

关于杭州老鹰教育科技有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
第二轮审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



二零二零年十二月

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 11 月 26 日印发的《关于杭州老鹰教育科技有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2020〕010840 号）（以下简称“二轮审核问询函”）已收悉。杭州老鹰教育科技有限公司（以下简称“老鹰股份”、“发行人”或“公司”）与申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“申万宏源承销保荐”、“保荐人”）、浙江天册律师事务所（以下简称“发行人律师”）、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对二轮审核问询函所列示问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本二轮审核问询函回复所使用的简称与《杭州老鹰教育科技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”）中的释义相同。

二轮审核问询函所列问题	黑体（加粗）
二轮审核问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

本问询函回复部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

目 录

问题 1.....	4
问题 2.....	11
问题 3.....	13
问题 4.....	14
问题 5.....	17
问题 6.....	20
问题 7.....	46
问题 8.....	48
问题 9.....	52
问题 10.....	59
问题 11.....	78
问题 12.....	79
问题 13.....	83
问题 14.....	88
问题 15.....	93

问题 1. 关于文化课培训。审核问询回复显示，在艺考政策变动下，具备“专业+文化”综合培训能力的大型美术培训机构更受欢迎。根据申报文件，报告期内发行人文化课培训参训人数、课时长度、师资配比、课程收入、单位课时收入、收入占比均呈提高趋势。2018 年 4 月 20 日，教育部发布《中华人民共和国民办教育促进法实施条例（修订草案）（征求意见稿）》（以下简称“《实施条例（征求意见稿）》”）及其《起草说明》，在《起草说明》中，教育部提到“将面向学前教育、基础教育阶段的儿童少年实施与学校文化课程相关或升学考试相关的补习辅导的机构纳入教育行政部门许可范围，将面向成人开展培训或者实施艺术、体育、科技、研学等培训活动的机构排除在外”。

请发行人结合文化类培训机构上市情况，根据《实施条例（征求意见稿）》及其《起草说明》《教育法》《民促法》《教师法》及其他相关法律法规和文件的规定，以及发行人文化课培训收入占比逐年上升的情况，分析发行人文化课类培训的合规性，是否需要或已经取得相关行政部门的许可，是否对本次发行上市构成实质性障碍。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人分析说明

（一）A 股主要文化类培训机构与发行人文化课培训业务的基本情况

截至本问询函回复签署日，A 股主要文化类培训机构的上市情况如下所示：

证券代码	证券简称	文化类培训业务	品牌	上市途径
300192	科德教育	面向复读生提供中高考全封闭补习培训服务、面向初三、高三毕业班应届生，提供短期集中式特训服务	龙门教育	2016 年 8 月，龙门教育（陕西龙门教育科技有限公司）“新三板”挂牌。2017 年，龙门教育通过与科斯伍德重组登陆创业板。2020 年 3 月，科斯伍德收购龙门教育剩余股权，龙门教育成为上市公司全资子公司。2020 年 12 月，科斯伍德将公司名称变更为“苏州科德教育科技有限公司”，证券简称变更为“科德教育”。
002638	勤上股份	K12 个性化 1 对 1 辅导	龙文教育	根据中国证监会作出的《关于核准东莞勤上光电股份有限公司向杨勇等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可[2016]1678 号），勤上股份于 2016 年 8 月通过发行股份并支付现金方式收购龙文教育 100% 股权。

证券代码	证券简称	文化类培训业务	品牌	上市途径
000526	紫光学大	以“一对一”教学辅导为主，为国内 K12 范畴有课外辅导需求的学生提供个性化的培训服务，授课模式主要包括 1 对 1 辅导、个性化小组辅导、艺考文化课辅导等	学大教育	2010 年 11 月，学大教育于纽约证券交易所上市（NYSE: XUE）。2016 年 6 月，银润投资收购学大教育 100% 股份，学大教育自美股退市，回归 A 股。2016 年 7 月，银润投资将公司名称变更为“厦门紫光学大股份有限公司”，证券简称变更为“紫光学大”。
600661	昂立教育	婴幼儿课外学科教育、中学生课外学科教育	昂立教育	根据中国证监会作出的《关于核准上海新南洋股份有限公司向上海交大企业管理中心等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可[2014]685 号），新南洋于 2014 年 7 月通过发行股份购买资产方式收购昂立教育 100% 股权。 2018 年 8 月，新南洋将公司名称变更为“上海新南洋昂立教育科技股份有限公司”；2018 年 11 月，新南洋将证券简称变更为“昂立教育”。

