计入资本公积；华融证券以人民币 210.20 万元认购新发行的 20 万股股份，其中 20 万元计入注册资本，190.20 万元计入资本公积。同日，上述股东分别与公司签署《认购协议》，并就本次增资相关事宜修改公司章程。

2016 年 8 月 22 日，南京市商务局出具了《关于同意孩子王儿童用品股份有限公司增资的批复》（宁商外资批[2016]第 346 号），同意孩子王增资变更事项。

2016 年 8 月 24 日，公司就本次变更取得南京市人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862 号）。

2016 年 8 月 24 日，南京市工商行政管理局向孩子王换发了《营业执照》。本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	275,702,504	29.20
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.65
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.54
4	Coral Root Investment Ltd.	127,438,847	13.50
5	Fully Merit Limited	76,232,313	8.07
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.69
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.61
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	37,104,763	3.93
9	CHAN KOK CHOW	23,492,997	2.49
10	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.51
11	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.92
12	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.64
13	中国国际金融股份有限公司	500,000	0.05
14	天风证券股份有限公司	400,000	0.04
15	兴业证券股份有限公司	300,000	0.03
16	中信建投证券股份有限公司	300,000	0.03
17	东吴证券股份有限公司	280,000	0.03
18	信达证券股份有限公司	280,000	0.03
19	华融证券股份有限公司	200,000	0.02
合计		944,151,077	100.00

（9）2016 年 9 月，第四次增资

2016 年 8 月 31 日，孩子王召开股东大会，审议通过《关于公司增加注册资本的议案》，注册资本由 944,151,077 元增加至 969,579,282 元，新增注册资本 25,428,205 元。其中，由天津万达以 100,000,000 元人民币认购公司新增注册资本 9,514,051 元，其余 90,485,949 元计入公司资本公积；由 Starr International 以 25,000,000 美元等值人民币认购公司新增注册资本 15,914,154 元，其余 151,355,846 元计入公司资本公积。同日，公司与上述股东签署《股权投资协议》，股东大会同意就本次增资相关事宜修改公司章程。

2016 年 9 月 14 日，南京市商务局出具了《关于同意孩子王儿童用品股份有限公司增资及变更经营范围的批复》（宁商外资批[2016]第 354 号），同意孩子王前述变更。

2016 年 9 月 14 日，公司就本次变更取得南京市人民政府换发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2012]5862 号）。

本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	275,702,504	28.44
2	HCM KW (HK)Holdings Limited	138,356,508	14.27
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.18
4	Coral Root Investment Ltd	127,438,847	13.14
5	Fully Merit Limited	76,232,313	7.86
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.52
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.49
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	37,104,763	3.83
9	CHAN KOK CHOW	23,492,997	2.42
10	Starr International Investments HKV Limited	15,914,154	1.64
11	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.47
12	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.98
13	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.90
14	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.62
15	中国国际金融股份有限公司	500,000	0.05
16	天风证券股份有限公司	400,000	0.04
17	兴业证券股份有限公司	300,000	0.03
18	中信建投证券股份有限公司	300,000	0.03
19	东吴证券股份有限公司	280,000	0.03
20	信达证券股份有限公司	280,000	0.03
21	华融证券股份有限公司	200,000	0.02
合计		969,579,282	100.00

（10）2016 年 10 月，第五次增资

2016 年 10 月 10 日，孩子王召开股东大会，审议通过《关于公司增加注册

资本的议案》，注册资本由969,579,282元增加至979,093,333元，新增注册资本9,514,051元。其中，由华泰投资以99,700,897元人民币认购公司新增注册资本9,485,594元人民币，其余90,215,303元人民币计入公司资本公积；由南京道丰以299,103元人民币认购公司新增注册资本28,457元人民币，其余270,646元人民币计入公司资本公积。同日，公司与上述股东签署《股权投资协议》，增资价格为10.51元/股。

2016年10月11日，南京友诚联合会计师事务所（普通合伙）出具《验资报告》（宁友会验（2016）015号），审验截至2016年10月10日止，孩子王已收到股东缴纳的新增注册资本37,202,256元，以货币出资，变更后的实收资本为979,093,333元，占注册资本的100%。

2016年10月11日,公司取得了南京市工商行政管理局换发的《营业执照》。

2016年10月14日，南京市商务局出具了《外商投资企业变更备案回执》（宁商外资备201600002号），对公司本次增资予以备案。本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	275,702,504	28.16
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.13
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.06
4	Coral Root Investment Ltd	127,438,847	13.02
5	Fully Merit Limited	76,232,313	7.79
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.45
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.45
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	37,104,763	3.79
9	CHAN KOK CHOW	23,492,997	2.40
10	Starr International Investments HKV, Limited	15,914,154	1.63
11	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.46
12	天津万达稳融企业管理合伙企业(有限合伙)	9,514,051	0.97
13	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.97
14	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.89
15	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.61

16	中国国际金融股份有限公司	500,000	0.05
17	天风证券股份有限公司	400,000	0.04
18	兴业证券股份有限公司	300,000	0.03
19	中信建投证券股份有限公司	300,000	0.03
20	东吴证券股份有限公司	280,000	0.03
21	信达证券股份有限公司	280,000	0.03
22	华融证券股份有限公司	200,000	0.02
23	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.003
合计		979,093,333	100.00

（11）2016 年 12 月，在新三板挂牌

2016 年 7 月 1 日，公司召开了 2016 年第三次临时股东大会，审议通过《关于孩子王儿童用品股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的议案》、《关于公司股票挂牌后采取做市转让方式进行交易的议案》、《关于授权董事会全权办理公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的议案》。

2016 年 10 月 27 日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具了《关于同意孩子王儿童用品股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2016]7694 号），同意公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌，转让方式为做市转让。

2016 年 12 月 8 日，公司于股转系统信息披露平台发布《关于股票挂牌并采用做市转让方式的提示性公告》，公司股票于 2016 年 12 月 9 日起在全国股转系统挂牌并公开转让。公司证券简称为“孩子王”，证券代码为“839843”。

（12）2018 年 4 月，新三板摘牌

2018 年 3 月 14 日，公司召开了第一届董事会第十六次会议，审议并通过了《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》、《关于提请股东大会授权董事会办理申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌相关事宜的议案》、《关于申请公司股票终止挂牌对异议股东的保护措施的议案》等议案。

2018 年 3 月 29 日，公司召开了 2018 年第二次临时股东大会，审议通过上述议案，同意公司申请终止挂牌。

2018 年 4 月 19 日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具了《关于同意孩子王儿童用品股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2018]1450 号），同意公司股票自 2018 年 4 月 24 日起终止挂牌。

截止 2018 年 4 月 27 日，公司股东结构情况如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	275,702,504	28.1590
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Coral Root Investment Ltd.	127,438,847	13.0160
5	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.4491
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	37,104,763	3.7897
9	CHAN KOK CHOW	23,492,997	2.3995
10	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
11	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
12	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
13	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
14	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
15	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
16	中国国际金融股份有限公司	454,000	0.0464
17	徐琳	350,000	0.0357
18	兴业证券股份有限公司	265,000	0.0271
19	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
20	中信建投证券股份有限公司	232,000	0.0237
21	华融证券股份有限公司	205,000	0.0209
22	信达证券股份有限公司	194,000	0.0198
23	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
24	姚畅	41,000	0.0042

25	天风证券股份有限公司	33,000	0.0034
26	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
27	葛根贤	20,000	0.0020
28	徐杰	19,000	0.0019
29	范远龙	16,000	0.0016
30	张少发	13,000	0.0013
31	吴全泉	10,000	0.0010
32	陈焱辉	7,000	0.0007
33	仇丽华	6,000	0.0006
34	吴燕凌	5,000	0.0005
35	李健民	3,000	0.0003
36	韦联辉	2,000	0.0002
37	李亚	2,000	0.0002
38	谈巧云	2,000	0.0002
39	徐晗	1,000	0.0001
40	王云	1,000	0.0001
41	成宝莲	1,000	0.0001
42	李影	1,000	0.0001
43	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（13）2018 年 5 月，股份转让

2018 年 3 月，江苏博思达分别与华融证券、天风证券、信达证券、兴业证券、中金公司、中信建投、徐琳签署股权转让协议，具体情况如下：

转让方	受让方	转让价格（元）	转让数量（股）	价款金额（万元）
华融证券	江苏博思达	15.00	205,000	307.50
天风证券	江苏博思达	15.00	33,000	49.50
信达证券	江苏博思达	15.00	194,000	291.00
兴业证券	江苏博思达	15.00	265,000	397.50
中金公司	江苏博思达	15.00	454,000	681.00
中信建投	江苏博思达	15.00	232,000	348.00
徐琳	江苏博思达	16.72	350,000	585.20
合计			**1,733,000**	**2,659.70**

2018 年 5 月 23 日，公司出具了股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Coral Root Investment Ltd.	127,438,847	13.0160
5	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.4491
8	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	37,104,763	3.7897
9	CHAN KOK CHOW	23,492,997	2.3995
10	Starr International Investments HKV, Limited	15,914,154	1.6254
11	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
12	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
13	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
14	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
15	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
16	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
17	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
18	姚畅	41,000	0.0042
19	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
20	葛根贤	20,000	0.0020
21	徐杰	19,000	0.0019
22	范远龙	16,000	0.0016
23	张少发	13,000	0.0013
24	吴全泉	10,000	0.0010
25	陈焱辉	7,000	0.0007
26	仇丽华	6,000	0.0006
27	吴燕凌	5,000	0.0005
28	李健民	3,000	0.0003
29	韦联辉	2,000	0.0002
30	李亚	2,000	0.0002

31	谈巧云	2,000	0.0002
32	徐晗	1,000	0.0001
33	王云	1,000	0.0001
34	成宝莲	1,000	0.0001
35	李影	1,000	0.0001
36	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（14）2018 年 5 月，股份转让

2018 年 1 月至 3 月，Coral Root 与苏州子泉投资合伙企业（有限合伙）（后更名为南京子泉）先后签署了股权转让协议及补充协议，Coral Root 将其持有的孩子王 6,000 万股股份以 66,000 万元的价格转让给苏州子泉投资合伙企业（有限合伙），每股转让价格为 11 元。

2018 年 5 月 29 日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	60,000,000	6.1281
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.4491
9	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	37,104,763	3.7897
10	CHAN KOK CHOW	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
14	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
15	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
16	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132

17	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
18	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
19	姚畅	41,000	0.0042
20	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
21	葛根贤	20,000	0.0020
22	徐杰	19,000	0.0019
23	范远龙	16,000	0.0016
24	张少发	13,000	0.0013
25	吴全泉	10,000	0.0010
26	陈焱辉	7,000	0.0007
27	仇丽华	6,000	0.0006
28	吴燕凌	5,000	0.0005
29	李健民	3,000	0.0003
30	韦联辉	2,000	0.0002
31	李亚	2,000	0.0002
32	谈巧云	2,000	0.0002
33	徐晗	1,000	0.0001
34	王云	1,000	0.0001
35	成宝莲	1,000	0.0001
36	李影	1,000	0.0001
37	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（15）2018 年 9 月，股份转让

2018 年 9 月 14 日，CHAN KOK CHOW 与 Rich Sparkle 签署股份转让协议，CHAN KOK CHOW 将其持有的孩子王 23,492,997 股股份以 258,422,967 元的价格转让给 Rich Sparkle，每股转让价格为 11 元。

同日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW (HK)Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549

5	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
4	Coral Root Investment Ltd	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	60,000,000	6.1281
8	Amplewood Capital Partners(HK)Limited	43,561,320	4.4491
9	常州市金坛区宗浩企业管理咨询有限公司	37,104,763	3.7897
10	Rich Sparkle Investments Limited	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
14	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
15	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
16	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
17	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
18	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
19	姚畅	41,000	0.0042
20	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
21	葛根贤	20,000	0.0020
22	徐杰	19,000	0.0019
23	范远龙	16,000	0.0016
24	张少发	13,000	0.0013
25	吴全泉	10,000	0.0010
26	陈焱辉	7,000	0.0007
27	仇丽华	6,000	0.0006
28	吴燕凌	5,000	0.0005
29	李健民	3,000	0.0003
30	韦联辉	2,000	0.0002
31	李亚	2,000	0.0002
32	谈巧云	2,000	0.0002
33	徐晗	1,000	0.0001
34	王云	1,000	0.0001
35	成宝莲	1,000	0.0001
36	李影	1,000	0.0001
37	孙斌	1,000	0.0001

合计	979,093,333	100.00

（16）2018 年 11 月，股份转让

2018 年 10 月，金坛宗浩与三明泓仁签署股份转让协议，金坛宗浩将其持有的孩子王 37,104,763 股股份以 189,485,321.52 元的价格转让给三明泓仁，每股转让价格为 5.11 元。本次转让系同一自然人控制的不同主体间进行的转让。

2018 年 11 月 2 日，南京市江宁区行政审批局就前述股份转让向发行人核发了《外商投资企业变更备案回执》（宁江商外资备 201800116）。同日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	60,000,000	6.1281
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.4491
9	三明市沙县泓仁企业管理中心（普通合伙）	37,104,763	3.7897
10	Rich Sparkle Investments Limited	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
14	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
15	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
16	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
17	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
18	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
19	姚畅	41,000	0.0042
20	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
21	葛根贤	20,000	0.0020
22	徐杰	19,000	0.0019

23	范远龙	16,000	0.0016
24	张少发	13,000	0.0013
25	吴全泉	10,000	0.0010
26	陈焱辉	7,000	0.0007
27	仇丽华	6,000	0.0006
28	吴燕凌	5,000	0.0005
29	李健民	3,000	0.0003
30	韦联辉	2,000	0.0002
31	李亚	2,000	0.0002
32	谈巧云	2,000	0.0002
33	徐晗	1,000	0.0001
34	王云	1,000	0.0001
35	成宝莲	1,000	0.0001
36	李影	1,000	0.0001
37	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（17）2018 年 11 月，股份转让

2018 年 11 月 22 日，公司、三明泓仁、Tencent Mobility 及其他方共同签署了股份转让协议，三明泓仁将其持有的孩子王 29,372,800 股股份以 60,000.00 万元的等值美元转让给 Tencent Mobility，每股转让价格为 20.43 元。

2018 年 11 月 23 日，公司就上述转让事项取得南京市江宁区行政审批局出具的《外商投资企业变更备案回执》（宁江商外资备 201800122）。2018 年 12 月 12 日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW(HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541

7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	60,000,000	6.1281
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.4491
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	Rich Sparkle Investments Limited	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
14	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
15	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
16	三明市沙县泓仁企业管理中心（普通合伙）	7,731,963	0.7897
17	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
18	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
19	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
20	姚畅	41,000	0.0042
21	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
22	葛根贤	20,000	0.0020
23	徐杰	19,000	0.0019
24	范远龙	16,000	0.0016
25	张少发	13,000	0.0013
26	吴全泉	10,000	0.0010
27	陈焱辉	7,000	0.0007
28	仇丽华	6,000	0.0006
29	吴燕凌	5,000	0.0005
30	李健民	3,000	0.0003
31	韦联辉	2,000	0.0002
32	李亚	2,000	0.0002
33	谈巧云	2,000	0.0002
34	徐晗	1,000	0.0001
35	王云	1,000	0.0001
36	成宝莲	1,000	0.0001
37	李影	1,000	0.0001
38	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（18）2018 年 12 月，股份转让

2018 年 12 月，三明泓仁与许维宝签署了股份转让协议，三明泓仁将其持有的孩子王 7,731,963 股股份以 157,941,286 元的价格转让给许维宝，每股转让价格为 20.43 元。

2018 年 12 月 19 日，公司就上述转让事项取得南京市江宁区行政审批局出具的《外商投资企业变更备案回执》（宁江商外资备 201800133）。同日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW(HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	60,000,000	6.1281
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.4491
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	Rich Sparkle Investments Limited	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
14	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
15	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
16	许维宝	7,731,963	0.7897
17	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
18	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
19	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
20	姚畅	41,000	0.0042
21	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
22	葛根贤	20,000	0.0020
23	徐杰	19,000	0.0019
24	范远龙	16,000	0.0016
25	张少发	13,000	0.0013

26	吴全泉	10,000	0.0010
27	陈焱辉	7,000	0.0007
28	仇丽华	6,000	0.0006
29	吴燕凌	5,000	0.0005
30	李健民	3,000	0.0003
31	韦联辉	2,000	0.0002
32	李亚	2,000	0.0002
33	谈巧云	2,000	0.0002
34	徐晗	1,000	0.0001
35	王云	1,000	0.0001
36	成宝莲	1,000	0.0001
37	李影	1,000	0.0001
38	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（19）2019 年 5 月，股份转让

2019 年 4 月 8 日，许维宝与朱红艳签署了股份购买协议，许维宝将其持有的孩子王 7,731,963 股股份以 157,941,286 元的价格转让给朱红艳，每股转让价格为 20.43 元。

2019 年 5 月 16 日，公司就上述转让事项取得南京市江宁区行政审批局出具的《外商投资企业变更备案回执》（宁江商外资备 201900057）。同日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW(HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	60,000,000	6.1281
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.4491
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000

10	Rich Sparkle Investments Limited	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
14	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
15	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
16	朱红艳	7,731,963	0.7897
17	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
18	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
19	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
20	姚畅	41,000	0.0042
21	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
22	葛根贤	20,000	0.0020
23	徐杰	19,000	0.0019
24	范远龙	16,000	0.0016
25	张少发	13,000	0.0013
26	吴全泉	10,000	0.0010
27	陈焱辉	7,000	0.0007
28	仇丽华	6,000	0.0006
29	吴燕凌	5,000	0.0005
30	李健民	3,000	0.0003
31	韦联辉	2,000	0.0002
32	李亚	2,000	0.0002
33	谈巧云	2,000	0.0002
34	徐晗	1,000	0.0001
35	王云	1,000	0.0001
36	成宝莲	1,000	0.0001
37	李影	1,000	0.0001
38	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（20）2019 年 7 月，股份转让

2019 年 7 月，Rich Sparkle 与福建优车（后更名为福建大钲）签署了股份转让协议，Rich Sparkle 将其持有的孩子王 23,492,997 股股份以 479,961,928.71 元

的价格转让给福建优车，每股转让价格为 20.43 元。

2019 年 7 月 25 日，公司就上述转让事项取得南京市江宁区行政审批局出具的《外商投资企业变更备案回执》（宁江商外资备 201900082）。同日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW(HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	60,000,000	6.1281
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	43,561,320	4.4491
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	福建优车投资合伙企业（有限合伙）	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）	9,514,051	0.9717
14	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
15	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
16	朱红艳	7,731,963	0.7897
17	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
18	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
19	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
20	姚畅	41,000	0.0042
21	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
22	葛根贤	20,000	0.0020
23	徐杰	19,000	0.0019
24	范远龙	16,000	0.0016
25	张少发	13,000	0.0013
26	吴全泉	10,000	0.0010
27	陈焱辉	7,000	0.0007
28	仇丽华	6,000	0.0006

29	吴燕凌	5,000	0.0005
30	李健民	3,000	0.0003
31	韦联辉	2,000	0.0002
32	李亚	2,000	0.0002
33	谈巧云	2,000	0.0002
34	徐晗	1,000	0.0001
35	王云	1,000	0.0001
36	成宝莲	1,000	0.0001
37	李影	1,000	0.0001
38	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（21）2019 年 12 月，股份转让

2019 年 12 月 12 日，Amplewood Capital 与申创浦江、申创投资分别签署股份转让协议，将其持有的孩子王 5,445,165 股股份和 5,445,165 股股份以 100,997,883 元和 100,997,883 元的价格分别转让给申创浦江和申创投资。

2019 年 12 月 12 日，天津万达与申创浦江、申创投资分别签署股份转让协议，将其持有的孩子王 4,757,025 股股份和 4,757,026 股股份以 80,166,944 元和 80,166,944 元的价格分别转让给申创浦江和申创投资。

2019 年 12 月 12 日，南京子泉与申创浦江、申创投资分别签署股份转让协议，将其持有的孩子王 3,711,156 股股份和 3,711,155 股股份以 68,835,172 元和 68,835,172 元的价格分别转让给申创浦江和申创投资。

上述转让具体情况如下：

转让方	受让方	股份（股）	价格（元）	每股价格（元/股）
AmplewoodCapital	申创浦江	5,445,165	100,997,883	18.5482
	申创投资	5,445,165	100,997,883	18.5482
天津万达	申创浦江	4,757,025	80,166,944	16.8523
	申创投资	4,757,026	80,166,944	16.8523
南京子泉	申创浦江	3,711,156	68,835,172	18.5482
	申创投资	3,711,155	68,835,172	18.5482

2019 年 12 月 12 日，公司出具了变更后的股东名册。2019 年 12 月 13 日，

公司就上述转让事项取得南京市江宁区行政审批局出具的《外商投资企业变更备案回执》（宁江商外资备 201900145）。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd.	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	52,577,689	5.3700
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	32,670,990	3.3369
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	福建优车投资合伙企业	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	上海申创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
14	上海申创浦江股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
15	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
16	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
17	朱红艳	7,731,963	0.7897
18	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
19	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
20	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
21	姚畅	41,000	0.0042
22	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
23	葛根贤	20,000	0.0020
24	徐杰	19,000	0.0019
25	范远龙	16,000	0.0016
26	张少发	13,000	0.0013
27	吴全泉	10,000	0.0010
28	陈焱辉	7,000	0.0007
29	仇丽华	6,000	0.0006

30	吴燕凌	5,000	0.0005
31	李健民	3,000	0.0003
32	韦联辉	2,000	0.0002
33	李亚	2,000	0.0002
34	谈巧云	2,000	0.0002
35	徐晗	1,000	0.0001
36	王云	1,000	0.0001
37	成宝莲	1,000	0.0001
38	李影	1,000	0.0001
39	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（22）2020 年 1 月，股份转让

2019 年 12 月 30 日，南京子泉与瑞华投资签署股份转让协议，南京子泉将其持有的孩子王 5,153,125 股股份以 99,999,997.81 元的价格转让给瑞华投资，每股转让价格为 19.41 元。2020 年 1 月 8 日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd.	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	47,424,564	4.8437
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	32,670,990	3.3369
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	福建优车投资合伙企业	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	上海申创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
14	上海申创浦江股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210

15	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
16	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	8,715,633	0.8902
17	朱红艳	7,731,963	0.7897
18	上海景林景途投资中心（有限合伙）	6,004,237	0.6132
19	苏州瑞华投资合伙企业（有限合伙）	5,153,125	0.5263
20	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
21	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
22	姚畅	41,000	0.0042
23	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
24	葛根贤	20,000	0.0020
25	徐杰	19,000	0.0019
26	范远龙	16,000	0.0016
27	张少发	13,000	0.0013
28	吴全泉	10,000	0.0010
29	陈焱辉	7,000	0.0007
30	仇丽华	6,000	0.0006
31	吴燕凌	5,000	0.0005
32	李健民	3,000	0.0003
33	韦联辉	2,000	0.0002
34	李亚	2,000	0.0002
35	谈巧云	2,000	0.0002
36	徐晗	1,000	0.0001
37	王云	1,000	0.0001
38	成宝莲	1,000	0.0001
39	李影	1,000	0.0001
40	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（23）2020 年 4 月，股份转让

2020 年 3 月 27 日，景林景麒、景林景途与中金盈润签署股份转让协议，景林景麒、景林景途分别将其持有的孩子王 3,312,692 股股份、2,282,127 股股份以合计 10,000 万元的价格转让给中金盈润，每股转让价格为 17.87 元。2020 年 4 月 2 日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司股权结构如

下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,435,504	28.3360
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd.	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	47,424,564	4.8437
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	32,670,990	3.3369
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	福建优车投资合伙企业	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	上海申创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
14	上海申创浦江股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
15	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
16	朱红艳	7,731,963	0.7897
17	厦门中金盈润股权投资基金合伙企业（有限合伙）	5,594,819	0.5714
18	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	5,402,941	0.5518
19	苏州瑞华投资合伙企业（有限合伙）	5,153,125	0.5263
20	上海景林景途投资中心（有限合伙）	3,722,110	0.3802
21	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
22	宜兴盈诚嘉业物资有限公司	128,000	0.0131
23	姚畅	41,000	0.0042
24	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
25	葛根贤	20,000	0.0020
26	徐杰	19,000	0.0019
27	范远龙	16,000	0.0016
28	张少发	13,000	0.0013
29	吴全泉	10,000	0.0010
30	陈焱辉	7,000	0.0007
31	仇丽华	6,000	0.0006

32	吴燕凌	5,000	0.0005
33	李健民	3,000	0.0003
34	韦联辉	2,000	0.0002
35	李亚	2,000	0.0002
36	谈巧云	2,000	0.0002
37	徐晗	1,000	0.0001
38	王云	1,000	0.0001
39	成宝莲	1,000	0.0001
40	李影	1,000	0.0001
41	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（24）2020 年 4 月，股份转让

2020 年 4 月 27 日，宜兴盈诚和江苏博思达签署股份转让协议，宜兴盈诚将其持有的孩子王 128,000 股股份以 242 万元的价格转让给江苏博思达，每股转让价格为 18.91 元。2020 年 4 月 29 日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,563,504	28.3490
2	HCM KW (HK) Holdings Limited	138,356,508	14.1311
3	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd.	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	47,424,564	4.8437
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	32,670,990	3.3369
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	福建优车投资合伙企业	23,492,997	2.3995
11	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
12	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
13	上海申创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
14	上海申创浦江股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210

15	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
16	朱红艳	7,731,963	0.7897
17	厦门中金盈润股权投资基金合伙企业（有限合伙）	5,594,819	0.5714
18	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	5,402,941	0.5518
19	苏州瑞华投资合伙企业（有限合伙）	5,153,125	0.5263
20	上海景林景途投资中心（有限合伙）	3,722,110	0.3802
21	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
22	姚畅	41,000	0.0042
23	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
24	葛根贤	20,000	0.0020
25	徐杰	19,000	0.0019
26	范远龙	16,000	0.0016
27	张少发	13,000	0.0013
28	吴全泉	10,000	0.0010
29	陈焱辉	7,000	0.0007
30	仇丽华	6,000	0.0006
31	吴燕凌	5,000	0.0005
32	李健民	3,000	0.0003
33	韦联辉	2,000	0.0002
34	李亚	2,000	0.0002
35	谈巧云	2,000	0.0002
36	徐晗	1,000	0.0001
37	王云	1,000	0.0001
38	成宝莲	1,000	0.0001
39	李影	1,000	0.0001
40	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（25）2020 年 5 月，股份转让

2020 年 4 月 2 日，HCM KW 与宁波泓硕签署了股份转让协议，HCM KW 将其持有的孩子王 16,046,252 股股份以 29,500 万元的价格转让给宁波泓硕，每股转让价格为 18.38 元。2020 年 5 月 8 日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,563,504	28.3490
2	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
3	HCM KW (HK) Holdings Limited	122,310,256	12.4922
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd.	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	63,191,410	6.4541
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	47,424,564	4.8437
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	32,670,990	3.3369
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	福建优车投资合伙企业	23,492,997	2.3995
11	宁波梅山保税港区泓硕股权投资合伙企业（有限合伙）	16,046,252	1.6389
12	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
13	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
14	上海申创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
15	上海申创浦江股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
16	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
17	朱红艳	7,731,963	0.7897
18	厦门中金盈润股权投资基金合伙企业（有限合伙）	5,594,819	0.5714
19	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	5,402,941	0.5518
20	苏州瑞华投资合伙企业（有限合伙）	5,153,125	0.5263
21	上海景林景途投资中心（有限合伙）	3,722,110	0.3802
22	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
23	姚畅	41,000	0.0042
24	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
25	葛根贤	20,000	0.0020
26	徐杰	19,000	0.0019
27	范远龙	16,000	0.0016
28	张少发	13,000	0.0013
29	吴全泉	10,000	0.0010
30	陈焱辉	7,000	0.0007
31	仇丽华	6,000	0.0006
32	吴燕凌	5,000	0.0005

33	李健民	3,000	0.0003
34	韦联辉	2,000	0.0002
35	李亚	2,000	0.0002
36	谈巧云	2,000	0.0002
37	徐晗	1,000	0.0001
38	王云	1,000	0.0001
39	成宝莲	1,000	0.0001
40	李影	1,000	0.0001
41	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

（26）2020 年 6 月，股份转让

2020 年 5 月 20 日，南京维盈与 Jacky Jiang 签署了股份转让协议，南京维盈将其持有的孩子王 2,719,756 股股份以 5,000 万元的价格转让给 Jacky Jiang，每股转让价格为 18.38 元。2020 年 6 月 19 日，公司出具了变更后的股东名册。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	江苏博思达企业信息咨询有限公司	277,563,504	28.3490
2	南京千秒诺企业管理中心（有限合伙）	127,819,468	13.0549
3	HCM KW (HK) Holdings Limited	122,310,256	12.4922
4	Fully Merit Limited	76,232,313	7.7860
5	Coral Root Investment Ltd.	67,438,847	6.8879
6	南京维盈企业管理中心（有限合伙）	60,471,654	6.1763
7	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）	47,424,564	4.8437
8	Amplewood Capital Partners (HK) Limited	32,670,990	3.3369
9	Tencent Mobility Limited	29,372,800	3.0000
10	福建优车投资合伙企业	23,492,997	2.3995
11	宁波梅山保税港区泓硕股权投资合伙企业（有限合伙）	16,046,252	1.6389
12	Starr International Investments HKV,Limited	15,914,154	1.6254
13	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）	14,271,077	1.4576
14	上海申创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210
15	上海申创浦江股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13,913,346	1.4210

16	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）	9,485,594	0.9688
17	朱红艳	7,731,963	0.7897
18	厦门中金盈润股权投资基金合伙企业（有限合伙）	5,594,819	0.5714
19	上海景林景麒投资中心（有限合伙）	5,402,941	0.5518
20	苏州瑞华投资合伙企业（有限合伙）	5,153,125	0.5263
21	上海景林景途投资中心（有限合伙）	3,722,110	0.3802
22	Jacky Jiang	2,719,756	0.2778
23	东吴证券股份有限公司	248,000	0.0253
24	姚畅	41,000	0.0042
25	南京道丰投资管理中心（普通合伙）	28,457	0.0029
26	葛根贤	20,000	0.0020
27	徐杰	19,000	0.0019
28	范远龙	16,000	0.0016
29	张少发	13,000	0.0013
30	吴全泉	10,000	0.0010
31	陈焱辉	7,000	0.0007
32	仇丽华	6,000	0.0006
33	吴燕凌	5,000	0.0005
34	李健民	3,000	0.0003
35	韦联辉	2,000	0.0002
36	李亚	2,000	0.0002
37	谈巧云	2,000	0.0002
38	徐晗	1,000	0.0001
39	王云	1,000	0.0001
40	成宝莲	1,000	0.0001
41	李影	1,000	0.0001
42	孙斌	1,000	0.0001
合计		**979,093,333**	**100.00**

自本次变更后，截至本回复出具日，公司股权结构未发生变动。

2、历次股权变动原因、出资来源及合法性、定价依据、涉及的股东情况（除挂牌期间变动股东）

序号	时间	股权变动情况	变动原因	整体估值	定价依据	出资来源	新增股东	基本情况
1	2016 年 3 月	孩子王香港将其持有的孩子王有限 100%股权转让给江苏博思达、南京千秒诺、南京维盈、CHAN KOK CHOW、景林景麒、HCM KW、Coral Root、Fully Merit、Amplewood Capital、景林景途及金坛宗浩	拆除境外红筹架构，将孩子王开曼的股权架构经过调整转移至孩子王有限层面	100,010 万元	根据评估值作价	自有资金、自筹资金或债权债务抵消	江苏博思达、南京千秒诺、南京维盈、CHAN KOK CHOW、景林景麒、HCM KW、Coral Root、Fully Merit、Amplewood Capital、景林景途及金坛宗浩	参见本题（二）/2、11 名受让股东的基本情况，机构股东的股权结构，实际控制人，与发行人、控股股东、实际控制人是否存在关联关系；
2	2016 年 7 月	祺驰投资以 15,000 万元认购公司 1,427.11 万股股份	投资人基于商业判断认购新增股本	990,000 万元	综合考虑了发行人所处行业的发展前景、公司未来成长性及盈利能力、同行业整体估值情况、公司历次股权转让价格等多种因素，经各方协商确定	自有资金或自筹资金	祺驰投资	参见下文内容
3	2016 年 8 月	公司引入做市商中金公司、天风证券、兴业证券、中信建投、东吴证券、信达证券、华融证券	新三板挂牌，引入做市商	992,303 万元		自有资金或自筹资金	做市商（东吴证券仍为公司股东）、自然人股东	参见下文内容
4	2016 年 9 月	天津万达以 10,000 万元人民币认购公司新增注册资本 951.41 万元；Starr International Investments 以 2,500 万美元等值人民币认购公司新增注册资本 1,591.42 万元	投资人基于商业判断认购新增股本	1,019,102 万元		自有资金或自筹资金	天津万达、Starr International Investments	参见下文内容
5	2016 年 10 月	华泰投资以 9,970.09 万元人民币认购公司新增注册资本 948.56 万元；南京道丰以 29.91 万元人民币认购公司新增注册资本 2.85 万元	投资人基于商业判断认购新增股本	1,029,102 万元		自有资金或自筹资金	华泰投资、南京道丰	参见下文内容
6	2018 年 5	公司控股股东江苏博思达回购新三	新三板摘牌后进行	新三板做市	根据新三板摘牌时	自有资金或	-	-

	月	板做市商及自然人股东徐琳的股份合计 173.30 万股	的股份回购	商：1,502,651 万元；徐琳：1,637,044 万元	的交易价格，经各方协商确定	自筹资金		
7	2018 年 5 月	Coral Root 将其持有的公司 6,000 万股股份转让给苏州子泉（后更名为南京子泉）	各方基于商业判断进行的转让	1,077,003 万元	综合考虑了发行人所处行业的发展前景、公司未来成长性及盈利能力、同行业整体估值情况、公司历次股权转让价格等多种因素，经双方协商确定	自有资金或自筹资金	南京子泉	参见下文内容
8	2018 年 9 月	Chan Kok Chow 将其持有的公司 23,492,997 股股份转让给 Rich Sparkle	同一控制下股份调整	1,077,003 万元	参考前次转让价格	自有资金或自筹资金	Rich Sparkle	参见下文内容
9	2018 年 11 月	金坛宗浩将其持有的公司 37,104,763 股股份转让给三明泓仁		500,000 万元	参考发行人评估值确定	自有资金或自筹资金	三明泓仁	参见下文内容
10	2018 年 11 月	三明泓仁将其持有的公司 29,372,800 股股份转让给 Tencent Mobility	各方基于商业判断进行的转让	2,000,000 万元	综合考虑了发行人所处行业的发展前景、公司未来成长性及盈利能力、同行业整体估值情况、公司历次股权转让价格等多种因素，经各方协商确定	自有资金或自筹资金	Tencent Mobility	参见本题（三）/1、Tencent Mobility
11	2018 年 12 月	三明泓仁将其持有的公司 7,731,963 股股份转让给许维宝		2,000,000 万元		自有资金或自筹资金	许维宝	参见下文内容
12	2019 年 5 月	许维宝将其持有的孩子王 7,731,963 股股份转让给朱红艳		2,000,000 万元		自有资金或自筹资金	朱红艳	参见下文内容
13	2019 年 7 月	Rich Sparkle 将其持有的公司 23,492,997 股股份转让给福建优车		2,000,000 万元		自有资金或自筹资金	福建大钲	参见本题（三）/2、福建大钲
14	2019 年	Amplewood Capital、天津万达、南京		1,759,270 万元		自有资金或	申创浦江、申创投资	参见下文内容

	12 月	子泉将其持有的公司股份转让给申创浦江、申创投资，合计转让 27,826,692 股股份				自筹资金		
15	2020 年 1 月	南京子泉将其持有的公司 5,153,125 股股份转让给瑞华投资		1,899,999 万元		自有资金或自筹资金	瑞华投资	参见下文内容
16	2020 年 4 月	景林景麒、景林景途分别将其持有的公司 3,312,692 股股份、2,282,127 股股份转让给中金盈润		1,750,000 万元		自有资金或自筹资金	中金盈润	参见下文内容
17	2020 年 4 月	宜兴盈诚嘉业物资有限公司将其持有的公司 128,000 股股份转让给江苏博思达		1,851,098 万元		自有资金或自筹资金	-	-
18	2020 年 5 月	HCM HK 将其持有的公司 16,046,252 股股份转让给宁波泓硕		1,800,000 万元		自有资金或自筹资金	宁波泓硕	参见下文内容
19	2020 年 6 月	南京维盈将其持有的公司 2,719,756 股股份转让给 Jacky Jiang		1,800,000 万元		自有资金或自筹资金	Jacky Jiang	参见下文内容

发行人历次股权变动的资金来源为股东自有或自筹资金，资金来源合法；定价参考发行人的估值情况经各方协商一致确定，具有公允性。

（1）祺驰投资

截至本回复出具日，祺驰投资的基本情况如下：

企业名称	祺驰（上海）投资中心（有限合伙）
成立日期	2016 年 3 月 29 日
企业类型	有限合伙企业
认缴出资额	15,370 万元
执行事务合伙人	中金祺德（上海）股权投资管理有限公司（委派代表：单俊葆）
统一社会信用代码	91310115MA1K39LL3T
住所	中国（上海）自由贸易试验区张杨路 828-838 号 26 楼
经营范围	实业投资，投资管理，资产管理，投资咨询。

截至本回复出具日，祺驰投资的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
1	中金祺德（上海）股权投资管理有限公司	普通合伙人	100.00	0.65%
2	宁波中金祺兴股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	13,781.33	89.66%
3	共青城妙音天投资管理合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	1,488.67	9.69%
合计			15,370.00	100.00%

根据祺驰投资的书面确认，截至本回复出具日，祺驰投资无实际控制人。

（2）东吴证券

截至本回复出具日，东吴证券的基本情况如下：

公司名称	东吴证券股份有限公司
企业类型	股份有限公司（上市）
法定代表人	范力
注册资本	388,051.8908 万元
成立日期	1993 年 4 月 10 日
住所	苏州工业园区星阳街 5 号
经营范围	证券经纪；证券投资咨询；与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问；证券承销与保荐；证券自营；证券资产管理；证券投资基金代销；为期货公司提供中间介绍业务；融资融券业务；代销金融产品业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至 2020 年 6 月末，东吴证券的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	出资比例

1	苏州国际发展集团有限公司	91,722.08	23.64%
2	中新苏州工业园区投资管理有限公司	13,000.00	3.35%
3	张家港市直属公有资产经营有限公司	13,000.00	3.35%
4	中国证券金融股份有限公司	11,427.38	2.94%
5	苏州物资控股（集团）有限责任公司	9,100.00	2.35%
6	苏州高新国有资产经营管理集团有限公司	9,100.00	2.35%
7	苏州营财投资集团有限公司	8,395.21	2.16%
8	苏州工业园区国有资产控股发展有限公司	8,038.26	2.07%
9	苏州信托有限公司	6,905.60	1.78%
10	香港中央结算有限公司	6,229.04	1.61%
11	其他股东	211,134.31	54.41%
合计		388,051.89	100.00%

截至本回复出具日，东吴证券为上海证券交易所主板上市公司，根据其公开披露的信息，东吴证券的实际控制人为苏州市国有资产监督管理委员会。

（3）天津万达

截至本回复出具日，天津万达已退出发行人，天津万达的基本情况如下：

企业名称	天津万达稳融企业管理合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 6 月 7 日
企业类型	有限合伙企业
认缴出资额	10,194 万元
执行事务合伙人	天津万汇广利投资有限公司（委派代表：董建岳）
统一社会信用代码	91120116MA05K23R6W
住所	天津生态城动漫中路 126 号动漫大厦 C 区二层 209（TG 第 75 号）
经营范围	企业管理服务。

截至本回复出具日，天津万达的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
1	天津万汇广利投资有限公司	普通合伙人	100.00	0.98%
2	天津万达投资管理有限公司	有限合伙人	5,830.00	57.19%
3	广东中油洁能投资有限公司	有限合伙人	1,000.00	9.81%
4	广州华盛领航投资管理有限公司	有限合伙人	940.00	9.22%
5	陆炘如	有限合伙人	700.00	6.87%
6	蒋卫军	有限合伙人	300.00	2.94%
7	王思锐	有限合伙人	208.00	2.04%
8	王胜华	有限合伙人	200.00	1.96%
9	曾顺英	有限合伙人	200.00	1.96%
10	陈震	有限合伙人	104.00	1.02%
11	何佳青	有限合伙人	104.00	1.02%
12	李进岭	有限合伙人	104.00	1.02%

13	徐鸿清	有限合伙人	104.00	1.02%
14	张晶晶	有限合伙人	100.00	0.98%
15	董胜利	有限合伙人	100.00	0.98%
16	李莲芳	有限合伙人	100.00	0.98%
合计			**10,194.00**	**100.00%**

根据天津万达的书面确认，截至本回复出具日，天津万达的实际控制人为王健林。

（4）Starr Internatioanl Investments

根据缪氏律师事务所出具的法律意见书、Starr International 的注册文件，截至本回复出具日， Starr International 的基本情况如下：

公司名称	Starr International Investments HK V, Limited
注册编号	2310228
注册地址	Unit 1901, 19/F., Central Plaza, 18 Harbour Road, Wanchai, HK
已发行股份	1 股
成立日期	2015 年 11 月 20 日

截至本回复出具日，Starr International 的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例
1	Starr International Company, Inc.	1.00	100.00%
合计		1.00	100.00%

根据 Starr International 的书面确认，截至本回复出具日， Starr International Investments 无实际控制人。

（5）华泰投资

截至本回复出具日，华泰投资的基本情况如下：

企业名称	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）
成立日期	2015 年 12 月 30 日
企业类型	有限合伙企业
认缴出资额	50,005.00 万元
执行事务合伙人	华泰紫金投资有限责任公司（委派代表：陈刚）
统一社会信用代码	91320191MA1MDPLH0C
住所	南京市江北新区星火路 11 号动漫大厦 B 座 2 楼 201 室

经营范围	互联网产业投资；从事非证券类股权投资及相关咨询服务。

截至本回复出具日，华泰投资的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
1	华泰紫金投资有限责任公司	普通合伙人	2.00	0.004%
2	南京致远股权投资合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	3.00	0.006%
3	招商财富资产管理有限公司	有限合伙人	30,000.00	59.994%
4	江苏工业和信息产业投资基金(有限合伙）	有限合伙人	20,000.00	39.996%
合计			50,005.00	100.00%

根据华泰投资的书面确认，截至本回复出具日，华泰投资的实际控制人为江苏省国资委。

（6）南京道丰

截至本回复出具日，南京道丰的基本情况如下：

企业名称	南京道丰投资管理中心（普通合伙）
成立日期	2015 年 12 月 25 日
企业类型	普通合伙企业
认缴出资额	1,154.438763 万元
执行事务合伙人	陈刚
统一社会信用代码	91320106MA1MDBK589
住所	南京市鼓楼区迴龙桥 15-1 号
经营范围	投资管理，投资信息咨询（不得以公开方式募集资金，不得公开交易证券类产品和金融衍生品，不得发放贷款，不得向所投资企业以外的其他企业提供担保，不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益）。

截至本回复出具日，南京道丰的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
1	陈刚	普通合伙人	263.32	22.81%
2	贾红刚	普通合伙人	193.07	16.72%
3	马仁敏	普通合伙人	87.99	7.62%
4	郑强	普通合伙人	21.71	1.88%
5	张琛	普通合伙人	86.87	7.52%
6	赵耿龙	普通合伙人	75.96	6.58%
7	周明	普通合伙人	6.71	0.58%
8	何晖	普通合伙人	54.56	4.73%
9	陈淼	普通合伙人	5.27	0.46%
10	俞克	普通合伙人	11.03	0.96%

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
11	张薇	普通合伙人	98.55	8.54%
12	邓磊	普通合伙人	20.40	1.77%
13	陆殷华	普通合伙人	48.09	4.17%
14	方略	普通合伙人	24.84	2.15%
15	邱莹莹	普通合伙人	34.59	3.00%
16	沈晓磊	普通合伙人	87.00	7.54%
17	殷晓磊	普通合伙人	34.48	2.99%
合计			1,154.44	100.00%

根据南京道丰的书面确认，截至本回复出具日，南京道丰无实际控制人。

（7）南京子泉

截至本回复出具日，南京子泉持有公司 4.84%的股份，南京子泉持的基本情况如下：

企业名称	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）
出资额	52,167.011 万元人民币
成立日期	2018 年 1 月 3 日
住所	南京麒麟高新技术产业开发区运粮河东路 701 号
执行事务合伙人	南京景辉股权投资管理有限公司（委派代表：尹剑）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320594MA1UUAR84R
经营范围	实业投资、创业投资。

截至本回复出具日，南京子泉的出资结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	江苏聿泉新兴产业发展基金（有限合伙）	有限合伙人	50,000.000	95.85
2	中国银泰投资有限公司	有限合伙人	866.800	1.66
3	江苏鱼跃科技发展有限公司	有限合伙人	650.100	1.25
4	安远富瑞咨询管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	650.100	1.25
5	南京景辉股权投资管理有限公司	普通合伙人	0.011	0.00002
合计			**52,167.011**	**100.00**

根据南京子泉的书面确认，截至本回复出具日，南京子泉的实际控制人为尹剑。

（8）Rich Sparkle

截至本回复出具日，Rich Sparkle 已退出发行人，根据 Rich Sparkle 的注册文件及其书面确认，其基本情况如下：

公司名称	Rich Sparkle Investment Limited
注册编号	1581080
注册地址	16 Jalan Bu 1/14, Bandar Utama, 47800 Petaling Jaya, Malaysia
已发行股份	100 股
成立日期	2010 年 4 月 16 日

截至本回复出具日，Rich Sparkle 的股权结构如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例
1	CHAN KOK CHOW	100.00	100.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

根据 Rich Sparkle 的书面确认，截至本回复出具日，Rich Sparkle 的实际控制人为 CHAN KOK CHOW。

（9）三明泓仁

三明泓仁已于 2019 年 2 月注销，其注销前的基本情况如下：

企业名称	三明市沙县泓仁企业管理中心（普通合伙）
出资额	1,000 万元人民币
成立日期	2016 年 11 月 7 日
住所	福建省沙县广场西路 27 号工业大楼 5 楼
执行事务合伙人	宗军
企业类型	普通合伙企业
统一社会信用代码	91350111MA2XQYFY9C
经营范围	企业管理咨询服务；市场调查；财务信息咨询服务；营销策划服务；房产居间服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
出资结构	宗军出资 99%、徐琳出资 1%

根据宗军的书面确认，截至三明泓仁注销前，三明泓仁的实际控制人为宗军。

（10）申创浦江

截至本回复出具日，申创浦江的基本情况如下：

企业名称	上海申创浦江股权投资基金合伙企业（有限合伙）

成立日期	2018 年 9 月 27 日
企业类型	有限合伙企业
认缴出资额	372,500 万元人民币
执行事务合伙人	上海申创浦江股权投资管理中心（有限合伙）（委派代表：安红军）
统一社会信用代码	91310000MA1FL5WY2Y
住所	上海市闵行区浦星公路 789 号 11 号 2 层 210-2 室
经营范围	股权投资，股权投资管理。

截至本回复出具日，申创浦江的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
1	上海申创浦江股权投资管理中心（有限合伙）	普通合伙人	2,500.00	0.67%
2	上海适达投资管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	13.42%
3	万林国际控股有限公司	有限合伙人	50,000.00	13.42%
4	上海筑员资产管理有限责任公司	有限合伙人	50,000.00	13.42%
5	盐城东方投资开发集团有限公司	有限合伙人	50,000.00	13.42%
6	宁波梅山保税港区长甲宏泰投资中心（有限合伙）	有限合伙人	50,000.00	13.42%
7	江苏新扬子造船有限公司	有限合伙人	50,000.00	13.42%
8	上海临港经济发展集团投资管理有限公司	有限合伙人	25,000.00	6.71%
9	上海漕河泾开发区经济技术发展有限公司	有限合伙人	25,000.00	6.71%
10	安徽新华投资集团有限公司	有限合伙人	20,000.00	5.37%
合计			**372,500.00**	**100.00%**

根据申创浦江的书面确认，截至本回复出具日，申创浦江无实际控制人。

（11）申创投资

截至本回复出具日，申创投资的基本情况如下：

企业名称	上海申创股权投资基金合伙企业（有限合伙）
成立日期	2018 年 2 月 12 日
企业类型	有限合伙企业
认缴出资额	340,000 万元
执行事务合伙人	上海申创股权投资管理中心（有限合伙）（委派代表：安红军）
统一社会信用代码	91310000MA1FL54N4L
住所	上海市宝山区一二八纪念路 968 号 1617 室
经营范围	股权投资，股权投资管理。

截至本回复出具日，申创投资的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	持股比例
1	上海申创股权投资管理中心（有限合伙）	普通合伙人	1,000.00	0.29%
2	天津渤海国有资产经营管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	14.71%
3	上海建工集团投资有限公司	有限合伙人	50,000.00	14.71%
4	上海临港经济发展集团资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	14.71%
5	上海临港经济发展集团投资管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	14.71%
6	安徽省铁路发展基金股份有限公司	有限合伙人	50,000.00	14.71%
7	上海电气（集团）总公司	有限合伙人	50,000.00	14.71%
8	盐城世纪新城资产管理有限公司	有限合伙人	25,000.00	7.35%
9	珠海发展投资基金（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	2.94%
10	上海上汽中原股权投资合伙企业(有限合伙）	有限合伙人	4,000.00	1.18%
合计			**340,000.00**	**100.00%**

根据申创投资的书面确认，截至本回复出具日，申创投资无实际控制人。

（12）瑞华投资

截至本回复出具日，瑞华投资的基本情况如下：

企业名称	苏州瑞华投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2015 年 7 月 6 日
公司类型	有限合伙企业
认缴出资额	100,000 万元
执行事务合伙人	江苏瑞华创业投资管理有限公司（委派代表：郭顺根）
统一社会信用代码	91320500346172627A
住所	苏州高新区科灵路 37 号 1 幢
经营范围	创业投资；代理其他创业投资企业、机构或个人的创业投资业务;创业投资管理、咨询服务。(不得以公开方式募集资金)。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)

截至本回复出具日，瑞华投资的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
1	江苏瑞华创业投资管理有限公司	普通合伙	1,000.00	1.00%
2	西藏瑞华资本管理有限公司	有限合伙	40,000.00	40.00%
3	国家科技风险开发事业中心	有限合伙	30,000.00	30.00%

4	江苏华昌化工股份有限公司	有限合伙	10,000.00	10.00%
5	苏州高新创业投资集团有限公司	有限合伙	10,000.00	10.00%
6	银河电子集团投资有限公司	有限合伙	9,000.00	9.00%
合计		-	**100,000.00**	**100.00%**

根据瑞华投资的书面确认，截至本回复出具日，瑞华投资的实际控制人为张建斌。

（13）中金盈润

截至本回复出具日，中金盈润的基本情况如下：

企业名称	厦门中金盈润股权投资基金合伙企业（有限合伙）
成立日期	2019 年 3 月 19 日
公司类型	有限合伙企业
认缴出资额	306,300 万元人民币
执行事务合伙人	中金资本运营有限公司（委派代表：牛学智）
统一社会信用代码	91350206MA32KE2A6Q
住所	厦门市湖里区金山街道云顶北路 16 号 308 单元 A398
经营范围	在法律法规许可的范围内，运用本基金资产对未上市企业或股权投资企业进行投资；受托管理股权投资基金，提供相关咨询服务；对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；投资管理（法律、法规另有规定除外）。

截至本回复出具日，中金盈润的出资人及出资比例情况如下：

序号	**合伙人名称**	**合伙人类型**	**认缴出资额（万元）**	**出资比例**
1	中金资本运营有限公司	普通合伙	6,000.00	1.96%
2	山东铁路发展基金有限公司	有限合伙	300,000.00	97.94%
3	许中超	有限合伙	300.00	0.10%
合计			**306,300.00**	**100.00%**

根据中金盈润的书面确认，截至本回复出具日，中金盈润无实际控制人。

（14）宁波泓硕

截至本回复出具日，宁波泓硕的基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区泓硕股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 3 月 30 日
公司类型	有限合伙企业
认缴出资额	29,600 万元

执行事务合伙人	仲金甲子（北京）投资有限公司（原名为中金甲子（北京）投资有限公司）（委派代表：梁国忠）
统一社会信用代码	91330206MA28YN0N4K
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C0562
经营范围	股权投资及相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）

截至本回复出具日，宁波泓硕的出资人及出资比例情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
1	仲金甲子（北京）投资有限公司	普通合伙	100.00	0.34%
2	北京金融街熙诚股权投资基金（有限合伙）	有限合伙	29,500.00	99.66%
合计		**-**	**29,600.00**	**100.00%**

根据宁波泓硕的书面确认，截至本回复出具日，宁波泓硕无实际控制人。

（15）其他自然人股东

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例（%）	住址	身份证/护照号
1	朱红艳	7,731,963	0.7897	北京市密云县****	2326021969********
2	Jacky Jiang	2,719,756	0.2778	澳大利亚国籍	PA839****
3	姚畅	41,000	0.0042	江苏省南京市玄武区****	3201021980********
4	葛根贤	20,000	0.002	浙江省杭州市下城区****	3301031962********
5	徐杰	19,000	0.0019	广东省深圳市福田区****	3202191983********
6	范远龙	16,000	0.0016	上海市浦东新区****	3604211984********
7	张少发	13,000	0.0013	安徽省合肥市庐江县****	3426221985********
8	吴全泉	10,000	0.001	浙江省嘉兴市南湖区****	3304021959********
9	陈焱辉	7,000	0.0007	福建省厦门市思明区****	3505241986********
10	仇丽华	6,000	0.0006	浙江省杭州市西湖区****	3702851978********
11	吴燕凌	5,000	0.0005	湖南省长沙市天心区****	4304821984********
12	李健民	3,000	0.0003	江苏省常州市武进区****	4419001974********
13	韦联辉	2,000	0.0002	广东省广州市白云区****	4401111970********
14	李亚	2,000	0.0002	江苏省南京市鼓楼区****	3206231975********
15	谈巧云	2,000	0.0002	江苏省扬州市邗江区****	3210271964********
16	徐晗	1,000	0.0001	上海市浦东新区****	2308271968********
17	王云	1,000	0.0001	江苏省苏州市平江区****	3205021963********
18	成宝莲	1,000	0.0001	陕西省西安市雁塔区****	6101131948********
19	李影	1,000	0.0001	安徽省阜阳市太和县****	3412221972********
20	孙斌	1,000	0.0001	上海市宝山区****	3101061982********
21	许维保（已退出）	-	-	江苏省南京市玄武区****	3210841962********
22	徐琳（已退	-	-	江苏省南京市玄武区****	3202111983********

	出）				

上述股东中，除宗军、徐琳及宗军控制的企业金坛宗浩、三明泓仁与汪建国之间存在关联关系外，其他股东与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员及发行人报告期内主要客户、供应商之间不存在关联关系。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人自设立以来的全套工商档案资料、历次股权（份）转让协议、历次出资凭证及验资报告、外商投资企业变更备案回执等审批文件、内部决策文件等资料；

2、就发行人的主营业务情况访谈发行人管理层，查阅发行人设立时适用的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》、《外商投资产业指导目录（2011 年修订）》，核查发行人是否属于限制外商投资或独资设立企业的行业；

3、查阅发行人历次股权变动涉及的股东名册，取得股东基本情况调查表，查阅相关股东的工商档案资料，并通过国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）进行核查；

4、对发行人历次股权变动涉及的股东进行访谈，了解其入股/退出的背景及原因，定价依据，出资来源，与发行人、控股股东、实际控制人、主要客户、供应商是否存在关联关系，是否存在代持或其他安排，并取得相关书面确认；

5、查阅南京维盈的全套工商档案资料、历次出资额转让协议及相关决议文件、出资凭证；

6、就是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排的情况对南京维盈全体合伙人进行访谈，取得南京维盈全体合伙人的书面说明，取得南京维盈全体合伙人与发行人签订的劳动合同；

7、查阅发行人 2016 年 3 月股权转让涉及的相关决议文件、股权转让协议、出资凭证、评估报告等资料，核查南京维盈入股价格的公允性；

8、查阅发行人新三板挂牌期间的全套信息披露文件，并与发行人本次发行申报文件进行比对；

9、取得并查阅发行人现有股东提供的基金及管理人备案等资料并通过公开渠道进行复核。

保荐机构履行了如下核查程序：

1、复核股份支付公允价值选取方法以及股份支付费用计算过程。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人设立时已履行了完整的审批手续，且发行人已根据法律法规及公司章程的规定实缴注册资本，发行人设立时的主营业务系通过线下直营门店为客户提供母婴童商品及服务，不属于限制外商投资或独资设立企业的行业；

2、2016 年 3 月孩子王香港将所有股权通过股权转让退出系因为发行人拆除境外红筹架构，将孩子王开曼的股权架构经过调整转移至孩子王有限层面。本次股权转让价格参考评估值确定，定价公允，本次转让完成后，不存在代持或其他安排。11 名受让股东除金坛宗浩外，与发行人、控股股东、实际控制人不存在关联关系；

3、深圳腾讯、福建大钲（原名福建优车）与发行人、控股股东、实际控制人及其董事、监事、高管人员及发行人主要客户、供应商不存在关联关系；上述股东入股背景及定价系综合考虑了发行人所处行业的发展前景、公司未来成长性及盈利能力、同行业整体估值情况、公司历次股权转让价格等多种因素，经双方协商确定，定价合理；

4、南京维盈入股发行人的定价系根据评估值确定，定价公允；

5、发行人在新三板挂牌期间披露的公告文件与本次申报文件在信息披露准则要求、信息披露口径等方面存在一定差异，对于挂牌期间披露信息与本次上市申请文件及招股说明书披露内容的差异，公司已经在本次发行上市申请文件中做了补充，并针对报告期内关联交易按照相关规定履行了审议程序，截至本回复出

具日，发行人未因上述信息披露差异而受到监管部门处罚；发行人股东中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”；

6、发行人历次股权变动涉及的股东中，除宗军、徐琳及宗军控制的企业金坛宗浩、三明泓仁与汪建国间存在关联关系外，其他股东与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员及发行人报告期内主要客户、供应商间不存在关联关系；发行人历次股权变动出资来源为股东自有或自筹资金，资金来源合法，定价参照发行人的估值情况经各方协议一致确定，具有公允性。

经核查，保荐机构认为：

1、2016 年 3 月南京维盈入股发行人符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，需按照以权益结算的股份支付进行确认和计量，于本次入股价格与同期外部股东入股价格一致，即入股价格与公允价值一致，因此未形成股份支付费用。2017 年至 2018 年期间，员工持股平台股权变动符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，需按照以权益结算的股份支付进行确认和计量，发行人已按要求合理计提了股份支付费用。

问题四、关于一致行动协议

申报材料显示，江苏博思达为公司的控股股东，南京千秒诺、南京子泉为其一致行动人，汪建国为公司实际控制人。上述主体分别于 2016 年 3 月、2018 年 6 月、2020 年 3 月签订了三次《一致行动协议》。请发行人补充披露：

（1）汪建国及南京千秒诺、南京子泉的实际控制人间是否存在亲属关系；南京千秒诺、南京子泉与汪建国签订一致行动协议的原因及合理性。

（2）汪建国的配偶、直系亲属是否直接、间接持有发行人 5%以上股份，或担任董事、高级管理人员的情况，若是，请参照《证券期货法律适用意见第 1 号》及《审核问答》的相关内容，以实质重于形式的方式，说明未认定为共同实际控制人的合理性，发行人实际控制人最近二年是否发生变更；是否存在规避披露对发行人构成重大不利影响的同业竞争的情况。

（3）江苏博思达、汪建国、南京千秒诺、南京子泉签署三次《一致行动协议》的原因及必要性；首次协议作废的必要性，后两次协议与其主要区别情况，在发行人股权、人事任命、实际运营各方面的影响区别；后两次协议签署后，发行人的控股权、实际控制权是否稳定、清晰。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第五节/七/（一）/3、一致行动人情况”中进行了补充披露。

（一）汪建国及南京千秒诺、南京子泉的实际控制人间是否存在亲属关系；南京千秒诺、南京子泉与汪建国签订一致行动协议的原因及合理性。

南京千秒诺的实际控制人为徐卫红、南京子泉的实际控制人为尹剑，具体情况参见“问题三/（二）/2、11 名受让股东的基本情况，机构股东的股权结构，实际控制人，与发行人、控股股东、实际控制人是否存在关联关系”。经核查，汪建国、徐卫红及尹剑间不存在亲属关系。

2016 年红筹架构拆除后，汪建国通过江苏博思达持有的发行人股权比例一直低于 30%，为了巩固汪建国对发行人的控制地位，保持发行人控制权稳定，南京千秒诺作为发行人高级管理人员的持股平台，与汪建国保持一致行动关系并签署了一致行动协议，具有合理性。

同时，汪建国通过南京子泉的有限合伙人江苏聿泉新兴产业发展基金（有限合伙）间接持有南京子泉 17.92%的出资份额，为更好地履行汪建国作为实际控制人的限售承诺，进一步巩固发行人控制权，且南京子泉合伙人持续看好发行人发展前景，拟长期持有发行人股份，因此 2020 年 3 月，南京子泉自愿与汪建国保持一致行动关系并签署了一致行动协议，具有合理性。

前述一致行动协议的具体签署背景及主要内容参见本题第（三）部分回复。

综上，南京千秒诺、南京子泉与汪建国签订一致行动协议具有合理性。

（二）汪建国的配偶、直系亲属是否直接、间接持有发行人 5%以上股份，或担任董事、高级管理人员的情况，若是，请参照《证券期货法律适用意见第 1 号》及《审核问答》的相关内容，以实质重于形式的方式，说明未认定为共同实际控制人的合理性，发行人实际控制人最近二年是否发生变更；是否存在规避披露对发行人构成重大不利影响的同业竞争的情况。

经核查，汪建国的配偶、直系亲属不存在直接、间接持有发行人 5%以上股份或担任发行人董事、高级管理人员的情况。

（三）江苏博思达、汪建国、南京千秒诺、南京子泉签署三次《一致行动协议》的原因及必要性；首次协议作废的必要性，后两次协议与其主要区别情况，在发行人股权、人事任命、实际运营各方面的影响区别；后两次协议签署后，发行人的控股权、实际控制权是否稳定、清晰。

1、江苏博思达、汪建国、南京千秒诺、南京子泉签署三次《一致行动协议》的原因及必要性

2016 年 3 月 26 日，考虑到孩子王有限**当时**为一家中外合资经营企业，董事会是孩子王有限的最高权力机构，**孩子王有限的董事徐卫红、沈晖、何辉及吴涛为孩子王有限股东南京千秒诺的全体合伙人，**因此，为防止因股权分散影响孩子

王有限控制权的稳定性，巩固汪建国及江苏博思达对孩子王有限的控制，汪建国、江苏博思达、南京千秒诺及南京千秒诺的全体合伙人、孩子王有限的董事徐卫红、沈晖、何辉及吴涛共同签署了《一致行动协议》，约定南京千秒诺在公司生产经营、公司治理及其他重大决策事项上与江苏博思达保持一致行动，南京千秒诺为江苏博思达的一致行动人，在股东大会的投票中与江苏博思达保持一致，无条件作出与江苏博思达相同的表决意见；徐卫红、沈晖、何辉和吴涛作为南京千秒诺的合伙人，同意确保南京千秒诺将履行协议约定的相关义务；同时徐卫红、沈晖、何辉和吴涛作为公司董事，在公司董事会的投票中与汪建国保持一致行动，无条件作出与汪建国相同的表决意见。

2018 年 6 月 15 日，**终止挂牌完成后，各方根据公司战略发展的需要，**并考虑到公司作为一家外商投资股份有限公司其最高权力机构不再是董事会而是股东大会的实际情况，在维持江苏博思达作为发行人的控股股东、汪建国作为公司的实际控制人地位不变的前提下，为进一步保证发行人高级管理人员在公司日常经营和管理中更好地行使公司章程规定的各项职权，在公司董事会中更好地自主发表意见，进一步提高公司治理水平，经各方协商一致，**终止汪建国、江苏博思达、南京千秒诺以及徐卫红、沈晖、何辉及吴涛于 2016 年 3 月 26 日签署的《一致行动协议》**，江苏博思达与南京千秒诺重新签署《一致行动协议》，约定南京千秒诺在公司生产经营、公司治理及其他重大决策事项上与江苏博思达保持一致行动，其中，江苏博思达为公司的控股股东，南京千秒诺为江苏博思达的一致行动人，在公司股东大会的投票中与江苏博思达保持一致，无条件作出与江苏博思达相同的表决意见，**协议在南京千秒诺和江苏博思达仍持有公司的股权或股份期间持续有效**。

南京子泉系实际控制人汪建国参股企业，2020 年 3 月 18 日，为**进一步**巩固汪建国及江苏博思达对公司的控制地位，汪建国、江苏博思达、南京千秒诺与南京子泉签署了《一致行动协议》，约定南京千秒诺、南京子泉在公司生产经营、公司治理及其他重大决策事项上与江苏博思达保持一致行动，其中，江苏博思达为公司的控股股东，南京千秒诺、南京子泉为江苏博思达的一致行动人，在公司股东大会的投票中与江苏博思达保持一致，无条件作出与江苏博思达相同的表决

意见，**协议在南京千秒诺、南京子泉、江苏博思达仍持有公司的股权或股份期间持续有效**。

2、首次协议作废的必要性，后两次协议与其主要区别情况，在发行人股权、人事任命、实际运营各方面的影响区别；后两次协议签署后，发行人的控股权、实际控制权是否稳定、清晰

如前文所述，首次协议作废主要系为保证发行人高级管理人员在公司日常经营和管理中更好地行使公司章程规定的各项职权，在公司董事会中更好地自主发表意见，进一步提高公司治理水平，因此将发行人董事徐卫红、沈晖、何辉及吴涛与控股股东、实际控制人的一致行动关系解除。

首次协议与后两次协议的主要区别及在发行人股权、人事任命、实际运营等方面的影响区别情况如下：

项目	首次一致行动协议（已解除）	第二次一致行动协议	第三次一致行动协议
一致行动人范围	汪建国、江苏博思达、南京千秒诺、徐卫红、沈晖、何辉、吴涛	汪建国、江苏博思达、南京千秒诺	汪建国、江苏博思达、南京千秒诺、南京子泉
协议约定差异	徐卫红、沈晖、何辉和吴涛作为南京千秒诺的合伙人，同意确保南京千秒诺将履行协议约定的相关义务；同时徐卫红、沈晖、何辉和吴涛作为公司董事，在公司董事会的投票中与汪建国保持一致行动，无条件作出与汪建国相同的表决意见	南京千秒诺在公司生产经营、公司治理及其他重大决策事项上与江苏博思达保持一致行动，其中，江苏博思达为公司的控股股东，南京千秒诺为江苏博思达的一致行动人，在公司股东大会的投票中与江苏博思达保持一致，无条件作出与江苏博思达相同的表决意见	南京千秒诺、南京子泉在公司生产经营、公司治理及其他重大决策事项上与江苏博思达保持一致行动，其中，江苏博思达为公司的控股股东，南京千秒诺、南京子泉为江苏博思达的一致行动人，在公司股东大会的投票中与江苏博思达保持一致，无条件作出与江苏博思达相同的表决意见
控制权	汪建国通过江苏博思达、南京千秒诺控制公司		汪建国通过江苏博思达、南京千秒诺和南京子泉控制公司
股权	未发生明显变化，江苏博思达一直为发行人第一大股东，且与第二大股东股比差距超过 10%		
人事任命	公司的董事、非职工监事均由股东大会选举产生，高级管理人员由董事会聘任或解聘。发行人自成立以来历次董事会决议均全票通过，上述协		

	议签署在公司人事任命方面未产生影响。
日常运营管理	公司日常运营管理由总经理负责，重大事项由董事会、股东大会审议。发行人自成立以来历次董事会决议均全票通过，因此上述协议签署在公司日常运营管理方面未产生影响；发行人自变更为股份有限公司以来，不存在南京千秒诺及南京子泉在股东大会表决时与江苏博思达投票相左的情况。

综上，**首次协议与后两次协议的差异在发行人股权、人事任命、实际运营等方面未产生重大影响；后两次协议签署后，发行人的控股权、实际控制地位稳定、清晰。**

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人自设立以来签署的历次一致行动协议及解除协议；

2、查阅发行人自设立以来的历次三会决议文件、总经理办公会会议文件；

3、就历次一致行动协议的签署背景及原因对相关一致行动人进行访谈；

4、查阅发行人历次股权变动涉及的股东名册，取得股东基本情况调查表，查阅相关股东的工商档案资料，并通过国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）进行核查；

5、取得发行人的董监高基本情况调查表，并对其进行访谈。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、南京千秒诺、南京子泉与汪建国签订一致行动协议具有合理性；

2、截至本回复出具日，汪建国的配偶、直系亲属不存在直接、间接持有发行人 5%以上股份或担任发行人董事、高级管理人员的情况；

3、首次协议与后两次协议的差异在发行人股权、人事任命、实际运营等方面未产生重大影响；后两次协议签署后，发行人的控股权、实际控制地位稳定、清晰。

问题五、关于控股股东及实际控制人

申报材料显示，除发行人外，控股股东江苏博思达未控制其他企业，实际控制人汪建国直接控制其余 17 家企业，并间接控制若干企业。请发行人补充披露：

（1）发行人控股股东、实际控制人、其一致行动人及其近亲属直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业（含已注销）的基本情况，股权结构，主要财务数据，主营业务及产品，主要经营模式及核心技术，主要客户及供应商基本情况；注销的披露注销原因。

（2）参照《审核问答》的相关内容，披露上述所有企业是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争情况。

（3）参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构各方面逐一核查，披露上述企业在上述各方面与发行人是否存在混同，发行人是否满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，是否存在影响发行人独立性的情况，是否构成本次发行的法律障碍。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第五节/七/（一）/4、发行人控股股东、实际控制人控制的企业情况”、“第七节/八/（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争”、“第七节/七/（八）公司与关联方的独立性情况”中进行了补充披露。

（一）发行人控股股东、实际控制人、其一致行动人及其近亲属直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业（含已注销）的基本情况，股权结构，主要财务数据，主营业务及产品，主要经营模式及核心技术，主要客户及供应商基本情况；注销的披露注销原因

截至 2020 年 6 月 30 日，公司控股股东、实际控制人、一致行动人及其近亲属直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业情况如下：

单位：万元

序号	公司/企业名称	成立日期	注册资本/出资额	法定代表人/执行事务合伙人	注册地址	经营范围	股权结构
一、控股股东直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业							
1	江苏孩享盈企业管理有限公司	2018/1/9	5000 万元	汪建国	南京市江宁区麒麟科技创新园智汇路 300 号	一般项目：企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）	江苏博思达企业信息咨询有限公司持股 33.33%；珠海创纪元投资有限公司持股 66.67%
二、控股股东一致行动人直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业（无）							
三、发行人实际控制人直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业							
（一）发行人实际控制人直接控制的企业及该等企业直接控制的企业							
1	南京米同旺企业管理中心	2017/6/15	30,000 万元	汪建国	南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号	企业管理及咨询	汪建国持股 100.00%
2	上海创垚投资合伙企业（有限合伙）	2015/8/13	-	上海创岳投资管理中心	上海市金山工业区夏宁路 818 弄 70 号 394 号库	投资、投资管理、资产管理、实业投资（除金融、证券等国家专项审批项目），投资咨询、企业管理咨询、商务咨询（除经纪）	汪建国出资 99.00%，上海创岳投资管理中心出资 1.00%
3	南京米全福企业管理合伙企业(有限合伙)	2017/7/25	1,100 万元	汪建国	南京市江宁区麒麟科技创新园智汇路 300 号	企业管理及咨询	汪建国出资 90.00%，江苏星纳赫投资管理有限公司出资 10.00%
4	上海道昱投资管理中心（有限合伙）	2015/7/15	1,010 万元	上海道迹投资管理有限公司	上海市浦东新区川沙路 6999 号 29 幢 2105 室	投资管理，资产管理，企业管理服务，投资咨询，商务咨询	汪建国出资 79.21%，上海道迹投资管理有限公司出资 0.99%，蔡景仲出资 9.90%，仇非出资 9.90%
4.1	南京道朴投资中心（有限合伙）	2015/9/11	10,000 万元	上海道昱投资管理中心（有限合伙）	南京市建邺区水西门大街 262 号	股权投资；投资管理；资产管理；企业管理服务；投资咨询；商务咨询	深圳市永鹏财务咨询有限公司出资 90%，上海道昱投资管理中心（有限合伙）出资 10%
5	南京湾流启程创业投资合伙企业（有限合伙）	2019/11/23	3,100 万元	南京湾流股权投资管理有限公司	南京市建邺区庐山路 168 号 9 楼 911 室	创业投资	汪建国出资 64.52%，王健出资 32.26%，南京湾流股权投资管理有限公司出资 3.23%

6	**南京仁众福企业管理合伙企业(有限合伙)**	**2017/5/12**	**750 万元**	**汪建国**	**南京市玄武区中山东路311-2号第四层411号**	**企业管理及咨询**	**汪建国出资60.00%，生育新出资40.00%**
7	**珠海创越丰投资有限公司**	**2016/12/7**	**500 万元**	**汪建国**	**珠海市横琴新区宝华路6号105室-23490(集中办公区)**	**投资咨询；实业投资；企业信息咨询；供应链管理；货物运输；仓储服务；装卸搬运服务；商品展示、展览服务；儿童玩具、纺织品、日用品的研发与批发；预包装食品销售，散装食品销售，保健食品销售，婴幼儿配方乳粉销售；信息服务；图书、报刊、医疗器械、电子设备的批发、零售；企业形象的策划；商务服务；货架销售；自有房屋租赁；物业管理；商务信息咨询。**	**汪建国持股60.00%，汪浩持股40.00%**
8	**南京湾流股权投资管理有限公司**	**2019/10/23**	**1,000 万元**	**尹剑**	**南京市建邺区庐山路168号9楼911室**	**受托管理私募股权投资基金,从事股权投资管理及相关服务。**	**汪建国持股60.00%，南京米全福企业管理合伙企业(有限合伙)持股40.00%**
9	**江苏星纳赫投资管理有限公司**	**2017/7/28**	**1,000 万元**	**尹剑**	**南京市建邺区河西大街198号3单元7楼703室**	**投资管理；股权投资；资产管理。**	**汪建国持股60.00%，王健持股40.00%**
9.1	南京星纳赫企业管理有限公司	2018/5/18	50,000 万元	尹剑	南京市六合区龙池街道雄州南路399号阜康园区511幢一单元301室	企业管理及咨询；经济信息咨询。	江苏星纳赫投资管理有限公司持股100%
9.2	江苏星众投资管理有限公司	2019/2/25	1,000 万元	尹剑	南京市秦淮区永丰大道8号南京白下高新技术产业园区三号楼A幢F03室	投资管理；企业咨询管理；财务信息咨询。	江苏星纳赫投资管理有限公司持股60%；南京星源企业管理中心（有限合伙）持股40%
9.3	南京星纳州股权投资合伙企业（有限合伙）	2020/8/1	3,000 万元	江苏星众投资管理有限公司	南京市建邺区庐山路168号9楼901-3室	一般项目：股权投资	江苏星众投资管理有限公司出资3.33%；江苏星纳赫投资管理有限公司出资96.67%
9.4	江苏星杰投资管理有限公司	2018/8/28	1,000 万元	尹剑	南京市浦口区江浦街道雨山路48号文创园东区A栋656号	投资管理（不得从事金融业务）；企业管理咨询；财务咨询。	江苏星纳赫投资管理有限公司持股60%；南京星源企业管理中心（有限合伙）持股40%
9.5	南京星纳赫创业投资合伙	2017/8/8	110,000 万	江苏星纳赫	南京市江宁区麒	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业	江苏星纳赫投资管理有限公司

	企业（有限合伙）		元	投资管理有限公司	麟科技创新园智汇路 300 号	投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。	出资 1.00%，南京仁旺企业管理有限公司出资 35.09%，五星控股集团有限公司出资 17.55%，江苏洋河酒厂股份有限公司出资 45.45%，南京麒麟产业投资有限公司出资 0.91%
9.6	南京星源企业管理中心（有限合伙）	2018/8/9	400 万元	江苏星纳赫投资管理有限公司	南京市浦口区江浦街道雨山路 48 号文创园东区 A 栋 645 号	企业管理咨询，财务咨询。	江苏星纳赫投资管理有限公司出资 1%，胡世芳出资 99%
9.7	南京星纳川企业管理合伙企业（有限合伙）	2019/1/4	10,100 万元	江苏星纳赫投资管理有限公司	南京市浦口区江浦街道雨山路 48 号文创园东区 A 栋 819 室	企业管理咨询；财务咨询。	江苏星纳赫投资管理有限公司出资 0.99%；江苏聿泉新兴产业发展基金（有限合伙）出资 59.41%；五星控股出资 39.60%
9.8	南京星纳涛股权投资合伙企业（有限合伙）	2020/4/23	3,000 万元	江苏星纳赫投资管理有限公司	南京市建邺区庐山路 168 号 9 楼 901-3 室	一般项目：股权投资；创业投资	江苏星纳赫投资管理有限公司出资 10.00%，江苏星众投资管理有限公司出资 90.00%
9.9	南京星纳颜股权投资合伙企业（有限合伙）	2020/4/15	30,510 万元	江苏星纳赫投资管理有限公司	江苏省南京市建邺区庐山路 168 号 9 楼 901-1 室	一般项目：股权投资；创业投资	江苏星纳赫投资管理有限公司出资 0.03%；江苏聿泉新兴产业发展基金（有限合伙）出资 99.97%
9.10	南京星仑创业投资管理有限公司	2020/7/6	1,000 万元	尹剑	中国(江苏)自由贸易试验区南京片区研创园团结路 99 号孵鹰大厦 2170 室	一般项目：以自有资金从事投资活动	江苏星纳赫投资管理有限公司持股 1%；江苏星合投资管理有限公司持股 99%
10	**南京米纳福企业管理合伙企业(有限合伙)**	**2017/7/25**	**500 万元**	**汪建国**	**南京市江宁区麒麟科技创新园智汇路 300 号**	**企业管理及咨询。**	**汪建国出资 50.00%，王超出资 50.00%**
11	**上海道迹投资管理有限公司**	**2015/5/5**	**50 万元**	**蔡景钟**	**中国(上海)自由贸易试验区乳山路 227 号 3 楼 D-952 室**	**投资管理，投资管理，实业投资，企业管理咨询，商务信息咨询，投资咨询，财务咨询，法律咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）。**	**汪建国持股 40.00%，蔡景仲持股 30.00%，仇非持股 30.00%**

12	**江苏星合投资管理有限公司**	**2017/6/27**	**10,000 万元**	**李明明**	**南京市建邺区梦都大街 136 号 201 室**	**股权投资管理；创业投资管理；股权投资；创业投资。**	**汪建国持股 37.50%，苏酒集团江苏财富管理有限公司持股 37.00%，南京星纳源企业管理中心（有限合伙）持股 20.00%，王健持股 5.50%**
12.1	江苏聿泉新兴产业发展基金（有限合伙）	2017/12/12	303,000 万元	江苏星合投资管理有限公司	中国(江苏)自由贸易试验区南京片区滨江大道 396 号扬子江新金融创意街区 1 号楼未客空间 C17 号	股权投资；创业投资。	江苏星合投资管理有限公司出资 0.83%，南京星纳赫创业投资合伙企业（有限合伙）出资 36.30%，其他出资人出资 62.87%
12.2	江苏鑫泱创业投资合伙企业（有限合伙）	2017/11/23	50,001 万元	江苏星合投资管理有限公司	南京市建邺区河西大街 198 号三单元 10 楼 1001 室	股权投资	江苏星合投资管理有限公司出资 0.002%，南京五星桃花源生态农业发展有限公司出资 40.00%，其他出资人出资 59.998%
12.3	南京星纳海股权投资合伙企业（有限合伙）	2020/3/30	60,200 万元	江苏星合投资管理有限公司	南京市建邺区庐山路 168 号 9 楼 911 室	股权投资；创业投资	江苏星合投资管理有限公司出资 0.17%，江苏星邻星投资管理有限公司出资 50%，江苏洋河投资管理有限公司出资 49.83%
13	**五星控股集团有限公司**	**2004/10/21**	**36,552.47 万元**	**汪建国**	**南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号**	**实业投资，国内贸易，物业管理，企业管理咨询，商务咨询。**	**汪建国持股 35.41%，珠海创越丰投资有限公司持股 19.59%，南京米同旺企业管理中心持股 14.50%，其他股东持股 30.49%**
13.1	南京仁旺企业管理有限公司	2017/11/24	38,600 万元	刘建树	南京市江宁区麒麟科技创新园智汇路 300 号	企业管理及咨询	五星控股集团有限公司持股 100%
13.2	江苏星创汇创业投资有限公司	2018/7/5	1,000 万元	胡楠	南京市玄武区中山东路 311-2 号	创业投资，企业策划、管理及咨询服务，房屋租赁，技能培训（不含国家统一认可的职业证书类培训）	五星控股集团有限公司持股 100%
13.3	江苏五星房地产开发有限公司	2003/10/23	2,200 万元	刘建树	南京市中山东路 311-2 号	房地产开发与经营。建筑材料的销售	五星控股集团有限公司持股 100%

13.4	南京迅腾投资管理有限公司	2007/10/26	200 万元	刘建树	南京市中山东路 311-2 号五星办公大楼 511 室	投资管理、物业管理；实业投资、房地产经纪。	五星控股集团有限公司持股 100%
13.5	南京五星桃花源生态农业发展有限公司	2018/6/8	1,600 万元	谢丽霞	南京市玄武区中山东路 311-2 号五星控股办公大楼 5 楼 510 室	农作物种植；农业技术开发；农产品销售；旅游咨询服务；生态环境咨询服务；网络技术开发服务咨询。一般项目：企业管理	五星控股集团有限公司持股 100%
13.6	江苏星邻星投资管理有限公司	2003/12/12	5,000 万元	汪浩	南京市中山东路 311-2 号	投资咨询，商务咨询，财务管理咨询，房产、旅游、餐饮信息咨询，策划文体活动，企业形象策划，服装、文化用品销售，房地产项目规划及信息咨询，房地产经纪（不含评估），企业管理服务，市场营销策划，投资与投资管理，商业管理，商务咨询，旅游资源开发，酒店管理，物业管理。	五星控股集团有限公司持股 99.00%，汪建国持股 1.00%
13.7	无锡市五星金服互联网科技小额贷款有限公司	2017/12/15	20,000 万元	王健	无锡市锡山经济技术开发区凤威路 2 号	面向股东电子商务平台的成员和客户发放贷款、开展创业投资、提供融资性担保、代理金融机构业务及经省金融办批准的其他业务。	五星控股集团有限公司持股 80.00%，五星金服控股有限公司持股 20.00%
13.8	江苏阿格拉金融数据服务有限公司	2014/7/24	5,000 万元	黄建	南京市玄武区中山东路 311-2 号	金融数据服务，金融数据服务平台的设计与方案策划，电子支付系统的方案设计，经济信息咨询，计算机软硬件技术开发、销售，通信设备、电子产品、家用电器的零售与批发，煤炭经营，医疗器械经营，实业投资，国内贸易。预包装食品兼散装食品（含婴幼儿配方乳粉）销售。服装、珠宝首饰、金银饰品、工艺美术及收藏品、箱包、钟表、陶瓷制品、金属材料、化妆品、家居用品、家具、建材销售，保健食品销售。设计、制作、代理、发布国内各类广告。	五星控股集团有限公司持股 70.00%，黄建持股 20.00%，南京仁众合创业投资企业（有限合伙）持股 10.00%
13.9	江苏展响实业有限公司	2010/9/16	300 万元	黄建	南京市中山东路 311-2 号	预包装食品兼散装食品（含婴幼儿配方乳粉）销售。实业投资，国内贸易，电器制造，电子产品信息咨询服务，金银制品的销售。	五星控股集团有限公司持股 66.67%，黄建持股 33.33%
13.10	村鸟网络科技有限责任公司	2018/5/2	22,222.2222 万元	刘建树	南京市秦淮区永智路 6 号南京白下高新技术开发区四号 A 栋 1101-3 室	许可项目：道路货物运输（网络货运）；第二类增值电信业务；道路货物运输（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；物联网应用服务；信息技术咨询服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；装卸搬运；人工智能应用软件开发；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）	五星控股集团有限公司持股 52.20%，中国银泰投资有限公司持股 18.00%，南京星纳杰企业管理中心（有限合伙）持股 10%，其他 19.80%

13.11	南京星链高科技发展有限公司	2019/1/3	347.9926 万元	孔翔玉	南京市玄武区中山东路 311-2 号	软件开发、区块链领域内的技术开发、技术应用、技术转让、技术咨询、技术服务；数据处理和存储服务；信息系统集成服务；互联网信息服务；企业管理及咨询；组织区块链相关领域会议；区块链产业园经营与管理；从事上述商品及技术的进出口业务；电信增值业务；预包装食品销售；图书、报刊、音像制品、电子出版物零售。	五星控股集团有限公司持股 51.73%，其他股东持股 48.27%
13.12	江苏恒信企业管理有限公司	2000/11/9	500 万元	汪建国	南京市中山北路 241 号裙楼东侧三楼	企业管理服务；房地产项目规划及信息咨询；房地产经纪（不含评估）；市场营销策划；商业管理；商务咨询；旅游资源开发；酒店管理、物业管理。	五星控股集团有限公司持股 51%，江逸民持股 32%，卞慧敏持股 17%
13.13	江苏惠扈通商务咨询有限公司	2017/12/6	2,000 万元	刘希伟	南京市玄武区中山东路 311-2 号	商务信息咨询（不含投资咨询）、企业管理咨询；市场营销策划；市场调查；设计、制作、代理、发布国内各类广告（许可证的经营项目除外）；图文设计、制作；计算机信息系统集成；计算机软件开发；计算机网络技术、计算机信息技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；文化艺术交流（不含演出）；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；电子产品、机械设备、体育用品、建材、文具、针纺织品、服装鞋帽、日用百货、五金交电、计算机软硬件及辅助设备、珠宝首饰销售。	五星控股集团有限公司持股 50%,北京伊盛汇经贸有限公司持股 50%
13.14	江苏商户通资本控股有限公司	2015/2/15	1,000 万元	郭海霞	南京市玄武区中山东路 311-2 号	实业投资；投资管理；商务信息咨询、投资咨询、企业管理咨询、经济信息咨询。	五星控股集团有限公司持股 50%，万峻（杭州）创业投资管理有限公司持股 50%
13.15	五星金服控股有限公司	2015/6/18	12,500 万元	王健	南京市玄武区中山东路 311-2 号	实业投资（在国家允许外商投资的领域依法进行投资）；金融信息咨询；金融软件开发及相关技术咨询；接受委托从事数据信息服务外包；商务信息咨询、财务信息咨询、投资策划、投资顾问及咨询，企业管理咨询、市场营销策划；计算机软件开发与销售；网络技术服务。（不得以公开方式募集资金，不得公开交易证券类产品和金融衍生品、不得发放贷款、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益）	五星控股集团有限公司持股 47.21%,其他股东持股 53.79%
13.16	江苏宁宜置业有限公司	2009/10/26	20,000 万元	卞慧敏	宜兴市宜城街道陶都路 2 号	房地产开发经营；建筑材料、木材、装饰装璜材料的销售。	五星控股集团有限公司持股 45.00%，其他股东持股 55%

13.17	好享家舒适智能家居股份有限公司	2009/11/5	9,246.09 万元	汪浩	南京市中山东路 311-2 号	舒适智能家居集成设备的设计、销售、安装、维修；信息系统集成和物联网技术服务；智能家居系统的技术研发和服务；机电设备安装工程的设计、施工、咨询服务；供应链管理服务；计算机技术研发、服务、咨询、成果转让；计算机软硬件及配件销售；网络营销；承办会展；人才培训（需核发国家统一证书的除外）。	五星控股集团有限公司持股 36.7849%，其他股东持股 63.2151%
14	**汇通达网络股份有限公司[1]**	**2010/12/6**	**48,536.07 万元**	**徐秀贤**	**南京市玄武区钟灵街 50 号汇通达大厦**	**计算机网络技术开发、服务，商品和服务的网上销售，电子产品、家用电器、农资、饲料、农机、农具、预包装食品、电动车辆及配件、汽车及配件、家装建材的批发、零售，太阳能发电设备及配件的销售及服务、供应链领域内的技术开发、转让、咨询及服务，企业管理信息咨询，电信增值业务，房屋租赁、物业管理。**	**汪建国持股 31.72%，阿里巴巴（中国）网络技术有限公司持股 20.00%，徐秀贤持股 14.69%，其他股东持股 33.59%**
15	**江苏孩子王实业有限公司**	**2009/4/24**	**5,000 万元**	**范腊保**	**南京市中山东路 311-2 号**	**增值电信业务；图书、报刊零售，音像制品零售；保险代理（按《保险兼业代理业务许可证》核定范围内经营）；预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品）销售，其他婴幼儿配方食品销售，保健食品销售，婴幼儿配方乳粉销售；儿童娱乐设备销售，国内贸易，投资与资产管理，自营和代理各类商品及技术的进出口业务，网上销售商品（涉及法律、行政法规、国务院决定应经有关部门许可而未取得许可的商品不得经营），非学历职业技能培训，儿童娱乐设备领域的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询，儿童玩具设备租赁，经济信息咨询，乐器信息的咨询服务，会议与展览服务，礼仪服务，摄像服务，组织文化艺术交流活动，乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁，企业形象的策划，商务服务，代理国内广告、发布一般形式印刷品广告，软件开发与销售，信息技术咨询服务，票务代理，办公类电子设备的零售与批发，育儿知识培训及服务，理发服务，家庭产妇与新生儿照护，家庭婴幼儿照护，健康咨询，美容服务，养生保健服务，美容仪器销售，医疗器械（一类）销售。**	**范腊保持股 95.00%，葛蓬蓬持股 5.00%；汪建国实际控制**
15.1	星盾（北京）网络技术服务有限公司	2019/2/27	100 万元	江曲	北京市海淀区中关村东路 66 号 1 号楼 2 层商业 4-103	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；健康管理、健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）。	江苏孩子王实业有限公司持股 100%

16	**Wang Jian Guo Holdings Limited**	**2012/3/13**	**1 美元**	**汪建国**	**英属维尔京群岛**	**-**	**汪建国持股 100.00%**
17	**Brent & Lily Holdings Limited**	**2012/3/13**	**1 美元**	**汪建国**	**英属维尔京群岛**	**-**	**汪建国持股 100.00%**
（二）发行人实际控制人直接投资的企业（不含前述已列式的企业）							
1	南京赟正投资管理合伙企业(有限合伙)	2015/5/22	432 万元	喻亮星	南京市建邺区江东中路 359 号国睿大厦 1 号楼 B 区 4 楼 A506 室	投资管理、实业投资、投资咨询（除金融、证券），企业管理咨询、财务咨询（不得从事代理记账）	汪建国出资 11.57%，冯伟出资 18.98%，崔俊生出资 13.89%，柴飞出资 13.89%，其他出资人出资 41.67%
2	上海网卓资产管理中心(有限合伙)	2015/6/30	13,000 万元	网卓投资管理（上海）有限公司	中国(上海)自由贸易试验区祥科路 58 号 1 幢 8 层 801 室	投资管理，众创空间经营管理	上海君陶资产管理中心（有限合伙）出资 25.38%，上海天使引导创业投资有限公司出资 23.08%，张建忠出资 8.46%，汪建国出资 7.69%，其他出资人出资 35.38%
3	上海云锋创业投资中心（有限合伙）	2010/12/23	196,970 万元	上海云锋股权投资管理中心（有限合伙）	上海市黄浦区南苏州路 381 号 410A10 室	一般项目：创业投资，股权投资，投资管理与咨询	深圳市腾讯商业管理有限公司出资 20.31%，朱兴良出资 10.15%，巨人投资有限公司出资 10.15%，王育莲出资 10.15%，汪建国出资 7.62%，其他出资人出资 41.62%
4	南京微众享基金管理中心(有限合伙)	2015/9/28	7,200 万元	南京微众享股权投资基金管理有限公司	南京市玄武区珠江路 280 号珠江大厦 4 楼	受托管理私募股权投资基金，从事投资管理及相关咨询服务业务	汪建国出资 6.94%，其他出资人出资 93.06%
5	南京微众享股权投资基金管理有限公司	2015/7/3	500 万元	何永钢	南京市庐山路 158 号嘉业国际 4 号楼 1701 室	受托管理私募股权投资基金，从事投资管理及相关咨询服务业务	吴俊乐持股 26%，葛蓬蓬持股 26%，汪建国持股 6.00%，其他股东持股 42%
6	北京中技富坤创业投资中心(有限合伙)	2010/9/17	17,800 万元	北京富坤中技投资管理有限公司	北京市海淀区北四环西路 9 号 2106-A056	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构	黄幸出资 16.85%，李军出资 11.24%，山西博澳商贸有限公司出资 11.24%，周少雄出资 11.24%，汪建国出资 5.62%，其他出资人出资 43.82%

7	北京鼎晖维鑫创业投资中心(有限合伙)	2010/5/19	85,859 万元	鼎晖华泰投资管理（北京）有限公司	北京市海淀区海淀北二街 8 号 6 层 710-176	项目投资；投资管理；投资咨询；企业管理。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	王秀珍出资 18.64%，博时资本管理有限公司出资 6.99%，汪建国出资 4.66%，其他出资人出资 69.72%
8	苏州维新仲华创业投资合伙企业(有限合伙)	2015/8/28	110,000 万元	苏州维新力特创业投资管理有限公司	苏州工业园区苏虹东路 183 号东沙湖股权投资中心 19 号楼 2 层 244 室	从事创业投资及相关咨询业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业企业提供创业管理服务；实业投资。	珠海歌斐纯赞股权投资基金中心（有限合伙）出资 25.23%，苏州工业园区秉胜股权投资基金合伙企业（有限合伙）出资 9.09%，汪建国出资 4.55%，其他出资人出资 61.14%
9	北京高和翰同众赢基金(有限合伙)	2015/11/5	58,005 万元	北京高和翰同股权投资基金管理有限公司	北京市密云区经济开发区兴盛南路 8 号开发区办公楼 501 室-1459	非证券业务的投资、投资管理、咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	芜湖鹏商投资中心（有限合伙）出资 34.48%，天津畅和股权投资基金管理有限公司出资 24.14%，北京同顺恒生投资管理有限该公司出资 17.24%，北京明润广居投资有限责任公司出资 17.24%，汪建国出资 3.45%，其他出资人出资 3.46%
10	湖州中泽嘉盟股权投资合伙企业(有限合伙)	2017/3/22	60,000 万元	上海稳实投资管理中心（普通合伙）	浙江省湖州市红丰路 1366 号 3 幢 1215-30	股权投资，投资咨询（除证券、期货），投资管理，企业管理，经济贸易咨询，企业管理咨询；企业策划。（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）	孝昌泽榕投资中心（有限合伙）出资 33.33%，陈晓出资 10%，汪建国出资 3.33%，其他出资人出资 53.33%
11	无锡红杉恒业股权投资合伙企业(有限合伙)	2010/12/3	95,774.50 万元	上海喆煊投资中心（有限合伙）	无锡市新吴区菱湖大道 200 号中国传感网国际创新园 E2-103-3	利用自有资金对外投资	天津澳特莱投资合伙企业（有限合伙）出资 11.94%，汪建国出资 3.10%，其他出资人出资 84.96%

12	上海云锋新创股权投资中心(有限合伙)	2014/6/20	138,769 万元	上海云锋新创股权投资管理中心（有限合伙）	上海市杨浦区军工路 1436 号 64 幢一层 F142 室	股权投资，股权投资管理，投资管理，投资咨询	新希望投资集团有限公司出资 10.26%，巨人投资有限公司出资 9.77%，汪建国出资 1.22%，其他出资人出资 78.75%
13	上海经颐投资中心(有限合伙)	2015/3/10	-	上海众付资产管理中心（有限合伙）	上海市杨浦区军工路 1436 号 64 幢一层 I149 室	实业投资，投资管理，投资咨询	黄鑫出资 17.45%，拉萨经济技术开发区草根合创资产管理有限公司出资 10.26%，汪建国出资 1.22%，其他出资人出资 71.07%
14	上海众付股权投资管理中心(有限合伙)	2014/8/21	730,068.5066 万元	上海众付资产管理中心（有限合伙）	上海市杨浦区军工路 1436 号 64 幢一层 G152 室	股权投资，股权投资管理，投资管理，投资咨询	福清麒盛叁号投资合伙企业（有限合伙）出资 39.86%，上海云锋麒泰投资中心（有限合伙）出资 21.78%，汪建国出资 0.27%，上海经颐投资中心（有限合伙）出资 2.74%，其他出资人出资 35.34%
15	上海祺展投资中心(有限合伙)	2014/12/23	154,571.36 万元	上海众付资产管理中心（有限合伙）	上海市黄浦区延安东路 175 号 2409 室	实业投资，投资管理，投资咨询	盘红兰出资 25.23%，徐建军出资 24.58%，虞莉出资 19.21%，汪建国出资 0.68%，其他出资人出资 30.30%
16	上海麒鸿投资中心(有限合伙)	2016/3/2	-	上海众付资产管理中心（有限合伙）	上海市杨浦区军工路 1436 号 64 幢一层 K189 室	实业投资，投资管理，投资咨询	刘荻出资 8.84%，巨人投资有限公司出资 8.14%，汪建国出资 0.58%，其他出资人出资 82.44%
（三）发行人实际控制人因担任董事、高管施加重大影响的企业（不含前述已列示的企业）							
1	江苏盛泉创业投资有限公司	2007/6/21	1,418.56 万元	赵忠东	苏州工业园区星海街 200 号星海国际广场 1 幢 1905 室	创业投资、创业投资咨询及为创业企业提供创业管理。	南京时富投资管理有限公司持股 27.37%，苏州工业园区国创创业投资有限公司持股 22.81%，其他股东持股 49.82%；汪建国任董事

2	江苏苏美国际时尚管理有限公司	2015/7/9	5,000 万元	程继红	南京市建邺区白龙江东街 16 号 5 栋 A 座 6 层 602	国际时尚品牌设计、面向成年人开展的培训服务（不含国家统一认可的职业证书类培训）、艺术培训、国际时尚趋势咨询、化妆品销售、鉴证咨询服务、自营和代理各类商品和技术的进出口（国家限定经营或禁止进出口商品和技术的除外）。许可项目：网络文化经营；第二类增值电信业务；广播电视节目制作经营；食品经营（销售预包装食品）；一般项目：日用百货销售	李鹏飞持股 59%，周烜羽持股 21%，南京苏灏投资管理中心（有限合伙）持股 20%；汪建国任董事
3	上海商海通网络科技有限公司	2014/3/20	2,500 万元	林纹如	上海市青浦区沪青平公路 1362 号 1 幢 1 层 F 区 118 室	网络科技领域内的技术服务、技术咨询、技术开发，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），计算机网络工程（除专项审批），企业管理咨询，展览展示服务，投资管理，网页设计、制作。	上海新大业堂投资管理有限公司持股 63.20%，其他股东持股 36.8%；汪建国任董事
4	五星电金商业保理(天津)有限公司	2016/10/10	5,000 万元	王健	天津经济技术开发区南港工业区综合服务区办公楼 C 座 101 室 40 单元	以受让应收账款的方式提供贸易融资；应收账款的收付结算、管理与催收；销售分户（分类）账管理；与本公司业务相关的非商业性坏账担保；客户资信调查与评估；相关咨询服务。	五星金服控股有限公司持股 100%；汪建国任董事
5	南京农拍档网络科技有限公司	2019/7/4	1,600 万元	周军	南京市雨花台区软件大道 118 号 A1 栋 2 层 205 室	网络技术研发、技术咨询、技术转让、技术服务；互联网信息服务；电子产品、家用电器、饲料、机械设备、化肥、初级农产品销售；食品销售；农业技术开发、技术咨询、技术服务；互联网数据服务；数据处理和存储服务；增值电信业务；设计、制作、代理、发布国内各类广告。	周军持股 39.5000%，汇通达网络股份有限公司持股 19.3750%，江苏千米投资有限公司持股 13.1250%，其他股东持股 28%；汪建国任董事
6	本间高尔夫有限公司	2016/6/15	50,000 美元	刘建国	开曼群岛	设计开发销售高尔夫球杆	Kouunn Holdings Limited 持股 53.42%，其他股东持股 46.58%；汪建国任独立董事
7	华鼎文化艺术产权交易中心有限公司	2015/9/6	5,000 万元	周美英	南京市浦口区江浦街道浦滨大道 88 号 C 座 1010 室	为文化艺术品产权交易提供平台及配套服务，利用信息网络经营艺术品。	五星控股集团有限公司持股 20%，其他股东持股 80%；汪建国任董事
8	先声药业集团有限公司	2015/11/30	-	-	香港	-	汪建国任独立董事
四、实际控制人近亲属直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业							
（一）实际控制人近亲属直接控制的企业及该等企业直接控制的企业（不含前述已列示的企业）							
1	常州市金坛区皓岳企业管理咨询有限公司	2016/3/3	100 万元	汪浩	常州市金坛区华城路 11 号	企业管理咨询服务。	汪浩持股 100%

2	上海创岳投资管理中心	2014/12/10	-	汪浩	上海市青浦区华纺路 99 弄 99 号厂区内第 5 幢八层 G 区 859 室	投资管理，资产管理，投资咨询，企业管理咨询，商务信息咨询。	汪浩持股 100%
3	南京仁忠合企业咨询管理有限公司	2015/3/18	300 万元	汪浩	南京市玄武区中山东路 311-2 号	企业管理咨询。	汪浩持股 65%，黎茹持股 15%，谢丽霞持股 5%，顾斌持股 5%，刘建树持股 5%，黄洁持股 5%
3.1	南京仁众合创业投资企业（有限合伙）	2015/5/4	3,000 万元	南京仁忠合企业咨询管理有限公司	南京市玄武区中山东路 311-2 号	创业投资。	南京仁忠合企业咨询管理有限公司出资 3.33%，黎茹出资 30.00%，汪浩出资 26.67%，谢丽霞出资 10.00%，顾斌出资 10.00%，刘建树出资 10.00%，黄洁出资 10.00%
4	南京仁众浩投资企业（有限合伙）	2015/12/8	452.6 万元	汪浩	南京市玄武区中山东路 311-2 号	实业投资；投资管理；投资咨询。	汪浩出资 14.05%，徐蓉出资 9.94%，李进明出资 6.63%，夏峻峰出资 6.63%，吉维池出资 6.63%，其他出资人出资 56.12%
5	南京仁众星投资企业（有限合伙）	2015/12/8	1,200.1 万元	汪浩	南京市玄武区中山东路 311-2 号	实业投资；投资管理；投资咨询。	张洪出资 12.50%，汪浩出资 8.34%，樊金飞出资 8.33%，郭继瑞出资 5.00%，其他出资人出资 65.83%
6	南京仁众丽投资企业（有限合伙）	2015/12/8	1,300.1 万元	汪浩	南京市玄武区中山东路 311-2 号	实业投资；投资管理；投资咨询。	汪建国出资 35.00%，徐文出资 11.54%，业晓波出资 6.15%，汪浩出资 4.24%，其他出资人出资 43.07%
7	上海轼道企业管理服务中心	2020/4/1	-	汪浩	上海市青浦区公园东路 1289 弄 26 号 10 层 B 区 1019 室	一般项目：信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；社会经济咨询服务；企业形象策划；市场营销策划；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；专业设计服务；电子科技领域内的技术服务、技术开发、技术转让、技术咨询。	汪浩持股 100%
8	南京垚岳高新科技合伙企业（有限合伙）	2015/12/3	1 万元	王子豪	南京市高淳区东坝信息新材料产业园 1009 号	从事信息、软件高新科技领域内的技术投资、技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让；商务咨询；企业管理咨询；计算机软硬件开发及销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	汪浩实际控制

8.1	江苏创纪云网络科技有限公司	2015/7/8	500 万元	潘晓东	南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号 H 幢	网络技术、软件开发、销售、信息技术咨询、技术服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；图书（须取得许可或批准后方可经营）、报刊（须取得许可或批准后方可经营）、食品（须取得许可或批准后方可经营）；礼仪服务；摄影服务；商务信息咨询服务。许可项目：第二类增值电信业务	南京垚岳高新科技合伙企业（有限合伙）持股 51.00%，南京伽马企业管理合伙企业（有限合伙）持股 18.15%，南京创纪企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持股 16.04%，倪辎轾持股 14.81%
9	金坛区国星家电维修中心	2017/4/14	10 万元	徐国忠	金坛区大文村 26 号	一般项目：日用电器修理；家用电器销售；家用电器安装服务	个体工商户
10	常州市金坛俊林苗木专业合作社	2014/7/22	150 万元	王兆俊	常州市金坛区金城镇庄城村委眼香堂 36 号	组织收购、销售本社成员栽培的花卉、苗木；组织采购、供应成员种植花卉、苗木所需的农业生产资料（农药除外）；引进成员种植花卉、苗木的新技术；开展与花卉、苗木种植相关的技术培训、技术交流和咨询服务。	农民专业合作社
（二）实际控制人近亲属直接投资的企业（不含前述已列示的企业）							
1	江苏橙智家网络科技有限公司	2020/8/14	1,000 万元	汪浩	镇江高新区南徐大道 298 号 A 座高新大厦 1403 室	许可项目：各类工程建设活动；一般项目：网络技术服务；网络与信息安全软件开发；智能家庭消费设备销售；智能家庭消费设备制造；人工智能行业应用系统集成服务；信息系统集成服务；物联网技术服务；供应链管理服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；软件开发；计算机软硬件及辅助设备零售；会议及展览服务；人工智能应用软件开发；从事科技培训的营利性民办培训机构（除面向中小学生开展的学科类、语言类文化教育培训）；科技指导；科技推广和应用服务	汪浩持股 10%，好享家舒适智能家居股份有限公司持股 90%
2	江苏好享家电子商务有限公司	2020/1/14	1,000 万元	汪浩	南京市玄武区中山东路 311-2 号五星控股大厦 301 室	电子商务；智能家居设备、家用电器、通讯设备销售；计算机设备研发、生产（仅限分支机构经营）、销售、技术服务；从事计算机信息技术、网络技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；计算机软硬件研发、销售、技术咨询、技术服务；计算机信息系统集成；经营性互联网信息服务（须取得许可或批准后方可经营）；物联网技术服务；智能家居系统设计、安装、技术服务；设计、制作、代理、发布国内各类广告（许可证的经营项目除外）；增值电信业务（须取得许可或批准后方可经营）。	汪浩持股 10%，好享家舒适智能家居股份有限公司持股 90%

3	宁波集结号二连投资合伙企业（有限合伙）	2015/11/2	8,600.1 万元	宁波集结号资产管理中心（有限合伙）	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 B 区 H0533	实业投资、资产管理、投资管理、投资咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	汪浩出资 6.98%
（三）实际控制人近亲属因担任董事、高管施加重大影响的企业（不含前述已列示的企业）							
1	江苏舒适云信息技术有限公司	2018/5/19	1,000 万元	杨芃	南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号	信息技术、计算机软硬件、网络技术研发、技术服务、技术咨询及技术转让；计算机系统集成的设计、调试及维护设计、制作、代理、发布各类广告；电子商务；信息系统集成和物联网技术服务；智能家居设备、家用电器、通讯设备销售；计算机设备的研发、生产、销售及技术服务；智能家居工程技术设计、安装及施工服务；增值电信业务；互联网信息服务。	好享家舒适智能家居股份有限公司持股 100%；汪浩任总经理

注：汇通达网络股份有限公司直接控制的企业超过 700 家，主要采取汇通达控股，当地经营者参股的股权结构。

其中，实际控制人直接控制的企业的主要财务数据，主营业务及产品，主要经营模式及核心技术，主要客户及供应商基本情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	主要经营模式及核心技术	主要客户及供应商情况	总资产	净资产	营业收入	净利润
一、控股股东直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业							
1	江苏孩享盈企业管理有限公司	未实际经营	-	-	-	-	-
二、控股股东一致行动人直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业（无）							
三、发行人实际控制人直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业							
（一）发行人实际控制人直接控制的企业							
1	南京米同旺企业管理中心	股权投资	-	30,000.73	29,999.73	0.00	-0.07
2	上海创垚投资合伙企业(有限合伙)	未实际经营	-	-	-	-	-

3	南京米全福企业管理合伙企业(有限合伙)	未实际经营	-	-	-	-	-
4	上海道昱投资管理中心(有限合伙)	未实际经营	-	-	-	-	-
5	南京湾流启程创业投资合伙企业(有限合伙)	未实际经营	-	-	-	-	-
6	南京仁众福企业管理合伙企业(有限合伙)	未实际经营	-	-	-	-	-
7	珠海创越丰投资有限公司	股权投资	-	15,904.51	539.23	0.00	-0.74
8	南京湾流股权投资管理有限公司	未实际经营	-	-	-	-	-
9	江苏星纳赫投资管理有限公司	私募基金投资管理	-	2,621.82	1,012.82	333.01	13.11
10	南京米纳福企业管理合伙企业(有限合伙)	未实际经营	-	-	-	-	-
11	上海道迹投资管理有限公司	未实际经营	-	-	-	-	-
12	江苏星合投资管理有限公司	股权投资	-	3,249.69	1,687.05	3,076.70	153.82
13	五星控股集团有限公司	投资控股，下属业务包括房地产开发、物业管理、旅游咨询、软件开发、智能家居集成、国内贸易等	-	619,508.39	273,204.67	1,010,848.94	2,247.19
14	汇通达网络股份有限公司	农村电商平台，主要商品包括家用电器、3C 数码、家居建材、农资农机、酒水饮料、交通出行等	主要客户为家用电器大卖场，主要供应商为家用电器生产厂商、经销商	1,853,362.07	624,821.24	4,383,845.98	36,891.62
15	江苏孩子王实业有限公司	之前负责运营孩子王 APP 等线上平台，已于 2020 年 3 月 31 日停止运营	公司主要从事电子商务平台业务，不存在采购业务，主要客户为母婴童用品/服务提供商	15,149.05	385.77	10,413.03	-430.04

16	**Wang Jian Guo Holdings Limited**	**未实际经营**	**-**	**9,857.52 万美元**	**9,835.81 万美元**	**0.00**	**483.38 万美元**
17	**Brent & Lily Holdings Limited**	**未实际经营**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
四、实际控制人近亲属直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业							
（一）实际控制人近亲属直接控制的企业及该等企业直接控制的企业（不含前述已列示的企业）							
1	常州市金坛区皓岳企业管理咨询有限公司	股权投资	-	0.12	-2,509.10	-	-2,509.10
2	上海创岳投资管理中心	未实际经营	-	-	-	-	-
3	南京仁忠合企业咨询管理有限公司	未实际经营	-	-	-	-	-
4	南京仁众浩投资企业（有限合伙）	未实际经营	-	-	-	-	-
5	南京仁众星投资企业（有限合伙）	未实际经营	-	-	-	-	-
6	南京仁众丽投资企业（有限合伙）	未实际经营	-	-	-	-	-
7	上海轼道企业管理服务中心	未实际经营	-	-	-	-	-
8	江苏创纪云网络科技有限公司	各类软件开发	主要客户为苏果超市有限公司、名创优品（广州）有限责任公司等；主要供应商电子设备生产厂商、经销商	12,861.55	9,441.67	10,861.77	2,940.71
9	金坛区国星家电维修中心	未实际经营	-	-	-	-	-
10	常州市金坛俊林苗木专业合作社	未实际经营	-	-	-	-	-

报告期内，实际控制人直接控制的企业存在注销的情况如下：

序号	公司名称	成立日期	注册资本	法定代表人	注册地址	经营范围	原股权结构	注销时间	注销原因

1	南京亿诺达企业管理有限公司	2016/9/23	500 万元	汪建国	南京麒麟科技创新园智汇路 300 号	企业管理及咨询服务；图书、报刊零售（须取得许可或批准后方可从事经营活动）；食品销售（须取得许可或批准后方可从事经营活动）；保健食品（须取得许可或批准后方可从事经营活动）、医疗器械（许可项目除外）销售；儿童用品的研发、销售；儿童娱乐设备销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口商品和技术除外）；职业技能培训（不含与学历教育相关的培训或服务）；儿童娱乐设备领域的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；经济信息咨询（不含投资咨询）；会议与展览服务；礼仪服务；摄影服务；组织文化艺术交流活动；乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁；企业形象策划；通讯设备及智能卡、货架销售；自有房屋租赁；物业管理；仓储服务；装卸搬运服务；票务代理；办公设备、电子设备的销售；保健按摩服务。	汪建国持股 80%，汪浩持股 20%	2020/6/22	未实际经营业务，因此注销
2	西安亿诺达企业管理有限公司	2016/10/31	100 万元	胡俊	陕西省西安市碑林区雁塔路北段 8 号万达广场娱乐楼 2F-B 室	许可经营项目:图书、报刊的零售;保健食品、预包装食品及散装食品的批发零售;第二类、第三类医疗器械的销售;按摩服务。(上述经营范围涉及许可经营项目的,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)一般经营项目:企业管理咨询;会议会展服务;礼仪服务;摄影摄像服务;文化艺术交流策划(不含经营性演出);企业形象策划;票务代理;商务信息咨询;儿童娱乐设备的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询;房屋租赁(仅限自有房屋);物业管理;仓储服务(除危险品外、煤炭);装卸搬运服务;乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁;儿童用品的研发、销售;第一类医疗	南京亿诺达企业管理有限公司持股 100%	2019/12/19	未实际经营业务，因此注销

						器械、儿童娱乐设备、通讯设备、货架、办公设备、电子设备、智能卡的销售;货物及技术的进出口业务。(上述经营范围涉及许可经营项目的,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)			
3	郑州亿童联企业管理咨询有限公司	2016/10/31	100 万元	胡萃	郑州市二七区大学南路 8 号万达广场娱乐楼 Z-3F-A-B 号	企业管理咨询、商务信息咨询、会议会展服务、庆典礼仪服务、摄影服务、文化艺术交流活动策划、企业形象策划、保健按摩服务；儿童娱乐设备技术开发；从事货物与技术的进出口业务；批发零售：日用百货、图书、报刊、预包装食品、保健食品、一、二类医疗器械、儿童娱乐设备、办公设备、电子产品	南京亿诺达企业管理有限公司持股 100%	2020/3/20	未实际经营业务，因此注销
4	青岛亿诺达企业管理有限公司	2016/10/27	100 万元	韩瑞波	青岛市李沧区巨峰路 178 号李沧万达广场百货楼三层	企业管理;图书、报刊零售;批发、零售:预包装食品、散装食品、特殊食品、医疗器械、玩具、通讯设备(不含卫星地面接收设备)、办公设备、电子设备;婴儿护理专业培训(凭行业主管部门许可证件开展经营活动);技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询;经济信息咨询(不含投资咨询);会议服务;展览展示服务;礼仪庆典服务;摄影服务;文化艺术交流活动组织策划;乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁;企业形象策划;自有房屋租赁;物业管理;仓储(不含冷冻、冷藏、制冷等涉氨经营项目、不含危险化学品储存);货物装卸;票务代理;保健按摩。(以行政审批机关核定为准)	南京亿诺达企业管理有限公司持股 100%	2020/1/15	未实际经营业务，因此注销

5	成都亿诺达企业管理有限公司	2016/12/13	100 万元	赵松云	成都市蛟龙工业港双流园区海滨城购物中心二层 A203、A205、A215 号	企业管理咨询服务；图书、报刊零售；食品经营；销售：医疗器械、儿童用品、儿童娱乐设备、办公设备、电子设备、通讯设备；从事货物及技术进出口得对外经营业务；儿童娱乐设备技术开发、技术转让、技术咨询服务；经济信息咨询；会议服务；展览服务；礼仪服务；摄影摄像服务；组织策划文化艺术交流活动；乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁；企业营销策划；房屋租赁；物业管理；仓储服务；装卸搬运服务；票务代理；按摩服务。	南京瑞兹企业管理合伙企业（有限合伙）持股 100%	2020/7/1	停止经营业务，因此注销
6	China Kidswant Investment Holdings (BVI) Co.,Ltd	2012/3/22	1 美元	汪建国	英属维尔京群岛	-	China Kidswant Investment Holdings Co.,Ltd 持股 100%	2020/6/3	未实际经营业务，因此注销
7	China Kidswant Investment Holdings Co.,Ltd	2012/3/16	1 美元	汪建国	开曼	-	Wang Jian Guo Holdings Limited 持股 100%	2020/9/30	未实际经营业务，因此注销

（二）参照《审核问答》的相关内容，披露上述所有企业是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争情况

前述所列企业中，公司控股股东江苏博思达系实际控制人全资持有的投资平台，自设立以来，除发行人外未控制其他企业，与发行人不存在同业竞争情况。公司实际控制人及其近亲属直接控制的企业包括以下几种情况：

企业类型	是否构成同业竞争
已设立但未实际经营的企业	-
股权投资类企业	主要从事股权投资业务，与发行人不构成同业竞争情况
实际控制人及其近亲属直接控制且实际经营业务的企业	
五星控股集团有限公司及其下属企业	五星控股集团有限公司系投资控股型公司，其下属企业主要从事包括房地产开发、物业管理、旅游咨询、软件开发、智能家居集成、国内贸易等业务，不存在从事母婴童零售业务的企业，与发行人不存在同业竞争情况
汇通达网络股份有限公司及其下属企业	主要从事农村电商平台业务，主要商品包括家用电器、3C 数码、家居建材、农资农机、酒水饮料、交通出行等，主要客户为家用电器大卖场，主要供应商为家用电器生产厂商、经销商，与发行人主营业务不同，不存在同业竞争情况
江苏孩子王实业有限公司	主要负责运营孩子王 APP 等线上平台，2020 年 3 月 31 日发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，江苏孩子王已停止运营，与发行人不存在同业竞争情况
江苏创纪云网络科技有限公司	主要从事各类软件开发业务，主要客户为苏果超市有限公司、名创优品（广州）有限责任公司等零售类企业，主要供应商为电子设备生产厂商、经销商等，与发行人主营业务不同，不存在同业竞争情况

报告期内，发行人主要从事母婴童商品零售及增值服务业务，主要客户群体为终端消费者，主要供应商为母婴商品生产商或经销商，销售渠道为公司下属门店及孩子王 APP 等线上平台。截至本回复出具日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未从事与发行人构成同业竞争的业务，与发行人不存在同业竞争情况。

此外，为了更好地维护公司及其他股东的利益，公司实际控制人汪建国、控股股东江苏博思达、及其一致行动人南京千秒诺、南京子泉签署了《避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、截至本承诺函出具之日，本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业不存在从事与发行人相同或相似且对发行人构成重大不利影响的业务。

2、自本承诺函出具之日起，未来本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业不会从事与发行人相同或相似且对发行人构成重大不利影响的业务。

3、自本承诺函出具之日起，如发行人拟进一步拓展业务范围，本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业将不与发行人拓展后的业务相竞争；若与发行人拓展后的业务产生竞争，则本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业将以停止经营相竞争的业务、或将相竞争的业务纳入到发行人经营或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方等合法方式避免同业竞争。

4、本承诺函自出具之日起具有法律效力，在公司于交易所上市且本人/本公司/本企业作为公司实际控制人/控股股东/控股股东的一致行动人期间持续有效，一经作出即为不可撤销。如有违反并给公司以及公司股东造成损失的，本人/本公司/本企业将承担相应的法律责任。

（三）参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构各方面逐一核查，披露上述企业在上述各方面与发行人是否存在混同，发行人是否满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，是否存在影响发行人独立性的情况，是否构成本次发行的法律障碍。

在业务方面，发行人的主营业务为母婴童商品零售及增值服务。在上述业务开展过程中，发行人拥有独立的生产经营场所和经营性资产，并建立了完整的采购、销售、仓储物流等业务流程，具备直接面向市场独立经营的能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业开展生产经营活动的情况，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或者显失公允的关联交易。

在资产方面，发行人合法拥有与其经营有关的主要土地房产、商标、计算机软件著作权的所有权或使用权，具备与其经营有关的业务体系及相关主要资产。除问题十“（四）对比当地一般租金定价情况，列表对比披露发行人房产租金定价依据及公允性，是否存在关联方代垫费用或利益输送情形”中已披露的关联租赁情形外，发行人不存在租赁控股股东、实际控制人房产或者商标、专利、主要技术来自于控股股东、实际控制人授权使用的情形，且上述向实际控制人下属企业租赁房屋的情形不会对发行人的资产完整产生重大不利影响。

在人员方面，发行人现任高级管理人员未在发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事之外的其他职务；该等高级管理人员亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬；发行人的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职；公司与员工均签订了劳动合同，并建立了独立的人事档案制度，人事聘用、任免与考核奖惩制度，工资管理、福利与社会保障制度，与控股股东、实际控制人互相独立。

在财务方面，发行人已设立独立的财务部门，配备了专职的财务人员，并已建立了独立的财务核算体系，在经营活动中能够独立支配资金与资产，独立作出财务决策。公司具有规范的财务会计制度和对子公司、分公司的管理制度。公司独立开设银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司独立办理纳税登记，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务，与股东单位无混合纳税的情况。

在机构方面，发行人设置了股东大会、董事会和监事会，聘任了总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员，并设置了财务共享中心、人力行政中心、营运中心、内控审计部、技术中心等职能部门，具有健全的组织机构，该等组织机构和经营管理部门按照《公司章程》及相关内部制度的规定，独立行使管理职权，发行人不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业发生机构混同的情形。

综上，**截至本回复出具日，发行人与控股股东、实际控制人、一致行动人及其近亲属直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，不存在混同的情形；发行人满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，不存在影响发行人独立性从而构成本次发行法律障碍的情况。**

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、取得发行人控股股东及其一致行动人的股东基本情况调查表，并通过查询国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）等公开渠道对其对外投资情况及相关被投资企业的经营范围进行核查；

2、取得实际控制人的基本情况调查表，并通过查询国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）等公开渠道对实际控制人及其近亲属的对外投资及对外兼职情况进行核查；

3、取得实际控制人直接控制的企业的营业执照、公司章程/合伙协议、最近一年的财务报表，并取得该等企业关于其主营业务是否与发行人主营业务存在同业竞争或潜在同业竞争的书面确认；

4、查阅发行人的资产清单、员工花名册、公司治理制度及三会文件，就发行人财务体系建设情况取得发行人的书面说明，就是否存在兼职情况取得发行人财务人员出具的书面承诺；

5、对发行人的实际控制人、控股股东及其一致行动人进行访谈，并取得上述人员/企业出具的《避免同业竞争的承诺函》。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人控股股东、实际控制人、其一致行动人及其近亲属直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争情况；

2、截至本回复出具日，发行人与控股股东、实际控制人、一致行动人及其近亲属直接控制、间接控制、投资、施加重大影响的企业在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，不存在混同的情形；发行人满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，不存在影响发行人独立性从而构成本次发行法律障碍的情况。

问题六、关于关联方及关联交易

申报材料显示，报告期内发行人与多家企业存在较多关联交易。请发行人补充披露：

（1）发行人与江苏创纪云网络科技有限公司（以下简称“江苏创纪”）、成都亿诺达企业管理有限公司（以下简称“成都亿诺达”）、北京极智嘉科技有限公司（以下简称“北京极智嘉”）存在金额较大的经常性关联交易，请披露江苏创纪、成都亿诺达、北京极智的基本情况；发行人与上述企业间关联交易的产生背景，合理性及必要性，是否将长期持续；定价依据及公允性；与各公司关联交易的具体内容，涉及金额及占发行人各期主营收入或总采购额比重情况，占该关联方各期主营收入或总采购额情况；是否存在该关联方专门为发行人服务的情况；是否为发行人代垫成本费用的情况，是否存在利益输送。

（2）发行人与深圳慧星远商业保理有限公司（以下简称“深圳慧星远”）存在大额保理、资金拆借情况，发行人称与其关联关系为“重要合作方”。请披露 “重要合作方”的具体内涵，认定其为关联方的合理性；发行人与其存在大额保理的产生背景，是否将长期持续；涉及保理业务的采购对应发行人采购类型构成，对应的主要供应商情况，对应金额及占总采购额比重情况；结合发行人与上述供应商间采购价款支付约定情况以及自身现金流情况，披露持续存在大额保理业务的合理性及必要性；该公司是否存在代发行人承担成本费用的情形。

（3）深圳慧星远是否主要为发行人服务；其给予发行人的信用额度情况，该信用额度金额如何确定；发行人与深圳慧星远合作的稳定性，若结束合作，发行人是否将面临供应商催缴货款而导致流动性风险；其对发行人应付供应商款项的选取标准和要求，发行人如何配合深圳慧星远挑选应付供应商款项；发行人直接向供应商回款金额与通过深圳慧星远回款金额的比较情况，发行人通过深圳慧星远供应链保理业务新增的成本和费用情况。

（4）发行人与深圳慧星远间资金拆借流进流出的时间，中介机构对上述拆借资金和保理款项真实流向的核查情况，深圳慧星远偿付拆借的资金是否来源于发行人支付的保理款项，保理业务是否基于真实的采购活动。

（5）深圳市远翔商业保理有限公司（以下简称“深圳市远翔商业”）存在为发行人代收大额货款，发行人为成都亿诺达代收其他款项的情况。披露相关代收款项的原因及合理性；深圳市远翔商业的基本情况，是否为发行人代垫成本费用情形，是否存在利益输送；深圳市远翔商业是否主要为发行人服务；与分期付款相关的销售订单是否集中于特定客户、特定产品、特定门店、特定时间，毛利率是否存在异常。

（6）请发行人参照《审核问答》相关内容对转贷、票据融资等财务内控不规范情形、第三方回款、现金交易等进行补充披露，并披露发行人是否满足“发行人内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件。

（7）参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构各方面逐一核查，披露发行人在上述各方面与是否上述企业存在混同，发行人是否满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，是否存在影响发行人独立性的情况。

（8）结合《公司法》、《企业会计准则》及《审核问答》相关内容，披露发行人是否已完整认定并披露关联方，若否，请补充披露关联方及关联交易。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。请保荐人和申报会计师详述对上述情形的核查情况，包括采取的方法、核查过程、查看的资料、取得何种凭证等，现金交易相关内部控制是否得到有效执行。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第七节/四/（一）公司内部控制制度执行情况”、“第七节/七/（八）公司与关联方的独立性情况”、“第七节/九/（一）关联方及关联关系”、“第七节/九/（二）关联交易”中进行了补充披露。

（一）发行人与江苏创纪云网络科技有限公司（以下简称“江苏创纪”）、成都亿诺达企业管理有限公司（以下简称“成都亿诺达”）、北京极智嘉科技有限公司（以下简称“北京极智嘉”）存在金额较大的经常性关联交易，请披露江苏创纪、成都亿诺达、北京极智的基本情况；发行人与上述企业间关联交易的

产生背景，合理性及必要性，是否将长期持续；定价依据及公允性；与各公司关联交易的具体内容，涉及金额及占发行人各期主营收入或总采购额比重情况，占该关联方各期主营收入或总采购额情况；是否存在该关联方专门为发行人服务的情况；是否为发行人代垫成本费用的情况，是否存在利益输送。

1、江苏创纪、成都亿诺达、北京极智嘉的基本情况

（1）江苏创纪云

截至本回复出具日，江苏创纪云的基本情况如下：

公司名称	江苏创纪云网络科技有限公司
成立日期	2015年7月8日
注册地址	南京市麒麟科技创新园智汇路300号H幢
注册资本	500万元人民币
法定代表人	潘晓东
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	网络技术、软件开发、销售、信息技术咨询、技术服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；图书（须取得许可或批准后方可经营）、报刊（须取得许可或批准后方可经营）、食品（须取得许可或批准后方可经营）；礼仪服务；摄影服务；商务信息咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务
统一社会信用代码	9132010233946244XX
股权结构	南京垚岳高新科技合伙企业（有限合伙）持股51%，南京伽马企业管理合伙企业（有限合伙）持股18.15%，南京创纪企业管理咨询合伙企业（有限合伙）16.04%，倪韬轶持股14.81%

（2）成都亿诺达

截至本回复出具日，成都亿诺达已注销，注销前其基本情况如下：

公司名称	成都亿诺达企业管理有限公司（已于2020年7月注销）
成立日期	2016年12月13日
注册地址	成都市蛟龙工业港双流园区海滨城购物中心二层A203、A205、A215号
注册资本	100万元人民币
法定代表人	赵松云
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）

经营范围	企业管理咨询服务；图书、报刊零售；食品经营；销售：医疗器械、儿童用品、儿童娱乐设备、办公设备、电子设备、通讯设备；从事货物及技术进出口得对外经营业务；儿童娱乐设备技术开发、技术转让、技术咨询服务；经济信息咨询；会议服务；展览服务；礼仪服务；摄影摄像服务；组织策划文化艺术交流活动；乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁；企业营销策划；房屋租赁；物业管理；仓储服务；装卸搬运服务；票务代理；按摩服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)。
统一社会信用代码	91510122MA62NFTG1M
股权结构	南京瑞兹企业管理合伙企业（有限合伙）持股100%

（3）北京极智嘉、南京极智嘉

截至本回复出具日，北京极智嘉的基本情况如下：

公司名称	北京极智嘉科技有限公司
成立日期	2015年2月3日
注册地址	北京市朝阳区创远路36号院1号楼1层101室
注册资本	41,438万元人民币
法定代表人	郑勇
企业类型	有限责任公司(台港澳法人独资)
经营范围	机器人系统技术开发、技术咨询、技术服务；转让自有技术；软件开发；软件系统集成；企业管理咨询；机械设备、电子产品、计算机软硬件及外围设备的批发；仓储服务；道路货运代理；佣金代理（拍卖除外）；产品设计；货物进出口、技术进出口、代理进出口（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）；陆路国际货运代理；航空国际货运代理；普通货物道路货物运输（仅限使用清洁能源、新能源车辆）。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；普通货物道路货物运输（仅限使用清洁能源、新能源车辆）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。）
统一社会信用代码	91110117330386452K
股权结构	Geekplus HK Limited持股100%

截至本回复出具日，北京极智嘉的全资子公司南京极智嘉的基本情况如下：

公司名称	南京极智嘉机器人有限公司
成立日期	2017年10月11日
注册地址	南京经济技术开发区红枫科技园B4栋2层

注册资本	5,000万元人民币
法定代表人	郑勇
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	机器人技术、软件技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；自动化设备、机械设备、电子产品、计算机软硬件及相关产品生产、销售；普通货物仓储、装卸、包装服务；物流信息咨询；企业管理咨询；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
统一社会信用代码	91320192MA1R9T4W98
股权结构	北京极智嘉科技有限公司持股100%

2、发行人与上述企业间关联交易的产生背景，合理性及必要性，是否将长期持续；定价依据及公允性；与各公司关联交易的具体内容，涉及金额及占发行人各期主营收入或总采购额比重情况，占该关联方各期主营收入或总采购额情况；是否存在该关联方专门为发行人服务的情况；是否为发行人代垫成本费用的情况，是否存在利益输送

报告期内，发行人与江苏创纪云、成都亿诺达及北京极智嘉的关联交易情况如下：

（1）与江苏创纪云的关联交易情况

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
江苏创纪云	软件采购	-	601.77	603.45	1,786.32
占营业成本的比例	-	-	**0.10%**	**0.13%**	**0.49%**
占江苏创纪云主营业务收入的比例	-	-	**5.54%**	**6.01%**	**21.61%**
江苏创纪云	返佣分成（冲减当期费用）	57.04	240.90	-	-

报告期内，公司向江苏创纪云采购了供应链系统、云 POS 及 ERP 等软件系统用于日常经营。2019 年，随着公司业务规模的不断扩大，江苏创纪云为鼓励公司在门店推广采用云 POS 系统，将包括微信、支付宝在内的第三方支付平台向其支付的返佣按照一定比例与公司分成。

报告期内，公司与江苏创纪云的交易规模较小，交易价格均参考市场价格，定价公允，江苏创纪云不存在专门为公司服务的情况，亦不存在为公司代垫成本费用或利益输送的情形。未来，公司将根据业务需要与江苏创纪云合作，相关关联交易将根据《公司章程》、《关联交易管理制度》的规定履行审批程序。

（2）与成都亿诺达的关联交易情况

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
成都亿诺达	母婴商品销售	-	3,669.08	4,394.77	3,420.29
成都亿诺达	收取特许经营费	-	156.63	152.53	155.79
合计	-	-	**3,825.71**	**4,547.29**	**3,576.08**
占主营业务收入的比例	-	-	**0.46%**	**0.68%**	**0.68%**
占成都亿诺达采购总额的比例	-	-	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
成都亿诺达	发行人受让资产	-	94.79	-	-
成都亿诺达	发行人代其收取款项	-	2,971.70	2,205.40	876.01

2016 年 10 月，由于公司下属门店成都海滨城店未取得经营所需相关资质，为使公司业务合规运行，公司决定将上述资产剥离。2016 年 10 月，公司下属企业四川孩子王（转让方）与公司实际控制人汪建国控制的南京亿诺达（受让方）、汪建国、汪浩签署了《资产转让协议》，由南京亿诺达参考评估价值受让上述门店的全部资产。同时，交易各方约定，如上述资产在协议签署后两年内取得经营所需的资质证照，则汪建国、汪浩同意向孩子王转让其所持南京亿诺达的全部股权，如在协议签署后两年内未取得经营所需的资质证照，汪建国、汪浩同意向第三方转让其所持南京亿诺达的全部股权。

同时，孩子王与南京亿诺达签署了《特许经营协议》，约定：1）许可南京亿诺达在门店经营中使用“孩子王”相关注册商标，该许可为非独家、不可分许可的商标使用许可；2）授予南京亿诺达“孩子王”品牌的特许经营权，南京亿诺达委托孩子王独家经营其门店，委托经营过程中门店人员由孩子王或其指定的子公司向门店派驻；3）委托经营期限内，门店经营所需商品由孩子王独家供应，如孩子王向第三方供应某种商品，该商品的供应价格应等于孩子王向第三方供应该种商品的价格；4）特许权使用费（含商标许可费）为孩子王受托经营门店而发生的管理费用等相关成本支出的 120%。

2018 年 11 月，由于成都海滨城店受其承租的商场物业影响，未能于剥离后两年内取得经营所需的相关业务资质证照，根据原协议约定，南京亿诺达将其持有的成都亿诺达 100%股权转让给第三方。同时，孩子王与成都亿诺达签署了《特许经营协议》，约定：1）成都亿诺达在门店经营中使用“孩子王”相关注册商标，该许可为非独家、不可分许可的商标使用许可；2）授予成都亿诺达“孩子王”品牌的特许经营权，成都亿诺达委托孩子王独家经营其门店，委托经营过程中门店人员由孩子王或其指定的子公司向门店派驻；3）委托经营期限内，门店经营所需商品由孩子王独家供应，如孩子王向第三方供应某种商品，该商品的供应价格应等于孩子王向第三方供应该种商品的价格：4）特许权使用费（含商标许可费）应当为孩子王受托经营门店而发生的销售收入对应比率收取。

因此，报告期内，公司与成都亿诺达之间的交易系在委托经营期内向发行人独家采购各类母婴商品用于门店经营，上述商品的采购价格公允。同时，为保证销售资金的安全性，发行人在门店运营过程中代成都亿诺达收取部分销售款项并定期进行结算，不涉及定价。此外，根据公司与南京亿诺达、成都亿诺达在 2016 年 10 月和 2018 年 11 月先后签署的《特许经营协议》，公司作为门店受托经营方，需向其按照一定比例收取特许权使用费（含商标许可费）。

2019 年 12 月，为加强对下属门店的统一管控，公司决定停止对成都海滨城店采用特许经营方式运营，因此公司下属子公司四川孩子王与成都亿诺达签署了《资产转让协议》，受让成都海滨城店的部分资产，转让价格**以天源资产评估有限公司出具的《资产评估报告》为基础，经双方协商确认**为 94.79 万元（不含税）。

综上，**报告期内，公司与成都亿诺达的关联交易具有合理的商业背景，交易金额较小，定价公允，不存在为公司代垫成本费用或利益输送的情形。2019 年末，成都亿诺达完成资产转让交割后，未再从事其他业务，与发行人也未产生任何交易。2020 年 7 月，成都亿诺达办理完成注销手续。**

（3）与北京极智嘉的关联交易情况

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
北京极智嘉	仓储物流服务	-	33.02	33.02	-

占营业成本的比例	-	-	0.01%	0.01%	-
占北京极智嘉主营业务收入的比例	-	-	**0.01%**	**0.01%**	-
北京极智嘉	软件销售	-	1,232.39	-	-
南京极智嘉	软件销售	-	95.04	-	-
合计	-	-	**1,327.43**	-	-
占主营业务收入的比例	-	-	**0.16%**	-	-
占北京极智嘉采购总额的比例	-	-	**1.87%**	-	-

北京极智嘉自 2018 年开始与公司合作，主要为公司提供机器人仓储物流服务，即将待售卖货品从入库上架到分拣下架整个过程所涉及的拣选服务。在合作过程中，北京极智嘉及其下属企业向公司购买了订单管理系统、物流管理系统、配送管理系统、仓储管理系统等软件产品，通过进行二次开发，为下游客户提供物流系统集成产品。**报告期内，发行人与北京极智嘉的交易规模较小，交易价格均参考市场价格，定价公允，北京极智嘉不存在专门为公司服务的情况，亦不存在为公司代垫成本费用或利益输送的情形。未来，公司将根据业务需要与北京极智嘉合作，相关关联交易将根据《公司章程》、《关联交易管理制度》的规定履行审批程序。**

（二）发行人与深圳慧星远商业保理有限公司（以下简称“深圳慧星远”）存在大额保理、资金拆借情况，发行人称与其关联关系为“重要合作方”。请披露“重要合作方”的具体内涵，认定其为关联方的合理性；发行人与其存在大额保理的产生背景，是否将长期持续；涉及保理业务的采购对应发行人采购类型构成，对应的主要供应商情况，对应金额及占总采购额比重情况；结合发行人与上述供应商间采购价款支付约定情况以及自身现金流情况，披露持续存在大额保理业务的合理性及必要性；该公司是否存在代发行人承担成本费用的情形。

1、请披露 “重要合作方”的具体内涵，认定其为关联方的合理性

深圳慧星远成立于 2016 年 3 月，主要从事保理业务，其基本情况如下：

公司名称	**深圳慧星远商业保理有限公司**
成立日期	**2016年3月29日**
注册地址	**深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室(入驻深圳市前海商务秘书有限公司)**
注册资本	**2,000万元**

法定代表人	江功文
企业类型	有限责任公司
经营范围	保付代理（非银行融资类）；供应链管理；投资咨询、经济信息咨询、财务管理、企业管理咨询（以上均不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）；国内贸易（不含专营，专控，专卖商品）；股权投资；受托资产管理（不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理等业务）；创业投资业务；受托管理创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供管理服务业务；从事担保业务（不含融资性担保业务及其他限制项目）；经营进出口业务.（以上法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）
统一社会信用代码	91440300MA5D9FFE8G
股权结构	江功文持股99%，刘佳雯持股1%

根据深圳慧星远、高义广、江功文提供的资料及说明，深圳慧星远的实际控制人为高义广，因个人原因由江功文作为名义股东代为持有深圳慧星远 99%的股权，而江功文作为深圳慧星远的执行董事、总经理全面负责深圳慧星远的运营。同时，高义广、江功文及股东刘佳雯目前均在发行人的关联方上海辰谊企业服务有限公司任职。报告期内，深圳慧星远从事的保理业务均来自于发行人的供应商，保理业务合同项下的应收账款均为供应商应收发行人的货款。同时，报告期内，发行人还存在向深圳慧星远销售软件产品及资金往来的情形。

因此，根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》和《创业板上市规则》等相关规定，发行人按照谨慎性原则、实质重于形式原则，将深圳慧星远界定为重要合作方并作为关联方披露，具有合理性。

2、发行人与其存在大额保理的产生背景，是否将长期持续

报告期内，发行人与深圳慧星远形成的保理业务代付款情况如下：

单位：万元

关联方名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
深圳慧星远	4,027.18	12,262.86	10,470.00	4,679.97
合计	**4,027.18**	**12,262.86**	**10,470.00**	**4,679.97**

报告期内，公司介绍部分有资金需求的供应商与深圳慧星远进行保理业务合作，即供应商将对孩子王的应收商品货款转让给深圳慧星远，深圳慧星远为供应商提供保理融资服务并收取一定的服务费。保理合同约定的期限届满后，根据保理合同约定，供应商归还深圳慧星远相应的款项，**或指定由孩子王将根据孩子王与供应商签署的采购合同的约定应向供应商支付的部分货款直接支付给深圳慧星远，同时**孩子王将代供应商支付的前述款项从其应付给供应商的商品货款中扣减。

为进一步避免、减少和规范关联交易，截至本回复出具日，公司已停止向深圳慧星远介绍供应商申请保理融资，并停止向深圳慧星远直接代付供应商款项。

3、涉及保理业务的采购对应发行人采购类型构成，对应的主要供应商情况，对应金额及占总采购额比重情况

报告期内，涉及保理业务的采购对应发行人采购类型均为母婴商品采购。报告期内，向深圳慧星远申请保理融资的主要供应商情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购金额	占总采购额的比例	采购内容
2020 年 1-6 月	1	南京怡亚通旺龙供应链管理有限公司	7,188.27	2.01%	奶粉
	2	成都能康健食品有限公司	1,390.12	0.39%	营养保健
	3	杭州中赛实业有限公司	735.46	0.21%	外服童鞋
	4	南京奇乐可商业管理有限公司	451.48	0.13%	奶粉、零食辅食、营养保健
	5	苏州广汇营销有限公司	10,852.82	3.03%	奶粉、零食辅食、营养保健
	合计		**20,618.15**	**5.76%**	-
2019 年	1	杭州中赛实业有限公司	1,349.56	0.15%	外服童鞋
	2	江苏盛为服装有限公司	1,195.03	0.14%	内衣家纺
	3	南京诚安贸易有限公司	9,730.25	1.12%	零食辅食、营养保健、洗护用品
	4	南京标点母婴用品有限公司	4,213.39	0.48%	纸尿裤、洗护用品
	5	四川旅侨商贸有限公司	3,572.87	0.41%	奶粉、营养保健
	合计		**20,061.10**	**2.30%**	-
2018 年	1	杭州中赛实业有限公司	11,074.71	1.61%	外服童鞋

	2	南京欣荣保健食品有限公司	8,912.69	1.30%	奶粉、零食辅食、营养保健、洗护用品、纸尿裤
	3	南京诚安贸易有限公司	6,591.65	0.96%	奶粉、零食辅食、营养保健、洗护用品
	4	湖南康程护理用品有限公司	1,168.46	0.17%	纸尿裤
	5	南京怡亚通旺龙供应链管理有限公司	6,922.19	1.01%	奶粉、营养保健
	合计		**34,669.69**	**5.04%**	-
2017 年	1	杭州中赛实业有限公司	14,093.44	2.66%	外服童鞋、内衣家纺
	2	杭州培康食品有限公司	3,146.88	0.59%	零食辅食、营养保健
	3	南京银嘉食品有限公司	4,443.04	0.84%	奶粉、零食辅食、营养保健、车床椅
	4	湖北谊慧食品科技有限公司	3,143.60	0.59%	奶粉、零食辅食、营养保健、洗护用品
	5	南京欣荣保健食品有限公司	4,563.47	0.86%	奶粉、零食辅食、营养保健、纸尿裤
	合计		**29,390.44**	**5.54%**	-

报告期内，发行人向申请保理融资的主要供应商的采购规模均较小，占总采购金额的比例较低，发行人对上述供应商不存在重大依赖。

4、结合发行人与上述供应商间采购价款支付约定情况以及自身现金流情况，披露持续存在大额保理业务的合理性及必要性；该公司是否存在代发行人承担成本费用的情形

报告期内，发行人与申请保理融资的主要供应商的结算周期通常在 30 天至 90 天，与其他合作供应商相比无重大差异，不存在因供应商申请保理融资而延长支付周期的情况。发行人处于零售行业，因此为保障各门店及线上渠道的正常运转，通常会预留一定规模的流动资金。报告期各期末，发行人货币资金余额分别为 92,385.32 万元、89,403.81 万元、128,300.35 万元和 128,255.16 万元，高于发行人向上述供应商的采购规模。

报告期内，发行人介绍部分供应商申请保理融资，主要系为提升与供应商的合作关系，协助供应商解决其对资金的运转需求。而发行人与深圳慧星远形

成的保理业务代付款情况，主要系在保理合同期满后，供应商根据保理合同的要求，要求孩子王将根据孩子王与供应商签署的采购合同的约定的应付部分供应商货款直接支付给深圳慧星远，发行人将代供应商支付的前述款项从其应付给供应商的商品货款中扣减。

报告期内，发行人向供应商的支付义务及支付金额不因供应商申请保理融资而有所差异，因此不存在深圳慧星远代发行人承担成本费用的情形。

（三）深圳慧星远是否主要为发行人服务；其给予发行人的信用额度情况，该信用额度金额如何确定；发行人与深圳慧星远合作的稳定性，若结束合作，发行人是否将面临供应商催缴货款而导致流动性风险；其对发行人应付供应商款项的选取标准和要求，发行人如何配合深圳慧星远挑选应付供应商款项；发行人直接向供应商回款金额与通过深圳慧星远回款金额的比较情况，发行人通过深圳慧星远供应链保理业务新增的成本和费用情况。

1、深圳慧星远是否主要为发行人服务；其给予发行人的信用额度情况，该信用额度金额如何确定；发行人与深圳慧星远合作的稳定性，若结束合作，发行人是否将面临供应商催缴货款而导致流动性风险

报告期内，深圳慧星远保理业务的客户均来自于发行人的供应商，主要系协助供应商解决其对资金的运转需求，而非为发行人提供服务。**由于申请保理融资的融资主体为发行人的供应商而非发行人，因此不存在深圳慧星远给予发行人信用额度的情况。**

为进一步避免、减少和规范关联交易，截至本回复出具日，公司已停止向深圳慧星远介绍供应商申请保理融资，并停止向深圳慧星远直接代付供应商款项。

报告期内，发行人与申请保理融资的供应商在结算周期方面与其他合作供应商相比无重大差异，且发行人通常会预留一定规模的流动资金，**因此，发行人不会面临因供应商催缴货款而导致流动性风险。**

2、其对发行人应付供应商款项的选取标准和要求，发行人如何配合深圳慧星远挑选应付供应商款项

根据深圳慧星远提供的《供应商授信评估-风控模型》，深圳慧星远对发行人应付供应商款项的选取标准和要求如下：（1）供应商与发行人的合作年限；（2）供应商对发行人的预计年度销售额；（3）商品毛利率情况；（4）额外担保、质押情况等。根据上述标准，**深圳慧星远对供应商进行综合评估，确认是否提供授信及授信规模。**

发行人主要出于供应商与深圳慧星远签署的保理业务合同需要，配合确认供应商提供给深圳慧星远的采购协议、应收账款发票实有金额的真实性，发行人与供应商是否存在合同纠纷，是否存在双方约定的禁止转让应收账款的情形。

3、发行人直接向供应商回款金额与通过深圳慧星远回款金额的比较情况，发行人通过深圳慧星远供应链保理业务新增的成本和费用情况

报告期内，发行人直接向供应商回款金额与通过深圳慧星远回款金额的比较情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
发行人直接向供应商回款金额	57,449.43	93.45%	184,918.05	93.78%	119,204.32	91.93%	71,158.53	93.83%
发行人通过深圳慧星远的回款金额	4,027.18	6.55%	12,262.86	6.22%	10,470.00	8.07%	4,679.97	6.17%
发行人向申请保理融资供应商的采购总额	61,476.61	100.00%	197,180.91	100.00%	129,674.33	100.00%	75,838.49	100.00%
占总采购额的比例		17.16%		22.64%		18.85%		14.30%

报告期内，发行人对供应商的应付账款系根据双方签署的采购合同约定确定，供应商申请保理融资系根据其对资金的需求开展，相关融资费用由其自行承担，与发行人无关。因此，不存在因供应商申请保理融资而导致发行人新增成本和费用的情况。

（四）发行人与深圳慧星远间资金拆借流进流出的时间，中介机构对上述拆借资金和保理款项真实流向的核查情况，深圳慧星远偿付拆借的资金是否来源于发行人支付的保理款项，保理业务是否基于真实的采购活动。

1、发行人与深圳慧星远间资金拆借流进流出的时间

报告期内，发行人与深圳慧星远间资金拆借流进流出情况如下：

单位：万元

年份	序号	借款日期	还款日期	借款金额
2017 年	1	2017 年 1 月	2017 年 6 月	3,000.00
	2	2017 年 3 月		1000
	3	2017 年 4 月		1,000.00
	4	2017 年 5 月		2,000.00
	5	2017 年 7 月	2017 年 12 月	7,000.00
	6	2017 年 8 月		3,000.00
	合计			**17,000.00**
2018 年	1	2018 年 1 月	2018 年 10 月	4,000.00
	2	2018 年 1 月	2018 年 11 月	500.00
	3	2018 年 1 月	2018 年 12 月	8,540.00
	4	2018 年 2 月		1,000.00
	5	2018 年 8 月		3,960.00
	合计			**18,000.00**
2019 年	1	2019 年 4 月	2019 年 7 月	800.00
	2	2019 年 5 月		750.00
	3	2019 年 6 月		450.00
	4	2019 年 6 月	2019 年 12 月	2,060.00
	5	2019 年 8 月		200.00
	6	2019 年 9 月		2,200.00
	7	2019 年 10 月		700.00
	8	2019 年 11 月		2,340.00
	9	2019 年 12 月		1,500.00
	合计			**11,000.00**
2020 年 1-6 月	1	2020 年 1 月	2020 年 2 月	1,900.00
	2	2020 年 2 月	2020 年 2 月	200.00
	3	2020 年 2 月	2020 年 3 月	3,000.00
	合计			**5,100.00**

2、中介机构对上述拆借资金和保理款项真实流向的核查情况，深圳慧星远偿付拆借的资金是否来源于发行人支付的保理款项，保理业务是否基于真实的采购活动。

报告期内，深圳慧星远向发行人拆入的资金均用于其保理业务的开展。发行人向深圳慧星远支付保理款项主要系供应商因保理合同履约，要求发行人向深圳慧星远支付相关款项，同时，发行人会将其代供应商支付的前述款项从应付给

供应商的商品货款中扣减;**深圳慧星远偿付拆借的资金不直接来源于发行人支付的保理款项。报告期内，发行人供应商从事的保理业务均基于真实的采购活动。**

（五）深圳市远翔商业保理有限公司（以下简称“深圳市远翔商业”）存在为发行人代收大额货款，发行人为成都亿诺达代收其他款项的情况。披露相关代收款项的原因及合理性；深圳市远翔商业的基本情况，是否为发行人代垫成本费用情形，是否存在利益输送；深圳市远翔商业是否主要为发行人服务；与分期付款相关的销售订单是否集中于特定客户、特定产品、特定门店、特定时间，毛利率是否存在异常。

1、深圳市远翔商业保理有限公司（以下简称“深圳市远翔商业”）存在为发行人代收大额货款，发行人为成都亿诺达代收其他款项的情况。披露相关代收款项的原因及合理性；深圳市远翔商业的基本情况，是否为发行人代垫成本费用情形，是否存在利益输送

报告期内，发行人与深圳远翔、成都亿诺达的代收款项情况如下：

单位：万元

关联方名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人代其收取的款项				
成都亿诺达企业管理有限公司	-	2,971.70	2,205.40	876.01
代发行人收取的款项				
深圳市远翔商业保理有限公司	-	3,567.39	10,037.01	-

报告期内，由于成都亿诺达委托孩子王独家经营其门店，为保证销售资金的安全性，公司代收部分销售款项并定期和成都亿诺达结算。发行人与成都亿诺达的具体交易背景及原因参见本题“（一）/2/（2）与成都亿诺达的关联交易情况”部分回复。

截至本回复出具日，深圳远翔的基本情况如下：

公司名称	深圳市远翔商业保理有限公司
成立日期	2016年12月27日
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室(入驻深圳市前海商务秘书有限公司)
注册资本	1,000万元人民币

法定代表人	高义广
企业类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	保付代理（非银行融资类）；从事担保业务（不含融资性担保业务及其他限制项目）；供应链管理；投资咨询、经济信息咨询、财务咨询、企业管理咨询、创业投资咨询（以上均不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）；国内贸易（不含专营，专控，专卖商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。
统一社会信用代码	91440300MA5DRE257Y
股权结构	上海辰谊企业服务有限公司持股100%

报告期内，为提升消费者体验，公司与深圳远翔合作分期付款业务。当消费者在门店或孩子王线上平台进行消费时，可向深圳远翔申请分期付款，深圳远翔取得货款后定期与公司进行结算，**不存在为发行人代垫成本费用，或是利益输送的情形**。

2、深圳市远翔商业是否主要为发行人服务；与分期付款相关的销售订单是否集中于特定客户、特定产品、特定门店、特定时间，毛利率是否存在异常

报告期内，深圳远翔主要从事个人消费分期付款业务，主要为发行人服务。2018 年至 2019 年，消费者通过深圳远翔开展的分期付款业务整体规模较小，占公司主营业务收入的比例较低，该业务毛利率与公司母婴商品平均毛利率相近，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年
分期付款业务对应的付款金额（含税）	3,567.39	10,037.01
分期付款业务对应的销售收入（不含税）	2,987.26	8,283.24
占主营业务收入的比例	0.37%	1.25%
分期付款业务对应的毛利率	22.30%	22.88%
母婴商品毛利率	23.78%	25.50%

按照商品品类来看，2018 年至 2019 年，消费者通过深圳远翔开展的分期付款业务主要涉及奶粉和纸尿裤两大类，与公司母婴商品销售结构相似，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年

	金额	比例	金额	比例
奶粉	1,917.73	53.76%	5,937.02	59.15%
纸尿裤	747.72	20.96%	1,924.07	19.17%
其他	901.93	25.28%	2,175.92	21.68%
合计	**3,567.39**	**100.00%**	**10,037.01**	**100.00%**

按照销售渠道来看，2018 年至 2019 年，分期付款业务系通过线上平台操作，消费者在购物完成进行付款时可选择分期付款方式，因此电商平台占比相对单个门店而言较为集中，而线下门店开展的分期付款业务均通过扫码购开展，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例
电商平台	1,454.88	40.78%	3,029.75	30.19%
线下门店	2,112.50	59.22%	7,007.25	69.81%
其中：开展分期付款业务的前五大门店	216.91	6.08%	902.60	8.99%
合计	**3,567.39**	**100.00%**	**10,037.01**	**100.00%**

按照消费时间来看，2018 年消费者通过深圳远翔开展的分期付款业务主要集中在下半年，其中四季度占比较高，主要系因为四季度节假日较多，包括十一黄金周、圣诞节等，且叠加“双十一”等全国性购物节，以及公司每年 12 月 18 日孩子王童粉狂欢节期间推出一系列促销活动，提升了四季度的销售，相应的选择分期付款的客户增加；2019 年开始，深圳远翔分期付款业务逐步萎缩，到 2019 年末结束，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例
一季度	1,993.48	55.88%	181.43	1.81%
二季度	792.64	22.22%	2,817.60	28.07%
三季度	446.22	12.51%	3,343.06	33.31%
四季度	335.05	9.39%	3,694.92	36.81%
合计	**3,567.39**	**100.00%**	**10,037.01**	**100.00%**

综上，报告期内，**消费者通过深圳远翔开展的分期付款业务整体规模较小，在客户群体、产品类型、销售渠道、消费时间、毛利率等方面不存在异常情况。**

（六）请发行人参照《审核问答》相关内容对转贷、票据融资等财务内控

不规范情形、第三方回款、现金交易等进行补充披露，并披露发行人是否满足“发行人内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件。

1、第三方回款情况

报告期内，发行人将线下门店部分场地转租给包括早教、培训机构、婴儿游泳中心、产后恢复中心等母婴行业周边服务商户使用，并收取一定的租赁费用。同时，公司还为部分商户提供广告服务。由于上述客户一般为个体工商户、个人独资企业或自然人等，因此，存在第三方回款的情形，具体情况如下：

单位：万元

第三方回款类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
个体工商户或自然人由亲属代为支付	141.97	440.17	339.49	306.72
自然人控制的企业的法定代表人或实际控制人代为支付	347.59	1,028.65	773.54	327.49
指定员工或关联方代为支付	822.97	2,053.18	1,061.36	548.53
合计	1,312.53	3,521.99	2,174.39	1,182.75
营业收入	384,598.97	824,250.92	667,065.16	523,510.23
占比	0.34%	0.43%	0.33%	0.23%

报告期内，第三方回款金额占各期营业收入的比例较小。第三方回款的发生系部分客户因方便结算、及时周转资金而由实际控制人及其亲属、客户员工或指定第三方代付。第三方回款均具有真实的商业背景，不存在因第三方回款事项导致的货款权属纠纷，不会对公司的正常运营产生重大不利影响。报告期各期，公司在规范第三方回款方面的内控执行有效。

2、现金交易情况

公司处于母婴商品零售行业，主营业务中母婴商品销售及母婴服务主要针对终端个人消费者。线下直营门店销售过程中，部分消费者采用现金支付方式结算。报告期内，现金收款形成的收入金额占主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
现金收款形成的收入金额	10,655.49	43,803.90	55,078.29	73,842.35
主营业务收入	381,397.09	815,160.43	660,999.96	518,377.83
占比	2.79%	5.37%	8.33%	14.24%

报告期内，公司现金收入占比较小，且随着微信、支付宝等第三方支付平台的逐步推广，公司现金收款比例持续下降。公司采用现金收款符合零售行业惯例，交易真实且具有合理性。

报告期内，为加强门店资金管理，防范资金风险，公司制定了《门店货币资金管理制度》、《收银备用金管理规定》等，对现金收款交款、现金缴存、现金盘点、备用金管理等方面作出规范和指导。具体如下：

现金收款交款：在消费者完成消费至收银台结账时，客收员应确保实收金额与应收金额一致，将支付信息录入收银机并妥善保管收银小票备查。客收员应于每日交班时清点收到的营业款，并在收银缴款系统录入收款金额，客收主管在系统中核对缴款单，并在当日将差异调整完毕。核对无误后，客收员将收到的现金和收银小票交给客收主管，客收主管当面清点无误后，与客收员在银包核查表上共同签字确认收取金额，并存入保险箱。

现金缴存：门店正常运营期间，可使用结算卡 ATM 机存款的门店需每天缴款，无结算卡 ATM 机缴款服务的门店原则上每 3 个自然日进行缴款，月底最后一个工作日必须将累计前一天的现金进行缴款。缴存时需安排门店自有员工陪同客收人员前往银行，缴存至门店银行账户。

现金盘点：门店资金盘点包括日常盘点、门店抽盘和月末大盘三类，其中，日常盘点由门店客收主管负责，安排早晚班客收员对收银备用金进行盘点，并将实际款项按照各金额面值填写在金库盘点表中；门店抽盘由客收主管和门店店总负责，对前期的营业款、收银备用金、行政备用金、礼品卡、MIS 等进行盘点（卡券视同现金管理），客收主管每周至少组织一次，门店店总每月至少组织两次门店抽盘；月末大盘则为对月末最后一日营业结束后的现金卡券等进行盘点，如发现差异，最晚于次日内将差异金额、差异原因、解决方法和解决时间报至总部运营与应收部门。

报告期内，公司严格按照上述现金管理内控制度进行管理。

3、资金拆借情况

报告期内，发行人存在与关联方深圳慧星远进行资金拆借的情况，具体参见本题“（四）/1、发行人与深圳慧星远间资金拆借流进流出的时间”部分回复。

针对上述事项，公司已逐步建立了《关联交易管理制度》及《规范与关联方资金往来的管理制度》，防止发生与关联方资金拆借等非经营性资金占用事项。同时，公司已按照相关法律法规和内部控制制度的要求，设置了较为完善的资金管理体系，财务部门设置了专职的资金管理人员办理资金业务，并由财务经理、财务总监等专职岗位进行复核与监督。公司对资金相关决策程序、信息披露流程作了严格规定，对资金拆借行为作了严格限制，公司及其控股子公司均遵照上述内控制度执行管理。截至本回复出具日，上述资金拆借已全部清理。

报告期内，发行人不存在转贷、票据融资的情形。

（七）参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构各方面逐一核查，披露发行人在上述各方面与是否上述企业存在混同，发行人是否满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，是否存在影响发行人独立性的情况

在业务方面，报告期内，发行人的主营业务为母婴童商品零售及增值服务，而江苏创纪云主要从事各类软件开发业务，报告期内主要向发行人销售供应链系统、云 POS 及 ERP 等软件系统；北京极智嘉主要从事智能仓储物流机器人及相关系统开发业务，报告期内为发行人提供仓储物流服务的同时也向发行人采购了部分软件产品；深圳慧星远主要从事保理业务，报告期内主要为发行人的供应商提供保理融资业务；深圳远翔主要从事分期付款业务，报告期内为发行人的终端消费者提供分期付款服务；上述公司与发行人现有业务不存在重合的情形。报告期内，受历史原因影响，成都亿诺达根据协议委托发行人独家经营其门店，因此与发行人业务重合，2019 年末，公司决定停止采用特许经营方式运营，并受让了成都亿诺达的部分资产，自此成都亿诺达未再从事其他业务；2020 年 7 月，成都亿诺达办理完成注销手续。

在资产方面，发行人合法拥有与经营有关的主要土地房产、商标、计算机软件著作权的所有权或使用权，不存在与前述企业资产混同的情况。

在人员方面，发行人现任总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在发行人工作、领薪，未在上述企业兼职、领薪；发行人财务人员未在上述企业兼职；上述企业与发行人间不存在员工相互兼职的情况。

在财务方面，发行人与上述企业均独立开设了银行账户，设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，并建立了独立的财务核算体系，在经营活动中能够独立支配资金与资产，独立作出财务决策，并独立办理纳税登记，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务。报告期内，发行人代成都亿诺达收取部分销售款项，主要系在门店委托经营过程中为保证销售资金的安全性，采取的统一措施；深圳远翔代发行人收取部分款项，主要系为提升消费者体验，公司与深圳远翔合作分期付款业务，当消费者在门店或孩子王线上平台进行消费时，可向深圳远翔申请分期付款，深圳远翔取得货款后定期与公司进行结算，上述代收款情况均具有合理的商业目的和真实的交易背景，且自 2020 年开始已停止代收款交易。

在机构方面，发行人设置了股东大会、董事会和监事会，聘任了总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员，并设置了财务共享中心、人力行政中心、营运中心、内控审计部、技术中心等职能部门，具有健全的组织机构，该等组织机构和经营管理部门按照《公司章程》及相关内部制度的规定，独立行使管理职权，发行人不存在与上述企业发生机构混同的情形。

综上，**截至本回复出具日，发行人与上述企业在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，不存在混同的情形，亦不存在影响发行人独立性的情况。**

（八）结合《公司法》、《企业会计准则》及《审核问答》相关内容，披露发行人是否已完整认定并披露关联方，若否，请补充披露关联方及关联交易。

公司已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定披露关联方及关联交易，不存在应披露未披露的情形。

二、保荐机构、申报会计师、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅江苏创纪云、成都亿诺达、北京极智嘉的工商档案；

2、查阅报告期内上述关联方交易的相关合同、交易明细、银行单据、记账凭证、发票等文件资料并对关联方交易和余额函证；

3、查阅上述关联方报告期内的财务报表/审计报告/主要财务数据；

4、对上述关联方进行实地走访或视频访谈，了解上述企业与发行人的业务合作背景、合作模式、定价依据及上述企业在资产、人员、财务、机构、业务等方面与发行人是否存在关系；

5、查阅发行人报告期内《公司章程》、《关联交易管理制度》等制度文件及内部审批文件；取得发行人实际控制人、控股股东及其一致行动人、持股 5%以上的其他股东出具的《关于减少并规范关联交易的承诺函》；

6、查阅深圳慧星远的工商档案及深圳慧星远股东的出资凭证，对其股东、实际控制人进行访谈；查阅发行人与深圳慧星远签署的业务合同，对深圳慧星远进行函证、对深圳慧星远的主要人员进行访谈；查阅报告期内深圳慧星远的保理业务放款清单以及发行人与参与深圳慧星远保理业务供应商之间的采购合同和交易记录；查阅发行人向深圳慧星远拆出资金的明细账，核查发行人的银行打款回单、记账凭证及银行收款回单；

7、对报告期内涉及保理业务的主要供应商进行抽样，查阅上述供应商与发行人签署的采购合同及相关审批记录、商品采购订单、发票、付款凭证，并对上述主要供应商进行访谈、函证；

8、查阅深圳远翔的工商档案，对深圳远翔进行函证，就深圳远翔的主营业务情况、分期付款的业务开展方式、主要客户群体、与发行人的合作背景及合作模式对深圳远翔主要管理人员进行访谈；查阅发行人与深圳远翔签署的业务合同、消费者通过深圳远翔申请分期付款业务的订单明细；

9、取得发行人报告期内第三方回款的统计明细表，抽样选取样本，核查相关合同或订单、回款单据、委托付款证明；就第三方回款的原因、必要性及商业合理性对发行人管理层进行访谈；

10、查阅发行人与资金管理相关的内部控制制度，并就上述问题对公司管理层人员进行访谈；

11、查阅报告期内公司董事、监事、高级管理人员基本情况调查表；查阅控股股东、持股 5%以上股东提供的基本情况调查表和对外投资清单，查阅发行人关联企业的工商登记资料，并通过公开渠道进行复核。

保荐机构及申报会计师履行个如下核查：

1、了解发行人与上述企业的关联关系；测算报告期内发行人与上述关联企业的交易规模占其各期主营业务收入或总采购的比重；

2、了解发行人收款流程中有关第三方回款的控制点，并执行控制测试；

3、结合收入核查程序，验资现金交易的真实性；对比同行业现金交易的披露信息。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，发行人与江苏创纪云、成都亿诺达、北京极智嘉的关联交易规模较小，交易价格不存在显失公允的情形，具有真实的交易背景及商业合理性，不存在该等关联方专门为发行人服务的情形，不存在为公司代垫成本费用或利益输送的情形；

2、发行人将深圳慧星远定义为重要合作方并作为关联方披露具有合理性；报告期内，公司介绍部分有资金需求的供应商与深圳慧星远进行保理业务合作，具有真实的交易背景及商业合理性；截至本回复出具日，公司已停止向深圳慧星远介绍供应商申请保理融资，并停止向深圳慧星远直接代付供应商款项；涉及保理业务的采购均为母婴商品采购，占公司总采购规模的比例较小；深圳慧星远不存在代发行人承担成本费用的情形；

3、报告期内，深圳慧星远保理业务的客户均来自于发行人的供应商，主要系协助供应商解决其对资金的运转需求，而非为发行人提供服务，不涉及其给予发行人信用额度的情况；合作结束后，发行人不会面临因供应商催缴货款而导致流动性风险的情形；发行人不涉及通过深圳慧星远供应链保理业务新增成本和费用的情况；

4、报告期内，深圳慧星远向发行人拆入的资金均用于其保理业务的开展，具有真实的交易背景及商业合理性；深圳慧星远偿付拆借的资金不直接来源于发行人支付的保理款项；报告期内，深圳慧星远与发行人供应商间发生的保理业务均基于真实的采购活动；

5、报告期内，发行人与深圳远翔、成都亿诺达之间的代收款项具有真实的交易背景及商业合理性；深圳远翔不存在为发行人代垫成本费用，或利益输送的情形；深圳市远翔为发行人提供的分期付款服务无集中于特定客户、特定产品、特定门店、特定时间或毛利率异常之情形；

6、报告期内，发行人存在第三方回款、现金交易及与关联方资金拆借的情况；上述情形涉及的交易规模较小，且公司已制定了有效的内部控制措施进行规范，截至本回复出具日，发行人满足“发行人内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件；

7、截至本回复出具日，发行人与江苏创纪云、成都亿诺达、北京极智嘉、深圳慧星远、深圳远翔在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，不存在混同的情形，发行人满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，不存在影响发行人独立性的情况；

8、公司已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定披露关联方及关联交易，不存在应披露未披露的情形。

经核查，发行人律师认为：

1、报告期内，发行人与江苏创纪云、成都亿诺达、北京极智嘉的关联交易规模较小，交易价格不存在显失公允的情形，具有真实的交易背景及商业合理性，不存在该等关联方专门为发行人服务的情形，不存在为公司代垫成本费用或利益输送的情形；

2、发行人将深圳慧星远定义为重要合作方并作为关联方披露具有合理性；报告期内，公司介绍部分有资金需求的供应商与深圳慧星远进行保理业务合作，具有真实的交易背景及商业合理性；截至本补充法律意见书（一）出具之日，公司已停止向深圳慧星远介绍供应商申请保理融资，并停止向深圳慧星远直接代付

供应商款项；涉及保理业务的采购均为母婴商品采购，占公司总采购规模的比例较小；深圳慧星远不存在代发行人承担成本费用的情形；

3、报告期内，深圳慧星远保理业务的客户均来自于发行人的供应商，主要系协助供应商解决其对资金的运转需求，而非为发行人提供服务，不涉及其给予发行人信用额度的情况；合作结束后，发行人不会面临因供应商催缴货款而导致流动性风险的情形；发行人不涉及通过深圳慧星远供应链保理业务新增成本和费用的情况；

4、报告期内，深圳慧星远向发行人拆入的资金均用于其保理业务的开展，具有真实的交易背景及商业合理性；深圳慧星远偿付拆借的资金不直接来源于发行人支付的保理款项；报告期内，深圳慧星远与发行人供应商间发生的保理业务均基于真实的采购活动；

5、报告期内，发行人与深圳远翔、成都亿诺达之间的代收款项具有真实的交易背景及商业合理性；深圳远翔不存在为发行人代垫成本费用，或利益输送的情形；深圳市远翔为发行人提供的分期付款服务无集中于特定客户、特定产品、特定门店、特定时间或毛利率异常之情形；

6、报告期内，发行人存在第三方回款、现金交易及与关联方资金拆借的情况；上述情形涉及的交易规模较小，且公司已制定了有效的内部控制措施进行规范，截至本补充法律意见书（一）出具之日，发行人满足“发行人内部控制制度健全且被有效执行”的发行条件；

7、截至本补充法律意见书（一）出具之日，发行人与江苏创纪云、成都亿诺达、北京极智嘉、深圳慧星远、深圳远翔在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，不存在混同的情形，发行人满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，不存在影响发行人独立性的情况；

8、公司已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定披露关联方及关联交易，不存在应披露未披露的情形。

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人与江苏创纪云、成都亿诺达、北京极智嘉产生的关联交易的规模较小，交易价格具有公允性，交易真实，具有商业合理性；不存在为公司代垫成本费用的情形；

2、发行人将深圳慧星远定义为重要合作方并作为关联方披露具有合理性；发行人披露的与深圳慧星远之间的保理相关服务业务之商业原因与我们了解的情形一致；截止本回复出具日，发行人已经停止向深圳慧星远介绍供应商申请保理融资，并停止向深圳慧星远直接代付供应商款项，未发生因供应商催缴货款而出现流动性风险的情形；发行人披露的介绍供应商申请保理融资不会导致发行人新增成本和费用的情况与我们了解的一致，深圳慧星远不存在代发行人承担成本费用的情形；深圳慧星远与发行人供应商发生的保理业务均基于供应商与发行人之间真实的采购业务，具有合理性；深圳慧星远偿付拆借的资金不直接来源于发行人支付的保理款项；

3、报告期内，发行人与深圳远翔、成都亿诺达之间的代收款项基于真实的交易背景，具有合理性；深圳远翔为发行人提供的分期付款服务无集中于特定客户、特定产品、特定门店、特定时间之情形；深圳远翔不存在为发行人代垫成本费用的情形；

4、报告期内，发行人披露的第三方回款、现金交易及与关联方资金拆借的交易规模较小，公司已制定了与财务报表相关的资金管理内部控制制度且被有效执行；

5、报告期内，发行人设置了独立的财务部门，配备了相关财务人员，建立了独立的财务核算系统，独立做出财务决策，发行人与江苏创纪云、成都亿诺达、北京极智嘉、深圳慧星远、深圳远翔等关联方在财务方面相互独立；

6、公司已按照有关规定完整披露关联方及关联交易。

问题七、关于子公司及直营门店

申报材料显示，公司直接或间接控制 29 家子公司或二级子公司，其中 14 家子公司直接作为门店运营；公司及其子公司共下设 363 家分公司进行直营门店运营。发行人 7 家子公司使用“童联”的字号作为企业名称。请发行人补充披露：

（1）发行人及其子公司对直营门店的管理模式，各直营门店的管理人员的聘任模式、管理模式，直营门店其他员工的聘任模式、管理模式；发行人及其子公司对直营门店货物的控制措施，对母婴产品品质、婴儿食品安全的保障措施；报告期内，发行人及其子公司是否有效管理诸多直营门店，直营门店是否存在因产品品质、食品安全等问题发生较多退货、退款情况，是否发生较多消费者投诉、举报情况；发行人对门店的管理是否有效保证门店的消防安全及卫生健康。

（2）发行人收购童联供应链后，童联供应链在发行人主营业务中承载的业务，该子公司未更名为“孩子王”字样的原因；6 家子公司及其旗下直营门店均使用“童联孩子王”字样、而非与其他子公司一样仅以“孩子王”作为企业、门店名称的原因及必要性，是否导致发行人商号识别模糊，是否影响发行人的消费者、市场辨识度；发行人是否与其他方存在关于商号或其他无形资产方面的纠纷，是否存在相关协议安排。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/3/（1）直营门店销售”、“第六节/一/（二）/3/（3）售后流程”、“第六节/八、主要产品质量控制情况”、“第六节/五/（二）/3、商标”、“第十一节/三、诉讼或仲裁事项”中进行了补充披露。

（一）发行人及其子公司对直营门店的管理模式，各直营门店的管理人员的聘任模式、管理模式，直营门店其他员工的聘任模式、管理模式；发行人及其子公司对直营门店货物的控制措施，对母婴产品品质、婴儿食品安全的保障

措施；报告期内，发行人及其子公司是否有效管理诸多直营门店，直营门店是否存在因产品品质、食品安全等问题发生较多退货、退款情况，是否发生较多消费者投诉、举报情况；发行人对门店的管理是否有效保证门店的消防安全及卫生健康。

1、发行人及其子公司对直营门店的管理模式，各直营门店的管理人员的聘任模式、管理模式，直营门店其他员工的聘任模式、管理模式；发行人及其子公司对直营门店货物的控制措施，对母婴产品品质、婴儿食品安全的保障措施

（1）门店选址及陈列

考虑到新开门店选址对公司的持续发展有着重要影响，为提高营运效率，公司在新店开设前会综合评估所属地区的预估市场规模（包括人口出生率、居民可支配收入等）、周边人口情况、物业业态（包括年销售额、餐饮影院等生活配套情况等）、物业运营能力（包括店铺数、停车位等）、物业等级、商务条款（租金、装修等）、交通条件等因素，以降低新开门店产生的市场不确定性风险。一般情况下，公司在一个商圈只开设一家门店，以防范新设门店与现有门店之间的竞争冲突，优质区域可考虑开设超过一家门店，并在门店风格设计上选取不同主题，以形成互补、互助的营销优势。**同时，为打造统一的品牌形象，公司对直营门店建立了标准化的美陈管理体系，确保各直营门店美陈规范。**

（2）门店运营管理

公司制定了《门店运营稽核管理制度》、《门店运营稽核标准制度》、《门店经营重点风险警戒规范》等相关制度，建立了多层级的门店运营管理体系。日常管理方面，店总每日至少巡场一次，值班经理每周检查一次，分部负责人每季度需将所辖区域门店稽核完毕，总部稽核小组每半年需要覆盖所有分部。此外，在大促、黑金日等会员活动时，相关负责人员还需对门店进行专项稽核，确保门店环境、人员着装、商品陈列、现场美陈等方面符合规范。

针对经营数据表现较差的异常门店，公司制定了《异常门店提效管理办法》等管理方法提升异常门店运营效率。在分部层面，分部财务定期汇报异常门店名单，门店店总制定提升方案，分部业务经理、分部财务经理复核方案，分部总经理确认方案。在总部层面，全渠道营运中心负责制定异常门店监测体系及门店营

收、利润提升目标，审定门店提升方案，根据分类分级标准，优化资源配置，跟踪门店方案执行情况；此外，战略支持中心负责跟踪门店数据达成结果，为项目评价提供数据支持；人力行政中心根据异常门店情况制定用人策略。

（3）门店人员招聘管理

公司针对直营门店人员的聘任、管理、培训制定了《连锁经营店负责人任免管理规范》、《孩子王培训管理制度》、《门店培训管理规定》等相关制度。

其中，针对门店总经理、门店副总经理、储备店总等门店管理人员的任免，由公司区域分部总经理提出选拔申请，各层级人力资源专员结合审核提名人选资格，最终由总裁室、总部营运中心、总部人力资源部、区域分部总经理室共同组成审批委员会考核决定是否任免。上述人员的日常工作也由区域分部总经理及总部运营中心统一管理。针对门店其他销售、行政人员，则由区域分部人力资源部门负责招聘，由门店管理人员负责日常管理。

（4）门店货物管理

公司制定了《商品准入经营资质管理规范》、《配送中心商品入库验收标准》、《商品质量问题分类分级评价及处理办法》等一系列的内部规章制度以及控制手段，形成了完善的质量管理体系。