上述公司最近三年教育培训类业务收入及占营业收入比重的情况如下所示：

单位：万元

项目	公司	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
教育培训类业务收入	科德教育	37,260.06	55,171.67	50,012.96	-
	勤上股份	未披露	63,696.85	69,101.43	73,642.97
	紫光学大	未披露	295,290.26	285,223.32	277,587.30
	昂立教育	未披露	209,611.07	182,712.08	149,382.91
	发行人	569.46	1,487.82	660.76	246.15
教育培训类业务收入占营业收入比重	科德教育	60.57%	57.54%	52.12%	-
	勤上股份	未披露	50.85%	53.25%	45.77%
	紫光学大	未披露	98.70%	98.60%	98.73%
	昂立教育	未披露	87.65%	87.19%	86.67%
	发行人	3.94%	5.18%	2.83%	1.42%

数据来源：WIND、各上市公司年报及重组报告书

注 1：科德教育的教育培训类业务收入含教学软件研发销售收入。

注 2：紫光学大的教育培训类业务收入含学员注册费收入和其他教育服务收入。

注 3：昂立教育的教育培训类业务收入除 K12 学科教育外，还包括 K12 素质教育、职业教育、国际教育等领域收入。

发行人的文化课培训业务为美术艺考文化课辅导，包括文化课小班、选考冲刺班和高考冲刺班三种主要班型。发行人开展文化课培训业务的主要原因系为满足艺考美术生的文化课培训需求，主要服务对象为参加其艺考美术培训的学员，系对发行人美术培训业务的有益补充，有助于发行人吸引生源并更好地为美术艺考生提供服务。报告期内，发行人文化课培训收入占比虽有所上升，但相较前述 A 股主要文化类培训机构，其文化课培训业务收入占比较小，发行人的美术培训

业务仍居于主导地位。

（二）发行人文化课类培训的合规性，是否需要或已经取得相关行政部门的许可，是否对本次发行上市构成实质性障碍

1、发行人文化课类培训业务不属于无法上市或禁止上市的范围

根据现行《民办教育促进法》第十九条规定，“民办学校的举办者可以自主选择设立非营利性或者营利性民办学校。但是，不得设立实施义务教育的营利性民办学校。非营利性民办学校的举办者不得取得办学收益，学校的办学结余全部用于办学。营利性民办学校的举办者可以取得办学收益，学校的办学结余依照公司法等有关法律、行政法规的规定处理。民办学校取得办学许可证后，进行法人登记，登记机关应当依法予以办理”。

根据《中共中央、国务院关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》及《中华人民共和国学前教育法草案（征求意见稿）》的有关规定，“民办园一律不准单独或作为一部分资产打包上市。上市公司不得通过股票市场融资投资营利性幼儿园，不得通过发行股份或支付现金等方式购买营利性幼儿园资产”，“幼儿园不得直接或者间接作为企业资产上市。上市公司及其控股股东不得通过资本市场融资投资营利性幼儿园，不得通过发行股份或者支付现金等方式购买营利性幼儿园资产”。

发行人的文化课培训业务为艺考文化课辅导，主要面向参加其艺考美术培训的学员，不涉及学前教育、学历教育、义务教育的情形，能够以营利性法人主体的形式实施，在法律、法规及政策层面不属于无法上市或禁止上市的范围。

2、发行人文化课类培训业务的合规性

（1）2017年9月1日《民办教育促进法（2016修正）》施行前

2017年9月1日《民办教育促进法（2016修正）》施行前，我国关于民办教育的主要法律规定为全国人民代表大会常务委员会于2002年通过的《民办教育促进法》及2004年2月25日国务院第41次常务会议通过《民办教育促进法实施条例》。

2002年12月28日，第九届全国人民代表大会常务委员会第三十一次会议

通过《中华人民共和国民办教育促进法》。根据该法第六十六条，“在工商行政管理部门登记注册的经营性的民办培训机构的管理办法，由国务院另行规定”。根据全国人大常委会法制工作委员会主持组织编辑、并于 2003 年出版的《中华人民共和国民办教育促进法释义》的解释，《民办教育促进法》第六十六条是关于营利性民办培训机构管理办法的规定，在工商行政管理部门登记注册的经营性的民办培训机构与本法所调整的民办学校在性质、产权归属、登记机关、优惠措施、会计准则等方面有诸多不同之处：经营性的民办培训机构的性质是营利性组织，其目的是通过提供教育培训服务而获取经济利益，应当按照《公司法》等相关法律、法规的规定在工商管理机关登记注册、接受年检、缴纳税款、依法获得土地使用权等，采用企业会计准则，在财产归属上受公司法、民法等法律的调整。