在门店货物管理方面，门店严格按照商品上架规则进行上货，对于变质、严重瘪罐、商标脱落、外包装破损、标识模糊不清、发生严重锈蚀的商品不得上架，确保无过期、损坏商品陈列。同时，店总、值班经理等管理人员还需对门店的经营环境、产品质量、商品陈列等方面进行检查，门店的日常检查包括店总的每日巡场、值班经理每周一次的周检、总部每年两次的稽核和不定期抽检。

（5）商品质量控制

在母婴产品品质、婴儿食品安全等管控方面，公司严格把控采购、运输、仓储及销售等环节的质控情况，具体措施如下：

① 采购质量管理

在与供应商签订购销合同或新品上架前，公司须首先获取并审核供应商营业执照、食品经营许可证、卫生许可证、检验报告、商标注册证、产品执行标准文本等资质，验明商品是否符合国家相关法律法规，并判断供应商是否具有相关资质。公司结合所识别风险发生后将导致的潜在影响以及这些风险发生的现实可能性，确定质量问题分级评价及处理要求，一旦发生供应商质量问题，公司有权按照相关处理要求下架商品并要求供应商支付相应的经济损失。

② 商品入库管理

公司制定了商品入库管理制度，在商品入库前，供应商除了要准备商品出库单（送货单）原件外，还要根据不同商品类型提供其他单据，例如奶粉、食品、化妆品等进口商品须提供对应批次的报关单和检验检疫报告，国产食品（奶粉、零辅食）均须提供出厂检验单等。在商品入库过程中，公司物流中心各仓库工作人员会对商品数量、商品外包装（包括商品外箱、销售包装、商品条码、商品标识、商品包装率）等进行严格检查，针对不同类型的商品按照 10-20%的比例进行抽检，并按照收货效期规则进行商品效期的检查和录入。上述检查通过后，商品相关信息将全部录入系统完成入库。

③ 商品存储管理

公司制定了严格的商品存储管理制度。在存货管理方面，公司要求先入库的商品优先出库，以保证库存商品质量的完好，尤其对易变质、易破损、易腐败的商品，机能已退化、老化的商品，以及距离到期时间较近的商品进行全面监察管理。同时，仓库主管人员需对库存商品、安全隐患进行日常检查、专项检查、节前检查等定期巡检，并保证仓储环境通风干燥，保持作业场所干净卫生。

④ 商品效期管理

公司制定了商品效期管理的相关规定。在日常管理（包括上货、理货、售卖、卫生清理）过程中，对有保质期的商品严格执行先进先出原则。在收货过程中，对供应商送货商品严格按照：1）国产商品到货日期距离商品生产日期不得超过商品保质期的三分之一；2）进口商品的到货日期距离商品生产日期不得超过商品保质期的二分之一。对于符合“临期商品下架规则”的商品（国产商

品保质期＞12 个月，临期 6 个月下架，保质期≤12 个月，临期 3 个月下架；非零食辅食类进口商品临期 3 个月下架；零食辅食进口商品保质期＞12 个月的临期 60 天下架；零食辅食进口商品保质期≤12 个月的临期 30 天下架）做下架处理，并汇总至当月的《门店临效期商品跟踪清单》进行报备，门店根据商品类型采取包括陈列位置调整、陈列方式调整、价格调整、供货商退换货、过期报损等方式进行再处理；对于剩余效期≤1 个月的临期商品则直接下架禁销封存；对于过效期商品，则由门店各品类主管进行现场监督报损销毁。

⑤ 商品运输管理

公司在引入承运商时，须首先审核其资质，选取具有三年以上物流运营经验、口碑良好的专业物流公司。运输配送过程中，承运商需对商品采取适当的安全措施，确保所使用的包装物达到防潮、防湿、防震、防尘、防锈、防静电等性能要求，符合多次转运、远距离运输和粗暴装卸情况下仍保证商品安全完好的标准。如由于承运商自身原因导致商品配送不及时或造成商品的破损、丢失等情况，公司有权按照合同要求承运商赔付相应的损失。

⑥ 发生商品质量问题时与供应商的责任追究

公司与供应商在采购合同中对商品质量问题进行严格约定，供应商应保证所提供的商品符合法律法规所规定的质量、技术和安全要求，并承担不低于法律规定的商品售后服务及保障义务。如商品违反或可能违反国家法律法规规定，或者侵害或可能侵害第三方知识产权时，公司有权拒收未收货的商品或退回相关/全部商品，供应商承担商品退回途中的风险、费用及损失，并支付相关违约金。如在政府有关部门的抽样检测等质量检查中，被行政执法部门认定为不合格商品，供应商应承担相关的罚款。如因商品或质量问题引起客诉、曝光等情形，供应商须积极协调、解决，及时告知公司，并对公司的一切相应处理予以接受。如因商品的质量、缺陷或标识等问题造成人身伤害或公司及第三方损失的，供应商应承担一切责任，因处理相关事项而产生的一切费用（赔偿或补偿金、诉讼费、律师费、差旅费等）均由供应商赔付。

2、报告期内，发行人及其子公司是否有效管理诸多直营门店，直营门店是否存在因产品品质、食品安全等问题发生较多退货、退款情况，是否发生较多消费者投诉、举报情况

报告期内，发行人及其子公司能够有效管理下属直营门店并合法、规范运营。具体管理情况参见本题“（一）/1、发行人及其子公司对直营门店的管理模式，各直营门店的管理人员的聘任模式、管理模式，直营门店其他员工的聘任模式、管理模式”的回复。

为保障消费者权益，提升消费者的购物体验，发行人在直营门店及线上平台均推出了会员“无理由退换货”的售后安排，即消费者仅需提供收银小票、发票、网上购物记录，即可在取得/签收货品的 7/15 天，根据退换货规则进行退换货申请。**报告期内，发行人退货率不超过 1.5%，整体退货率较低。对于因产品质量问题导致的退货，发行人还将按照相关法律法规向客户作出赔偿处理，同时根据与供应商签署的采购合同约定，申请由供应商进行赔付。**

发行人设立了客户服务中心，受理消费者对公司产品的投诉并予以处理。根据公司统计，2017 年 7 月至 2020 年 6 月期间年均接到消费者投诉不超过 100 起，投诉主要原因包括商品质量、发货问题等。客服中心接到投诉后，及时处理并记录在案，如需进一步处理的，则会发起跟踪单跟踪处理相关情况直至处理完毕。

报告期内，发行人及其控股子公司、分公司不存在因产品质量问题引起的重大行政处罚、纠纷或目前处于未决状态的重大诉讼。

3、发行人对门店的管理是否有效保证门店的消防安全及卫生健康

在门店消防安全管理方面，公司已制定了《孩子王消防安全管理制度》、《孩子王门店消防申报及流程管理规定》，在总部层面设置了危机管理小组，由总经理作为组长；在门店层面，由门店店总作为第一责任人，负责督促、落实火灾隐患预防及整改，及时处理门店日常运营期间涉及的消防安全问题。同时，公司针对消防重点问题建立了完整的检查机制，并通过多种形式开展经常性的消防安全宣传及教育培训。

在门店卫生健康管理方面，公司已制定了《门店运营稽核管理制度》、《门店运营稽核标准制度》，门店值班经理每周进行自查，确保门店环境干净整洁、货架无积灰、童乐园每日消毒且员工健康证上墙展示，不合格之处需在自查完成两天内整改完毕。分部及总部人员对门店进行不定期稽核，并建立明确的奖惩制度，确保门店卫生健康符合标准。

报告期内，公司不存在因门店消防安全及卫生健康引起的重大事故、重大行政处罚、纠纷或目前处于未决状态的重大诉讼，能够有效保证门店的消防安全及卫生健康。

（二）发行人收购童联供应链后，童联供应链在发行人主营业务中承载的业务，该子公司未更名为“孩子王”字样的原因；6 家子公司及其旗下直营门店均使用“童联孩子王”字样、而非与其他子公司一样仅以“孩子王”作为企业、门店名称的原因及必要性，是否导致发行人商号识别模糊，是否影响发行人的消费者、市场辨识度；发行人是否与其他方存在关于商号或其他无形资产方面的纠纷，是否存在相关协议安排。

1、发行人收购童联供应链后，童联供应链在发行人主营业务中承载的业务，该子公司未更名为“孩子王”字样的原因；6 家子公司及其旗下直营门店均使用“童联孩子王”字样、而非与其他子公司一样仅以“孩子王”作为企业、门店名称的原因及必要性，是否导致发行人商号识别模糊，是否影响发行人的消费者、市场辨识度

发行人收购童联供应链后，童联供应链主要为发行人内部提供仓储物流等配套服务，不涉及母婴商品零售业务，因此未做更名，童联供应链未使用“孩子王”字样不会对发行人的生产经营造成不利影响。

为完成子公司工商注册，发行人 6 家子公司及其下属门店的企业名称中使用“童联孩子王”字样；“童联孩子王”字样仅在子公司及其下属门店的证照等书面文件中使用，发行人线下经营场所中均直接使用“孩子王”商号，且发行人拥有“孩子王”完整的商标所有权，截至本回复出具日，不存在与他人共有、授权让他人使用或经他人授权使用的情形，不会因此导致发行人商号识别模糊的情形。

2、发行人是否与其他方存在关于商号或其他无形资产方面的纠纷，是否存在相关协议安排

截至本回复出具日，公司与其他方存在关于公司商标/商号或其他无形资产方面的未决诉讼 25 起，该等诉讼均为发行人作为原告，针对其他方侵犯发行人商标/商号提起的维权诉讼，不存在他人以发行人侵犯其商号及/或商标为由提起诉讼的情形；存在其他涉及无形资产方面的未决诉讼共计 7 起，上述诉讼的具体事由包括公司在日常运营过程中在门店播放的背景音乐、发行人在经营过程中使用的图片被主张侵犯他人著作权以及发行人从供应商处采购的商品涉及侵犯他人知识产权，**不涉及发行人自有知识产权**。具体情况如下：

序号	原告	被告	案件基本情况	进展
1	发行人	苏州热拍信息技术有限公司（以下简称“苏州热拍”）	案由：商标权纠纷 案件标的：510,300 元 案件事实：发行人主张苏州热拍侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令苏州热拍停止侵权行为、公开道歉、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用	尚未开庭
2	发行人	浙江四季青佳宝童装市场蔡美云童装店（以下简称“四季青佳宝童装”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：100,000 元 案件事实：发行人主张四季青佳宝童装侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用	尚未开庭
3	发行人	桐城市孩子王孕婴童生活馆（以下简称“孩子王孕婴童”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：50,000 元 案件事实：发行人主张孩子王孕婴童侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、立即变更企业名称、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
4	发行人	怀宁县高河镇黄家孩子王孕婴生活馆（以下简称“高河镇黄家孩子王”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：50,000 元 案件事实：发行人主张高河镇黄家孩子王侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、立即变更企业名称、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭

5	发行人	潜山县孩子王母婴生活馆（以下简称“潜山县孩子王”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：50,000 元 案件事实：发行人主张潜山县孩子王侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、立即变更企业名称、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
6	发行人	新沂市港头镇王军奶粉店（以下简称“王军奶粉店”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：100,000 元 案件事实：发行人主张王军奶粉店侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
7	发行人	射阳县兴桥镇欢乐孩子王商店（以下简称“欢乐孩子王”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：50,000 元 案件事实：发行人主张欢乐孩子王侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、立即变更企业名称、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
8	发行人	南宁市经开区雄霸母婴用品店（以下简称“雄霸母婴用品店”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：80,000 元 案件事实：发行人主张雄霸母婴用品店侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
9	发行人	南宁市渥贝比母婴用品生活馆（以下简称“渥贝比母婴用品生活馆”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：80,000 元 案件事实：发行人主张渥贝比母婴用品生活馆侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
10	发行人	南宁市乐滋母婴用品店（以下简称“乐滋母婴用品店”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：80,000 元 案件事实：发行人主张乐滋母婴用品店侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
11	发行人	南宁市爸比奶母婴用品店（以下简称“爸比奶母婴用品店”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：80,000 元 案件事实：发行人主张爸比奶母婴用品店侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
12	发行人	防城爱婴世界母婴用品经营店（以下简称“防城爱婴”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：50,000 元 案件事实：发行人主张防城爱婴侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济	尚未开庭

			损失并承担全部诉讼费用。	
13	发行人	南宁市经济技术开发区贝贝佳母婴用品店（以下简称“贝贝佳母婴用品店”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：80,000 元 案件事实：发行人主张贝贝佳母婴用品店侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
14	发行人	霞浦县孩子王童装店（以下简称“霞浦孩子王”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：100,000 元 案件事实：发行人主张霞浦孩子王侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
15	发行人	长泰县孩子王精美玩具店（以下简称“长泰孩子王”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：80,000 元 案件事实：发行人主张长泰孩子王侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、立即变更企业名称、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	该案已于 2020 年 9 月 15 日开庭审理，截至本回复出具日，法院尚未判决。
16	发行人	漳浦县深土镇孩子王母婴用品店（以下简称“深土孩子王”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：80,000 元 案件事实：发行人主张深土孩子王侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、立即变更企业名称、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	该案已于 2020 年 10 月 15 日开庭审理，截至本回复出具日，法院尚未判决。
17	发行人	邗江区诚艳媛母婴店（以下简称“诚艳媛母婴店”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：100,000 元 案件事实：发行人主张诚艳媛母婴店侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	该案已于 2020 年 9 月 11 日开庭审理，截至本回复出具日，法院尚未判决。
18	发行人	建湖县近湖孩子王母婴生活馆（以下简称“近湖孩子王”）	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷 案件标的：50,000 元 案件事实：发行人主张近湖孩子王侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、立即变更企业名称、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	该案已于 2020 年 10 月 22 日开庭审理，截至本回复出具日，法院尚未判决。
19	发行人	宿迁市湖滨新区	案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷	该案已于

		好孩子母婴生活超市（以下简称“湖滨新区好孩子”）	案件标的：150,000 元 案件事实：发行人主张湖滨新区好孩子侵犯发行人持有的“孩子王”商标专用权，诉请判令其停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	2020 年 5 月 25 日开庭审理，截至本回复出具日，法院尚未判决。
20	发行人	陈春龙、上海寻梦信息技术有限公司（以下简称“上海寻梦”）	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：50,000 元 案件事实：发行人主张在上海寻梦经营的手机购物平台“拼多多”上，陈春龙运营的“孩子王正品店”店铺名称中的“孩子王”与原告的注册商标“孩子王”构成相同/近似商标，侵犯了发行人的注册商标专用权，诉请判令二被告停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。 2020 年 8 月 26 日，上海市知识产权法院作出（2020）沪 73 民辖 89 号裁定书，裁定本案由上海市杨浦区人民法院审理。	尚未开庭
21	发行人	廖文张、上海寻梦	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：40,000 元 案件事实：发行人主张在上海寻梦经营的手机购物平台“拼多多”上，廖文张运营的“孩子王母婴店”店铺名称中的“孩子王”与发行人的注册商标“孩子王”构成相同/近似商标，侵犯了发行人的注册商标专用权，诉请判令二被告停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。 2020 年 8 月 25 日，上海市知识产权法院作出（2020）沪 73 民辖 106 号裁定书，裁定本案由上海市杨浦区人民法院审理。	尚未开庭
22	发行人	尹保凯、上海寻梦	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：100,000 元 案件事实：发行人主张在上海寻梦经营的手机购物平台“拼多多”上，尹保凯运营的“孩子王母婴用品店”店铺名称中的“孩子王”与发行人的注册商标“孩子王”构成相同/近似商标，侵犯了发行人的注册商标专用权，诉请判令二被告停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。 2020 年 8 月 25 日，上海市知识产权法院作出（2020）沪 73 民辖 135 号裁定书，裁定本案由上海市杨浦区人民法院审理。	尚未开庭
23	发行人	姜慧洁、上海寻梦	案由：侵害商标权纠纷	尚未开庭

			案件标的：1,000,000 元 案件事实：发行人主张在上海寻梦经营的手机购物平台“拼多多”上，姜慧洁运营的“孩子王同频小铺”店铺名称中的“孩子王”与发行人的注册商标“孩子王”构成相同/近似商标，侵犯了发行人的注册商标专用权，诉请判令二被告停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	
24	发行人	吴志阳、上海寻梦	案由：侵害商标权纠纷 案件标的：30,000 元 案件事实：发行人主张在上海寻梦经营的手机购物平台“拼多多”上，吴志阳运营的“孩子王购物”店铺名称中的“孩子王”与发行人的注册商标“孩子王”构成相同/近似商标，侵犯了发行人的注册商标专用权，诉请判令二被告停止侵权行为、赔偿经济损失并承担全部诉讼费用。	尚未开庭
25	发行人	上海寻梦	案由：侵害商标权纠纷； 案件标的：10,000 元； 案件事实：发行人主张在上海寻梦经营的手机购物平台“拼多多”上一家“孩子王新新精选店”的店铺名称中的“孩子王”与发行人的注册商标“孩子王”构成相同/近似商标，侵犯了发行人的注册商标专用权，诉请判决上海寻梦立即停止侵犯注册商标专用权的行为、赔偿经济损失及合理费用、立即采取删除、屏蔽、断开侵权店铺相关链接等必要措施，并提供现相关店铺工商登记等信息、承担诉讼费用。	尚未开庭
26	艾可尼斯	啵噜噜（广州）婴儿用品科技有限公司、江苏孩子王及发行人	案由：著作权及不正当竞争纠纷； 案件标的：300 万元； 案件事实：2020 年 4 月，（株）艾可尼斯（以下简称“艾可尼斯”）因侵害著作权及不正当竞争纠纷向江苏省南京市中级人民法院提起诉讼，诉请：1）判令被告停止使用 Pororo 系列卡通形象，停止侵犯原告著作权、停止不当竞争行为；2）判决被告赔偿原告经济损失 300 万元；3）诉讼费用由被告承担。	该案已于 2020 年 9 月 28 日开庭，截至本回复出具日，法院尚未判决。
27	昆山倍凯斯儿童用品有限公司（以下简称“昆山倍凯斯”）	孩子王儿童用品股份有限公司昆山白马泾路店（以下简称“昆山白马泾店”）、上海宜朵儿童用品科技有限公司（以下简称“上海宜朵”）、	案由：实用新型专利权纠纷 案件标的：304,000 元 案件事实：昆山倍凯斯主张其是“婴儿推车后轮刹车解锁机构”专利的专利权人。2017 年 7 月 20 日，昆山倍凯斯在昆山的孩子王连锁实体店中发现“pouch”品牌婴儿推车，与被诉侵权产品均为“pouch”品牌，且均载明“上海帛	尚未开庭

		上海帛琦婴童用品有限公司（以下简称“上海帛琦”）、慈溪市福贝贝儿童用品有限公司（以下简称“慈溪福贝贝”）	琦公司”、“上海宜朵公司”。昆山倍凯斯经检索发现涉诉产品于 2017 年 5 月 17 日从上海销售到孩子王昆山白马泾店，经对比发现已落入昆山倍凯斯的专利保护范围。 2020 年 1 月 10 日，昆山倍凯斯向苏州市中级人民法院提起诉讼，诉请：（1）昆山白马泾店、上海宜朵、上海帛琦、慈溪福贝贝停止制造、销售及许诺销售侵害涉案专利的产品；（2）昆山白马泾店、上海宜朵、上海帛琦、慈溪福贝贝连带赔偿昆山倍凯斯经济损失 27 万；（3）昆山白马泾店、上海宜朵、上海帛琦、慈溪福贝贝连带赔偿昆山倍凯斯支付的律师费 3 万元以及合理开支 4,000 元。	
28	中国音乐著作权协会（以下简称“音著协”）	发行人、孩子王儿童用品股份有限公司南京大观天地店（以下简称“南京大观天地店”）	案由：著作权权属、侵权纠纷 案件标的：21,200 元 案件事实：音著协主张南京大观天地店在其经营场所内播放的音乐作品《歌声与微笑》为音著协受托管理作品，音著协要求签订许可使用合同，南京大观天地店对此予以拒绝。音著协诉请：（1）判令发行人及南京大观天地店停止使用涉案音乐作品《歌声与微笑》；（2）判令发行人及南京大观天地店赔偿经济损失 21,200 元（包含合理律师费 5,000 元，公证费 2,000 元）。 经一审、二审，法院判决如下：（1）发行人及南京大观天地店于判决生效之日起立即停止使用音乐作品《歌声与微笑》；（2）发行人及南京大观天地店于判决生效后 10 日内一次性赔偿音著协经济损失及合理费用共计 14,000 元；（3）驳回音著协其他诉讼请求。 音著协已向江苏省高级人民法院提出再审申请，请求：（1）撤销南京市中级人民法院（2019）苏 01 民终 1629 号民事判决第二、三项；（2）依法改判或发回重审，支持音著协的诉讼请求，及判令发行人及南京大观天地店赔偿音著协经济损失 21,200 元（含合理律师费用 5,000 元，公证费 2,000 元）。	再审尚未开庭
29	音著协	发行人、孩子王儿童用品股份有限公司建邺万达店	案由：同上 案件标的：同上 案件事实：同上	尚未开庭
30	音著协	发行人、孩子王儿	案由：同上	尚未开庭

		童用品股份有限公司南京太阳城店	案件标的：同上 案件事实：本案涉案作品为《小手拍拍》，案件基本情况同上	
31	北京全景视觉网络科技股份有限公司（以下简称“全景视觉”）	湖北孩子王儿童用品有限公司荆州万达店（以下简称“荆州万达店”）	案由：著作权侵权纠纷 案件标的：10,000 元 案件事实：全景视觉主张荆州万达店未经授权许可在其微信公众号“孩子王荆州”中擅自使用北京全景视觉享有著作权编号为 1L-0847 的作品作为文章用图，诉请判令荆州万达店：（1）立即停止使用北京全景视觉享有著作权的摄影作品；（2）在其微信公众号就侵权事实向北京全景视觉公开致歉；（3）赔偿北京全景视觉著作权侵权赔偿金及其他费用共计人民币 10,000 元。	截至本回复出具日，该案处于诉前调解阶段，尚未开庭。
32	全景视觉	发行人	案由：著作权侵权纠纷 案件标的：10,000 元 案件事实：全景视觉主张发行人未经授权许可在其新浪微博“孩子王 kidswant”中擅自使用北京全景视觉享有著作权编号为 mf700-00948854 的作品作为文章用图，诉请判令发行人：（1）立即停止使用北京全景视觉享有著作权的摄影作品；（2）在其微博就侵权事实向北京全景视觉公开致歉；（3）赔偿北京全景视觉著作权侵权赔偿金及其他费用共计人民币 10,000 元。	截至本回复出具日，该案处于诉前调解阶段，尚未开庭。

截至本回复出具日，发行人所持有的“孩子王”商标系其单独持有，不存在与他人共有、经他人授权使用或授权他人使用的协议安排。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人在直营门店运营管理、人员招聘、稽核管理、货物管理、消防安全及卫生健康等方面的各类制度文件，并就门店日常管理情况与相关管理人员进行访谈；

2、查阅发行人的商品质量管理制度；

3、取得发行人报告期各期的退货清单；

4、查阅发行人客户服务中心受理消费者投诉、举报的台账，及相关投诉、举报的处理情况；

5、取得童联供应链的财务报表，并就童联供应链的主营业务情况、未使用“孩子王”字样的原因对发行人相关管理人员进行访谈；

6、就发行人下属 6 家公司均使用“童联孩子王”字样的原因、是否存在导致商号识别模糊的情况对发行人相关管理人员进行访谈；

7、就发行人是否存在关于商号或其他无形资产方面的诉讼纠纷及相关进展情况查阅发行人及其下属分子公司截至回复出具日的未决诉讼清单及相关诉讼资料，登录国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、启信宝、信用中国、人民法院公告网、裁判文书网、最高法院裁判文书网、全国法院被执行人网、失信被执行人网，走访发行人主要经营所在地法院，并取得发行人的书面说明。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、报告期内，发行人及其子公司能够有效管理下属直营门店，保证门店的消防安全及卫生健康；报告期内，发行人退货率较低，不存在因产品质量问题引起的重大纠纷或目前处于未决状态的重大诉讼案件；

2、发行人下属子公司童联供应链未更名，其他 6 家子公司及旗下直营门店使用“童联孩子王”字样的情形不会导致发行人商号识别模糊，影响发行人的消费者、市场辨识度；截至本回复出具日，发行人与商号或“孩子王”商标相关的争议均为发行人提起的维权诉讼，不存在他人以发行人侵犯其商号及/或商标为由提起的争议；发行人所持有的“孩子王”商标系其单独持有，不存在与他人共有、经他人授权使用或授权他人使用的协议安排。

问题八、关于客户及供应商

申报材料显示，公司主要收入来源分为母婴商品、母婴服务、供应商服务、广告及其他。公司采购内容种类繁多。请发行人补充披露：

（1）按主营业务收入构成划分，分别列示发行人与各类业务的前五大客户的合作背景，服务模式，服务具体内容，金额及占比情况，与发行人交易金额占其自身总采购额比重情况；上述五种服务各自前五大客户的基本情况；发行人是否对上述客户存在重大依赖。

（2）发行人采购的前五大供应商的合作背景，采购具体内容，金额及占比情况，与发行人交易金额占其自身主营业务比重情况；前五大供应商的基本情况，股权结构，实际控制人，主营业务及产品；列表说明发行人客户与供应商重叠的情况，发行人与其交易金额及占比情况，是否符合行业惯例；发行人是否对上述供应商存在重大依赖。

（3）发行人上述客户、供应商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管人员及其近亲属是否存在关联关系，是否存在代垫费用或利益输送情形。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节/三/（二）/2、报告期内分业务前五大客户销售情况”、“第六节/四/（四）报告期内向前五名供应商采购情况”、“第六节/四/（五）报告期内供应商客户重叠情况”、“第七节/九/1/（2）/①/C、与成都亿诺达的交易情况”中进行了补充披露。

（一）按主营业务收入构成划分，分别列示发行人与各类业务的前五大客户的合作背景，服务模式，服务具体内容，金额及占比情况，与发行人交易金额占其自身总采购额比重情况；上述五种服务各自前五大客户的基本情况；发行人是否对上述客户存在重大依赖。

报告期内，公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

业务类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
母婴商品	348,299.89	91.32%	741,079.90	90.91%	615,202.47	93.07%	495,129.96	95.52%
母婴服务	7,935.96	2.08%	26,368.39	3.23%	18,048.99	2.73%	12,745.17	2.46%
供应商服务	19,709.48	5.17%	42,121.74	5.17%	24,368.90	3.69%	10,502.70	2.03%
广告	2,624.41	0.69%	5,590.40	0.69%	3,379.58	0.51%	-	-
平台服务	2,827.35	0.74%	-	-	-	-	-	-
合计	**381,397.09**	**100.00%**	**815,160.43**	**100.00%**	**660,999.96**	**100.00%**	**518,377.83**	**100.00%**

1、母婴商品前五大客户情况

母婴商品销售收入是指公司向品牌商、代理商或经销商采购各类母婴商品，再通过直营门店和线上渠道向终端消费者销售，赚取进销差价实现盈利。

报告期内，除成都亿诺达和南京亿诺达外，公司母婴商品销售的前五大客户均为个人消费者，具体情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售收入	占该类业务收入的比例
2020 年 1-6 月	1	杨某	27.68	0.01%
	2	郭某	12.42	-
	3	韩某	12.02	-
	4	尤某	11.15	-
	5	唐某	10.13	-
	合计		73.40	0.02%
2019 年	1	成都亿诺达企业管理有限公司	3,669.08	0.50%
	2	郑某	24.31	-
	3	喻某	14.02	-
	4	王某	13.44	-
	5	吴某	13.12	-
	合计		3,733.97	0.50%
2018 年	1	成都亿诺达企业管理有限公司	4,394.77	0.71%
	2	郭某 2	21.04	-
	3	王某 2	19.69	-
	4	瞿某	19.47	-
	5	李某	19.34	-

	合计		4,474.31	0.73%
2017 年	1	南京亿诺达企业管理有限公司[1]	3,800.86	0.77%
	2	陈某	27.97	0.01%
	3	肖某	21.70	-
	4	王某 3	18.03	-
	5	程某	17.51	-
	合计		3,886.07	0.78%

注：南京亿诺达系合并口径数据，包括成都亿诺达、青岛亿诺达、西安亿诺达和郑州亿童联

南京亿诺达及其下属企业、成都亿诺达的基本情况如下：

（1）南京亿诺达

公司名称	南京亿诺达企业管理有限公司（已于2020年6月注销）
成立日期	2016年9月23日
注册地址	南京麒麟科技创新园智汇路300号
注册资本	500万元人民币
法定代表人	汪建国
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	企业管理及咨询服务；图书、报刊零售（须取得许可或批准后方可从事经营活动）；食品销售（须取得许可或批准后方可从事经营活动）；保健食品（须取得许可或批准后方可从事经营活动）、医疗器械（许可项目除外）销售；儿童用品的研发、销售；儿童娱乐设备销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口商品和技术除外）；职业技能培训（不含与学历教育相关的培训或服务）；儿童娱乐设备领域的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；经济信息咨询（不含投资咨询）；会议与展览服务；礼仪服务；摄影服务；组织文化艺术交流活动；乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁；企业形象策划；通讯设备及智能卡、货架销售；自有房屋租赁；物业管理；仓储服务；装卸搬运服务；票务代理；办公设备、电子设备的销售；保健按摩服务。
统一社会信用代码	91320102MA1MUT4QXP
股权结构	汪建国持股80%，汪浩持股20%

2016 年 10 月，由于公司下属门店郑州二七万达店、青岛李沧万达店、西安碑林店、成都海滨城店未取得经营所需相关资质，为使公司业务合规运行，公司决定将上述资产剥离。2016 年 10 月，公司下属企业河南孩子王、青岛孩子王、陕西孩子王、四川孩子王（转让方）与公司实际控制人汪建国控制的南京亿诺达

（受让方）、汪建国、汪浩分别签署了《资产转让协议》，由南京亿诺达参考评估价值受让上述门店的全部资产。2016 年 12 月，郑州二七万达店、青岛李沧万达店、西安碑林店取得经营所需的相应业务资质证照，因此为扩大公司经营，保障股东利益最大化，经公司董事会、股东大会审议通过，按照协议约定回购上述三家门店资产。

2017 年郑州亿童联、青岛亿诺达、西安亿诺达与公司之间的交易系在委托经营期内向公司采购各类母婴商品用于门店经营，上述商品的采购价格公允。2017 年 2 月，上述门店资产交割完成后，郑州亿童联、青岛亿诺达、西安亿诺达未再从事其他业务，与孩子王也未产生任何交易。截至本回复出具日，郑州亿童联、青岛亿诺达、西安亿诺达均已注销完毕。

（2）成都亿诺达

成都亿诺达的基本情况、发行人与成都亿诺达的合作背景、服务模式、服务具体内容、金额及占比情况、与发行人交易金额占其自身总采购额比重情况具体参见“问题六/一/（一）/2/（2）与成都亿诺达的关联交易情况”的回复。

2、母婴服务前五大客户情况

报告期内，公司母婴服务前五大客户均为个人消费者，具体情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售收入	占该类业务收入的比例
2020 年 1-6 月	1	张某	0.14	-
	2	夏某	0.13	-
	3	李某	0.12	-
	4	黄某	0.12	-
	5	刘某	0.11	-
	合计		0.61	0.01%
2019 年	1	曹某	0.42	-
	2	陆某	0.30	-
	3	熊某	0.27	-
	4	王某	0.26	-
	5	陈某	0.25	-
	合计		1.51	0.01%
2018 年	1	朱某	0.33	-
	2	戚某	0.29	-

	3	黄某	0.28	-
	4	王某	0.27	-
	5	某会员	0.25	-
	合计		1.42	0.01%
2017 年	1	粟某	0.39	-
	2	杨某	0.15	-
	3	某会员	0.13	-
	4	杨某 2	0.12	-
	5	钱某	0.12	-
	合计		0.91	0.01%

注：个人消费者系根据在公司登记的会员信息进行统计，上述显示为“某会员”，注册时并未提供姓名，以此代替。

3、供应商服务前五大客户情况

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售额	占供应商服务收入的比例
2020 年 1-6 月	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	1,399.35	7.10%
	2	上海优壹电子商务有限公司	1,228.71	6.23%
	3	健合（中国）有限公司	945.05	4.79%
	4	南京欣荣保健食品有限公司	718.84	3.65%
	5	雅培贸易（上海）有限公司	689.30	3.50%
	合计		4,981.26	25.27%
2019 年	1	上海优壹电子商务有限公司	3,056.89	7.26%
	2	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	2,389.57	5.67%
	3	健合（中国）有限公司	1,711.51	4.06%
	4	南京中山大厦有限公司	1,324.55	3.14%
	5	雅培贸易（上海）有限公司	1,317.09	3.13%
	合计		9,799.60	23.26%
2018 年	1	上海优壹电子商务有限公司	2,442.57	10.02%
	2	菲仕兰食品贸易（上海）有限公司	1,048.27	4.30%
	3	雅培贸易（上海）有限公司	956.69	3.93%
	4	健合（中国）有限公司	943.45	3.87%
	5	上海家化销售有限公司	762.10	3.13%
	合计		6,153.08	25.25%
2017 年	1	上海优壹电子商务有限公司	1,476.76	14.06%
	2	上海家化销售有限公司	451.82	4.30%
	3	得顺护理用品（上海）有限公司	297.22	2.83%
	4	金佰利（中国）有限公司	277.76	2.64%

	5	花王（上海）产品服务有限公司	261.91	2.49%
	合计		2,765.48	26.33%

上述客户的基本情况、与发行人的合作背景、与发行人交易金额占其自身同类采购额的比重情况如下：

（1）深圳市怡亚通供应链股份有限公司

公司名称	深圳市怡亚通供应链股份有限公司
成立日期	1997年11月10日
注册地址	深圳市宝安区新安街道海旺社区 N26 区海秀路 2021 号荣超滨海大厦 A 座 2111
注册资本	212,269.7819万元人民币
法定代表人	周国辉
企业类型	股份有限公司（上市）
经营范围	一般经营项目是：国内商业（不含限制项目）；计算机软硬件开发；企业管理咨询；黄金、白银、K金、铂金、钯金、钻石、珠宝等首饰的购销；化妆品的进出口及购销；汽车销售；初级农产品的购销以及其他国内贸易；机械设备租赁、计算机及通信设备租赁（不含金融租赁项目及其他限制项目）；网上贸易、进出口业务、供应链管理及相关配套服务；游戏机及配件的进出口、批发及销售；自有物业租赁；食品添加剂销售；化肥购销；铁矿石及镍矿石购销；饲料添加剂及煤炭的购销；铜精矿购销；有色金属制品的购销；润滑油的购销；会议服务（以上不含法律、行政法规、国务院决定规定禁止的及需前置审批的项目，限制的项目须取得许可后方可经营）。许可经营项目是：预包装食品（含冷藏冷冻食品），乳制品（含婴幼儿配方乳粉）批发；燃料油、沥青、页岩油的批发、进出口及相关配套业务（法律、行政法规、国务院决定规定禁止的及需前置审批的项目，限制的项目须取得许可后方可经营）；酒类的批发与零售；保健食品销售；特殊医学用途配方食品销售;大豆、大米、玉米的购销；天然气的购销。
统一社会信用代码	91440300279398406U
股权结构	深交所中小板上市公司（002183.SZ），深圳市投资控股有限公司持股 18.30%，深圳市怡亚通投资控股有限公司持股 17.85%，万忠波持股 2.51%，其他股东持股 61.34%
实际控制人	深圳市人民政府国有资产监督管理委员会
主营业务及产品	提供服务于各行业、产业的全程供应链服务，业务领域覆盖快消、IT、通讯、医疗等20多个领域，主要产品包括美素佳儿、A2、喜宝等品牌奶粉。
与发行人的合作背景	2012年开始合作，主要系向孩子王销售美素佳儿、A2等品牌奶粉，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其	10%-20%

同类采购额的比重	

（2）上海优壹电子商务有限公司

公司名称	上海优壹电子商务有限公司
成立日期	2011年04月14日
注册地址	上海市普陀区安远路128号601室
注册资本	3,000万元人民币
法定代表人	周敏
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	电子商务（不得从事增值电信、金融业务），计算机领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，销售：电子产品、橡塑制品、日用百货、针纺织品、玩具、儿童用品、服装、包装材料、化妆品、家用电器、一类、二类医疗器械，从事货物及技术的进出口业务，货运代理，仓储服务，装卸搬运，运输咨询（不得从事道路运输），广告设计制作，品牌设计，市场营销策划，文化艺术交流策划，公关活动策划，食品销售，利用自媒体发布广告，演出经纪。
统一社会信用代码	91310107572701267A
股权结构	跨境通宝电子商务股份有限公司（002640.SZ）持股 100%
实际控制人	广州开发区管委会
主营业务及产品	主要从事母婴、个护美妆、保健品等产品的跨境进口电商业务，如爱他美、诺优能等品牌的奶粉销售。
与发行人的合作背景	2013年开始合作，主要系向孩子王销售爱他美、诺优能、纽迪希亚等品牌奶粉，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	20%-50%

（3）健合（中国）有限公司

公司名称	健合（中国）有限公司
成立日期	2003年01月07日
注册地址	广州市黄埔区光宝路 10 号
注册资本	7,301万美元
法定代表人	孔庆娟
企业类型	有限责任公司（外国法人独资）
经营范围	日用化学产品制造;日用杂品制造;宠物食品及用品批发;宠物食品及用品零售;日用化学产品销售;日用杂品销售;宠物服务（不含动物诊疗）;企业管理;企业形象策划;信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）;信息技术咨询服务;财务咨询;组织文化艺术交流活动;母婴用品销售;日用品销售;日用品批发;化妆品零

	售;化妆品批发;市场营销策划;乳制品生产;保健食品生产;婴幼儿配方食品生产;特殊医学用途配方食品生产;饲料生产;饮料生产;食品经营（销售预包装食品）;食品经营;保健食品销售;食品生产;货物进出口;婴幼儿配方乳粉销售;食品互联网销售（销售预包装食品）;食品互联网销售;特殊医学用途配方食品销售。
统一社会信用代码	91440011671637004XW
股权结构	HEALTH AND HAPPINESS（H&H）INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED 持股 100%
实际控制人	未提供
主营业务及产品	保健食品、乳制品、零辅食的开发、生产及销售，如合生元、SWISSE、Healthy Times等品牌的生产及销售。
与发行人的合作背景	2012年开始合作，主要系向孩子王销售合生元、Healthy Times等品牌商品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	未提供

（4）南京欣荣保健食品有限公司

公司名称	南京欣荣保健食品有限公司
成立日期	2007年06月07日
注册地址	南京市秦淮区集庆路 123 号 1604、1605、1606 室
注册资本	337万元人民币
法定代表人	张新华
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	预包装食品，乳制品（含婴幼儿配方乳粉）销售；保健食品销售（在许可证有效期内经营）；健身器材、日用百货、化妆品、日用化学品、服装销售；经济信息咨询、商务信息咨询；会务服务、展览展示服务；道路普通货物运输（须取得许可或批准后方可经营）。
统一社会信用代码	913201046606909246
股权结构	徐贵荣持股 61.1276%，张新华持股 38.8724%
实际控制人	徐贵荣
主营业务及产品	主要从事日用百货、乳制品、保健品的销售等业务，如大王等品牌纸尿裤的销售。
与发行人的合作背景	2012年开始合作，主要系向孩子王销售大王纸尿裤等商品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	50%以上

（5）雅培贸易（上海）有限公司

公司名称	雅培贸易（上海）有限公司

成立日期	2001年09月04日
注册地址	中国（上海）自由贸易试验区美盛路56号4号楼109部位
注册资本	5,100万美元
法定代表人	Renaud,Guy GABAY
企业类型	有限责任公司（外国法人独资）
经营范围	区内以乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、食品、保健品、化妆品、药品、兽药、医疗器械、诊断用品为主的仓储（除危险品）、分拨、展示及其相关服务、技术支持和维修，区内国际贸易、转口贸易、区内企业间的贸易及区内贸易代理，区内商业性简单加工，商务咨询服务，乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、食品、保健品、化妆品、医疗器械、诊断用品的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口及相关配套服务，在乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、食品、保健品、化妆品、药品、兽药、医疗器械、诊断用品领域内开展技术研究开发，医疗器械和诊断用品的经营性租赁业务，计算机软件科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让。
统一社会信用代码	91310115729446189J
股权结构	Abbott Affiliate Holding B.V.持股100%
与发行人的合作背景	2015年开始合作，主要系向孩子王销售雅培奶粉等商品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	50%以上

（6）南京中山大厦有限公司

公司名称	南京中山大厦有限公司
成立日期	1990年09月06日
注册地址	南京市中山路200号
注册资本	8,809.7万元人民币
负责人	缪素华
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	宾馆、商场、茶座、咖啡厅、美容美发室、公共浴室，点楼一楼：中餐、冷热饮制售；点楼二楼：中餐制售；综合楼二楼：职工食堂；中餐制售（不含熟食卤菜）；月饼制售（委托加工，须凭当年八月底前许可文书有效）；预包装食品销售；普通货运，（以下限分支机构经营）：保健食品、预包装食品（包括酒类）、副食品销售，打字、复印；卷烟、雪茄烟、烟丝零售。汽车出租，停车场服务，洗染，电子传真、摄影，行李寄存，车、船、机票代购服务，百货、五金、交电、化工产品、针纺织品、工艺美术品、字画的销售，非学历职业技能培训，社会经济咨询，物业管理，场地租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：广告设计、代理；广告制作；广告发

	布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）
统一社会信用代码	913200001347504134
股权结构	江苏省农垦集团有限公司持股100%
与发行人的合作背景	2012年开始合作，主要系向孩子王销售妈咪宝贝、moony纸尿裤等商品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	20%-50%

（7）菲仕兰食品贸易（上海）有限公司

公司名称	菲仕兰食品贸易（上海）有限公司
成立日期	2008年11月06日
注册地址	上海市黄浦区淮海中路93号2801-2810室
注册资本	350万欧元
法定代表人	陈戈
企业类型	有限责任公司（外国法人独资）
经营范围	食品销售，佣金代理（拍卖除外），及上述商品的进出口和相关配套业务；市场策划咨询。（涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）
统一社会信用代码	91310000680968559D
股权结构	FRIESLANDCAMPINA CPI CHINA HOLDING B.V.持股100%
与发行人的合作背景	2012年开始合作，主要系向孩子王销售美素佳儿奶粉等商品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	50%以上

（8）上海家化销售有限公司

公司名称	上海家化销售有限公司
成立日期	1996年03月26日
注册地址	上海市虹口区保定路527号
注册资本	22,000万元人民币
法定代表人	叶伟敏
企业类型	其他有限责任公司
经营范围	许可项目：食品经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：销售日用化学品，日用百货，香精，化妆品及用具，清凉油，蜡制品，杀虫剂，蚊香（固体、液体），电蚊香器，洁厕剂，消毒清洁液剂，纸制品，服装及服饰，办公用品，五金交电，洗涤用品，金银珠宝，工艺饰品，针纺织品，家

	用电器，食品添加剂，化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）；电子商务（不得从事增值电信、金融业务），商务信息咨询（不含投资类咨询），自有房屋出租，市场营销策划，咨询策划服务，项目策划与公关服务，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），企业形象策划，广告设计、代理、发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
统一社会信用代码	913101091331409556
股权结构	上海家化联合股份有限公司持股90%，上海家化实业管理有限公司持股10%
与发行人的合作背景	2013年开始合作，主要系向孩子王销售启初、佰草集等日化用品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	50%以上

（9）得顺护理用品（上海）有限公司

公司名称	得顺护理用品（上海）有限公司
成立日期	2012年05月28日
注册地址	上海市松江区泖港镇中南路55号6号楼112室
注册资本	1,000万元人民币
法定代表人	胡中春
企业类型	有限责任公司（自然人独资）
经营范围	护理用品、一类医疗器械、纸制品、塑料制品、日用百货、办公用品、净水设备批发零售；家政服务（不得从事中介、医疗、餐饮、住宿等前置性行政许可事项），健康咨询（不得从事诊疗活动、心理咨询），投资管理，市场营销策划，企业形象策划，从事货物与技术的进出口业务。
统一社会信用代码	91310117596465166H
股权结构	胡中春持股100%
与发行人的合作背景	2014年开始合作，主要系向孩子王销售大王纸尿裤等商品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	20%-50%

（10）金佰利（中国）有限公司

公司名称	金佰利（中国）有限公司
成立日期	1998年01月14日
注册地址	上海市黄浦区淡水路299号12楼
注册资本	8,431.964万美元

法定代表人	张海婴
企业类型	有限责任公司（外国法人独资）
经营范围	（一）在个人卫生护理用品、个人防护用品、劳动防护用品、日用化学用品、妇女保健用品、工业清洁用品、沐浴液、洗手液、卫生纸巾和一次性卫生用品、一类医疗器械、擦拭用品、消毒类产品、化妆品及前述关联产品和相关材料方面进行投资；（二）受其所投资企业的书面委托（如为合资、合作企业经董事会一致通过，如为外商独资企业经其股东同意或股东会一致通过），向其所投资企业提供下列服务：1、协助或代理其所投资的企业从国内外采购该企业从自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外市场以经销的方式从事其所投资企业生产产品的市场开发与销售，并提供售后服务；2、为其所投资企业提供仓储服务；3、在外汇管理部门的同意和监督下，在其所投资企业之间平衡外汇；4、为其所投资企业提供产品生产、销售和市场开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务；5、协助其所投资企业寻求贷款及提供担保；6、为其所投资企业提供机器和办公设备的经营性租赁服务，或依法设立经营性租赁公司。（三）在中国境内设立科研开发中心或部门，从事新产品及高新技术的研究开发，转让其研究开发成果，并提供相应的技术服务；（四）为其投资者提供咨询服务，为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务；（五）承接其母公司和关联公司委托的服务外包业务；（六）以代理、经销或设立出口采购机构（包括内部机构）的方式出口境内商品，并可按有关规定办理出口退税；（七）购买所投资企业生产的产品进行系统集成后在国内外销售，如所投资企业生产的产品不能完全满足系统集成需要，允许其在国内外采购系统集成配套产品，但所购买的系统集成配套产品的价值不应超过系统集成所需要全部产品价值的百分之五十；（八）为其所投资企业的产品的国内经销商、代理商以及与投资性公司 、其母公司或其关联公司签有技术转让协议的国内公司 、企业提供相关的技术培训；（九）在其所投资企业投产前或其所投资企业新产品投产前，为进行产品市场开发，进口相关产品在国内试销，并可委托境内其他企业生产、加工其产品或其母公司产品并在国内外销售。
统一社会信用代码	91310000710921103A
股权结构	KIMBERLY-CLARK WORLDWIDE.INC持股100%
与发行人的合作背景	2013年开始合作，主要系向孩子王销售好奇纸尿裤等商品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	50%以上

（11）花王（上海）产品服务有限公司

公司名称	花王（上海）产品服务有限公司
成立日期	2003年03月17日
注册地址	上海市闵行区花王路333号第3乙幢第3层
注册资本	19,234万美元
法定代表人	西口徹
企业类型	有限责任公司（外国法人独资）
经营范围	一般项目：个体护理用品、家庭清洁用品、化妆品、妇女卫生巾和卫生护垫、婴儿纸尿布（裤）、口腔护理用品、卫生用品、消毒剂以及日用品的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口及其相关配套业务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
统一社会信用代码	913100007476244280
股权结构	花王（中国）投资有限公司持股100%
实际控制人	未提供
主营业务及产品	主要从事个护美妆、婴儿纸尿裤、卫生用品的批发、进出口等业务，主要产品包括花王纸尿裤、乐而雅卫生巾等用品。
与发行人的合作背景	从2017年开始直接合作，主要系向孩子王销售花王纸尿裤等商品，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	未提供

4、广告前五大客户情况

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售额	占广告收入的比例
2020年1-6月	1	上海李奥贝纳广告有限公司	570.75	21.75%
	2	上海安吉斯媒体技术有限公司	566.04	21.57%
	3	阳狮广告有限公司	451.70	17.21%
	4	分众传媒有限公司	138.95	5.29%
	5	群邑（上海）广告有限公司	121.52	4.63%
	合计		1,848.96	70.45%
2019年	1	群邑（上海）广告有限公司	1,537.02	27.49%
	2	上海安吉斯媒体技术有限公司	858.49	15.36%
	3	上海李奥贝纳广告有限公司	842.83	15.08%
	4	雅培贸易（上海）有限公司	166.89	2.99%
	5	北京腾信创新网络营销技术股份有限公司	105.58	1.89%
	合计		3,510.80	62.80%
2018年	1	上海优壹电子商务有限公司	624.62	18.48%
	2	上海李奥贝纳广告有限公司	586.71	17.36%

	3	群邑（上海）广告有限公司	324.18	9.59%
	4	上海安吉斯媒体技术有限公司	283.02	8.37%
	5	雅培贸易（上海）有限公司	188.68	5.58%
	合计		2,007.21	59.39%

上述客户的基本情况、与发行人的合作背景、与发行人交易金额占其自身总采购额的比重情况如下：

（1）上海李奥贝纳广告有限公司

公司名称	上海李奥贝纳广告有限公司
成立日期	1994年11月07日
注册地址	上海市虹口区欧阳路196号10号楼5层13室
注册资本	1,000万元
法定代表人	何接芳
企业类型	有限责任公司（台港澳与外国投资者合资）
经营范围	设计、制作、代理、发布国内外各类广告并提供相关策划和咨询服务；工艺品（文物除外）、文化用品（不含图书、报刊、音像、电子出版物）、建筑材料、装饰材料、广告材料、照明设备、灯具、木制品、纸制品、塑料制品的销售、批发，佣金代理（拍卖除外），并提供相关配套服务；安装广告灯箱和棚架。
统一社会信用代码	91310000607274702H
股权结构	PUBLICIS GROUPE HOLDINGS B.V持股70%，LEO BURNETT LIMITED持股30%
与发行人的合作背景	2018年开始合作，主要系为美赞臣进行品牌推广和宣传。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	25%以下

（2）上海安吉斯媒体技术有限公司

公司名称	上海安吉斯媒体技术有限公司
成立日期	2002年10月14日
注册地址	中国（上海）自由贸易试验区耀华路251号一幢一层
注册资本	30万美元
法定代表人	翁耀城
企业类型	有限责任公司（港澳台法人独资）
经营范围	多媒体技术开发、技术咨询、技术服务和自有技术成果转让；设计、制作、发布、代理国内外各类广告。
统一社会信用代码	91310115710937746R
股权结构	博视达广告有限公司（香港）持股100%

与发行人的合作背景	2018年开始合作，主要系为美素佳儿进行品牌推广和宣传。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	25%以下

（3）阳狮广告有限公司

公司名称	阳狮广告有限公司
成立日期	1996年12月13日
注册地址	广东省广州市越秀区先烈中路83号508自编之二房
注册资本	1,000万元
法定代表人	陈健
企业类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
经营范围	软件服务;数据处理和存储服务;劳务承揽;大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营，演出经纪机构除外）;市场营销策划服务;策划创意服务;会议及展览服务;商务咨询服务;广告业;路牌、路标、广告牌安装施工;标识、标志牌设计、安装服务;包装装潢设计服务;多媒体设计服务;饰物装饰设计服务;展台设计服务;模型设计服务;美术图案设计服务;版权服务;文化娱乐经纪人（演出经纪机构除外）;计算机技术开发、技术服务;信息技术咨询服务;工艺品批发;工艺美术品零售（文物除外）;日用杂品综合零售;计算机批发;计算机零配件批发;计算机零售;计算机零配件零售;软件批发;软件零售;文具用品批发;文具用品零售;灯具、装饰物品批发;灯具零售;其他文化娱乐用品批发;销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）;佣金代理;翻译服务;摄影服务。
统一社会信用代码	91440000617420777Y
股权结构	PUBLICIS WORLDWIDE（HONG KONG）LIMITED持股100%
与发行人的合作背景	2020年开始合作，主要系为爱他美进行品牌推广及宣传。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	25%以下

（4）分众传媒有限公司

公司名称	分众传媒有限公司
成立日期	2014年04月10日
注册地址	江西省九江市共青城市共青大道98号（老财政局）
注册资本	5,000万元
法定代表人	孙妍
企业类型	其他有限责任公司

经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，企业形象策划，展览展示服务，视频播放相关的软硬件技术的自主研发、设计、应用、转让，自有视频播放技术成果的转让，提供视频播放相关的技术咨询和技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
统一社会信用代码	91360405MA35FQ9L95
股权结构	分众多媒体技术（上海）有限公司持股100%
与发行人的合作背景	2018年开始合作，主要为孩子王门店联网广告投放
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	25%以下

（5）群邑（上海）广告有限公司

公司名称	群邑（上海）广告有限公司
成立日期	2007年07月23日
注册地址	上海市静安区恒丰路385、399号20楼
注册资本	500万美元
法定代表人	徐俊
企业类型	有限责任公司（港澳台法人独资）
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告，提供品牌咨询、公共关系咨询、客户关系管理其他相关商业咨询服务、文化活动策划咨询（演出经纪除外），软件开发，计算机软硬件和信息技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
统一社会信用代码	913100007178805510
股权结构	群邑有限公司（香港）持股100%
与发行人的合作背景	2018年开始合作，主要系为雀巢、嘉宝进行品牌推广及宣传。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	25%以下

（6）雅培贸易（上海）有限公司

雅培贸易(上海)有限公司的基本情况、合作背景、采购额占比参见本题“（一）/3、供应商服务前五大客户情况”。

（7）北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

公司名称	北京腾信创新网络营销技术股份有限公司
成立日期	2001年12月6日
注册地址	北京市朝阳区光华路15号院1号楼14层1401

注册资本	38,400万元
法定代表人	田炳信
企业类型	股份有限公司（上市、外商投资企业投资）
经营范围	技术开发；技术转让；技术咨询；技术推广；计算机网络技术培训；基础软件服务；应用软件服务；计算机系统服务；电脑图文设计、制作；设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示活动；组织文化艺术交流活动（不含演出）；经济信息咨询；销售汽车；出租办公用房。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
统一社会信用代码	91110000801169113H
股权结构	A股上市公司（300392.SZ），徐炜持股32.37%，青岛浩基资产管理有限公司持股15.00%，特思尔大宇宙（北京）投资咨询有限公司持股9.54%，北京汇金立方投资管理中心（有限合伙）持股4.69%，其他股东持股38.40%
与发行人的合作背景	2018年开始合作，主要系为伊利等进行品牌推广及宣传
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	25%以下

（8）上海优壹电子商务有限公司

上海优壹电子商务有限公司的基本情况、合作背景、采购额占比参见本题“（一）/3、供应商服务前五大客户情况”。

5、平台服务前五大客户

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售额	占平台收入的比例
2020年1-6月	1	芜湖昌正贸易有限公司	56.42	2.00%
	2	杭州贝咖实业有限公司	47.60	1.68%
	3	南京栗球电子商务有限公司	47.29	1.67%
	4	上海卢郡商贸有限公司	46.75	1.65%
	5	上海靓贝贸易有限公司	40.32	1.43%
	合计		238.39	8.43%

上述客户的基本情况、与发行人的合作背景、与发行人交易金额占其自身总采购额的比重情况如下：

（1）芜湖昌正贸易有限公司

公司名称	芜湖昌正贸易有限公司

成立日期	2017年11月30日
注册地址	安徽省芜湖市镜湖区香榭大院6栋1单元101室
注册资本	300万元
法定代表人	张毅
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	纺织品、针织品、纺织面料、服装、鞋帽、箱包、化妆品、卫生用品、厨房设备及厨房用品、清洁用品、日用百货、消毒用品（除危险化学品）、家用电器、家具、母婴用品、文化用品、玩具、一类、二类无需申请许可证的医疗器械批发、零售，企业管理，供应链管理，商务信息咨询，家用电器、化妆品、清洁用品制造。（以上项目涉及前置许可的除外）
统一社会信用代码	91340200MA2RANBL4E
股权结构	子初贸易（上海）有限公司持股100%
与发行人的合作背景	2018年开始合作，孩子王向其采购子初品牌的母婴用品；2020年开始通过孩子王线上平台销售子初、素裙子初品牌的母婴用品。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	5%以下

（2）杭州贝咖实业有限公司

公司名称	杭州贝咖实业有限公司
成立日期	2019年08月14日
注册地址	浙江省杭州市余杭区五常街道赛银国际商务中心3幢1单元505室
注册资本	2,150.5376万元
法定代表人	李阔
企业类型	其他有限责任公司
经营范围	许可项目：出版物批发；出版物零售；出版物互联网销售；职业中介活动；第二类增值电信业务；农药批发；农药零售；技术进出口；货物进出口；婴幼儿配方乳粉销售；农作物种子经营；林木种子生产经营；食品经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：母婴用品制造；母婴用品销售；玩具、动漫及游艺用品销售；玩具销售；文具用品零售；文具用品批发；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；服装服饰批发；服装服饰零售；鞋帽批发；鞋帽零售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；卫生洁具销售；自行车及零配件批发；自行车及零配件零售；通信设备销售；办公设备销售；机械设备销售；家用电器销售；针纺织品销售；日用百货销售；家具销售；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售；家居用品销售；特种劳动防护用品销售；汽车装饰用品销售；化妆品批发；化妆品零售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收

	藏品零售（象牙及其制品除外）；计算机系统服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；会议及展览服务；企业管理；企业形象策划；社会经济咨询服务；摄影扩印服务；包装服务；专业设计服务；国内货物运输代理；广告设计、代理；广告制作；信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；针纺织品及原料销售；控股公司服务；消毒剂销售（不含危险化学品）；玩具制造；鲜肉零售；鲜肉批发；食用农产品批发；食用农产品零售；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）；礼品花卉销售；宠物销售；宠物食品及用品零售；宠物食品及用品批发。
统一社会信用代码	91330110MA2GPFMQ5F
股权结构	夕尔（浙江）企业管理咨询有限公司持股65.10%，李阔13.95%，杭州嘉尔企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持股13.95%，宁波红杉彬盛股权投资合伙企业（有限合伙）持股7.00%
与发行人的合作背景	2020年开始合作，主要系通过孩子王线上平台销售babycare、aag品牌的母婴用品。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	5%以下

（3）南京栗球电子商务有限公司

公司名称	南京栗球电子商务有限公司
成立日期	2019年11月20日
注册地址	南京市鼓楼区幕府西路29号752室
注册资本	100万元
法定代表人	陈俊豪
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	网上销售：日用百货、服装服饰、饰品、家居用品、化妆品、玩具、针织品、工艺礼品、办公用品、文化用品、体育用品；工艺品设计、制作、销售；花卉设计、制作、销售；文化创意服务；票务代理；设计、制作、代理、发布国内各类广告；展览展示服务，礼仪服务；文化活动策划，公关活动策划；文化艺术交流（不含演出）；舞台设计及布置；计算机硬件、电子产品销售、技术咨询、技术服务。
统一社会信用代码	91320106MA20FCTP4X
股权结构	陈俊豪持股70.00%，吴辰瑞持股30.00%
与发行人的合作背景	2020年开始合作，主要系通过孩子王线上平台销售成长印记、纪念礼盒等亲子互动服务。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	100%

（4）上海卢郡商贸有限公司

公司名称	上海卢郡商贸有限公司
成立日期	2014年11月14日
注册地址	上海市奉贤区新四平公路468弄18幢5层73室
注册资本	100万元
法定代表人	董志春
企业类型	有限责任公司（自然人独资）
经营范围	日用百货、服装服饰、皮革制品、鞋帽、洗涤用品、化妆品、摄影器材、玩具、音响设备及器材、办公用品、纸制品、包装材料、五金交电、家用电器、自行车（电动自行车按本市产品目录经营）、钢丝绳、阀门、管道配件、轴承、电线电缆、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、橡塑制品、金属制品、装潢材料、水暖器材、卫生洁具、陶瓷制品、酒店设备的批发、零售。
统一社会信用代码	913101203209154 96U
股权结构	董志春持股100%
与发行人的合作背景	2020年开始合作，主要系通过孩子王线上平台销售迪普艾品牌的母婴用品。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	25%以下

（5）上海靓贝贸易有限公司

公司名称	上海靓贝贸易有限公司
成立日期	2014年02月25日
注册地址	上海市徐汇区零陵路583号9楼105室
注册资本	100万元
法定代表人	朱奇俊
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	服装鞋帽、针纺织品、皮革制品、家居用品、陶瓷制品、塑料制品、玻璃及制品、箱包、日用百货、玩具、电子产品、酒店用品、工艺品（象牙及其制品除外）、化妆品、办公用品、计算机软硬件的销售，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），设计、制作各类广告，摄影摄像，商务信息咨询，企业形象策划，企业营销策划，企业管理咨询，文化艺术交流策划，会务会展服务，货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。
统一社会信用代码	9131010408850830XE
股权结构	朱奇俊持股72.00%，陈明权持股18.00%，朱晓晨持股10.00%

与发行人的合作背景	2018年开始合作，孩子王向其采购意小盒品牌外服童鞋等；2020年开始通过孩子王线上平台销售贝思童品牌的母婴用品。
与发行人交易金额占其同类采购额的比重	10%以下

综上，报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过当期销售总金额20%或严重依赖于少数客户的情形。

（二）发行人采购的前五大供应商的合作背景，采购具体内容，金额及占比情况，与发行人交易金额占其自身主营业务比重情况；前五大供应商的基本情况，股权结构，实际控制人，主营业务及产品；列表说明发行人客户与供应商重叠的情况，发行人与其交易金额及占比情况，是否符合行业惯例；发行人是否对上述供应商存在重大依赖。

1、发行人采购的前五大供应商的合作背景，采购具体内容，金额及占比情况，与发行人交易金额占其自身主营业务比重情况；前五大供应商的基本情况，股权结构，实际控制人，主营业务及产品

报告期内，公司前五大供应商采购情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购额	占总采购额的比例	主要采购内容
2020年1-6月	1	上海优壹电子商务有限公司	29,307.78	8.18%	奶粉
	2	惠氏（上海）贸易有限公司	24,424.89	6.82%	奶粉
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	23,693.65	6.61%	奶粉、零食辅食、营养保健
	4	健合（中国）有限公司	14,858.44	4.15%	奶粉、营养保健
	5	南京欣荣保健食品有限公司	13,835.51	3.86%	纸尿裤、零食辅食等
	合计		**106,120.27**	**29.63%**	
2019年	1	上海优壹电子商务有限公司	68,765.00	7.90%	奶粉
	2	惠氏（上海）贸易有限公司	64,442.69	7.40%	奶粉、营养保健
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	42,768.17	4.91%	奶粉、零食辅食、营养保健等
	4	健合（中国）有限公司	32,329.93	3.71%	奶粉、营养保健
	5	成都东万丰贸易发展有限公司及	19,303.85	2.22%	奶粉、纸尿

		相关企业			裤等
	合计		**227,609.65**	**26.13%**	
2018 年	1	上海优壹电子商务有限公司	64,227.34	9.34%	奶粉
	2	惠氏（上海）贸易有限公司	50,078.75	7.28%	奶粉、营养保健
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	34,639.75	5.04%	奶粉、零辅食、营养保健等
	4	健合（中国）有限公司	25,320.10	3.68%	奶粉、营养保健、零食辅食
	5	花王（上海）产品服务有限公司	17,516.24	2.55%	纸尿裤
	合计		**191,782.17**	**27.88%**	
2017 年	1	上海优壹电子商务有限公司	46,725.52	8.81%	奶粉、营养保健
	2	惠氏（上海）贸易有限公司	40,493.39	7.63%	奶粉、营养保健
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	23,548.92	4.44%	奶粉、零辅食、营养保健等
	4	花王（上海）产品服务有限公司	15,648.57	2.95%	纸尿裤
	5	健合（中国）有限公司	15,544.54	2.93%	奶粉、营养保健、零食辅食
	合计		**141,960.94**	**26.77%**	

上述供应商的基本情况、股权结构、实际控制人情况、主营业务及产品、与发行人的合作背景、与发行人交易金额占其自身主营业务的比重情况如下：

（1）上海优壹电子商务有限公司

上海优壹电子商务有限公司的基本情况、股权结构、实际控制人情况、主营业务及产品、与发行人的合作背景情况参见本题“（一）/3、供应商服务前五大客户情况”，**其与发行人的交易金额占其自身主营业务的比重为 10-20%。**

（2）惠氏（上海）贸易有限公司

公司名称	**惠氏（上海）贸易有限公司**
成立日期	**2000年8月18日**
注册地址	**中国（上海）自由贸易试验区富特西一路 473 号 4 层 464 室**
注册资本	**200万美元**
法定代表人	**RASHID QURESHI**
企业类型	**有限责任公司（港澳台法人独资）**

经营范围	受母公司及其授权管理的中国境内外企业的委托,向其提供以下服务:财务管理服务、技术开发和技术支持服务、商品采购、进出口、销售及市场营销服务、供应链管理等物流运作服务、承接本公司集团内部的共享服务及服务外包、员工培训与管理服务;国际贸易、转口贸易、区内企业间的贸易及贸易代理;区内商业性简单加工;食品流通;食品、电子设备的批发、零售(限分支机构)、网上零售、佣金代理(拍卖除外)、进出口及其他相关配套业务;商务咨询、企业管理咨询、财务咨询及贸易咨询服务。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】
统一社会信用代码	91310115703009853P
股权结构	惠氏(香港)控股有限公司持股100%
实际控制人	未提供
主营业务及产品	主要从事奶粉、营养品等母婴食品的销售,如启赋、铂臻等品牌的奶粉销售
与发行人的合作背景	2012年开始合作,主要系向孩子王销售启赋、铂臻等品牌奶粉,并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其自身主营业务的比重	10%以下

(3)深圳市怡亚通供应链股份有限公司

深圳市怡亚通供应链股份有限公司的基本情况、股权结构、实际控制人情况、主营业务及产品、与发行人的合作背景情况参见本题“(一)/3、供应商服务前五大客户情况”,**其与发行人的交易金额占其自身主营业务的比重为5%以下**。

(4)健合(中国)有限公司

健合(中国)有限公司的基本情况、股权结构、实际控制人情况、主营业务及产品、与发行人的合作背景情况参见本题“(一)/3、供应商服务前五大客户情况”,**其与发行人的交易金额占其自身主营业务的比重为5%以下**。

(5)南京欣荣保健食品有限公司

南京欣荣保健食品有限公司的基本情况、股权结构、实际控制人情况、主营业务及产品、与发行人的合作背景情况参见本题“(一)/3、供应商服务前五大客户情况”,**其与发行人的交易金额占其自身主营业务的比重为50%以上**。

（6）成都东万丰贸易发展有限公司

公司名称	成都东万丰贸易发展有限公司
成立日期	2000年07月19日
注册地址	成都市锦江区红星路三段16号正熙国际大厦16楼08、09号
注册资本	5,100万元
法定代表人	陈少东
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	批发兼零售：预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、保健食品；销售：日用品、日用化学品、建筑材料、电子产品、服装鞋帽、第二类医疗器械、针纺织品、日用百货、水果、红酒；零售：卷烟、雪茄烟。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
统一社会信用代码	915101047234124635
股权结构	陈少东持股98.8235%，黄继春持股1.1765%
实际控制人	陈少东
主营业务及产品	主要从事乳制品、保健品、休闲食品的销售业务，如美素佳儿、雅培等品牌的奶粉销售。
与发行人的合作背景	2012年开始合作，主要系向孩子王销售美素佳儿、雅培等品牌奶粉，并借助孩子王平台进行品牌推广。
与发行人交易金额占其自身主营业务的比重	5%左右

（7）花王（上海）产品服务有限公司

花王（上海）产品服务有限公司的基本情况、股权结构、实际控制人情况、主营业务及产品、与发行人的合作背景情况参见本题“（一）/3、供应商服务前五大客户情况”，**其与发行人的交易金额占其自身主营业务的比重为5%以下**。

2、列表说明发行人客户与供应商重叠的情况，发行人与其交易金额及占比情况，是否符合行业惯例

报告期内，公司客户与供应商存在重叠的情形，具体如下：

（1）供应商服务、广告及平台服务业务

报告期内，为进一步加强与供应商的长期战略合作关系，公司充分利用自身的品牌影响力及会员资源，为供应商提供了一系列会员开发、互动活动冠名、商品线上线下推广宣传及数字化工具等供应商服务、广告服务，并根据服务内

容，参考市场价格，向供应商收取相应的费用。同时，部分供应商为扩大销售渠道，作为商家入驻孩子王 APP 等线上平台，公司为其提供平台服务，并收取平台服务费。

报告期内，按照整体金额统计，公司向同一供应商采购商品同时提供服务的收入金额及采购金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人作为服务提供方形成的收入情况				
供应商服务收入	19,443.99	41,676.82	22,773.75	10,089.10
占供应商服务收入的比例	98.65%	98.94%	93.45%	96.06%
广告收入	138.39	343.62	1,265.44	-
占广告收入的比例	5.27%	6.15%	37.44%	-
平台服务	260.46	-	-	-
占平台服务收入的比例	9.21%	-	-	-
招商收入	2.59	-	-	-
占招商收入的比例	0.09%	-	-	-
发行人作为采购方形成的采购情况				
采购金额	356,306.61	865,496.95	670,297.92	495,287.03
占总采购金额的比例	99.47%	99.38%	97.44%	93.38%

根据上表所示，报告期内，90%以上的供应商服务收入系向公司的供应商提供，主要系因为孩子王作为母婴零售行业规模较大、渠道布局广泛、行业地位突出的零售商，会员系统较为完善，品牌知名度高，业务及产品推广力度大，对供应商商品的支持力度有完善的渠道体系和服务体系，因此，孩子王与供应商进行采购合作的同时，供应商也会与孩子王约定与会员、产品或品牌推广相关的营销服务，进而实现双方共赢的目的，符合行业惯例。公司与同行业可比上市公司爱婴室的供应商服务收入情况对比如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人	供应商服务收入	19,709.48	42,121.74	24,368.90	10,502.70
	主营业务收入	381,397.09	815,160.43	660,999.96	518,377.83
	占比	5.17%	5.17%	3.69%	2.03%
爱婴室 (603214.SH)	供应商服务收入	未披露	14,280.24	11,931.97	11,608.05
	主营业务收入	-	231,598.15	201,420.98	168,977.01
	占比	-	6.17%	5.92%	6.87%

（2）软件销售业务

单位：万元

公司名称	项目	内容	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北京极智嘉科技有限公司及其下属企业	销售	软件	-	-	1,327.43	0.16%	-	-	-	-
	采购	仓储物流服务	-	-	33.02	-	33.02	-	-	-
浙江汉朔电子科技有限公司	销售	软件	-	-	683.19	0.08%	-	-	-	-
	采购	电子价签	-	-	1,476.41	0.17%	195.75	0.03%	-	-

北京极智嘉自 2018 年开始与公司合作，主要为公司提供机器人仓储物流服务。在合作过程中，北京极智嘉及其下属企业基于孩子王在零售行业的技术实力，购买其订单管理系统、物流管理系统、配送管理系统、仓储管理系统等软件产品，通过进行二次开发，为下游客户提供物流系统集成产品。

浙江汉朔电子科技有限公司（以下简称“汉朔科技”）自 2018 年开始与公司合作，主要为公司提供包括电子价签在内的数字化门店升级服务。在合作过程中，汉朔科技基于孩子王在新零售行业数据中台的开发能力及优势，向公司购买了包括订单系统、门店运营系统、门店租赁系统等在内的相关软件产品，以增强其在软件开发方面的能力，从而更好的服务下游客户。

（3）其他业务

报告期内，公司与关联方之间存在少量既有采购又有销售的情况（不考虑非交易类往来），具体情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	内容	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
好享家舒适智能家居股份有限公司	采购	新风机	-	-	2.54	-	-	-	-	-
	销售	提供广告服务	-	-	0.38	-	-	-	-	-
江苏创纪云网络科技有限公司	采购	软件	-	-	601.77	0.10%	603.45	0.13%	1,786.32	0.49%
	销售	收取返佣分成	57.04	-	240.90	-	-	-	-	-
山东星贝保险经纪有限公司	采购	保险	85.61	0.03%	-	-	-	-	-	-
	销售	平台服务收入	0.26	-	-	-	-	-	-	-
江苏孩子王实业有限公司	采购	平台服务费	396.48	0.14%	1,202.07	0.21%	1,279.30	0.27%	917.53	0.25%
	销售	软件授权服务	18.87	-	75.47	0.01%	75.47	0.01%	75.47	0.01%

综上，报告期内，公司存在客户与供应商重叠的情况，上述交易均具有真实、合理的交易背景，符合行业惯例。

3、发行人是否对上述供应商存在重大依赖

报告期内，公司以奶粉、纸尿裤为代表的标准化产品采购相对集中，主要是因为国内消费者更偏好于购买知名品牌的婴幼儿产品，公司的采购亦以国际、国内知名品牌供应商为主。公司不存在向单个供应商的采购比例超过当期采购总额20%或对主要供应商存在重大依赖的情形。

（三）发行人上述客户、供应商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管人员及其近亲属是否存在关联关系，是否存在代垫费用或利益输送情形。

报告期内，除成都亿诺达、南京亿诺达、北京极智嘉外，发行人的上述客户、供应商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系，不存在代垫费用或利益输送的情形。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构及发行人律师履行了如下核查程序：

1、取得发行人报告期内的收入明细账，查阅申报会计师出具的审计报告；

2、查阅发行人各类业务前五大客户的工商档案并通过国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）进行核查；查阅发行人各类业务前五大客户与发行人签署的全套业务合同，对发行人报告期内前五大客户进行走访、视频访谈、函证；

3、通过 IT 审计方式核查发行人报告期内母婴商品、母婴服务前五大客户的会员情况、订单情况、物流数据及付款情况，并通过电话访谈方式对交易情况进行确认；

4、取得发行人报告期内的采购明细账，查阅发行人采购前五大供应商的工商档案并通过国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）进行核查；查阅发

行人采购前五大供应商与发行人签署的全套业务合同，对发行人报告期内前五大供应商进行走访、视频访谈、函证；

5、比对报告期内发行人客户与供应商清单，并与发行人管理人员、主要客户、供应商进行访谈；

6、取得发行人全体股东的基本情况调查表、关联关系说明文件并通过公开渠道对境内股东的股权/出资结构进行复核，对上述股东进行穿透核查，并对上述股东进行访谈；

7、取得发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人的基本情况调查表，并取得上述人员出具的与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系的说明。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过当期销售总金额 20%或严重依赖于少数客户的情形；不存在向单个供应商的采购比例超过当期采购总额 20%或严重依赖于少数供应商的情形；

2、报告期内，发行人存在客户与供应商重叠的情况具有真实、合理的交易背景，符合行业惯例；

3、报告期内，除成都亿诺达、南京亿诺达、北京极智嘉外，发行人上述客户、供应商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系，不存在代垫费用或利益输送的情形。

问题九、关于发行人员工及劳务外包

申报材料显示，报告期内，发行人及其子公司员工合计人数分别为 8,440 人、9,822 人、11,357 人。公司部分门店的销售岗位采用劳务外包的形式。请发行人补充披露：

（1）发行人采购劳务外包的原因和必要性，具体服务内容、岗位职能；较为重要的销售岗位采用劳务外包的原因及合理性；外包人员是否担任发行人核心业务环节，是否为发行人门店中不可或缺、不可替换的岗位，是否存在门店管理人员由外包人员承担的情况。

（2）劳务外包人员的服务计费模式，薪酬发放模式；劳务外包涉及门店数量、金额及占比情况；各劳务外包商向发行人提供服务收取金额占其自身主营收入的比重情况；劳务外包定价依据及公允性；前五大劳务外包商的基本情况。

（3）报告期内总劳务外包人员数量，占发行人总门店营业人员比重，发行人各门店自有营业员工数量，平均每个门店劳务外包人员占总员工的比重；结合上述内容，披露发行人对劳务外包提供商是否存在重大依赖。

（4）前五大劳务外包提供商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管人员及其近亲属是否存在关联关系，是否存在代垫费用或利益输送情形。

（5）结合《劳动法》《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规，披露发行人的劳务外包是否实际属于劳务派遣用工，是否符合劳务派遣法律规定；若确实属于劳务外包，详细披露发行人劳务外包用工与劳务派遣用工间区别情况，包括但不限于合同签订模式、采购劳务目的、管理模式、用工风险承担、劳务费用计算模式、劳工薪酬发放模式等。

（6）报告期内发行人员工人数变动的原因，是否与发行人自身主营业务、门店铺设情况、业绩发展情况相符；发行人员工薪酬情况，是否存在刻意压低职工薪酬的情况；是否存在劳动仲裁或诉讼，是否存在相关行政处罚。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第五节/十七/（三）发行人员工薪酬情况”、“第五节/十七/（四）劳务外包情况”、“第六节/四/（三）劳务外包情况”中进行了补充披露。

（一）发行人采购劳务外包的原因和必要性，具体服务内容、岗位职能；较为重要的销售岗位采用劳务外包的原因及合理性；外包人员是否担任发行人核心业务环节，是否为发行人门店中不可或缺、不可替换的岗位，是否存在门店管理人员由外包人员承担的情况。

发行人处于零售行业，该行业一般用工需求量较大，且人员流动性较高。报告期内，由于门店数量持续快速增加，为保证门店正常运营，公司在部分门店采用劳务外包形式以提高运营效率。此外，公司各子公司及总部也存在少量劳务外包的情况，具体岗位职能及服务内容主要如下：

岗位	职能
门店销售岗位	主要负责门店各类产品的日常销售，并为客户提供增值服务
门店行政辅助岗位	主要负责协助门店管理人员从事辅助性工作，例如货物管理及其他行政事务等
分部/总部行政辅助岗位	主要负责协助所属部门人员从事辅助性工作，涉及部门包括行政、人力、仓储物流等

报告期各期末，公司劳务外包的人员数量及岗位情况如下：

单位：人

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
门店销售岗位	588	696	893	409
门店行政辅助岗位	58	59	71	47
分部/总务部辅助岗位	40	12	13	9
劳务外包人数	686	767	977	465

报告期内，公司的劳务外包人员未在发行人核心业务环节或在发行人门店中担任不可或缺、不可替换的岗位。报告期内，发行人不存在门店管理人员由外包人员承担的情况。

（二）劳务外包人员的服务计费模式，薪酬发放模式；劳务外包涉及门店

数量、金额及占比情况；各劳务外包商向发行人提供服务收取金额占其自身主营收入的比重情况；劳务外包定价依据及公允性；前五大劳务外包商的基本情况。

1、劳务外包人员的服务计费模式，薪酬发放模式

报告期内，公司与劳务外包公司以协议约定的外包项目计算服务费并定期结算。劳务外包公司与劳务外包人员签订劳动合同、建立劳动关系，并由劳务外包公司对相关人员支付工资福利和缴纳社会保险。

2、劳务外包涉及门店数量、金额及占比情况；各劳务外包商向发行人提供服务收取金额占其自身主营收入的比重情况；劳务外包定价依据及公允性

报告期内，劳务外包涉及的门店数量、金额及占比情况如下：

单位：个、万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
涉及劳务外包的门店数量	37	40	127	16
门店总数	363	352	259	213
占门店总数的比例	10.19%	11.36%	49.03%	7.51%
劳务外包费用	3,057.18	6,736.12	7,404.29	3,073.88
全部用工薪酬	40,407.86	99,864.12	83,412.52	66,165.87
占比全部用工薪酬的比例	7.57%	6.75%	8.88%	4.65%

其中 2018 年劳务外包涉及的门店较多，主要系为了提高销售规模，加强与供应商的合作关系，发行人于 2018 年在部分门店尝试推出针对部分品牌/品类的产品导购员，但由于实际效果未达预期，公司在 2019 年初停止该类模式。

报告期内，公司劳务外包人员平均薪酬与公司员工平均薪酬对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
劳务外包人员平均薪酬	4.46	8.78	7.58	6.61
公司员工平均薪酬	3.54	8.20	7.74	7.48

注：劳务外包人员平均薪酬=劳务外包费用/期末劳务外包人员数量；公司员工平均薪酬=人员总薪酬/期末人员数量

2019 年劳务外包人员平均薪酬高于公司员工平均薪酬主要原因为上述平均薪酬系按照全年劳务外包费用除以期末人员数量计算，2019 年公司劳务外包人

员数量持续下降从年初的977人下降到期末的767人，降幅为21.49%，导致劳务外包人员平均薪酬略高于公司员工平均薪酬。

2020年上半年劳务外包人员平均薪酬高于公司员工平均薪酬主要原因为，2020年上半年受疫情影响，员工薪酬中的绩效部分有所下降；同时，由于疫情影响，公司门店人员数量从9,531人下降至8,554人，降幅为10.25%，因此为满足运营需要，公司增加了劳务外包投入。二季度以来，随着疫情影响减弱，劳务外包人员减少，导致按照期末人数除以当期外包费用计算的平均薪酬高于员工平均薪酬。

报告期内，劳务外包人员的年平均薪酬与公司员工平均薪酬无明显差异，劳务外包人员的薪酬公允。由于劳务外包人员薪酬系劳务外包公司费用的主要构成，因此劳务外包人员薪酬的公允性能够侧面反应公司劳务外包采购成本的合理性。

3、前五大劳务外包商的基本情况；各劳务外包商向发行人提供服务收取金额占其自身主营收入的比重情况

报告期内，公司前五大劳务外包提供商情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购额	占劳务外包总额的比例
2020年1-6月	1	江苏百得服务外包有限公司	1,811.53	59.25%
	2	南京嘉捷人力资源有限公司、常熟嘉捷人力资源服务有限公司	553.68	18.11%
	3	南京博超人力资源有限公司	285.67	9.34%
	4	江苏苏鹰人才科技有限公司	239.06	7.82%
	5	江苏利隆企业服务有限公司	109.15	3.57%
	合计		2,999.09	98.10%
2019年	1	江苏百得服务外包有限公司	5,074.11	75.33%
	2	南京博超人力资源有限公司	937.28	13.91%
	3	常熟嘉捷人力资源服务有限公司	321.95	4.78%
	4	江苏苏鹰人才科技有限公司	176.55	2.62%
	5	江苏卓汇服务外包有限公司	158.49	2.35%
	合计		6,668.38	98.99%
2018年	1	江苏百得服务外包有限公司	4,522.44	61.08%

	2	常熟嘉捷人力资源服务有限公司	1,046.96	14.14%
	3	江苏苏鹰人才科技有限公司	943.36	12.74%
	4	江苏卓汇服务外包有限公司	205.21	2.77%
	5	江苏港群企业管理咨询有限公司	198.11	2.68%
	合计		6,916.08	93.41%
2017 年	1	江苏百得服务外包有限公司	1,314.20	42.75%
	2	江苏苏鹰人才科技有限公司	968.61	31.51%
	3	南京嘉捷人力资源有限公司	450.84	14.67%
	4	南京国美人力资源有限公司	340.22	11.07%
	合计		3,703.88	100.00%

（1）江苏百得服务外包有限公司

公司名称	江苏百得服务外包有限公司
成立日期	2013年7月24日
注册地址	南京市玄武区玄武大道699-1号
注册资本	1,000万元人民币
法定代表人	高辉原
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	劳务服务外包、工程服务外包、软件技术服务外包；劳务派遣；普通货运代理；汽车租赁；通信技术服务；建筑工程设计、施工；企业管理咨询、经济信息咨询、商务信息咨询；企业形象设计；公关礼仪服务、家政服务、会务会展服务；组织文化艺术交流（不含演出）；房地产营销策划；室内外装饰设计及施工；景观工程设计及施工；电脑耗材、劳动保护用品、工艺品、办公用品、通讯设备的销售；通信工程施工及维护；装卸搬运；体育用品、针纺织品、服装、日用品、化妆品、卫生用品、工艺礼品、钟表眼镜、玩具、陶瓷制品、橡胶及塑料制品、花卉、装饰材料、通信设备、初级农产品销售；电子商务；增值电信业务（须取得许可或批准后方可经营）；职业中介、人力资源服务（须取得许可或批准后方可经营）；仪器仪表、计算机及辅助设备、通讯设备、办公设备维修。发电、输电、供电业务
统一社会信用代码	913201020707393615
股权结构	高辉原持股70%，赵玉英持股30%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%-10%

（2）江苏苏鹰人才科技有限公司

公司名称	江苏苏鹰人才科技有限公司

成立日期	2011年7月26日
注册地址	南京市高淳区漆桥镇河滨路1号
注册资本	1,000万元人民币
法定代表人	谈平原
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	劳务派遣经营，境内职业中介服务、劳动保障事务代理服务，人才管理软件开发、人力资源咨询、商务咨询、企业管理及咨询、会议及展览服务、后勤管理服务，提供劳动力外包服务。
统一社会信用代码	91320000579485923R
股权结构	谈平原持股80%，恽方珍持股20%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%以下

（3）南京嘉捷人力资源有限公司、常熟嘉捷人力资源服务有限公司

公司名称	南京嘉捷人力资源有限公司
成立日期	2002年3月20日
注册地址	南京市鼓楼区挹江门街道双门楼中山骏景大厦612室
注册资本	200万元
法定代表人	吉雯
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	人力资源服务（按许可证所列范围经营）；劳务派遣（按许可证所列范围经营）；劳务服务外包；工程服务外包；IT服务外包；企业管理咨询、经济信息咨询、电信技术服务；办公用品销售；市政工程、土石方工程的施工与维护；汽车租赁；企业管理培训、职业技能培训(不含与学历教育相关的培训或服务）；代理发展电力、电信业务；企业营销策划、企业形象策划；公关礼仪服务；市场调研；物业管理、受托单位后勤管理；工程招标代理；家政服务、会展服务；房地产销售策划；通信设备技术开发、销售、技术咨询、技术服务；计算机数据处理服务；网络工程技术开发、销售、设计、施工；仓储服务（不含化学危险品）；计算机系统集成；建筑工程、通信工程、装饰工程设计、施工。
统一社会信用代码	91320106730577848H
股权结构	吉霞持股95.88%，骆德海持股4.12%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%以下

常熟嘉捷人力资源服务有限公司的控股股东骆涛与南京嘉捷人力资源有限公司股东骆德海为亲属关系。常熟嘉捷人力资源服务有限公司情况如下：

公司名称	常熟嘉捷人力资源服务有限公司（已注销）
成立日期	2016年12月15日
注册地址	常熟高新技术产业开发区贤士路88号5幢502A
注册资本	1,000万元
法定代表人	骆涛
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	人力资源服务；以服务外包的方式从事企业管理（企业生产流程管理、品质检测处理、业务流程管理、工厂运营管理）；通信工程的施工与维护，企业营销策划，企业形象策划，房地产销售策划，公共礼仪服务，物业管理，家政服务，会展服务，通信软件的技术开发及技术服务，计算机数据处理，网络工程设计、施工及技术服务，数码产品、电子产品、照明设备、服装服饰的销售；劳务派遣经营。
统一社会信用代码	91320581MA1N3TE47J
股权结构	骆涛持股90%，陶天持股10%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%以下

（4）南京国美人力资源有限公司

公司名称	南京国美人力资源有限公司
成立日期	2004年9月23日
注册地址	南京市秦淮区中山南路239号盛天大厦一单元1006室
注册资本	500万元人民币
法定代表人	陈顺美
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控制）
经营范围	境内职业介绍服务；劳务派遣；企业管理咨询；从事海洋船舶船员服务。
统一社会信用代码	9132010476527496X5
股权结构	陈顺美持股80%，马丽持股20%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%以下

（5）江苏卓汇服务外包有限公司、江苏利隆企业服务有限公司

公司名称	江苏卓汇服务外包有限公司（已注销）
成立日期	2018年8月20日
注册地址	淮安市洪泽区三河镇振兴路29号

注册资本	1,000万元人民币
法定代表人	李苏华
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	劳务派遣、劳务服务外包与人力资源服务；劳务咨询服务；建筑劳务分包；通讯技术服务；工程服务外包，市政工程、土石方工程、通信工程的施工与维护；物业管理；工程招标代理；通信设备销售、技术开发、技术咨询及技术服务；计算机数据处理；网络工程设计、施工及技术服务。
统一社会信用代码	91320829MA1X2R9A26
股权结构	李苏华持股60%，陶聚宝持股40%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%以下

江苏卓汇服务外包有限公司已于2020年8月注销。2020年上半年，公司与江苏卓汇服务外包有限公司实际控制人控制的企业江苏利隆企业服务有限公司继续合作，其基本情况如下：

公司名称	江苏利隆企业服务有限公司
成立日期	2019年7月24日
注册地址	宿迁市宿城经济开发区西城大厦A530
注册资本	1,000万元人民币
法定代表人	陶聚宝
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	企业管理咨询，企业营销策划，个人形象策划，人才中介，境内职业介绍，会展服务，物业管理，单位后勤管理服务，公关活动策划，市场调研，房地产营销策划，计算机数据处理服务，以承接服务外包形式从事生产流程、生产工段、工厂运营管理，汽车租赁，庆典礼仪服务，家政服务，通信设备技术开发、销售、技术咨询、技术服务，网络工程设计、施工，仓储服务（危险化学品除外），计算机系统集成，工程招标代理，房屋建筑工程、通信工程、装饰工程设计、施工，建筑工程劳务分包，市政工程、土石方工程的施工与维护。
统一社会信用代码	91321302MA1YRN448K
股权结构	陶聚宝持股70%，李苏华持股30%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%以下

（6）江苏港群企业管理咨询有限公司

公司名称	江苏港群企业管理咨询有限公司
成立日期	2015年4月30日
注册地址	东台市时堰镇泰东工业园区2-60号
注册资本	1,000万元人民币
法定代表人	汪洪旗
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	企业管理咨询，企业形象策划服务，建筑工程咨询服务，贸易咨询服务，市场营销策划，电子产品、日用品百货（除电动三轮车）、五金产品、机电设备（除汽车）、仪表仪器、汽车零配件、电脑耗材销售
统一社会信用代码	91320981338857132F
股权结构	汪洪堰持股70%，汪洪旗持股30%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%-10%

（7）南京博超人力资源有限公司

公司名称	南京博超人力资源有限公司
成立日期	2014年5月8日
注册地址	南京市玄武区珠江路88号2幢708室
注册资本	200万元人民币
法定代表人	陈英
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	人才中介服务（须取得许可或批准后方可经营）；企业管理咨询；办公用品销售；市政工程、土石方工程的施工与维护；汽车租赁；企业营销策划、企业形象策划；公关礼仪服务；市场调研；物业管理；工程建设、项目招标代理服务；家政服务、会务服务、展览展示服务；房地产经纪；通信设备研发、销售、技术咨询、技术服务；计算机数据处理和存储服务；网络技术开发；仓储服务（不含危险化学品）；计算机信息系统集成、网络工程、建筑工程、通信工程、室内外装饰工程设计、施工；劳务派遣（须取得许可或批准后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
统一社会信用代码	91320102302565242M
股权结构	陈英持股90%，胡园园持股10%
劳务外包商向发行人提供服务金额占其自身主营收入的比重情况	5%以下

（三）报告期内总劳务外包人员数量，占发行人总门店营业人员比重，发行人各门店自有营业员工数量，平均每个门店劳务外包人员占总员工的比重；结合上述内容，披露发行人对劳务外包提供商是否存在重大依赖。

报告期各期末，公司劳务外包人员数量情况如下：

单位：个

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
期末劳务外包人员	**686**	**767**	**977**	**465**
其中：销售岗位人员	588	696	893	409
期末员工数量	10,542	11,357	9,822	8,440
期末销售人员数量	8,554	9,531	8,093	7,472
劳务外包人员占用工总数的比例	**6.11%**	**6.33%**	**9.05%**	**5.22%**
劳务外包销售人员占门店营业人员的比例	**6.43%**	**6.81%**	**9.94%**	**5.19%**

注：劳务外包人员占用工总数的比例=期末劳务外包人员/（期末员工数量+期末劳务外包人员）；劳务外包销售人员占门店营业人员的比例=期末劳务外包销售岗位人员/（期末销售人员数量+期末劳务外包销售岗位人员）

报告期各期末，公司门店平均自有营业员工数量、劳务外包人员数量及占比情况如下：

单位：人

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
门店数量	363	352	258	213
公司自有销售人员数量	8,554	9,531	8,093	7,472
劳务外包销售人员数量	588	696	893	409
门店平均自有人员数量	23.56	27.08	31.37	35.08
门店平均劳务外包人员数量	1.62	1.98	3.46	1.92
门店平均人数合计	25.18	29.05	34.83	37.00
劳务外包人数占门店营业人员的比例	**6.43%**	**6.81%**	**9.94%**	**5.19%**

报告期内，公司劳务外包费用占各全部用工薪酬的比例如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
劳务外包费用	3,057.18	6,736.12	7,404.29	3,073.88
全部用工薪酬	40,407.86	99,864.12	83,412.52	66,165.87
占比全部用工薪酬的比例	7.57%	6.75%	8.88%	4.65%

综上，报告期内，公司劳务外包人员占用工人数总数的比例较低，劳务外包费用占各期全部用工薪酬的比例较低，公司对劳务外包提供商不存在重大依赖。

（四）前五大劳务外包提供商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管人员及其近亲属是否存在关联关系，是否存在代垫费用或利益输送情形。

报告期内，前五大劳务外包提供商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管人员及其近亲属不存在关联关系，亦不存在代垫费用或利益输送情形。

（五）结合《劳动法》《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规，披露发行人的劳务外包是否实际属于劳务派遣用工，是否符合劳务派遣法律规定；若确实属于劳务外包，详细披露发行人劳务外包用工与劳务派遣用工间区别情况，包括但不限于合同签订模式、采购劳务目的、管理模式、用工风险承担、劳务费用计算模式、劳工薪酬发放模式等。

发行人及其子公司分别与外包公司签署了《项目外包协议》《服务框架协议》《劳务外包合作协议》等文件，主要内容如下：

事项	主要内容
合同签订模式	由外包公司与发行人及/或其子公司签署，按项目外包
劳动关系	劳务人员的劳动关系隶属于劳务外包公司，用工风险由外包公司承担
人员管理责任	由外包公司管理
费用计算	按外包项目计算
报酬支付方式	发行人及其子公司向外包公司支付外包服务费，由外包公司负责外包人员劳动报酬发放及缴纳社会保险和公积金，发行人及其子公司不直接向劳务人员发放工资

根据《合同法》《劳动合同法》《劳动合同法实施条例》《劳务派遣暂行规定》等法律法规，劳务外包与劳务派遣在合同签订模式、管理模式、用工风险承担等方面存在的主要差异如下：

内容	劳务外包	劳务派遣
合同签订模式	外包公司与用工单位签订劳务外	劳务派遣公司与用工单位签订劳务派

	包协议	遣协议
管理模式	由外包公司直接管理	由用工单位直接管理
用工风险承担	外包公司承担用工风险	用工单位承担用工风险，用工单位给被派遣劳动者造成损害的，劳务派遣公司与实际用工单位承担连带赔偿责任
劳务费用计算	由用工单位与外包公司按照以工作内容和工作结果为基础进行整体结算，劳务人员具体工资由外包公司确定	通常按照实际用工单位的正式员工，实行同工同酬，派出员工的具体工资由用工单位决定
薪酬结算方式	用工单位向外包公司整体支付外包劳务费；外包公司向劳动者支付薪酬及缴纳社保	用工单位直接向劳动者支付工资薪酬并向劳务派遣公司支付派遣费用

发行人及其子公司的用工模式不属于劳务派遣。此外，发行人报告期各期末劳务外包人数占用工总人数的比例均未超过 10%，劳务外包人员未在发行人核心业务环节或在发行人门店中担任不可或缺、不可替换的岗位，且劳务外包人员成本与发行人员工不存在明显差异，**不存在以劳务外包形式规避劳务派遣的情形。**

（六）报告期内发行人员工人数变动的原因，是否与发行人自身主营业务、门店铺设情况、业绩发展情况相符；发行人员工薪酬情况，是否存在刻意压低职工薪酬的情况；是否存在劳动仲裁或诉讼，是否存在相关行政处罚。

发行人自成立以来主要从事母婴童商品零售及增值服务业务。报告期内，为抢抓母婴市场发展机遇，公司持续加快门店开立速度，扩大市场覆盖，人员数量及营业规模也同步上升。

单位：人、个、万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
期末人员数量	10,542	11,357	9,822	8,440
增幅（%）	-7.18%	15.63%	16.37%	-
期末门店数量	363	352	258	213
增幅（%）	3.13%	36.43%	21.13%	-
营业收入	384,598.97	824,250.92	667,065.16	523,510.23
增幅（%）	-	23.56%	27.42%	-

报告期内，公司人员数量增长幅度低于门店数量及营业收入增幅，主要系因为随着门店数字化技术的持续投入，以及扫码购业务的不断拓展，单店平均用工数量减少。2020 年上半年，受疫情影响，公司门店到店业务在一季度出现暂停的情况，导致短期内部分门店人员离职。未来，随着门店数量的持续增加，公司整体人员数量仍将进一步扩大。

报告期内，发行人员工平均薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
公司员工平均薪酬	3.54	8.20	7.74	7.48
批发和零售业城镇单位就业人员平均工资（统计局数据）	-	8.90	8.06	7.12

根据上表所示，报告期内，公司员工平均薪酬呈持续上升趋势，与行业平均薪酬相比不存在显著差异，不存在刻意压低职工薪酬的情况。

截至本回复出具日，公司不存在未决重大劳动仲裁或诉讼；报告期内，公司不存在劳动人事方面的行政处罚。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人报告期各期末的员工花名册、员工薪酬表，核查报告期内发行人的劳务外包情况及各期末劳务外包人员名单；劳务外包人员的具体服务内容及岗位职能；

2、就发行人采用劳务外包的原因及必要性对发行人管理层、人力资源部负责人进行访谈；

3、查阅发行人与劳务外包公司签署的劳务外包协议、劳务外包公司的《营业执照》，登录国家企业信用信息公示系统对劳务外包公司的基本情况进行核查；

4、就劳务外包人员的管理模式、服务及计费模式、薪酬发放模式，各劳务外包商向发行人提供服务收取金额占其自身主营收入的比重情况对劳务外包公司负责人进行访谈；

5、查阅发行人股东、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的基本情况调查表及相关说明文件，并就其与劳务外包公司是否存在关联关系进行访谈；

6、查阅报告期内发行人与劳务外包公司的报价单、对账单、劳务外包公司开具的发票、发行人支付劳务外包费的费用明细表、相关银行转账凭证等；

7、核查发行人劳务外包人员占门店营业人员的比重；

8、查阅了《合同法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国劳动合同法实施条例》、《劳务派遣暂行规定》等相关法律、法规及规范性文件；

9、查阅了报告期内国家统计局发布的 2017 年度、2018 年度、2019 年度批发和零售业城镇单位就业人员平均工资；

10、取得发行人及开立社保、公积金账户的发行人分子公司的社保、公积金合规证明；

11、登录国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、启信宝、信用中国、人民法院公告网、裁判文书网、最高法院裁判文书网、全国法院被执行人网、失信被执行人网、各地劳动保障部门官方网站，核查发行人是否存在重大劳动仲裁、诉讼等纠纷情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人处于零售行业，该行业一般用工需求量较大，且人员流动性较高。报告期内，由于门店数量持续快速增加，为保证门店正常运营，公司在部分门店采用劳务外包形式以提高运营效率。劳务外包人员未在发行人核心业务环节，或在发行人门店中担任不可或缺、不可替换的岗位。报告期内，发行人不存在门店管理人员由外包人员承担的情况；

2、报告期内，发行人劳务外包定价公允，劳务外包人员占发行人门店营业人员比重较低，发行人对劳务外包提供商不存在重大依赖；

3、前五大劳务外包提供商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管人员及其近亲属不存在关联关系，不存在代垫费用或利益输送情形；

4、发行人的劳务外包与劳务派遣用工存在差异，发行人不存在以劳务外包形式规避劳务派遣的情形；

5、报告期内，发行人员工人数变动与发行人自身主营业务、门店铺设情况、业绩发展情况相符；发行人员工薪酬合理，不存在刻意压低职工薪酬的情况；截至本回复出具日，公司不存在未决重大劳动仲裁或诉讼；报告期内，公司不存在劳动人事方面的行政处罚。

问题十、关于租赁房产

申报材料显示，发行人及其子公司的办公场所、仓库及各直营门店的经营性房产主要通过租赁取得。发行人租赁的 426 处房产中，有 276 处未办理租赁备案，其中 254 处为直营门店运营用房，18 处为办公用房，4 处为物流仓库用房，面积占租赁总面积的 61.95%，存在因该等瑕疵而受到房地产管理部门罚款的法律风险。发行人存在较多租赁房产的出租方未能提供产权证明或提供的产权证明权属方与出租方不一致的情况。请发行人补充披露：

（1）发行人较多租赁房产出租方未能提供权属证明的原因；提供的产权证明权属方与出租方不一致的原因及合理性，是否存在出租人属于承租后再出租的情况。

（2）是否存在上述房产的实际所有人向出租人及发行人主张权利或索赔的情况；发行人与上述房产权属瑕疵出租方是否存在关于拆迁、搬迁的赔偿约定情况。

（3）测算报告期内上述权属瑕疵房产涉及收入及占主营业务收入比重情况，利润贡献及占净利润比重情况，并披露上述事项是否对发行人的持续经营构成重大不利影响，对本次发行构成法律障碍。

（4）对比当地一般租金定价情况，列表对比披露发行人房产租金定价依据及公允性，是否存在关联方代垫费用或利益输送情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书 “第六节/五/（四）房屋租赁情况”中进行了补充披露。

（一）发行人较多租赁房产出租方未能提供权属证明的原因；提供的产权证明权属方与出租方不一致的原因及合理性，是否存在出租人属于承租后再出租的情况。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人及其境内子公司、分公司合计承租 498 处物业，其中 474 处物业用于直营门店运营（其中直营门店营业用房 391 处，营业仓 83 处）、19 处物业用于办公场所、5 处物业作为物流仓库。

（1）直营门店运营用房

① 截至本回复出具日，直营门店运营用房中的 350 处租赁物业的出租方已向发行人或其境内子公司、分公司提供房屋产权证书，面积占直营门店运营用房的 78.69%。

就该等已提供房屋产权证的物业，**88 处的出租方与产权方不一致，主要因为产权方为房地产开发公司或购买房产的自然人产权人，出租方为产权方的关联公司或商业管理公司，该等关联公司或商业管理公司接受产权方的委托，对其房产进行经营、出租等，部分商业管理公司在运行过程中采用先承租整体物业，再分别向商户进行出租的情况。其中 54 处物业的出租方已提供相关文件，**证明其有权出租该等物业；**34 处物业的出租方未提供该等文件，面积占直营门店运营用房的 4.94%，**就该等物业，发行人或其境内子公司、分公司与出租方签署的租赁协议及/或其补充协议中包含了出租方关于其有权出租该等物业的陈述与保证，并约定了相应的违约责任。

② **另有 121 处租赁物业，**出租人未提供房屋产权证书，**主要系因为上述出租人尚未办理取得房屋产权证书，**但已提供国有土地使用权权属证书及《建设工程规划许可证》，面积占直营门店运营用房的 20.58%。**根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）第二条：出租人就未取得建设工程规划许可证或者未按照建设工程规划许可证的规定建设的房屋，与承租人订立的租赁合同无效，但在一审法庭辩论终结前取得建设工程规划许可证或者经主管部门批准建设的，人民法院应当认定有效。因此，上述未提供房产证的情形不会导致相关租赁合同无效。**

上述第①项及第②项所述已提供房屋产权证、虽未提供房屋产权证但提供了国有土地使用权权属证书及《建设工程规划许可证》的房产面积合计占直营门店运营用房的 99.27%。

③ 除前述第①、②项所述物业外，**出租人未能就直营门店运营用房中 3 处物业提供房屋产权证书及《建设工程规划许可证》，主要系因为上述出租人尚未办理取得房屋产权证书，面积占直营门店运营用房的 0.73%**。

（2）办公用房

截至本回复出具日，**办公用房中的 18 处租赁物业的出租人未向发行人或其境内子公司提供房屋产权证书，主要系因为上述出租人尚未办理取得房屋产权证书，面积占办公用房总面积的 13.81%，**上述租赁房屋的可替代性较高，如因该等租赁房屋存在权属瑕疵导致不能继续承租使用的，发行人可在合理的期限内在相关区域找到合适的替代性场所，且搬迁不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

（3）物流仓库

截至本回复出具日，**发行人共承租 5 处物流仓库**，该等物业的出租人已向发行人或其境内子公司、分公司提供房屋产权证书，出租方享有相应房产的房屋所有权或进行出租的权利，有权对外出租，租赁该等房产不存在因租赁房产权属不明等瑕疵可能导致的与出租方的房屋租赁关系无法持续的风险。

（二）是否存在上述房产的实际所有人向出租人及发行人主张权利或索赔的情况；发行人与上述房产权属瑕疵出租方是否存在关于拆迁、搬迁的赔偿约定情况。

截至本回复出具日，发行人不涉及上述房产的实际所有人向出租人及发行人主张权利或索赔的未决诉讼。

虽然发行人与上述房产权属瑕疵出租方不存在明确的关于拆迁、搬迁的赔偿约定情况，但合同中对如下事项进行了约定：

（1）租赁期间出租方应保证对租赁房屋的合法完整的处分权，使承租方有权按照合同的约定依法使用租赁房屋，不存在妨碍承租方承租权的所有权、出租权争议，不得因任何原因造成承租方实际无法正常使用该租赁房屋，如有违反，承租方有权追究出租方的违约责任；

（2）出租方未取得建筑工程规划许可证或者未按照建筑工程规划许可证的规定建设的房屋或取得消防部门的验收合格手续，承租方有权选择解除合同，并要求出租方支付违约金；

（3）因出租方的其他违约行为、侵权行为或违法行为，造成承租方未能继续履行租赁协议的，承租方有权选择解除合同，并要求出租方支付违约金；

（4）出租方停止或将要停止其业务，导致合同目的无法实现的，承租方有权选择解除合同，并要求出租方支付违约金。

综上，发行人与上述房产权属瑕疵出租方虽无明确关于拆迁、搬迁的赔偿约定，但如发生拆迁、搬迁的情况，发行人可根据合同约定向出租方进行索赔。

（三）测算报告期内上述权属瑕疵房产涉及收入及占主营业务收入比重情况，利润贡献及占净利润比重情况，并披露上述事项是否对发行人的持续经营构成重大不利影响，对本次发行构成法律障碍。

报告期内，直营门店用房中存在权属瑕疵的房产涉及的收入占比及毛利占比情况如下：

单位：万元

序号	权属瑕疵情况	房产数	面积占比（%）	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
				主营业务收入	毛利	主营业务收入	毛利	主营业务收入	毛利	主营业务收入	毛利
1	未提供房屋产权证但已提供国有土地使用权权属证书及《建筑工程规划许可证》	121	20.58	48,122.62	12,577.48	77,124.54	21,518.38	43,465.83	12,649.62	26,766.46	8,110.13
2	已取得房屋产权证但出租方与产权房不一致且未提供证明文件的	34	4.94	14,172.77	4,046.17	34,719.50	10,717.01	32,203.49	9,920.70	28,500.60	8,939.57
3	未提供房屋产权证及《建筑工程规划许可证》	3	0.73	3,439.10	954.90	3,584.39	998.27	3,095.83	909.63	2,882.81	930.78
合计		**158**	**26.25**	**65,734.49**	**17,578.56**	**115,428.43**	**33,233.66**	**78,765.15**	**23,479.95**	**58,149.87**	**17,980.49**
占公司当期主营业务收入的比例					**17.24%**		**14.16%**		**11.92%**		**11.22%**

占公司当期毛利的比例	16.62%	13.60%	11.86%	11.60%

注：瑕疵房产以截至 2020 年 6 月 30 日数据统计；其中部分已取得房屋产权证但出租方与产权房不一致且未提供证明文件的租赁物业为门店营业仓库

报告期内，直营门店用房中存在权属瑕疵的房产涉及的主营业务收入占比及毛利占比平均为 13.63%和 13.42%。其中，对于出租人未提供房屋产权证书，但已提供国有土地使用权权属证书及《建设工程规划许可证》的情况，根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号），上述未提供房产证的情形不会导致相关租赁合同无效，对发行人不构成重大影响。因此，如剔除上述情况，直营门店用房中存在权属瑕疵的房产涉及的收入占比及毛利占比平均为 5.18%和 5.34%，占比较低，对发行人的持续经营不构成重大不利影响，对本次发行不构成法律障碍。

此外，针对上述情况，发行人控股股东博思达、实际控制人汪建国已出具承诺：若发行人及其分子公司因租赁土地、房屋建筑物存在瑕疵导致发行人及其分子公司在租赁期内不能正常使用该等房产，或因该等瑕疵导致公司及其分子公司被有关主管机关处罚或其他第三方索赔的，本公司/本人将依法承担全部经济责任，补偿发行人及其分子公司因此而遭受的经济损失，且不会向发行人及其分子公司进行追偿。

（四）对比当地一般租金定价情况，列表对比披露发行人房产租金定价依据及公允性，是否存在关联方代垫费用或利益输送情形。

报告期内，发行人租赁的房产根据其用途主要可区分为直营门店运营用房、物流仓储用房及办公用房，各类用房采用不同的租金定价方式，具体情况如下：

物业类型	租金定价方式
直营门店运营用房	1）固定租金：每年租金固定，逐年上浮一定比例或金额 2）浮动租金：一定期限内按销售金额扣取一定比例提成，或按租金与扣取一定比例提成较高者收取费用
物流仓储用房	按照每平米固定定价计价，按固定期间交收
办公用房	按照每平米固定定价计价，按固定期间交收

（1）直营门店运营用房租金情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司在全国 19 个省（市）、121 个城市拥有 363 家大型数字化实体门店，由于门店整体较为分散，因此仅对重点区域门店的租金情况进行比较如下：

单位：元/平方米/天

省市	门店数量	门店数量占比	门店平均租金水平	当地租金水平
江苏	86	23.69%	1.44	2.16
安徽	35	9.64%	1.29	1.84
浙江	27	7.44%	1.51	2.40
四川	26	7.16%	1.81	2.35
湖南	26	7.16%	1.01	1.84
重庆	25	6.89%	1.60	3.09

注：当地租金水平系来源于 Wind 资讯统计的百城城市平均商铺租金

报告期内，发行人重点城市门店的平均租金水平略低于当地商铺租金水平，主要系因为：1）公司门店主要开立于万达广场、万象城等大型购物中心内，且租金计价方式大部分与销售额挂钩，与一般街边商铺租金存在较大差异；2）公司自成立以来创新性的深耕大店模式，平均单店面积约 2,700 平米(最大单店面积超过 7,000 平米)，且大部分租赁期限为 10 年以上（含），因此每平米租金一般低于单店面积小、租赁期限较短的商户；3）随着公司经营规模迅速扩大，品牌效应明显增强，孩子王门店对商场的引流作用日益凸显，因此公司对商场物业的议价能力进一步加强，逐步降低了公司的单位租金费用。

公司门店出租方主要为大型购物中心商场运营方，该等出租方在租金定价方面均具有较为完善的体系标准，且上述租金定价均系双方商业谈判的结果，各方已签署协议予以约定，符合商业惯例，具有公允性，不存在关联方代垫成本或利益输送的情形。

（2）物流仓储用房租金情况

报告期内，公司物流仓储用房共计 5 处，其租金情况与当地租金水平对比如下：

单位：元/平方米/天

省市	租金水平	当地租金水平
武汉	0.61	0.85

成都	0.80	0.81
佛山	0.89	0.99
天津	0.82	1.04
盐城	0.36	1.01（南京）

注：当地租金水平系来源于公开新闻整理

报告期内，发行人物流仓储用房的平均租金水平与当地租金情况不存在显著差异。上述租金定价均系双方商业谈判的结果，发行人已与出租方签署了租赁合同，价格公允，不存在关联方代垫成本或利益输送的情形。

（3）办公用房租金情况

报告期内，公司办公用房共计 18 处，其中，主要地区租金情况与当地租金水平对比如下：

单位：元/平方米/天

省市	租金水平	当地租金水平
江苏	2.09	1.58
安徽	2.31	1.66
浙江	2.83	2.36
上海	3.10	4.37

注：当地租金水平系来源于 Wind 资讯统计的百城城市平均办公租金数据

报告期内，发行人办公用房的平均租金水平与当地租金情况存在一定差异，主要系因为办公用房会受到地理位置、周边业态布局、办公环境与硬件设施、租户构成、物业管理等因素影响而有所不同。上述租金定价均系双方商业谈判的结果，发行人已与出租方签署了租赁合同，价格公允，不存在关联方代垫成本或利益输送的情形。

综上，**报告期内，发行人各类房产租金定价公允；报告期内，除** 2017 年五星控股集团向公司出租位于南京市中山东路的大楼用于办公及仓储，以及 2019 年至 2020 年期间江苏星瑞堂向公司下属门店瓯江广场店出租物业等**已披露的关联交易外，不存在其他关联方向发行人出租房产的情况；前述租赁费金额较小，且均参考市场价格经各方协商确定，价格公允，不存在关联方代垫费用或利益输送的情形。**

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、取得发行人报告期内的全部租赁台账，并逐笔查阅发行人签署的房屋租赁协议及补充协议、房屋产权证书、《建设工程规划许可证》等文件，并就未提供权属证明资料的房产取得发行人的书面说明；

2、逐笔核对租赁房产的出租人与产权人是否一致，如不一致是否取得相关文件证明其有权出租该等物业；

3、登录国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、启信宝、信用中国、人民法院公告网、裁判文书网、最高法院裁判文书网、全国法院被执行人网、失信被执行人网、劳动保障部门官方网站，核查发行人是否存在因瑕疵房产形成的法律纠纷情况；

4、对于存在权属瑕疵的房产，查阅其租赁协议关于拆迁、搬迁赔偿方面的约定；

5、测算报告期内权属瑕疵房产涉及的收入及利润占比情况；

6、通过公开检索方式了解全国重点城市各类房产租金水平，并与发行人的相关地区的平均租金水平进行比对；

7、抽样核查发行人租金支付情况，取得发行人与关联方签署的相关租赁协议、支付凭证。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人较多租赁房产出租方未能提供权属证明主要系因为相关权属证书尚未办理完成；提供的产权证明权属方与出租方不一致主要系产权方为房地产开发公司或购买房产的自然人产权人，出租方为产权方的关联公司或商业管理公司，该等关联公司或商业管理公司接受产权方的委托，对其房产进行经营、出租等，部分商业管理公司在运行过程中采用先承租整体物业，再分别向商户进行出租的情况；

2、截至本回复出具日，发行人不涉及存在租赁瑕疵房产的实际所有人向出租人及发行人主张权利或索赔的未决诉讼；发行人与上述房产权属瑕疵出租方虽无明确关于拆迁、搬迁的赔偿约定，但如发生拆迁、搬迁的情况，发行人可根据合同约定向出租方进行索赔；

3、报告期内，直营门店用房中存在权属瑕疵的房产涉及的主营业务收入占比及毛利占比较低，对发行人的持续经营不构成重大不利影响，对本次发行不构成法律障碍；

4、报告期内，发行人各类房产租金定价公允，不存在关联方代垫费用或利益输送的情形。

问题十一、关于知识产权

申报材料显示，发行人拥有 270 项商标权，其中较多为受让取得；发行人拥有 7 项著作权、81 项软件著作权、9 项域名。发行人存在授权江苏孩子王许可使用域名、商标、软件著作权，许可南京亿诺达、成都亿诺达使用商标及特许经营权的情况。发行人董事、监事中有较多人曾在江苏五星电器有限公司任职。请发行人补充披露：

（1）发行人与江苏孩子王间域名、商标、软件著作权授权的产生背景；是否约定授权费用，定价依据及公允性，是否存在利益输送；相关技术资产的来源，是否为发行人运营经营核心技术资产；是否存在知识产权纠纷。

（2）发行人许可南京亿诺达、成都亿诺达使用商标及特许经营权的产生背景；特许经营权的具体内容，是否为独家许可；发行人与上述两家企业间权利义务的划分；是否存在被特许方不当经营影响发行人商业信誉等市场价值的情况；是否约定授权、特许经营费用，定价依据及公允性，是否存在利益输送；相关技术资产的来源，是否为发行人运营经营核心技术资产；是否存在知识产权纠纷。

（3）江苏五星电器有限公司的基本情况，与发行人、控股股东、实际控制人是否存在关联关系；发行人商标、专利、著作权、域名是否来源于江苏五星电器或董事、监事、高管人员、核心技术人员曾任职的其他单位，发行人是否存在知识产权纠纷或纠纷；发行人董事、监事、高管人员、核心技术人员是否存在违反竞业禁止协议的情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书 “第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”、“第六节/五/（二）无形资产”、“第六节/五/（三）资产许可使用情况”中进行了补充披露。

（一）发行人与江苏孩子王间域名、商标、软件著作权授权的产生背景；是否约定授权费用，定价依据及公允性，是否存在利益输送；相关技术资产的来源，是否为发行人运营经营核心技术资产；是否存在知识产权纠纷。

2016 年 2 月，为实现孩子王有限在境内上市或挂牌之目的，孩子王有限、江苏孩子王分别通过相关内部决策程序批准拆除红筹架构的重组方案及签署《对现有控制文件的终止协议》。鉴于孩子王有限在拆除红筹架构后为中外合资企业，如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，因此为保证公司商品在原有线上平台上继续销售不受影响以及考虑到平台已有用户对“孩子王”品牌的认知度，公司在剥离江苏孩子王后与其签署了协议，由其继续负责“孩子王”APP 等相关网上平台运营服务。

2016 年 3 月 10 日，公司与江苏孩子王签署了《合作协议》，并于 2016 年 10 月 9 日签署相关补充协议，非排他授权江苏孩子王在其孩子王孕婴童商城网站、“孩子王微商城”微信公众号和“孩子王”App 程序中使用孩子王域名、“孩子王”商号，以及以宣传孩子王的商品为目的使用“孩子王”商标。

为保证江苏孩子王正常提供线上平台运营服务，2016 年 6 月 30 日，公司与江苏孩子王签署了《软件著作权许可协议》，约定：（i）公司许可江苏孩子王使用公司拥有的部分软件著作权（以下简称“许可软件著作权”），**具体包括孩子王电商微商城平台软件（简称：孩子王微商城）、孩子王电商中台交易与运营系统软件（简称：孩子王中台）、孩子王 IOS 版电商手机商城软件（简称：孩子王 APP）等**，开展经营活动，该许可使用权的性质为非独占、非排他、不可转让、不可再许可的许可；（ii）许可软件著作权及其相关权利及与软件著作权相关联的商誉（包括但不限于因江苏孩子王使用所产生）只属于公司；（iii）江苏孩子王同意向公司支付许可费金额 80 万元/年（含税）。上述定价系参考市场价格经双方协商确定，定价公允，不存在利益输送的情形。

发行人授权江苏孩子王使用的技术资产均为发行人自有，属于发行人日常运营中技术资产的一部分，非核心技术资产；发行人授权江苏孩子王使用该等域名、商标、软件著作权期间，未发生与授权相关的知识产权纠纷。

（二）发行人许可南京亿诺达、成都亿诺达使用商标及特许经营权的产生

背景；特许经营权的具体内容，是否为独家许可；发行人与上述两家企业间权利义务的划分；是否存在被特许方不当经营影响发行人商业信誉等市场价值的情况；是否约定授权、特许经营费用，定价依据及公允性，是否存在利益输送；相关技术资产的来源，是否为发行人运营经营核心技术资产；是否存在知识产权纠纷。

2016 年 10 月，由于公司下属门店郑州二七万达店、青岛李沧万达店、西安碑林店、成都海滨城店未取得经营所需相关资质，为使公司业务合规运行，公司决定将上述资产剥离。

2016 年 10 月，公司下属企业河南孩子王、青岛孩子王、陕西孩子王、四川孩子王（转让方）与公司实际控制人汪建国控制的南京亿诺达（受让方）、汪建国、汪浩分别签署了《资产转让协议》，由南京亿诺达参考评估价值受让上述门店的全部资产。同时，交易各方约定，如上述资产在协议签署后两年内取得经营所需的资质证照，则汪建国、汪浩同意向孩子王转让其所持南京亿诺达的全部股权，如在协议签署后两年内未取得经营所需的资质证照，汪建国、汪浩同意向第三方转让其所持南京亿诺达的全部股权。

同时，孩子王与南京亿诺达签署了《特许经营协议》，约定：1）许可南京亿诺达在门店经营中使用“孩子王”相关注册商标，该许可为非独家、不可分许可的商标使用许可；2）授予南京亿诺达“孩子王”品牌的特许经营权，南京亿诺达委托孩子王独家经营其门店，委托经营过程中门店人员由孩子王或其指定的子公司向门店派驻；3）委托经营期限内，门店经营所需商品由孩子王独家供应，如孩子王向第三方供应某种商品，该商品的供应价格应等于孩子王向第三方供应该种商品的价格；4）特许权使用费（含商标许可费）为孩子王受托经营门店而发生的管理费用等相关成本支出的 120%。

2018 年 11 月，由于成都海滨城店受其所租用的商场物业的影响，未能于剥离后两年内取得经营所需的相关业务资质证照，根据原协议约定，南京亿诺达将其持有的成都亿诺达 100%股权转让给第三方。

同时，孩子王与成都亿诺达签署了《特许经营协议》，约定：1）成都亿诺达在门店经营中使用“孩子王”相关注册商标，该许可为非独家、不可分许可的

商标使用许可；2）授予成都亿诺达“孩子王”品牌的特许经营权，成都亿诺达委托孩子王独家经营其门店，委托经营过程中门店人员由孩子王或其指定的子公司向门店派驻；3）委托经营期限内，门店经营所需商品由孩子王独家供应，如孩子王向第三方供应某种商品，该商品的供应价格应等于孩子王向第三方供应该种商品的价格：4）特许权使用费（含商标许可费）应当为孩子王受托经营门店而发生的销售收入对应比率收取。

根据《特许经营协议》，**发行人按约定受托经营门店，并向门店供应所需商品，在受托经营期间，发行人参照市场价格收取特许经营费，不存在利益输送的情形**，具体如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
郑州亿童联企业管理咨询有限公司	特许经营费	-	-	-	24.36
青岛亿诺达企业管理有限公司		-	-	-	14.78
西安亿诺达企业管理有限公司		-	-	-	29.21
成都亿诺达企业管理有限公司		-	156.63	152.53	155.79
合计		**-**	**156.63**	**152.53**	**224.14**

特许经营期间，不存在被特许方不当经营影响发行人商业信誉等市场价值的情况。上述特许经营不涉及发行人核心技术资产，截至本回复出具日，不存在知识产权纠纷。

（三）江苏五星电器有限公司的基本情况，与发行人、控股股东、实际控制人是否存在关联关系；发行人商标、专利、著作权、域名是否来源于江苏五星电器或董事、监事、高管人员、核心技术人员曾任职的其他单位，发行人是否存在知识产权纠纷或纠纷；发行人董事、监事、高管人员、核心技术人员是否存在违反竞业禁止协议的情况。

截至本回复出具日，江苏五星电器有限公司的基本情况如下：

公司名称	江苏五星电器有限公司（已更名为：京东五星电器集团有限公司）
成立日期	1998年12月17日
注册地址	南京市中山北路 241 号一层部分、二层部分
注册资本	109,535万元

法定代表人	潘一清
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	计算机硬件和软件、电子产品、空调设备、电器机械及器材、家居用品、通讯产品（包括无线通讯产品，但卫星地面接收设施除外）以及上述产品的相关配件、金属材料（贵金属除外）、化工原料及产品（危险品除外）、汽车零部件、针纺织品、日用百货、家用电器、厨房用品、卫生间用品、健身器材、自行车、电动助力车、摩托车、车载电子产品、预包装食品兼散装食品（食品类别按许可证所列事项经营）、医疗器械（限I类医疗器械及不需领取许可证的II类医疗器械）、办公用品设备、家具、乐器、工艺品、玩具、钟表、手表、园艺、水族用品及器材的进出口、批发、零售（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理的商品，按国家有关规定办理申请）；以及前述产品的安装、维修、咨询和其他相关服务，其所经营部分柜台的出租和转租，家电回收；提供商品展示服务，会务服务，企业形象策划，员工培训，商务服务，仓储（不含油漆和危险化学品），普通货运，电子出版物零售，网络发行；设计、制作、代理、发布国内各类广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
统一社会信用代码	91320100704047384L
股权结构	JINGDONG E-Commerce (Trade) Hong Kong Corporation Limited 全资二级子公司宿迁涵邦投资管理有限公司持股 100%

江苏五星电器有限公司（以下简称“五星电器”）系由汪建国创立并控股的企业，2006 年 2 月 21 日，五星电器及全体股东与 Best Buy Jiangsu Ltd. 签署了《合资经营合同》，汪建国持股下降至 11.44%，不再对五星电器具有控制权；2008 年 10 月，汪建国与 Best Buy Jiangsu Ltd.、Best Buy Co., Inc.,签署《股权购买协议》，转让其持有的五星电器全部 11.44%的股权；2009 年 3 月汪建国辞去五星电器董事长职务，退出五星电器。截至本回复出具日，发行人、控股股东、实际控制人与五星电器不存在关联关系。

截至本回复出具日，发行人商标、专利、著作权、域名均不存在来源于五星电器或发行人董事、监事、高管人员、核心技术人员曾任职的其他单位的情形。

除“问题七/（二）/2、发行人是否与其他方存在关于商号或其他无形资产方面的纠纷，是否存在相关协议安排”已披露的情况外，截至本回复出具日，发行人不存在其他知识产权纠纷；**发行人董事、监事、高管人员、核心技术人员不存在违反竞业禁止协议的情况**。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人红筹架构拆除时涉及的《重组框架协议》、发行人与江苏孩子王签署的全套协议文件，并就发行人与江苏孩子王间域名、商标、软件著作权授权的产生背景、定价依据及公允性，是否存在利益输送的情形与发行人管理人员进行访谈；

2、核查发行人对江苏孩子王技术资产的授权范围；

3、查阅发行人与南京亿诺达、成都亿诺达签署的特许经营协议，并就发行人与上述两家企业的合作背景、特许经营权的内容、是否为独家许可、权利义务划分情况、定价依据、是否存在利益输送情况与发行人管理层进行访谈；

4、就南京亿诺达、成都亿诺达过程中是否存在可能影响发行人商业信誉等市场价值的重大纠纷或行政处罚通过公开渠道进行检索；

5、查阅江苏五星电器有限公司的工商档案及其股东情况，并取得发行人、控股股东、实际控制人出具的说明；

6、查阅发行人的商标、专利、著作权、域名的权属证明文件；

7、就发行人是否存在关于知识产权方面的诉讼纠纷及相关进展情况查阅发行人及其下属分子公司截至本回出具日的未决诉讼清单及相关诉讼资料，登录国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、启信宝、信用中国、人民法院公告网、裁判文书网、最高法院裁判文书网、全国法院被执行人网、失信被执行人网进行检索，走访发行人主要经营所在地法院，并取得发行人书面确认；

8、查阅董事、监事、高级管理人员简历，并就是否存在违反竞业禁止协议的情况取得其出具的书面确认。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人与江苏孩子王间域名、商标、软件著作权授权系由历史原因造成，定价公允，不存在利益输送；发行人授权江苏孩子王使用的技术资产均为发行人自有，属于发行人日常运营中技术资产的一部分，非核心技术资产；发行人授权江苏孩子王使用该等域名、商标、软件著作权期间，未发生与授权相关的知识产权纠纷；

2、发行人许可南京亿诺达、成都亿诺达使用商标及特许经营权系由历史原因造成，相关特许经营费用定价公允，不存在利益输送；特许经营期间，不存在被特许方不当经营影响发行人商业信誉等市场价值的情况；上述特许经营不涉及发行人核心技术资产，截至本回复出具日，不存在知识产权纠纷；

3、截至本回复出具日，江苏五星电器有限公司与发行人、控股股东、实际控制人不存在关联关系；发行人商标、专利、著作权、域名不来源于江苏五星电器或董事、监事、高管人员、核心技术人员曾任职的其他单位；除已披露事项外，发行人不存在其他知识产权纠纷；发行人董事、监事、高管人员、核心技术人员不存在违反竞业禁止协议的情况。

问题十二、关于诉讼和行政处罚

根据申报材料，发行人主要从事母婴童商品零售，其中包括食品。发行人及其下属企业涉及的标的金额 100 万元以上的未决诉讼共 5 笔，其中 1 起为侵害著作权诉讼。发行人及其分子公司受到罚款以上行政处罚共计 67 项，其中 2 起处罚金额超过10万元，37项处罚事由为销售不合格商品。请发行人补充披露：

（1）发行人针对食品、保健品质量、保质期、食品安全的内部控制措施；在销售中是否出现因食品、保健品质量问题导致食品安全、人身安全事故等纠纷；发行人与食品、保健品供应商的法律责任划分情况，发行人是否拥有向其索赔的权利；是否存在向客户或第三方赔偿的风险；该情况若产生对发行人的影响，是否会对发行人持续经营产生重大不利影响。

（2）侵害著作权诉讼的产生背景，进展情况；涉案著作权与发行人的主要销售产品、服务的对应情况，是否为发行人主要销售或核心服务内容；测算该著作权报告期内对应的发行人主营收入及占比、净利润及占比情况，若败诉是否对发行人持续经营及业绩利润造成重大不利影响；其他未决诉讼的进展情况。

（3）2 起超过 10 万元处罚的罚款缴纳及整改情况，是否对相应门店经营产生重大不利影响，是否构成重大违法违规；37 项处罚事由为“销售不合格商品”的行政处罚的具体过程，罚款缴纳及整改情况，是否对相应门店经营产生重大不利影响。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节/八、主要产品质量控制情况”、“第七节/五、报告期内发行人违法违规情况”、“第十一节/三、诉讼或仲裁事项”中进行了补充披露。

（一）发行人针对食品、保健品质量、保质期、食品安全的内部控制措施；在销售中是否出现因食品、保健品质量问题导致食品安全、人身安全事故等纠

纷；发行人与食品、保健品供应商的法律责任划分情况，发行人是否拥有向其索赔的权利；是否存在向客户或第三方赔偿的风险；该情况若产生对发行人的影响，是否会对发行人持续经营产生重大不利影响。

发行人已针对食品、保健品质量、质保期、食品安全制定并执行了相应的内部控制措施，具体参见“问题七/（一）/1/（5）商品质量控制”部分回复。

报告期内，发行人不存在因食品、保健品质量问题导致食品安全、人身安全事故纠纷。

此外，**公司与供应商在采购合同中对商品质量问题进行严格约定，供应商应保证所提供的商品符合法律法规所规定的质量、技术和安全要求，并承担不低于法律规定的商品售后服务及保障义务。如商品违反或可能违反国家法律法规规定，或者侵害或可能侵害第三方知识产权时，公司有权拒收未收货的商品或退回相关/全部商品，供应商承担商品退回途中的风险、费用及损失，并支付相关违约金。如在政府有关部门的抽样检测等质量检查中，被行政执法部门认定为不合格商品，供应商应承担相关的罚款。如因商品或质量问题引起客诉、曝光等情形，供应商须积极协调、解决，及时告知公司，并对公司的一切相应处理予以接受。如因商品的质量、缺陷或标识等问题造成人身伤害或公司及第三方损失的，供应商应承担一切责任，因处理相关事项而产生的一切费用（赔偿或补偿金、诉讼费、律师费、差旅费等）均由供应商赔付。**

综上，发行人已针对食品、保健品质量、质保期、食品安全制定并执行了相应内部控制措施，在报告期内不存在因食品、保健品质量问题导致的食品安全、人身安全事故纠纷；根据公司与供应商的采购合同约定，如因商品的质量等问题造成人身伤害或公司及第三方损失的，供应商应承担一切责任，因处理相关事项而产生的一切费用均由供应商赔付，**不会对发行人持续经营产生重大不利影响**。

（二）侵害著作权诉讼的产生背景，进展情况；涉案著作权与发行人的主要销售产品、服务的对应情况，是否为发行人主要销售或核心服务内容；测算该著作权报告期内对应的发行人主营收入及占比、净利润及占比情况，若败诉是否对发行人持续经营及业绩利润造成重大不利影响；其他未决诉讼的进展情况。

1、侵害著作权诉讼的产生背景，进展情况；涉案著作权与发行人的主要销售产品、服务的对应情况，是否为发行人主要销售或核心服务内容；测算该著作权报告期内对应的发行人主营收入及占比、净利润及占比情况，若败诉是否对发行人持续经营及业绩利润造成重大不利影响

截至本回复出具日，涉及标的金额100万元以上的1笔侵害著作权诉讼的具体情况如下：

2020年4月，（株）艾可尼斯（以下简称“艾可尼斯”）因侵害著作权及不正当竞争纠纷向江苏省南京市中级人民法院提起诉讼，被告为啵噜噜（广州）婴儿用品科技有限公司、江苏孩子王及发行人。艾可尼斯诉请：1）判令被告停止使用Pororo系列卡通形象，停止侵犯原告著作权、停止不当竞争行为；2）判决被告赔偿原告经济损失300万元；3）诉讼费用由被告承担。

该案已于2020年9月28日首次开庭审理，截至本回复出具日，法院尚未判决。

2019年发行人曾通过啵噜噜（广州）婴儿用品科技有限公司的下属经销商购买啵噜噜系列洗护用品共计25.63万元，并在线上平台及门店销售。**上述商品形成的销售收入和毛利**分别为6.07万元和1.32万元，**占公司主营业务收入和利润的比例较小，非发行人主要销售商品或核心服务内容。因此，若败诉对发行人持续经营及业绩利润不会造成重大不利影响。**

2、其他未决诉讼的进展情况

截至本回复出具日，其他标的金额超过100万元的未决诉讼进展如下：

（1）2016年4月20日，德硕管理咨询（上海）有限公司（以下简称“上海德硕”）因软件系统开发及款项支付纠纷向上海国际经济贸易仲裁委员会提交了《仲裁申请书》，请求裁决：1）发行人向上海德硕支付服务报酬共计人民币1,950,000.00元；2）发行人向上海德硕支付追加服务报酬人民币463,082.50元；3）发行人向上海德硕支付逾期利息暂计人民币82,524.38元；4）发行人承担上海德硕因提起该等仲裁支出的合理费用人民币400,000元；5）发行人承担该案全部仲裁费。2016年5月8日，发行人向上海国际经济贸易仲裁委员会提交《管辖权异议申请书》，并于2016年12月8日向南京仲裁委员会提交了《仲裁申请书》，被申

请人为上海德硕及欧唯特信息系统（上海）有限公司（以下简称“上海欧唯”），请求裁决：1）解除发行人与上海德硕、上海欧唯特分别签署的、关于发行人全渠道项目建设实施的五份合同；2）上海德硕返还发行人人民币共计497.93万元；3）上海欧唯特返还发行人人民币共计246万元；4）上海德硕、上海欧唯特承担全部仲裁费用。2018年3月30日，南京市仲裁委员会下发《裁定书》，裁决：1）解除《主咨询合同》、《工作委托书》、《三方工作委托书》、《补充工作委托书》和《需求变更合同》；2）驳回公司的其他仲裁请求；3）本案仲裁费用人民币57,162元，由发行人、上海德硕、上海欧唯特各自承担三分之一。

截至本回复出具日，本案于上海国际经济贸易仲裁委员会的审理程序尚未终结。

（2）2019年，广州信荔美贸易有限公司（以下简称“广州信荔美”）因孩子王商品自营合同纠纷向南京仲裁委员会提交仲裁申请，请求裁决：1）孩子王采购中心支付货款6,485,656.47元及逾期支付利息206,714.09元，合计6,692,370.56元；2）发行人对上述债务承担连带付款义务；3）孩子王采购中心和发行人需承担仲裁费用、证据保全公证费用3,000元、保全费5,000元、财产保全担保费13,600元。2019年8月5日，孩子王采购中心提出反请求申请，请求裁决：1）广州信荔美立即自行取回尚未销售的8,027,430.6元退货商品；2）广州信荔美向孩子王采购中心返还货款1,558,044.69元；3）广州信荔美向孩子王采购中心支付退货商品场地占用费1,244,251元（自2019年7月1日起暂计算至2019年7月31日）；4）本案全部仲裁费用、保全费、孩子王采购中心支付的律师费由广州信荔美承担。

根据江苏省南京市中级人民法院下发的（2019）苏01财保108号《查封、扣押、冻结财产结果及期限告知书》，江苏省南京市中级人民法院裁定冻结发行人、孩子王采购中心名下价值680万元存款或等值财产。

该案于2020年9月22日开庭审理，但截至本回复出具日，法院尚未判决。

（3）2020年4月，上海环创机电工程有限公司（以下简称“上海环创”）就工程施工合同纠纷向江苏省南京市江宁经济技术开发区人民法院提起诉讼，被告为童联供应链有限公司（以下简称“童联供应链”）、 浙江天元建设（集团）股份有限公司（以下简称“浙江天元”）。上海环创诉请：1）判令浙江天元和

童联供应链支付拖欠工程款200万元，及相应的利息损失（以200万元为本金，按照同期全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率LPR标准，至起诉之日起算至判决生效之日止）；2）本案的诉讼费用（包括受理费、保全费及担保手续费等）均由浙江天元和童联供应链承担。

根据江苏省江宁区经济技术开发区人民法院下发（2020）苏0191民初1082号《民事裁定书》，江苏省江宁区经济技术开发区人民法院裁定冻结被申请人浙江天元、童联供应链共计人民币200万元的银行存款或查封、冻结、扣押相应价值的财产。

该案于2020年7月28日开庭审理，但截至本回复出具日，法院尚未判决。

（4）2018年9月6日，发行人就与无锡市崇安新城龙安商业物业经营管理有限公司（以下简称“新城龙安”）的房屋租赁合同纠纷向无锡市梁溪法院提起诉讼，诉请：1）要求确认发行人与新城龙安签订的房屋租赁合同于2018年1月5日解除；2）新城龙安返还保证金20万元；3）新城龙安返还水电费49,675元；4）新城龙安支付利息，以249,675元为基数，自立案之日起至实际给付之日止，按银行同期贷款利率计算；5）诉讼费用由新城龙安承担。新城龙安以发行人未提前6个月通知为由，提起反诉主张500万元违约金。

2019年1月2日，无锡市梁溪法院作出（2018）苏0213民初7440号判决，判令：1）发行人与新城龙安签订的《关于无锡哥伦布广场一期的租赁合同》于2018年1月5日解除；2）新城龙安于判决生效起10日内返还发行人水电费49,675元，保证金200,000元并支付利息（以49,765元为基数，自2018年9月6日起至实际给付之日止按银行同期贷款利率计算；以200,000元为基数，自2018年1月1日起至实际给付之日止按银行同期贷款利率计算）；3）驳回发行人的其他诉讼请求；4）驳回新城龙安的反诉请求。

2019年1月，新城龙安向无锡市中级人民法院提起上诉，请求撤销一审判决，依法改判。2019年5月6日，无锡市中级人民法院作出（2019）苏02民终752号判决：新城龙安主张发行人单方面中止合同的履行不应享有法定或约定的解除权，应按照约定承担过错解除合同的违约责任，因该主张超出了一审反诉请求的范围，

且双方在2018年1月5日系协商一致解除合同，并不存在发行人单方违约解除合同的问题，故驳回上诉，维持原判。

2020年5月8日，新城龙安就同一案向梁溪区人民法院提起诉讼，诉请：1）判令发行人支付违约金1,732,706.1元；2）判令本案诉讼费用由发行人承担。

2020年8月10日，梁溪区人民法院作出（2020）苏0213民初3282号判决：发行人自判决发生法律效力之日起十日内支付新城龙安违约金1,732,706.1元。2020年8月24日，发行人向无锡市中级人民法院提起上诉，请求二审法院依法撤销慈溪区人民法院作出（2020）苏0213民初3282号判决，并依法驳回新城龙安诉讼请求。

截至本回复出具日，该案尚未开庭。

（5）2020年，发行人向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，发行人主张：在上海寻梦经营的手机购物平台“拼多多”上，姜慧洁经营的“孩子王童品小铺”店铺名称中的“孩子王”字样与发行人获准注册的第11585323号商标构成相同商标，与发行人获准注册的第7118770号商标构成近似商标，且与发行人的上述商标使用在相同类别的服务上，侵犯了发行人的注册商标专用权。

发行人诉请：（i）判令二被告立即停止侵犯涉案注册商标专用权；（ii）判令二被告赔偿原告经济损失及合理费用100万元；（iii）判令二被告承担本案的诉讼费用。

截至本回复出具日，该案处于庭前调解阶段，尚未开庭。

（三）2 起超过 10 万元处罚的罚款缴纳及整改情况，是否对相应门店经营产生重大不利影响，是否构成重大违法违规；37 项处罚事由为“销售不合格商品”的行政处罚的具体过程，罚款缴纳及整改情况，是否对相应门店经营产生重大不利影响。

1、2起超过10万元处罚的罚款缴纳及整改情况，是否对相应门店经营产生重大不利影响，是否构成重大违法违规

报告期内，公司共有2起超10万元的行政处罚，具体情况如下：

（1）2019年3月21日，上海市杨浦区市场监督管理局向上海爱乐孩子王儿童用品有限公司出具《行政处罚决定书》（沪监管杨处字（2019）第102018000492号），因上海孩子王在松江万达广场三楼孩子王儿童专柜销售的木质婴儿床的旁板和床头要求及使用说明两项项目不符合检测依据和相关规定，涉嫌违反了《中华人民共和国产品质量法》第三十九条的规定，对其处以没收违法所得5,617.52元，罚款105,840.18元。

（2）2018年3月6日，宁波市鄞州区市场监管局向宁波孩子王儿童用品有限公司出具《行政处罚决定书》（甬鄞市监处[2018]124号），因宁波孩子王儿童用品有限公司销售的“童年时光”儿童营养液属于未经检验检疫进口的食品，违反了《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第（十三）项的规定，属于经营其他不符合法律规定的食品行为，对其罚处没收违法所得12,939.88元，没收违法经营的“童年时光”维生素C（活力）营养液14瓶、钙（成长）营养液3瓶，并罚款113,864元。

针对上述处罚，公司下属子公司上海孩子王、宁波孩子王已按时足额缴纳了相关罚款，并主动进行全面自查整改，停止销售不合格商品，进一步加强商品质量管理和人员培训，重新评估供应商资质，并制定了《商品准入经营资质管理规范》、《配送中心商品入库验收标准》、《商品质量问题分类分级评价及处理办法》等一系列的内部规章制度以及控制手段，具体情况参见“问题七/（一）/1/（4）门店货物管理及（5）商品质量控制”部分回复。

考虑到上述罚款金额较小且未导致门店停业整顿，因此不会对相应门店经营产生重大不利影响。同时，2020年2月24日，上海市杨浦区市场监督管理局出具《合规证明》，证明上海爱乐孩子王儿童用品有限公司已缴纳罚款，上述案件不属于严重违法案件；2020年5月19日，宁波市鄞州区市场监督管理局出具《证明》，证明上述处罚不属于情节严重的情形。

2、37项处罚事由为“销售不合格商品”的行政处罚的具体过程，罚款缴纳及整改情况，是否对相应门店经营产生重大不利影响。

37项处罚事由为“销售不合格商品”的行政处罚中，2项处罚情况参见本题“（三）/1、2起超过10万元处罚的罚款缴纳及整改情况，是否对相应门店经营

产生重大不利影响，是否构成重大违法违规”，其他35项行政处罚的具体过程如下：

序号	被处罚主体	处罚部门	文号	处罚时间	处罚具体过程
1	宁波孩子王儿童用品有限公司余姚万达店	余姚市市场监督管理局	余市监处[2019]531 号	2019.10.21	以不合格产品冒充合格产品，违反了《中华人民共和国产品质量法》第三十九条的规定，对其处以责令停止销售不合格产品；没收规格型号为货号：CE655，颜色：粉色，码段：125-145 的“BeLLE”牌婴幼儿皮凉鞋 3 双；没收违法所得 262.20 元，并罚款 1,095 元。
2	宁波孩子王儿童用品有限公司世纪东方店	宁波市鄞州区市场监督管理局	甬鄞市监处[2019]794 号	2019.10.9	销售质量不合格的婴幼儿皮鞋、婴童鞋，违反了《中华人民共和国产品质量法》第三十九条的规定，对其处以没收违法所得 725.4 元，并罚款 2,775 元。
3	天津童联孩子王儿童用品有限公司熙悦汇店	天津市南开区市场监督管理局	津市监开稽罚[2019]183-62 号	2019.7.5	销售的拼牛仔连衣裙以及睡眠背心质量不合格，违反了《中华人民共和国产品质量法》第十三条第一款，责令其停止销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的标准和要求的工业产品，罚款 6,107.85 元。
4	重庆童联孩子王儿童用品有限公司星光时代店	重庆市南岸区市场监督管理局	渝南岸市监经处字[2019]6 号	2019.5.15	销售不符合有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的产品，违反了《中华人民共和国产品质量法》第二十六条第二款规定，对其处以没收不合格商品，以及罚款 20,000 元。
5	孩子王儿童用品股份有限公司常州吾悦国际店	常州市钟楼区市场监督管理局	常钟市监案[2019]00038 号	2019.4.17	销售的玩具检验结论为不合格，违反了《产品质量法》第十二条的规定，对其处没收商品，违法所得 759.45 元并罚款 5,000 元。
6	山东孩子王儿童用品有限公司济南世茂店	济南市历下区市场监督管理局	济历下市场监检处字[2018]第 211 号	2019.3.20	经销的广州兴飞儿童用品有限公司生产的宝贝巴迪纺织七分裤质检不合格，违反了《中华人民共和国产品质量法》，责令其立即停止销售相关产品，没收违法所得 16.32 元，罚款 163.2 元。
7	上海爱乐孩子王儿童用品有限公司国和路店	上海市杨浦区市场监督管理局	沪监管杨处字（2019）第 102018002779 号	2019.3.5	销售的“贝蒂喜 AD 饮液体”和“贝蒂喜 C20”饮液外包装英文标签为“orange flavor”，中文标注为“橙汁”，构成了销售标签存在瑕疵的预包装食品的行为，责令其改正。
8	孩子王儿童用品股份有限公司无锡惠山万达店	无锡市惠山区市场监督管理局	惠山市监案字[2019]0082 号	2019.2.28	销售不合格商品，违反了《质量法》第三十九条第一款，对其处没收违法所得 650 元并罚款 650 元。
9	上海爱乐孩子王实业有限公司松江店	上海市松江区市场监督管理局	沪监管松处字[2019]第 272018004854 号	2019.1.25	销售贝蒂喜 AD 饮液，该产品经查其标签不符合法律法规规定。违反了《中华人民共和国食品安全法》第七十一条第三款的规定，对其罚款 5,000 元。

10	河北孩子王儿童用品有限公司保定万博广场店	保定市市场监督管理局	（保市监）行罚决[2018]第147 号	2018.12.14	销售不合格“迪士尼”小包，违反《产品质量法》第十三条第二款，对其处没收违法所得 2,500 元并处罚款 7,500 元。
11	孩子王儿童用品股份有限公司无锡万象城店	无锡市滨湖区市场监督管理局	锡滨市监案字[2018]00155 号	2018.12.11	销售不合格防晒服，违反了《产品质量法》第三十九条的规定，处罚没收不合格商品，罚款 1,671 元并没收违法所得 30.36 元。
12	安徽孩子王	合肥市包河区市场监督管理局	（包包）市监罚字[2018]12 号	2018.12.3	销售的童鞋检验不合格，违反了《中华人民共和国产品质量法》第十三条的规定，对其罚款 1,300 元，没收违法所得 160.14 元。
13	上海爱乐孩子王实业有限公司颛桥店	上海市闵行区市场监督管理局	沪监管闵处字[2018]第122018001531 号	2018.11.22	销售不合格的儿童推车，违反了《上海市消费者权益保护条例》第二十三条第一款及《产品质量法》第三十九条之规定，对其责令停止销售不合格产品，处以罚款 423.21 元，没收违法所得 156.79 元。
14	湖北孩子王儿童用品有限公司荆州万达店	荆州市工商行政管理局荆州分局	荆工商荆处字[2018]44 号	2018.10.18	销售质量不合格的婴幼儿针织裤、皮鞋，违反了《中华人民共和国产品质量法》第三十九条的规定，对其处以没收违法所得 1,964.72 元，并罚款 20,016.82 元。
15	上海爱乐孩子王实业有限公司青浦吾悦广场店	上海市青浦区市场监督管理局	青市监案处字[2018]第292018005274 号	2018.8.29	销售的绿茶植物香皂不合格，违反了《流通领域商品质量监督管理办法》第十一条的规定，构成销售以不合格产品冒充合格产品的行为，对其责令停止销售不合格的绿茶植物香皂，没收不合格的绿茶植物香皂 11 块，并罚款 600 元。
16	孩子王儿童用品股份有限公司无锡万象城店	无锡市滨湖区市场监督管理局	锡滨市监案[2018]02446 号	2018.7.31	销售不合格宽口乳胶奶嘴，违反了《产品质量法》第三十九条的规定，责令无锡万象城店停止销售不合格宽口乳胶奶嘴，并处罚款 700 元。
17	山东孩子王	济南市市中区市场监督管理局	济市中质监罚字[2018]001 号	2018.7.9	销售的产品工程小车队未能提供强制性产品认证证书，违反了《中华人民共和国认证认可条例》第二十八条的规定，处以罚款 50,000 元，并处没收违法所得 304.8 元。
18	孩子王儿童用品股份有限公司常州新北万达店	常州国家高新区（新北区）市场监督管理局	常高新市监当处字[2018]00035 号	2018.5.23	销售的两款婴幼儿及儿童纺织产品经检验不符合《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》标准要求，违反了《产品质量法》第十三条的规定，构成了销售不符合安全标准的产品行为，对其处以警告，罚款 714 元并没收违法所得 36.8 元。
19	安徽童联孩子王儿童用品有限公司合肥欢乐颂店	合肥市工商行政管理局	合工商消保处字[2018]4 号	2018.1.30	销售的汇乐玩具牌 669 趣味演奏组合电子琴检验不合格，违反了《中华人民共和国产品质量法》第五十五条的规定，对其处以没收商品质量不合格的趣味演奏组合电子琴 3 个，罚款 1,495 元。

20	安徽童联儿童用品有限公司芜湖镜湖万达广场店	芜湖市镜湖区市场监督管理局	（镜）市监罚字[2017]83 号	2017.12.11	经销的“亲子钓鱼游戏（规格型号 DQ6008）”和“电动轨道车（规格型号 CC557-20）”为不合格产品，违反了《流通领域商品质量监督管理办法》第十条第（一）项的规定，对其处以没收不合格商品“亲子钓鱼游戏”4 件，“电动轨道车”29 件，罚款 11,785.3 元并没收违法所得 914.7 元。
21	重庆童联孩子王儿童用品有限公司合川宝龙店	重庆市工商行政管理局合川区分局	渝合川工商经处字[2017]35 号	2017.12.8	销售不符合《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》和《婴幼儿针织服饰》标准要求的儿童服装，违反了《产品质量法》第四十九条的规定，责令其停止销售不合格产品、并处没收备样样品保暖插肩绑带两件套 1 套和罚款 436 元。
22	重庆童联孩子王儿童用品有限公司北碚双元大道店	重庆市工商行政管理局北碚区分局	渝北碚工商经处字[2017]23 号	2017.11.11	销售的床铃系列商品未标准注意事项和未提供说明书，销售的智能娃娃商品的电池电压标识不符合国家强制标准的规定，违反了《产品质量法》第四十九条的规定，责令其停止销售不合格产品，并没收床铃系列备样 2 个，智能娃娃备样 2 个，没收违法所得 687.4 元并处罚款 7,000 元。
23	湖北孩子王儿童用品有限公司武汉经开万达店	武汉经济技术开发区工商行政管理局	武经开工商（食药监）处字[2017]1012 号	2017.10.9	销售质量不合格产品，违反了《中华人民共和国产品质量法》第三十九条的规定，对其处以没收违法所得 1,506 元，并罚款 1,506 元。
24	安徽童联孩子王儿童用品有限公司淮南朝阳中路店	淮南市工商行政管理局	淮工商处字[2017]118 号	2017.8.10	销售的仿真合金模型车检验不合格，违反了《中华人民共和国产品质量法》第三十九条的规定，对其处以没收不合格商品仿真合金模型车 1 件，没收违法所得 306 元并处以罚款 903 元。
25	上海爱乐孩子王实业有限公司松江店	上海市松江区市场监督管理局	松市监案处字[2017]第 270201730143 号	2017.8.7	销售不符合保障人身，财产安全的国家标准的多功能婴儿产品，违反了《中华人民共和国产品质量法》第十三条第二款的规定，对其责令停止销售不合格产品，处以罚款 1,356 元。
26	孩子王儿童用品股份有限公司宜兴万达店	宜兴市市场监督管理局	宜市监案字[2017]第 1-46 号	2017.8.1	销售不合格遥控儿童玩具，违反《产品质量法》第三十九条之规定，处以没收新奇达牌遥控车、半分利玩具牌遥控车、Pc 牌速飚飞车、3T 牌卡通遥控玩具和无品牌遥控车各 1 台，没收违法所得 754.5 元并处罚款 1,743.5 元。
27	宁波孩子王儿童用品有限公司鄞州万达店	宁波市鄞州区市监督管理局	甬鄞市监处[2017]392 号	2017.8.1	销售的童装不合格，违反了《中华人民共和国产品质量法》第二十六条第二款第一项的规定，责令其停止销售不合格的商品，没收违法所得 409 元，罚款 1,689 元。
28	孩子王儿童用品股份有限公司常州吾悦国际店	常州市钟楼区市场监督管理局	常钟市监案[2017]00051 号	2017.7.24	销售的玩具检验结论为不合格，违反了《产品质量法》第十二条的规定，对其处没收商品，没收违法所得 208.2 元并罚款 2,000 元。

29	山东孩子王儿童用品有限公司济南世茂店	济南市历下区市场监督管理局	济历下市监检处字[2017]第 024 号	2017.7.24	经销的产品儿童自行车的平衡轮尺寸经检验不合格，违反了《中华人民共和国质量法》第四十九条之规定，对其处以责令立即停止销售，没收违法所得 356.07 元，罚款 1,800 元。
30	山东孩子王儿童用品有限公司泰安万达店	泰安市泰山区工商行政管理局	泰山区工商处字[2017]63 号	2017.7.7	销售的北美飞侠玩具质量不合格、商品标识不合格，违反了《中华人民共和国产品质量法》第四条、第二十七条，及《流通领域商品质量监督管理办法》第八条、第十条的规定，对其处以罚款 2,000 元。
31	河南童联孩子王儿童用品有限公司洛阳宝龙广场店	洛阳市工商局洛龙分局	洛龙工商处字[2017]第 64 号	2017.6.21	销售不合格的卡通遥控玩具、电动轨道车以及遥控车，违反了《中华人民共和国产品质量法》第三十九条的规定，构成了以不合格产品冒充合格产品销售儿童玩具的行为，对其罚处没收卡通遥控玩具 2 个、电动轨道车 2 个、遥控车 3 个，没收违法所得 2,146 元并处罚款 4,661 元。
32	孩子王儿童用品股份有限公司镇江万达店	镇江市润州区市场监督管理局	镇润市监罚字[2017]03016 号	2017.6.19	销售质量不合格商品，违反了《产品质量法》第十三条之规定，对其处以没收质量不合格的电动趣味玩具 1 个，罚款 2,592 元，没收违法所得 408 元。
33	孩子王儿童用品股份有限公司丹阳吾悦广场店	丹阳市市场监督管理局	丹市管案[2017]00079 号	2017.5.11	销售商品检验不合格，违反了《产品质量法》第十三条第一款之规定，对其没收违法所得 867.6 元，处以罚款 1,782 元。
34	孩子王儿童用品股份有限公司泰州万达店	泰州市海陵区市场监督管理局	泰海市监罚字[2017]0-007 号	2017.3.8	以不合格产品冒充合格产品，违反《产品质量法》第三十九条之规定，对其处以罚款 6,700 元，没收违法所得 1,157.90 元，没收质量不合格产品“显丹木”牌的保暖高领肩扣套（拼色横条）1 件、“显丹木”牌的保暖高领肩扣套（刺绣字母）1 件、“品物咸亨”牌的热能密开两用裤 2 件。
35	广东孩子王儿童用品有限公司南沙万达店	广州市南沙区市场和质量监督管理局	穗南市监工商处字[2017]14 号	2017.2.14	销售的“儿童外套”的婴幼儿及儿童用服装绳带不符合标准要求，涉嫌销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的标准和要求的工业产品，违反了《中华人民共和国产品质量法》第十三条第二款的规定，对其处责令停止销售，没收违反产品质量法的“儿童外套”1 件，并处罚款 1,677 元和没收违法所得 386.60 元。

针对上述销售不合格产品的处罚，公司下属子公司已按时足额缴纳了相关罚款，并主动进行全面自查整改，停止销售不合格商品，进一步加强商品质量管理和人员培训，重新评估供应商资质，并制定了《商品准入经营资质管理规范》、《配送中心商品入库验收标准》、《商品质量问题分类分级评价及处理

办法》等一系列的内部规章制度以及控制手段，具体情况参见“问题七/（一）/1/（5）商品质量控制”部分回复。

考虑到上述罚款金额合计为 19.25 万元，金额较小，且未导致相关门店停业整顿，因此不会对相应门店经营产生重大不利影响。同时，针对 2、7、12、19 项行政处罚，根据处罚决定书，主管机关对发行人及其分子公司处以的处罚措施不属于该等处罚依据的法律法规中规定的“情节严重”的情形对应的处罚措施，因此上述处罚行为不属于重大违法违规行为。除上述 4 项行政处罚外，针对其他处罚行为，发行人或其分子公司已取得相关政府机关出具的该等行为不属于情节严重/不属于重大违法/不属于严重违法的确认文件。

综上，报告期内，公司下属子公司、分公司已进行整改；上述行政处罚均不属于重大行政处罚，且未要求门店闭店，不会对门店经营产生重大不利影响。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人针对食品、保健品质量、质保期、食品安全相关内部控制措施；

2、抽样核查发行人与主要食品、保健品供应商签署的采购协议；

3、查阅发行人及其下属分子公司截至本回复出具日的未决诉讼清单及相关诉讼资料，登录国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、启信宝、信用中国、人民法院公告网、裁判文书网、最高法院裁判文书网、全国法院被执行人网、失信被执行人网，走访发行人主要经营所在地法院，并取得发行人的书面确认；

4、对发行人法务人员进行访谈，取得相关商品销售规模占发行人主营业务收入的比例及利润的贡献数据；

5、查阅发行人报告期内的全部行政处罚决定书、罚款缴纳凭证，并查阅相关法律法规，取得行政处罚主管部门出具的不构成重大违法违规行为的确认文件；

6、查阅公司相关内控管理制度，并就行政处罚后续整改情况，是否对门店的经营产生重大不利影响对发行人相关管理人员进行访谈。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、报告期内，发行人不存在因食品、保健品质量问题导致食品安全、人身安全事故纠纷；如因商品的质量等问题造成人身伤害或公司及第三方损失的，发行人有权索赔，不会对发行人持续经营产生重大不利影响；

2、侵害著作权诉讼涉及的产品非发行人主要销售商品或核心服务内容，相关商品形成的销售收入和利润占公司主营业务收入和利润的比例较小，若败诉对发行人持续经营业绩及利润不会造成重大不利影响；

3、报告期内，公司下属子公司、分公司已按时足额缴纳了相关罚款，并已进行整改；上述行政处罚均不属于重大行政处罚，且未要求门店闭店，不会对门店经营产生重大不利影响。

问题十三、关于经营资质

根据申报材料，发行人主要从事母婴童商品零售，同时有一定线上销售业务。发行人利用拥有《增值电信业务经营许可证》的关联方江苏孩子王开展线上销售业务。请发行人补充披露：

（1）结合我国食品安全、保健品管理、卫生许可方面的法律法规，披露发行人是否完整持有经营所需的资质、证照，相关资质、证照是否已完整覆盖发行人主营业务及所有服务的类型、范围及经营时间；发行人是否拥有符合相关规定要求的人员，是否已按规定获取了必要的上岗资质；发行人采购的劳务外包相关人员是否合法拥有必要的上岗资质。

（2）结合我国电信经营及电子出版物相关法律法规，披露发行人是否合法拥有线上经销销售的资质、证照；相应 APP、线上销售平台的产生背景，权属情况，相关软件是否属于关联方所有；相关 APP、线上销售平台是否完整履行审批程序，合法获取相关许可文号；发行人利用拥有《增值电信业务经营许可证》的关联方江苏孩子王开展线上销售业务是否符合相关法律规定，是否存在违法违规行为，是否存在被行政处罚的风险。

（3）历史上是否存在无资质经营或超越资质范围经营的情况，是否导致行政处罚；是否存在诉讼纠纷，是否受到行政处罚。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”、“第五节/十七/（五）人员资质要求”、“第六节/五/（二）无形资产”、“第六节/五/（五）发行人拥有的经营资质情况”中进行了补充披露。

（一）结合我国食品安全、保健品管理、卫生许可方面的法律法规，披露发行人是否完整持有经营所需的资质、证照，相关资质、证照是否已完整覆盖发行人主营业务及所有服务的类型、范围及经营时间；发行人是否拥有符合相

关规定要求的人员，是否已按规定获取了必要的上岗资质；发行人采购的劳务外包相关人员是否合法拥有必要的上岗资质。

1、结合我国食品安全、保健品管理、卫生许可方面的法律法规，披露发行人是否完整持有经营所需的资质、证照，相关资质、证照是否已完整覆盖发行人主营业务及所有服务的类型、范围及经营时间

根据发行人业务的开展情况，发行人需要取得的经营所需的资质、证照及取得情况如下：

序号	服务类型	需要取得的资质证照
1	母婴商品销售（线下门店及线上业务）	食品经营许可证、出版物经营许可证、卫生许可证、消防安全检查合格证、单用途商业预付卡
2	母婴服务	除门店服务人员需要取得《健康证》外，无需其他资质、证照
3	供应商服务	无
4	广告	无
5	平台服务	增值电信业务资质
6	软件销售	无
7	招商业务	无

（1）线下门店开立所需资质及取得情况

根据《中华人民共和国消防法》、《公共场所卫生管理条例》等相关法律法规，发行人线下门店投入运营前需要取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》及《卫生许可证》。

①公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证

截至 2020 年 6 月末，发行人的在营 363 家门店中，284 家已取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》；68 家租赁物业所在商场已取得商场整体《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》，该等证照中的 55 家证照或其附件载明包含孩子王下属门店、13 家证照载明的场所所在层数包含发行人门店所在层数；在营门店中的 11 家自身或其租赁物业所在商场尚未取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》，具体情况如下：

序号	门店对应分公司	门店状态
1	孩子王儿童用品股份有限公司高邮世贸金街店	开业在营
2	江西孩子王儿童用品有限公司抚州硕果店	开业在营
3	河北孩子王儿童用品有限公司邯郸美乐城分公司	开业在营

4	贵州孩子王儿童用品有限公司遵义时代天街店	开业在营
5	孩子王儿童用品股份有限公司姜堰三水新都会店	开业在营
6	孩子王儿童用品股份有限公司徐州绿地缤纷城店	开业在营
7	孩子王儿童用品股份有限公司镇江凤凰广场店	开业在营
8	广东孩子王儿童用品有限公司佛山南海大沥分店	开业在营
9	广东孩子王儿童用品有限公司江门蓬江万达店	开业在营
10	湖南童联儿童用品有限公司株洲步步高店	开业在营
11	四川童联孩子王儿童用品有限公司成都蛟龙工业港店	开业在营

针对 11 家已开业门店尚未取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》的事项，根据《中华人民共和国消防法》的规定，公众聚集场所未经消防安全检查或者经检查不符合消防安全要求，擅自投入使用、营业的，由住房和城乡建设主管部门、消防救援机构按照各自职权责令停止施工、停止使用或者停产停业，并处三万元以上三十万元以下罚款。截至本回复出具日，上述门店不存在被责令停止使用或停产停业的情形，除已披露信息外，报告期内，发行人门店不存在其他因未取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》被处以行政处罚的情形，且该等处罚不属于重大行政处罚。

同时，7 家门店租赁物业所在商场的运营方已出具承诺函，承诺将在该等承诺函签署之日起 5 年内取得商场的《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》。

此外，就上述发行人部分在营门店未取得相关资质证照的情形，发行人控股股东江苏博思达及实际控制人汪建国已出具承诺，“如果出现发行人和/或其控股子公司以及该等公司的各分支机构因未取得相关经营资质或相关经营资质到期未及时续期而给发行人和/或其控股子公司以及该等公司的各分支机构造成经济损失的，包括但不限于被有权部门所处的罚款等，本公司/本人将全额赔偿发行人和/或其控股子公司以及该等公司的各分支机构由前述情形实际遭受的经济损失，以使发行人和/或其控股子公司以及该等公司的各分支机构不受损失，且不会向发行人进行追偿。”

② 卫生许可证

截至 2020 年 6 月末，发行人的在营 363 家门店中，333 家已取得《卫生许可证》，19 家在营门店所租赁物业所在商场已取得商场整体《卫生许可证》；湖北孩子王儿童用品有限公司武汉水果湖店已闭店，正在办理注销，其持有的《卫

生许可证》已注销；剩余 10 家在营门店根据所在地监管要求无需办理《卫生许可证》。综上。发行人在营门店不存在应取得《卫生许可证》未取得的情形。

（2）线下门店开展业务所需资质及取得情况

根据发行人销售商品、提供服务的类型，发行人所需的资质、证照及相关取得情况如下：

序号	具体内容	需要取得的资质证照	取得情况
1	奶粉、零食辅食、营养保健品	包含对应种类的食品经营许可证	363 家已开业门店均已取得相关资质，且经营范围已包含对应范围
2	纸尿裤、洗护用品零售	-	-
3	内衣家纺、外服童鞋、玩具、车床椅等零售	-	-
4	文教智能、图书等零售	出版物经营许可证	363 家已开业门店中 344 家均已取得相关资质（包括 2 家门店的出版物经营许可已与门店的营业执照经营范围合并），19 家因无出版物销售无需办理
5	向消费者提供储值卡	单用途商业预付卡备案	2016 年 9 月，公司取得江苏省商务厅核发的《江苏省单用途商业预付卡备案确认书》，备案号为 320000BAA0029
6	童乐园、互动活动、育儿服务	除门店服务人员需要取得《健康证》外，无需其他资质、证照	门店服务人员取得健康证的相关内容请见本题“2、发行人是否拥有符合相关规定要求的人员，是否已按规定获取了必要的上岗资质；发行人采购的劳务外包相关人员是否合法拥有必要的上岗资质”

（3）线上业务所需资质及取得情况

① 自营平台进行销售

截至本回复出具日，发行人线上经营系通过孩子王 APP、微信公众号、小程序等自营平台进行线上销售，发行人通过上海童渠自营平台销售食品及日用品，但不涉及出版物，根据相关法律法规，上海童渠无需就其通过自营平台进行商品销售取得任何资质或许可。

② 入驻第三方平台进行销售

截至本回复出具日，发行人存在通过入驻天猫、美团、饿了么等第三方平台进行销售的情形，其销售种类涉及食品、日用品等，但不涉及出版物，根据相关法律法规，发行人及其分子公司需就上述销售行为取得包含“网络销售”字样的《食品经营许可证》。

截至本回复出具日，发行人入驻天猫平台，其分子公司中的 287 家入驻美团/饿了么等第三方平台，合计 288 家，上述 288 家主体中的 267 家（包含发行人本体及 266 家分子公司）已取得包含“网络销售”字样的《食品经营许可证》，其余 21 家已取得《食品经营许可证》，但根据当地政策，无需添加“网络销售”字样，就该等情况，发行人已出具说明，在当地要求办理/允许办理时，尽快办理包含“网络销售”字样的《食品经营许可证》。

③ 为自营平台上入驻的第三方商家提供平台服务

发行人下属子公司上海童渠已获得上海市通信管理局的批复，同意其开展在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）增值电信业务，除该等资质外，上海童渠无需就经营线上平台取得其他资质、许可。

综上，截至本回复出具日，除本题“（三）历史上是否存在无资质经营或超越资质范围经营的情况，是否导致行政处罚；是否存在诉讼纠纷，是否受到行政处罚”中披露的情形外，**发行人及其截至 2020 年 6 月 30 日已取得营业执照的境内子公司、分公司已经完整持有经营所需的资质、证照，相关资质、证照已完整覆盖发行人主营业务及所有服务的类型、范围及经营时间。**

2、发行人是否拥有符合相关规定要求的人员，是否已按规定获取了必要的上岗资质；发行人采购的劳务外包相关人员是否合法拥有必要的上岗资质。

报告期内，公司以线下门店和线上平台为渠道，主要面向终端消费者提供母婴童商品和服务业务。根据《公共场所卫生管理条例》、《预防性健康检查管理办法》等有关规定，公共场所直接为顾客服务的人员，持有“健康合格证”方能从事本职工作。

根据发行人提供的说明，就其截至 2020 年 6 月 30 日发行人的门店服务人员（包含劳务外包人员），其中 88.41%已按规定获取了“健康合格证”，剩余未取得“健康合格证”的人员主要包括怀孕暂不方便办理人员、已办理尚未取证人员、已预约尚未办理人员等；抽查结果与发行人提供的说明相符。

报告期内，发行人门店不存在被给予警告、罚款、停业整顿、吊销“卫生许可证”的情形，不存在因门店工作人员未取得《健康合格证》而从事直接为顾客服务被处以重大行政处罚的情形。

（二）结合我国电信经营及电子出版物相关法律法规，披露发行人是否合法拥有线上经销销售的资质、证照；相应 APP、线上销售平台的产生背景，权属情况，相关软件是否属于关联方所有；相关 APP、线上销售平台是否完整履行审批程序，合法获取相关许可文号；发行人利用拥有《增值电信业务经营许可证》的关联方江苏孩子王开展线上销售业务是否符合相关法律规定，是否存在违法违规行为，是否存在被行政处罚的风险。

1、结合我国电信经营及电子出版物相关法律法规，披露发行人是否合法拥有线上经销销售的资质、证照

截至本回复出具日，发行人及其下属分、子公司均未开展线上出版物、电子出版物销售业务；就线上食品销售业务，截至本回复出具日，发行人开展的线上食品销售业务的在营门店/公司共计 288 家，其中通过天猫平台销售的 1 家，通过美团/饿了么等第三方平台销售的 287 家，上述经营主体中 267 家取得的《食品经营许可证》中均已包含“网络销售”，具体参见本题“（一）/1/（3）线上业务所需资质及取得情况”的回复。

2、相应 APP、线上销售平台的产生背景，权属情况，相关软件是否属于关联方所有

为发展全渠道战略运营网络，公司于 2012 年开始布局线上销售平台业务，主要通过移动端购物平台（“孩子王”APP）、微信平台（孩子王公众号、小程序、微商城）、PC 端购物平台（孩子王网上商城）等网络平台开展线上业务。

红筹架构拆除前，发行人通过协议控制方式将江苏孩子王纳入合并报表范围内，江苏孩子王作为发行人线上销售主体运营线上业务；红筹架构拆除后，为保证发行人业务完整性，同时鉴于线上业务开展需具备《增值电信业务经营许可证》，而孩子王有限因涉及外商投资，如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，因此为确保公司商品在原有线上平台上继续销售不受影响，同时考虑到线上平台已有用户对“孩子王”品牌的认

知度，江苏孩子王原股东将持有的江苏孩子王 100%股权转让给第三方，同时，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议》及《软件著作权许可协议》，明确约定：

1）域名 haiziwang.com（“孩子王域名”）及其全部权利归属于孩子王并且双方已在协议签署日完成孩子王域名转让，江苏孩子王应当在孩子王要求的期限内完成孩子王域名的注册信息变更，孩子王域名的注册信息是否变更不影响孩子王域名及其全部权利归属于孩子王；

2）孩子王非排他授权江苏孩子王在其孩子王孕婴童商城网站、“孩子王微商城”微信公众号和“孩子王”APP 程序中继续使用孩子王域名、“孩子王”商号，以及以宣传孩子王的商品为目的继续使用“孩子王”商标，孩子王有权在提前 3 日通知江苏孩子王的情况下随时终止前述授权；

3）发行人是“孩子王”APP 各个版本软件的著作权人；孩子王有权随时将“孩子王”APP 各个版本以孩子王或其关联方的名义办理计算机软件著作权登记，并且有权要求江苏孩子王将“孩子王”APP 所在应用商店的注册开发者变更登记为孩子王或孩子王指定的关联方，江苏孩子王无权以自己名义进行该等软件的计算机软件著作权登记；

4）发行人许可江苏孩子王使用公司拥有的部分软件著作权（“许可软件著作权”），具体包括孩子王电商微商城平台软件（简称：孩子王微商城）、孩子王电商中台交易与运营系统软件（简称：孩子王中台）、孩子王 IOS 版电商手机商城软件（简称：孩子王 APP）等，开展经营活动，该许可使用权的性质为非独占、非排他、不可转让、不可再许可的许可；

5）许可软件著作权及其相关权利及与软件著作权相关联的商誉（包括但不限于因江苏孩子王使用所产生）只属于发行人。

综上，**报告期内，发行人相应 APP、线上销售平台权属清晰，不存在相关软件属于关联方所有的情形。**

3、相关 APP、线上销售平台是否完整履行审批程序，合法获取相关许可文号；发行人利用拥有《增值电信业务经营许可证》的关联方江苏孩子王开展线

上销售业务是否符合相关法律规定，是否存在违法违规行为，是否存在被行政处罚的风险

2020 年 4 月前，发行人相关 APP、线上销售平台由江苏孩子王负责运营。江苏孩子王已于 2012 年 5 月合法取得《增值电信业务经营许可证》（许可证编号为：苏 B1-20120024），业务覆盖范围：第二类增值电信业务中的在线数据处理与交易处理业务，服务项目包括经营类电子商务不含互联网金融、网络预约出租汽车服务。发行人与江苏孩子王合作期间，江苏孩子王按照《中华人民共和国电信条例》及国家有关规定开展业务。

2020 年 2 月 25 日，上海市通信管理局出具了《中国（上海）自由贸易试验区外商投资经营增值电信业务试点批复》（沪通信管自贸[2020]7 号），同意上海童渠在中国（上海）自由贸易试验区开展增值电信业务，业务种类为在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务），域名为 kidswant.cn，服务范围可以面向全国，批复有效期为 3 年。2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系。2020 年 4 月 1 日开始，发行人的线上平台业务由上海童渠自主运营。

报告期内，发行人根据与江苏孩子王签署的《合作协议》，委托江苏孩子王管理、运营“孩子王”APP，江苏孩子王向孩子王有限提供平台服务，相关法律法规并不禁止持有《增值电信业务经营许可证》的主体为第三方提供平台运营服务，因此，发行人与江苏孩子王之间的合作符合相关法律法规规定，不存在违法违规行为，不存在被行政处罚的风险。

（三）历史上是否存在无资质经营或超越资质范围经营的情况，是否导致行政处罚；是否存在诉讼纠纷，是否受到行政处罚。

报告期内，发行人在营门店中 106 家门店存在未取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》即投入经营的情况，截至本回复出具日，除 11 家在营门店外，发行人在营门店均已取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》，具体参见本题“（一）/1/（1）线下门店开立所需资质及取得情况”的回复。

报告期内，发行人在营门店中 71 家门店存在未取得卫生许可证即投入经营的情况，截至本回复出具日，除 10 家在营门店根据所在地监管要求无需办理《卫生许可证》外，均已取得卫生许可证，具体参见本题“（一）/1/（1）线下门店开立所需资质及取得情况”的回复。

报告期内，发行人在营门店中 27 家门店存在未取得食品经营许可证即投入经营的情况，截至本回复出具日，发行人在营门店均已取得食品经营许可证，具体参见本题“（一）/1/（1）线下门店开立所需资质及取得情况”的回复。

报告期内，发行人存在未取得包含“网络销售”字样的《食品经营许可证》即通过“天猫”平台销售商品的情形，如上文所述，截至本回复出具日，发行人已取得包含“网络销售”字样的《食品经营许可证》，报告期内发行人不存在因上述情形被处罚的情况。

2017 年 3 月 6 日，淮安市清河区市场监督管理局向孩子儿童用品股份有限公司清河万达店出具《行政处罚决定书》（河市监案字[2017]090 号），因清河万达店存在未取得二类医疗器械备案许可的情况下经营未经注册的第二类医疗器械，对其处以没收违法所得，并罚款 79,632 元；2017 年 8 月 14 日，徐州市铜山区食品药品监督管理局向孩子王儿童用品股份有限公司徐州铜山万达店出具《行政处罚决定书》（（铜）市监罚字[2017]17007 号），因徐州铜山万达店存在销售未经注册的第二类医疗器械的违法行为，对其罚款 60,000 元。

上述处罚发生后，发行人已对门店同类商品进行了下架处理，未再继续销售，同时加强门店管理，不允许门店销售需要资质的医疗器械；截至本回复出具日，该笔罚款已缴纳，发行人已取得主管机关出具的该等处罚不属于重大行政处罚的证明。

综上，除上述已披露的情形外，发行人历史上不存在无资质经营或超越资质范围经营的情况。**发行人报告期内不存在因未取得相关证照受到重大行政处罚或引发诉讼纠纷情形，不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。**

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人的审计报告；结合相关法律法规，核查各业务类型所需资质、证照及发行人的取得情况；