根据《教育部对十二届全国人大四次会议第 4706 号建议的答复》（教建议〔2016〕第 260 号）、《教育部对十二届全国人大四次会议第 1228 号建议的答复》（教建议〔2016〕第 14 号）、《关于政协十二届全国委员会第四次会议第 4284 号（教育类 425 号）提案答复的函》（教提案〔2016〕第 427 号）等文件，截至 2016 年 10 月，国务院尚未就在工商行政管理部门登记注册的经营性的民办培训机构制定管理办法。对企业性质的民办托管或培训机构，在工商部门注册登记，并由工商部门牵头管理、对各类民办教育培训机构虚假宣传、虚假广告等违法行为，工商部门严格按照《反不正当竞争法》和《广告法》进行处置。

综上所述，2017 年 9 月 1 日《民办教育促进法（2016 修正）》施行前，国务院并未就经营性的民办培训机构制定专门管理办法，经营性的民办培训机构应在工商部门注册登记，并由工商部门管理。

（2）2017 年 9 月 1 日《民办教育促进法（2016 修正）》施行后

2016 年 11 月 7 日，全国人民代表大会常务委员会通过了《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国民办教育促进法〉的决定》，规定对民办学校实行非营利性和营利性分类管理，并将各类民办教育机构纳入调整范围。

2017 年 9 月 1 日《民办教育促进法（2016 修正）》施行后，发行人所在地浙江省及杭州市陆续出台了相关规定，对从事文化课程培训服务类的营利性民办教育培训机构作出了具体要求。

2017年11月1日，浙江省工商行政管理局、浙江省教育厅发布《转发工商总局 教育部关于营利性民办学校名称登记管理有关工作的通知》。根据该文件规定：从事文化课程培训服务类的营利性民办教育培训机构应当依法经县级以上教育行政部门审批取得民办学校办学许可证，并依法取得工商部门登记后，方可从事相关教育培训活动；艺术特长类（如古筝、舞蹈、绘画等）、体育竞技类（如球类、棋类等）培训机构不纳入教育部门前置审批。

2018年5月11日，杭州市教育局、杭州市市场监督管理局联合制定《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》（杭教职成〔2018〕4号）。根据该文件规定：专门从事以中小学学生为主要对象的文化课程培训服务的营利性非学历培训机构，需经属地教育主管部门许可、市场监管部门注册登记。其中，文化课程培训服务，是指中小学语文、数学、外语、物理、化学等文化学科及其与升学考试相关的延伸类项目培训服务，不包括器乐、舞蹈、书画、摄影等艺术特长类培训服务和球类、棋类等体育竞技类培训服务。专门举办艺术特长类、体育竞技类的培训机构，不纳入教育部门前置许可，直接到市场监管部门办理注册登记手续。

发行人目前通过子公司老鹰培训及其场口分公司开展文化课培训业务。老鹰培训及其场口分公司已取得杭州市富阳区教育局核发的办学许可，相关情况如下所示：

许可对象	老鹰培训	老鹰培训场口分公司
许可名称	民办学校办学许可证	民办学校办学许可证
许可证编号	教民 133018370001739 号	教民 133018370001739 号
办学内容	非学历文化教育类培训（中学生 14 周岁以上）	非学历非全日制文化教育类培训（中学生 14 周岁以上）
举办场地	杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号	杭州市富阳区场口镇场口新街 128 号 1 号楼一楼
核准机关	杭州市富阳区教育局	杭州市富阳区教育局
有效期	至 2023.05.19	至 2023.05.19

老鹰培训及其场口分公司已按照《民办教育促进法》及《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》等规定的要求取得了办学许可，具备从事文化课培训业务的资质许可，其文化课教师已根据《教师法》取得教师资格，符合有关法律、法规规定。

为满足美术艺考生培训期间的文化课学习需求，报告期内发行人子公司富阳文创曾开展配套文化课培训业务。富阳文创系于工商部门登记注册的企业法人，2017年9月1日《民办教育促进法（2016修正）》施行前，富阳文创属于在工商部门注册登记，并由工商部门管理的经营性民办培训机构。富阳文创已取得杭州市富阳区市场监督管理局核发的《营业执照》，符合相关要求。《民办教育促进法（2016修正）》及浙江省、杭州市相关配套规则施行后，由于从事文化课培训业务的经营性民办培训机构均应取得办学许可，发行人决定设立专门从事文化课培训业务的子公司老鹰培训，并于取得办学许可后通过该子公司开展文化课培训业务。老鹰培训于2019年5月取得杭州市富阳区教育局核发的《民办学校办学许可证》（许可证编号：教民133018370001739号），2019年6月后，富阳文创已不再从事文化课培训业务。