2、核查发行人及其下属分子公司报告期内历史资质证照，比对其取得时间、范围与门店经营业务、经营时间的差异；

3、查阅发行人的门店人员花名册、劳务外包人员清单，并抽取其中 300 人，核对上述人员健康证取得情况；

4、核查发行人的知识产权申请、注册情况，核对取得的权属证书并进行调档；

5、查阅发行人就线上业务与江苏孩子王签署的相关协议，并就发行人线上业务的开展情况对发行人相关管理人员进行访谈；

6、查阅发行人报告期内的全部行政处罚决定书、罚款缴纳凭证，并查阅相关法律法规，取得行政处罚主管部门出具的不构成重大违法违规行为的确认文件及/或合规证明；

7、就发行人是否存在因无资质经营或超越资质范围经营而引起的重大未决诉讼情况查阅发行人及其下属分子公司截至本回复出具日的未决诉讼清单及相关诉讼资料，登录国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、启信宝、信用中国、人民法院公告网、裁判文书网、全国法院被执行人网、失信被执行人网，走访发行人主要经营所在地法院，并取得发行人出具的书面确认。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、除 11 家门店未取得消防安全检查合格证外，发行人已完整持有经营所需的资质、证照，相关资质完整覆盖发行人主营业务及所有服务的类型、范围；报告期内，发行人门店不存在因未取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》被处以重大行政处罚的情形；

2、截至本回复出具日，除已披露的情形外，发行人门店相关服务人员（包括劳务外包人员）已按规定获取了“健康合格证”；报告期内，发行人门店不存在被给予警告、罚款、停业整顿、吊销“卫生许可证”的情形，不存在因门店工作人员未取得《健康合格证》而从事直接为顾客服务被处以重大行政处罚的情形；

3、发行人合法拥有线上经销销售的资质、证照；相应 APP、线上销售平台权属清晰，不存在相关软件属于关联方所有的情形；相关 APP、线上销售平台履行了相关审批程序，合法获取相关许可；发行人利用拥有《增值电信业务经营许可证》的关联方江苏孩子王开展线上销售业务符合相关法律规定，不存在违法违规行为，不存在被行政处罚的风险；

4、除本题已披露的情形外，发行人报告期内不存在无资质经营或超越资质范围经营的情况；报告期内，发行人不存在因未取得相关证照受到重大行政处罚或引发诉讼纠纷情形，不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

问题十四、关于母婴商品收入

申报材料显示，发行人主营业务收入以母婴商品为主，其中细分产品主要包括奶粉、纸尿裤、洗护用品等。请发行人补充披露：

（1）对发行人收入增长贡献较大的母婴商品细分产品情况，结合量价披露该产品收入增长的原因，与同行业公司产品构成情况及增速对比是否异常；报告期发行人主营业务收入增速较快，与同行业公司收入增速比较差异及合理性。

（2）零食辅食主要产品的构成情况，报告期其销售收入增长较快的原因，其销售单价 2018 年增幅较大但 2019 年增幅较小的原因及合理性。

（3）洗护用品主要产品的构成情况，洗护用品收入 2019 年平均单价下滑 20.66%的原因，目前该下滑趋势是否扭转。

（4）发行人奶粉产品销售收入持续增长，占母婴商品收入比例由 2017 年 43.34%增长至 2019 年 53.99%，其他母婴商品收入占比不断下降，该趋势与发行人经营策略、行业发展是否一致；未来产品集中度是否进一步向奶粉集中，是否对奶粉供应商存在依赖。

（5）联营模式下各类产品的销量、金额及其占比，对外服童鞋等大类产品是否同时进行自营和联营模式管理，相关内部控制和财务核算是否运行有效，两类模式产品及收入是否得以有效划分。

（6）会员人数、会员销售收入及占收入比例,分层统计并披露各年度会员人均销售收入规模分布情况，是否存在个别会员消费金额异常偏大情形；会员人数分布与发行人门店数量分布的匹配情况，不同地区人均消费水平差异是否合理；各年度前二十大会员年销售收入及占比、主要销售产品内容、毛利率、会员所在城市等信息，前二十大会员销售规模是否合理。

（7）线上平台销售收入确认时点系“将商品交付物流公司时”而非“客户签收时”的合理性，是否符合《企业会计准则》相关规定。

（8）发行人在销售商品时对“无理由退货”政策的会计处理方法，是否充分反映了预期退货金额对收入的影响；对于超出“无理由”期间的产品退货政

策，退货所涉及的具体事项、产品、金额、占当期营业收入比例、会计处理方法，是否存在期末销售来年退回的情形，大额异常的销售退回收入是否真实、准确。

（9）新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年度的经营和财务影响，各类门店数量变化及运营情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。请保荐人和申报会计师详述对发行人收入真实性执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，披露核查程序是否有效、充分。

回复：

一、发行人补充披露

（一）对发行人收入增长贡献较大的母婴商品细分产品情况，结合量价披露该产品收入增长的原因，与同行业公司产品构成情况及增速对比是否异常；报告期发行人主营业务收入增速较快，与同行业公司收入增速比较差异及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2 /（1）/①母婴商品销售收入”中进行了补充披露。

1、对发行人收入增长贡献较大的母婴商品细分产品情况，结合量价披露该产品收入增长的原因

报告期内，公司母婴商品销售收入主要来自于奶粉、纸尿裤、洗护用品及零食辅食类商品的销售。2017 年度、2018 年度、2019 年度**和 2020 年 1-6 月**，上述四类商品销售收入合计分别为 381,341.88 万元、500,524.64 万元、619,176.95 万元和 **306,187.48 万元**，占同期商品销售收入的比重分别为 77.02%、81.36%、83.55%和 **87.91%**。**上述商品对公司收入增长的贡献较大，具体情况如下：**

单位：万元

项目	2019 年度			2018 年度		
	收入增长额	单价变动影响	销量变动影响	收入增长额	单价变动影响	销量变动影响
奶粉	90,576.21	52,015.51	38,560.71	94,939.42	20,980.46	73,958.96
纸尿裤	12,557.77	-2,266.03	14,823.80	11,647.44	-5,900.01	17,547.45

洗护用品	6,720.03	-16,798.83	23,518.87	5,257.34	1,330.50	3,926.84
零食辅食	8,798.29	1,421.18	7,377.11	7,338.56	3,828.74	3,509.82
合计	118,652.30	34,371.82	84,280.49	119,182.76	20,239.68	98,943.08
全部商品收入增长	125,877.43	-	-	120,072.51	-	-
收入增长贡献占比	94.26%	-	-	99.26%	-	-

注：单价变动影响=（本期单价-上期单价）×上期销量；销量变动影响=（本期销量-上期销量）×本期单价

上述商品的销售数量、单价及变动情况如下：

单位：万元，元/件，万件

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
奶粉收入	202,890.04	400,121.66	29.26%	309,545.45	44.24%	214,606.03
其中：平均单价	249.56	244.82	14.94%	212.99	7.27%	198.55
销量	813.00	1,634.37	12.46%	1,453.33	34.46%	1,080.84
纸尿裤收入	49,631.50	107,655.45	13.21%	95,097.68	13.96%	83,450.24
其中：平均单价	88.95	86.14	-2.06%	87.95	-5.84%	93.41
销量	557.99	1,249.83	15.59%	1,081.28	21.03%	893.42
洗护用品收入	29,999.94	64,509.75	11.63%	57,789.72	10.01%	52,532.38
其中：平均单价	20.08	16.92	-20.66%	21.32	2.36%	20.83
销量	1,493.97	3,813.00	40.70%	2,710.07	7.48%	2,521.58
零食辅食收入	23,666.00	46,890.08	23.10%	38,091.79	23.86%	30,753.23
其中：平均单价	21.42	19.42	3.13%	18.83	11.17%	16.94
销量	1,104.96	2,414.23	19.37%	2,022.53	11.41%	1,815.35

2017 年至 2019 年，奶粉商品的销售收入逐年增加，2018 年较 2017 年增长 94,939.42 万元，2019 年较 2018 年增长 90,576.21 万元，主要是因为奶粉的平均销售单价及销量均持续上升导致。具体而言：（1）受市场整体因素影响，我国婴儿奶粉的零售价格不断上涨，根据国家商务部数据统计，2017 年至 2019 年期间国内外品牌奶粉的平均零售价增幅均超过 13%，因此，公司奶粉类商品的销售单价同步上升；（2）为提高品牌知名度，公司一直将中高端进口品牌奶粉作为主打产品之一，并保持与主要品牌奶粉厂家的合作关系，包括新品首发合作、加大品牌奶粉的营销活动力度等，随着消费升级趋势的愈发明显，中高端进口品牌奶粉的销售规模不断扩大；（3）随着国产奶粉市场份额的提升，公司自 2018 年开始加强了与国产奶粉品牌的合作，国产奶粉的销售规模增长较快。上述因素综合导致 2018 年、2019 年奶粉销售收入持续增加。

2017 年至 2019 年，纸尿裤商品的销售收入逐年增加，2018 年较 2017 年增长 11,647.44 万元，2019 年较 2018 年增长 12,557.77 万元，主要是因为随着公司线上线下全渠道的融合和延伸，包括大王、moony、露安适等主要纸尿裤品牌销量逐年增长导致。

2017 年至 2019 年，洗护用品类商品销售收入逐年增加，2018 年较 2017 年增长 5,257.34 万元，2019 年较 2018 年增长 6,720.04 万元，主要是由于随着母婴洗护专属化理念日趋成熟，加之该类产品的消耗性特点，洗护用品市场进入快速发展阶段。为此，公司加强了与供应商的合作，促进了洗护用品销量的增长。

2017 年至 2019 年，零食辅食类商品销售规模增长迅速，2018 年较 2017 年增长 7,338.56 万元，2019 年较 2018 年增长 8,798.29 万元，主要系因为报告期内公司不断调整零食辅食类产品的结构，加大部分品牌的宣传和促销力度，导致该类商品的销量及平均销售单价均上升。

2、与同行业公司产品构成情况及增速对比是否异常；报告期发行人主营业务收入增速较快，与同行业公司收入增速比较差异及合理性

报告期内，同行业上市公司中从事母婴行业相关业务的公司仅有爱婴室，其与公司在商品销售收入构成、商品销售收入增速以及主营业务收入增速方面的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2020 年 1-6 月		2019 年			2018 年			2017 年	
		收入	占比	收入	占比	增长率	收入	占比	增长率	收入	占比
发行人	奶粉	202,890.04	53.20%	400,121.66	49.09%	29.26%	309,545.45	46.83%	44.24%	214,606.03	41.40%
	纸尿裤	49,631.50	13.01%	107,655.45	13.21%	13.21%	95,097.68	14.39%	13.96%	83,450.24	16.10%
	洗护用品	29,999.94	7.87%	64,509.75	7.91%	11.63%	57,789.72	8.74%	10.01%	52,532.38	10.13%
	零食辅食	23,666.00	6.21%	46,890.08	5.75%	23.10%	38,091.79	5.76%	23.86%	30,753.23	5.93%
	合计	306,187.48	80.28%	619,176.94	75.96%	23.71%	500,524.64	75.72%	31.25%	381,341.88	73.56%
	主营业务收入	381,397.09	-	815,160.43	-	23.32%	660,999.96	-	27.51%	518,377.83	-
爱婴室（603214.SH）	奶粉类	54,825.51	53.52%	115,661.10	49.94%	17.55%	98,395.61	48.85%	29.77%	75,822.60	44.87%
	用品类	25,040.35	24.44%	58,283.51	25.17%	9.87%	53,046.58	26.34%	9.42%	48,479.78	28.69%
	食品类	8,418.30	8.22%	17,790.00	7.68%	15.92%	15,347.24	7.62%	16.97%	13,121.13	7.77%
	合计	88,284.16	86.18%	191,734.61	82.79%	14.96%	166,789.43	82.81%	21.37%	137,423.51	81.33%
	主营业务	102,440.14	-	231,598.15	-	14.98%	201,420.98	-	19.20%	168,977.01	-

	收入										

注：爱婴室数据来源于其公开披露信息，其中用品类商品包括洗护产品、纸尿裤等

报告期内，发行人的主要商品收入构成与同行业可比公司不存在显著差异。发行人主要母婴商品收入增速及主营业务收入增速高于同行业可比公司，主要是由于公司报告期内经营规模持续快速扩大，加之公司在数字化运用、育儿顾问服务、线上线下全渠道发展方面的优势，使得公司收入保持较高增长水平，具有合理性。

（二）零食辅食主要产品的构成情况，报告期其销售收入增长较快的原因，其销售单价 2018 年增幅较大但 2019 年增幅较小的原因及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/（1）/①母婴商品销售收入”中进行了补充披露。

报告期内，公司销售的零食辅食类商品超过 3,500 种，其中前五大主要品牌类别及对应的主要商品收入构成情况如下：

单位：万元

品牌类别及主要商品	2020 年 1-6 月			品牌类别及主要商品	2019 年度		
	金额	占比	单价		金额	占比	单价
伊利（液态奶等）	5,169.63	21.84%	23.56	嘉宝（米粉等）	5,340.74	11.39%	42.19
嘉宝（米粉等）	2,310.58	9.76%	45.37	宝力臣（米饼等）	5,308.05	11.32%	19.98
宝力臣（米饼等）	1,973.55	8.34%	22.13	伊威（牛肉酥等）	3,846.24	8.20%	23.68
伊威（牛肉酥等）	1,683.07	7.11%	23.70	培康（牛肉绒等）	3,571.31	7.62%	22.68
英氏（米饼等）	1,427.19	6.03%	23.42	亨氏（儿童面条等）	3,142.31	6.70%	12.83
合计	12,564.02	53.09%	-	合计	21,208.65	45.23%	-
品牌类别及主要商品	2018 年			品牌类别及主要商品	2017 年度		
	金额	占比	单价		金额	占比	单价
宝力臣（米饼等）	4,554.54	11.96%	20.67	宝力臣（米饼等）	4,161.93	13.53%	20.04
嘉宝（米粉等）	4,288.55	11.26%	39.61	亨氏（果泥等）	3,796.73	12.35%	12.42
亨氏（儿童面条等）	3,566.40	9.36%	13.39	伊威（牛肉松等）	3,204.73	10.42%	23.19
培康（牛肉绒等）	3,322.14	8.72%	24.38	培康（牛肉绒等）	3,080.55	10.02%	26.60
伊威（儿童面条等）	3,132.16	8.22%	23.04	嘉宝（米粉等）	2,881.97	9.37%	39.32
合计	18,863.78	49.52%	-	合计	17,125.91	55.69%	-

注：主要商品为当年销售金额较大的细分类商品

2017 年至 2019 年，零食辅食类商品销售规模增长迅速，2018 年较 2017 年增长 7,338.56 万元，2019 年较 2018 年增长 8,798.29 万元，主要系因为报告期内公司不断调整零食辅食类产品的结构，**拓展产品种类和品牌合作范围**，加大部分品牌的宣传和促销力度，导致该类商品的销量及平均销售单价均上升。**2018 年零食辅食平均单价增幅较大但 2019 年增幅较小，主要是因为 2018 年价格较高的嘉宝品牌等零食辅食类商品收入占比上升，2019 年则相对保持稳定。**

（三）洗护用品主要产品的构成情况，洗护用品收入 2019 年平均单价下滑 20.66%的原因，目前该下滑趋势是否扭转。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/（1）/①母婴商品销售收入”中进行了补充披露。

报告期内，公司销售的洗护用品类商品超过 6,500 种，其中前五大主要品牌类别及对应的主要商品收入构成情况如下：

单位：万元

品牌类别及主要商品	2020 年 1-6 月			品牌类别及主要商品	2019 年度		
	金额	占比	平均单价		金额	占比	平均单价
贝亲（奶嘴等）	6,949.41	23.16%	36.92	贝亲（奶嘴等）	15,043.91	23.32%	35.33
贝特倍护（洗衣液等）	1,873.97	6.25%	4.94	露安适（护臀软膏等）	4,634.02	7.18%	47.87
露安适（防护喷雾等）	1,806.81	6.02%	46.92	贝特倍护（湿巾等）	4,473.57	6.93%	4.46
Otbaby（湿巾等）	1,524.61	5.08%	24.54	otbaby（湿巾等）	3,707.03	5.75%	24.02
心相印（纸面巾等）	1,187.85	3.96%	15.55	启初（洗衣液等）	3,058.61	4.74%	31.95
合计	13,342.65	44.48%	-	合计	30,917.14	47.93%	-
品牌类别及主要商品	2018 年			品牌类别及主要商品	2017 年度		
	金额	占比	平均单价		金额	占比	平均单价
贝亲（奶嘴等）	11,515.28	19.93%	37.09	贝亲（奶嘴等）	10,859.52	20.67%	35.71
露安适（防护喷雾等）	4,573.58	7.91%	55.64	贝特倍护（奶嘴等）	4,591.68	8.74%	4.01
贝特倍护（湿巾等）	4,489.65	7.77%	3.97	露安适（润肤霜等）	3,937.50	7.50%	57.28
otbaby（湿巾等）	3,526.50	6.10%	25.17	otbaby（湿巾等）	3,113.29	5.93%	22.59
启初（洗衣液等）	2,495.65	4.32%	32.49	新安怡（吸乳器等）	3,006.06	5.72%	85.63
合计	26,600.67	46.03%	-	合计	25,508.04	48.56%	-

注：主要商品为当年销售金额较大的细分类商品

2017 年至 2019 年，洗护用品类商品销售收入逐年增加，2018 年较 2017 年增长 5,257.34 万元，2019 年较 2018 年增长 6,720.04 万元，主要是由于随着母婴洗护专属化理念日趋成熟，加之该类产品的消耗性特点，洗护用品市场进入快速

发展阶段。为此，公司加强了与供应商的合作，促进了洗护用品销量的增长。**2019年洗护用品平均单价下滑20.66%，**主要是由于公司加大对该类商品的促销力度，**以前五大品牌为代表的洗护用品除贝特倍护外，平均价格均出现不同程度下降；2020年1-6月，公司对洗护用品的产品结构及销售策略进行优化，洗护用品主要品牌单价有所回升或保持稳定，单价下滑趋势不具有持续性。**

（四）发行人奶粉产品销售收入持续增长，占母婴商品收入比例由2017年43.34%增长至2019年53.99%，其他母婴商品收入占比不断下降，该趋势与发行人经营策略、行业发展是否一致；未来产品集中度是否进一步向奶粉集中，是否对奶粉供应商存在依赖。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/①母婴商品销售收入”中进行了补充披露。

2017年至2019年，奶粉商品的销售收入逐年增加，2018年较2017年增长94,939.42万元，2019年较2018年增长90,576.21万元，主要是因为奶粉的平均销售单价及销量均持续上升导致。具体而言：（1）受市场整体因素影响，我国婴儿奶粉的零售价格不断上涨，根据国家商务部数据统计，2017年至2019年期间国内外品牌奶粉的平均零售价增幅均超过13%，因此，公司奶粉类商品的销售单价同步上升；（2）为提高品牌知名度，公司一直将中高端进口品牌奶粉作为主打产品之一，并保持与主要品牌奶粉厂家的合作关系，包括新品首发合作、加大品牌奶粉的营销活动力度等，随着消费升级趋势的愈发明显，中高端进口品牌奶粉的销售规模不断扩大；（3）随着国产奶粉市场份额的提升，公司自2018年开始加强了与国产奶粉品牌的合作，国产奶粉的销售规模增长较快。上述因素综合导致2018年、2019年奶粉销售收入持续增加。

报告期内，公司奶粉的销售收入持续增长，占母婴商品销售收入的比例由2017年的43.34%增长至2019年的53.99%，主要是因为：（1）奶粉类商品因消费频率高且具有刚性需求特点，是一般母婴零售企业的重点品类。以爱婴室为例，其奶粉类商品收入占母婴商品销售收入的比例由2017年的45.21%上升到2019年的50.24%，与发行人奶粉的收入结构及增长趋势相匹配；（2）报告期内，公司门店数量逐年大幅增加，开业时间较短的门店需要依靠奶粉等标准化

程度较高的商品实现引流作用，以带动其他母婴商品的销售。因此，上述趋势与发行人经营策略及母婴行业发展相一致。未来，公司将在巩固奶粉类商品销售的基础上，提升其他高毛利率商品的销售占比,不存在进一步向奶粉集中的趋势。

报告期内，与公司合作的奶粉品牌较多，公司经过多年的发展已经形成良好的品牌优势，能够根据自身的经营策略选择合作的品牌供应商，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司前五大奶粉类供应商占奶粉采购额的比例分别为 50.83%、46.95%、43.73%、43.33%，最大单一奶粉类供应商占奶粉采购额的比例分别为 21.44%、19.55%、15.87%、14.92%，均呈下降趋势，公司对奶粉类供应商不存在依赖。

（五）联营模式下各类产品的销量、金额及其占比，对外服童鞋等大类产品是否同时进行自营和联营模式管理，相关内部控制和财务核算是否运行有效，两类模式产品及收入是否得以有效划分。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/（4）联营模式情况”中进行了补充披露。

报告期内，公司采用联营模式涉及的商品主要为外服童鞋和内衣家纺，联营模式下各类产品的销量、金额及其占比情况如下表所示：

单位：万元、万件

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	销量	金额	销量	金额	销量	金额	销量
外服童鞋	3,706.12	151.88	11,125.28	441.35	14,358.38	378.17	13,635.94	388.14
内衣家纺	2,040.91	74.57	10,906.45	228.08	7,417.95	209.85	6,601.27	224.57
文教智能	894.78	66.16	2,858.00	436.88	2,628.48	764.90	2,251.10	152.76
车床椅	153.39	48.38	786.12	1,395.15	665.93	4,663.80	657.19	1,161.73
玩具	57.39	4.33	285.79	9.68	198.14	8.24	64.94	3.28
洗护用品	31.40	12.61	111.44	62.16	101.37	47.82	137.70	53.59
零食辅食	0.74	0.11	0.53	0.11	506.18	96.50	754.83	129.70
合计	6,884.73	-	26,073.62	-	25,876.43	-	24,102.99	-
占母婴商品销售收入的比例	1.98%	-	3.52%	-	4.21%	-	4.87%	-

注：针对联营模式，公司采用净额法确认收入

报告期内，公司对外服童鞋等大类商品同时采用自营模式和联营模式进行销售，联营模式下确认的销售收入占母婴商品销售收入的比例分别为 4.87%、4.21%、3.52%、1.98%，占比较小。公司针对自营和联营有严格的内部控制制度并有效执行：

（1）在合同签订方面，公司按照自营和联营两种不同模式，分别与供应商签署合同，并按照合同约定条款进行合作；

（2）在管理模式方面，自营模式下，公司向供应商采购各类母婴商品后作为自有存货进行管理，在销售时公司可以自主定价并通过线下门店或线上平台自行进行销售；联营模式下，供应商在孩子王门店内开设专柜/货架将商品销售给终端消费者，在销售阶段，联营供应商自行派驻人员负责商品销售工作，但需遵循门店的统一管理，商品销售的定价由供应商自主决定，并承担商品售后维修、退换服务，商品未实现销售前，商品的灭失等风险由供应商自行承担；

（3）在财务核算方面，自营模式下，商品作为公司自有存货进行管理和核算，并在各期期末对存货余额进行存货跌价测试，商品销售按照会计准则的规定确认收入、结转成本；联营模式下，商品不纳入公司存货核算，在商品销售给终端客户时，公司按照合同约定的比例确认分成收入。

综上所述，公司针对自营和联营两种模式的内部控制制度运行有效、财务核算清晰明确，两类模式下商品和收入能够有效划分。

（六）会员人数、会员销售收入及占收入比例，分层统计并披露各年度会员人均销售收入规模分布情况，是否存在个别会员消费金额异常偏大情形；会员人数分布与发行人门店数量分布的匹配情况，不同地区人均消费水平差异是否合理；各年度前二十大会员年销售收入及占比、主要销售产品内容、毛利率、会员所在城市等信息，前二十大会员销售规模是否合理。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/（5）会员订单情况”中进行了补充披露。

1、会员人数、会员销售收入及占收入比例，分层统计并披露各年度会员人均销售收入规模分布情况，是否存在个别会员消费金额异常偏大情形

报告期内，公司消费会员人数、订单金额及占比情况如下：

单位：万元、万人

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
会员订单金额	478,811.98	98.62%	984,894.90	98.10%	819,800.51	97.76%	668,480.56	97.29%
非会员订单金额	6,713.18	1.38%	19,081.69	1.90%	18,818.10	2.24%	18,594.65	2.71%
合计	485,525.16	100.00%	1,003,976.58	100.00%	838,618.61	100.00%	687,075.21	100.00%
当年消费会员人数	501.34		842.14		729.42		633.13	

注：订单金额指报告期内存在成功支付记录的订单实际支付金额；订单金额为含税金额，且包含联营部分

报告期内，公司会员订单金额占比逐年上升，自 2017 年的 97.29%上升到 2020 年 1-6 月的 98.26%。

报告期内，公司各年度会员人均订单金额分布情况如下：

单位：元

层级（元）	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
0-500	161.25	170.68	172.83	185.01
500-1,000	705.21	706.60	710.70	711.61
1,000-2,000	1,433.34	1,419.53	1,419.29	1,415.11
2,000-5,000	3,134.75	3,136.74	3,117.10	3,105.61
5,000-15,000	7,874.43	8,317.06	7,978.99	7,847.75
>15,000	22,715.77	23,930.24	28,130.96	23,427.66
合计	955.06	1,169.52	1,123.91	1,055.84

报告期内，公司会员人均订单金额分别为 1,055.84 元、1,123.91 元、1,169.52 元和 955.06 元，总体合理。

2、会员人数分布与发行人门店数量分布的匹配情况，不同地区人均消费水平差异是否合理

报告期内，公司消费会员人数分布、门店数量分布及不同地区人均消费水平情况如下：

单位：万人、个

项目	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	会员数量	人数占比	门店数量	店数占比	会员数量	人数占比	门店数量	店数占比
华东	299.99	59.84%	202	55.65%	470.48	55.87%	195	55.40%

西南	75.28	15.02%	54	14.88%	132.92	15.78%	52	14.77%
华中	62.74	12.52%	54	14.88%	120.91	14.36%	54	15.34%
华北	23.26	4.64%	14	3.86%	45.46	5.40%	14	3.98%
华南	24.57	4.90%	25	6.89%	44.85	5.33%	23	6.53%
西北	13.47	2.69%	12	3.31%	22.92	2.72%	12	3.41%
东北	2.02	0.40%	2	0.55%	4.60	0.55%	2	0.57%
合计	501.34	100.00%	363	100.00%	842.14	100.00%	352	100.00%
项目	2018 年度				2017 年度			
	会员数量	人数占比	门店数量	店数占比	会员数量	人数占比	门店数量	店数占比
华东	400.74	54.94%	138	53.49%	358.34	56.60%	115	53.99%
西南	123.60	16.94%	42	16.28%	101.68	16.06%	34	15.96%
华中	104.94	14.39%	40	15.50%	89.91	14.20%	33	15.49%
华北	41.81	5.73%	13	5.04%	33.32	5.26%	11	5.16%
华南	35.51	4.87%	17	6.59%	28.87	4.56%	13	6.10%
西北	17.45	2.39%	6	2.33%	16.33	2.58%	5	2.35%
东北	5.37	0.74%	2	0.78%	4.67	0.74%	2	0.94%
合计	729.42	100.00%	258	100.00%	633.13	100.00%	213	100.00%

报告期内，公司消费会员主要集中在华东、西南、华中地区，与门店分布相匹配。

报告期内，公司各地区会员平均消费水平分布情况如下：

单位：元

区域	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
华东	1,011.37	1,289.20	1,237.64	1,145.28
西南	948.09	1,166.71	1,101.46	1,088.87
华中	864.77	979.21	983.38	924.05
华北	782.66	921.82	859.84	850.02
华南	815.78	911.43	848.02	720.38
西北	710.43	778.01	833.04	739.57
东北	967.55	926.87	724.92	659.31
总计	955.06	1,169.52	1,123.91	1,055.84

报告期内，公司会员平均消费水平在不同地区间存在差异，主要是受到会员所在地区、城市的经济水平和消费水平等因素影响，总体来看，经济发达地区（比如华东）人均消费水平相对较高,不同地区人均消费水平差异合理。

3、各年度前二十大会员年销售收入及占比、主要销售产品内容、毛利率、会员所在城市等信息，前二十大会员销售规模是否合理

报告期内，公司各年度前二十大会员订单金额及占比、主要销售产品内容、

毛利率、会员所在城市情况如下：

（1）2020 年 1-6 月

单位：万元

会员	订单金额	占比	购买商品内容	毛利率	会员所在城市
杨某 1	31.27	0.0090%	玩具	22.86%	四川内江
郭某 1	14.04	0.0040%	牛奶、童装等	21.64%	安徽合肥
韩某	13.58	0.0039%	牛奶、贝亲奶嘴等	25.06%	江苏南京
尤某	12.60	0.0036%	奶粉等	18.39%	福建漳州
唐某	11.44	0.0033%	玩具等	22.87%	江苏盐城
葛某	10.23	0.0029%	奶粉	18.33%	安徽合肥
周某 1	10.21	0.0029%	奶粉、牛奶等	21.46%	湖北武汉
金某	9.79	0.0028%	玩具	22.86%	江苏常州
顾某	9.55	0.0027%	牛奶、抽纸等	22.74%	重庆
周某 2	9.46	0.0027%	奶粉、纸尿裤等	8.86%	江苏苏州
王某 1	9.04	0.0026%	奶粉	14.37%	江苏南京
吴某 1	8.97	0.0026%	奶粉	18.39%	辽宁沈阳
杨某 2	8.66	0.0025%	牛奶	22.74%	重庆
丁某	8.35	0.0024%	牛奶	22.74%	重庆
孟某	8.11	0.0023%	奶粉、纸尿裤等	17.09%	江苏江阴
雷某 1	8.06	0.0023%	奶粉等	18.30%	重庆
杨某 3	8.03	0.0023%	牛奶等	22.72%	重庆
庄某	7.99	0.0023%	牛奶等	22.74%	山东济南
何某	7.74	0.0022%	奶粉等	18.28%	江苏江阴
王某 2	7.63	0.0022%	奶粉等	18.18%	江苏常州
合计	214.77	0.0617%			

（2）2019 年

单位：万元

会员	订单金额	占比	购买商品种类	毛利率	会员所在城市
郑某 1	27.48	0.0037%	玩具等	25.92%	广东广州
喻某	15.84	0.0021%	奶粉等	20.60%	重庆
王某 3	15.19	0.0021%	奶粉等	20.57%	湖北武汉
吴某 2	14.83	0.0020%	玩具等	25.93%	湖北武汉
刘某 1	14.22	0.0019%	玩具、早教机等	22.78%	四川德阳
周某 3	14.21	0.0019%	玩具等	25.80%	江苏苏州
张某 1	14.02	0.0019%	营养粉等	20.45%	河北邯郸
俞某	13.81	0.0019%	奶粉等	15.36%	浙江诸暨
王某 3	13.46	0.0018%	玩具等	25.93%	上海
孟某	13.40	0.0018%	奶粉、纸尿裤等	18.16%	江苏江阴
洪某	12.81	0.0017%	奶粉等	18.09%	江苏南京

张某 2	12.02	0.0016%	奶粉等	20.55%	浙江温州
蒋某	11.57	0.0016%	奶粉、纸尿裤等	15.05%	江苏常州
郑某 2	11.19	0.0015%	营养粉等	20.79%	江苏常州
陈某 1	10.83	0.0015%	奶粉、纸尿裤等	13.34%	江苏常州
雷某 2	10.62	0.0014%	玩具等	25.92%	四川内江
邹某	10.58	0.0014%	奶粉、纸尿裤等	17.36%	江苏南京
尹某	10.57	0.0014%	奶粉、纸尿裤等	18.24%	浙江温州
季某	10.53	0.0014%	奶粉等	17.19%	江苏南京
王某 4	10.30	0.0014%	奶粉等	20.57%	福建宁德
合计	267.48	0.0361%			

（3）2018 年

单位：万元

会员	订单金额	占比	购买商品种类	毛利率	会员所在城市
郭某 2	24.40	0.0040%	纸尿裤等	22.56%	江苏江阴
王某 5	22.84	0.0037%	纸尿裤等	17.15%	安徽合肥
瞿某	22.59	0.0037%	奶粉等	20.11%	安徽合肥
李某 1	22.43	0.0036%	玩具等	29.77%	天津
程某	21.53	0.0035%	吸乳器等	28.63%	上海
杨某 4	21.45	0.0035%	奶粉等	26.46%	江苏常州
黄某 1	20.35	0.0033%	奶粉等	18.49%	安徽合肥
杨某 5	20.20	0.0033%	奶粉、纸尿裤等	18.59%	湖北武汉
蒙某	18.90	0.0031%	奶粉等	19.81%	湖北武汉
詹某	18.73	0.0030%	奶粉、纸尿裤等	19.96%	安徽合肥
辰某	18.31	0.0030%	纸尿裤等	20.82%	安徽合肥
张某 3	18.14	0.0029%	奶粉等	19.90%	安徽合肥
顾某 2	18.11	0.0029%	奶粉等	20.96%	湖北武汉
李某 2	17.56	0.0029%	纸尿裤等	20.49%	安徽芜湖
姜某	17.51	0.0028%	奶粉等	21.02%	湖南长沙
韩某 2	17.43	0.0028%	奶粉、纸尿裤等	20.13%	湖北武汉
路某	17.26	0.0028%	奶粉、纸尿裤等	20.07%	安徽合肥
刘某 2	17.11	0.0028%	奶粉等	21.94%	湖南长沙
刘某 3	16.97	0.0028%	奶粉等	18.32%	江苏常州
黄某 2	16.95	0.0028%	奶粉等	19.85%	湖南长沙
合计	388.78	0.0632%			

（4）2017 年

单位：万元

会员	订单金额	占比	购买商品种类	毛利率	会员所在城市
陈某 2	32.73	0.0066%	童装等	9.32%	江苏南京
肖某	25.39	0.0051%	奶粉等	21.12%	湖南长沙

王某 6	21.09	0.0043%	奶粉、纸尿裤、童装等	22.18%	山东青岛
程某	20.49	0.0041%	奶粉等	20.02%	重庆
谈某	19.61	0.0040%	奶粉等	19.49%	安徽合肥
石某	16.88	0.0034%	奶粉等	19.61%	江苏南京
吴某 3	16.88	0.0034%	奶粉等	19.91%	安徽合肥
王某 7	16.34	0.0033%	学习桌等	17.21%	江苏南京
杨某 6	16.24	0.0033%	纸尿裤等	20.83%	安徽合肥
冯某	14.83	0.0030%	奶粉等	20.03%	广东佛山
葛某	13.78	0.0028%	奶粉等	18.29%	山东济南
贾某	13.65	0.0028%	奶粉等	20.45%	湖北武汉
杨某 7	12.60	0.0025%	车床椅等	20.01%	河北秦皇岛
王某 8	12.59	0.0025%	学习椅等	20.89%	江苏南京
刘某 2	12.48	0.0025%	奶粉等	21.04%	湖南长沙
徐某	12.21	0.0025%	奶粉等	19.69%	江苏南京
朱某	12.18	0.0025%	奶粉等	20.94%	江苏南京
张某 4	11.98	0.0024%	奶粉等	20.45%	江苏南京
胡某	11.97	0.0024%	奶粉等	20.27%	江苏南京
宋某	11.33	0.0023%	奶粉等	20.36%	湖南长沙
合计	325.24	0.0657%			

上述前二十大会员自营订单金额 2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月占公司母婴商品销售收入的比例分别为 0.0657%、0.0632%、0.0361%、0.0617%，占比较低，销售规模合理。公司前二十大会员消费的主要场景包括自用或与亲属朋友共同使用会员卡、购买后作为福利或礼品、母婴宝宝店购买、微商购买等，消费行为合理，不存在个别会员消费金额异常偏大的情形。

（七）线上平台销售收入确认时点系“将商品交付物流公司时”而非“客户签收时”的合理性，是否符合《企业会计准则》相关规定。

发行人已在招股说明书“第八节/五/（二十四）/1、母婴商品销售收入”中进行了补充披露。

对于线下直营销售和电商销售，公司与客户之间的销售商品合同通常仅包含转让商品的履约义务。对于转让商品的单项履约义务，公司通常在综合考虑了下列因素的基础上，以客户取得相关商品控制权时点确认收入：取得商品的现时收款权利、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、客户接受该商品。据此原则，公司线上平台销售于满足以上条件时确认收入。

母婴商品销售是指公司向品牌商、代理商或经销商采购各类母婴商品，再通过直营门店和线上渠道向终端消费者销售，赚取进销差价实现盈利。其中，针对线下门店销售，顾客在收银处付款，商品移交给客户，客户确认并提走货物时确认收入；针对线上平台销售，**报告期内，公司构建了包括移动端APP、微信公众号、小程序、微商城等在内的C端产品矩阵以及第三方平台如天猫商城。由于发行人线上销售平台众多，货物收货信息不能及时回传给公司，基于工作效率的考虑，平时**公司在将商品交付物流公司时确认收入，**期末根据货物送达时间统计跨期送达收入，根据金额重大与否决定调整报表。**

孩子王依托全国范围内的门店及各大仓库，能够实现全国范围内发货1-3天到达收货地点，因此自将商品交付物流公司到实际送达时间间隔较短；针对线上商品销售，公司根据货物送达时间统计跨期送达收入，2017年、2018年、2019年和2020年上半年，滚动影响金额分别为-40.42万元、-128.19万元、-35.88万元和13.85万元，影响较小。

综上，公司线上平台收入确认实际操作方法具有合理性，公司执行的会计政策符合《企业会计准则》相关规定。

（八）发行人在销售商品时对“无理由退货”政策的会计处理方法，是否充分反映了预期退货金额对收入的影响；对于超出“无理由”期间的产品退货政策，退货所涉及的具体事项、产品、金额、占当期营业收入比例、会计处理方法，是否存在期末销售来年退回的情形，大额异常的销售退回收入是否真实、准确。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）营业收入分析”中进行了补充披露。

1、发行人在销售商品时对“无理由退货”政策的会计处理方法，是否充分反映了预期退货金额对收入的影响

报告期内，公司各期退货情况如下：

单位：万元

退货期间	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年
客户签收15天内（含）	3,278.57	8,008.57	6,727.23	4,784.17

占销售收入的比例	0.85%	0.97%	1.01%	0.91%
客户签收后超过 15 天	1,381.36	3,204.95	2,340.95	1,507.71
占销售收入的比例	0.36%	0.39%	0.35%	0.29%
合计	4,659.93	11,213.52	9,068.17	6,291.88

注：表中各期退货金额与销售收入的比例即为退货率。

报告期内，公司商品销售的退货政策为：当①商品本身质量存在问题；②商品及商品本身包装保持出售时原装且配件赠品资料齐全，不影响二次销售时，以实际签收/购买日起为准，消费者可在收货后 15 天内申请退货。

报告期内，公司退货金额占销售收入的比例较小，客户签收 15 天内的退货率分别为 0.91%、1.01%、0.97%、0.85%，于退货当期直接冲减收入，年末根据最后半个月销售额以及历史退货率暂估并冲减收入。2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，公司期末销售期后退回的收入金额分别为 188.59 万元、238.50 万元、322.19 万元和 224.27 万元，公司根据上述收入金额及对应成本在 2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别确认预计退货金额为 50.83 万元、59.97 万元、77.45 万元和 53.91 万元，同时冲减收入和成本。具体会计处理如下：

当期退货	期后退货预估
借：主营业务收入 存货 应交税费——销项税 贷：主营业务成本 银行存款	借：主营业务收入 贷：主营业务成本 其他流动负债——预计退货 或（2020 年新收入准则） 借：主营业务收入 其他流动资产——应收退货成本 贷：主营业务成本 其他流动负债——预计退货

2、对于超出“无理由”期间的产品退货政策，退货所涉及的具体事项、产品、金额、占当期营业收入比例、会计处理方法，是否存在期末销售来年退回的情形，大额异常的销售退回收入是否真实、准确

公司对客户签收后超过 15 天退货的政策为：在不影响二次销售的情况下，如果顾客进行退货，退货商品必须有原始未损坏的包装及齐全的配件，如购买时使用电子现金券或现金抵用券的，退货时不得退现。

报告期内，客户签收后超过 15 天退货主要系由于换购、错购等原因。2017

年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月该类退货金额为 1,507.71 万元、2,340.95 万元、3,204.95 万元和 1,381.36 万元，占当期销售收入的比例为 0.29%、0.35%、0.39%和 0.36%，占比较小，于退货当期直接冲减收入。报告期内，公司不存在大额异常销售退回的情形。

（九）新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年度的经营和财务影响，各类门店数量变化及运营情况。

发行人已在招股说明书“第八节/十七、新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年度的经营和财务影响分析”中进行了补充披露。

自 2020 年 1 月起，新冠病毒疫情逐渐向全球蔓延，对整个宏观经济产生了不利影响。各级政府均采取延迟复工等措施，以阻止新冠病毒疫情进一步扩散。2020 年一季度，受疫情影响，公司门店的到店业务出现了暂停营业的情况，为此公司快速反应、及时调整，通过加强线上平台、扫码购的“门店到家”业务，减轻疫情对公司业务的影响。

在经营业绩方面，2020 年上半年，公司实现营业收入 384,598.97 万元，较去年同期增长 1.01%，其中，通过扫码购及电商平台实现的母婴商品销售收入占比持续提升，由 2017 年的 15.43%上升到 2020 年上半年的 66.67%，公司全渠道优势得以显现;公司上半年实现净利润 16,586.48 万元,较去年同期上升 8.90%,盈利能力稳步上升。

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率
营业收入	384,598.97	380,767.43	1.01%
营业利润	20,192.46	18,386.19	9.82%
净利润	16,586.48	15,230.93	8.90%

注：2019 年 1-6 月数据未经审计。

在门店运营方面，受疫情影响，公司 2020 年上半年开店数量有所放缓，上半年新开门店 11 家,未出现闭店情况。2020 年 3 月开始,公司各门店陆续复工,新冠肺炎疫情对公司经营的不利影响已基本消除。

单位：家

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
期初数量	352	258	213	174
开业数量	11	96	48	42
闭店数量	0	2	3	3
期末数量	363	352	258	213

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对发行人母婴商品收入真实性执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序，具体情况如下：

1、了解销售收入业务流程，执行穿行测试和控制测试，评价收入流程内部控制的有效性；

2、将销售系统中记录的销售明细总额与财务账面记录核对，了解差异形成原因以及合理性；

3、分别线上和线下销售抽取样本，核对销售订单、发货记录、物流记录、收款记录，执行细节测试。针对母婴商品零售单价较低的特点，线上和线下销售结合重要性原则和随机抽样原则选取代表性样本，同时线下销售选取所有门店部分月份全量核查销售细节，包括核对业务系统的商品销售记录和收款总额与财务账面记录的一致性、追查至各类型收款方式下的原始收款凭据（收银日报表、现金银行存款记录、POS 机收款水单、第三方支付平台提款银行水单以及银行对账单等）。

线上及线下母婴商品销售及母婴服务收入两类收入占公司 2017 年至 2020 年 1-6 月主营业务收入的比例分别为 97.98%、95.80%、94.14%和 93.40%，对 2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月线上线下母婴商品销售收入和母婴服务收入的整体细节核查比例分别为 17.06%、25.65%、23.02%、38.78%。保荐机构细节核查情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
母婴商品收入	348,299.89	741,079.90	615,202.47	495,129.96
母婴服务收入	7,935.96	26,368.39	18,048.99	12,745.17

合计	356,235.85	767,448.29	633,251.46	507,875.13
细节测试核查金额	138,144.09	176,692.52	162,420.07	86,648.03
细节测试核查比例	38.78%	23.02%	25.65%	17.06%

4、由 IT 专业人员执行信息系统应用控制和数据分析评估。（1）信息科技治理和信息系统一般控制评估：核查各运营系统及财务系统在信息系统变更管理、访问管理、运维管理已制定相关管理制度和流程规定，且在实际运作中能够有效按照管理制度和流程规定执行；（2）信息系统应用控制评估：核查各运营系统及财务系统是否已经设计和部署了相应的应用控制，已记录和留存的数据是否能够完整准确地记录公司的经营活动和财务管理过程；（3）核查公司基础运营数据，包括用户注册数据、用户登录数据、订单数据、网页浏览数据，以及订单数据与财务部门收入确认的数据。（4）进行多维度数据分析核查：根据 IT 评估报告，对涉及的会员、订单、门店指标进行分析和抽样核查。

5、门店走访

因公司门店布局较为分散，按照选样标准进行走访：每年前三十大门店和后三十大门店；按照销售金额 3,000 万元以上、2,000-3,000 万元、1,000-2,000 万元、100-1,000 万元，分别根据中位数选择门店，以及随机选择少量新开门店。按照上述选择标准，合计走访了 55 家门店，涵盖的收入占全部门店收入的比例为 43.45%、38.49%、34.49%、31.33%。

6、结合公司“15 天无理由退货”的退货政策，查看各报告期期后退货情况。报告期各期末，公司暂估退货预计负债金额分别为 50.83 万元、59.97 万元、77.45 万元和 53.91 万元，与实际退货金额差异较小。

7、针对各类细分商品的收入变动，结合单价和销量变动进行分析，并与同行业收入增速进行对比，分析差异及合理性；

8、对零食辅食、洗护用品、奶粉等产品的销售收入增长情况进行分析，核查主要产品的细分构成情况，分析前五大细分品牌的销售占比、单价、收入等情况；

9、了解公司的联营模式和自营模式，核查联营模式和自营模式下的收入构成情况及占比，分析联营模式下各类商品的收入构成情况及占比，询问并核查发

行人针对联营模式和自营模式的管理情况、财务核算情况，核查发行人是否能有效划分两种模式；

10、获取发行人会员数据，分层统计会员人均销售收入分布情况；按照实付金额对前二十大会员进行分析，抽取前二十会员的订单进行核查，分析前二十大会员的消费合理性；核查发行人会员人数分布、门店数量分布、地区人均消费水平分布等指标，分析上述指标的匹配关系；对报告期各期前二十大会员进行电话访谈，核实会员购买商品的内容、原因、支付方式等情况；

11、检查发行人收入确认政策，分析发行人具体收入确认政策的执行情况，判断发行人收入确认政策的合理性，是否符合会计准则的规定；对母婴商品收入进行截止性测试；

12、获取发行人每年退货金额明细，获得发行人退货政策，核查外部 IT 专家出具的《信息系统及数据专项评估报告》有关存货管理的内部控制程序是否有效、退货率是否异常等，核查发行人是否存在大额异常退货情况，复核发行人期末退货估计的会计处理是否恰当；

13、结合发行人各门店的数量及运营情况，对比发行人期间的经营成果指标，分析变动的合理性、新冠肺炎疫情的影响情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人母婴商品销售收入真实、完整、正确，核查程序有效、充分；

2、发行人与同行业公司细分产品构成及收入增速对比合理、不存在异常，报告期发行人主营业务收入增速与同行业公司收入增速对比合理、不存在异常；

3、发行人零食辅食收入增长原因合理，销售单价 2018 年增幅较大但 2019 年增幅较小原因合理；

4、发行人洗护用品 2019 年平均单价下滑较大的原因合理，下滑趋势已扭转；

5、发行人奶粉收入占比较高的趋势与发行人经营策略、行业发展一致，发行人对奶粉类供应商不存在依赖，产品不存在进一步向奶粉集中的趋势；

6、发行人针对自营和联营的内部控制制度运行有效和财务核算清晰明确，两类模式下商品和收入能够有效划分；

7、发行人会员人均订单消费规模分布合理，前二十大会员消费水平占比较小，具有合理性，不存在异常偏大的情形；会员人数分布与发行人门店数量分布匹配，不同地区人均消费水平差异合理；

8、公司线上平台收入确认实际操作方法具有合理性，公司执行的会计政策符合《企业会计准则》相关规定；

9、发行人销售商品已充分反映了预期退货金额对收入的影响，期末销售来年退回的金额占比较小，具有合理性，发行人不存在大额异常退货情形。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人披露的细分产品收入和主营业务收入增速与同行业公司增速对比的数据和分析与我们了解的信息一致；发行人披露的零食辅食、洗护用品收入增长原因，销售单价波动原因等，以及奶粉采购对供应商依赖程度的分析与我们了解的一致；发行人披露的前二十大会员消费金额不存在异常偏大的情形。销售规模合理性的解释与我们调查了解的情形一致；自营和联营模式分别具有相应的内控制度，与财务报表相关的内部控制制度且运行有效，财务处理恰当；公司线上平台收入确认实际操作方法具有合理性，公司执行的会计政策符合《企业会计准则》相关规定；对“无理由退货”政策的财务处理已经在财务报表中得以恰当反映，销售退回的会计处理恰当。

问题十五、关于母婴服务收入

申报材料显示，母婴服务收入主要为童乐园收入、收费会员收入、互动活动收入等，其中收费会员收入、互动活动收入增速较快。请发行人补充披露：

（1）收费会员收入快速增长的原因，定价政策是否发生变动，会费收入确认的具体时点及其依据；是否存在调解收入或跨期的情形，会费收入与会员人数是否匹配，会员注册时点、缴费时点及注册地点是否存在异常集中情形。

（2）互动活动收入快速增长与门店数量、举办活动次数的匹配情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。请保荐人和申报会计师详述对发行人收入真实性执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，披露核查程序是否有效、充分。

回复：

一、发行人补充披露

（一）收费会员收入快速增长的原因，定价政策是否发生变动，会费收入确认的具体时点及其依据；是否存在调解收入或跨期的情形，会费收入与会员人数是否匹配，会员注册时点、缴费时点及注册地点是否存在异常集中情形。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/（1）/②母婴服务收入”中进行了补充披露。

1、收费会员收入快速增长的原因，定价政策变动情况及会费收入确认时点、依据，是否存在调解收入或跨期的情形

随着零售行业从单纯追求流量经济、规模经济向深度挖掘客户价值转变，公司打造了从“互动产生情感—情感产生黏性—黏性带来高产值会员—高产值会员口碑影响潜在消费会员”的整套“单客经济”模型，并在全业务体系推广。2017 年公司试行收费会员制度，2018 年 5 月公司正式推出付费会员—黑金 PLUS 会员，消费者通过购买孕享卡（399 元/年）或成长卡（199 元/年）享受差异化权益及增值服务。黑金会员的具体权益参见“问题二十九/一/1/（2）收费会员权益制度”。

黑金会员推出后，公司不断加大宣传力度，消费者也逐步认可了黑金会员权益的优惠价值，会员卡销售逐年增加，收费会员收入相应增加。报告期内，黑金会员卡定价政策未曾发生过变动。

在财务核算方面，消费者在购买黑金会员卡后可在 1 年内享受会员卡内的相关服务，其中包含于特定时期获取特定礼物、消费折扣及其他增值服务，因此，公司在销售黑金会员卡时，根据销售金额在预收账款中进行核算（2020 年按新收入准则规定计入合同负债）。

公司按照《企业会计准则》核算会费收入，对黑金会员卡中包含的各权益价值进行单独核算，若权益存在单独售价的情况则按照单独售价的价值确认权益的公允价值，若无法区分单独售价则按照成本加成确认各礼物或服务的公允价值，再根据会员卡所包含各项权益的公允价值进行分摊，并于各单项权益履约义务完成时或超过履约时点后确认收入。具体会计处理分录如下：

黑金卡购买时	黑金卡权益使用/到期
借：银行存款 贷：预收账款/合同负债——黑金卡会员	借：预收账款/合同负债——黑金卡会员（单项权益） 贷：主营业务收入

综上，报告期内，黑金会员会费收入的确认符合企业会计准则要求，不存在调节收入或跨期的情形。

2、会费收入与会员人数是否匹配，会员注册时点、缴费时点及注册地点是否存在异常集中情形

报告期内，公司会费收入与黑金卡会员数量的具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
收费会员收入（万元）	4,181.66	9,715.95	3,274.51	609.90
黑金会员新增注册数量（人）	316,214	727,609	279,010	-

2017 年，公司试行收费会员制度，产生收费会员收入 609.90 万元。2018 年 5 月，黑金会员正式推出后，黑金会员数量逐年增加，随着会员卡权益的使用，报告期各期的会费收入也逐年增加，公司会费收入与会员人数相匹配。

报告期内，消费者在购买黑金会员卡并缴费成功后即成为黑金注册会员，2018 年 5 月以来，公司黑金会员的注册情况如下：

单位：人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
1 月	35,124	41,787	-
2 月	30,890	60,386	-
3 月	69,879	64,762	-
4 月	56,381	65,551	-
5 月	65,462	45,179	24,747
6 月	58,478	46,811	10,646
小计	**316,214**	**324,476**	**35,393**
7 月	-	57,654	25,539
8 月	-	64,322	41,750
9 月	-	66,735	46,237
10 月	-	72,219	44,222
11 月	-	61,993	35,235
12 月	-	80,210	50,634
合计	**316,214**	**727,609**	**279,010**

报告期内，公司黑金会员注册时点不存在异常集中的情形。2020 年 1-6 月黑金会员数量与 2019 年 1-6 月相比，下降 2.55%，整体下降比例较小。2020 年 1-6 月黑金会员数量下降原因：受到疫情影响，公司门店暂缓营业，2 月份黑金缴费会员数量下降较大。公司 2020 年 3 月份以来，随着疫情影响的逐渐消除以及门店的陆续营业，缴费注册的会员人数逐步企稳回升。

报告期内，公司黑金会员各地区的注册人数和注册地点匹配情况如下：

单位：人

省份	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
江苏	102,028	32.27%	221,498	30.44%	94,420	33.84%
安徽	37,288	11.79%	85,161	11.70%	29,644	10.62%
四川	28,683	9.07%	61,244	8.42%	20,303	7.28%
重庆	21,147	6.69%	51,646	7.10%	18,295	6.56%
浙江	20,738	6.56%	54,542	7.50%	22,660	8.12%
山东	16,292	5.15%	35,868	4.93%	14,294	5.12%
湖南	13,210	4.18%	27,397	3.77%	9,512	3.41%
湖北	9,837	3.11%	35,004	4.81%	16,838	6.03%
河北	9,690	3.06%	24,582	3.38%	8,069	2.89%
上海	9,641	3.05%	19,578	2.69%	9,443	3.38%
广东	8,869	2.80%	23,891	3.28%	8,541	3.06%
线上	7,846	2.48%	16,374	2.25%	8,001	2.87%
河南	7,543	2.39%	15,639	2.15%	4,161	1.49%

陕西	6,676	2.11%	16,067	2.21%	4,695	1.68%
江西	4,409	1.39%	10,004	1.37%	1,920	0.69%
福建	3,704	1.17%	9,861	1.36%	2,963	1.06%
天津	3,562	1.13%	8,398	1.15%	2,598	0.93%
广西	3,256	1.03%	6,635	0.91%	1,549	0.56%
辽宁	988	0.31%	2,185	0.30%	723	0.26%
贵州	807	0.26%	2,035	0.28%	381	0.14%
合计	316,214	100.00%	727,609	100.00%	279,010	100.00%

报告期内，公司会员注册地点主要集中在江苏、安徽、四川地区，与公司门店布局相匹配，不存在异常。

（二）互动活动收入快速增长与门店数量、举办活动次数的匹配情况。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/（1）/②母婴服务收入”中进行了补充披露。

报告期内，公司互动活动收入、门店数量、举办活动次数情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
月均门店数量（个）	358	291	227	185
收费互动活动场次（场）	21,233	49,990	35,683	17,890
平均每店年收费活动场次（场/年）	59	172	157	97
互动活动收入（万元）	1,244.86	3,293.90	2,273.11	709.03
收费互动活动订单量（万单）	59.91	146.65	107.81	51.92
平均单笔订单金额（元）	20.78	22.46	21.08	13.66

报告期内，公司月均门店数量由 2017 年的 185 家上升 2020 年 1-6 月的 291 家；收费活动场次由 2017 年的 1.78 万场上升到 2019 年的 5 万场，2020 年 1-6 月受疫情影响因素，门店营业暂缓，收费活动场次有所下降；随着公司门店数量的持续增加以及收费活动场次的逐年增加，公司互动活动订单和收入也逐年增长。

报告期内，为增强客户黏性，提升购物体验，公司创新性采用“商品+服务+社交”的运营模式，在提供母婴商品及服务的基础上，以情感为纽带，以线下活动为社交载体，通过门店或线上举办包括新妈妈学院、爬爬赛、成长印记在内的各类互动活动，为新家庭构建多样化的互动社区。

报告期内，随着门店数量的持续增加以及公司品牌效应的稳步提升，互动活动场次逐年增加，订单量也相应递增，平均单笔订单金额在 13-23 元之间。因此，报告期内互动活动增长较快，与门店数量、举办活动的次数相匹配。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

1、了解公司各类服务收入确认方法，分析是否符合《企业会计准则》；

2、了解母婴服务销售收入业务流程，执行穿行测试和控制测试，评价收入流程内部控制的有效性；

3、将业务系统中记录的订单销售明细总额与财务账面记录核对，了解差异形成原因以及合理性；

4、执行分析性复核程序，包括分类别同期波动对比、毛利率分析、分区域收入波动分析等；

5、分别线上和线下订单结合重要性原则和随机抽样原则抽取样本，核对销售订单、收款记录 ，执行细节测试。同时选取部分月份所有门店订单全量核查销售细节，包括核对业务系统的服务订单记录和收款总额与财务账面记录的一致性、追查至各类型收款方式下的原始收款凭据（收银日报表、现金银行存款记录、POS 机收款水单、第三方支付平台提款银行水单以及银行对账单等）；

线上及线下母婴商品销售及母婴服务收入两类收入占公司 2017 年至 2020 年 1-6 月主营业务收入的比例分别为 97.98%、95.80%、94.14%和 93.40%，对 2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月线上线下销售及服务收入的整体细节核查比例分别为 17.06%、25.65%、23.02%、38.78%。

6、获取并查阅了报告期内发行人收费会员明细表，向发行人了解会员卡内各项履约义务的实质，核查会员卡内各项履约义务的收入确认时点、交易价格分摊方式的合理性；结合售卡数量、会员卡内会员服务履行情况对收费会员收入快速增长进行合理性分析；

7、获取并查阅了报告期内收费会员的地区分布情况、注册时间分布情况分析表、缴费分布情况分析表；

8、获取并查阅了发行人报告期内互动活动明细表、门店数量、举办活动场次等，分析互动收入快速增长的合理性；

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，发行人收费会员收入快速增长的原因具有合理性，定价政策没有发生变化；会费收入确认时点和依据具有合理性；不存在调节收入或跨期的情形；会费收入与会员人数相匹配，会员注册时点、缴费时点及注册地点不存在异常集中情形；互动活动收入快速增长与门店数量、举办活动次数的匹配情况合理。

2、报告期内发行人母婴服务收入确认不存在异常。核查程序有效、充分。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人收费会员定价政策未发生变化；会费收入确认时点合理、依据充分；发行人收费会员收入不存在调节收入或跨期的情形；发行人披露的会费收入与会员人数的匹配情形，会员注册时点、缴费时点及注册地点的信息，以及互动活动收入快速增长与门店数量、举办活动次数信息与我们了解的情况一致；报告期内发行人母婴服务收入确认的会计处理恰当。

问题十六、关于其他业务收入

申报材料显示，其他业务收入包括招商业务收入、软件业务收入等。请发行人补充披露：

（1）招商业务收入主要对应的门店及其对手方信息，租赁期限的约定；该业务可持续性，对手方是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。

（2）软件业务收入对应的软件内容，是否涉及客户个人信息隐私；相关软件著作权信息，开发成本，客户信息及其向发行人采购的合理性、价格公允性；客户是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工；该业务收入的可持续性，是否作为非经常性损益处理及其依据，软件业务收入与软件增值税退税金额的匹配情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）招商业务收入主要对应的门店及其对手方信息，租赁期限的约定；该业务可持续性，对手方是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/3、其他业务收入构成及变化分析”中进行了补充披露。

报告期内，公司前五大招商客户实现的收入、主要对应的门店或仓库、对手方信息、租赁期限等情况如下：

（1）2020 年 1-6 月

单位：万元

客户名称	收入	占比	主要对应门店/仓库	租赁期限	金额
上海安能聚创供应链管理有限公司	375.67	12.16%	南京大仓	2019/09/22 至 2021/09/21	375.67
上海鸣阳水族用品	192.30	6.22%	昆山超华店	2019/11/01 至 2022/10/31	10.60

有限公司			泰州万达店	2020/01/01 至 2020/12/31	9.15
			石家庄裕华万达店	2019/02/01 至 2021/01/31	6.35
			淮安万达店	2020/01/01 至 2020/12/31	4.58
			长沙奥克斯店	2019/06/25 至 2020/06/30	4.57
黑龙江飞鹤乳业有限公司	158.66	5.13%	济南中心仓店	2020/04/20 至 2021/04/30	158.66
深圳新曲线投资管理有限公司	134.33	4.35%	重庆星光店	2018/05/01 至 2021/04/30	16.72
			杭州东新路店	2016/08/04 至 2024/09/30	14.79
			杭州城西银泰店	2018/10/01 至 2023/04/30	12.51
			重庆揽胜店	2016/09/01 至 2021/08/31	10.71
			无锡京东广场店	2017/11/01 至 2020/10/31	10.49
江苏宇晟健康管理有限公司	48.22	1.56%	淮安万达店	2019/05/01 至 2022/04/30	12.57
			南京大观店	2019/10/01 至 2024/09/30	12.15
			镇江万达店	2019/10/01 至 2024/09/30	9.33
			淮安茂业店	2019/06/01 至 2022/05/31	7.08
			南京彩虹店	2019/04/01 至 2022/03/31	7.08
合计	909.18	29.42%	-	-	683.01

注：上表列示为前五大招商客户对应的主要门店，下同。

（2）2019 年

单位：万元

客户名称	收入	占比	主要对应门店/仓库	租赁期限	金额
深圳新曲线投资管理有限公司	308.33	4.75%	重庆星光店	2018/05/01 至 2021/04/30	38.73
			杭州城西银泰城店	2018/10/01 至 2023/04/30	27.26
			唐山路南万达店	2015/10/01 至 2020/09/30	26.25
			青岛李沧万达店	2015/05/08 至 2020/05/07	26.09
			杭州中大银泰店	2014/11/21 至 2024/09/30	24.03
上海安能聚创供应链管理有限公司	287.64	4.44%	南京大仓	2019/09/22 至 2021/09/21	287.64
上海鸣阳水族用品有限公司	255.77	3.94%	石家庄裕华万达店	2019/02/01 至 2020/01/31	10.43
			常州吾悦广场店	2019/05/01 至 2020/04/30	7.64
			杭州中大银泰店	2019/03/24 至 2020/09/03	6.32
			郑州二七万达店	2018/11/22 至 2019/11/30	6.29
			南京栖霞招商花园店	2018/12/01 至 2019/11/30	6.26
武汉念青教育科技有限公司	145.90	2.25%	武汉菱角湖店	2014/06/10 至 2022/06/09	109.28
			武汉永旺店	2014/12/01 至 2019/11/30	36.62
上海兰堡文化传播有限公司	135.25	2.09%	上海中原店	2018/05/01 至 2023/04/30	86.24
			上海松江万达店	2016/07/01 至 2022/06/30	49.01
合计	1,132.89	17.47%	-	-	748.09

（3）2018 年

单位：万元

客户名称	收入	占比	主要对应门店	租赁期限	金额
北京乐柏教育咨询有限公司	318.46	5.60%	南京弘阳广场店	2017/03/01 至 2018/06/30	108.14
			重庆星光时代店	2016/10/28 至 2019/10/27	96.96
			合肥包河万达店	2015/12/23 至 2020/12/22	86.90
			重庆揽胜国际店	2015/06/06 至 2020/06/05	26.46
深圳新曲线投资管理有限公司	252.35	4.44%	唐山路南万达店	2015/10/01 至 2020/09/30	27.23
			重庆星光时代店	2018/05/01 至 2021/04/30	25.12
			杭州中大银泰店	2014/11/21 至 2024/09/30	24.80
			重庆揽胜国际店	2016/09/01 至 2021/08/31	22.44
			萧山恒隆广场店	2017/09/01 至 2020/08/30	19.04
南京卓培教育信息咨询有限公司	190.31	3.35%	南京建邺万达店	2013/09/16 至 2018/12/31	190.31
上海语睿教育信息咨询有限公司	159.57	2.81%	苏州繁华店	2015/03/10 至 2021/03/09	42.81
			无锡万象城店	2015/01/15 至 2021/01/14	42.63
			南通文峰广场店	2015/04/01 至 2020/03/31	26.92
			常州吾悦广场店	2014/07/01 至 2018/04/30	23.36
			合肥欢乐颂店	2017/08/29 至 2018/04/30	16.56
安徽乖乖兔儿童摄影有限公司	133.20	2.34%	合肥包河万达店	2016/03/01 至 2019/02/28	37.71
			合肥天鹅湖店	2017/01/01 至 2019/12/31	32.96
			六安万达店	2017/03/01 至 2020/02/29	23.90
			合肥欢乐颂店	2017/08/29 至 2018/11/28	15.99
			合肥桐城路店	2016/07/06 至 2019/07/05	9.99
合计	1,053.88	18.54%	-	-	900.23

（4）2017 年

单位：万元

客户名称	收入	占比	主要对应门店	租赁期限	金额
北京乐柏教育咨询有限公司	412.85	8.33%	南京弘阳广场店	2017/03/01 至 2018/06/30	170.54
			重庆星光时代店	2016/10/28 至 2019/10/27	93.57
			合肥包河万达店	2015/12/23 至 2020/12/22	82.73
			重庆揽胜国际店	2015/06/06 至 2020/06/05	38.68
			南京弘阳广场店	2013/03/01 至 2017/02/28	27.33
上海语睿教育信息咨询有限公司	316.59	6.39%	常州吾悦广场店	2014/07/01 至 2018/04/30	73.45
			合肥欢乐颂店	2014/08/29 至 2018/04/30	52.67
			无锡万象城店	2015/01/15 至 2018/01/14	50.68
			苏州繁花店	2015/03/10 至 2021/03/09	40.02
			无锡广益路店	2014/07/01 至 2017/06/30	33.01
南京卓培教育信息咨询有限公司	191.84	3.87%	南京建邺万达店	2013/09/16 至 2018/12/31	191.84
南京东方爱婴婴幼儿保育有限公司	173.84	3.51%	南京建邺万达店	2013/07/19 至 2017/09/15	91.71
			南京弘阳广场店	2013/10/01 至 2018/09/30	82.14
安徽乖乖兔儿童摄	135.89	2.74%	合肥包河万达店	2016/03/01 至 2019/02/28	37.08

影有限公司			合肥天鹅湖店	2017/01/01 至 2019/12/31	31.64
			六安万达店	2017/03/01 至 2020/02/29	19.79
			合肥欢乐颂店	2014/08/29 至 2018/11/28	10.28
			芜湖柏庄时代店	2016/10/01 至 2018/07/31	10.12
合计	1,231.01	24.84%	-	-	1,137.27

报告期内，公司前五大招商客户实现的收入占招商收入的比例分别为24.84%、18.54%、17.47%、29.42%，2017 年-2019 年公司前五大招商客户收入比例逐年下降，2020 年 1-6 月上升，主要原因：2020 年上半年受疫情影响，公司各门店给予第三方异业招商客户不同程度的免租优惠，使得单一招商客户收入下降；公司将自有仓库中闲置部分租赁给上海安能聚创供应链管理有限公司，将济南中心仓中的闲置部分租赁给品牌合作方黑龙江飞鹤乳业有限公司，上述两家的租金收入不存在免租减免，招商收入金额相对上升，因此 2020 年 1-6 月前五大招商收入占比上升。

公司招商收入主要系门店租赁产生。公司门店遍布全国，招商客户鉴于公司多年经营产生的品牌效应、顾客流量等因素，与公司进行合作，共同打造母婴产业链生态体系，报告期内招商收入稳定增长，业务具有可持续性。

上述招商客户中，除上海安能聚创供应链管理有限公司为公司关联方（曾经的董事担任董事的公司）外，其余招商客户与公司不存在关联关系或其他利益安排，与公司股东或员工也不存在任何关联关系。

（二）软件业务收入对应的软件内容，是否涉及客户个人信息隐私；相关软件著作权信息，开发成本，客户信息及其向发行人采购的合理性、价格公允性；客户是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工；该业务收入的可持续性，是否作为非经常性损益处理及其依据，软件业务收入与软件增值税退税金额的匹配情况。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/3、其他业务收入构成及变化分析”中进行了补充披露。

1、软件业务收入对应的软件内容，是否涉及客户个人信息隐私

报告期内，软件销售收入为公司下属子公司上海童渠将自主研发的软件对外零星销售产生的收入。上海童渠主要负责公司各类软件及平台系统的开发，凭借

公司在零售行业的经验优势、数字化系统研发优势以及软件著作权优势等，上海童渠于 2019 年零星销售了自主研发的与零售相关的订单管理软件、全渠道门店运营软件、物流管理软件等软件产品，形成软件销售收入。**报告期内，发行人对外销售的软件产品均为办公应用型软件，不涉及客户个人信息隐私。**

2019 年，公司形成的软件销售收入情况如下：

单位：万元

客户名称	软件产品	销售收入
北京极智嘉科技有限公司	童渠订单管理软件 V1.0、童渠云货架软件 V1.0、童渠全渠道商务配送管理软件 V2.0、童渠物流计费软件 V1.0、童渠仓储配送管理软件 V1.0、童渠数字化运营软件	1,232.39
南京极智嘉机器人有限公司	童渠单据追踪管理软件 V1.0、童渠承运商管理软件 V1.0、	95.04
浙江汉朔电子科技有限公司	童渠订单管理软件 V1.0、全渠道门店运营 APP 软件 V1.0、互动活动系统软件 V1.0、商品租赁系统 V2.0、童渠全渠道商务配送管理软件 V2.0	683.19
深圳慧星远商业保理有限公司	童渠星保理平台软件 V1.0、童渠单据追踪管理软件 V1.0、童渠订单管理软件 V1.0	263.58
合计		2,274.20

2、相关软件著作权信息，开发成本，客户信息及其向发行人采购的合理性、价格公允性；客户是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工

报告期内，上述软件的著作权信息、开发成本情况如下：

单位：万元

软件名称	软件著作权登记号	开发成本
童渠单据追踪管理软件 V1.0	2019SR0776578	37.25
童渠订单管理软件 V1.0	2019SR0974252	117.02
童渠云货架软件 V1.0	2019SR0630527	841.32(该项开发成本为全套系统开发成本，含童渠云货架软件 V1.0、童渠互动屏管理平台软件 V1.0、童渠人脸应用软件 V1.0、童渠红包雨软件 V1.0、童渠积分商城管理软件 V1.0、童渠数字化运营软件 V1.0)
童渠数字化运营软件	2019SR0974372	
童渠承运商管理软件 V1.0	2019SR0794604	908.90
童渠全渠道商务配送管理软件 V2.0	2019SR0970557	
童渠物流计费软件 V1.0	2019SR1061342	
童渠仓储配送管理软件 V1.0	2019SR1052798	
全渠道门店运营 APP 软件 V1.0	2018SR359426	1,075.34(该项开发成本为全套系

		统开发成本，含全渠道门店运营APP 软件、孩子王电商营销活动系统软件)
互动活动系统软件 V1.0	2018SR199765	956.65
商品租赁系统 V2.0	2018SR199201	605.21
童渠星保理平台软件 V1.0	2018SR1023717	144.51

报告期内，上述软件客户的基本信息、采购的合理性、价格公允性及关联关系情况如下：

（1）北京极智嘉科技有限公司、南京极智嘉机器人有限公司

北京极智嘉系发行人曾经的董事担任董事的公司，因此北京极智嘉及其下属企业南京极智嘉均为发行人的关联方。北京极智嘉、南京极智嘉的基本情况、采购的合理性及价格公允性情况，参见“问题六/一/（一）/1/（3）北京极智嘉、南京极智嘉”、“问题六/一/（一）/2/（3）与北京极智嘉的关联交易情况”的回复。

（2）浙江汉朔电子科技有限公司

公司名称	**浙江汉朔电子科技有限公司**
成立日期	**2012年9月14日**
注册地址	**浙江省嘉兴市秀洲区康和路1288号嘉兴光伏科创园1号楼1层裙楼和4层、5号楼7层**
注册资本	**10,951.0717万元**
法定代表人	**侯世国**
企业类型	**有限责任公司(自然人投资或控股)**
经营范围	**电子价签、智能货架、自助收银机、智能设备、计算机硬件及辅助设备、通讯设备的研发、生产及销售；软件开发、销售；企业管理咨询；设计、制作、代理、发布国内各类广告；从事进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）**
统一社会信用代码	**913304110542237527**
股权结构	**北京汉朔科技有限公司 26.1458%，杭州创乾投资合伙企业（有限合伙） 14.5791%，北京君联成业股权投资合伙企业（有限合伙） 7.7756%，北京君联慧诚股权投资合伙企业（有限合伙） 7.7756%，侯世国 6.1029%，其他小股东 37.62%**

汉朔科技成立于 2012 年，主要服务于传统零售、新零售、百货时尚、医药健康、文化娱乐等领域，提供电子价签产品及数字化门店解决方案。汉朔科技

自 2018 年开始与公司合作，主要为公司提供包括电子价签在内的数字化门店升级服务。在合作过程中，汉朔科技基于孩子王在新零售行业数据中台的开发能力及优势，向公司购买了包括订单系统、门店运营系统、门店租赁系统等在内的相关软件产品，以增强其在软件开发方面的能力，从而更好的服务下游客户。

（3）深圳慧星远商业保理有限公司

深圳慧星远为发行人的关联方。深圳慧星远的基本情况、与发行人的关联关系情况参见“问题六/一/（二）/1、请披露“重要合作方”的具体内涵，认定其为关联方的合理性”的回复。

深圳慧星远主要从事保理业务，其采购公司的软件系统主要应用于供应链金融保理业务，上述系统可实现供应商融资额度的开通申请、融资申请审批、贷款展期操作及全部订单管理，具有合理性。

报告期内，公司软件定价原则系在综合考虑开发成本的基础上，由双方协商定价，同类单一软件产品向不同主体的销售价格不存在显著差异，具体情况如下：

序号	软件名称	销售的公司名称	关系	单价（万元）
1	订单管理系统	浙江汉朔电子科技有限公司	非关联方	106.19
		深圳慧星远商业保理有限公司	关联方	101.77
		北京极智嘉科技有限公司	关联方	109.73
2	单据追踪系统	深圳慧星远商业保理有限公司	关联方	19.47
		南京极智嘉机器人有限公司	关联方	21.24
3	全渠道商务配送管系统	浙江汉朔电子科技有限公司	非关联方	389.38
		北京极智嘉科技有限公司	关联方	400.35

综上，结合公司的软件销售定价原则，公司针对不同客户（包括关联方和非关联方）的同类软件遵循了同一定价原则，价格差异小，公司对外销售的软件产品定价公允。

3、该业务收入的可持续性，是否作为非经常性损益处理及其依据，软件业务收入与软件增值税退税金额的匹配情况

报告期内，公司的软件销售收入均来自于子公司上海童渠。上海童渠成立于 2015 年，主要负责公司各类软件及平台系统的开发，其经营范围中包含了“从事信息科技、网络科技技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转

让，软件开发，计算机系统集成”等业务。

2019 年，凭借公司在零售行业的经验优势、数字化系统研发优势以及软件著作权优势等，上海童渠根据客户需要对外零星销售了自主研发的与零售相关的订单管理软件、全渠道门店运营软件、物流管理软件等软件产品，形成软件销售收入。考虑到上述业务类型属于上海童渠的主营业务，该业务具有可持续性，不属于非经常性损益。未来，此项业务的发展情况取决于上海童渠自身发展战略、市场环境及业务合作机会，随着上海童渠研发技术实力的不断提升，公司对其战略定位的变化，上海童渠有能力继续为其他外部客户提供零售相关软件的研发、销售。

报告期内，公司软件收入与软件增值税退税金额的匹配情况如下：

项目	2019 年
软件销售收入（万元）	2,274.20
退税比例	7.44%
应收增值税退税金额（万元）	169.31
实际取得的增值税退税金额（万元）	169.31

2019 年，公司对外销售软件产品实现的收入金额为 2,274.20 万元。根据增值税即征即退政策，公司自行开发的软件产品可以按税率（2019 年 1-3 月为 16%，2019 年 4 月 1 日后为 13%）征收增值税后，对其增值税实际税负（扣除进项税后）超过 3%的部分实行即征即退政策，公司上述软件产品对应的增值税退税与软件收入相匹配。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、针对问题（一）的核查程序

（1）了解招商收入业务流程，执行穿行测试和控制测试，评价收入流程内部控制的有效性；

（2）将系统中记录招商收入明细与财务账面记录核对；

（3）执行分析性复核程序，包括同期波动对比、毛利率分析、客户分析等；

（4）结合重要性原则和随机抽样原则抽取样本，核对租赁合同、收款记录和发票等执行细节测试；测试租赁收入计算的准确性和完整性；

（5）了解发行人招商收入确认方法，分析是否符合会计准则；

（6）对招商收入客户进行走访、视频访谈、函证。报告期内，访谈涉及招商收入的客户共计 16 家；2017 年-2018 年函证 30 家；2019 年函证 45 家；2020 年 1-6 月函证 31 家；报告期内函证及访谈覆盖收入比例为 42.24%、39.48%、42.67%、38.16%。

保荐机构具体核查情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
招商收入（不含税）	3,090.57	6,484.52	5,682.99	4,956.63
发函金额	1,179.32	2,766.88	2,243.37	2,093.90
发函比例	38.16%	42.67%	39.48%	42.24%
回函确认金额	1,179.32	2,766.88	2,243.37	2,093.90
回函确认比例	38.16%	42.67%	39.48%	42.24%
访谈覆盖收入金额	764.10	1,344.39	1,236.87	1,280.00
访谈覆盖收入比例	24.72%	20.73%	21.76%	25.82%
访谈及函证覆盖收入金额占比（不重复计算）	38.16%	42.67%	39.48%	42.24%

（7）通过访谈、检索全国企业信用公示系统、企查查等网站，了解并验证主要招商客户与发行人是否存在关联关系等情形，复核发行人财务报表附注，判断检查招商业务关联交易是否在财务报表中恰当披露。

2、针对问题（二）的核查程序

（1）获取公司软件销售相关的合同、收款记录和发票进行核对，向发行人了解软件销售定价政策；

（2）对软件销售收入客户进行访谈、函证，报告期内覆盖软件销售比例为 100%；

（3）对软件销售相关税金进行测试，并分析软件增值税退税金额与发行人软件收入的匹配程度；

（4）检查软件产品对应的软件著作权证书，核实是否为公司拥有；

（5）检查公司软件研发成本归集明细表；

（6）通过访谈、检索全国企业信用公示系统、企查查等网站，了解并验证软件客户与发行人是否存在关联关系等情形，复核发行人财务报表附注，判断检查软件销售关联交易是否在财务报表中恰当披露；

（7）核对工商营业范围，分析软件销售业务的性质，向发行人询问了解该业务的发展计划及可持续性，按照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1 号——非经常性损益》（证监会公告[2008]43 号）判断发行人软件销售收入是否属于非经常性损益。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人招商收入确认真实、准确，招商客户中，除已披露关联方外，其他招商客户与公司不存在关联关系或其他利益安排，与公司股东或员工也不存在任何关联关系；

2、发行人软件收入确认真实、准确，软件业务收入对应的软件内容不涉及客户个人信息隐私；客户向发行人采购软件产品具有合理性、双方价格公允；软件客户中，除已披露的关联关系外，客户与发行人不存在其他关联关系和利益安排，客户未曾任或现任发行人股东；上述软件业务具有可持续性，不属于非经常性损益；上述软件业务收入与软件增值税退税金额相匹配。

经核查，申报会计师认为：报告期内，招商业务关联交易已在报表中恰当披露；软件销售价格具有公允性；软件销售关联交易已在报表中予以恰当披露；软件销售收入具有可持续性，不属于非经常性损益；软件增值税退税金额与软件收入匹配。

问题十七、关于线上平台销售

申报材料显示，报告期发行人线上平台销售金额分别为 25,800.29 万元、36,160.52 万元、54,852.31 万元，占主营业务收入比分别为 4.98%、5.47%、6.73%，占比逐步提升。请发行人补充披露线上平台销售的各类产品的构成及金额，构成和单价与发行人整体比较是否存在显著差异，原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。请保荐人、申报会计师披露 IT 审计相关工作中对线上销售执行的核查程序、范围、关注事项、结论等，订单金额和用户年销售额按照金额大小的分层统计情况；对收货地址、下单时间、支付账号、主要销售产品的核查是否发现异常情形；IT 审计相关工作中对线下销售、会员管理、门店管理、存货管理的核查程序、范围、关注事项、结论等；线上线下是否存在“刷单”、异常特征客户、异常特征交易等情形。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/（2）主营业务收入按业务区域划分”中进行了补充披露。

1、线上平台销售收入变动分析

报告期内，发行人线上平台销售金额分别为 25,800.29 万元、36,160.52 万元、54,852.31 万元、33,885.13 万元，占主营业务收入比分别为 4.98%、5.47%、6.73%、8.88%，占比逐步提升。

报告期内，公司线上平台销售收入中各类产品/服务的构成及金额情况如下表所示：

单位：万元

商品/服务类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
奶粉	9,369.83	27.65%	12,240.61	22.32%	8,743.75	24.18%	7,963.17	30.86%
纸尿裤	5,467.24	16.13%	9,914.35	18.07%	9,651.22	26.69%	8,628.72	33.44%
洗护用品	5,493.70	16.21%	7,380.43	13.46%	5,078.29	14.04%	4,328.17	16.78%
零食辅食	1,789.43	5.28%	1,553.31	2.83%	1,306.55	3.61%	975.22	3.78%

玩具	402.7	1.19%	718.7	1.31%	907.89	2.51%	695.04	2.69%
内衣家纺	475.2	1.40%	4,589.94	8.37%	1,372.84	3.80%	370.79	1.44%
外服童鞋	79.32	0.23%	819.41	1.49%	585.15	1.62%	471.11	1.83%
车床椅	230.96	0.68%	637.82	1.16%	225.8	0.62%	113.08	0.44%
营养保健	394.76	1.16%	515.39	0.94%	398.77	1.10%	267.09	1.04%
文教智能	33.04	0.10%	174.82	0.32%	94.03	0.26%	84.06	0.33%
小计	23,736.19	70.05%	38,544.80	70.27%	28,364.29	78.44%	23,896.45	92.62%
母婴服务	5,071.03	14.97%	13,324.04	24.29%	6,502.16	17.98%	1,510.84	5.86%
供应商服务	2,250.57	6.64%	2,983.47	5.44%	1,294.08	3.58%	393.00	1.52%
平台服务	2,827.35	8.34%	-	-	-	-	-	-
线上平台合计	33,885.13	100.00%	54,852.31	100.00%	36,160.52	100.00%	25,800.29	100.00%

报告期内，公司线上母婴商品销售以奶粉、纸尿裤、洗护用品和零食辅食为主，上述商品合计占线上母婴商品销售收入的比例为91.63%、87.36%、80.66%和93.19%，其中2019年上述品类收入占比有所下降，主要系2019年公司大力推广品牌小棉被等商品的线上销售，使得该品牌收入增长超过2,000万元，从而带动内衣家纺品类收入占比整体上升。报告期内，线上商品销售收入构成与整体母婴商品销售收入构成不存在显著差异。

报告期内，公司母婴商品销售收入占线上全部销售收入的比例持续下降，主要系因为母婴服务收入、供应商服务收入上升导致。线上母婴服务收入占比较高，主要系消费者一般会通过线上下单购买童乐园游乐卡、黑金卡、互动活动、育儿服务等。线上供应商服务收入主要与会员开发、线上推广宣传相关的服务，该类收入占比较小。2020年上半年，为进一步打造母婴产业生态体系，公司通过下属子公司上海童渠自主运营各类线上平台，并为入驻平台的母婴品牌商、经销商、周边服务机构提供平台服务业务，该类业务也作为线上收入的一部分。

报告期内，母婴商品线上收入对应单价与各类商品整体单价情况对比如下：

单位：元

商品/服务类别	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	线上单价	整体单价	线上单价	整体单价	线上单价	整体单价	线上单价	整体单价
奶粉	220.73	249.56	209.34	244.82	183.76	212.99	178.50	198.55
纸尿裤	90.42	88.95	83.26	86.14	79.81	87.95	92.72	93.41
洗护用品	9.92	20.08	10.01	16.92	19.70	21.32	22.94	20.83
零食辅食	24.60	21.42	19.71	19.42	21.60	18.83	22.42	16.94
玩具	109.87	77.03	70.03	61.58	50.30	66.64	55.15	60.92

内衣家纺	25.51	59.17	24.63	70.71	25.35	86.53	56.29	84.74
外服童鞋	60.95	126.01	38.21	103.74	62.32	103.56	83.14	97.41
车床椅	248.27	547.42	149.05	576.23	122.77	460.86	114.99	530.33
营养保健	148.87	156.15	128.43	140.91	123.66	134.23	126.24	137.04
文教智能	49.40	65.75	61.63	70.81	33.88	76.31	49.56	37.19

报告期内，公司奶粉、纸尿裤等标准化商品线上线下价格趋同，而其他非标准化商品线上价格与发行人整体平均价格相比较低，主要原因为：（1）线上商品的销售结构不同，消费者在进行线上购物时会对比其他电商平台价格，因此同类商品一般会选择具有价格优势的进行选购，同时，对于单价较高的商品如车床椅，消费者仍习惯于从线下购买；（2）公司线上线下活动推广宣传力度存在差异。

具体而言，2019 年至 2020 年 1-6 月，洗护用品线上单价明显低于整体单价，主要原因为上述期间公司洗护用品中单价较低的纸品类商品占比提升；2019 年至 2020 年 1-6 月，公司玩具类商品线上单价高于线下单价，主要受公司玩具品牌调整因素的影响，公司于 2019 年开始线上主推单价较高的玩具类品牌商品，线上单价提升；报告期内，公司内衣家纺线上单价较整体单价相比较低，主要是由于线上销售的商品细分类别单价相对较低，以及内衣家纺线上活动折扣力度较大导致；报告期内，公司外服童鞋线上单价较整体单价相比较低，主要是由于外服童鞋线上线下商品销售结构本身存在差异，线上商品销售折扣活动较多，单价较低；报告期内，车床椅类商品线上价格低于线下价格，主要是由于线上销售的车床椅类商品主要为低价伞车以及配件等，导致线上价格较低；报告期内，公司文教智能线上价格在 2017 年高于整体价格，但之后低于整体价格，主要原因为：2017 年，米兔品牌线上销售占比高，单价较高，拉高了线上整体单价；2018 年，壹百分品牌线上销售占比提升，线上单价较低的商品销量高；2020 年上半年，UYEH 品牌在线上推广早教机器人、儿童智能手表等商品，因此类商品单价较高，使得线上整体单价提升。

综上，线上商品销售单价与公司整体相比较低，符合顾客的消费习惯，具有合理性。

2、线上平台母婴商品订单情况分析

报告期内，公司线上平台母婴商品订单按照金额大小的分层统计，以及按

年销售额分层统计情况如下表所示：

（1）公司线上平台母婴商品订单按照金额大小的分层统计情况

单位：万元

层级（元）	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
0-500	27,083.73	55.17%	43,377.27	67.71%	31,573.46	67.69%	27,840.47	69.99%
500-1,000	9,341.60	19.03%	12,072.01	18.84%	9,056.63	19.42%	6,618.61	16.64%
1,000-2,000	9,612.21	19.58%	6,776.95	10.58%	5,216.71	11.18%	4,219.35	10.61%
2,000-5,000	2,895.40	5.90%	1,659.41	2.59%	668.04	1.43%	907.87	2.28%
5,000-15,000	133.99	0.27%	102.59	0.16%	75.65	0.16%	48.03	0.12%
>15,000	24.70	0.05%	77.69	0.12%	52.37	0.11%	145.37	0.37%
合计	49,091.64	100.00%	64,065.93	100.00%	46,642.86	100.00%	39,779.70	100.00%

根据上表，公司线上平台母婴商品订单按照订单实付金额大小统计，单笔订单实付金额分布主要在 0-500 元区间，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别占比 69.99%、67.69%、67.71%和 55.17%，整体分布合理。

（2）公司线上平台母婴商品订单按照用户年销售额的分层统计情况

单位：万元

层级（元）	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
0-500	12,343.53	25.14%	15,259.85	23.82%	10,610.99	22.75%	8,103.03	20.37%
500-1,000	8,830.36	17.99%	11,407.00	17.81%	8,210.49	17.60%	6,433.79	16.17%
1,000-2,000	11,294.90	23.01%	13,159.66	20.54%	10,142.30	21.74%	8,189.36	20.59%
2,000-5,000	10,838.67	22.08%	14,503.38	22.64%	11,946.91	25.61%	9,852.03	24.77%
5,000-15,000	5,169.97	10.53%	8,091.73	12.63%	5,148.97	11.04%	5,788.32	14.55%
>15,000	614.21	1.25%	1,644.31	2.57%	583.19	1.25%	1,413.18	3.55%
合计	49,091.64	100.00%	64,065.93	100.00%	46,642.86	100.00%	39,779.70	100.00%

根据上表，公司母婴商品线上平台订单按照用户年实付金额大小统计，不存在异常。其中，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分布在 0-1,000 元区间的占比分别为 36.54%、40.35%、41.63%、43.13%；分布在 1,000-5,000 元区间的占比分别为 45.35%、47.36%、43.18%和 45.09%，整体分布合理。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）IT 审计相关工作中对线上销售执行的核查程序

保荐机构及申报会计师针对线上销售的核查程序，参见本回复意见之“问题十四”、“问题十五”中有关母婴商品销售收入和母婴服务收入的相关程序。IT审计相关工作执行的程序如下：

1、线上销售收入。针对线上销售中的IT审计相关工作所做程序如下：

核查程序及范围：

（1）网页浏览量与订单数量的匹配性分析：对公司的每月网页浏览量和每月订单数量进行趋势匹配性分析,评估两个指标之间是否存在不合理的趋势匹配。若存在异常情况，则获取进一步的信息和证据，以判断异常趋势波动的合理性。

（2）物流承运量与订单数量的匹配性分析：对评估期间内公司的每月由大仓或门店发货的订单数量和每月物流承运量进行趋势匹配性分析，以评估每月订单数量与每月物流承运量之间是否存在不合理的趋势匹配。若存在异常情况，则获取进一步的信息和证据，以判断异常趋势波动的合理性。

（3）付费用户下单时间段分布分析：统计付费用户的累计订单金额和累计订单数量的时间段分布，以分析付费用户的消费行为是否符合正常合理的作息时间。按月统计并检查评估期间内付费用户的累计订单金额和数量在各个时间段的分布情况，以分析付费用户的订单数据是否在某一期间内出现异于整体趋势的波动。若存在异常情况，则获取进一步的信息和证据，以判断异常趋势波动的合理性。

（4）下单IP地址分析：统计在评估期间内所有通过公司在使用的或者历史上使用过的IP地址进行消费的线上订单及扫码购订单，计算该等订单的合计订单金额和合计订单数量占评估期间内所有线上订单及扫码购订单的累计订单金额和累计订单数量的比例，并判断上述计算得出的占比是否处于正常范围内。

（5）下单IP地址聚集性分析：检查评估期间内是否存在通过单一IP地址进行异常的大量下单且大额消费的情况，并结合其他各项分析程序所识别出的潜在异常付费会员进行进一步分析。

（6）收件信息的聚集性分析：检查评估期间内线上订单和扫码购邮寄订单中，是否存在归属于同一收件人及收货地址的线上订单或扫码购邮寄订单的汇总

金额异常高的情况，对识别出的潜在异常订单，进一步获取支持性证据以判断潜在异常订单存在的合理性。

（7）会员消费金额分布分析

统计了评估范围内的会员消费金额分布，以描绘评估范围内主要付费会员群体的会员消费行为特征，并根据行业经验，评估消费金额分布数据是否符合零售行业的会员消费行为特征。

（8）系统一般控制及应用控制评估

对电子商务系统、收入管理系统、订单结算中心、商家平台分账系统评估期间内的逻辑访问管理、程序变更管理和其他运维管理进行了测试；并对订单信息与收入之间的应用控制进行评估测试。

关注事项：核查过程中，主要关注了网页浏览量与订单数量的匹配性、物流承运量与订单数量的匹配性、付费用户下单时间段分布情况、下单 IP 地址聚集性、订单收件信息的聚集性是否有异常情况等；关注线上订单金额和用户年销售额按照金额大小的分层统计情况；关注收货地址、下单时间、支付账号、主要销售产品是否存在异常。

（二）IT 审计相关工作中对线下销售、会员管理、门店管理、存货管理的程序、范围及关注事项

保荐机构及申报会计师针对线下销售的核查程序，参见本回复意见之“问题十四”、“问题十五”中有关母婴商品销售收入和母婴服务收入的核查程序。针对线下销售、会员管理、门店管理、存货管理中的 IT 审计相关工作所做程序、范围及关注事项如下：

1、线下销售及门店管理核查

核查程序及范围：

（1）门店订单数量与新增会员数量的匹配性分析

对公司的每月门店订单数量和每月门店新增会员数进行趋势匹配性分析，以评估每月门店订单数量与每月门店新增会员数之间是否存在不合理的趋势匹配；

若存在异常情况，则获取进一步的信息和证据，以判断异常的趋势波动的合理性；

（2）门店退货率分析

针对评估期间内门店每月的退货订单数量占比进行统计，对识别出的门店每月退货的潜在异常值进行追踪，并查阅订单明细数据，以进一步获取支持性证据来判断线下门店每月退货的潜在异常值的合理性；

（3）门店下单及注册聚集性分析

针对门店在同一天大量注册会员或下单行为进行统计分析，对识别出的潜在异常门店付费用户群体进行追踪，并查阅门店明细数据，以进一步获取支持性证据来判断潜在异常行为的合理性；

（4）门店下单时间间隔分析

统计评估期间内所有门店的各笔订单之间的下单时间间隔，以分析评估期间内是否存在门店订单的下单时间间隔显著低于合理的下单时间间隔水平的异常情况；若存在门店订单的下单时间间隔显著低于合理的下单时间间隔水平，则进一步获取支持性证据来判断门店订单的下单时间间隔显著低的合理性；

（5）系统一般控制及应用控制评估

对电子商务系统、订单结算系统和收入管理系统评估期间内的逻辑访问管理、程序变更管理和其他运维管理进行了测试；并对订单信息与收入之间的应用控制进行评估测试。

关注事项：核查过程中，主要关注了门店下单的时间间隔和聚集性、退货率等是否有异常情况。

2、会员管理核查

核查程序及范围：

（1）会员日均下单数量分析

统计公司的每个付费会员在整个评估期间内的平均每日订单数量，并绘制评估期间内付费会员平均每日订单数量热力图。分析每个付费会员的分布情况，并

识别是否存在上述指标相较于整体平均水平异常高的付费会员。对于存在潜在异常行为的付费会员群体，结合其他各项分析程序所识别出的潜在异常付费会员进行进一步分析；

（2）会员平均每单消费金额分析

统计在评估期间内每个付费会员的平均每单消费金额，并绘制评估期间内孩子王的付费会员平均每单消费金额分布热力图。分析每个付费会员的平均每单消费金额分布情况，并识别是否存在上述指标相较于整体平均水平异常高的付费会员。对于存在潜在异常行为的付费会员群体，结合其他各项分析程序所识别出的潜在异常付费会员进行进一步分析；

（3）会员退货率分析

统计评估期间内整体付费会员的退货率，以识别是否存在单个会员退货率异常高的情况。对识别出的潜在异常付费会员，结合其他各项分析程序中所识别出的潜在异常付费会员进行进一步分析；

（4）会员下单时间间隔分析

统计评估期间内所有付费会员的各笔订单之间的下单时间间隔，以分析评估期间内是否存在付费会员的下单时间间隔显著低于评估期间内付费会员整体的下单时间间隔水平的异常付费会员；统计并检查评估期间内付费会员的各笔订单之间的下单时间间隔，以分析是否存在同一天的短时间内连续下单的潜在异常的付费会员。若存在潜在异常的付费会员，结合其他各项分析程序所识别出潜在异常付费会员进行进一步分析；

（5）系统一般控制及应用控制评估

对电子商务系统、会员管理系统和大数据平台评估期间内的逻辑访问管理、程序变更管理和其他运维管理进行了测试；并对会员数据与大数据平台之间的传输应用控制进行评估测试。

关注事项：在核查过程中，主要关注了会员行为指标是否存在异常的情况。

3、存货管理核查

核查程序及范围：对库存成本系统评估期间内的逻辑访问管理、程序变更管理和其他运维管理进行了测试；并对系统自动计算单位平均销售成本的应用控制进行评估测试。

关注事项：在核查过程中，主要关注了库存成本系统自动计算单位平均销售成本的准确性。

（二）IT 审计相关工作针对上述核查的结论

1、用户行为分析及运营指标趋势分析结论

基于上述核查程序，通过对公司核查范围内运营系统及财务系统中报告期内数据所进行的用户行为分析和运营指标趋势分析，确认在核查范围内运营系统及财务系统中记录的公司的财务和运营数据，在报告期内在重大方面未发现异常。

2、信息系统与运营数据核查整体结论

通过对报告期中公司的信息科技治理体系、核查范围内的包括主要运营系统和财务系统在内的信息系统的一般控制及应用控制的评估，以及相关信息系统中所实际记录的运营数据的数据质量检查、以及用户行为分析和运营指标趋势分析等多方面的核查工作，确认：

（1）公司已经在信息科技治理层面制定了相关的政策及制度，以保障信息系统的整体规划和稳定运行。

（2）已针对核查范围内信息系统在变更管理、访问管理和运维管理方面均设计和部署了适当的信息系统一般控制，并在实际运作中执行，能够支持公司业务运营管理和财务报告流程相关的系统运作需求。

（3）核查范围内信息系统已经设计和部署了相应的应用控制，已记录和留存的数据能够完整准确地记录公司的经营活动和财务管理过程。

（4）基于核查范围内信息系统所记录的数据所进行的用户行为分析和运营指标趋势分析，确认公司的记录基本完整，公司现有核查范围内信息系统的可靠性以及记录的公司运营数据在报告期内所有重大方面未发现异常。

（三）保荐机构及申报会计师核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，线上商品销售收入构成与整体母婴商品销售收入构成不存在显著差异；线上商品销售单价与公司整体相比较低，符合顾客的消费习惯，具有合理性。发行人线上商品销售订单金额和用户年销售额按照金额大小分层合理；发行人收货地址、下单时间、支付账号、主要销售产品等信息合理，不存在异常情形；

2、发行人针对会员管理的内部控制程序有效，会员消费行为合理、无异常情形；线上线下不存在刷单情形，无异常特征客户，不存在异常特征交易；发行人门店管理和存货管理相关内部控制程序健全、有效。

经核查，申报会计师认为：发行人披露的线上商品销售品类构成、金额、单价和按用户消费金额分层统计信息以及与整体销售信息的对比与我们了解的信息一致；通过执行 IT 审计程序对收货地址、下单时间、支付账号的数据分析以及其他核查程序，不存在“刷单”情形、以及异常特征客户、异常特征交易等重大异常情形；门店管理、会员管理、存货管理相关内控健全、有效。

问题十八、关于销售门店

申报材料显示，公司及其子公司共下设 363 家分公司进行直营门店运营。请发行人补充披露：

（1）全国门店数量分布与“主营业务收入按业务区域划分”的匹配情况，是否存在某区域门店平均收入显著异常情形，原因及合理性。

（2）报告期门店新增、退出、持续经营数量及其对应的营业收入及占比、门店平均收入，上述收入是否存在异常情形，原因及合理性。

（3）分别按照门店“营业收入金额大小”和“累计营业月数长短”，分层统计对应的门店数量、营业收入金额及占比，店均营业收入金额，上述分析结果与发行人业绩变动是否一致。

（4）报告期门店数量、营业面积、坪效收入的变动情况；与门店装修相关的长期待摊费用的构成情况，报告期平均门店装修费用、单位面积装修费用是否存在显著变动，原因及合理性；公司根据租赁期限和预计使用年限情况按照 5 年对装修费用进行摊销，该摊销年限是否符合实际经营情况，与同行业公司相比是否存在显著差异。

（5）报告各期前五大门店的经营情况、开业时间、地理位置、上次装修时间；营业收入金额及占主营业务收入的比例，报告期排名是否发生变化，原因及合理性；各项业务和产品的销售数量、营业收入金额及占比、毛利率情况，同一业务和产品的毛利率在前五大门店之间是否存在较大差异及其合理性；前五大门店的人员数量、薪酬费用、人均薪酬、薪酬费用占收入比例、人均创收，分析比较上述数据在前五大门店之间是否存在显著异常及其合理性；前五大门店装修费用、单位面积装修费用是否存在显著变动，是否与发行人整体水平存在较大差异及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第八节/九/（一）/2/（2）主营业务收入按业务区域划分”、“第八节/九/（一）/4、门店营业收入构成及变化分析”、“第五节/十七/（三）发行人员工薪酬情况”、“第八节/十/（一）/3/（5）长期待摊费用”中进行了补充披露。

（一）全国门店数量分布与“主营业务收入按业务区域划分”的匹配情况，是否存在某区域门店平均收入显著异常情形，原因及合理性。

报告期内，全国门店数量分布与“主营业务收入按业务区域划分”的匹配情况如下：

单位：万元、个

项目	2020年1-6月				2019年度			
	主营业务收入金额	占比	门店数量	占比	主营业务收入金额	占比	门店数量	占比
华东	203,956.82	53.48%	202	55.65%	442,124.71	54.24%	195	55.40%
西南	59,803.59	15.68%	54	14.88%	125,284.62	15.37%	52	14.77%
华中	41,322.03	10.83%	54	14.88%	101,070.24	12.40%	54	15.34%
华北	15,454.96	4.05%	14	3.86%	36,368.14	4.46%	14	3.98%
华南	16,921.60	4.44%	25	6.89%	35,427.12	4.35%	23	6.53%
西北	8,217.83	2.15%	12	3.31%	15,916.68	1.95%	12	3.41%
东北	1,835.13	0.48%	2	0.55%	4,116.61	0.51%	2	0.57%
线上平台	33,885.13	8.88%	-	-	54,852.31	6.73%	-	-
合计	381,397.09	100.00%	363	100.00%	815,160.43	100.00%	352	100.00%
项目	2018年度				2017年度			
	主营业务收入金额	占比	门店数量	占比	主营业务收入金额	占比	门店数量	占比
华东	367,249.87	55.56%	138	53.49%	300,859.51	58.04%	115	53.99%
西南	104,226.87	15.77%	42	16.28%	80,250.06	15.48%	34	15.96%
华中	83,786.06	12.68%	40	15.50%	63,800.70	12.31%	33	15.49%
华北	29,212.17	4.42%	13	5.04%	20,563.97	3.97%	11	5.16%
华南	25,238.85	3.82%	17	6.59%	15,898.93	3.07%	13	6.10%
西北	11,729.27	1.77%	6	2.33%	8,770.09	1.69%	5	2.35%
东北	3,396.34	0.51%	2	0.78%	2,434.28	0.47%	2	0.94%
线上平台	36,160.52	5.47%	-	-	25,800.29	4.98%	-	-
合计	660,999.96	100.00%	258	100.00%	518,377.83	100.00%	213	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要集中在华东、西南和华中地区，合计占公司各期主营业务收入的比重均在80%左右，与公司门店布局相匹配。其中，华东地区收入占比较高主要是因为公司以江苏南京为总部开设直营门店，并逐步向外

辐射，江苏地区门店开设时间早、销售规模大，门店数量多，对公司业绩贡献较高；华中、华南和西北地区 2018 年和 2019 年门店数量增长较快，再加上新开门店从开业到实现盈利需要一定的市场培育期，导致上述区域门店数量占比持续高于主营业务收入占比。

报告期内，各区域门店平均营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
华东	1,004.53	2,238.20	2,630.60	2,611.13
西南	1,113.60	2,423.76	2,501.27	2,382.33
华中	770.34	1,889.99	2,113.91	1,952.95
华北	1,119.76	2,643.82	2,286.25	1,898.45
华南	683.13	1,554.89	1,498.26	1,235.00
西北	688.05	1,330.65	1,961.01	1,757.84
东北	939.11	2,113.20	1,730.36	1,227.61
平均	957.40	2,152.03	2,414.92	2,318.82

注：门店平均营业收入=（各区域营业收入-各区域无法分到门店的收入）/门店数量

根据上表所示，报告期内，各区域门店平均收入存在一定差异，主要系因为各地区消费水平差异及新增门店数量变化导致，由于新开门店需要一定的市场培育期，因此当门店新增数量持续上升时，将在一定程度上影响门店平均收入。

华东、西南、华中和西北地区门店 2019 年平均收入均有所下降主要因为上述区域 2019 年分别新增门店 54 家、10 家、14 家和 6 家，增幅分别为 41.30%、23.81%、35.00%和 100.00%，且主要集中在四季度，导致当期门店平均收入下降；华北和东北地区平均门店收入持续上升，主要系因为在门店数量维持稳定的情况下，随着已有门店的不断成熟，门店平均收入也相应提升。

综上，报告期内，全国门店数量分布与“主营业务收入按业务区域划分”相匹配，不存在某区域门店平均营业收入显著异常的情形。

（二）报告期门店新增、退出、持续经营数量及其对应的营业收入及占比、门店平均收入，上述收入是否存在异常情形，原因及合理性。

报告期内，门店新增、退出、持续经营数量及对应的营业收入及占比、门店平均收入情况如下：

单位：万元、个

项目	2020年1-6月				2019年			
	门店数量	营业收入	占比	门店平均收入	门店数量	营业收入	占比	门店平均收入
持续经营门店	352	344,756.85	99.20%	979.42	256	720,981.44	95.18%	2,816.33
新开门店	11	2,779.93	0.80%	252.72	96	35,821.26	4.73%	373.14
退出门店	-	-	-	-	2	710.34	0.09%	355.17
合计	363	347,536.78	100.00%	957.40	352	757,513.04	100.00%	2,152.03
项目	2018年				2017年			
	门店数量	营业收入	占比	门店平均收入	门店数量	营业收入	占比	门店平均收入
持续经营门店	210	604,337.46	97.00%	2,877.80	171	475,110.98	96.19%	2,778.43
新开门店	48	17,089.36	2.74%	356.03	42	17,254.09	3.49%	410.81
退出门店	3	1,623.29	0.26%	541.10	3	1,544.01	0.31%	514.67
合计	258	623,050.11	100.00%	2,414.92	213	493,909.08	100.00%	2,318.82

注：期末合计门店数量不考虑退出门店数量

2017年至2019年，发行人持续经营门店数量不断上升，营业收入占门店总收入的比例维持在95%以上，门店平均收入较为稳定；新开业门店数量也逐年增加，门店平均收入有小幅波动，主要受当年新增门店的开业数量及运营期影响；报告期内，公司退出门店数量共计 8 家，占公司整体门店数量的比例很小，收入占比也较低。

报告期内，发行人门店新增、退出、持续经营数量及其对应的营业收入及占比、门店平均收入不存在异常情形。

（三）分别按照门店“营业收入金额大小”和“累计营业月数长短”，分层统计对应的门店数量、营业收入金额及占比，店均营业收入金额，上述分析结果与发行人业绩变动是否一致。

1、按营业收入金额分层统计情况

报告期内，按照门店“营业收入金额大小”分层统计对应的门店数量、营业收入金额及占比，店均营业收入金额情况如下：

单位：万元、个

项目	2020年1-6月				2019年			
	门店数量	收入	占比	店均收入	门店数量	收入	占比	店均收入
7,500万元以上	5	25,103.64	7.22%	5,020.73	7	79,114.38	10.44%	11,302.05

5,000-7,500 万元	7	20,248.57	5.83%	2,892.65	17	97,907.34	12.92%	5,759.26
2,500-5,000 万元	75	123,260.54	35.47%	1,643.47	96	318,296.37	42.02%	3,315.59
2,500 万元以下	276	178,924.03	51.48%	648.28	232	262,194.95	34.61%	1,130.15
合计	363	347,536.78	100.00%	957.40	352	757,513.04	100.00%	2,152.03
项目	2018 年				2017 年			
	门店数量	收入	占比	店均收入	门店数量	收入	占比	店均收入
7,500 万元以上	7	75,137.87	12.06%	10,733.98	7	72,848.46	14.75%	10,406.92
5,000-7,500 万元	9	51,753.87	8.31%	5,750.43	4	23,600.07	4.78%	5,900.02
2,500-5,000 万元	91	301,721.33	48.43%	3,315.62	64	212,163.26	42.96%	3,315.05
2,500 万元以下	151	194,437.04	31.21%	1,287.66	138	185,297.29	37.52%	1,342.73
合计	258	623,050.11	100.00%	2,414.92	213	493,909.08	100.00%	2,318.82

注：2020 年 1-6 月数据按照年化计算

报告期内，随着门店规模的持续扩大，公司的营业收入规模相应上升，各层级门店店均收入相对稳定。同时，单店盈利能力较强的门店数量及收入占比持续增加：1）收入规模超过 7,500 万元的门店，平均单店收入规模持续增长，年均增幅超过 4%；2）单店收入规模在 5,000-7,500 万元的门店数量从 2017 年的 4 个增加至 2019 年的 17 个，收入规模占比也从 2017 年的 4.78%上升至 2019 年的 12.92%，收入年均增幅超过 100%；3）单店收入规模在 2,500-5,000 万元的门店数量从2017 年的64 个上升至2019 年的96 个,收入规模维持在40%以上，收入年均增幅超过 20%；4）单店收入规模在 2,500 万元以下的门店店均收入有所下降，主要系因为新增门店数量持续上升导致。上述变动与公司营业收入增长相匹配。

2、按累计营业月数分层统计情况

报告期内，按照门店“累计营业月数长短”分层统计对应的门店数量、营业收入金额及占比，店均营业收入金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月				2019 年			
	门店数量	收入	占比	店均收入	门店数量	收入	占比	店均收入
经营 48 个月以上	125	184,858.30	53.19%	1,478.87	100	388,384.27	51.27%	3,883.84
经营 24-48 个月	96	97,480.06	28.05%	1,015.42	107	268,748.37	35.48%	2,511.67
经营 24 个月以内	142	65,198.42	18.76%	459.14	145	100,380.40	13.25%	692.28
合计	363	347,536.78	100.00%	957.40	352	757,513.04	100.00%	2,152.03
项目	2018 年				2017 年			
	门店数量	收入	占比	店均收入	门店数量	收入	占比	店均收入

经营 48 个月以上	55	244,375.46	39.22%	4,443.19	34	164,664.54	33.34%	4,843.07
经营 24-48 个月	113	296,096.07	47.52%	2,620.32	69	181,594.15	36.77%	2,631.80
经营 24 个月以内	90	82,578.59	13.25%	917.54	110	147,650.38	29.89%	1,342.28
合计	258	623,050.11	100.00%	2,414.92	213	493,909.08	100.00%	2,318.82

注：2020 年 1-6 月数据按照年化计算

报告期内，按照门店“累计营业月数长短”分层统计来看，虽然因不同营业期限门店数量变动导致各层级门店店均收入有所下降，但经营期限相对较长的门店的营业收入规模持续上升，与公司营业收入增长相匹配。

（四）报告期门店数量、营业面积、坪效收入的变动情况；与门店装修相关的长期待摊费用的构成情况，报告期平均门店装修费用、单位面积装修费用是否存在显著变动，原因及合理性；公司根据租赁期限和预计使用年限情况按照 5 年对装修费用进行摊销，该摊销年限是否符合实际经营情况，与同行业公司相比是否存在显著差异。

1、报告期门店数量、营业面积、坪效收入的变动情况

单位：万元、平方米、元/平方米

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营门店数量	363	352	258	213
经营门店面积	984,110.65	966,361.36	793,184.08	692,964.99
门店收入	347,536.78	757,513.04	623,050.11	493,909.08
坪效	3,531.48	7,838.82	7,855.05	7,127.48
项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营 24 个月以上门店数量	221	207	168	103
经营 24 个月以上门店面积	710,594.05	671,955.45	572,302.46	364,681.15
经营 24 个月以上门店收入	282,338.36	657,132.64	540,471.52	346,258.70
经营 24 个月以上门店坪效	3,973.27	9,779.41	9,443.81	9,494.83

报告期内，公司门店坪效整体相对稳定，2019 年门店坪效较 2018 年略微下降主要系因为 2019 年公司门店净增加 94 个，且主要集中在四季度开业，在一定程度上影响了当期坪效。如仅考虑开业经营 24 个月以上的门店经营情况，2017 年至 2019 年，经营 24 个月以上门店的坪效呈波动上升趋势。

2、与门店装修相关的长期待摊费用的构成情况，报告期平均门店装修费用、单位面积装修费用是否存在显著变动，原因及合理性

报告期内，与门店装修相关的当期新增长期待摊费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
新店装修	1,775.93	8,805.31	4,969.95	3,076.23
已开业门店装修	51.97	831.00	983.60	458.27
合计	1,827.90	9,636.31	5,953.55	3,534.51

报告期内，新开门店和已开业门店单店装修费用及单位面积装修费用情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
新店装修				
新增长期待摊费用(万元)	1,775.93	8,805.31	4,969.95	3,076.23
装修门店数量（家）	14	104	52	44
单店装修费用（万元/家）	126.85	84.67	95.58	69.91
新增装修面积（平方米）	26,634.89	199,409.79	121,402.93	113,608.35
单位面积装修费用（元/平方米）	666.77	441.57	409.38	270.78
已开业门店装修				
新增长期待摊费用(万元)	51.97	831.00	983.60	458.27
装修门店数量（家）	9	48	34	17
单店装修费用（万元/家）	5.77	17.31	28.93	26.96

注：已开业门店装修一般系局部改造装修，与面积无直接关系

在新店装修方面，报告期内，单店装修费用有所波动主要系由于新店租赁面积变化导致；单位面积装修费用持续上升主要系公司为了提升品牌形象，不断提高新店装修标准，再加上人工成本、材料费用持续上升导致。其中，2020 年 1-6 月单位面积装修费用大幅上升主要系因为公司 2020 年上半年集中增加了一批精品门店装修，导致平均装修水平提高。

在已开业门店装修方面，2017 年及 2018 年公司对部分门店进行了大规模的布局调整，增加了多个独立的商品陈列专区，装修改造费用整体较高；2019 年，公司仅针对部分门店已有专区进行升级改造，导致单店装修费用下降；2020 年上半年，受疫情影响公司已开业门店整体装修改造费用较小。

3、公司根据租赁期限和预计使用年限情况按照 5 年对装修费用进行摊销，该摊销年限是否符合实际经营情况，与同行业公司相比是否存在显著差异。

报告期内，公司按照 5 年对装修费用进行摊销，一方面系因为公司门店租赁期限均在 5 年以上，其中租赁期限在 10 年以上（含 10 年）的门店面积占比

超过90%；另一方面系因为公司门店装修费用主要为新开门店涉及的消防、通风及店内装修，或已开业门店因搬迁或整体升级改造形成的大规模装修，上述装修预计可以在租赁期间内使用，因此按照5年摊销符合实际经营情况。

报告期内，公司装修费用摊销年限与同行业可比公司对比情况如下：

证券简称	证券代码	项目	摊销年限
爱婴室	603214.SH	装修费	3年
红旗连锁	002697.SZ	装修费	新开大卖场装修支出预计受益期5年;新开的其他类型卖场、已开业卖场的二次（或二次以上）装修及改良支出预计受益期3年。卖场外观翻新费用一次性计入当期损益。
步步高	002251.SZ	-	摊销期限在1年以上(不含1年)的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账,在受益期或规定的期限内分期平均摊销。
中百集团	000759.SZ	固定资产改良支出	将已经发生的但应由本期和以后各期负担的摊销期限在一年以上的经营租赁方式租入的固定资产改良支出等各项费用确认为长期待摊费用，并按项目受益期采用直线法平均摊销。
新华都	002264.SZ	门店装修改良支出	新开门店场地装修改造支出,在租赁期内按直线法进行摊销。已开业门店的改建、扩建工程,设定预计最长受益期为5年,在预计受益期和扣除已开业时间的剩余租赁期孰短的期限内按直线法进行摊销。
华联综超	600361.SH	-	长期待摊费用按实际成本计价,并按预计受益期限平均摊销。
永辉超市	601933.SH	门店装修及改良支出	新开门店装修及改造支出在预计最长受益期（10 年）和租赁期孰短的期限内按直线法进行摊销。已开业门店二次（或二次以上）装修及改良支出在预计最长受益期（5年）和剩余租赁期孰短的期限内按直线法进行摊 销。
发行人	-	装修费	5年

综上，公司装修费用摊销年限与同行业可比公司相比不存在显著差异。

（五）报告各期前五大门店的经营情况、开业时间、地理位置、上次装修时间；营业收入金额及占主营业务收入的比例，报告期排名是否发生变化，原因及合理性；各项业务和产品的销售数量、营业收入金额及占比、毛利率情况，同一业务和产品的毛利率在前五大门店之间是否存在较大差异及其合理性；前五大门店的人员数量、薪酬费用、人均薪酬、薪酬费用占收入比例、人均创收，分析比较上述数据在前五大门店之间是否存在显著异常及其合理性；前五大门店装修费用、单位面积装修费用是否存在显著变动，是否与发行人整体水平存

在较大差异及合理性。

1、报告各期前五大门店的经营情况、开业时间、地理位置、上次装修时间；报告期排名是否发生变化，原因及合理性；营业收入金额及占主营业务收入的比例，报告期排名是否发生变化，原因及合理性；

报告期各期，公司前五大门店经营情况如下：

单位：万元

年份	序号	门店名称	营业收入	占公司营业收入的比例	主营业务收入	占公司主营业务收入的比例
2020 年 1-6 月	1	南京建邺万达店	7,300.74	1.90%	7,298.40	1.91%
	2	合肥包河万达店	4,971.43	1.29%	4,918.49	1.29%
	3	合肥天鹅湖店	4,825.23	1.25%	4,811.46	1.26%
	4	南京弘阳店	4,011.82	1.04%	3,957.30	1.04%
	5	南京江宁万达店	3,994.42	1.04%	3,988.74	1.05%
	合计		25,103.64	6.53%	24,974.39	6.55%
2019 年	1	南京建邺万达店	18,814.53	2.28%	18,690.10	2.29%
	2	合肥包河万达店	12,788.92	1.55%	12,628.94	1.55%
	3	合肥天鹅湖店	11,921.87	1.45%	11,878.25	1.46%
	4	南京江宁万达店	9,721.24	1.18%	9,717.24	1.19%
	5	南京弘阳店	9,259.87	1.12%	9,149.02	1.11%
	合计		62,506.44	7.58%	62,063.55	7.61%
2018 年	1	南京建邺万达店	17,570.04	2.63%	17,356.31	2.63%
	2	合肥包河万达店	11,756.41	1.76%	11,564.03	1.75%
	3	合肥天鹅湖店	11,236.81	1.68%	11,192.18	1.69%
	4	南京江宁万达店	9,227.16	1.38%	9,222.79	1.40%
	5	重庆星光店	8,746.08	1.31%	8,517.72	1.29%
	合计		58,536.50	8.78%	57,853.03	8.75%
2017 年	1	南京建邺万达店	17,193.36	3.28%	16,885.93	3.26%
	2	合肥包河万达店	10,593.26	2.02%	10,413.47	2.01%
	3	合肥天鹅湖店	10,146.84	1.94%	10,112.26	1.95%
	4	南京弘阳店	9,477.37	1.81%	9,048.86	1.75%
	5	重庆星光店	8,830.55	1.69%	8,633.02	1.67%
	合计		56,241.39	10.74%	55,093.54	10.63%

报告期内，公司前五大门店经营情况整体较为稳定，上述门店的基本情况如下：

项目	成立时间	地理位置	租赁面积（平方米）	上次装修时间	门店收入排名			
					2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
南京建邺万达店	2012/8/7	南京市建邺区江东中路 98 号万达广场娱乐楼 101	6,628.96	2019/10	1	1	1	1

合肥包河万达店	2012/8/3	安徽省合肥市包河区马鞍山路万达广场室内步行街三层3-39B号	6,391.00	2018/11	2	2	2	2
合肥天鹅湖店	2013/5/31	合肥市蜀山区南二环路3818号天鹅湖万达广场负一层	3,326.10	2018/5	3	3	3	3
南京弘阳店	2012/8/24	南京市浦口区大桥北路48号南京弘阳广场A2馆	3,831.28	2019/11	4	5	6	4
南京江宁万达店	2013/11/21	南京市江宁区东山街道竹山路68号万达广场综合楼Z-B1-A	3,047.90	2019/8	5	4	4	7
重庆星光店	2012/8/27	重庆市南岸区江南大道28号星光时代广场3层、4层	6,708.00	2019/1	6	6	5	5

2、各项业务和产品的销售数量、营业收入金额及占比、毛利率情况，同一业务和产品的毛利率在前五大门店之间是否存在较大差异及其合理性

（1）前五大门店营业收入金额及占比情况

报告期内，公司前五大门店各项业务的收入金额及占比情况较为稳定，与公司营业收入结构相匹配，具体情况如下：

单位：万元

年份	序号	门店名称	营业收入	母婴商品		母婴服务		供应商服务		招商收入		其他收入	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2020 年 1-6 月	1	南京建邺万达店	7,300.74	6,654.71	91.15%	55.36	0.76%	588.33	8.06%	0.00	0.00%	2.35	0.03%
	2	合肥包河万达店	4,971.43	4,643.93	93.41%	37.45	0.75%	237.11	4.77%	51.28	1.03%	1.66	0.03%
	3	合肥天鹅湖店	4,825.23	4,569.24	94.69%	11.81	0.24%	230.41	4.78%	12.57	0.26%	1.20	0.02%
	4	南京弘阳店	4,011.82	3,646.48	90.89%	80.62	2.01%	230.21	5.74%	53.02	1.32%	1.49	0.04%
	5	南京江宁万达店	3,994.42	3,768.40	94.34%	16.27	0.41%	204.06	5.11%	3.83	0.10%	1.85	0.05%
	合计		25,103.64	23,282.76	92.75%	201.51	0.80%	1,490.12	5.94%	120.70	0.48%	8.54	0.03%
2019 年	1	南京建邺万达店	18,814.53	17,269.99	91.79%	171.00	0.91%	1,249.10	6.64%	119.69	0.64%	4.75	0.03%
	2	合肥包河万达店	12,788.92	11,598.25	90.69%	367.91	2.88%	662.78	5.18%	152.59	1.19%	7.39	0.06%
	3	合肥天鹅湖店	11,921.87	11,272.94	94.56%	19.11	0.16%	586.20	4.92%	37.07	0.31%	6.55	0.05%
	4	南京江宁万达店	9,721.24	9,191.50	94.55%	14.65	0.15%	511.09	5.26%	0.00	0.00%	3.99	0.04%
	5	南京弘阳店	9,259.87	8,527.91	92.10%	161.50	1.74%	459.61	4.96%	107.63	1.16%	3.22	0.03%
	合计		62,506.44	57,860.60	92.57%	734.18	1.17%	3,468.77	5.55%	416.98	0.67%	25.90	0.04%
2018 年	1	南京建邺万达店	17,570.04	16,494.68	93.88%	124.46	0.71%	737.17	4.20%	208.61	1.19%	5.11	0.03%
	2	合肥包河万达店	11,756.41	10,939.09	93.05%	214.42	1.82%	410.52	3.49%	184.76	1.57%	7.62	0.06%
	3	合肥天鹅湖店	11,236.81	10,792.83	96.05%	3.48	0.03%	395.87	3.52%	37.06	0.33%	7.56	0.07%
	4	南京江宁万达店	9,227.16	8,861.12	96.03%	2.13	0.02%	359.54	3.90%	0.00	0.00%	4.37	0.05%
	5	重庆星光店	8,746.08	8,005.55	91.53%	211.69	2.42%	300.48	3.44%	225.28	2.58%	3.08	0.04%
	合计		58,536.50	55,093.28	94.12%	556.18	0.95%	2,203.58	3.76%	655.71	1.12%	27.75	0.05%
2017 年	1	南京建邺万达店	17,193.36	16,238.87	94.45%	269.86	1.57%	377.20	2.19%	300.79	1.75%	6.64	0.04%
	2	合肥包河万达店	10,593.26	9,914.83	93.60%	292.78	2.76%	205.86	1.94%	175.08	1.65%	4.72	0.04%
	3	合肥天鹅湖店	10,146.84	9,909.19	97.66%	7.35	0.07%	195.72	1.93%	31.09	0.31%	3.50	0.03%

	4	南京弘阳店	9,477.37	8,560.43	90.32%	298.10	3.15%	190.33	2.01%	424.77	4.48%	3.75	0.04%
	5	重庆星光店	8,830.55	8,353.79	94.60%	96.13	1.09%	183.10	2.07%	196.36	2.22%	1.17	0.01%
	合计		56,241.39	52,977.11	94.20%	964.22	1.71%	1,152.21	2.05%	1,128.08	2.01%	19.77	0.04%

（2）前五大门店各项业务的毛利率情况

报告期内，公司前五大门店各项业务的毛利率情况如下：

年份	序号	门店名称	母婴商品	母婴服务	供应商服务	招商收入	其他收入	主营业务毛利率	综合毛利率
2020 年 1-6 月	1	南京建邺万达店	26.09%	86.22%	100.00%	-	100.00%	32.51%	32.51%
	2	合肥包河万达店	24.16%	76.68%	100.00%	63.47%	100.00%	28.21%	28.60%
	3	合肥天鹅湖店	22.90%	76.64%	100.00%	66.66%	100.00%	26.72%	26.85%
	4	南京弘阳店	23.66%	85.81%	100.00%	53.55%	100.00%	29.37%	29.72%
	5	南京江宁万达店	24.38%	86.14%	100.00%	41.51%	100.00%	28.50%	28.55%
	合计		24.42%	83.71%	100.00%	57.67%	100.00%	29.41%	29.57%
2019 年	1	南京建邺万达店	26.97%	82.45%	99.91%	36.95%	100.00%	32.36%	32.40%
	2	合肥包河万达店	26.09%	95.23%	90.48%	56.88%	100.00%	31.48%	31.82%
	3	合肥天鹅湖店	24.29%	89.22%	98.70%	57.29%	100.00%	28.06%	28.19%
	4	南京江宁万达店	25.22%	78.37%	96.42%	-	100.00%	29.05%	29.08%
	5	南京弘阳店	24.40%	82.02%	97.93%	42.39%	100.00%	29.12%	29.29%
	合计		25.62%	88.86%	97.13%	47.43%	100.00%	30.36%	30.50%
2018 年	1	南京建邺万达店	29.05%	84.99%	96.12%	37.88%	100.00%	32.30%	32.38%
	2	合肥包河万达店	25.77%	93.24%	92.60%	60.95%	100.00%	29.39%	29.93%
	3	合肥天鹅湖店	24.04%	93.20%	100.00%	54.76%	100.00%	26.75%	26.89%
	4	南京江宁万达店	27.02%	88.13%	97.57%	-	100.00%	29.78%	29.73%
	5	重庆星光店	27.22%	95.83%	98.99%	52.63%	100.00%	31.45%	32.02%

	合计		26.82%	92.36%	96.79%	49.23%	100.00%	30.12%	30.37%
2017 年	1	南京建邺万达店	33.11%	93.20%	94.26%	42.74%	100.00%	35.43%	35.59%
	2	合肥包河万达店	28.01%	92.04%	100.00%	50.24%	100.00%	31.23%	31.57%
	3	合肥天鹅湖店	25.93%	90.96%	100.00%	49.53%	100.00%	27.41%	27.50%
	4	南京弘阳店	27.62%	93.37%	97.21%	43.35%	100.00%	31.25%	31.82%
	5	重庆星光店	29.03%	93.07%	99.04%	42.51%	100.00%	31.23%	31.49%
	合计		29.28%	92.87%	97.51%	44.28%	100.00%	31.82%	32.09%

报告期内，公司前五大门店的毛利率与公司整体毛利率情况相匹配。其中，前五大门店母婴商品毛利率较公司整体母婴商品毛利率略高，主要系因为前五大门店各类母婴商品的产品销售结构与公司整体商品销售结构存在差异导致。

（3）前五大门店母婴商品销售金额、占比及毛利率情况

报告期内，公司前五大门店母婴商品销售收入情况如下：

单位：万元

年份	序号	门店名称	奶粉	纸尿裤	洗护用品	零食辅食	玩具	内衣家纺	外服童鞋	车床椅	营养保健	文教智能	合计收入
2020 年 1-6 月	1	南京建邺万达店	3,541.64	879.52	711.66	511.74	407.57	163.20	159.97	94.79	106.62	77.99	6,654.71
	2	合肥包河万达店	3,069.00	498.18	315.93	297.86	143.89	59.49	127.66	32.47	71.05	28.39	4,643.93
	3	合肥天鹅湖店	3,067.64	495.21	319.37	276.79	132.20	68.11	92.80	36.13	57.03	23.96	4,569.24
	4	南京弘阳店	2,015.15	514.36	307.99	327.08	110.65	80.19	97.84	58.42	98.93	35.86	3,646.48
	5	南京江宁万达店	2,191.54	486.53	310.59	310.75	148.35	70.00	92.26	45.82	76.24	36.33	3,768.40
	合计		13,884.96	2,873.82	1,965.53	1,724.21	942.67	441.00	570.52	267.64	409.88	202.53	23,282.76
2019 年	1	南京建邺万达店	8,603.12	2,454.73	1,652.82	1,396.22	1,076.30	658.86	461.86	399.09	339.15	227.85	17,269.99
	2	合肥包河万达店	7,084.63	1,320.23	820.21	741.66	452.82	337.00	419.21	113.50	190.13	118.85	11,598.25

	3	合肥天鹅湖店	7,061.34	1,311.72	846.36	708.13	381.09	272.36	314.74	144.18	137.09	95.95	11,272.94
	4	南京江宁万达店	5,093.09	1,134.02	832.49	744.64	392.82	246.50	295.50	128.35	216.30	107.79	9,191.50
	5	南京弘阳店	4,547.53	1,084.05	762.31	770.79	291.88	271.86	292.56	169.05	239.97	97.92	8,527.91
	合计		32,389.70	7,304.75	4,914.18	4,361.45	2,594.90	1,786.59	1,783.87	954.17	1,122.63	648.35	57,860.60
2018 年	1	南京建邺万达店	7,238.94	2,381.83	1,788.58	1,294.87	1,286.85	702.57	833.91	393.74	310.77	262.62	16,494.68
	2	合肥包河万达店	6,130.67	1,380.09	876.38	713.03	533.90	326.12	561.21	122.01	205.31	90.36	10,939.09
	3	合肥天鹅湖店	6,259.52	1,402.63	919.34	697.17	448.32	289.20	412.42	151.05	146.31	66.86	10,792.83
	4	南京江宁万达店	4,781.62	1,102.46	911.74	646.66	377.79	204.01	424.57	132.34	203.11	76.82	8,861.12
	5	重庆星光店	4,242.70	1,045.63	657.06	313.31	552.07	245.09	536.23	86.61	221.37	105.48	8,005.55
	合计		28,653.46	7,312.64	5,153.11	3,665.04	3,198.93	1,766.99	2,768.35	885.75	1,086.87	602.13	55,093.28
2017 年	1	南京建邺万达店	5,977.83	2,523.40	2,023.69	1,297.24	1,416.66	1,027.24	1,011.20	345.45	273.33	342.83	16,238.87
	2	合肥包河万达店	5,016.14	1,348.88	883.44	687.99	536.69	388.97	581.13	135.94	231.53	104.13	9,914.83
	3	合肥天鹅湖店	5,160.63	1,461.48	932.32	653.33	508.27	332.78	462.08	143.73	167.17	87.37	9,909.19
	4	南京弘阳店	4,041.00	1,203.44	881.98	750.58	411.85	349.06	479.15	141.20	203.11	99.05	8,560.43
	5	重庆星光店	3,976.22	1,170.26	813.37	330.04	646.83	377.56	591.07	118.35	243.40	86.69	8,353.79
	合计		24,171.83	7,707.46	5,534.79	3,719.19	3,520.30	2,475.62	3,124.64	884.67	1,118.53	720.08	5,2977.11

报告期内，公司前五大门店母婴商品销售收入占比情况如下：

年份	序号	门店名称	奶粉	纸尿裤	洗护用品	零食辅食	玩具	内衣家纺	外服童鞋	车床椅	营养保健	文教智能	合计收入
2020 年 1-6 月	1	南京建邺万达店	53.22%	13.22%	10.69%	7.69%	6.12%	2.45%	2.40%	1.42%	1.60%	1.17%	100.00%
	2	合肥包河万达店	66.09%	10.73%	6.80%	6.41%	3.10%	1.28%	2.75%	0.70%	1.53%	0.61%	100.00%
	3	合肥天鹅湖店	67.14%	10.84%	6.99%	6.06%	2.89%	1.49%	2.03%	0.79%	1.25%	0.52%	100.00%
	4	南京弘阳店	55.26%	14.11%	8.45%	8.97%	3.03%	2.20%	2.68%	1.60%	2.71%	0.98%	100.00%
	5	南京江宁万达店	58.16%	12.91%	8.24%	8.25%	3.94%	1.86%	2.45%	1.22%	2.02%	0.96%	100.00%
	合计		59.64%	12.34%	8.44%	7.41%	4.05%	1.89%	2.45%	1.15%	1.76%	0.87%	100.00%

2019 年	1	南京建邺万达店	49.82%	14.21%	9.57%	8.08%	6.23%	3.82%	2.67%	2.31%	1.96%	1.32%	100.00%
	2	合肥包河万达店	61.08%	11.38%	7.07%	6.39%	3.90%	2.91%	3.61%	0.98%	1.64%	1.02%	100.00%
	3	合肥天鹅湖店	62.64%	11.64%	7.51%	6.28%	3.38%	2.42%	2.79%	1.28%	1.22%	0.85%	100.00%
	4	南京江宁万达店	55.41%	12.34%	9.06%	8.10%	4.27%	2.68%	3.21%	1.40%	2.35%	1.17%	100.00%
	5	南京弘阳店	53.33%	12.71%	8.94%	9.04%	3.42%	3.19%	3.43%	1.98%	2.81%	1.15%	100.00%
	合计		55.98%	12.62%	8.49%	7.54%	4.48%	3.09%	3.08%	1.65%	1.94%	1.12%	100.00%
2018 年	1	南京建邺万达店	43.89%	14.44%	10.84%	7.85%	7.80%	4.26%	5.06%	2.39%	1.88%	1.59%	100.00%
	2	合肥包河万达店	56.04%	12.62%	8.01%	6.52%	4.88%	2.98%	5.13%	1.12%	1.88%	0.83%	100.00%
	3	合肥天鹅湖店	58.00%	13.00%	8.52%	6.46%	4.15%	2.68%	3.82%	1.40%	1.36%	0.62%	100.00%
	4	南京江宁万达店	53.96%	12.44%	10.29%	7.30%	4.26%	2.30%	4.79%	1.49%	2.29%	0.87%	100.00%
	5	重庆星光店	53.00%	13.06%	8.21%	3.91%	6.90%	3.06%	6.70%	1.08%	2.77%	1.32%	100.00%
	合计		52.01%	13.27%	9.35%	6.65%	5.81%	3.21%	5.02%	1.61%	1.97%	1.09%	100.00%
2017 年	1	南京建邺万达店	36.81%	15.54%	12.46%	7.99%	8.72%	6.33%	6.23%	2.13%	1.68%	2.11%	100.00%
	2	合肥包河万达店	50.59%	13.60%	8.91%	6.94%	5.41%	3.92%	5.86%	1.37%	2.34%	1.05%	100.00%
	3	合肥天鹅湖店	52.08%	14.75%	9.41%	6.59%	5.13%	3.36%	4.66%	1.45%	1.69%	0.88%	100.00%
	4	南京弘阳店	47.21%	14.06%	10.30%	8.77%	4.81%	4.08%	5.60%	1.65%	2.37%	1.16%	100.00%
	5	重庆星光店	47.60%	14.01%	9.74%	3.95%	7.74%	4.52%	7.08%	1.42%	2.91%	1.04%	100.00%
	合计		45.63%	14.55%	10.45%	7.02%	6.64%	4.67%	5.90%	1.67%	2.11%	1.36%	100.00%

报告期内，公司前五大门店母婴商品销售数量情况如下：

单位：万罐、袋、个

年份	序号	门店名称	奶粉	纸尿裤	洗护用品	零食辅食	玩具	内衣家纺	外服童鞋	车床椅	营养保健	文教智能
2020 年	1	南京建邺万达店	13.28	9.20	26.70	26.11	4.14	1.96	0.88	0.11	0.55	0.89
1-6 月	2	合肥包河万达店	11.75	5.23	13.50	13.11	1.61	0.55	0.49	0.06	0.37	0.40

	3	合肥天鹅湖店	11.75	5.18	12.00	11.69	1.53	0.86	0.55	0.05	0.30	0.27
	4	南京弘阳店	7.38	5.41	11.03	14.68	1.35	1.21	0.85	0.10	0.59	0.39
	5	南京江宁万达店	7.97	5.08	11.97	12.92	1.86	1.15	0.77	0.05	0.42	0.35
	合计		52.12	30.10	75.19	78.51	10.49	5.73	3.54	0.37	2.22	2.30
2019 年	1	南京建邺万达店	34.26	27.07	75.48	75.47	21.09	7.73	3.71	0.43	2.00	2.85
	2	合肥包河万达店	27.50	14.12	45.69	33.74	5.52	3.50	2.45	0.18	1.17	1.38
	3	合肥天鹅湖店	28.22	13.91	43.57	31.02	5.24	3.16	2.42	0.25	0.88	0.89
	4	南京江宁万达店	19.81	12.27	34.64	35.26	5.01	3.19	2.65	0.17	1.40	0.80
	5	南京弘阳店	17.88	11.91	34.79	38.25	5.46	3.72	2.91	0.26	1.57	1.07
	合计		127.67	79.29	234.17	213.74	42.32	21.29	14.13	1.29	7.01	6.99
2018 年	1	南京建邺万达店	37.40	25.28	67.61	57.82	17.47	7.85	9.96	0.56	1.75	2.08
	2	合肥包河万达店	24.88	14.28	36.08	32.81	5.85	3.75	4.68	0.24	1.28	0.87
	3	合肥天鹅湖店	25.99	14.33	40.75	31.86	5.73	3.43	3.91	0.24	0.94	0.54
	4	南京江宁万达店	19.31	11.55	37.85	27.44	4.83	2.35	4.31	0.17	1.44	0.52
	5	重庆星光店	17.54	10.71	21.89	14.16	6.31	2.20	3.77	0.15	1.18	1.17
	合计		125.12	76.15	204.18	164.09	40.19	19.58	26.63	1.36	6.59	5.18
2017 年	1	南京建邺万达店	29.86	23.37	53.86	46.99	17.92	13.21	14.49	0.39	1.29	1.83
	2	合肥包河万达店	20.76	11.59	26.89	30.27	7.44	4.84	6.39	0.08	0.64	0.71
	3	合肥天鹅湖店	21.77	12.78	28.47	28.09	7.22	3.93	4.75	0.09	0.55	0.54
	4	南京弘阳店	16.72	11.09	21.68	27.79	6.19	5.20	5.97	0.14	1.30	0.82
	5	重庆星光店	16.05	10.01	20.25	12.90	9.75	3.33	7.64	0.13	1.02	0.92
	合计		105.15	68.85	151.15	146.03	48.52	30.52	39.24	0.83	4.81	4.82

报告期内，公司前五大门店母婴商品毛利率情况如下：

年份	序号	门店名称	奶粉	纸尿裤	洗护用品	零食辅食	玩具	内衣家纺	外服童鞋	车床椅	营养保健	文教智能	合计

2020 年 1-6 月	1	南京建邺万达店	21.37%	24.88%	27.56%	27.51%	24.05%	55.86%	68.95%	49.33%	33.16%	53.93%	26.09%
	2	合肥包河万达店	19.90%	23.53%	33.20%	26.69%	22.08%	65.23%	73.20%	32.63%	32.25%	41.86%	24.16%
	3	合肥天鹅湖店	19.08%	23.98%	32.99%	26.74%	21.40%	49.93%	62.64%	35.64%	28.89%	54.52%	22.90%
	4	南京弘阳店	19.44%	22.42%	29.23%	27.46%	24.73%	48.46%	47.48%	18.33%	31.62%	59.57%	23.66%
	5	南京江宁万达店	19.96%	23.72%	32.26%	26.04%	23.57%	64.78%	51.66%	23.63%	29.86%	63.60%	24.38%
	合计		20.04%	23.86%	30.35%	26.97%	23.38%	56.28%	62.40%	34.29%	31.42%	55.04%	24.42%
2019 年	1	南京建邺万达店	22.18%	23.69%	31.78%	26.13%	24.35%	57.77%	52.62%	37.22%	31.46%	60.40%	26.97%
	2	合肥包河万达店	21.36%	24.96%	30.16%	30.17%	27.98%	52.68%	56.56%	34.94%	35.88%	52.88%	26.09%
	3	合肥天鹅湖店	20.41%	22.64%	28.85%	30.55%	26.84%	45.30%	49.37%	37.86%	32.60%	60.91%	24.29%
	4	南京江宁万达店	19.90%	25.50%	26.94%	28.98%	27.40%	60.10%	41.77%	36.65%	35.00%	68.10%	25.22%
	5	南京弘阳店	19.34%	24.39%	27.57%	29.82%	25.75%	51.98%	33.30%	18.88%	38.68%	59.89%	24.40%
	合计		20.86%	24.11%	29.53%	28.67%	25.97%	54.35%	48.01%	33.72%	34.57%	60.30%	25.62%
2018 年	1	南京建邺万达店	21.92%	22.17%	30.46%	29.98%	32.09%	54.19%	61.38%	54.20%	30.57%	49.35%	29.05%
	2	合肥包河万达店	20.48%	21.11%	28.30%	30.96%	31.72%	50.64%	54.72%	34.96%	35.40%	51.42%	25.77%
	3	合肥天鹅湖店	19.23%	21.10%	29.96%	31.11%	30.05%	46.44%	47.36%	36.63%	29.61%	60.14%	24.04%
	4	南京江宁万达店	22.23%	23.71%	30.84%	31.41%	29.87%	58.72%	46.38%	33.78%	29.35%	66.73%	27.02%
	5	重庆星光店	20.01%	22.24%	28.58%	33.89%	29.85%	63.61%	60.70%	31.57%	34.39%	51.08%	27.22%
	合计		20.79%	22.01%	29.83%	30.97%	31.09%	54.10%	55.51%	43.29%	31.90%	53.38%	26.82%
2017 年	1	南京建邺万达店	24.67%	23.18%	35.90%	32.87%	36.39%	54.13%	62.56%	67.84%	34.89%	37.93%	33.11%
	2	合肥包河万达店	19.91%	22.81%	34.47%	28.72%	35.69%	55.73%	63.64%	42.44%	34.21%	51.08%	28.01%
	3	合肥天鹅湖店	19.09%	21.91%	33.63%	28.16%	34.16%	49.79%	58.16%	44.60%	31.27%	47.84%	25.93%
	4	南京弘阳店	21.09%	22.91%	33.21%	28.87%	34.74%	47.76%	54.64%	31.10%	32.07%	46.48%	27.62%
	5	重庆星光店	20.27%	22.44%	31.72%	33.84%	33.63%	61.06%	63.33%	30.17%	33.33%	54.96%	29.03%
	合计		21.17%	22.72%	34.25%	30.55%	35.26%	53.95%	61.04%	49.26%	33.36%	44.26%	29.28%

报告期内，公司前五大门店母婴商品销售金额、占比、销售数量、毛利率情况整体稳定。其中，内衣家纺、外服童鞋、文教智能、车床椅毛利率与公司整体母婴商品相关品类毛利率存在小幅差异主要系因为各门店上述商品的销售结构差异导致。

综上，报告期内，公司前五大门店的营业收入构成，毛利率情况与公司整体业务构成情况相匹配，同一业务和产品的毛利率在前五大门店之间不存在较大差异。

3、前五大门店的人员数量、薪酬费用、人均薪酬、薪酬费用占收入比例、人均创收，分析比较上述数据在前五大门店之间是否存在显著异常及其合理性；

报告期内，公司前五大门店的人员数量、薪酬费用、人均薪酬、薪酬费用占收入的比例、人均创收情况如下：

单位：万元

年份	序号	门店名称	人员数量	薪酬费用	人均薪酬	营业收入	薪酬费用占收入的比例	人均创收
2020年1-6月	1	南京建邺万达店	65	217.26	3.34	7,300.74	2.98%	112.32
	2	合肥包河万达店	43	117.79	2.74	4,971.43	2.37%	115.61
	3	合肥天鹅湖店	38	99.79	2.63	4,825.23	2.07%	126.98
	4	南京弘阳店	40	132.20	3.31	4,011.82	3.30%	100.30
	5	南京江宁万达店	38	120.71	3.18	3,994.42	3.02%	105.12
	合计		224	687.74	3.07	25,103.64	2.74%	112.07
2019年	1	南京建邺万达店	79	648.82	8.21	18,814.53	3.45%	238.16
	2	合肥包河万达店	53	387.90	7.32	12,788.92	3.03%	241.30
	3	合肥天鹅湖店	39	303.83	7.79	11,921.87	2.55%	305.69
	4	南京江宁万达店	45	376.26	8.36	9,721.24	3.87%	216.03
	5	南京弘阳店	41	354.00	8.63	9,259.87	3.82%	225.85
	合计		257	2,070.82	8.06	62,506.44	3.31%	243.22
2018年	1	南京建邺万达店	82	633.54	7.73	17,570.04	3.61%	214.27
	2	合肥包河万达店[1]	58	325.31	5.61	11,756.41	2.77%	202.70
	3	合肥天鹅湖店	43	274.76	6.39	11,236.81	2.45%	261.32
	4	南京江宁万达店	49	317.74	6.48	9,227.16	3.44%	188.31
	5	重庆星光店	42	328.61	7.82	8,746.08	3.76%	208.24
	合计		274	1,879.96	6.86	58,536.50	3.21%	213.64
2017年	1	南京建邺万达店	85	598.37	7.04	17,193.36	3.48%	202.27
	2	合肥包河万达店	50	323.28	6.47	10,593.26	3.05%	211.87
	3	合肥天鹅湖店	41	256.12	6.25	10,146.84	2.52%	247.48
	4	南京弘阳店	56	368.10	6.57	9,477.37	3.88%	169.24
	5	重庆星光店	52	326.64	6.28	8,830.55	3.70%	169.82
	合计		284	1,872.51	6.59	56,241.39	3.33%	198.03

注1：合肥包河万达店2018年平均薪酬较低主要系因为四季度人员数量增加较多导致

报告期内，公司前五大门店的人员数量、薪酬费用、人均薪酬、薪酬费用占收入的比例、人均创收整体较为稳定，与公司整体薪酬情况及业绩发展相匹配。

4、前五大门店装修费用、单位面积装修费用是否存在显著变动，是否与发行人整体水平存在较大差异及合理性。

报告期内，发行人前五大门店装修费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
南京建邺万达店	-	140.16	18.17	107.01
合肥包河万达店	-	-	20.01	-
合肥天鹅湖店	-	-	10.96	12.42
南京弘阳店	-	10.79	386.17	152.25
南京江宁万达店	-	10.94	23.11	16.84
重庆星光店	-	10.56	89.76	-

2017 年至 2018 年，南京弘阳店因门店搬迁形成共计 538.43 万元的装修费用；2017 年和 2019 年，南京建邺万达店因门店扩建及数字化升级改造形成 247.17 万元的装修费用。除上述情况外，其他门店仅进行零星的装修升级。

报告期内，公司前五大门店装修费用不存在显著变动，与发行人整体水平不存在较大差异。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、取得发行人报告期内的门店清单，查阅发行人全部门店的工商登记资料，了解其开业时间、开业地址、运营情况等；

2、执行分析性复核程序，了解发行人主营业务收入按业务区域划分情况，并与各区域门店分布数量进行匹配，了解是否存在某区域门店平均收入显著异常的情况；了解不同维度门店的营业收入及占比情况、店均收入情况与发行人业绩变动是否一致；

3、查阅报告期门店租赁清单及全部租赁合同，根据门店收入测算发行人门店坪效情况，核查是否存在异常情况；

4、查阅报告期各期长期待摊费用明细表，门店的装修费用及变动情况；与管理层讨论装修费和租赁费的核算，关注装修费摊销期限的合理性和租赁费核算方法的正确性；对比同行业长期待摊费用摊销政策，核查是否存在显著异常的情况；

5、获取租赁合同台账，与门店信息对比，验证完整性；抽样检查租赁合同、租赁费支付银行付款单、发票等；复核装修费摊销计算表；

6、查阅报告期前五大门店的基本情况及经营情况，了解前五大门店各类经营数据是否存在显著差异，与发行人整体水平是否存在差异；

7、对发行人管理层进行访谈，对报告期内发行人主要门店进行走访，了解公司整体门店经营情况，了解公司租赁业务流程，执行穿行测试和门店租赁相关控制测试；

8、访谈发行人人力资源部、财务部相关人员，检查发行人薪酬制度、员工花名册、员工结构及其变化情况，了解公司工资薪酬流程，执行穿行测试和控制测试；

9、抽样查阅发行人报告期内工资、奖金、补贴等职工薪酬项目的计提情况，并查阅工资计算表以及支付凭据。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，公司全国门店数量分布与“主营业务收入按业务区域划分”相匹配，不存在某区域门店平均收入显著异常的情形；

2、报告期内，门店新增、退出、持续经营数量及其对应的营业收入及占比、门店平均收入不存在显著异常的情况；

3、报告期内，门店按照“营业收入金额大小”和“累计营业月数长短”分层统计对应的门店数量、营业收入金额及占比，店均营业收入金额情况与发行人业绩变动一致；

4、报告期内平均门店装修费用、单位面积装修费用不存在显著变动；装修费相关会计核算恰当，与同行业公司相比不存在显著差异；

5、报告期各期前五大门店经营情况稳定，报告期排名不存在大幅变化；同一业务和产品的毛利率在前五大门店之间不存在较大差异；前五大门店的人员数量、薪酬费用、人均薪酬、薪酬费用占收入的比例、人均创收不存在显著异常；前五大门店装修费用、单位面积装修费用不存在显著变动，与发行人整体水平不存在较大差异。

经核查，申报会计师认为：

发行人披露的区域门店销售收入、前五大门店经营相关信息与我们了解的信息一致，变动趋势与发行人整体业绩变动趋势相符；装修费相关会计核算恰当，装修费的变动情况及原因与我们了解的一致，装修摊销年限与同行业相比不存在显著差异，披露的前五大门店装修费费用、人员数量及薪酬费用相关信息与我们了解的信息一致，与发行人整体水平不存在较大差异。

问题十九、关于前五大客户

申报材料显示，发行人前五大客户主要系关联方成都亿诺达企业管理有限公司和南京亿诺达企业管理有限公司，以及其他供应商服务客户、广告服务客户。请发行人补充披露：

（1）发行人向亿诺达销售母婴商品是否属于买断式销售、收入确认具体时点、该时点与发行人自营门店零售收入确认时点的间隔长短，向亿诺达销售收入确认时点早于零售是否属于提前确认收入，是否符合《企业会计准则》相关规定，是否存在向亿诺达突击销售，压货的情形。

（2）请量化披露向亿诺达销售产品对财务数据的影响与门店自营模式相比是否存在较大差异，发行人采用该模式运营是否合理。

（3）向成都亿诺达销售各项产品的数量、营业收入金额及占比、毛利率情况，同一产品的毛利率与发行人自营门店相比是否存在较大差异及其合理性；上述关联交易价格是否公允。

（4）前五大客户的基本信息，除亿诺达外是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工；报告期部分客户首次进入前五大客户的原因；部分与供应商服务相关的前五大客户，未列入前五大供应商的原因；前五大客户中是否存在终止合作或交易规模显著下降而退出前五大的情形，披露其原因及合理性。

（5）联营模式下前五大客户构成情况，从经销模式变为联营模式对业绩的影响程度，该模式变更的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。请保荐人和申报会计师详述对客户业务真实性的核查过程、方法和结论，包括但不限于客户核查的方式及范围、比例等。

回复：

一、发行人补充披露

（一）发行人向亿诺达销售母婴商品是否属于买断式销售、收入确认具体

时点、该时点与发行人自营门店零售收入确认时点的间隔长短，向亿诺达销售收入确认时点早于零售是否属于提前确认收入，是否符合《企业会计准则》相关规定，是否存在向亿诺达突击销售，压货的情形。

发行人已在招股说明书“第七节/九/（二）/1/（2）/① 与郑州亿童联、青岛亿诺达、西安亿诺达、成都亿诺达之间的关联交易”中进行了补充披露。

报告期内，根据公司与南京亿诺达下属企业、成都亿诺达（以下统称“亿诺达”）签订的商品销售合同，公司向其销售的商品在入库或到达指定地点前的一切费用及责任由孩子王承担。除质量问题外，亿诺达不能向公司进行退货。因此，公司向亿诺达销售母婴商品属于买断式销售，在验收合格并出具验收单时点确认收入，符合《企业会计准则》的规定，不存在提前确认收入的情形。

公司向亿诺达销售商品后，亿诺达通过下属门店向消费者零售。其中对于南京亿诺达的下属企业郑州亿童联、青岛亿诺达、西安亿诺达而言，2017 年，公司向上述企业分别销售母婴商品 100.44 万元、114.89 万元、165.24 万元，上述三家企业对应的下属门店资产在 2016 年 12 月均转让给公司并在 2017 年 2 月已完成交割，此后孩子王不再与其发生交易，因此不存在突击销售或压货的情形。

对于成都亿诺达而言，2017 年至 2019 年，公司向其销售母婴商品 3,420.29 万元、4,394.77 万元和 3,669.08 万元，根据成都亿诺达提供的未经审计的财务数据，2017 年末、2018 年末和 2019 年末，成都亿诺达的存货账面余额分别为 505.91 万元、300 万元和 0 万元（2019 年末相关资产已全部转让给孩子王），金额较小，占其向发行人采购金额的比例较低，呈持续下降趋势；成都亿诺达存货周转率较高，且逐年上升。因此，成都亿诺达向公司采购商品后短期内即对外销售，时间间隔较短，不存在发行人向成都亿诺达突击销售或压货的情形。

单位：万元

项目	2019 年度/ 2019 年末	2018 年度/ 2018 年末	2017 年度/ 2017 年末
成都亿诺达向公司采购的金额（不含税）	3,669.08	4,394.77	3,420.29
成都亿诺达期末存货余额	-	300.00	505.91
存货余额占采购金额的比例	-	6.83%	14.79%
成都亿诺达存货周转率（%）	-	10.23	7.53
发行人整体存货周转率（%）	6.39	6.50	5.54

（二）请量化披露向亿诺达销售产品对财务数据的影响与门店自营模式相比是否存在较大差异，发行人采用该模式运营是否合理。

发行人已在招股说明书“第七节/九/（二）/1/（2）/① 与郑州亿童联、青岛亿诺达、西安亿诺达、成都亿诺达之间的关联交易”中进行了补充披露。

2017 年至 2019 年，孩子王与亿诺达采取了特许经营合作模式的具体背景及原因参见“问题六/一/（一）/2/（2）与成都亿诺达的关联交易情况”的回复。

报告期内，公司与亿诺达采用特许经营模式合作，主要是基于保证顾客消费体验、商品质量和门店正常运营考虑，具有合理性。与公司门店自营模式相比，向成都亿诺达销售产品对财务数据的影响如下：

单位：万元

项目	2019 年度/2019 年末	2018 年度/2018 年末	2017 年度/2017 年末
公司向成都亿诺达销售（个别报表）			
母婴商品销售收入（a_1）	3,669.08	4,394.77	3,420.29
特许经营费收入（a_2）	156.63	152.53	155.79
小计（$a=a_1+a_2$）	3,825.71	4,547.30	3,576.08
占主营业务收入的比例	0.47%	0.69%	0.69%
公司向成都亿诺达销售产生的毛利（b）	288.61	384.01	191.53
占主营业务毛利的比例	0.12%	0.19%	0.12%
公司向成都亿诺达销售产生的净利（c=b*(1-25%)）	216.46	288.01	143.65
成都亿诺达门店对外销售（个别报表）			
母婴商品销售收入（d）	5,165.28	5,061.15	4,142.42
母婴商品销售毛利（e）	908.44	937.67	697.60
净利润（f）	158.28	-71.83	-16.62
成都亿诺达按门店自营模式指标测算（合并报表）			
母婴商品销售收入（g=d）	5,165.28	5,061.15	4,142.42
母婴商品销售毛利（$h=b+e-a_2$）	1,040.43	1,169.15	733.34
净利润（$j=f+c-a_2*(1-25\%)$）	257.27	101.79	10.18
特许经营模式与自营模式下的测算比较			
母婴商品销售收入影响（g-a）	1,339.58	513.85	566.34
母婴商品销售毛利影响（h-b）	751.81	785.14	541.81
净利润影响（j-c）	40.81	-186.22	-133.46

2017 年-2019 年，公司通过特许经营方式向亿诺达销售产品，实现的商品销售收入和特许经营费收入合计占主营业务收入的比例分别为 0.69%、0.69%、0.47%，实现的毛利占主营业务毛利的比例分别 0.12%、0.19%、0.12%，公司向亿诺达销售产品对财务数据的影响较小。

公司对成都亿诺达按自营门店模式进行了模拟测算。若按照自营门店模式运营,2017年-2019年与特许经营模式下的净利润影响金额分别为-133.46万元、-186.22万元、40.81万元，金额较小。因此，公司通过特许经营方式向亿诺达销售产品对财务数据的影响较小，与自营门店模式相比不存在较大差异。

2019年12月，为加强对下属门店的统一管控，公司决定停止对成都海滨城店采用特许经营方式运营，因此公司下属子公司四川孩子王（受让方）与成都亿诺达（转让方）签署了《资产转让协议》，受让成都海滨城店的部分资产。截至2019 年末，上述资产全部交割完成，成都亿诺达未再从事其他业务，与孩子王也未产生任何交易。2020年7月，成都亿诺达办理完成注销手续。

（三）向成都亿诺达销售各项产品的数量、营业收入金额及占比、毛利率情况，同一产品的毛利率与发行人自营门店相比是否存在较大差异及其合理性；上述关联交易价格是否公允。

发行人已在招股说明书“第七节/九/（二）/1/（2）/① 与郑州亿童联、青岛亿诺达、西安亿诺达、成都亿诺达之间的关联交易”中进行了补充披露。

报告期内，公司向成都亿诺达销售各项产品的数量、营业收入金额及占比情况如下表：

单位：万元、 万件

商品类别	2019年度				2018年度				2017年度			
	数量	收入	占比	毛利率	数量	收入	占比	毛利率	数量	收入	占比	毛利率
奶粉	8.42	2,033.72	55.43%	3.54%	7.51	2,366.23	53.84%	5.27%	7.49	1,584.98	46.34%	1.14%
纸尿裤	3.3	457.89	12.48%	3.71%	5.66	597.01	13.58%	5.45%	5.76	572.65	16.74%	1.14%
洗护用品	6.6	174.76	4.76%	3.88%	10.84	247.35	5.63%	5.16%	8.79	242.21	7.08%	0.13%
零食辅食	8.28	123.57	3.37%	3.79%	10.6	160.81	3.66%	5.18%	9.9	147.99	4.33%	1.14%
玩具	3.71	66.24	1.81%	4.51%	5.19	83.34	1.90%	5.47%	3.65	161.78	4.73%	0.92%
内衣家纺	2.29	170.61	4.65%	3.50%	1.96	187.55	4.27%	5.34%	2.41	215.57	6.30%	1.19%
外服童鞋	3.48	491.22	13.39%	3.44%	3.58	545.84	12.42%	5.16%	3.25	344.44	10.07%	1.19%
车床椅	0.09	57.38	1.56%	3.42%	7.89	57.99	1.32%	5.09%	0.41	63.28	1.85%	0.13%
营养保健	0.5	54.46	1.48%	4.14%	0.76	91.86	2.09%	5.19%	0.51	50.08	1.46%	1.14%
文教智能	1.01	39.23	1.07%	3.66%	0.75	56.78	1.29%	4.86%	0.46	37.32	1.09%	0.92%
合计	-	3,669.08	100.00%	3.60%	-	4,394.76	100.00%	5.27%	-	3,420.30	100.00%	1.04%

2017年至2019年，公司与成都亿诺达之间的交易，系在委托经营期内成都亿诺达向孩子王采购各类母婴商品用于门店经营。公司采购中心负责所有产品

的采购，并按统一定价在采购成本的基础上加价一定比例销售给各门店（含特许经营的成都亿诺达下属门店），故公司向成都亿诺达的销售价格与公司向其他门店销售价格定价原则一致，价格公允，与发行人自营门店相比不存在较大差异。

2017 年至 2019 年，成都亿诺达（主要为其门店成都海滨城店）的毛利率水平与公司整体母婴商品毛利率水平情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
成都亿诺达营业收入	5,165.28	5,061.15	4,142.42
成都亿诺达毛利率	17.59%	18.53%	16.84%
公司母婴商品毛利率	23.78%	25.50%	26.93%

2017 年至 2019 年，成都亿诺达综合毛利率水平与公司母婴商品整体毛利率水平相比较低，主要原因是公司向成都亿诺达销售商品时在采购成本的基础上加价一定比例，具有合理性。

综上，公司与成都亿诺达之间的关联交易定价公允。

（四）前五大客户的基本信息，除亿诺达外是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工；报告期部分客户首次进入前五大客户的原因；部分与供应商服务相关的前五大客户，未列入前五大供应商的原因；前五大客户中是否存在终止合作或交易规模显著下降而退出前五大的情形，披露其原因及合理性

发行人已在招股说明书“第六节/三/（二）/1、报告期内前五大客户销售情况”中进行了补充披露。

1、前五大客户的基本信息，除亿诺达外是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工

发行人报告期各期前五大客户中，深圳市怡亚通供应链股份有限公司、上海优壹电子商务有限公司、健合（中国）有限公司、雅培贸易（上海）有限公司、南京欣荣保健食品有限公司、成都亿诺达企业管理有限公司、群邑（上海）广告有限公司、菲仕兰食品贸易（上海）有限公司、南京亿诺达企业管理有限公司、上海家化销售有限公司的基本情况，参见“问题八/一/（一）按主营业务收入构

成划分，分别列示发行人与各类业务的前五大客户的合作背景，服务模式，服务具体内容，金额及占比情况，与发行人交易金额占其自身总采购额比重情况；上述五种服务各自前五大客户的基本情况；发行人是否对上述客户存在重大依赖”的回复。

报告期内，公司前五大客户中，北京乐柏教育咨询有限公司、上海语睿教育信息咨询有限公司的基本情况如下：

（1）北京乐柏教育咨询有限公司

公司名称	北京乐柏教育咨询有限公司
成立日期	2008年12月9日
注册地址	北京市朝阳区阜通东大街6号院4号楼一层1-48以及二层2-35至37、2-39至44区域
注册资本	1,269.7428万元
法定代表人	吴颖
企业类型	有限责任公司(法人独资)
经营范围	教育咨询（不含出国留学咨询及中介服务）；展览服务；销售日用品、文具用品、服装、电子产品；会议服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；出版物批发。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物批发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。）
统一社会信用代码	911101056835934492
股权结构	北京学而思教育科技有限公司持股100%

（2）上海语睿教育信息咨询有限公司

公司名称	上海语睿教育信息咨询有限公司
成立日期	2008年1月21日
注册地址	浦东新区张杨北路569号1-2层
注册资本	10万元人民币
法定代表人	高亚群
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
经营范围	教育信息咨询（除家教）、商务信息咨询、企业管理咨询、投资咨询（以上咨询均除经纪），市场营销策划，企业形象策划，文化艺术交流活动策划，会务服务、展示展览服务，计算机软硬件的开发及销售（除计算机信息系统安全专用产品），办公用品、日用百货、服装鞋帽、音响器材、玩具、纸制品的销售。
统一社会信用代码	9131011567113304XY

股权结构	高亚群持股60%，吴笛持股35%，陈彩娣5%

除南京亿诺达、成都亿诺达外，公司与上述客户不存在关联关系或其他利益安排，上述客户与发行人曾任、现任股东、公司员工也不存在任何关联关系。

2、报告期部分客户首次进入前五大客户的原因；部分与供应商服务相关的前五大客户，未列入前五大供应商的原因

报告期内,与2017年相比,公司部分客户首次进入前五大客户的原因如下：

序号	客户	报告期进入前五大时间	首次进入前五大的原因
1	雅培贸易（上海）有限公司	2018年、2020年1-6月	雅培贸易为雅培的品牌方，为公司提供雅培品牌奶粉。为扩大品牌宣传，雅培贸易与公司的供应商服务收入和广告收入在2018年增加，因此进入前五大
2	菲仕兰食品贸易（上海）有限公司	2018年	菲仕兰为美素佳儿的品牌方。为扩大品牌宣传，菲仕兰与公司的供应商服务收入在2018年增加，因此进入前五大
3	健合（中国）有限公司	2018年、2019年、2020年1-6月	健合为合生元的品牌方，为公司提供合生元品牌奶粉等。为扩大品牌宣传，健合与公司的供应商服务收入自2018年增加，因此进入前五大
4	南京欣荣保健食品有限公司	2020年1-6月	南京欣荣于2020年取得大王品牌的总代理，为公司提供大王品牌纸尿裤。为扩大品牌宣传，南京欣荣与公司的供应商服务收入在2020年上半年增加，因此进入前五大
5	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	2019年、2020年1-6月	怡亚通为公司提供美素佳儿、A2等品牌奶粉。为扩大品牌宣传，怡亚通与公司的供应商服务收入在2019年、2020年1-6月增加，因此进入前五大
6	群邑（上海）广告有限公司	2019年、2020年1-6月	2018年思想传媒与群邑广告开展合作，进行奶粉品牌类商品的广告宣传业务，随着合作规模的提升，群邑广告2019年开始进入前五大

报告期内，前五大客户中未列入报告期内前五大供应商的情况如下：

序号	客户名称	前五大客户未列入前五大供应商的原因
1	成都亿诺达企业管理有限公司、南京亿诺达企业管理有限公司	作为关联方与公司进行交易，主要合作模式是公司通过特许经营方式向其销售商品，并在其下属门店进行销售，因此不属于公司的供应商，仅为公司的关联方客户。
2	群邑（上海）广告有限公司	鉴于孩子王在母婴零售行业中的品牌知名度、与腾讯等合作的渠道优势，群邑广告与公司合作，为品牌方提供广告服务。因此，群邑广告仅为公司的合作客户，不属于公司的供应商。
3	菲仕兰食品贸易（上海）有限公司	菲仕兰食品为美素佳儿奶粉的品牌方，报告期内，菲仕兰通过指定代理商向公司销售商品，同时作为品牌商与公司直接开展推广宣传等供应商服务业务，因此不是公司的直接供应商
4	上海家化销售有限公司	上海家化为公司长期合作的供应商，向孩子王提供启初、佰草集等品牌的洗护用品；同时，孩子王与上海家化合作，为其品牌进行推广宣传形成供应商服务收入。报告期内，公司向上海家化采购金额保持稳定，但并未进入前五大供应商。
5	北京乐柏教育咨询有限公司	乐柏教育为公司长期合作的招商客户，主要在孩子王各个门店租赁一定面积用于少儿英语培训等。2017年，乐柏教育与公司的招商租赁收入进入前五大；2018年以后，随着孩子王业务及采购规模的增加，供应商服务收入随之增加，其租赁收入未进入前五大客户。乐柏教育不是孩子王的供应商。
6	上海语睿教育信息咨询有限公司	语睿教育系与孩子王合作的招商客户，主要在孩子王各个门店租赁一定面积用于早期教育。2017年，语睿教育与公司的招商租赁收入进入

		前五大；2018 年以后，随着孩子王业务及采购规模的增加，供应商服务收入随之增加，其租赁收入未进入前五大客户。语睿教育不是孩子王的供应商。

3、前五大客户中是否存在终止合作或交易规模显著下降而退出前五大的情形，披露其原因及合理性

报告期内，公司向前五大客户各年的销售额及变动情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	交易规模下滑原因
1	南京亿诺达、成都亿诺达	-	3,669.08	4,394.77	3,800.86	终止特许经营业务，相关主体已注销
2	上海优壹电子商务有限公司	1,228.71	3,061.60	3,067.19	1,476.76	-
3	上海家化销售有限公司	390.66	1,212.15	762.1	451.82	-
4	北京乐柏教育咨询有限公司	-	85.64	318.46	412.85	租赁协议陆续到期，未再续签
5	上海语睿教育信息咨询有限公司	5.7	45.48	159.57	316.59	
6	雅培贸易（上海）有限公司	783.54	1,483.97	1,145.37	178.97	-
7	菲仕兰食品贸易（上海）有限公司	66.79	158.76	1,048.27	58.96	2019 年以后，菲仕兰针对美素佳儿品牌宣传相关业务由其经销商负责，因此，供应商服务收入下降
8	健合（中国）有限公司	954.96	1,759.57	945.17	179.76	-
9	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	1,400.02	2,391.08	540.84	189.10	-
10	群邑（上海）广告有限公司	121.52	1,537.02	324.18	-	-
11	南京欣荣保健食品有限公司	723.86	594.71	248.26	82.31	-

综上，报告期内前五大客户中因终止合作或交易规模显著下降而退出前五大的情形具有合理性。

（五）联营模式下前五大客户构成情况，从经销模式变为联营模式对业绩的影响程度，该模式变更的合理性。

发行人已在招股说明书“第六节/三/（二）/1、报告期内前五大客户销售情况”中进行了补充披露。

联营模式系指供应商在孩子王门店内开设专柜/货架，将商品销售给终端消费者。在销售阶段，联营供应商自行派驻人员负责商品销售工作，但需遵循门店的统一管理；商品销售的定价由供应商自主决定，并承担商品售后维修、退换服务；商品未实现最终销售前，商品的灭失等风险由供应商自行承担；在商品销售给终端客户时，公司按照合同约定的比例确认分成收入。

报告期内，公司主要合作的前五大联营供应商情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	采购金额	占比	商品品类
2020 年 1-6 月	1	浙江同心妇幼产品发展有限公司	3,501.77	0.98%	外服童鞋
	2	上海蛙品儿童用品有限公司	1,899.57	0.53%	外服童鞋
	3	杭州日冠服饰有限公司	1,702.94	0.48%	外服童鞋
	4	成都润佳宝贝商贸有限公司	1,000.13	0.28%	外服童鞋
	5	南京婴佳贝母婴用品有限公司	773.90	0.22%	外服童鞋
合计			8,878.31	2.48%	-
2019 年	1	浙江同心妇幼产品发展有限公司	9,708.50	1.11%	外服童鞋
	2	杭州日冠服饰有限公司	3,867.15	0.44%	内衣家纺、外服童鞋
	3	上海蛙品儿童用品有限公司	3,787.57	0.43%	外服童鞋
	4	杭州中赛实业有限公司	3,694.20	0.42%	外服童鞋
	5	成都润佳宝贝商贸有限公司	3,025.78	0.35%	外服童鞋
合计			24,083.20	2.77%	-
2018 年	1	浙江同心妇幼产品发展有限公司	8,097.12	1.18%	外服童鞋
	2	杭州中赛实业有限公司	5,747.02	0.84%	外服童鞋
	3	成都润佳宝贝商贸有限公司	3,122.74	0.45%	外服童鞋
	4	南京婴佳贝母婴用品有限公司	2,319.95	0.34%	内衣家纺、外服童鞋
	5	无锡市利朵商贸有限公司	2,058.00	0.30%	外服童鞋
合计			21,344.84	3.10%	-
2017 年	1	杭州中赛实业有限公司	7,123.36	1.34%	内衣家纺、外服童鞋
	2	浙江同心妇幼产品发展有限公司	5,950.35	1.12%	内衣家纺、外服童鞋
	3	成都润佳宝贝商贸有限公司	3,220.79	0.61%	外服童鞋
	4	南京婴佳贝母婴用品有限公司	2,288.69	0.43%	内衣家纺、外服童鞋
	5	常州奥腾国际贸易有限公司	1,541.37	0.29%	零食辅食、外服童鞋
合计			20,124.55	3.79%	-

报告期内，公司向前五大联营供应商的采购金额分别为 20,124.55 万元、21,344.84 万元、24,083.20 万元和 8,878.31 万元，占采购总额的比例分比为 3.79%、3.10%、2.77%和 2.48%，占比较小，联营合作的商品种类主要为内衣家纺和外服童鞋。

公司经销模式和联营模式下对财务业绩的影响对比如下：

模式	对收入的影响	对成本的影响	对毛利的影响	对存货的影响
经销模式	商品销售给终端客户时按照全额确认收入	确认收入的同时，结转成本	收入扣除成本	采购时确认存货
联营模式	商品销售给终端客户时按照合同约定的比例确认分成收入	-	分成净收入	不确认存货

报告期内,公司确认联营销售收入分别为24,102.99万元、25,876.43万元、26,073.62万元和6,884.73万元，占母婴商品销售收入的比例分别为4.87%、4.21%、3.52%、1.98%，联营模式下商品销售对公司业绩的影响程度较小。

报告期内，公司供应商在原有合作模式基础上增加联营模式的金额较小，多数供应商选择与公司进行单一模式下的合作。公司2018年、2019年、2020年1-6月因增加联营模式对采购额的影响分别为421.01万元、421.27万元、0.74万元，公司因增加与供应商的联营模式对业绩的影响程度较小。

报告期内，公司采用联营模式的商品种类主要是外服童鞋和内衣家纺，上述合作模式变更主要系参考供应商需求、商品属性、商品历史周转情况、发行人销售策略及议价能力等因素，由公司与供应商协商确认，具有合理性。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构和申报会计师结合报告期前五大客户的相关情况，针对公司客户业务真实性履行了如下核查程序：

1、针对供应商服务客户及对应收入的真实性核查

（1）了解公司供应商服务业务流程，执行穿行测试和相关控制测试；

（2）供应商服务收入占主营业务收入总额比重较小，2017年至2020年1-6月比例分别为2.03%、3.69%、5.17%和5.17%，根据重要性原则和随机抽样原则，抽样检查供应商服务收入相关合同、确认函、发票、收款凭据等，细节检查收入占供应商服务收入的比例分别为10.93%、6.12%、7.08%、10.19%。

保荐机构细节核查具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
供应商服务收入	19,709.48	42,121.74	24,368.90	10,502.70
细节测试核查金额	2,009.21	2,980.77	1,491.19	1,147.97
细节测试核查比例	10.19%	7.08%	6.12%	10.93%

（3）对报告期内主要供应商进行走访、视频访谈、函证，2017 年至 2020 年 1-6 月函证及访谈覆盖供应商服务收入比例为 65.43%、71.26%、73.43%、75.86%。

报告期内，保荐机构访谈涉及供应商服务收入的客户共计 56 家。函证方面，供应商服务收入与供应商采购一起进行函证，2017 年-2018 年函证 152 家，回函 148 家，剩余 4 家进行替代性测试程序核查；2019 年函证 161 家，回函 157 家，剩余 4 家进行替代性程序核查；2020 年 1-6 月函证 102 家，回函 101 家，剩余 1 家进行替代性程序核查。具体核查情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商服务收入（不含税）	19,709.48	42,121.74	24,368.90	10,502.70
发函金额	14,950.91	30,930.29	17,366.04	6,872.07
发函比例	75.86%	73.43%	71.26%	65.43%
回函及替代性测试确认金额	14,950.91	30,930.29	17,366.04	6,872.07
回函及替代性测试确认比例	75.86%	73.43%	71.26%	65.43%
访谈覆盖收入金额	10,924.39	21,892.72	12,231.85	4,609.81
访谈覆盖收入比例	55.43%	51.97%	50.19%	43.89%
访谈及函证覆盖收入金额占比（不重复计算）	75.86%	73.43%	71.26%	65.43%

2、针对招商客户及对应收入的真实性核查

（1）了解公司招商业务流程，执行穿行测试和相关控制测试；

（2）核对招商收入台账和财务记录；根据招商收入台账，对相关租赁收入进行复核测算；

（3）招商收入占营业收入总额比重较小，2017 年至 2020 年 1-6 月占营业收入的比例分别为 0.95%、0.85%、0.79%和 0.80%，根据重要性原则和随机抽样原则执行细节测试，检查相关合同、发票、收款凭证等，2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月保荐机构细节检查比例分别为 27.29%、21.15%、15.83%、16.75%；2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月申报会计师细节检查比例分别为 23.14%、4.74%、5.76%、16.75%。

保荐机构具体的细节核查情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
招商收入	3,090.57	6,484.52	5,682.99	4,956.63
细节测试核查金额	517.60	1,026.74	1,201.81	1,352.47
细节测试核查比例	16.75%	15.83%	21.15%	27.29%

（4）对主要招商客户进行走访、视频访谈、函证，2017 年至 2020 年 1-6 月函证及访谈覆盖招商收入比例为 42.24%、39.48%、42.67%、38.16%。具体核查情况同时参见“问题十六/二/（一）/1、针对问题（一）的核查程序”。

3、针对软件销售客户及对应收入的真实性核查

（1）了解公司软件销售业务流程，执行穿行测试和相关控制测试；

（2）查看 2019 年全部软件销售相关的合同、发票、验收确认单及收款凭据等文件，并进行访谈和函证，覆盖率为 100%。

4、针对广告客户及对应收入的真实性核查

（1）了解公司广告业务流程，执行穿行测试和相关控制测试；

（2）广告服务收入比重较小，2018 年至 2020 年 1-6 月广告服务收入占主营业务收入的比例分别为 0.51%、0.69%、0.69%，根据重要性原则和随机性原则进行抽样执行细节测试，细节核查比例分别为 44.58%、32.02%、76.01% 。

保荐机构细节核查具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
广告收入	2,624.41	5,590.40	3,379.58
细节测试核查金额	1,994.845	1,789.85	1,506.54
细节测试核查比例	76.01%	32.02%	44.58%

（3）对广告客户进行走访、视频访谈、函证，2018 年-2020 年 1-6 月广告收入访谈及函证覆盖比例分别为 25.73%、37.59%、80.20%。

报告期内，保荐机构访谈了涉及广告收入的客户共计 4 家；2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月发函分别为 1 家、2 家、10 家，回函数量分别为 1 家、1 家、8 家，剩余未回函的均进行了替代性测试。具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
广告收入	2,624.41	5,590.40	3,379.58
发函金额	2,104.69	2,101.55	586.71
发函比例	80.20%	37.59%	17.36%
回函及替代测试确认金额	2,104.69	2,101.55	586.71
回函及替代测试确认比例	80.20%	37.59%	17.36%
访谈覆盖收入金额	1,711.13	1,838.11	869.73
访谈覆盖收入比例	65.20%	32.88%	25.73%
访谈及函证覆盖收入金额占比（不重复计算）	80.20%	37.59%	25.73%

5、针对成都亿诺达的核查程序

（1）通过公开途径查阅成都亿诺达股权结构，查阅工商资料，了解其历次股权变更情况及实际控制人情况；向管理层询问发行人与成都亿诺达的关联关系和交易背景，分析判断发行人向亿诺达销售母婴商品是否属于买断式销售，收入确认方法是否符合《企业会计准则》的相关规定；

（2）查阅成都亿诺达与公司签署的销售合同、特许经营经营协议、资产转让协议及销售清单、发货记录、发票和资金往来，向成都亿诺达函证确认交易金额；

（3）查阅成都亿诺达的财务报表，进行总体分析复核，包括毛利率和变动分析等，分析存货余额占采购额的比例是否合理，是否存在向亿诺达突击销售，压货的情形；

（4）对成都亿诺达股东及公司相关人员进行访谈，了解其与公司的合作模式、资产及运营情况；

（5）测算成都亿诺达特许经营模式和自营门店模式的差异，进行合理性分析；

（6）向发行人了解发行人向成都亿诺达的销售定价原则与向发行人其他门店销售定价原则，分析上述关联交易价格的公允性。

6、向发行人获取报告期内前五大客户的基本信息，通过访谈、检索全国企业信用公示系统、企查查等网站核查验证；向发行人了解报告期前五大客户变动

原因及合理性；对比供应商服务收入前五大客户及前五大供应商的情况，了解差异原因；

7、了解发行人的联营模式，获取发行人联营合作模式的主要供应商、采购金额及主要商品品类、销售金额，分析联营模式对公司业绩的影响程度；比较联营模式和经销模式的会计处理及对财务的影响；询问报告期是否存在同一供应商由经销模式变更为联营模式的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、根据发行人与亿诺达签署的销售协议，发行人向亿诺达销售母婴商品属于买断式销售，公司对成都亿诺达按照收货验收确认收入时点合理，符合《企业会计准则》的规定；发行人不存在提前确认收入的情形或向亿诺达进行突击销售、压货的情形；

2、发行人向亿诺达销售产品对财务数据的影响较小，与门店自营模式相比不存在较大差异，发行人采用特许经营模式对亿诺达下属门店进行运营管理合理；

3、发行人向成都亿诺达的销售价格与向其他门店销售价格定价原则一致，系在市场采购价格基础上的成本加成，价格公允，与发行人自营门店相比不存在较大差异；

4、除亿诺达外，公司与前五大客户不存在关联关系或其他利益安排，上述客户与公司曾任、现任股东、公司员工也不存在任何关联关系；报告期内，部分客户首次进入当年前五大原因合理，部分与供应商服务相关的前五大客户未列入前五大供应商原因合理；前五大客户中存在终止合作或交易规模显著下降而退出前五大的情形具有合理的原因，不存在异常情形；

5、发行人联营模式下商品销售对公司业绩的影响程度较小；发行人从经销模式增加联营模式对业绩影响程度较小，具有合理性。

6、申报期上述服务收入确认真实、正确。

经核查，申报会计师认为：

根据发行人与亿诺达签署的销售协议，对其销售母婴商品属于买断式销售、收入确认方法符合《企业会计准则》相关规定，不存在向亿诺达突击销售，压货的情形。

发行人披露的向亿诺达销售产品与门店自营模式相比财务数据影响差异分析与我们的理解一致；发行人向成都亿诺达的销售定价原则与向发行人其他门店销售定价原则一致，价格具有公允性；发行人披露的前五大客户终止合作或交易规模下降的原因与我们了解的信息一致，具有商业合理性；发行人披露的联营合作前五大供应商信息与我们了解的信息一致，联营模式具有商业合理性。

问题二十、关于营业成本

申报材料显示，报告期发行人营业成本分别为 366,143.65 万元、466,224.51 万元、574,212.35 万元。请发行人补充披露：

（1）母婴商品下各类产品的当年采购数量、采购均价，存货期末结存数量、单位成本，采购单价、存货单位成本、单位营业成本三者之间变动和匹配关系；是否存在产品期末存货单位成本高于当年单位营业成本的情形，原因及合理性；是否存在通过降低存货结转价值的方式虚减主营业务成本的情形。

（2）母婴服务、供应商服务、广告业务、招商业务营业成本的构成情况，上述业务成本的核算方式是否与其收入模式相匹配，成本核算是否完整、准确。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）母婴商品下各类产品的当年采购数量、采购均价，存货期末结存数量、单位成本，采购单价、存货单位成本、单位营业成本三者之间变动和匹配关系；是否存在产品期末存货单位成本高于当年单位营业成本的情形，原因及合理性；是否存在通过降低存货结转价值的方式虚减主营业务成本的情形。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（二）营业成本分析”中进行了补充披露。

报告期内，公司采用自营和联营两种模式进行销售，两种模式在存货、采购金额、收入及成本确认方面的差异如下：

项目	联营模式		自营模式
	商品对外销售前	商品实现销售时	
存货	不确认	-	采购并验收入库后确认为存货；销售完成时存货减少
采购金额		按照对外销售全额扣减分成收入后确认为采购金额	按照商品采购金额全额确认
收入及成本确认		按照净额法确认收入，即按照销售金额*分成比例确认收入，成本为 0	按照销售金额确认收入，同步结转成本

因此，为了比较采购单价、单位存货成本、单位营业成本，应当扣除联营模式的影响，比较自营模式下上述指标的勾稽关系。

（1）采购金额、采购数量及采购单价情况

报告期内，公司母婴商品自营模式下各类商品的当年采购金额、采购数量、采购均价情况如下：

① 2020 年 1-6 月

单位：万元、万件（套）、元

商品类别	采购总额	联营模式	自营模式	自营采购数量	自营采购均价
奶粉	196,478.02	-	196,478.02	810.19	242.51
纸尿裤	52,133.11	-	52,133.11	588.92	88.52
外服童鞋	21,160.71	20,417.76	742.95	29.16	25.48
洗护用品	27,480.13	202.72	27,277.41	1,812.96	15.05
零食辅食	21,494.04	3.03	21,491.01	1,041.97	20.63
内衣家纺	11,436.93	7,225.35	4,211.58	119.66	35.20
玩具	9,953.30	229.72	9,723.57	159.44	60.99
文教智能	5,835.18	3,566.83	2,268.36	48.88	46.41
车床椅	5,792.57	1,364.51	4,428.06	9.05	489.46
营养保健	6,432.00	-	6,432.00	39.94	161.05
合计	358,195.99	33,009.92	325,186.07	4,660.16	69.78

② 2019 年

单位：万元、万件（套）、元

商品类别	采购总额	联营模式	自营模式	自营采购数量	自营采购均价
奶粉	433,425.58	-	433,425.58	1,791.71	241.91
纸尿裤	125,364.68	-	125,364.68	1,376.67	91.06
外服童鞋	68,777.65	60,156.39	8,621.26	195.91	44.01
洗护用品	67,921.78	495.69	67,426.09	4,201.49	16.05
零食辅食	45,002.30	6.70	44,995.60	2,565.03	17.54
内衣家纺	44,209.53	23,101.44	21,108.08	582.03	36.27
玩具	39,579.18	942.49	38,636.69	620.06	62.31
文教智能	17,760.65	10,692.99	7,067.67	168.84	41.86
车床椅	15,420.68	4,427.05	10,993.63	21.66	507.64
营养保健	13,474.98	-	13,474.98	99.59	135.30
合计	870,937.01	99,822.75	771,114.26	11,622.98	66.34

③ 2018 年

单位：万元、万件（套）、元

商品类别	采购总额	联营模式	自营模式	自营采购数量	自营采购均价
奶粉	328,573.73	-	328,573.73	1,522.18	215.86
纸尿裤	102,910.58	-	102,910.58	1,106.56	93.00
外服童鞋	65,952.08	46,528.73	19,423.35	303.76	63.94
洗护用品	53,867.02	559.29	53,307.74	2,791.52	19.10
零食辅食	36,640.21	1,531.92	35,108.30	2,152.71	16.31
内衣家纺	33,133.62	19,228.41	13,905.21	304.12	45.72
玩具	28,064.57	607.72	27,456.85	599.40	45.81
文教智能	14,228.33	9,524.71	4,703.61	98.06	47.97
车床椅	12,987.55	3,794.33	9,193.22	26.18	351.10
营养保健	11,525.66	-	11,525.66	85.60	134.64
合计	687,883.33	81,775.10	606,108.23	8,990.10	67.42

④ 2017 年

单位：万元、万件（套）、元

商品类别	采购总额	联营模式	自营模式	自营采购数量	自营采购均价
奶粉	216,779.26	-	216,779.26	1,100.24	197.03
纸尿裤	81,686.22	-	81,686.22	961.86	84.92
外服童鞋	57,983.66	41,717.35	16,266.31	235.02	69.21
洗护用品	46,981.46	574.13	46,407.33	2,645.74	17.54
零食辅食	29,196.96	2,414.60	26,782.36	1,718.20	15.59
内衣家纺	28,225.54	16,386.00	11,839.54	263.76	44.89
玩具	32,072.73	72.83	31,999.90	712.79	44.89
文教智能	13,559.83	8,932.61	4,627.23	128.54	36.00
车床椅	13,998.95	3,742.51	10,256.45	18.46	555.51
营养保健	9,890.79	-	9,890.79	95.42	103.65
合计	530,375.41	73,840.03	456,535.38	7,880.03	57.94

（2）单位存货成本和单位营业成本情况

为扩大市场占有率，供应商一般会根据公司的预计采购规模，商品销售规模以及提供的支持，给予一定比例的返利，并在确认当期冲减“主营业务成本”和“存货”科目。具体参见本回复“问题二十三/一/（二）报告期供应商服务收入和返利的具体金额，返利金额的分摊对存货价值和销售成本的具体影响，量化披露服务收入和返利对报告期毛利的影响程度，是否具有重大影响。”因此，**公司在比较采购单价与单位营业成本、单位存货成本时，需要还原返利对单位营业成本和单位存货成本的影响。**

同时，自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则后，公司将作为合同履约成本

的运输费用 2,878.81 万元由销售费用调整至营业成本列报，因此 2020 年 1-6 月还需要还原运费对单位营业成本的影响。

① 存货数量、存货金额及单位存货成本分析

公司母婴商品各类存货的期末结存金额、结存数量及单位存货成本情况如下：

单位：万元、万件、元

商品类别	2020 年 1-6 月			2019 年		
	金额	数量	单位存货成本	金额	数量	单位存货成本
奶粉	54,693.79	222.78	245.50	56,835.05	218.09	260.60
纸尿裤	12,315.40	115.04	107.05	10,291.77	93.85	109.66
洗护用品	7,977.27	441.97	18.05	6,099.48	460.09	13.26
零食辅食	1,344.13	40.55	33.14	945.47	36.45	25.94
玩具	8,133.10	90.93	89.45	9,456.80	113.31	83.46
内衣家纺	8,581.31	228.77	37.51	7,583.76	193.28	39.24
外服童鞋	3,411.73	47.27	72.18	5,369.73	69.22	77.58
车床椅	1,092.74	1.36	802.01	1,112.02	1.61	689.07
营养保健	1,631.65	9.64	169.31	1,633.23	10.40	157.03
文教智能	1,127.24	27.33	41.24	1,188.89	29.53	40.26
合计	100,308.36	1,225.64	81.84	100,516.21	1,225.84	82.00
商品类别	2018 年			2017 年		
	金额	数量	单位存货成本	金额	数量	单位存货成本
奶粉	33,090.99	160.74	205.87	22,992.84	110.76	207.60
纸尿裤	9,588.27	100.65	95.27	6,866.24	120.59	56.94
洗护用品	6,901.24	414.01	16.67	7,771.25	484.29	16.05
零食辅食	1,391.33	58.60	23.74	627.42	35.85	17.50
玩具	6,847.52	84.49	81.05	10,243.51	166.77	61.42
内衣家纺	4,698.12	100.06	46.95	3,280.90	65.24	50.29
外服童鞋	11,555.86	101.57	113.77	8,329.69	113.46	73.42
车床椅	1,732.64	2.21	785.31	2,037.97	3.14	648.83
营养保健	2,488.53	15.24	163.29	1,618.96	15.15	106.88
文教智能	795.39	17.46	45.55	661.24	17.27	38.28
合计	79,089.89	1,055.02	74.97	64,430.02	1,132.51	56.89

报告期内，还原供应商返利对单位存货成本的影响如下表所示：

单位：元

商品类别	2020 年 1-6 月			2019 年		
	单位存货成本	返利影响	考虑返利影响后	单位存货成本	返利影响	考虑返利影响后
奶粉	245.50	13.70	259.20	260.60	15.72	276.32

纸尿裤	107.05	4.53	111.58	109.66	5.37	115.03
洗护用品	18.05	0.63	18.68	13.26	0.40	13.65
零食辅食	33.14	1.66	34.80	25.94	1.50	27.44
玩具	89.45	3.03	92.47	83.46	3.16	86.62
内衣家纺	37.51	1.88	39.39	39.24	1.78	41.01
外服童鞋	72.18	5.28	77.46	77.58	4.53	82.11
车床椅	802.01	23.74	825.75	689.07	17.10	706.17
营养保健	169.31	10.99	180.30	157.03	8.55	165.58
文教智能	41.24	0.95	42.19	40.26	1.15	41.41
合计	81.84	4.11	85.95	82.00	4.35	86.35
商品类别	2018 年			2017 年		
	单位存货成本	返利影响	考虑返利影响后	单位存货成本	返利影响	考虑返利影响后
奶粉	205.87	9.36	215.23	207.60	11.56	219.15
纸尿裤	95.27	4.30	99.57	56.94	4.00	60.94
洗护用品	16.67	0.60	17.27	16.05	0.89	16.94
零食辅食	23.74	1.10	24.84	17.50	0.97	18.48
玩具	81.05	2.73	83.78	61.42	3.37	64.79
内衣家纺	46.95	1.79	48.74	50.29	2.98	53.27
外服童鞋	113.77	4.64	118.42	73.42	3.98	77.40
车床椅	785.31	27.56	812.87	648.83	36.15	684.98
营养保健	163.29	6.53	169.82	106.88	6.47	113.36
文教智能	45.55	1.37	46.92	38.28	2.12	40.41
合计	74.97	3.14	78.11	56.89	3.26	60.15

②返利、运费对单位营业成本的影响分析

报告期内，还原公司返利、运输费用对单位营业成本的影响情况如下：

A、2020 年 1-6 月

单位：万元、万件（套）、元

商品类别	2020 年 1-6 月					
	金额	数量	单位成本	返利影响	运费影响	考虑影响后
奶粉	165,590.58	813.00	203.68	41.11	1.90	242.89
纸尿裤	40,193.02	557.99	72.03	16.29	0.83	87.49
洗护用品	21,758.81	1,493.97	14.56	2.37	0.27	16.66
零食辅食	18,284.17	1,104.96	16.55	3.65	0.18	20.02
玩具	10,899.72	184.18	59.18	7.40	0.45	66.13
内衣家纺	4,054.60	126.83	31.97	2.11	0.39	33.68
外服童鞋	3,247.77	55.69	58.32	-1.93	0.71	55.68
车床椅	3,834.92	8.73	439.10	46.06	3.25	481.91
营养保健	3,669.23	35.59	103.11	38.47	1.26	140.31
文教智能	1,663.35	46.65	35.66	2.84	0.38	38.12

合计	273,196.18	4,427.59	61.70	12.09	0.65	73.14

注：考虑影响后单位营业成本=单位营业成本+返利影响-运费影响

B、2019 年

单位：万元、万件（套）、元

商品类别	2019 年度				
	金额	数量	单位营业成本	返利影响	考虑影响后
奶粉	317,725.97	1,634.37	194.40	41.81	236.21
纸尿裤	86,509.83	1,249.83	69.22	16.93	86.14
洗护用品	49,980.11	3,813.00	13.11	2.46	15.57
零食辅食	33,498.68	2,414.23	13.88	3.60	17.47
玩具	26,949.94	595.41	45.26	7.50	52.76
内衣家纺	14,042.13	393.31	35.70	5.21	40.91
外服童鞋	14,610.20	234.01	62.43	-1.17	61.27
车床椅	9,614.68	21.56	446.05	64.51	510.56
营养保健	7,540.69	84.46	89.28	36.71	125.98
文教智能	4,366.03	124.63	35.03	3.22	38.25
合计	564,838.25	10,564.82	53.46	11.23	64.70

C、2018 年

单位：万元、万件（套）、元

商品类别	2018 年度				
	金额	数量	单位营业成本	返利影响	考虑影响后
奶粉	246,785.97	1,453.33	169.81	33.48	203.29
纸尿裤	75,182.82	1,081.28	69.53	15.07	84.60
洗护用品	41,174.04	2,710.07	15.19	2.89	18.09
零食辅食	25,886.60	2,022.53	12.80	3.39	16.19
玩具	25,190.10	541.65	46.51	6.26	52.76
内衣家纺	8,921.57	222.49	40.10	6.07	46.17
外服童鞋	15,897.23	289.16	54.98	1.75	56.73
车床椅	8,750.65	25.30	345.85	50.14	395.99
营养保健	7,495.61	85.60	87.56	25.19	112.76
文教智能	3,024.24	81.69	37.02	4.39	41.41
合计	458,308.84	8,513.11	53.84	10.42	64.25

D、2017 年

单位：万元、万件（套）、元

商品类别	2017 年度				
	金额	数量	单位营业成本	返利影响	考虑影响后
奶粉	171,640.59	1,080.84	158.80	31.96	190.76

纸尿裤	65,991.79	893.42	73.86	14.00	87.87
洗护用品	35,581.30	2,521.58	14.11	2.83	16.94
零食辅食	21,380.56	1,815.35	11.78	2.51	14.29
玩具	24,331.32	592.80	41.04	6.49	47.53
内衣家纺	9,888.64	246.97	40.04	5.65	45.69
外服童鞋	14,798.48	307.47	48.13	2.23	50.36
车床椅	8,444.39	21.14	399.40	78.78	478.18
营养保健	6,583.50	69.56	94.64	9.30	103.94
文教智能	3,152.17	162.70	19.37	2.09	21.47
合计	361,792.75	7,711.83	46.91	8.73	55.64

（3）采购单价、存货单位成本、单位营业成本的变动和匹配关系

报告期内，考虑上述影响后，公司采购单价、存货单位成本、单位营业成本的变动和匹配关系如下表所示：

单位：元

商品类别	2020 年 1-6 月			2019 年		
	采购均价	存货单位成本	单位营业成本	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
奶粉	242.51	259.20	242.89	241.91	276.32	236.21
纸尿裤	88.52	111.58	87.49	91.06	115.03	86.14
洗护用品	15.05	18.68	16.66	16.05	13.65	15.57
零食辅食	20.63	34.80	20.02	17.54	27.44	17.47
玩具	60.99	92.47	66.13	62.31	86.62	52.76
内衣家纺	35.20	39.39	33.68	36.27	41.01	40.91
外服童鞋	25.48	77.46	55.68	44.01	82.11	61.27
车床椅	489.46	825.75	481.91	507.64	706.17	510.56
营养保健	161.05	180.30	140.31	135.30	165.58	125.98
文教智能	46.41	42.19	38.12	41.86	41.41	38.25
商品类别	2018 年			2017 年		
	采购均价	存货单位成本	单位营业成本	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
奶粉	215.86	215.23	203.29	197.03	219.15	190.76
纸尿裤	93.00	99.57	84.60	84.92	60.94	87.87
洗护用品	19.10	17.27	18.09	17.54	16.94	16.94
零食辅食	16.31	24.84	16.19	15.59	18.48	14.29
玩具	45.81	83.78	52.76	44.89	64.79	47.53
内衣家纺	45.72	48.74	46.17	44.89	53.27	45.69
外服童鞋	63.94	118.42	56.73	69.21	77.40	50.36
车床椅	351.10	812.87	395.99	555.51	684.98	478.18
营养保健	134.64	169.82	112.76	103.65	113.36	103.94
文教智能	47.97	46.92	41.41	36.00	40.41	21.47

由于不同类别商品因其属性、规格不同而导致价格差异较大，相同类别商

品也会因商品品牌、商品结构、促销活动、价格补贴等因素造成价格变动，因此，各期期末存货单位成本较当期单位营业成本、采购均价之间存在一定差异。具体分析如下：

A、供应商销售价格补贴

在销售环节，为了促进品牌商品的销售，供应商一般会与孩子王协商确定商品品类推广促销活动内容，通过销售折扣方式以保证最优价格应对市场竞争。在此情况下，供应商会对进价进行调整形成对公司的价格补贴。

根据公司统计，不同商品品类当年价格补贴比例约为 5%-30%（对应 7 折-95 折的销售折扣比例）。因此，供应商的价格补贴因素从一定程度上使得部分品类当年单位存货成本高于当年单位采购成本和单位营业成本。供应商价格补贴对公司采购均价与单位营业成本影响情况如下：

①价格补贴对采购均价的影响

单位：元

商品类别	2020 年 1-6 月			2019 年		
	采购均价	价格补贴影响	还原价格补贴后	采购均价	价格补贴影响	还原价格补贴后
奶粉	242.51	24.71	267.22	241.91	14.96	256.87
纸尿裤	88.52	26.26	114.79	91.06	24.52	115.58
外服童鞋	25.48	8.14	33.62	44.01	18.36	62.37
洗护用品	15.05	3.02	18.07	16.05	3.00	19.05
零食辅食	20.63	6.41	27.03	17.54	3.17	20.71
内衣家纺	35.20	9.48	44.68	36.27	7.35	43.62
玩具	60.99	22.35	83.33	62.31	13.91	76.22
文教智能	46.41	10.72	57.13	41.86	5.34	47.20
车床椅	489.46	69.77	559.23	507.64	79.47	587.11
营养保健	161.05	26.99	188.05	135.30	21.44	156.74
商品类别	2018 年			2017 年		
	采购均价	价格补贴影响	还原价格补贴后	采购均价	价格补贴影响	还原价格补贴后
奶粉	215.86	13.05	228.90	197.03	9.98	207.01
纸尿裤	93.00	21.77	114.77	84.92	12.54	97.46
外服童鞋	63.94	4.14	68.08	69.21	3.57	72.79
洗护用品	19.10	2.63	21.73	17.54	1.35	18.89
零食辅食	16.31	1.34	17.65	15.59	1.32	16.91
内衣家纺	45.72	8.99	54.71	44.89	6.54	51.42
玩具	45.81	7.38	53.18	44.89	6.98	51.87
文教智能	47.97	5.95	53.91	36.00	4.07	40.07

车床椅	351.10	42.59	393.69	555.51	53.46	608.97
营养保健	134.64	22.62	157.26	103.65	17.31	120.96

注：价格补贴对采购单价的影响=商品价格补贴/采购数量；还原价格补贴后的采购均价=采购均价+单位价格补贴影响

②价格补贴对单位营业成本的影响

单位：元

商品类别	2020 年 1-6 月			2019 年		
	单位营业成本	位价格补贴影响	还原价格补贴后	单位营业成本	价格补贴影响	还原价格补贴后
奶粉	242.89	24.62	267.51	236.21	16.40	252.61
纸尿裤	87.49	27.72	115.21	86.14	27.01	113.15
洗护用品	16.66	3.67	20.33	15.57	3.31	18.88
零食辅食	20.02	6.04	26.06	17.47	3.37	20.84
玩具	66.13	19.35	85.48	52.76	14.48	67.24
内衣家纺	33.68	8.94	42.63	40.91	10.88	51.78
外服童鞋	55.68	4.26	59.94	61.27	15.37	76.64
车床椅	481.91	72.27	554.19	510.56	79.85	590.41
营养保健	140.31	30.29	170.61	125.98	25.28	151.27
文教智能	38.12	11.23	49.35	38.25	7.23	45.48
商品类别	2018 年			2017 年		
	单位营业成本	价格补贴影响	还原价格补贴后	单位营业成本	价格补贴影响	还原价格补贴后
奶粉	203.29	13.66	216.95	190.76	10.16	200.93
纸尿裤	84.60	22.28	106.88	87.87	13.50	101.37
洗护用品	18.09	2.71	20.80	16.94	1.41	18.35
零食辅食	16.19	1.43	17.62	14.29	1.25	15.54
玩具	52.76	8.16	60.93	47.53	8.39	55.92
内衣家纺	46.17	12.29	58.46	45.69	6.98	52.67
外服童鞋	56.73	4.35	61.08	50.36	2.73	53.09
车床椅	395.99	44.07	440.06	478.18	46.69	524.86
营养保健	112.76	22.62	135.37	103.94	23.74	127.68
文教智能	41.41	7.14	48.54	21.47	3.22	24.68

注：价格补贴对单位营业成本的影响=商品价格补贴/销售数量；还原价格补贴后的单位营业成本=单位营业成本+单位价格补贴影响

根据公司的实务操作，公司与供应商针对参与活动的商品价格补贴在活动期间发生，具体补贴的金额系按照销售数量与单位补贴价格在系统中自动进行计算，每月末公司与供应商进行确认结算。由于价格补贴只针对活动期间销售完成的商品进行，因此影响采购金额和销售成本，不参与库存管理系统中的移动加权平均成本计算，不影响存货成本。

报告期内，公司还原供应商价格补贴因素后，公司采购均价、存货单位成本、单位营业成本对比情况如下表所示：

单位：元

商品类别	2020 年 1-6 月			2019 年		
	采购均价	存货单位成本	单位营业成本	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
奶粉	267.22	259.20	267.51	256.87	276.32	252.61
纸尿裤	114.79	111.58	115.21	115.58	115.03	113.15
洗护用品	18.07	18.68	20.33	19.05	13.65	18.88
零食辅食	27.03	34.80	26.06	20.71	27.44	20.84
玩具	83.33	92.47	85.48	76.22	86.62	67.24
内衣家纺	44.68	39.39	42.63	43.62	41.01	51.78
外服童鞋	33.62	77.46	59.94	62.37	82.11	76.64
车床椅	559.23	825.75	554.19	587.11	706.17	590.41
营养保健	188.05	180.30	170.61	156.74	165.58	151.27
文教智能	57.13	42.19	49.35	47.20	41.41	45.48
商品类别	2018 年			2017 年		
	采购均价	存货单位成本	单位营业成本	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
奶粉	228.90	215.23	216.95	207.01	219.15	200.93
纸尿裤	114.77	99.57	106.88	97.46	60.94	101.37
洗护用品	21.73	17.27	20.80	18.89	16.94	18.35
零食辅食	17.65	24.84	17.62	16.91	18.48	15.54
玩具	53.18	83.78	60.93	51.87	64.79	55.92
内衣家纺	54.71	48.74	58.46	51.42	53.27	52.67
外服童鞋	68.08	118.42	61.08	72.79	77.40	53.09
车床椅	393.69	812.87	440.06	608.97	684.98	524.86
营养保健	157.26	169.82	135.37	120.96	113.36	127.68
文教智能	53.91	46.92	48.54	40.07	40.41	24.68

以下对各细分商品价格的匹配分析将在还原供应商价格补贴后进行。

B、商品结构及价格差异

报告期内，公司上述十大品类商品存在众多品牌、规格和细分类别，因此单位价格差异较大，公司不同品类商品及单位价格区间情况如下表所示：

商品类别	SKU 数量	合作品牌数量	价格区间
奶粉	超过 800 个 SKU	超过 100 个	22.75-2,550.69 元/件
纸尿裤	超过 850 个 SKU	超过 60 个	3.40-533.99 元/件
洗护用品	超过 6,500 个 SKU	超过 450 个	0.35- 11,653.15 元/件
零食辅食	超过 3,500 个 SKU	超过 600 个	0.94- 503.54 元/件
玩具	超过 5,000 个 SKU	超过 450 个	2.31-2,376.62 元/件
内衣家纺	超过 12,000 个 SKU	超过 280 个	2.16-1,499.45 元/件

外服童鞋	超过 21,000 个 SKU	超过 400 个	7.02- 555.69 元/件
车床椅	超过 600 个 SKU	超过 100 个	33.92- 6,621.54 元/件
营养保健	超过 700 个 SKU	超过 150 个	6.41-1,018.00 元/件
文教智能	超过 1,400 个 SKU	超过 280 个	1.00- 6,870.85 元/件

（1）奶粉类商品

报告期各期，发行人奶粉类商品采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	267.22	259.20	267.51
2019 年	256.87	276.32	252.61
2018 年	228.90	215.23	216.95
2017 年	207.01	219.15	200.93

报告期内，公司奶粉类商品采购均价、单位营业成本总体为上涨趋势，且相互之间差异较小；2017 年和 2019 年，公司奶粉类商品存货单位成本高于单位营业成本，主要原因为公司期末奶粉库存中，单价较高的品牌奶粉库存占比较高，使得单位存货成本高于单位营业成本。

综上，报告期内，公司奶粉类采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（2）纸尿裤

报告期各期，发行人纸尿裤类商品采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	114.79	111.58	115.21
2019 年	115.58	115.03	113.15
2018 年	114.77	99.57	106.88
2017 年	97.46	60.94	101.37

报告期内，公司纸尿裤类商品采购均价与单位营业成本相差不大。存货单位成本变动较大，主要系因为公司纸尿裤类商品品牌集中度较高，主要包括大王、好奇、花王、moony 及自有品牌宝乐适等，上述品牌的单价相差较大，因此，期

末各类品牌的库存金额及占比决定了存货单位成本的高低。

2017 年公司纸尿裤类商品存货单位成本低于单位营业成本，主要是因为 2017 年公司自有品牌宝乐适库存金额和库存数量占比较高，由于其价格较低，导致 2017 年公司整体存货单位成本较低；2018 年以来大王、好奇等品牌库存占比提高，其存货单价相应提高。

综上，报告期内，公司纸尿裤类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（3）洗护用品

报告期各期，发行人洗护用品类商品采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	18.07	18.68	20.33
2019 年	19.05	13.65	18.88
2018 年	21.73	17.27	20.80
2017 年	18.89	16.94	18.35

报告期内，公司洗护用品采购均价、存货单位成本、单位营业成本相差不大。2019 年，公司存货单位成本下降较快，低于采购均价和单位营业成本，主要原因为：公司加大了对自有品牌贝特倍护的推广力度，期末存货金额和存货数量占比提升，分别由 2018 年末的 13.62%、58.40%上升为 2019 年末的 19.95%、62.14%。由于贝特倍护系列商品单价较低，使得 2019 年末存货单位成本下降；2020 年 1-6 月，公司与各大品牌合作推出入院待产的组合套装，提高了洗护用品的单位库存成本。

综上，报告期内，公司洗护用品类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（4）零食辅食

报告期各期，发行人零食辅食类商品采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	27.03	34.80	26.06
2019 年	20.71	27.44	20.84
2018 年	17.65	24.84	17.62
2017 年	16.91	18.48	15.54

报告期内，公司零食辅食采购均价、单位营业成本相差不大，存货单位成本高于采购均价和单位营业成本，主要原因为：公司零食辅食类商品期末库存主要集中于嘉宝、合生元、喜宝等单位价格较高的品牌；同时，期末库存中，单价较高的细分商品比如零辅食冲调器、核桃油类等商品占比较高，也使期末库存单位成本提升。

综上，报告期内，公司零食辅食类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（5）玩具

报告期各期，发行人玩具类商品采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	83.33	92.47	85.48
2019 年	76.22	86.62	67.24
2018 年	53.18	83.78	60.93
2017 年	51.87	64.79	55.92

报告期内，公司玩具类商品采购均价、单位营业成本相差不大，总体上呈上升趋势，且单位营业成本略高于采购均价或与采购均价接近。

公司玩具类商品存货单位成本高于单位营业成本和采购均价，主要原因为：①由于玩具类商品品类较多，价格分布范围广，采购和销售环节各种品类和价格的玩具需要平衡采购，以满足消费者的多样化需求，因此采购均价和单位营业成本相应较低；②公司期末玩具商品存货结构中，高价商品占比较大。报告期，单位成本高于 80 元的玩具商品库存金额占比呈上升趋势，因此期末单位库存成本较高。

综上，报告期内，公司玩具类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（6）内衣家纺

报告期各期，发行人内衣家纺商品采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	44.68	39.39	42.63
2019 年	43.62	41.01	51.78
2018 年	54.71	48.74	58.46
2017 年	51.42	53.27	52.67

根据上表，报告期内，公司内衣家纺类商品采购均价、单位存货成本相差不大，且存货单位成本低于单位营业成本或与单位营业成本接近。

报告期内，公司内衣家纺品牌存在一定的集中度，公司会根据实际销售情况主推一些品牌，主要合作品牌包括初萌、良良、植物王国等，各品牌的库存数量和库存金额占比对单位存货成本影响较大。其中，2017 年公司期末库存中初萌、良良品牌库存金额和库存数量较高，由于其单价高，因此 2017 年末存货单位成本水平较高；2018 年，公司内衣家纺期末库存中，单价较低的植物王国品牌占比提升，单位库存成本有所降低；2019 年，公司单位库存成本下降，主要是当年末库存商品中单位成本较高的商品占比下降所致；与 2019 年相比，2020 年 1-6 月公司单位存货成本相差不大。

综上，报告期内，公司内衣家纺类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（7）外服童鞋

报告期各期，发行人外服童鞋采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	33.62	77.46	59.94
2019 年	62.37	82.11	76.64

2018 年	68.08	118.42	61.08
2017 年	72.79	77.40	53.09

报告期内，外服童鞋细分品类较多，不同细分品类价格差异大，因此采购均价、存货单位成本、单位营业成本差异较大。

2018 年，公司外服童鞋的存货单位成本较 2017 年增长较快，主要是由于 2018 公司加大对小熊维尼、芝麻街（羽绒服）、阿迪达斯等价格相对较高品牌的推广力度，期末库存占比较高，导致 2018 年单位存货成本的提升。随着公司对外服童鞋品牌的调整，各类品牌之间期末库存结构发生变化，截至 2019 年末，小熊维尼、芝麻街等品牌的库存减少，价格相对较低的天美意、百丽等品牌类商品库存上升，公司存货单位成本下降。

报告期内，公司外服童鞋存货单位成本高于采购均价和单位营业成本，主要原因为公司单价较高的外服童鞋期末库存占比较高，公司各期末库存价格高于 70 元的品类均保持较高占比。

2019 年，外服童鞋采购均价有所下降，主要原因是公司针对外服童鞋品牌的结构进行调整，提高天美意、百丽等品牌的采购金额和占比，使得采购均价下降。2020 年上半年，受疫情影响，公司外服童鞋总体采购金额有所下降，同时公司继续进行品牌优化策略，单价较低的天美意等系列商品采购占比继续提高。

综上，报告期内，公司外服童鞋类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（8）车床椅

报告期各期，公司车床椅采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	559.23	825.75	554.19
2019 年	587.11	706.17	590.41
2018 年	393.69	812.87	440.06
2017 年	608.97	684.98	524.86

报告期内，车床椅不同细分品类价格差异较大，价格较低的包括儿童推车配件、滑板车、助步车等商品，价格较高的为各种品牌的推车、汽车座椅等商品。

此外，公司的自有品牌“贝特倍护”主要为配件类商品，期末库存数量多、单价低，也会影响存货单位成本。

报告期内，公司存货单位成本高于采购均价和单位营业成本，主要由于公司各期末库存商品主要为推车等价格较高的细分品类，因此存货单位成本高于单位营业成本和采购均价。报告期内，公司采购均价和单位营业成本变动保持一致，价格差异较小。

2018 年公司采购均价和单位营业成本下降较多，主要原因为：公司 2018 年采购价格较低的品牌类滑板车等，数量较多，并陆续实现销售，因此导致 2018 年采购均价和单位营业成本下降。

2018 年公司存货单位成本较 2017 年增长较快，主要原因为 2018 年末单价较高的车床椅类产品金额占比提升，2018 年末价格高于 700 元的车床椅类库存商品金额占比提升至 90%以上；2019 年公司存货单位成本较 2018 年下降，主要是各类品牌之间库存结构变化引起，其中单价较低的小硕士品牌库存金额占比上升，宝得适等单价较高的品牌库存占比下降；2020 年 1-6 月，公司存货单位成本上升，主要原因为 2020 年上半年，车床椅类品牌产品“宝贝第一”价格上升，其期末库存占比上升。

综上，报告期内，公司车床椅类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（9）营养保健

报告期各期，发行人营养保健商品采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	188.05	180.30	170.61
2019 年	156.74	165.58	151.27
2018 年	157.26	169.82	135.37
2017 年	120.96	113.36	127.68

报告期内，公司营养保健品品类较为稳定，主要品牌包括合生元、Swiss 等，营养保健类商品采购均价、单位营业成本价格差异不大。2018 年末-2020 年 6 月

末，存货单位成本高于单位营业成本，主要原因系品牌结构造成，其中合生元、Swiss 等品牌价格较高，期末库存数量和金额较大，使得存货单位成本较高。

报告期内，公司采购的营养保健类商品品牌较为集中，因此采购均价变动高低主要取决于品牌商品的单位价格和采购占比。2018 年，公司加大了与合生元等品牌方的合作力度，采购比例上升较快，由于合生元等品牌价格较高，采购均价上升；2020 年 1-6 月，公司调整了品牌合作策略，除原有固定品牌合生元外，加大了与童之梦、美维仕等价格较高的品牌方的合作力度，因此使得 2020 年 1-6 月采购均价提升，单位存货成本相应提高。

综上，报告期内，公司营养保健类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

（10）文教智能

报告期各期，发行人文教智能商品采购均价、存货单位成本、单位营业成本如下：

单位：元

年度	采购均价	存货单位成本	单位营业成本
2020 年 1-6 月	57.13	42.19	49.35
2019 年	47.20	41.41	45.48
2018 年	53.91	46.92	48.54
2017 年	40.07	40.41	24.68

报告期内，公司文教智能商品细分品类较多，不同细分商品之间价格差异较大。低价商品包括文具、早教卡片等，数量较多；价格较高的商品包括教育机器人、智能手表等。上述细分商品的库存组合，决定了公司存货单位成本的高低。报告期内，除 2017 年存货单位成本高于单位营业成本，2018 年至 2020 年 1-6 月，上述指标之间差异较小。

2017 年，公司存货单位成本高于单位营业成本主要因为期末库存商品单价较高的品牌类文教智能类商品较多，包括智能手表类商品、创意厨房类商品等，品牌主要涉及培乐多等，使得单位存货成本较高。

2018 年公司单位库存成本较 2017 年增长较快，主要原因为：与 2017 年相比，公司主要品牌迪士尼系列、漫威系列、壹佰分系列商品平均单价提高，期末

库存金额占比提升。2019 年，公司单位存货成本下降，主要是由于公司在 2019 年对品牌类细分商品进行调整，品牌结构有所变化，壹佰分、麦斯卡等单位成本相对较低的品牌系列商品期末库存金额占比上升。

2018 年公司单位采购成本较 2017 年上升，主要是壹佰分（文教类）、麦斯卡等品牌单位采购价格上升引起的；2019 年单位采购成本较 2018 年下降，主要是培乐多、麦斯卡等品牌单位采购价格下降引起；2020 年 1-6 月，单位采购价格回升，主要是壹佰分系列商品单价上升导致；此外，2020 年上半年，公司新增对亲子企鹅、简动文创等品牌的采购，以扩大商品种类布局，上述采购的新品类价格较高。

综上，报告期内，公司文教智能类商品采购价格、存货单位成本、单位营业成本之间的勾稽关系及变动具有合理性。

公司采购单价、存货单位成本、单位营业成本三者之间匹配；公司产品期末存货单位成本高于当年单位营业成本的情形，具有合理的原因；公司不存在通过降低存货结转价值的方式虚减主营业务成本的情形。

（二）母婴服务、供应商服务、广告业务、招商业务营业成本的构成情况，上述业务成本的核算方式是否与其收入模式相匹配，成本核算是否完整、准确。

发行人在招股说明书“第八节/九/（二）营业成本分析”中对公司母婴服务、供应商服务、广告业务、招商业务营业成本的构成等情况进行了补充披露，补充披露内容以楷体加粗表示，具体情况如下：

1、母婴服务营业成本构成情况及匹配情况

报告期内，童乐园收入主要是每次使用游乐设施产生的收入，因此其对应营业成本为童乐园的相关设施折旧费用，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，分别为 1,118.88 万元、1,110.76 万元、1,498.52 万元和 686.25 万元。收费会员系在消费者购买黑金卡后获得相应权益（例如优惠券、童乐园游乐卡等），在权益使用后公司确认收入，而权益对应的成本已在相关业务（如母婴商品、童乐园服务等）成本中进行了核算；互动活动收入是公司为消费者提供互动服务时收取的入场费等，相关的活动成本包括场地租赁费用和人工服务成本，

占用场地和人员服务时间较短，对应的成本很小，已在销售费用中列支；育儿服务系孩子王育儿顾问为消费者提供服务，育儿顾问大部分时间为参与门店经营，其人力成本已计入销售费用中的工资性支出。因此，母婴服务成本核算方式与其收入模式相匹配。

2、供应商服务营业成本构成情况及匹配情况

供应商服务系指公司为供应商提供一系列会员开发、互动活动冠名、商品线上线下推广宣传及数字化工具等服务。

会员开发服务系消费者在公司门店内加入供应商的会员体系后，供应商需按照一定标准支付费用，该项服务并无直接成本发生；互动活动冠名业务，系供应商在特定的时期对公司门店的活动进行冠名，如爬爬赛、奶粉节等，主要成本为活动的场地租赁费；商品线上线下推广宣传服务主要系新品、新供应商及新店的商品推广宣传、门店专属陈列展示等服务，此类服务对应的成本主要为宣传用材料；数字化工具服务，系为供应商提供线上协同平台，以及为供应商提供电子价签提升商品门店在线化、商品活动自动化及用户评论商品智能推荐服务，对应成本为客服人员或后台人员的工资成本，其成本已计入销售费用中。

3、广告营业成本构成情况及匹配情况

自 2018 年以来，公司与国内外知名网络平台如腾讯、分众等建立合作进行广告发布，依托公司多年来形成的大数据系统及平台推广优势、品牌优势，为品牌商进行广告发布及宣传推广，广告业务成本主要是对合作的网络平台支付或分配的网络平台使用费用。上述广告成本与形成的广告收入对应，能够相互匹配。

4、招商收入营业成本构成情况及匹配情况

招商收入系公司为满足消费者一站式服务需求，将线下门店部分场地转租给母婴行业周边服务商户使用，例如早教、培训机构、婴儿游泳中心、产后恢复中心等，并收取一定的租赁费用。由于公司门店场地均系向招商商家租赁取

得，故招商收入的成本为公司向招商商家租赁的成本，按照租给异业商家的面积进行分摊。上述租出成本与形成的招商收入对应，能够相互匹配。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

1、询问并了解发行人存货成本核算方法、成本核算循环的流程及其内部控制，对发行人的成本核算循环执行穿行测试，并对相关内部控制执行测试；

2、获取发行人期末存货明细表，抽取样本进行计价测试，查看最近一次或临近期末的采购单价进行比较；

3、询问并了解母婴服务和招商业务的成本核算方法，重新测算折旧成本和租赁成本，抽样检查招商业务成本相关合同、发票、银行付款单；

4、询问并了解供应商服务的成本核算方法，获取了报告期内发行人供应商服务成本明细账，执行细节测试，并抽取样本查看相应发票及收款记录；

5、询问并了解广告业务的成本核算方法，获取了报告期内发行人广告服务营业成本明细账，并抽取样本查看相应合同、发票、确认函及收款记录；

6、获取了公司存货进销存变动表，结合公司经营模式，分析单位采购成本、单位营业成本、单位存货成本之间的变动及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，公司采购单价、存货单位成本、单位营业成本三者之间变动和匹配关系具有合理性；公司产品期末存货单位成本高于当年单位营业成本的情形具有合理原因，公司不存在通过降低存货结转价值的方式虚减主营业务成本的情形。

2、报告期内，母婴商品存货成本核算恰当，商品销售成本结转和期末存货金额正确；各类服务成本的核算方式与其收入模式相匹配，成本核算完整、准确。

经核查，申报会计师认为：申报期母婴商品存货成本核算方法恰当，商品销售成本结转和期末存货金额恰当；各类服务成本核算恰当，结转恰当；公司披露的采购单价、存货单位成本、单位营业成本三者之间变动和匹配关系总体而言是合理的；期末存货单位成本高于当年单位营业成本的情况具有合理原因，不存在通过降低存货结转金额的方式虚减主营业务成本的情形。

问题二十一、关于采购和供应商

申报材料显示，报告期发行人前五大供应商合计采购占总采购额的比例分别为 26.77%、27.88%、26.13%。请发行人补充披露：

（1）向前五大供应商采购的各项母婴商品的数量、金额及占比，其采购单价是否公允。

（2）向上海优壹电子商务有限公司、深圳市怡亚通供应链股份有限公司等贸易公司采购奶粉，而不从生产商直接采购的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。请保荐人和申报会计师详述对供应商的核查程序、范围、结果。

回复：

一、发行人补充披露

（一）向前五大供应商采购的各项母婴商品的数量、金额及占比，其采购单价是否公允。

发行人已在招股说明书“第六节/四/（四）报告期内向前五名供应商采购情况”中进行了补充披露。

报告期内，公司前五大供应商采购情况如下：

（1）2020 年 1-6 月

单位：万元、万件、元/件

序号	供应商名称	采购品类	采购金额	采购数量	采购单价	采购占比
1	上海优壹电子商务有限公司	奶粉	29,307.78	136.66	214.45	8.18%
		小计	29,307.78	136.66	214.45	8.18%
2	惠氏(上海)贸易有限公司	奶粉	24,424.89	99.31	245.95	6.82%
		小计	24,424.89	99.31	245.95	6.82%
3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	奶粉	23,578.09	86.53	272.50	6.58%
		零食辅食	62.84	5.23	12.01	0.02%
		营养保健	52.72	0.14	382.03	0.01%
		小计	23,693.65	-	-	6.61%
4	健合(中国)有限公司	奶粉	12,142.62	50.60	240.00	3.39%
		营养保健	2,715.81	16.71	162.57	0.76%

		小计	14,858.44	-		4.15%
5	南京欣荣保健食品有限公司	纸尿裤	10,370.21	119.93	86.47	2.90%
		零食辅食	2,048.30	53.70	38.14	0.57%
		奶粉	1,264.43	4.15	304.56	0.35%
		洗护用品	83.04	4.27	19.44	0.02%
		营养保健	69.52	0.42	165.77	0.02%
		小计	13,835.51	-	-	3.86%
合计			106,120.27	-	-	29.63%

（2）2019 年

单位：万元、万件、元/件

序号	供应商名称	采购品类	采购金额	采购数量	采购单价	采购占比
1	上海优壹电子商务有限公司	奶粉	68,765.00	325.98	210.95	7.90%
		小计	68,765.00	325.98	210.95	7.90%
2	惠氏(上海)贸易有限公司	奶粉	64,401.02	223.99	287.51	7.39%
		营养保健	41.67	0.18	234.36	0.00%
		小计	64,442.69	-	-	7.40%
3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	奶粉	42,149.93	168.64	249.94	4.84%
		零食辅食	476.40	27.93	17.06	0.05%
		营养保健	110.35	0.36	308.76	0.01%
		洗护用品	31.49	0.69	45.82	0.00%
		小计	42,768.17	-	-	4.91%
4	健合(中国)有限公司	奶粉	26,831.44	117.51	228.34	3.08%
		营养保健	5,498.50	34.45	159.62	0.63%
		小计	32,329.93	-	-	3.71%
5	成都东万丰贸易发展有限公司及相关企业	奶粉	18,678.69	74.78	249.79	2.14%
		纸尿裤	359.31	3.35	107.28	0.04%
		洗护用品	262.21	4.86	53.92	0.03%
		营养保健	2.13	0.02	117.87	0.00%
		零食辅食	1.52	0.04	33.92	0.00%
		小计	19,303.85	-	-	2.22%
合计			227,609.65	-	-	26.13%

（3）2018 年

单位：万元、万件、元/件

序号	供应商名称	采购品类	采购金额	采购数量	采购单价	采购占比
1	上海优壹电子商务有限公司	奶粉	64,227.34	374.30	171.59	9.34%
		小计	64,227.34	374.30	171.59	9.34%
2	惠氏(上海)贸易有限公司	奶粉	49,772.92	199.51	249.48	7.24%
		营养保健	305.84	1.14	267.71	0.04%
		小计	50,078.75	-	-	7.28%

3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	奶粉	33,844.76	154.19	219.50	4.92%
		零食辅食	484.83	33.04	14.68	0.07%
		营养保健	293.74	1.19	246.14	0.04%
		洗护用品	16.41	0.68	24.30	0.00%
		小计	34,639.75	-	-	5.04%
4	健合(中国)有限公司	奶粉	20,559.22	95.69	214.85	2.99%
		营养保健	4,704.63	29.56	159.16	0.68%
		零食辅食	56.25	0.93	60.43	0.01%
		小计	25,320.10	-	-	3.68%
5	花王(上海)产品服务有限公司	纸尿裤	17,516.24	205.49	85.24	2.55%
		小计	17,516.24	205.49	85.24	2.55%
合计			191,782.17	-	-	27.88%

（4）2017 年

单位：万元、万件、元/件

序号	供应商名称	采购品类	采购金额	采购数量	采购单价	采购占比
1	上海优壹电子商务有限公司	奶粉	46,474.33	283.60	163.87	8.76%
		营养保健	251.19	4.16	60.45	0.05%
		小计	46,725.52	-	-	8.81%
2	惠氏(上海)贸易有限公司	奶粉	40,029.18	169.42	236.27	7.55%
		营养保健	464.21	2.58	180.12	0.09%
		小计	40,493.39	-	-	7.63%
3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	奶粉	22,774.36	115.81	196.65	4.29%
		零食辅食	495.31	31.89	15.53	0.09%
		营养保健	230.84	1.17	196.66	0.04%
		用品	25.23	0.43	59.16	0.00%
		纸尿裤	23.18	0.50	46.20	0.00%
		小计	23,548.92	-	-	4.44%
4	花王(上海)产品服务有限公司	纸尿裤	15,648.57	154.18	101.50	2.95%
		小计	15,648.57	154.18	101.50	2.95%
5	健合（中国）有限公司	奶粉	12,142.53	58.70	206.87	2.29%
		营养保健	3,180.05	20.71	153.52	0.60%
		零食辅食	221.96	3.70	60.02	0.04%
		小计	15,544.54	-	-	2.93%
合计			141,960.94	-	-	26.77%

报告期内，针对前五大供应商，公司按照各品类商品各年度单位采购价格的情况及与市场公开售价、公司平均采购单价比较情况如下：

单位：元

供应商	采购	主要品牌	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	市场公开	采购均价（注）

名称	品类		1-6 月				售价范围	
上海优壹电子商务有限公司	奶粉	白金爱他美	214.45	210.95	171.59	163.87	285-375	197.03-242.51
惠氏(上海)贸易有限公司	奶粉	惠氏启赋	245.95	287.51	249.48	236.27	246-429	197.03-242.51
深圳市怡亚通供应链股份有限公司	奶粉	美素	272.50	249.94	219.50	196.65	150-268	197.03-242.51
健合(中国)有限公司	奶粉	合生元	240.00	228.34	214.85	206.87	198-388	197.03-242.51
南京欣荣保健食品有限公司	奶粉	海普诺凯	304.56	-	-	-	320-458	242.51
成都东万丰贸易发展有限公司及相关企业	奶粉	雅培菁智	-	249.79	-	-	304-465	241.91
深圳市怡亚通供应链股份有限公司	零食辅食	贝兜	12.01	17.06	14.68	15.53	15-24.9	15.59-20.63
南京欣荣保健食品有限公司	零食辅食	爱思贝	38.14	-	-	-	45-75	20.63
成都东万丰贸易发展有限公司及相关企业	零食辅食	安佳	-	33.92	-	-	49.9-59.9	17.54
健合(中国)有限公司	零食辅食	合生元	-	-	60.43	60.02	24.36-80	15.59-16.31
深圳市怡亚通供应链股份有限公司	营养保健品	纽贝乐	382.03	308.76	246.14	196.66	138-598	103.65-161.05
健合(中国)有限公司	营养保健品	合生元	162.57	159.62	159.16	153.52	138-189	103.65-161.05
南京欣荣保健食品有限公司	营养保健品	澳特力	165.77	-	-	-	158-188	161.05
惠氏(上海)贸易有限公司	营养保健品	惠氏启赋	-	234.36	267.71	180.12	120-358	103.65-135.30
成都东万丰贸易发展有限公司及相关企业	营养保健品	雅培亲体	-	117.87	-	-	98-175	135.30
上海优壹电子商务有限公司	营养保健品	善存	-	-	-	60.45	54-129	103.65
南京欣荣保健食品有限公司	用品	Elleair	19.44	-	-	-	10.94-26	15.05
深圳市怡亚通供应链股份有限公	用品	舒客宝贝、新安怡	-	45.82	24.30	59.16	15.6-63	16.05-19.10

司								
成都东万丰贸易发展有限公司及相关企业	用品	露安适	-	53.92	-	-	29-169	16.05
南京欣荣保健食品有限公司	纸尿裤	大王	86.47	-	-	-	85-118	88.52
成都东万丰贸易发展有限公司及相关企业	纸尿裤	露安适	-	107.28	-	-	79-149	91.06
花王(上海)产品服务有限公司	纸尿裤	花王	-	-	85.24	101.50	79-109	84.92-93.00
深圳市怡亚通供应链股份有限公司	纸尿裤	Moony	-	-	-	46.20	58-89	84.92

注：市场公开售价范围系根据淘宝网等公开资料查询，以此售价进行比较。采购均价为扣除价格补贴后的均价。

报告期内，公司向供应商采购各类品牌商品的单价相比市场公开售价大多数落在市场售价范围内，个别供应商的品类商品市场公开售价高于采购价格，主要原因为通过公开市场取得的价格为对外零售价格，高于采购价格具有合理性。报告期内，上述前五大供应商的采购价格与公司相同期间同一品类采购均价对比，个别年度的供应商品类与采购均价相比存在一定的差异，主要原因是公司采购的商品品类规格较多，不同的商品品类规格之间价格存在差异。

综上所述，**报告期内，不同供应商同类商品的价格以及同一供应商不同年度商品价格存在差异主要系由于发行人向其采购的商品品牌、商品结构、市场价格变动趋势以及促销活动力度不同导致。上述采购定价均系参考市场行情，经双方协商确定，采购价格较为公允。**

（二）向上海优壹电子商务有限公司、深圳市怡亚通供应链股份有限公司等贸易公司采购奶粉，而不从生产商直接采购的合理性。

上海优壹电子商务有限公司（以下简称“优壹电子”）系深交所中小板上市公司跨境通宝电子商务股份有限公司的全资子公司，主要从事婴幼儿奶粉、纸尿片、营养保健品、个护美妆品等母婴用品类电商贸易业务；深圳市怡亚通供应链股份有限公司（以下简称“怡亚通”）系深交所中小板上市公司，主要从事供应链外包服务、“分销+营销”服务等，其中分销业务涉及快消产品领域包括母婴、

日化、食品、酒饮等。

报告期内，公司向优壹电子采购的奶粉品牌主要为爱他美、诺优能等，隶属于纽迪希亚品牌方，向怡亚通采购的奶粉品牌主要为美素佳儿，隶属于菲仕兰品牌方。上述品牌方一般会综合考虑其自身产品供应链体系的布局、成本、市场竞争情况等因素制定营销策略，包括通过电商平台、线下渠道直接向终端消费者销售，或通过具有全国服务能力的大型代理商、经销商向零售企业进行销售。因此，公司系根据品牌方的销售模式，与上述品牌商的主要代理商、经销商合作，具有合理性。经过多年的发展，发行人与各类母婴品牌商及其主要代理商、经销商建立了长期稳定的战略合作关系，在产品采购方面的规模优势和议价能力不断增强。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、对发行人主要采购业务流程进行了解，并对采购与付款流程执行穿行测试及控制测试；

2、了解发行人的采购模式，核查主要供应商的采购合同，核对主要合同条款；

3、获取供应商采购清单，选取主要供应商进行走访、视频访谈、函证。

报告期内，保荐机构共计访谈供应商 66 家，访谈涉及的供应商采购金额占总采购额的比例分别为 54.52%、56.39%、57.46%、59.57%；函证方面，2017 年-2018 年函证 152 家，回函 148 家，剩余 4 家进行替代性测试程序核查；2019 年函证 161 家，回函 157 家，剩余 4 家进行替代性程序核查；2020 年 1-6 月函证 102 家，回函 101 家，剩余 1 家进行了替代性测试；报告期各期，函证覆盖的采购金额占总采购额的比例分别为 76.51%、78.23%、75.67%、76.59%。具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

采购总额（不含税）	358,195.99	870,937.01	687,883.33	530,375.41
发函金额	274,343.72	659,027.19	538,114.39	405,781.69
发函比例	76.59%	75.67%	78.23%	76.51%
回函及替代测试确认金额	274,343.72	659,027.19	538,114.39	405,781.69
回函及替代测试确认比例	76.59%	75.67%	78.23%	76.51%
访谈覆盖采购金额	213,382.51	500,461.07	387,920.22	289,150.07
访谈覆盖采购比例	59.57%	57.46%	56.39%	54.52%
访谈及函证覆盖采购金额占比（不重复计算）	76.59%	75.67%	78.23%	76.51%

4、获取发行人报告期各期前五大供应商各项母婴商品的采购金额、采购数量，计算采购单价，分析差异的原因及合理性；

5、通过公开渠道查询主要供应商信息，并查阅工商档案，与管理层讨论、分析前五大供应商的变动及合理性；

6、查阅优壹电子、怡亚通的基本情况及主营业务范围；向发行人了解不直接向品牌商而是通过优壹电子、怡亚通采购奶粉的原因，结合行业相关采购模式，分析合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人采购真实、合理，向前五大供应商采购的各项母婴商品采购单价较为公允；

2、发行人向上海优壹电子商务有限公司、深圳市怡亚通供应链股份有限公司等贸易公司采购奶粉，而不从生产商直接采购的原因具有合理性。

经核查，申报会计师认为：发行人披露的前五大供应商采购相关信息与我们了解的信息一致；上海优壹电子商务和深圳怡亚通采购而不直接从生产商直接采购的原因与我们了解到的信息一致，具有商业合理性。

问题二十二、关于毛利和毛利率

申报材料显示，报告期发行人毛利分别为 157,366.58 万元、200,840.65 万元、250,038.58 万元，公司综合毛利率分别为 30.06%、30.11%和 30.34%。请发行人补充披露：

（1）母婴商品下各类产品毛利变动对发行人毛利增长的贡献程度，各类产品对毛利增长的贡献是否与发行人经营情况相符。

（2）洗护用品、玩具、外服童鞋报告期毛利金额持续下降对发行人整体毛利金额的影响情况；上述三类产品毛利率显著下滑的原因，其销售单价、单位成本变动对该产品毛利率的影响程度，毛利率下滑的持续性。

（3）内衣家纺 2019 年毛利增长较快的原因及合理性，其销量、毛利率变动对毛利变动的影响程度，销售单价、单位成本变动对毛利率变动的影响程度。

（4）母婴商品下各类产品之间毛利率高低差异的合理性，各产品毛利率水平与同行业公司差异情况，是否存在各母婴商品毛利率显著异于同行业公司的情形。

（5）发行人进口奶粉和国产奶粉营业收入的比较情况，二者毛利率是否存在显著差异及合理性。

（6）母婴服务下各类服务的毛利率情况，部分服务毛利率接近 100%的原因，相关营业成本的核算是否符合《企业会计准则》相关规定。

（7）广告业务毛利和毛利率增长较快的原因，前五大广告业务客户构成情况及其毛利率，部分向供应商提供的广告业务与供应商服务如何区别，相应的财务核算如何有效区分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）母婴商品下各类产品毛利变动对发行人毛利增长的贡献程度，各类

产品对毛利增长的贡献是否与发行人经营情况相符。洗护用品、玩具、外服童鞋报告期毛利金额持续下降对发行人整体毛利金额的影响情况。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（四）毛利率分析”中进行了补充披露。

1、母婴商品销售毛利

报告期内，公司母婴商品销售毛利按商品类别划分情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
奶粉	**37,299.45**	**49.66%**	82,395.70	46.75%	62,759.48	40.00%	42,965.44	32.22%
纸尿裤	**9,438.48**	**12.57%**	21,145.62	12.00%	19,914.86	12.69%	17,458.44	13.09%
洗护用品	**8,241.13**	**10.97%**	14,529.64	8.24%	16,615.67	10.59%	16,951.08	12.71%
零食辅食	**5,381.83**	**7.17%**	13,391.41	7.60%	12,205.19	7.78%	9,372.67	7.03%
玩具	**3,286.98**	**4.38%**	9,717.80	5.51%	10,904.21	6.95%	11,780.25	8.83%
内衣家纺	**3,449.29**	**4.59%**	13,768.85	7.81%	10,331.01	6.58%	11,039.88	8.28%
外服童鞋	**3,769.63**	**5.02%**	9,667.29	5.49%	14,048.55	8.95%	15,152.48	11.36%
车床椅	**945.96**	**1.26%**	2,805.88	1.59%	2,909.90	1.85%	2,768.33	2.08%
营养保健	**1,887.46**	**2.51%**	4,360.68	2.47%	3,994.92	2.55%	2,949.72	2.21%
文教智能	**1,403.50**	**1.87%**	4,458.77	2.53%	3,209.83	2.05%	2,898.92	2.17%
合计	**75,103.72**	**100.00%**	**176,241.65**	**100.00%**	**156,893.63**	**100.00%**	**133,337.21**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务毛利主要来自于奶粉类、纸尿裤和洗护用品类商品的销售。2017 年、2018 年、2019 年**和 2020 年 1-6 月**，上述三类商品营业毛利合计为 77,374.96 万元、99,290.02 万元、118,070.97 万元**和 54,979.07 万元**，占母婴商品毛利的比例分别为 58.03%、63.28%、66.99%**和 73.20%**。

母婴商品中各类产品毛利变动对发行人毛利增长的贡献程度如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度			2018 年度		
	毛利变动额	毛利变动率	毛利增长贡献	毛利变动额	毛利变动率	毛利增长贡献
奶粉	19,636.22	31.29%	101.49%	19,794.04	46.07%	84.03%
纸尿裤	1,230.76	6.18%	6.36%	2,456.42	14.07%	10.43%
洗护用品	-2,086.03	-12.55%	-10.78%	-335.41	-1.98%	-1.42%
零食辅食	1,186.22	9.72%	6.13%	2,832.52	30.22%	12.02%
玩具	-1,186.41	-10.88%	-6.13%	-876.04	-7.44%	-3.72%
内衣家纺	3,437.84	33.28%	17.77%	-708.87	-6.42%	-3.01%
外服童鞋	-4,381.26	-31.19%	-22.64%	-1,103.93	-7.29%	-4.69%
车床椅	-104.02	-3.57%	-0.54%	141.57	5.11%	0.60%

营养保健	365.76	9.16%	1.89%	1,045.20	35.43%	4.44%
文教智能	1,248.94	38.91%	6.46%	310.91	10.73%	1.32%
合计	19,348.02	12.33%	100.00%	23,556.42	17.67%	100.00%

注：毛利增长贡献=毛利变动额/毛利变动总额

根据上表，公司 2018 年毛利增长 23,556.42 万元，主要是奶粉、纸尿裤、零食辅食毛利增长引起；公司 2019 年毛利增长 19,348.02 万元，主要是奶粉、纸尿裤、内衣家纺毛利增长引起，文教智能、零食辅食也对毛利增长起到正向作用；2018 年、2019 年外服童鞋、洗护用品、玩具的毛利金额持续下降，整体减少毛利额分别为 2,315.38 万元、7,653.70 万元。总体来看，公司奶粉类商品对毛利增长贡献大，与公司奶粉类商品销售收入增长趋势一致，与公司商品销售的收入结构相符，与公司经营实际情况相符。

（二）上述三类产品毛利率显著下滑的原因，其销售单价、单位成本变动对该产品毛利率的影响程度，毛利率下滑的持续性。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（四）毛利率分析”中进行了补充披露。

1、洗护用品

报告期内，公司洗护用品平均销售单价及成本如下表所示：

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售单价	20.08	16.92	21.32	20.83
单位成本	14.56	13.11	15.19	14.11
毛利率	27.47%	22.52%	28.75%	32.27%

报告期内，公司洗护用品销售毛利率变动受销售单价及单位成本变化的具体影响情况分析如下：

业务类别	2020 年 1-6 月与 2019 年相比			2019 年与 2018 年相比			2018 年和 2017 年相比		
	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动
洗护用品	12.20%	-7.25%	4.95%	-18.54%	12.32%	-6.23%	1.55%	-5.06%	-3.52%

2017 年至 2019 年，公司洗护用品毛利率呈下降趋势。其中，2019 年，公司洗护用品销售单价下降较快，主要是公司参考市场情况针对部分洗护品牌加大促销力度，导致毛利率逐年下降。2020 年 1-6 月，公司洗护用品毛利率有所上

升，主要系因为公司对洗护用品的产品结构及销售策略进行优化，导致平均价格较2019年回升。公司洗护用品销售毛利率下滑不具有持续性。

2、玩具

报告期内，公司玩具平均销售单价及成本如下表所示：

单位：元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
销售单价	77.03	61.58	66.64	60.92
单位成本	59.18	45.26	46.51	41.04
毛利率	23.17%	26.50%	30.21%	32.62%

报告期内，公司玩具销售毛利率变动主要受销售单价及单位成本变化的具体影响情况分析如下：

业务类别	2020年1-6月与2019年相比			2019年与2018年相比			2018年和2017年相比		
	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动
玩具	14.73%	-18.07%	-3.33%	-5.73%	2.02%	-3.71%	5.79%	-8.20%	-2.41%

玩具类商品一般种类较多，价格差异较大。报告期内，公司对玩具类商品不断进行品牌结构的优化调整，并尝试采用引入新品牌、品牌聚焦等营销策略，导致各年度玩具类商品单价和单位成本变动，进而影响毛利率水平。

3、外服童鞋

报告期内，公司外服童鞋平均销售单价及成本如下表所示：

单位：元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
销售单价	126.01	103.74	103.56	97.41
单位成本	58.32	62.43	54.98	48.13
毛利率	53.72%	39.82%	46.91%	50.59%

报告期内，公司外服童鞋销售毛利率变动受销售单价及单位成本变化的具体影响情况分析如下：

业务类别	2020年1-6月与2019年相比			2019年与2018年相比			2018年和2017年相比		
	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动
外服童鞋	10.63%	3.27%	13.90%	0.09%	-7.18%	-7.09%	2.93%	-6.61%	-3.68%

2017 年至 2019 年，外服童鞋商品本身市场竞争较为激烈，公司针对外服童鞋类商品，不断加快库存消化速度，以及时推出新品牌、新款式，进而加大此类商品的优惠促销力度，并对一些品牌进行降价去库存，因此导致此类商品毛利率下降。此外，报告期内公司对部分外服童鞋类商品调整了经营模式，导致整体收入占比持续下降，在一定程度上影响了母婴商品整体毛利率水平。**2020 年 1-6 月，受益于前期库存清理，使得促销商品减少，外服童鞋整体销售价格上升，导致毛利率上升。公司外服童鞋销售毛利率下滑不具有持续性。**

（三）内衣家纺 2019 年毛利增长较快的原因及合理性，其销量、毛利率变动对毛利变动的影响程度，销售单价、单位成本变动对毛利率变动的影响程度。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（四）毛利率分析”中进行了补充披露。

1、内衣家纺

报告期内，公司内衣家纺平均销售单价及成本、毛利变动等情况如下表所示：

单位：元、万件、万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售单价	59.17	70.71	86.53	84.74
单位成本	31.97	35.70	40.10	40.04
毛利率	45.97%	49.51%	53.66%	52.75%
销量	126.83	393.31	222.49	246.97
毛利额	3,449.29	13,768.85	10,331.01	11,039.88
毛利增长额	-	3,437.84	-708.87	-
毛利增长率	-	33.28%	-6.42%	-

2019 年，公司内衣家纺类商品的毛利增长较快，较 2018 年增长 3,437.84 万元，增幅为 33.28%，主要是由于内衣家纺类商品销售量增加导致。其中，因销量增加导致毛利上升 7,318.40 万元，因毛利率降低导致毛利下降 799.31 万元，因单价降低导致毛利下降 3,081.25 万元。

报告期内，公司内衣家纺销售毛利率变动受销售单价及单位成本变化的具体影响情况分析如下：

业务类别	2020 年 1-6 月与 2019 年相比			2019 年与 2018 年相比			2018 年和 2017 年相比		
	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动	单价变动影响	成本变动影响	毛利率变动

内衣家纺	-9.85%	6.31%	-3.54%	-10.37%	6.22%	-4.15%	0.98%	-0.07%	0.91%

2017 年至 2018 年，公司内衣家纺毛利率水平基本保持稳定；2019 年毛利率有所下降，主要系因为销售占比较大的部分品牌 2019 年折扣促销力度较大，导致当年毛利率下降；2020 年 1-6 月，公司内衣家纺毛利率下降，主要是由于与 2019 年相比，公司联营销售的占比下降。

（四）母婴商品下各类产品之间毛利率高低差异的合理性，各产品毛利率水平与同行业公司差异情况，是否存在各母婴商品毛利率显著异于同行业公司的情形。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（四）/2、毛利率变动分析”中进行了补充披露。

报告期内，公司母婴商品各品类毛利率变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减额	毛利率	增减额	毛利率	增减额	毛利率
奶粉	18.38%	-2.21%	20.59%	0.32%	20.27%	0.25%	20.02%
纸尿裤	19.02%	-0.62%	19.64%	-1.30%	20.94%	0.02%	20.92%
洗护用品	27.47%	4.95%	22.52%	-6.23%	28.75%	-3.52%	32.27%
零食辅食	22.74%	-5.82%	28.56%	-3.48%	32.04%	1.56%	30.48%
玩具	23.17%	-3.33%	26.50%	-3.71%	30.21%	-2.41%	32.62%
内衣家纺	45.97%	-3.54%	49.51%	-4.15%	53.66%	0.91%	52.75%
外服童鞋	53.72%	13.90%	39.82%	-7.09%	46.91%	-3.68%	50.59%
车床椅	19.79%	-2.80%	22.59%	-2.36%	24.96%	0.27%	24.69%
营养保健	33.97%	-2.67%	36.64%	1.87%	34.77%	3.83%	30.94%
文教智能	45.76%	-4.76%	50.53%	-0.96%	51.49%	3.58%	47.91%
母婴商品毛利率	**21.56%**	**-2.22%**	**23.78%**	**-1.72%**	**25.50%**	**-1.43%**	**26.93%**

公司母婴商品各类产品中，毛利率较高的商品为洗护用品、内衣家纺、外服童鞋、营养保健、文教智能，毛利率较低的商品包括奶粉、纸尿裤、零食辅食、玩具和车床椅。上述不同种类的商品毛利率存在差异，主要是由于：（1）品牌集中度存在差异：奶粉和纸尿裤类商品品牌相对集中、价格透明，价格调整空间有限，毛利率相对较为稳定；其他类型商品可选择品牌较多，顾客对品牌的粘性不高，价格调整空间相对较大，毛利率变动也较大；（2）商品的标准化程度不同：相对于奶粉、纸尿裤等标准化商品，内衣家纺、外服童鞋、文教智能、营养保健、洗护用品等非标准化商品差异化程度高，公司的溢价空间大；（3）商品的消费频率不同：奶粉、纸尿裤等消费频率高，竞争激烈，公司通过

奶粉、纸尿裤的销售带来一定的引流作用，其毛利率相对较低；（4）细分行业不同，采购成本存在差异，导致各商品之间毛利率存在差异；（5）销售模式存在差异，部分商品比如内衣家纺、外服童鞋等因存在联营模式销售，按照净额法确认收入，因此毛利率较高。

根据公开资料，公司母婴商品中各类商品与同行业上市公司相应商品毛利率以及综合毛利率对比情况如下：

公司名称	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
		毛利率	毛利率	毛利率	毛利率
孩子王	奶粉	18.38%	20.59%	20.27%	20.02%
	纸尿裤	19.02%	19.64%	20.94%	20.92%
	洗护用品	27.47%	22.52%	28.75%	32.27%
	玩具	23.17%	26.50%	30.21%	32.62%
	外服童鞋	53.72%	39.82%	46.91%	50.59%
	零食辅食	22.74%	28.56%	32.04%	30.48%
	车床椅	19.79%	22.59%	24.96%	24.69%
	内衣家纺	45.97%	49.51%	53.66%	52.75%
	营养保健	33.97%	36.64%	34.77%	30.94%
	文教智能	45.76%	50.53%	51.49%	47.91%
	综合毛利率	27.93%	30.34%	30.11%	30.06%
爱婴室（603214.SH）	奶粉类	23.76%	23.66%	20.36%	19.12%
	用品类	25.11%	26.64%	23.11%	22.15%
	棉纺类	36.48%	41.11%	43.78%	39.69%
	食品类	32.76%	33.27%	32.26%	32.70%
	玩具类	22.94%	29.74%	29.61%	26.32%
	车床类	26.83%	27.81%	24.37%	32.31%
	综合毛利率	30.15%	31.23%	28.77%	28.41%
红旗连锁（002697.SZ）	食品	26.56%	26.18%	23.68%	21.51%
	日用百货	28.27%	28.43%	25.39%	22.93%
	综合毛利率	30.19%	30.89%	29.36%	27.72%
步步高（002251.SZ）	超市+家电	16.46%	16.53%	16.95%	16.49%
	百货	13.16%	14.56%	15.18%	15.02%
	综合毛利率	22.77%	24.11%	23.03%	21.50%
中百集团（000759.SZ）	超市	23.74%	22.87%	22.87%	22.50%
	百货	73.79%	28.39%	29.02%	27.20%
	综合毛利率	23.49%	22.33%	22.49%	21.78%
新华都（002264.SZ）	食品	18.31%	19.61%	18.77%	17.66%
	日用品	18.88%	16.48%	19.73%	18.84%
	百货	46.95%	14.04%	17.90%	16.14%
	综合毛利率	25.79%	21.77%	22.38%	21.32%
华联综超	食品	-	10.70%	9.86%	10.94%

(600361.SH)	非食品	-	16.14%	21.07%	16.08%
	商品零售	20.15%	11.74%	12.20%	12.03%
	综合毛利率	33.44%	22.33%	22.19%	21.67%
永辉超市 (601933.SH)	食品用品	19.22%	18.72%	19.23%	18.34%
	综合毛利率	22.37%	21.56%	22.15%	20.84%

报告期内，公司各类母婴商品的毛利率与同行业上市公司存在一定差异，主要系因为公司在商品结构、经营模式、细分行业、市场定位等方面与其他同行业上市公司不同导致，具有合理性。上述可比公司中，主要从事母婴行业相关业务的公司仅有爱婴室，两家公司在品牌销售结构、销售规模、销售渠道、促销推广力度等方面存在差异，其各类母婴商品毛利率与公司存在差异具有合理性。

（五）发行人进口奶粉和国产奶粉营业收入的比较情况，二者毛利率是否存在显著差异及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（四）/2/（2）/①/A、奶粉类”中进行了补充披露。

报告期内，公司国产奶粉和进口奶粉收入、毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项目		2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
收入	国产奶粉	42,208.47	20.80%	76,261.22	19.06%	44,050.41	14.23%	19,158.99	8.93%
	进口奶粉	160,681.57	79.20%	323,860.44	80.94%	265,495.04	85.77%	195,447.04	91.07%
	合计	202,890.04	100.00%	400,121.66	100.00%	309,545.45	100.00%	214,606.03	100.00%
毛利率	国产奶粉	28.17%		32.86%		30.65%		38.12%	
	进口奶粉	15.81%		17.70%		18.55%		18.25%	
	合计	18.38%		20.59%		20.27%		20.02%	

报告期内，公司销售的国产奶粉毛利率高于进口奶粉毛利率，主要原因为：国产奶粉采购成本较进口奶粉低，而销售价格相差不大，公司主要采购的国产奶粉为飞鹤奶粉。

（六）母婴服务下各类服务的毛利率情况，部分服务毛利率接近100%的原因，相关营业成本的核算是否符合《企业会计准则》相关规定。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（四）/2/（2）/②母婴服务毛利率变动分析”中进行了补充披露。

报告期内，各类母婴服务毛利率及其变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减额	毛利率	增减额	毛利率	增减额	毛利率
童乐园	66.12%	-21.01%	87.13%	-2.93%	90.06%	0.86%	89.21%
收费会员	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%
互动活动	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%
育儿服务	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%
母婴服务毛利率	91.35%	-2.96%	94.32%	0.47%	93.85%	2.62%	91.22%

2017 年、2018 年、2019 年**和 2020 年 1-6 月**，公司母婴服务业务毛利率分别为 91.22%、93.85%、94.32%**和 91.35%**，毛利率较高且基本保持稳定。母婴服务业务成本主要为童乐园设施折旧摊销，而人力成本均为线下门店销售人员工资薪酬，已在销售费用列支。**2020 年 1-6 月，童乐园的毛利率下降，主要是由于上半年受疫情影响，童乐园收入下降较快，而相应的童乐设施固定折旧费用正常发生，因此毛利率下降较快。**公司母婴服务业务毛利率较高与母婴服务业务的特点一致，符合行业惯例。

上述母婴服务收入中，收费会员、互动活动、育儿服务均系公司推出的会员服务。其中，收费会员系在消费者购买黑金卡后获得相应权益（例如优惠券、童乐园游乐卡等），在权益使用后公司确认收入，而权益对应的成本已在相关业务（如母婴商品、童乐园服务等）成本中进行了核算；互动活动收入是公司为消费者提供互动服务时收取的入场费等，相关的活动成本包括场地租赁费用和人工服务成本，占用场地和人员服务时间较短，对应的成本很小，已在销售费用中列支；育儿服务系孩子王育儿顾问为消费者提供服务，育儿顾问大部分时间为参与门店经营，其人力成本已计入销售费用中的工资性支出。因此，上述服务业务毛利率较高，成本金额不重大，核算方法符合《企业会计准则》相关规定。

（七）广告业务毛利和毛利率增长较快的原因，前五大广告业务客户构成情况及其毛利率，部分向供应商提供的广告业务与供应商服务如何区别，相应的财务核算如何有效区分。

发行人已在招股说明书“第八节/九/（四）/2/（2）/④ 广告业务毛利率变动分析”中进行了补充披露。

④ 广告业务毛利率变动分析

报告期内，公司广告业务毛利及毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
毛利率	35.54%	41.00%	21.40%	-
毛利额	932.63	2,291.81	723.10	-
毛利增长额	-	1,568.71	723.10	-

2018 年、2019 年**和 2020 年 1-6 月**公司广告业务毛利率分别为 21.40%、41.00%**和 35.54%**。公司下属子公司思想传媒成立于 2017 年末，2018 年为拓展业务、抢占市场，收费相对较低，进而毛利率水平较低；2019 年，公司逐步通过门店和互联网平台等方式提供多样化的合作手段，通过线上渠道发挥数据推送优势，收费相对提升，与公司开展合作的客户增多，收入和毛利率均有所提升。**2020 年 1-6 月，广告业务毛利率有所下降，主要是因为公司与腾讯等毛利率较低的第三方机构的合作比例上升，而通过自身门店进行点位投放的业务比例有所下降，导致整体成本上升，毛利率降低。**

报告期内，公司前五大广告客户的构成及毛利率情况如下表所示：

单位：万元

年份	序号	客户名称	收入	占广告收入的比例	毛利率	投放平台
2020 年 1-6 月	1	上海李奥贝纳广告有限公司	570.75	21.75%	3.84%	腾讯、芒果
	2	上海安吉斯媒体技术有限公司	566.04	21.57%	65.58%	腾讯、分众、自有
	3	阳狮广告有限公司	451.70	17.21%	15.00%	腾讯
	4	分众传媒有限公司	138.95	5.29%	100.00%	自有
	5	群邑（上海）广告有限公司	121.52	4.63%	15.00%	腾讯
	合计		1,848.96	70.45%	-	-
2019 年	1	群邑（上海）广告有限公司	1,537.02	27.49%	15.37%	腾讯、分众
	2	上海安吉斯媒体技术有限公司	858.49	15.36%	40.08%	腾讯、分众、自有
	3	上海李奥贝纳广告有限公司	842.83	15.08%	31.02%	腾讯、自有
	4	雅培贸易（上海）有限公司	166.89	2.99%	34.60%	腾讯、分众、自有

	5	北京腾信创新网络营销技术股份有限公司	105.58	1.89%	16.45%	腾讯、自有
	合计		3,510.80	62.80%	-	-
2018 年	1	上海优壹电子商务有限公司	624.62	18.48%	10.00%	腾讯
	2	上海李奥贝纳广告有限公司	586.71	17.36%	31.66%	腾讯、分众、今日头条、自有
	3	群邑（上海）广告有限公司	324.18	9.59%	10.00%	腾讯
	4	上海安吉斯媒体技术有限公司	283.02	8.37%	10.00%	腾讯
	5	雅培贸易（上海）有限公司	188.68	5.58%	10.00%	腾讯
	合计		2,007.21	59.39%	-	-

公司下属公司思想传媒作为代理方为客户在腾讯、分众等外部媒体投放广告或在孩子王自有平台进行投放。根据思想传媒与腾讯、分众签署的协议，该类业务的合作方式及毛利率情况如下：

投放平台	投放方式	收入及成本	毛利率
腾讯	通过腾讯的广点通系统、微信公众平台广告服务系统等为用户宣传、推广产品，例如在微信朋友圈投放视频或图文广告等	公司按与客户约定的收费标准作为收入，向腾讯支付的流量费等作为成本	根据项目及资源情况毛利率为 9%-18%
分众传媒	在楼宇、电梯、门店点位等地安装的分众传媒海报智能屏设备投放	公司按照分众传媒对外收费标准向客户收费，同时分众传媒给予发行人一定的折扣	根据项目及资源情况毛利率为 20%-60%
芒果 TV	在芒果 TV 播放节目时投放口播提示条等	公司按照芒果 TV 收费标准向客户收费	-
自有平台	在门店互动增值点位（包括吊旗、花车、电子屏、包柱、橱窗等）投放数字/平面广告；在孩子王 APP、小程序提供广告投放	公司按照协议约定标准进行收费	100%

综上，公司广告业务的毛利率水平取决于公司拟投放的广告平台，因不同的广告平台投放成本不同，公司与主要客户的毛利率水平也存在较大差异。

报告期内，公司提供供应商服务与向供应商提供的广告服务区别情况如下：

项目	供应商服务	向供应商提供的广告业务
合同签署方	公司	公司下属子公司思想传媒
主要服务内容及收费标准	1、会员开发服务：提供新会员及黑金会员开发等,按照月度进货额比例或固定费用收取； 2、互动活动冠名：提供爬爬赛、童乐会等互动活动的开展、组织、宣传等，按照实际参与场次收取； 3、推广宣传：提供新品、新供应商及新店的商品推广宣传、门店专属陈列等，按照 SKU/	1、线上：根据 CPM 数量（千人印象成本）即以广告每显示 1000 次作为单位收取费用；孩子王 APP 首页或专属频道 CPM 数量收取费用；或按固定金额收取费用 2、线下：楼宇、电梯、门店点位按照数量、规格收取费用

	店固定费用收取 4、数字化会员服务：按照每月固定费用收取协同平台服务费，按照进货额的比例收取电子价签服务	
服务期限	**按年**	**按期，约定广告发布起始期限**
收入确认方式	**在服务提供完成并取得对方确认单后确认收入。**	**在向客户提供监测报告并经客户确认合格后确认收入**

综上，报告期内，公司的供应商服务、向供应商提供的广告服务在合同签署、主要服务内容及收费标准、财务核算等方面均能有效区分，相关收入、成本及费用归集符合《企业会计准则》要求。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、对母婴商品销售收入、母婴服务收入、广告收入和主营业务成本执行相应核查程序，分析各项服务收入的区别及财务核算的区分是否恰当，参见问题十四、问题十五、问题十九、问题二十的核查程序；

2、对商品销售收入，获取各类销售毛利汇总明细表，对比毛利率同期变化，结合定价模式、销售策略从销售数量、销售单价和采购成本维度分析毛利和毛利率波动合理性；对比分析同行业商品毛利率；

3、对母婴服务、供应商服务、广告服务和平台服务的毛利率进行分析，结合公司经营特点对相关服务成本的合理性进行核查，检查相关合同，分析毛利率及其变动的合理性；

4、与管理层讨论服务类成本核算方法恰当性及相关成本的确认情况；

5、向发行人了解进口奶粉、国产奶粉的收入、成本及毛利率，结合行业情况，了解国产奶粉和进口奶粉毛利率差异的合理性；

6、检查广告服务合同条款，分析广告服务收入核算方法是否正确；

7、针对广告业务收入，抽样检查合同、确认单、发票、收款凭证以及广告记录等；对主要的广告客户进行走访、视频访谈、函证。有关抽样核查、访谈和函证的覆盖比例参见“问题十九/二/4、针对广告客户及对应收入的真实性核查”；

8、根据广告服务合同、供应商服务年度交易条款，对两者之间的差异进行核查，分析两者在业务和财务核算方面的区分情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、公司各类母婴商品对发行人毛利增长的贡献与发行人经营情况相符；洗护用品、玩具、外服童鞋产品毛利率下滑的原因合理；内衣家纺 2019 年毛利增长较快的原因及毛利率变动合理；母婴商品下各类产品之间毛利率高低差异具有合理性，各母婴商品毛利率与同行业公司相比不存在重大差异；发行人进口奶粉和国产奶粉毛利率存在差异情况合理；公司各类母婴服务业务毛利率较高原因合理，成本核算方法符合《企业会计准则》相关规定；

2、报告期内，公司的供应商服务、向供应商提供的广告服务在合同签署、主要服务内容及收费标准、财务核算等方面均能有效区分，相关收入、成本及费用归集符合《企业会计准则》要求。

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人披露的各类产品毛利增长信息与发行人经营情况相符；母婴商品下各类产品之间毛利率差异以及与同行业公司产品毛利差异信息与我们了解的信息一致，不存在各母婴商品毛利率显著异于同行业公司的情形；发行人披露的进口奶粉和国产奶粉二者毛利率差异与我们了解的信息一致；

报告期内，公司各类母婴服务业务毛利率较高原因合理，成本核算方法符合《企业会计准则》相关规定；供应商服务、向供应商提供的广告服务财务核算能有效区分，收入的会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

问题二十三、关于供应商服务收入和供应商返利

申报材料显示，报告期供应商服务收入分别为 10,502.70 万元、24,368.90 万元和 42,121.74 万元，此外从供应商收到的返利在存货价值及销售成本中进行分摊。请发行人补充披露：

（1）供应商服务和返利的定价依据和规则，报告期是否存在较大变化。

（2）报告期供应商服务收入和返利的具体金额，返利金额的分摊对存货价值和销售成本的具体影响，量化披露服务收入和返利对报告期毛利的影响程度，是否具有重大影响。

（3）结合协议条款和实践操作，披露供应商返利确认时点的合理性，依据的外部证据是否充分，报告期期末应收供应商返利款项是否符合确认条件。

（4）供应商服务收入与供应商给予的返利如何区分，是否存在混淆情形，会计和税务处理有何差异，相关处理是否合规。

（5）服务收入和返利合计对应的前五大供应商情况，服务收入和返利二者之和占发行人向其采购总额的比例，不同供应商之间和同一供应商各年度之间的差异原因及合理性，是否存在向个别供应商采购金额较少但返利和服务收入较大的情形，原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）供应商服务和返利的定价依据和规则，报告期是否存在较大变化

发行人已在招股说明书“第八节/九/（二）/5、供应商返利和供应商服务分析”中进行了补充披露。

报告期内，公司供应商服务和返利的定价依据及规则如下：

（1）供应商服务

为进一步加强与供应商的长期战略合作关系，公司充分利用自身的品牌影

响力及会员资源，为供应商提供了一系列会员开发、互动活动冠名、商品线上线下推广宣传及数字化工具等服务，并根据服务内容，参考市场价格，向供应商收取相应的费用。

序号	服务种类	服务内容	定价依据及规则
1	会员开发服务	提供新会员及黑金会员的开发和产值提升服务	一般按照黑金会员销售的比例或固定费用收取
2	互动活动冠名	提供爬爬赛、童乐会、新妈妈学院、一日父母体验及孕婴童展等活动的开展、组织、宣传和推广服务	一般按照实际参与场次收取
3	推广宣传	提供新品、新供应商及新店的商品推广宣传、门店专属陈列展示等服务	一般按照 SKU/店固定费用收取
4	数字化服务	提供协同平台用于自动化对账、结算、开票、销售及订货数据在线化的服务；为供应商提供电子价签用以提升商品门店在线化、商品活动自动化及用户评论商品智能推荐的服务	一般按照每月固定费用收取协同平台服务费，按照进货额的比例收取电子价签服务费

供应商服务收入主要针对长期合作的品牌供应商，一般系公司在与供应商签署年度采购合同的同时，针对品牌推广签署服务条款，并约定服务标准、收费要求及结算方式等。

（2）供应商返利

为扩大市场占有率，供应商一般会根据公司的预计采购规模，商品销售规模以及提供的支持，给予一定比例的返利。供应商返利的定价方式及规则如下表所示：

序号	返利种类	返利内容	定价依据及规则
1	商品返利	商品进货或销售产生的月度返利、年度返利和预付款返利	月度及年度返利一般按照进货额的一定比例计算，预付款返利按提前支付的金额比例计算
2	供应商支持返利	（1）供应商因公司自行安排仓库至门店的配送提供的配送支持返利； （2）公司为供应商提供会员营销支持，产生的会员积分、返券、联合营销等费用返利。	一般按照进货额或销售额的一定比例，或约定的单位固定金额计算
3	供应商费用返利	（1）供应商为公司提供的节庆活动、促销活动费用返利； （2）供应商为公司提供的门店经营费用返利，包括物业、促销服、结算等费用返利； （3）供应商为公司提供的促销员销售激励等费用返利。	一般按照销售额或约定的单位固定金额计算

公司与供应商一般每年通过协议方式对返利和供应商服务的定价标准、结算模式等条款进行约定；不同的供应商因商品类型、合作模式、采购规模、推广需求等不同而在返利条款和服务条款设置方面存在差异，同一供应商也会参考商品历史销售情况、与公司的合作情况及内部品牌推广规划在不同年度对返利条款和服务条款进行调整，但报告期内公司与供应商之间的服务和返利条款不存在重大变化。

（二）报告期供应商服务收入和返利的具体金额，返利金额的分摊对存货价值和销售成本的具体影响，量化披露服务收入和返利对报告期毛利的影响程度，是否具有重大影响

发行人已在招股说明书“第八节/九/（二）/5、供应商返利和供应商服务分析”中进行了补充披露。

报告期内，公司供应商服务收入和返利的具体金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商服务				
供应商服务收入	19,709.48	42,121.74	24,368.90	10,502.70
供应商服务毛利	19,661.60	40,998.44	23,405.43	10,096.81
占主营业务毛利的比例	18.59%	16.78%	11.82%	6.51%
供应商返利				
返利金额	58,544.23	124,011.11	91,992.47	71,015.42
其中：调减存货	5,035.90	5,334.50	3,316.68	3,687.77
调减成本	53,508.33	118,676.62	88,675.79	67,327.65
返利增加毛利金额	53,508.33	118,676.62	88,675.79	67,327.65
占毛利总额的比例	49.81%	47.46%	44.15%	42.78%

报告期内，公司供应商服务业务形成的毛利分别为 10,096.81 万元、23,405.43 万元、40,998.44 万元**和 19,661.60 万元**，占主营业务毛利的比例分别为 6.51%、11.82%、16.78%**和 18.59%**，供应商服务贡献的毛利逐年提升。主要是由于：随着公司品牌知名度的提升、全渠道营销网络的构建、会员体系的完善，供应商更愿意加强与公司的全方位合作，以促进其自身品牌商品的销售规模，提高客户对

其品牌商品的忠诚度。由于供应商服务业务量逐年增加，而此类业务毛利率相对较高，导致毛利逐年增加。

报告期内，公司供应商返利金额分别为 71,015.42 万元、91,992.47 万元、124,011.11 万元和 58,544.23 万元。其中，因供应商返利调减成本使得公司毛利增加的金额占毛利总额的比例为 42.78%、44.15%、47.46%、49.81%，占比较高，主要系因为随着公司业务规模的持续扩大，采购规模逐年快速上升，公司对供应商的议价能力也不断增强，导致返利金额也相应提高。

（三）结合协议条款和实践操作，披露供应商返利确认时点的合理性，依据的外部证据是否充分，报告期期末应收供应商返利款项是否符合确认条件

发行人已在招股说明书“第八节/九/（二）/5、供应商返利和供应商服务分析”中进行了补充披露。

公司每月按合同约定条款按照销售额或采购额确认返利金额。公司根据协议条款并结合实践操作，对供应商返利采取票折的方式进行结算，即：供应商出具扣除返利（需体现票面折扣）后的金额开具增值税发票给公司，进行结算。因此，供应商返利是在双方对账的基础上根据合同约定以实际交易金额为基础计算并由供应商确认，公司以供应商的对账单、开具的相关发票为依据，按照《企业会计准则——存货》的有关规定在供应商返利确认的当期冲减“主营业务成本”和“存货”科目。

期末，尚未结算的供应商返利在其他应收款中列示。上述反映在其他应收款中的返利金额，系公司与供应商按照实际交易金额及返利比例计提尚未结算的部分，2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，应收供应商返利余额分别为 4,329.86 万元、4,867.68 万元、3,392.48 万元和 4,706.27 万元。截至 2020 年 9 月 30 日，应收供应商返利余额已基本收回。

综上，公司按照合同约定比例并经供应商确认按月确认和计提返利金额，具有合理性，符合企业会计准则的规定；期末应收供应商返利为根据实际交易金额计提未结算部分，符合确认条件。

（四）供应商服务收入与供应商给予的返利如何区分，是否存在混淆情形，

会计和税务处理有何差异，相关处理是否合规

发行人已在招股说明书“第八节/九/（二）/5、供应商返利和供应商服务分析”中进行了补充披露。

公司供应商服务收入与供应商给予的返利区分情况如下：

1、公司与供应商在协议中对于供应商服务内容及收费方式、供应商返利比例及结算方式均有明确约定：其中，供应商返利涉及商品返利、物流配送、会员营销支持、经营支持等条款；供应商服务涉及会员开发服务、推广宣传、会员互动、数字化工具服务等条款。

2、财务核算有明确区分：公司确认并计提供应商返利金额后在存货和主营业务成本中分摊，采取票扣（在票面以负数列示）的方式进行结算；公司向供应商提供服务，在服务提供完毕时确认收入，采取账扣或汇款的方式进行结算。

3、公司与供应商之间定期进行对账：根据公司与各供应商之间的对账单，公司针对返利以及合同约定的服务项目均有明确区分。

因此，供应商服务收入与供应商给予的返利不存在混淆情形。

供应商服务收入与供应商给予的返利在会计和税务处理的差异情况如下：

项目	会计处理	税务处理
供应商服务收入	公司为供应商提供会员开发、互动活动冠名、商品线上线下推广宣传及数字化工具等服务，在上述服务提供完成，并取得活动确认单或经客户确认后确认收入。	公司按照交易全额向供应商开具增值税发票，确认销项税。报告期税率为 6%。
供应商返利	公司采购过程中的供应商返利，在存货和主营业务成本之间进行分摊，冲减存货或主营业务成本。	供应商按照采购金额及返利抵减金额（在票面以负数列示）向公司开具增值税发票，公司按照票扣后金额确认进项税。报告期税率为 13%-17%。

综上，上述供应商服务和供应商返利能够准确区分，公司按照企业会计准则和税收规定分别进行相关的财务处理和税务处理，相关处理合规。

（五）服务收入和返利合计对应的前五大供应商情况，服务收入和返利二者之和占发行人向其采购总额的比例，不同供应商之间和同一供应商各年度之间的差异原因及合理性，是否存在向个别供应商采购金额较少但返利和服务收入较大的情形，原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节/九/（二）/5、供应商返利和供应商服务分析”中进行了补充披露。

报告期内，公司供应商服务收入和供应商返利合计对应的前五大供应商情况如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月		
供应商名称	收入及返利合计金额	占采购额的比例
供应商 A	7,113.11	29.12%
供应商 B	5,815.17	19.84%
供应商 C	5,122.19	34.47%
供应商 D	3,894.21	16.44%
供应商 E	3,307.52	23.91%
合计	25,252.20	23.80%
2019 年		
供应商名称	收入及返利合计金额	占采购额的比例
供应商 B	13,978.02	20.33%
供应商 A	12,672.88	19.67%
供应商 C	10,493.44	32.46%
供应商 D	6,817.03	15.94%
供应商 F	5,119.93	28.80%
合计	49,081.30	21.71%
2018 年		
供应商名称	收入及返利合计金额	占采购额的比例
供应商 B	11,873.32	18.49%
供应商 A	11,653.90	23.27%
供应商 C	7,205.81	28.46%
供应商 G[1]	4,126.41	9.00%
供应商 F	3,827.70	28.26%
合计	38,687.14	19.44%
2017 年		
供应商名称	收入及返利合计金额	占采购额的比例
供应商 B	9,146.49	19.57%
供应商 A	6,365.41	15.72%
供应商 C	4,365.53	28.08%
供应商 G[1]	3,285.00	9.44%
供应商 F	2,936.56	25.24%
合计	26,098.99	17.49%

注：报告期内，供应商 G 通过指定代理商向公司销售商品，同时作为品牌商与公司直接开展推广宣传等供应商服务业务，因此计算采购占比时采购额为公司与供应商 G 代理商的采购额。

公司针对报告期前五大供应商服务收入和返利合计占采购额的比例变动，具体说明如下：

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	说明
供应商 A	29.12%	19.67%	23.27%	15.72%	2020 年上半年供应商价格补贴金额较大，采购金额相对降低，使得 2020 年供应商服务收入和返利合计占比上升。
供应商 B	19.84%	20.33%	18.49%	19.57%	供应商服务收入及返利比例报告期内保持稳定。
供应商 C	34.47%	32.46%	28.46%	28.08%	供应商服务收入及返利比例报告期内总体稳定，2019 年开始上升，主要是公司为了引入及推广其营养保健品，供应商服务收入增加，占采购额的比例由 2017 年的 1.16%上升到 2020 年 1-6 月的 6.36%。
供应商 D	16.44%	15.94%	-	-	2019 年开始，供应商 G 服务收入及返利由其代理商负责。供应商 D 为其代理商之一，2019 年其品牌推广力度加大，返利比例提升。
供应商 G	-	-	9.00%	9.44%	
供应商 E	23.91%	-	-	-	供应商 E 于 2020 年取得大王品牌的总代理，代替供应商 F 为公司提供大王品牌纸尿裤，因此 2020 年上半年供应商服务收入和返利比例变化。
供应商 F	-	28.80%	28.26%	25.24%	

报告期内，公司供应商服务收入和供应商返利合计对应的前五大供应商相对稳定。其中，不同的供应商因商品类型、合作模式、采购规模、推广需求等不同而在返利条款和服务条款设置方面存在差异，同一供应商也会参考商品历史销售情况、与公司的合作情况及内部品牌推广规划在不同年度对返利条款和服务条款进行调整。报告期内，公司不存在向个别供应商采购金额较少但返利和服务收入较大的情形。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）针对供应商服务收入的核查程序

有关供应商服务收入，保荐机构和申报会计师执行的核查程序，参见“问题十九/二/（一）/1、针对供应商服务客户及对应收入的真实性核查”。

（二）针对供应商返利的核查

1、获取报告期发行人系统中供应商返利明细表，核对至财务账面金额；

2、根据重要性原则和随机抽样原则抽取样本，查看相关合同、确认函或结算单，查看返利计算的依据和金额确认是否正确；

3、分析供应商返利相关采购合同条款，对比不同供应商之间的返利条款是否存在差异，同一供应商不同年度之间的返利是否存在差异；

4、向发行人了解供应商服务和返利的区分，判断管理层针对供应商服务收入和采购返利会计处理以及税务处理的恰当性；

5、对采购返利金额在主营业务成本和期末存货之间的分摊进行总体测算。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

发行人供应商服务和供应商返利定价规则报告期内未发生重大变化；发行人供应商服务收入和返利对毛利影响较大；发行人确认返利和供应商服务收入的证据充分，符合确认条件，相关的会计处理和税务处理合规，不存在混淆情形；发行人不同供应商之间和同一供应商各年度之间的差异具有合理性，不存在向个别供应商采购金额较少但返利和服务收入较大的情形。

经核查，申报会计师认为：

发行人针对供应商服务收入和返利的会计处理正确，证据充分，不存在混淆情形，税款计缴合规；供应商服务和返利的定价规则于报告期内未发生重大变化；供应商服务收入和返利对毛利影响较大；发行人披露的前五大供应商返利相关差异及原因与我们了解的信息一致；不存在向个别供应商采购金额较少但返利和服务收入较大的情形。

问题二十四、关于未分配利润为负

申报材料显示，报告期未分配利润余额分别为-48,264.57 万元、-20,699.20 万元、15,498.53 万元。请发行人补充披露：

（1）发行人变更为股份有限公司时是否存在未弥补亏损，若是，请参照《审核问答》相关内容予以披露。

（2）请结合发行人门店的运营情况，量化分析并披露未分配利润余额变动的趋势。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第五节/二/（一）/3、整体变更为股份有限公司时存在未分配利润为负的情形”、“第五节/二/（一）/4、对未来盈利能力的影响”、“第五节/二/（一）/5、中介机构核查意见”中进行了补充披露。

（一）发行人变更为股份有限公司时是否存在未弥补亏损，若是，请参照《审核问答》相关内容予以披露。

1、整体变更为股份有限公司时存在未分配利润为负的情形

孩子王有限整体变更为股份有限公司的方案是以经审计的截至 2016 年 3 月 31 日的账面净资产值 931,657,510.71 元中的 927,620,000.00 元折为股份公司股本，其余计入股份公司资本公积。

截至 2016 年 3 月 31 日暨整体变更为股份有限公司基准日，经安永华明审计的母公司报表净资产为 93,165.75 万元，其中：未分配利润为-1,595.12 万元。整体变更为股份有限公司的基准日未分配利润为负，主要原因是公司改制前尚处于经营发展期，经营模式正在逐步稳定，线下门店数量快速扩张，成本费用增长较快，由于从门店开始运营到形成稳定的客户群、达到盈亏平衡点并保持规模化增长需要一定的积累期，因此在 2016 年改制前，形成累计未分配利润为负的情况。

根据《公司法》（2018 年修订），有限责任公司变更为股份有限公司时，折合的实收股本总额不得高于公司净资产额。根据企业会计准则等相关规定，公司整体变更为股份公司时确认股份公司股本 927,620,000.00 元，净资产值与股本差额 4,037,510.71 元计入资本公积。

整体变更后，公司盈利能力逐步增强。报告期内，公司净利润分别为 9,379.93 万元、27,596.63 万元、37,740.88 万元和 **16,586.48 万元**；报告期各期末，公司合并报表未分配利润分别为-48,264.57 万元、-20,699.20 万元、15,498.53 万元**和 32,085.01 万元**，母公司报表未分配利润分别为-6,180.85 万元、-7,565.62 万元、3,374.69 万元**和 7,905.07 万元**。

综上所述，公司整体变更为股份公司时未分配利润为负的情形已经消除，与报告期内公司的盈利水平相匹配。

2、对未来盈利能力的影响

公司整体变更为股份公司后，受益于改制前的用户累积和沉淀，经营业绩逐步提升，盈利能力持续增强。因此，公司整体变更时存在未分配利润为负的情形不会对公司未来持续盈利能力、业务经营及未来利润分配产生重大不利影响。

3、中介机构核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人整体变更相关事项经孩子王有限董事会表决通过，相关程序合法合规；发行人改制前的债权债务由改制后的主体承继，改制中不存在侵害债权人合法权益的情形；发行人未因整体变更事宜与债权人产生纠纷，且发行人的整体变更事项已完成商务主管部门批准、工商登记注册和税务登记相关程序，整体变更相关事项符合《公司法》等法律法规规定。

（二）请结合发行人门店的运营情况，量化分析并披露未分配利润余额变动的趋势。

报告期内，公司净利润分别为 9,379.93 万元、27,596.63 万元、37,740.88 万元和 **16,586.48 万元**；报告期各期末，公司合并报表未分配利润分别为-48,264.57 万元、-20,699.20 万元、15,498.53 万元**和 32,085.01 万元**，母公司报表未分配利润分别为-6,180.85 万元、-7,565.62 万元、3,374.69 万元**和 7,905.07 万元**。

报告期内，为抢抓母婴市场发展机遇，公司利用“孩子王”行业龙头的品牌优势，向全国一、二、三线城市延伸，实现多区域覆盖，截至 2020 年 6 月末，公司在全国 19 个省（市）、121 个城市拥有 363 家大型数字化实体门店。随着门店规模的持续扩大，公司的营业收入规模相应上升，单店盈利能力较强的门店数量及收入占比持续增加，具体参见“问题十八/（三）分别按照门店“营业收入金额大小”和“累计营业月数长短”，分层统计对应的门店数量、营业收入金额及占比，店均营业收入金额，上述分析结果与发行人业绩变动是否一致”的回复。**未来，随着门店数量的持续增长以及新店盈利能力的逐步释放，门店运营情况将会继续对公司未分配利润余额产生正面影响。**

综上所述，公司整体变更为股份公司时未分配利润为负的情形已经消除，与报告期内公司的盈利水平相匹配。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构履行了如下核查程序：

1、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》，对发行人整体变更设立股份公司时工商登记资料、履行的决策审批程序文件、改制时的审计报告、评估报告、验资报告以及报告期三年及一期的审计报告进行了核查；对公司管理层进行访谈，了解整体变更时公司存在未弥补亏损的原因。

2、结合发行人门店的运营情况，量化分析未分配利润余额变动的趋势。

申报会计师履行了如下核查程序：

1、按照《中国注册会计师审计准则》的规定对发行人改制基准日 2016 年 3 月 31 日的净资产执行审计程序，并出具了安永华明（2016）专字第 60972026_B04 号审计报告；

2、按照《中国注册会计师审计准则 1602 号——验资》对发行人截至 2016 年 4 月 28 日止的注册资本实收情况执行审验程序，并出具了安永华明（2016）验字第 6097026_B01 号验资报告；

3、查看公司整体变更设立股份公司时工商登记资料、履行的决策审批程序文件、评估报告；

4、对包括未分配利润科目在内的合并财务报表整体执行合理性分析。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

发行人整体变更相关事项经孩子王有限董事会表决通过，相关程序合法合规；发行人改制前的债权债务由改制后的主体承继，改制中不存在侵害债权人合法权益的情形；发行人未因整体变更事宜与债权人产生纠纷，且发行人的整体变更事项已完成商务主管部门批准、工商登记注册和税务登记相关程序，整体变更相关事项符合《公司法》等法律法规规定。

经核查，申报会计师认为：公司改制基准日未分配利润金额恰当。

问题二十五、关于期间费用

申报材料显示，公司期间费用分别为 149,467.86 万元、177,284.02 万元和 208,950.09 万元，占营业收入的比例分别为 28.55%、26.58%和 25.35%。请发行人补充披露：

（1）销售和管理人员人数、职级安排、各职级人员平均薪酬情况；工资性支出的规模及变动与发行人实际经营情况是否相符；人均创收、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平差异及合理性；2018 年管理费用工资性支出显著增加的合理性。

（2）商场租赁费规模及变动情况与发行人实际经营情况是否相符，商场租赁费与门店所在地市场租赁价格差异及合理性；商场租赁费增速与装修费摊销增速不一致的原因。

（3）报告期物流仓储费增速显著高于营业收入增速的原因，未来该项费用是否仍将持续快速增长。

（4）申报材料显示“汪建国向公司员工进行激励，合计金额 2,900 万元，2017 年至 2019 年，分期发放 2,172.86 万元、527.75 万元和 199.40 万元”，请披露上述激励方案主要内容，对财务数据的影响，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；申报材料显示，2017 年、2018 年股份支付费分别为 2,007.52 万元、272.99 万元，请披露权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程、假设、参数、对应市盈率倍数，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；股份支付前后最近一次股权转让价格与本次股份支付评估价值的差异及其合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第五节/十七/（三）发行人员工薪酬情况”、“第七节/九/（二）/2/（9）关键管理人员薪酬及员工激励”、“第八节/九/（五）期间费用分析”中进行了补充披露。

（一）销售和管理人员人数、职级安排、各职级人员平均薪酬情况；工资性支出的规模及变动与发行人实际经营情况是否相符；人均创收、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平差异及合理性；2018 年管理费用工资性支出显著增加的合理性。

1、销售和管理人员人数、职级安排、各职级人员平均薪酬情况；工资性支出的规模及变动与发行人实际经营情况是否相符

报告期内，公司销售和管理人员数量、职级安排、各职级人员平均薪酬情况如下：

单位：人、万元/年

管理人员	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	期末人数	平均薪酬	期末人数	平均薪酬	期末人数	平均薪酬	期末人数	平均薪酬
高层员工	5	28.15	5	151.98	5	140.71	5	126.01
中层员工	94	10.57	77	25.42	50	25.92	42	24.15
一般员工	1,551	4.67	1,359	13.74	1,533	14.82	891	17.37
合计	1,650	5.08	1,441	14.85	1,588	15.57	938	18.25
销售人员	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	期末人数	平均薪酬	期末人数	平均薪酬	期末人数	平均薪酬	期末人数	平均薪酬
中层员工	252	7.01	224	16.88	192	16.23	146	14.39
一般员工	8,302	2.81	9,307	6.18	7,902	5.57	7,328	5.80
合计	8,554	2.93	9,531	6.43	8,094	5.83	7,474	5.97

注：管理人员平均薪酬=（管理费用工资性支出-劳务外包费用）/管理及其他人员期末人数；销售人员平均薪酬=（销售费用工资性支出-劳务外包费用）/销售人员期末人数

报告期内，公司中高层管理人员的平均薪酬呈整体上升趋势，主要系因为公司自成立以来一直高度注重人才队伍的培养，全面规划员工的职业生涯和发展通道，以具有竞争力的薪酬体系，吸引和保留优秀人才；公司一般管理人员平均薪酬持续下降，主要系因为：1）2018 年，公司大幅增加了低职级管理人员的数量，且公司招聘一般主要集中在下半年，导致全年平均水平有所下降；2）2019 年，为满足全渠道数字化升级及开发的需要，更多 IT 人员开始承担研发工

作且相应薪酬计入研发费用，由于该部分人员薪酬一般相对较高，导致 2019 年一般管理人员的平均薪酬有所下降。

报告期内，公司各职级销售人员平均薪酬呈波动上升趋势，符合公司经营发展情况。

2、人均创收、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平差异及合理性

（1）人均创收与同行业可比公司对比情况

报告期内，发行人人均创收与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
爱婴室	-	87.48	85.97	75.00
红旗连锁	-	50.74	47.59	43.44
步步高	-	69.95	66.86	69.67
中百集团	-	71.46	62.80	52.28
新华都	-	78.47	68.12	59.43
华联综超	-	74.45	66.98	62.42
永辉超市	-	83.69	79.69	75.42
平均	-	73.75	68.29	62.52
发行人	35.12	77.84	73.05	59.87

注：1）人均创收=营业收入/((期初人数+期末人数)/2)；2）上市公司数据来源于公开披露信息（下同）

报告期内，随着公司收入规模的不断上升，人均创收水平也逐年提高，与同行业公司平均水平相匹配。

（2）人均薪酬与同行业可比公司对比情况

报告期内，发行人平均薪酬水平与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
爱婴室	-	8.00	7.97	6.66
红旗连锁	-	6.07	5.23	4.79
步步高	-	5.87	5.04	4.58
中百集团	-	7.82	7.06	5.98
新华都	-	8.31	6.00	5.53
华联综超	-	6.48	5.61	5.64

永辉超市	-	6.13	6.71	5.05
平均	-	6.95	6.23	5.46
发行人	3.54	8.20	7.74	7.48

注：发行人平均薪酬=（管理费用、销售费用、研发费用的工资性支出 - 劳务外包费用）/期末人数

报告期内，发行人平均薪酬水平变动趋势与同行业可比公司平均薪酬水平变动趋势一致，且高于同行业可比公司平均水平。

（3）平均薪酬水平与当地薪酬水平对比情况

报告期内，公司线下门店主要集中在江苏、安徽、四川、湖南、浙江、山东、重庆等地区，发行人平均薪酬水平与当地薪酬水平对比如下：

单位：万元

地区	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
江苏	-	9.65	8.47	7.83
安徽	-	8.21	7.44	6.52
浙江	-	9.97	8.89	8.08
山东	-	8.41	7.51	6.93
四川	-	8.69	8.05	7.16
湖南	-	7.76	7.33	6.60
重庆	-	8.66	7.89	7.09
平均	-	8.76	7.94	7.17
发行人	3.54	8.20	7.74	7.48

数据来源：国家统计局

报告期内，发行人平均薪酬水平与主要业务开展地区平均薪酬水平相匹配。

3、2018 年管理费用工资性支出显著增加的合理性

2018 年，公司管理费用工资性支出为 26,417.42 万元，较 2017 年增加 8,693.46 万元，增幅为 49.05%，主要系因为随着公司业务规模的持续扩大，为满足多元化发展需求，公司增加了对系统运维、供应链管理、财务等专业管理人员及各子公司管理人员的招聘，从 2017 年末的 938 人增加至 2018 年末的 1,588 人，增幅为 69.30%，导致人员工资大幅增加。

（二）商场租赁费规模及变动情况与发行人实际经营情况是否相符，商场租赁费与门店所在地市场租赁价格差异及合理性；商场租赁费增速与装修费摊销增速不一致的原因。

报告期内，公司商场租赁费规模及变动情况与经营情况比较如下：

单位：万元、万平米、元/平米/年

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
商场租赁费	26,016.29	54,580.41	48,245.55	43,418.90
商场租赁费增幅	-	13.13%	11.12%	-
租赁面积	103.85	100.21	82.59	70.28
租赁面积增幅	3.64%	21.33%	17.51%	-
每平米租金	250.51	544.68	584.16	617.78
营业收入	384,598.97	824,250.92	667,065.16	523,510.23
收入增幅	-	23.56%	27.42%	-
商场租赁费占营业收入的比例	6.76%	6.62%	7.23%	8.29%

报告期内，公司商场租赁费用呈逐年上升趋势，但占公司营业收入的比例持续下降，主要是因为：1）2017 年至 2019 年，公司每年四季度新开门店数量分别为 20 家、27 家、50 家，部分门店当期经过装潢后投入运营时间较短，导致当期门店租赁费用增幅相对较小；2）根据全渠道零售终端拓展计划，公司新开门店逐步向核心城市周边地区及低线城市渗透，受当地商场面积、消费层次、客流量等因素的影响，上述地区新开门店的租赁面积逐步下降，且上述城市的租金水平低于一线城市，导致商场租赁费增速低于营业收入增速；3）随着公司经营规模持续扩大，品牌效应明显增强，孩子王门店对商场的引流作用日益凸显，因此公司对商场物业的议价能力进一步加强，逐步降低了公司的单位租金费用。报告期内，公司商场租赁费与门店所在地市场租赁价格对比情况参见“问题十/（四）/（1）直营门店运营用房租金情况”的回复。

报告期内，公司商场租赁费增速与装修摊销增速对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
商场租赁费	26,016.29	54,580.41	48,245.55	43,418.90
增幅	-	13.13%	11.12%	-
装修费摊销	3,237.22	5,804.09	5,408.73	4,748.42
增幅	-	7.31%	13.91%	-

2019 年，公司装修摊销费用增幅有所下滑，主要系因为 2019 年公司四季度新开门店数量较以前年度大幅增加，且公司装修按 5 年期摊销，因此新增摊销费用对当期整体摊销费用影响较小，导致增幅下滑。

（三）报告期物流仓储费增速显著高于营业收入增速的原因，未来该项费用是否仍将持续快速增长。

报告期内，公司物流仓储费用与营业收入的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
物流仓储费用	1,052.28	2,356.37	1,184.05	524.71
增幅	-	99.01%	125.66%	-
营业收入	384,598.97	824,250.92	667,065.16	523,510.23
增幅	-	23.56%	27.42%	-
占营业收入的比例	0.27%	0.29%	0.18%	0.10%

报告期内，公司管理费用中的物流仓储费为运输移仓费。为保障对全国范围内产品配送的快速响应能力和服务水平，提升发货、配送时效，加强消费者购物体验，公司逐渐建立了与门店布局相匹配的，包括中央仓（CDC）、区域仓（RDC）和城市中心仓（FDC）在内的三级仓储体系，具体如下：

单位：个

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
中央仓	1	1	1	1
区域仓	4	4	4	4
城市中心仓	16	14	1	-
合计	21	19	6	5

其中，中央仓为最高级别仓储中心，主要负责全国区域仓、华东区域的城市中心仓、以及华东区域无城市中心仓覆盖的门店的配送和线上订单配送；区域仓是二级仓储中心，具备较强的辐射能力和库存储备能力，仓储面积在 2,000-8,000 平方米，主要负责向指定区域范围的城市仓以及部分无区域仓覆盖的门店进行配送，一般保证一周配送 3 次；城市中心仓属于三级仓储中心，城市中心仓以城市和区域为中心，负责就近完成该区域的支线仓配业务，更加聚焦配送的时效和频次，可以根据门店需求保证日配等形式。

报告期内，通过多层级仓储设置，公司可以有效改善门店配送半径，同时还可以在一定程度上释放门店经营面积，提高存货周转效率，降低商品安全损耗，实现线上线下库存全渠道融合，有利于门店将更多精力投入到经营场景中。随着公司销售规模的持续上升，仓库与仓库间、仓库与门店间的调配日趋频繁，相关费用也相应上升。

（四）申报材料显示“汪建国向公司员工进行激励，合计金额 2,900 万元，2017 年至 2019 年，分期发放 2,172.86 万元、527.75 万元和 199.40 万元”，请披露上述激励方案主要内容，对财务数据的影响，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；申报材料显示，2017 年、2018 年股份支付费分别为 2,007.52 万元、272.99 万元，请披露权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程、假设、参数、对应市盈率倍数，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；股份支付前后最近一次股权转让价格与本次股份支付评估价值的差异及其合理性。

1、申报材料显示“汪建国向公司员工进行激励，合计金额 2,900 万元，2017 年至 2019 年，分期发放 2,172.86 万元、527.75 万元和 199.40 万元”，请披露上述激励方案主要内容，对财务数据的影响，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

2017 年，在公司完成全国中小企业股份转让系统挂牌后，为稳定公司核心员工，汪建国向公司员工进行激励：**1）激励范围：对公司各业务部门经理以上（中层）人员进行激励；2）激励标准：根据年度绩效考核情况、员工工作年限、特殊项目贡献等事项进行综合评定后，以奖金形式发放。**

考虑到上述资金系用于员工激励，发行人根据《企业会计准则》的相关规定，将各期发放金额计入管理费用，同时计入资本公积。

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
借：管理费用	-	199.40	527.75	2,172.86
贷：资本公积	-	199.40	527.75	2,172.86
影响当期营业利润（减少）	-	199.40	527.75	2,172.86

2、申报材料显示，2017 年、2018 年股份支付费分别为 2,007.52 万元、272.99 万元，请披露权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程、假设、参数、对应市盈率倍数，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；股份支付前后最近一次股权转让价格与本次股份支付评估价值的差异及其合理性

（1）权益工具公允价值的确认方法及股份支付的计算过程

2017 年、2018 年，公司计入管理费用的股份支付费用分别为 2,007.52 万元和 272.99 万元，主要系报告期内公司对员工实施股权激励形成的相关费用。

为吸引和保留优秀人才，充分调动员工积极性，有效的将股东利益、公司利益和核心员工个人利益结合在一起，公司于 2016 年 3 月设立了员工持股平台南京维盈。2017 年 7 月，原合伙人高骁健将其持有的南京维盈 11.81 万元合伙份额（对应出资比例 11.81%）认缴权以零对价转让给新合伙人刘长春，2018 年 3 月原合伙人颜俊将其持有的南京维盈 1.50 万元合伙份额（对应出资比例 1.50%）认缴权以零对价转让给新合伙人刘浩。2019 年 7 月，刘长春和刘浩分别向南京维盈出资 802.85 万元和 101.97 万元，出资完成。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，2017 年 7 月和 2018 年 3 月，员工持股平台南京维盈内部合伙份额转让行为符合准则规范的“企业授予职工期权、认股权证等衍生工具或其他权益工具，对职工进行激励或补偿，以换取职工提供的服务”的要求及实施要件。上述股份支付符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》所规范的以权益结算的股份支付，确认和计量原则为：按股份在授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关的资产成本或当期费用，同时计入资本公积。

根据北方亚事出具的《资产评估报告》，并选取收益法评估结果作为最终评估结论：截至 2017 年 7 月 31 日和 2018 年 2 月 28 日，孩子王儿童用品股份有限公司全部股权市场价值分别为 368,852.00 万元和 387,308.00 万元。参考上述评估结论来确定发行人相应股权当期公允价值，则南京维盈 2017 年 7 月 31 日持有孩子王 6.454%股份的公允价值为 23,805.98 万元（对应每股价格为 3.77 元）、2018 年 2 月 28 日持有孩子王 6.454%股份的公允价值为 24,997.15 万元（对应每股价格为 3.96 元），上述合伙人份额转让应计入公司当期管理费用并调整资本公积的金额如下：

转让时间	公司评估价值（万元）	对应每股公允价值（元/股）①	员工实际出资额（万元）	对应公司每股价格（元/股）②	转让合伙企业的出资份额对应公司股数（万股）③	股份支付费用（万元）（①-②）*③
2017/7/31	368,852.00	3.77	802.85	1.08	746.29	2,007.52

转让时间	公司评估价值（万元）	对应每股公允价值（元/股）①	员工实际出资额（万元）	对应公司每股价格（元/股）②	转让合伙企业的出资份额对应公司股数（万股）③	股份支付费用（万元）（①-②）*③
2018/3/20	387,308.00	3.96	101.97	1.08	94.79	272.99

注 1：对应每股公允价值=公司评估价值/总股本 97,909.33 万股

注 2：对应公司每股价格=员工实际出资额/转让合伙企业的出资份额对应公司股数

注 3：转让合伙企业的出资份额对应公司股数=南京维盈持有孩子王股数 6,319.14 万股*转让合伙企业出资比例

根据前述《资产评估报告》，参考发行人评估基准日全部股东权益价值、发行人 2017 年度经审计的财务数据（2016 年度发行人尚未盈利）测算，2017 年发行人每股收益为 0.0958 元，对应市盈率均在 40 倍左右，与零售行业上市公司同期平均静态市盈率 40-42 倍相比无重大差异，定价公允。

（2）股份支付前后最近一次股权转让价格与本次股份支付评估价值的差异及其合理性

① 股份支付前后最近一次股权转让价格情况

本次股权激励前后，最近一次股权转让价格情况如下：

时间	主要事项	事项描述	转让/增资价格
2016 年 7 月至 10 月	C 轮融资	1、2016 年 7 月，祺驰投资认购孩子王 14,271,077 股股份，总价款 1.5 亿元； 2、2016 年 8 月，公司引入做市商，以 10.51 元/股价格认购孩子王 226 万股股份； 3、2016 年 9 月，天津万达以 1 亿元认购新增注册资本 9,514,051 元人民币；Starr International 以 2,500 万美元认购新增注册资本 15,914,154 元人民币； 4、2016 年 10 月，华泰互联网基金以 99,700,897 元认购新增注册资本 9,485,594 元人民币；南京道丰以 299,103 元人民币认购新增注册资本 28,457 元人民币	增资价格为每股 10.51 元
2017 年 7 月	股权激励	合伙人高骁健将其持有的 11.81 万元财产份额（对应认缴出资均未到位）转让给刘长春，转让价格为 0 元	-
2018 年 3 月	股权激励	合伙人颜俊将其持有的 1.50 万元财产份额（对应认缴出资均未到位）转让给刘浩，转让价格为 0 元	-
2018 年 5 月	摘牌回购	1、江苏博思达回购中金公司、兴业证券、中信建投等做市商合计持有的 138.30 万股股份； 2、江苏博思达回购徐琳持有的 35 万股股份	做市商回购价格每股 15 元，徐琳回购价格每股 16.72 元

2018年5月	股权转让	Coral Root将其持有的发行人6,000万股股份以66,000万元的价格转让给南京子泉	转让价格每股11元
2018年9月	股权转让	Chan Kok Chow将其持有的发行人23,492,997股股份以258,422,967元的价格转让给Rich Sparkle	转让价格每股11元

根据上表所示，2017年7月员工持股平台南京维盈股权变动前最近一次融资（C轮融资，2016年7月-10月）的增资价格为10.51元/股，对应公司整体估值（投后）为102.91亿元。公司2016年仍处于亏损状态，但预计2017年业绩将实现较大幅度增长，且本次新增股东增资存在优先购买权、反稀释、赎回权等特殊权利条款，因此估值时存在较高溢价。此外，公司已于2016年启动新三板挂牌申请，进入资本市场预期有所增加，导致新增股东对公司的估值高于行业整体情况。

2018年3月，经公司2018年第二次临时股东大会审议通过，决定申请在全国中小企业股份转让系统终止挂牌，因此控股股东根据与做市商及相关股东沟通协商，按照一定价格回购，由于本次股权转让整体比例较小，且系因为摘牌导致，因此估值高于行业整体情况。

2018年5月和2018年9月，公司原股东Coral Root、Chan Kok Chow参考了C轮估值情况，经各方协商确定按照11元/股的价格对外转让，对应公司整体估值为107.70亿元，按照公司2017年净利润规模9,379.93万元测算，对应市盈率114.82倍，远高于行业整体水平。

综上，上述股权增资及转让在估值定价时因受到特殊权利条款、回购、前期估值水平及未来业绩预期等因素影响，存在较高溢价，因此，采用北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）（以下简称“北方亚事”）评估价值作为确定股份支付的公允价值具有合理性。

② 评估价值估值合理性分析

根据北方亚事出具的《评估报告》，针对南京维盈2017年7月的股权激励，以2017年7月31日为评估基准日对公司股东全部权益采用市场法和收益法进行评估，经收益法评估，公司全部股权价值为368,852.00万元，比未经审计合并报表归属于母公司所有者权益价值增值271,393.13万元，增值率为278.47%；经市场法评估，公司全部股权价值为347,032.20万元，比未经审计合并报表归

属于母公司所有者权益价值增值 249,573.33 万元，增值率为 256.08%，最终以收益法的评估结果作为评估结论。

根据北方亚事出具的《评估报告》，针对南京维盈 2018 年 3 月的股权激励，以 2018 年 2 月 28 日为评估基准日对公司股东全部权益采用市场法和收益法进行评估，经收益法评估，公司全部股权价值为 387,308.00 万元，比未经审计合并报表归属于母公司所有者权益价值增值281,150.34万元,增值率为264.84%；经市场法评估，公司全部股权价值为 364,200.56 万元，比未经审计合并报表归属于母公司所有者权益价值增值 258,042.90 万元，增值率为 243.08%，最终以收益法的评估结果作为评估结论。

本次收益法评估系基于公司 2017 年、2018 年、2019 年审计结果及合理的业绩预期进行的评估，且高于市场法估值水平，评估价值公允、合理。

（3）与同期同行业可比公司估值情况比较

公司主营业务系通过线下直营门店和线上电子商务平台为客户提供母婴商品及服务。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）标准，公司所属行业为“F52 零售业”中的“F5239 其他日用品零售”；根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业为“F52 零售业”。

公司和“F52 零售业”在基准日当期估值情况如下表所示：

项目	2017 年 7 月 31 日	2018 年 2 月 28 日
零售行业 PE 倍数（最近 6 个月、静态市盈率）	41.65	40.99
发行人评估值（万元）	368,852.00	387,308.00
发行人 2017 年净利润（万元）	9,379.93	9,379.93
发行人市盈率倍数	39.32	41.29

注：由于公司 2016 年尚未盈利，因此均选用 2017 年净利润为基础测算

根据上表所示，公司计算股份支付涉及的权益工具估值水平合理，与同期同行业整体估值不存在重大差异。

综上所述，发行人 2017 年和 2018 年股权激励权益工具的公允价值认定依据充分、股份支付金额计算准确，相关会计处理符合企业会计准则的规定。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈发行人人力资源部、财务部相关人员，了解发行人的薪酬制度、员工结构及其变化情况，了解公司工资薪酬流程，执行穿行测试和控制测试；

2、抽样查看发行人报告期内工资、奖金、补贴等职工薪酬项目的计提情况，并核对工资计算表及支付凭据；

3、通过公开渠道查阅各地社会平均工资公布文件、同行业可比上市公司的公开资料，对比发行人薪酬与当地薪酬水平、同行业可比公司是否存在显著差异；

4、了解公司租赁业务流程，执行穿行测试和控制测试；获取发行人租赁台账，与财务账面记录核对；抽样检查租赁合同、结算单、发票、付款记录等支持性文件，测算租赁费的摊销；

5、获取物流仓储费明细，抽样检查合同、结算单、付款记录等支持性文件；

6、向发行人管理层以及实际控制人了解报告期内员工激励的背景原因，具体激励人员及方案，并取得实际控制人的说明文件；

7、查阅发行人员工持股平台的工商登记资料，核查员工持股平台设立和出资以及股份转让协议、合伙协议、资金凭证，分析会计处理是否恰当；

8、获取并核对员工持股平台上被激励对象名单、任职情况、持股平台的出资信息、激励对象的出资流水；对员工持股平台的激励对象进行访谈，并取得其出具的承诺文件以确认不存在委托持股、信托持股或者其他利益安排；

9、查阅并复核第三方评估机构出具的《资产评估报告》，包括评价第三方评估机构的胜任能力、专业素质和客观性，评估模型的恰当性、关键参数（包括未来现金流量及折现率）的合理性；通过对比员工持股平台股权激励前后最近一次外部融资价格情况、管理层聘请的其他评估专家估值分析报告、同期同行业平均市盈率情况等判断股份支付评估价值与近期融资估值的差异合理性，了解股份支付具体计算过程及相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，发行人工资性支出及变动与发行人实际情况相符；人均创收、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平相比合理；2018 年管理费用工资性支出显著增加具有合理性；

2、报告期内，商场租赁费规模及变动情况与发行人实际情况相符，商场租赁费与门店所在地市场租赁价格差异、商场租赁费增速与装修费摊销增速差异具有合理性；

3、报告期物流仓储费增速显著高于营业收入增速具有合理性，未来该项费用将随着收入规模的增加而上升；

4、报告期内，发行人股份支付权益工具的公允价值确认具有合理性；股份支付前后最近一次股权转让价格与本次股份支付评估价值的差异具有合理性；员工激励和股份支付的会计处理恰当，符合《企业会计准则》相关规定。

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人披露的工资性支出及变动与发行人实际情况相符；人均创收、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平差异及合理性分析与我们了解的信息一致；2018 年管理费用工资性支出增加原因与我们了解的信息一致；

2、报告期内，发行人披露的商场租赁费规模及变动情况与发行人实际情况相符，商场租赁费与门店所在地市场租赁价格差异、商场租赁费增速与装修费摊销增速差异原因与我们了解的信息一致；

3、披露的报告期物流仓储费信息与公司的实际情况一致；

4、报告期内，发行人股份支付权益工具的公允价值确认恰当，发行人对股份支付前后最近一次股权转让价格与本次股份支付评估价值差异的解释具有合理性；员工激励和股份支付的会计处理恰当，符合《企业会计准则》相关规定。

问题二十六、关于存货

申报材料显示，报告期公司存货净额分别为 63,105.28 万元、77,925.35 万元和 99,434.15 万元，占流动资产的比重分别为 28.06%、29.58%和 28.82%。请发行人补充披露：

（1）洗护用品、零食辅食收入金额占营业收入比例较高，但相应存货余额在各产品中占比较低的原因及合理性。

（2）存货规模的增长与营业规模的匹配情况，存货规模增长是由于产品销售不利导致积压，还是由于门店数量规模扩大所致。

（3）奶粉、营养保健等食品类产品的库龄情况，其库龄构成与该产品保质期的差距情况，公司对临近保质期产品的相关处理措施，是否存在将存货退回给供应商情形及其金额和占比，退货的具体原因。

（4）报告期各类存货产品跌价准备计提的具体金额，可变现净值确定的依据，对临近质保期产品的存货跌价准备计提政策，相关内部控制是否运行有效，存货跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。请保荐人、申报会计师详述对发行人各类存货核查程序、范围、结果。

回复：

一、发行人补充披露

（一）洗护用品、零食辅食收入金额占营业收入比例较高，但相应存货余额在各产品中占比较低的原因及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/2/（6）/②库存商品结构分析”中进行了补充披露。

报告期内，公司洗护用品、零食辅食存货余额和营业收入情况如下：

单位：万元

项目	品类	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
存货	洗护用品	7,977.27	7.95%	6,099.48	6.07%	6,901.24	8.73%	7,771.25	12.06%

	零食辅食	1,344.13	1.34%	945.47	0.94%	1,391.33	1.76%	627.42	0.97%
营业收入	洗护用品	29,999.94	8.61%	64,509.75	8.70%	57,789.72	9.39%	52,532.38	10.61%
	零食辅食	23,666.00	6.79%	46,890.08	6.33%	38,091.79	6.19%	30,753.23	6.21%

报告期内，公司洗护用品及零食辅食类商品的销售模式有经销和代销两种。其中，经销模式系指公司以买断方式向供应商采购商品，并作为公司的存货承担货品的相关风险，在销售环节，公司自行组织销售，并决定销售价格，当商品销售给最终客户（即商品的主要风险和报酬转移给购货方）时，公司确认销售收入和销售成本；代销模式系指供应商将商品直接提供给公司，在销售环节，公司自行组织销售、决定销售价格，当商品销售给最终客户时，公司确认存货和销售收入，并以零售数量按供应商定价为基础确认成本。

报告期各期末，洗护用品、零食辅食不同销售模式下商品期末余额情况如下：

单位：万元

项目	销售模式	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
洗护用品	经销	7,977.27	25.06%	6,099.48	20.96%	6,901.24	32.10%	7,771.25	45.08%
	代销	23,859.76	74.94%	22,999.49	79.04%	14,599.57	67.90%	9,468.19	54.92%
	合计	31,837.03	100.00%	29,098.97	100.00%	21,500.81	100.00%	17,239.44	100.00%
零食辅食	经销	1,344.13	14.48%	945.47	9.37%	1,391.33	19.47%	627.42	13.91%
	代销	7,939.25	85.52%	9,144.65	90.63%	5,753.11	80.53%	3,882.84	86.09%
	合计	9,283.38	100.00%	10,090.12	100.00%	7,144.44	100.00%	4,510.26	100.00%

综上，公司洗护用品、零食辅食收入金额占营业收入比例较高，但相应存货余额在各产品中占比较低，主要系因为上述商品采用代销模式导致，在该模式下，未实现销售的商品所有权归属于供应商，不纳入公司的存货范围，因此，公司上述商品的期末存货余额较小，具有合理性。

（二）存货规模的增长与营业规模的匹配情况，存货规模增长是由于产品销售不利导致积压，还是由于门店数量规模扩大所致。

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/2/（6）/②库存商品结构分析”中进行了补充披露。

报告期各期末，公司存货余额变动和母婴商品收入变动情况如下：

单位：万元、家

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
存货	98,507.06	-0.93%	99,434.15	27.60%	77,925.35	23.48%	63,105.28
母婴商品收入	348,299.89	-	741,079.90	20.46%	615,202.47	24.25%	495,129.96
门店数量	363	3.13%	352	36.43%	258	21.13%	213

报告期各期末，公司存货余额的增幅与母婴商品收入增幅相匹配。其中，2019 年末公司存货余额增幅较高，主要是由于公司当年净增加 94 家门店，为保障新开门店的商品供应，同时受年底促销活动及节假日因素影响，公司增加了商品的备货量；但由于新开门店占比提升，且该类门店多处于市场开拓期，导致收入增幅低于存货余额增幅。

报告期各期末，公司库龄在 180 天以内的库存商品比例分别为 87.07%、89.05%、91.35%和 **82.52%**，整体库龄较短，周转速度较快，具体库龄情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
180 天内	**82,773.01**	**82.52%**	91,825.89	91.35%	70,430.48	89.05%	56,096.78	87.07%
181 天-270 天	**10,556.25**	**10.52%**	3,866.20	3.85%	3,508.55	4.44%	3,354.03	5.21%
271 天-360 天	**2,994.86**	**2.99%**	2,355.72	2.34%	2,128.61	2.69%	1,779.16	2.76%
361 天-720 天	**3,868.28**	**3.86%**	2,250.50	2.24%	2,940.65	3.72%	2,563.17	3.98%
721 天以上	**115.96**	**0.12%**	217.91	0.22%	81.60	0.10%	636.89	0.99%
合计	**100,308.36**	**100.00%**	**100,516.21**	**100.00%**	**79,089.89**	**100.00%**	**64,430.03**	**100.00%**

此外，报告期内，公司存货周转率分别为 5.54 次、6.50 次、6.39 次和 5.52 次，与同行业上市公司存货周转率相匹配。

项目	公司名称	股票代码	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货周转率（次）	爱婴室	603214.SH	**2.82**	3.24	3.63	3.59
	红旗连锁	002697.SZ	**5.08**	5.00	4.98	4.78
	步步高	002251.SZ	**7.45**	6.20	6.30	6.17
	中百集团	000759.SZ	**6.54**	7.75	9.28	7.76
	新华都	002264.SZ	**5.19**	6.37	6.33	6.43
	华联综超	600361.SH	**4.56**	7.64	7.48	6.68
	永辉超市	601933.SH	**7.73**	6.51	8.01	8.46
	均值		**5.62**	6.10	6.57	6.27
	公司		**5.52**	6.39	6.50	5.54

数据来源：同行业可比公司年报、招股说明书；**2020 年 1-6 月数据均为年化数据**

综上，报告期各期末，公司存货余额的增幅与母婴商品收入增幅相匹配，存货规模增长主要由于门店数量规模扩大导致，不存在由于产品销售不利导致的存货积压的情况。

（三）奶粉、营养保健等食品类产品的库龄情况，其库龄构成与该产品保质期的差距情况，公司对临近保质期产品的相关处理措施，是否存在将存货退回给供应商情形及其金额和占比，退货的具体原因。

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/2/（6）/③存货库龄情况分析”中进行了补充披露。

1、奶粉、营养保健等食品类产品的库龄情况

报告期各期末，奶粉、营养保健、零食辅食的库龄情况如下：

单位：万元

项目	库龄	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
奶粉	180 天内	50,869.01	93.01%	55,678.59	97.97%	31,956.88	96.57%	21,870.94	95.12%
	181 天-270 天	3,111.51	5.69%	770.77	1.36%	621.79	1.88%	694.35	3.02%
	271 天-360 天	488.55	0.89%	294.86	0.52%	248.79	0.75%	181.91	0.79%
	361 天-720 天	224.64	0.41%	80.49	0.14%	260.35	0.79%	228.45	0.99%
	721 天以上	0.08	0.00%	10.33	0.02%	3.18	0.01%	17.19	0.07%
	合计	54,693.79	100.00%	56,835.05	100.00%	33,090.99	100.00%	22,992.84	100.00%
营养保健	180 天内	1,171.62	71.81%	1,281.94	78.49%	2,113.04	84.91%	1,601.08	98.90%
	181 天-270 天	95.29	5.84%	142.53	8.73%	127.95	5.14%	15.17	0.94%
	271 天-360 天	120.45	7.38%	100.16	6.13%	128.25	5.15%	0.58	0.04%
	361 天-720 天	243.40	14.92%	108.60	6.65%	119.23	4.79%	1.76	0.11%
	721 天以上	0.90	0.06%	-	-	0.06	0.00%	0.37	0.02%
	合计	1,631.65	100.00%	1,633.23	100.00%	2,488.53	100.00%	1,618.96	100.00%
零食辅食	180 天内	1,334.90	99.31%	884.13	93.51%	1,366.25	98.20%	621.29	99.02%
	181 天-270 天	4.10	0.30%	5.88	0.62%	10.88	0.78%	2.58	0.41%
	271 天-360 天	2.02	0.15%	0.03	0.00%	7.34	0.53%	0.33	0.05%
	361 天-720 天	3.12	0.23%	0.38	0.04%	6.72	0.48%	2.90	0.46%
	721 天以上	-	-	55.05	5.82%	0.13	0.01%	0.31	0.05%
	合计	1,344.13	100.00%	945.47	100.00%	1,391.33	100.00%	627.42	100.00%

报告期内，公司奶粉、营养保健、零食辅食类商品库龄主要集中在 180 天以内。其中，奶粉、零食辅食类商品库龄 180 天以内的占比超过 90%，主要是由于上述商品一般周转较快，再加上对保质期要求较高，公司会对库龄较长的商

品采取打折促销等手段加快销售进度；180 天以内营养保健类商品库龄占比呈下降趋势，主要是由于报告期内公司根据市场环境变化调整了该类商品的品牌结构，使得以前年度滞销商品因推广力度下降库龄有所上升，同时公司增加了热销产品的采购，使得库龄 180 天以内存货的期末余额较低，整体导致该类商品库龄结构有所变化。

2、其库龄构成与该产品保质期的差距情况，公司对临近保质期产品的相关处理措施，是否存在将存货退回给供应商情形及其金额和占比，退货的具体原因

根据公司《商品效期管理规定》，对奶粉、零食辅食和营养保健类商品，在收货时的最低保质期标准如下：

商品保质期	收货要求	库龄与产品保质期的差距	在库商品剩余保质期
12 个月	国产商品：到货日期距离商品生产日期不得超过商品保质期的三分之一	最高不超过 4 个月	最低不少于 8 个月
	进口商品：到货日期距离商品生产日期不得超过商品保质期的二分之一	最高不超过 6 个月	最低不少于 6 个月
24 个月	国产商品：到货日期距离商品生产日期不得超过商品保质期的三分之一	最高不超过 8 个月	最低不少于 16 个月
	进口商品：到货日期距离商品生产日期不得超过商品保质期的二分之一	最高不超过 12 个月	最低不少于 12 个月

报告期各期末，公司奶粉、营养保健、零食辅食类商品库龄主要集中在 180 天以内（即 6 个月以内），而上述商品在库剩余保质期最低不少于 6 个月，因此公司的库龄结构与产品保质期相匹配。

在临效期商品管理方面，公司每周对商品效期进行检查，对于符合“临期商品下架规则”的商品（国产商品保质期＞12 个月，临期 6 个月下架，保质期≤12 个月，临期 3 个月下架；非零食辅食类进口商品临期 3 个月下架；零食辅食进口商品保质期＞12 个月的临期 60 天下架；零食辅食进口商品保质期≤12 个月的临期 30 天下架）做下架待处理，并汇总至当月的《门店临效期商品跟踪清单》进行报备，门店根据商品类型采取包括陈列位置调整、陈列方式调整、价格调整、供货商退换货、过期报损等方式进行再处理；对于剩余效期≤1 个月

的临期商品则直接下架禁销封存；对于过效期商品，则由门店各品类主管进行现场监督报损销毁。

报告期内，公司向供应商退货的金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退货金额	6,078.86	11,973.81	14,864.06	10,394.60
采购金额	358,195.99	870,937.01	687,883.33	530,375.41
占比	1.70%	1.37%	2.16%	1.96%

报告期内，公司退货金额占全年采购额的比例分别为 1.96%，2.16%、1.37%和 1.70%，占比较低，主要系对于存货中存在质量等问题的商品，公司会根据采购合同约定退给供应商。

（四）报告期各类存货产品跌价准备计提的具体金额，可变现净值确定的依据，对临近质保期产品的存货跌价准备计提政策，相关内部控制是否运行有效，存货跌价准备计提是否充分。

公司在招股说明书“第八节/十/（一）/2/（6）/④存货跌价准备计提情况”中进行了补充披露。

1、各类存货产品跌价准备计提情况

报告期内，公司各类存货产品跌价准备计提的具体金额如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
奶粉	316.83	17.59%	118.61	10.96%	189.32	16.26%	184.33	13.91%
纸尿裤	6.99	0.39%	9.85	0.91%	71.15	6.11%	137.12	10.35%
玩具	272.80	15.14%	132.73	12.27%	243.34	20.90%	261.57	19.74%
内衣家纺	301.18	16.72%	103.25	9.54%	85.26	7.32%	7.91	0.60%
洗护用品	269.50	14.96%	191.93	17.74%	200.19	17.19%	183.36	13.84%
外服童鞋	362.59	20.13%	314.35	29.05%	196.31	16.86%	534.49	40.35%
营养保健	139.41	7.74%	71.44	6.60%	78.90	6.77%	2.07	0.16%
文教智能	75.95	4.22%	34.40	3.18%	29.17	2.50%	5.54	0.42%
车床椅	54.10	3.00%	49.98	4.62%	66.14	5.68%	6.42	0.48%
零食辅食	1.97	0.11%	55.53	5.13%	4.77	0.41%	1.93	0.15%
存货跌价准备合计	1,801.30	100.00%	1,082.07	100.00%	1,164.54	100.00%	1,324.75	100.00%

2、可变现净值确定的依据

公司计提存货跌价准备的具体方式：于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。如果以前计提存货跌价准备的影响因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前减记的金额予以恢复，转回的金额计入当期损益。

可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额。

3、对临近质保期产品的存货跌价准备计提政策，相关内部控制是否运行有效

报告期各期末，公司参考同行业标准，按照商品种类和库龄进行不同程度的折价而估计长库龄商品的可变现净值，计提存货跌价准备。其中，对于存在质保期商品的存货跌价准备计提政策如下：

1-180 天	181 天-270 天	271 天-360 天	361 天-720 天	721 及以上
0%	5%	10%	50%	100%

按照临期商品下架规则测算，1 年有效期商品达到下架时对应的库龄不超过 9 个月，2 年有效期商品达到下架时对应的库龄不超过 18 个月。报告期各期末，公司奶粉、零食辅食等商品的库龄主要集中在 180 天（6 个月），占比均在 90%以上，库龄为 9 个月至 1 年的商品按照 10%计提，1-2 年的商品按照 50%计提，超过 2 年按照 100%计提，可充分覆盖临效期存货跌价准备，不会导致部分商品临效期而跌价准备计提不足的情形，内部控制运行有效。

4、存货跌价准备计提是否充分

报告期各期末，公司对于存货的预计可变现净值进行测试，依据存货的可变现净值对存货计提跌价准备。2017 年末、2018 年末和 2019 年末，公司计提的存货跌价准备分别为 1,324.75 万元、1,164.54 万元和 1,082.07 万元，计提比例分别为 2.06%、1.47%、1.08%，呈持续下降趋势，主要是因为报告期各期末，公司存货的库龄情况不断优化。**2020 年 6 月，公司计提的存货跌价准备 1,801.30 万元，计提比例为 1.80%。**

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
存货账面余额	100,308.36	100,516.21	79,089.89	64,430.03
存货账面余额增幅	-0.21%	27.09%	22.75%	-
存货跌价准备	1,801.30	1,082.07	1,164.54	1,324.75
存货账面价值	98,507.06	99,434.15	77,925.35	63,105.28
存货跌价准备计提比例	1.80%	1.08%	1.47%	2.06%

公司在每年资产负债表日对存货的库龄进行分析，2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司存货库龄在 180 天以内的占比分别为 87.07%、89.05%、91.35%和 82.52%，整体库龄较短。

报告期内，公司与同行业可比公司的存货跌价准备计提政策对比情况如下：

可比公司	存货跌价
发行人	于每个资产负债表日，存货的可变现净值低于其成本的，公司计提存货跌价准备。公司依据商品种类和库龄进行不同程度的折价而估计长库龄商品的可变现净值。
爱婴室	于每个资产负债表日,存货的可变现净值低于其成本的，公司计提存货跌价准备。公司依据商品种类和库龄进行不同程度的折价而估计长库龄商品的可变现净值。
红旗连锁	期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。 期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。 以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。
步步高	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值;需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值;资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
中百集团	依据存货可变现净值低于账面余额的差额计提存货跌价准备。
新华都	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值;需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
华联综超	存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销

	售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本集团通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。
永辉超市	存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。公司通常按照类别存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	股票代码	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
爱婴室	603214.SH	**1.96%**	1.52%	0.82%	0.76%
红旗连锁	002697.SZ	**0.00%**	0.00%	0.00%	0.00%
步步高	002251.SZ	**0.10%**	0.13%	0.19%	0.11%
中百集团	000759.SZ	**0.00%**	0.00%	0.00%	0.00%
新华都	002264.SZ	**0.21%**	0.44%	1.71%	1.82%
华联综超	600361.SH	**0.00%**	0.00%	0.00%	0.00%
永辉超市	601933.SH	**0.00%**	0.02%	0.01%	0.02%
均值		**0.32%**	**0.30%**	**0.39%**	**0.39%**
发行人		**1.80%**	**1.08%**	**1.47%**	**2.06%**

综上，**报告期内，公司的存货跌价准备计提政策与同行业可比公司相比不存在显著差异，**公司存货跌价准备计提政策符合行业惯例，存货跌价准备的计提比例高于行业平均水平，存货跌价准备计提充分。

二、保荐机构和申报会计师的核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅公司存货管理和门店管理相关制度。了解发存货流程，包括入库、出库、盘点、成本核算以及跌价准备计提等方面，执行穿行测试和控制测试；

2、检查管理层盘点计划和盘点记录。执行各报告期末存货盘点程序，包括监盘和抽盘，验证期末存货数量；2017 年至 2020 年 6 月 30 日各报告期末，保荐机构和申报会计师合计抽盘存货金额比例分别为 41.20%、25.97%、32.98%、37.38%；

3、与管理层讨论分析跌价准备计提政策，通过复核公司历史信息以及对比同行业会计政策评价公司跌价准备政策的合理性；执行存货库龄测试，根据库龄和存货计提政策重新测算存货跌价准备计提金额；

4、执行存货计价测试和可变现净值测试；

5、分析各报告期末存货余额、产品库存结构及报告期内周转率变动情况，与管理层讨论其合理性；

6、获取公司存货明细核对至财务账面记录，向发行人了解并分析洗护用品、零食辅食收入金额占营业收入比例及相应存货余额在各产品中占比情况，并与发行人讨论其合理性；

7、向发行人了解并分析存货规模的增长与营业规模增长趋势的匹配情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内发行人洗护用品、零食辅食收入金额占营业收入比例较高，但相应存货余额在各产品中占比较低具有合理性；

2、报告期内存货规模的增长与营业规模相匹配，存货规模增长主要由于门店数量扩大所致；

3、报告期内奶粉、营养保健等食品类产品的库龄结构与产品保质期相匹配；公司已建立了相关内控制度，对临近保质期产品进行管理；报告期内，公司退货金额占全年采购额的比例较低，主要系对于存货中存在质量等问题的商品，公司会根据采购合同约定退给供应商；

4、报告期内发行人可变现净值确定的依据合理，对临近质保期产品的存货跌价准备计提政策合理，相关内部控制运行有效，存货跌价准备计提充分。

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内各期存货流程内部控制运行有效，期末存货余额不存在异常，跌价准备计提充分；发行人披露的洗护用品、零食辅食收入金额占营业收入比例及相应存货余额在各产品中占比与公司实际情况相

符；存货规模的增长与营业规模增长相匹配，不存在产品大量积压的情形；披露的存货退回供应商信息与我们了解的信息一致。

问题二十七、关于应收账款

申报材料显示，报告期发行人应收账款账面价值分别为 2,472.42 万元、3,239.14 万元和 4,611.45 万元，内容主要为应收供应商服务款等。请发行人补充披露应收账款期后回款情况，是否存在逾期情形。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/2 /（3）/②应收账款账龄结构及坏账计提情况”中进行了补充披露。

报告期内，发行人应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

时间	账龄	账面余额	比例	期后回款	期后回款比例
2020-6-30	180 天以内	5,521.92	98.44%	4,719.66	85.47%
	181 天至 360 天	35.37	0.63%	13.21	37.35%
	361 天以上	52.32	0.93%	-	-
	合计	5,609.60	100.00%	4,732.87	84.37%
2019-12-31	180 天以内	4,775.88	97.38%	4,753.72	99.54%
	181 天至 360 天	75.26	1.53%	75.26	100.00%
	361 天以上	53.36	1.09%	1.04	1.95%
	合计	4,904.51	100.00%	4,830.02	98.48%
2018-12-31	180 天以内	3,204.74	93.94%	3,204.73	100.00%
	181 天至 360 天	203.93	5.98%	151.61	74.34%
	361 天至 720 天	1.24	0.04%	1.24	100.00%
	721 天至 1080 天	1.45	0.04%	1.45	100.00%
	1081 天以上	0.3	0.01%	0.30	100.00%
	合计	3,411.64	100.00%	3,359.33	98.47%
2017-12-31	180 天以内	2,479.27	94.89%	2,479.27	100.00%
	181 天至 360 天	111.89	4.28%	111.89	100.00%
	361 天至 720 天	21.63	0.83%	21.63	100.00%
	合计	2,612.79	100.00%	2,612.79	100.00%

注：上表中应收账款期后回款金额均为截至 2020 年 9 月 30 日回款金额。

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 2,612.79 万元、3,411.64 万元、4,904.51 万元和 5,609.60 万元，主要为经营实力较强、资信状况良好的母婴商

品供应商客户、大型广告公司或提供刷卡返点业务的银行，与公司存在长期合作关系，对应收账款回收有较好的保障。截至 2020 年 9 月末，公司已收回款项分别为 2,612.79 万元、3,359.33 万元、4,830.02 万元和 4,732.87 万元，应收账款回收比例分别为 100.00%、98.47%、98.48%和 84.37%，占比较高。从应收账款期后回款的进度来看，报告期各期末应收账款基本于期后一年之内收回，应收账款回款情况良好。

公司给予客户的信用期一般为 180 天。报告期各期末，公司应收账款账龄基本处于 180 天以内，占比超过 90%；180 天以上账龄的应收账款金额分别为 133.52 万元、206.92 万元、128.62 万元和 87.69 万元，占比分别为 5.11%、6.07%、2.62%、1.56%，呈整体下降趋势，部分当年逾期的应收账款基本已于期后收回。报告期各期末，公司已根据坏账计提政策计提了坏账准备，会计处理谨慎合理。

二、保荐机构和申报会计师的核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取并查阅发行人主要客户的合同条款，核查公司给予主要客户的信用政策及其在报告期内的执行情况；

2、结合收入核查程序验证应收账款的形成，包括抽样检查销售合同、发票等原始单据；

3、对主要客户进行函证、走访或视频访谈，确认报告期内的销售金额、报告期各期末的应收款项余额情况。报告期内，具体核查情况参见“问题十九/二、保荐机构和申报会计师的核查意见”；

4、获取公司应收账款账龄明细表，了解长账龄应收账款的最新情况，检查期后回款；

5、与发行人讨论分析坏账准备计提政策的合理性，分析发行人识别单独计提坏账准备的判断依据和计提方法是否合理，测试应收账款账龄，测算采用账龄分析法计提坏账准备的金额。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

应收账款期存在逾期情形，但比例不重大。总体回款正常，坏账准备计提充分。

问题二十八、关于应付票据和应付账款

申报材料显示，报告期公司应付票据余额分别为 45,975.20 万元、33,203.56 万元和 27,928.32 万元；应付账款分别为 68,088.43 万元、97,491.05 万元和 122,640.20 万元。请发行人补充披露：

（1）应付票据前五名情况。

（2）应付账款前五大与供应商前五大的匹配情况，差异原因及合理性。

（3）应付账款账龄一年以内的构成情况，该账龄情况与供应商授予的信用期是否一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）应付票据前五名情况

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/2 /（2）应付票据”中进行了补充披露。

报告期各期末，发行人应付票据前五名供应商情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	账面余额	比例
2020-6-30	1	上海优壹电子商务有限公司	15,524.20	34.67%
	2	上海雀巢产品服务有限公司	6,799.61	15.18%
	3	苏州广汇营销有限公司	4,849.82	10.83%
	4	南京欣荣保健食品有限公司	4,291.17	9.58%
	5	成都东万丰贸易发展有限公司	1,540.23	3.44%
	合计		33,005.03	73.71%
2019-12-31	1	上海优壹电子商务有限公司	22,257.00	79.69%
	2	贝亲管理（上海）有限公司	3,293.03	11.79%
	3	美太芭比（上海）贸易有限公司	691.86	2.48%
	4	南昌良良实业有限公司	482.21	1.73%
	5	宁波英孚婴童用品有限公司	441.85	1.58%
	合计		27,165.95	97.27%
2018-12-31	1	上海优壹电子商务有限公司	16,800.00	50.60%
	2	广州市合生元生物制品有限公司	5,855.30	17.63%

	3	广州亿僮贸易有限公司	3,847.60	11.59%
	4	健合（中国）有限公司	2,000.00	6.02%
	5	美太芭比（上海）贸易有限公司	1,280.00	3.86%
	合计		29,782.90	89.70%
2017-12-31	1	上海优壹电子商务有限公司	19,067.61	41.47%
	2	惠氏（上海）贸易有限公司	12,077.80	26.27%
	3	广州市合生元生物制品有限公司	5,909.56	12.85%
	4	南昌良良实业有限公司	1,018.25	2.21%
	5	美太芭比（上海）贸易有限公司	800.00	1.74%
	合计		38,873.22	84.55%

报告期各期末，公司应付票据前五名占期末余额的比例分别为 84.55%、89.70%、97.27%及 73.71%，主要系应付供应商的采购货款。

（二）应付账款前五大与供应商前五大的匹配情况，差异原因及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/2/（3）应付账款”中进行了补充披露。

应付账款前五大供应商与采购额排名前五大供应商的匹配情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	应付账款期末余额	当期采购额	采购额排名
2020/6/30	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	8,247.21	23,693.65	3
	2	苏州广汇营销有限公司	5,536.95	10,918.07	非前五大
	3	南京欣荣保健食品有限公司	4,875.89	13,835.51	5
	4	浙江东鑫贸易有限公司	4,305.42	5,883.63	非前五大
	5	健合（中国）有限公司	4,252.63	14,858.44	4
	合计		**27,218.09**	**69,189.29**	
2019/12/31	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	8,621.46	42,768.17	3
	2	健合（中国）有限公司	5,443.76	32,329.93	4
	3	得顺护理用品（上海）有限公司	4,944.11	17,779.09	非前五大
	4	苏州广汇营销有限公司	4,027.81	9,850.02	非前五大
	5	浙江东鑫贸易有限公司	3,919.33	12,416.35	非前五大
	合计		**26,956.47**	**115,143.56**	
2018/12/31	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	6,552.71	34,639.75	3
	2	花王（上海）产品服务有限公司	6,314.33	17,516.24	5
	3	上海家化销售有限责任公司	3,353.76	5,279.91	非前五大
	4	杭州中赛实业有限公司	3,075.80	11,074.71	非前五大
	5	江苏盛为服装有限公司	3,040.45	3,703.87	非前五大
	合计		**22,337.05**	**72,214.47**	

2017/12/31	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	3,850.67	23,548.92	3
	2	美太芭比（上海）贸易有限公司	3,157.48	8,976.09	非前五大
	3	杭州中赛实业有限公司	2,278.89	14,093.44	非前五大
	4	合肥旭徽商贸有限公司	2,238.29	8,094.46	非前五大
	5	花王（上海）产品服务有限公司	2,020.27	15,648.57	4
	合计		**13,545.60**	**70,361.48**	

报告期各期末，公司应付账款前五大与供应商前五大存在差异，主要系因为公司对不同供应商的议价能力不同，各方在合作协议中约定的付款条件、结算周期或信用期等方面存在差异导致。

（三）应付账款账龄一年以内的构成情况，该账龄情况与供应商授予的信用期是否一致。

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/2/（3）应付账款”中进行了补充披露。

报告期各期末，发行人应付账款具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	**118,089.13**	**98.69%**	120,185.75	98.00%	97,003.15	99.50%	67,147.30	98.62%
1 年以上	**1,567.31**	**1.31%**	2,454.45	2.00%	487.91	0.50%	941.13	1.38%
合计	**119,656.44**	**100.00%**	**122,640.20**	**100.00%**	**97,491.05**	**100.00%**	**68,088.43**	**100.00%**

报告期各期末，公司一年以内的应付账款的构成情况如下：

单位：万元

账龄	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
30 天以内	79,354.43	67.20%	96,139.68	79.99%	85,505.85	88.15%	59,077.33	87.98%
31-60 天	24,175.97	20.47%	15,069.47	12.54%	7,988.43	8.24%	4,474.95	6.66%
61-90 天	5,277.01	4.47%	3,598.65	2.99%	1,631.93	1.68%	1,045.31	1.56%
91-180 天	6,908.31	5.85%	3,173.52	2.64%	1,547.36	1.60%	1,408.83	2.10%
181-360 天	2,373.41	2.01%	2,204.43	1.83%	329.58	0.34%	1,140.88	1.70%
合计	118,089.13	100.00%	120,185.75	100.00%	97,003.15	100.00%	67,147.30	100.00%

报告期内，供应商授予公司的信用期主要在 30 天至 90 天，因此报告期各期末发行人一年以内的应付账款集中在90天以内，占比分别为96.20%、98.07%、

95.53%、92.14%。报告期内，公司按照与供应商约定的信用期进行货款结算，但存在由于供应商对账开票不及时等原因导致付款延迟的情况。

综上，发行人一年以内的应付账款账龄情况与供应商授予的信用期以及实际结算情况相符。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解公司采购流程和付款流程，执行穿行测试和控制测试；

2、获取发行人应付账款和应付票据明细表，对应付账款和应付票据余额实施函证程序；

3、与管理层了解公司应付账款信用政策、结算方式等，抽取合同核对相应条款；

4、结合信用期分析报告期内主要应付账款账龄余额的合理性；

5、对发行人主要供应商实施函证程序，确认报告期内采购金额、各报告期末应付主要供应商的款项余额：报告期各期，对供应商发函占采购总额的比例分别为 76.51%、78.23%、75.67%、76.59%。对于未回函的供应商执行替代程序；

6、对主要供应商进行访谈，了解供应商的基本情况、业务规模、信用期、付款方式、与发行人的关联关系情况等，确认发行人与主要供应商交易的真实性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

报告期内发行人应付账款前五大与供应商前五大的匹配情况及差异原因具有合理性；发行人一年以内的应付账款账龄与供应商授予的信用期以及实际结算情况相符。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人披露的应付账款余额前五大与供应商前五大信息与实际情况相符；披露的一年以内应付账款余额与我们了解的

信息一致，总体上该账龄与供应商授予的信用期以及实际结算情况相符。

问题二十九、关于会员积分和权益

申报材料显示消费者可以按照实际消费的金额获取一定比例的积分，积分在特定活动期间可以用于换取服务或商品。请发行人补充披露会员积分和权益制度的具体情况，报告期各期积分和权益变动情况、各期商品兑换情况，积分和权益公允价值如何确定、会计处理、合规性、以及对各期财务报表的影响。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已招股说明书“第八节/十一/（一）/2/（5）合同负债”中进行了补充披露。

1、公司会员积分和权益制度的具体情况

（1）普通会员积分制度

普通会员积分是指孩子王的注册会员在孩子王销售渠道（门店、APP、小程序、微商城等）完成商品订单消费、进行签到操作，或者参与福利性会员活动获得的积分奖励。普通会员积分仅供孩子王会员使用，可以用于购物优惠券及门店礼品的兑换，参与各种积分活动兑换积分权益。孩子王积分不可转让、赠送、售卖或提现。

获得积分的方式：（1）新会员注册积分：在孩子王销售渠道注册且未产生消费的新会员，可在孩子王 APP 首页领取新人礼包，获得 500 积分；（2）购物获得积分：会员在孩子王销售渠道购物，在订单确认收货后，订单实付金额部分可相应获得积分，积分在交易完成后 24 小时内发放到订单对应账户，因取消订单或退货退款等原因导致订单未完成的，该笔订单不发放积分，积分规则为消费 1 元积 1 分（积分取整数值，不满 1 元不积分）；（3）储值卡消费获得积分：购买储值卡时按实际消费额度进行积分返赠，消费时不再积分；（4）购买游乐服务获得积分：会员购买游乐服务，在订单确认收货后获得积分，积分规则为消费 1 元积 1 分（积分取整数值，不满 1 元不积分）；（5）购买育儿服务商品获得积分：在订单确认收货并评价后，可获得 100 积分；（6）签到获得积分：在

孩子王门店大屏、微信小程序、孩子王 APP 等渠道进行签到操作，按照会员当日签到的情况，可随机获得积分奖励。

会员积分的使用方式：普通会员积分可用于兑换商品、优惠券、参与互动活动等。**在 1 年有效期内，普通会员积分用于兑换权益时，100 积分对应人民币 1 元。新会员获赠的 500 积分有效期为 1 个月；消费产生的积分有效期为 1 年，按月度滚动清零。**

（2）收费会员权益制度

2018 年 5 月，公司正式推出付费会员—黑金 PLUS 会员，并推出两类付费会员卡：孕享卡（399 元/年）和成长卡（199 元/年），收费会员权益具体情况如下：

会员卡类型	会员卡权益
成长卡	1、开卡礼：购买黑金会员，获得 50 元现金券（有效期 365 天）或 100 元品牌套券（有效期 180 天）； 2、童趣礼：购买黑金会员，获得 3 次童乐园体检或成长试验站队长卡（均为 365 天有效）； 3、返现礼：黑金 PLUS 会员专属返利，返现范围为孩子王全渠道自营商品（以实际参与返现的商品为准），购物立享 2%返现，返现金额=返现比例*实付金额，1 年有效期内最高获得 1,000 元返现； 4、生日礼：购物满 200 元减 50 元使用，有效期 30 天； 5、育儿礼：获得 3 项贴心育儿服务，包括：专业育儿顾问、在线客服、专属本地生活。
孕享卡	1、幸孕礼：获得 300 元幸孕礼盒 1 份； 2、开卡礼：获得 100 元现金券，有效期 1 年，购物满 100.1 元使用； 3、服务礼：66 元到店理胎发抵用券 1 张+到店礼包 1 份；38 元婴幼儿到店理发抵用券 1 张； 4、返现礼：同成长卡； 5、新生礼：66 元直营门店现金券，购物满 66.1 元使用，90 天有效； 6、育儿礼：同成长卡。

2、报告期各期积分和权益变动情况

（1）普通会员积分

报告期内，各期普通会员积分价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
期初余额	2,456.34	2,069.56	2,102.47	2,127.29

本期增加额	1,680.24	3,977.99	2,980.93	2,470.00
本期使用额	504.90	1,232.74	897.77	741.00
本期作废额	1,092.10	2,358.47	2,116.08	1,753.81
期末余额	2,539.57	2,456.34	2,069.56	2,102.47

报告期内，随着公司销售规模的持续扩大，会员积分价值增加额呈上升趋势。报告期内，普通会员积分价值按各期兑换使用情况划分如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
兑换优惠券	332.29	775.34	555.34	410.87
兑换商品	103.07	292.98	160.51	155.18
兑换服务	24.21	83.13	110.13	72.34
其他积分减少	45.33	81.29	71.79	102.62
合计	504.90	1,232.74	897.77	741.00

根据上表，公司各期积分使用主要是用于兑换优惠券，占比分别为 55.45%、61.86%、62.90%和 65.81%；兑换商品主要为兑换赠品，兑换服务包括兑换收费会员、参与互动活动等，其他积分减少主要为退货或不参与积分活动形成的积分扣减。

（2）收费会员权益

报告期内，公司收费会员权益主要体现为购买黑金会员卡新增的权益，以及会员卡使用过程中产生的消费返现，公司分别在预收账款（2017 年-2019 年）、其他流动负债（2017 年-2019 年）以及合同负债（2020 年 1-6 月）中核算。报告期内，收费会员权益变动情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
预收账款-黑金卡会员	-	7,865.90	3,134.53	-
合同负债-黑金卡会员	8,670.42	-	-	-
其他流动负债-黑金卡权益	-	1,422.29	525.30	40.93
合同负债-黑金卡权益	1,755.73	-	-	-

公司自 2017 年试行黑金会员制度，2018 年 5 月正式推出。消费者购买黑金会员卡后，公司将会员卡年费计入预收账款（2020 年 1 月 1 日实行新收入准则后，计入合同负债科目），待客户使用会员卡中包含的某项权益或到期作废时，按该项权益的公允价值确认收入。黑金卡权益为会员购物时产生的返现权益，

在消费时可作为折扣折让扣减订单金额，当客户使用上述权益或作废时确认收入，未使用部分计入其他流动负债（2020 年 1 月 1 日实行新收入准则后，计入合同负债科目）。

报告期内，预收账款-黑金卡会员科目（2020 年 1 月 1 日起计入合同负债）的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
期初余额	7,865.90	3,134.53	-	-
本期增加	5,459.91	14,169.61	5,711.98	263.92
本期减少	4,135.16	9,438.24	2,577.45	263.92
期末余额	9,190.65（注）	7,865.90	3,134.53	-

注：与合同负债金额的差异为增值税。

报告期内，其他流动负债-黑金卡权益科目（2020 年 1 月 1 日起计入合同负债）的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
期初余额	1,422.29	525.30	40.93	19.64
本期增加额	7,591.87	9,578.41	2,495.32	249.88
本期使用额	5,805.54	7,433.05	1,930.17	191.72
本期作废额	1,452.90	1,248.37	80.79	36.87
期末余额	1,755.73	1,422.29	525.30	40.93

2017 年，黑金会员制度处于试行阶段，形成的返现权益相对较少。2018 年 5 月正式推出后，公司加大收费会员权益的宣传力度，消费者逐步认可返现权益的优惠价值，当年形成和使用的返现权益明显增加；此外，由于 2017 年、2018 年黑金会员处于推广阶段，因此未严格执行返现权益过期作废制度，作废额较少。2019 年至今，随着公司收费会员人数增加，销售规模迅速扩大，形成和使用的返现权益较前期大幅上升。

3、积分和权益公允价值的确定、会计处理、合规性以及对各期财务报表的影响

（1）会员积分

公司在销售商品或提供服务的同时会授予客户普通会员积分，公司将其作为单项履约义务，将销售商品、提供服务取得的货款或应收货款在本次销售商品、提供服务产生的收入与会员积分的公允价值之间进行分配，将销售商品、提供服务产生的收入扣除会员积分公允价值的部分确认为收入、会员积分的公允价值作为递延收益，计入其他流动负债或合同负债（2020 年 1 月 1 日起），待客户兑换积分或积分失效时确认收入。

根据公司现有积分政策，消费 1 元人民币授予 1 个积分（不考虑特殊促销期间积分翻倍情况），每 100 分可以换取价值 1 元人民币的商品/服务，积分有效期为消费当日起一年，过期自动清零作废。如果会员在有效期内使用积分，公司会根据兑换商品或服务的价值确认收入，具体会计处理分录如下：

积分产生时	积分正常使用/到期
借：主营业务收入 贷：其他流动负债-会员积分/合同负债-会员积分	借：其他流动负债-会员积分/合同负债-会员积分 贷：主营业务收入

（2）收费会员权益

消费者在购买黑金会员卡后可在 1 年内享受会员卡内的相关服务，其中包含于特定时期获取特定礼物、消费折扣及其他增值服务。公司按照企业会计准则核算会费收入，对黑金会员卡中包含的各权益价值进行单独核算，若权益存在单独售价的情况则按照单独售价的价值确认权益的公允价值，若无法区分单独售价则按照成本加成确认各礼物或服务的公允价值，再根据会员卡所包含各项权益的公允价值进行分摊，并于各单项权益履约义务完成时或超过履约时点后确认收入。具体会计处理分录如下：

黑金卡购买时	黑金卡权益使用/到期
借：银行存款 贷：预收账款/合同负债——黑金卡会员	借：预收账款/合同负债——黑金卡会员（单项权益） 贷：主营业务收入

黑金卡返现权益的公允价值确定方式与会员积分一致，其会计处理分录如下：

黑金卡返现权益产生时	黑金卡返现权益正常使用/到期
借：主营业务收入	借：其他流动负债-黑金卡权益/合同负债-黑金卡权益

贷：其他流动负债-黑金卡权益/合同负债-黑金卡权益	贷：主营业务收入

上述会计处理均符合《企业会计准则》的要求。

（3）对各期财务报表的影响

报告期内，普通会员积分和收费会员权益对公司财务报表的影响具体如下：

单位：万元

项目		2020.6.30 /2020 年 1-6 月	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31 /2018 年度	2017.12.31 /2017 年度
会员积分	其他流动负债/合同负债	2,539.57	2,456.34	2,069.56	2,102.47
	主营业务收入	1,597.00	3,591.21	3,013.84	2,494.81
黑金会员权益	预收账款/合同负债	8,670.42	7,865.90	3,134.53	-
	其他流动负债/合同负债	1,755.73	1,422.29	525.29	40.93
	主营业务收入	11,159.53	17,585.42	4,442.52	477.57

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人普通会员积分和收费会员权益政策；与管理层讨论分析会计处理方法的恰当性；

2、了解公司会员积分和会员权益流程，测试积分系统控制的有效性；

3、查看发行人报告期内普通会员积分和收费会员权益变动明细表，查看积分增加和使用情况；

4、重新测算会员积分和会员权益公允价值计算以及分摊。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：报告期各期会员积分和权益会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

问题三十、关于现金流

申报材料显示，发行人报告期销售商品、提供劳务收到的现金分别为709,185.51 万元、888,725.16 万元、1,055,141.46 万元，高于发行人营业收入523,510.23 万元、667,065.16 万元、824,250.92 万元。请发行人补充披露销售商品、提供劳务收到的现金超出营业收入的具体构成情况及原因，是否与发行人所处行业业务模式相符。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第八节/十二/（二）经营活动产生的现金流量变动分析”中进行了补充披露。

报告期各期，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别高于营业收入185,675.28 万元、221,660.00 万元、230,890.54 万元、48,375.80 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	384,598.97	824,250.92	667,065.16	523,510.23
加：增值税销项税	45,375.39	213,853.97	215,053.37	182,893.72
加：应收账款、其他应收款的减少（增加以“-”号填列）	-372.91	7,141.84	-798.85	1,197.34
加：预收款项、合同负债、其他流动负债增加(减少以“-”号填列)	3,373.32	9,894.73	7,405.48	1,584.22
合计	432,974.77	1,055,141.46	888,725.16	709,185.51
销售商品、提供劳务收到的现金	432,974.77	1,055,141.46	888,725.16	709,185.51
差异	-	-	-	-

报告期内，销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的差异主要为增值税销项税，其他差异主要为公司预收的储值卡、会员卡款项变动。2019 年应收账款、其他应收款项减少，主要系因为 2019 年末公司其他应收款项中应收江苏

孩子王的代收代付款减少导致。上述差异系公司正常经营发展过程中产生的合理差异，符合发行人所处母婴行业业务模式。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解公司关账流程，并执行穿行测试及控制测试；

2、复核管理层编制的合并现金流量表，并分析波动合理性。将各现金流量项目与利润表项目的当期发生额及相关资产负债表项目的期初期末变动金额进行勾稽核对。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人各报告期销售商品、提供劳务收到的现金超出营业收入的情况与同行业业务模式相符。

保荐机构在充分核查基础上的总体核查意见

对本回复材料中的发行人回复（包括补充披露事项和说明的事项），本保荐机构均已进行核查，确认并保证其真实、准确、完整。

（本页无正文，为孩子王儿童用品股份有限公司《关于孩子王儿童用品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》之签章页）



孩子王儿童用品股份有限公司

2020 年 10 月 23 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读孩子王儿童用品股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，确认审核问询函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确定、完整性、及时性承担相应法律责任。

发行人董事长（签名）：

汪建国

孩子王儿童用品股份有限公司

2020 年 10 月 23 日

（本页无正文，为华泰联合证券有限责任公司《关于孩子王儿童用品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》之签章页）

保荐代表人：

鹿美遥　　李　丹

华泰联合证券有限责任公司

2020年10月23日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读孩子王儿童用品股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解审核问询函回复涉及问题的核查过程，本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理（签名）：

马 骁

华泰联合证券有限责任公司

2020年 10月 23日