就富阳文创于《民办教育促进法（2016修正）》及浙江省、杭州市相关配套规则施行后至2019年6月停止从事文化课培训业务前的相关情况，保荐人、发行人律师访谈了杭州市富阳区教育局。杭州市富阳区教育局认为：《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》施行后，为满足开展文化课培训业务的需要，文化课培训机构需要根据该标准要求进行调整和改进，并申领办学许可，在上述调整和改进及申领办学许可证的过渡期间，可以继续按照原有条件和标准开展文化课培训业务。

根据杭州市富阳区教育局于2020年11月30日出具的证明：“富阳文创为满足美术艺考生的文化课学习需求而提供的配套文化课培训服务，在《中华人民共和国民办教育促进法（2016修正）》及《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》施行前不违反其时有有效的法律法规规定，上述规定施行后，老鹰股份已根据要求以杭州老鹰教育培训有限公司为主体进行申请并取得了从事文化课培训业务相应的办学许可。本局不会因富阳文创历史上从事文化课培训业务相关的行为而对富阳文创及老鹰股份进行处罚。2017年1月1日起至今，老鹰股份及其下属子公司未受到过本局作出的行政处罚”。

二、保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

保荐人和发行人律师执行了以下核查程序：

- 1、查询、检索 A 股主要文化类培训机构的上市情况，与发行人文化课培训业务的开展情况进行对比；
- 2、查阅相关法律、法规、政策文件，了解关于民办营利性文化课培训机构的相关规定和要求；
- 3、核查发行人就开展文化课业务取得的相关资质，并就发行人文化课培训业务的开展情况对相关负责人员进行访谈确认；
- 4、取得杭州市富阳区教育局就发行人文化课业务开展情况出具的相关证明、情况说明，并就有关事项进行访谈确认。

（二）核查意见

通过以上核查程序，保荐人和发行人律师认为：

- 1、发行人的文化课培训业务为艺考文化课辅导，主要面向参加其艺考美术培训的学员，包括文化课小班、选考冲刺班和高考冲刺班三种主要班型。报告期内，发行人文化课培训收入占比虽有所上升，但相较 A 股主要文化类培训机构，其文化课培训业务收入占比较小，发行人的美术培训业务仍居于主导地位。发行人的文化课培训业务不涉及学前教育、学历教育、义务教育的情形，能够以营利性法人主体的形式实施，在法律、法规及政策层面不属于无法上市或禁止上市的范围。
- 2、发行人子公司老鹰培训及其场口分公司已取得杭州市富阳区教育局核发的办学许可，具备从事文化课培训业务的资质许可，符合有关法律、法规规定。报告期内，富阳文创曾为满足其美术艺考生的文化课学习需求而提供配套的文化课培训服务，根据主管机关杭州市富阳区教育局的确认，杭州市富阳区教育局不会因富阳文创的历史上从事文化课培训业务相关的行为而对富阳文创及发行人进行处罚。上述发行人开展文化课业务的情形不会对本次发行上市构成实质性障碍。

问题 2. 关于预收费用。根据审核问询回复，关于预收培训费用，发行人文化课类培训因行业特性，存在超出时间跨度收取费用的情况，但已取得主管机关认可。

请发行人补充披露报告期内超时间跨度收费的文化课类培训基本情况，包括但不限于班别、参加人数、开课情况、收入及占当年度文化课收入比例，是否已采取相关措施避免此类情况再次出现，若有，请说明该等措施的有效性。

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 业务和技术”之“二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况”之“（二）行业监管体制及法规、产业政策”之“4、行业监管体制及法规、产业政策对发行人经营发展的影响”之“（3）发行人预收培训费用是否符合《国务院办公厅关于校外培训机构发展的意见》（国办发〔2018〕80号）相关规定”之“①文化课培训”中补充披露如下：

“①文化课培训

.....

A、发行人文化课类培训的开班情况

报告期初至今，发行人文化课类培训的开班情况如下所示：

年度	高考冲刺班	选考冲刺班	文化课小班
2017	当年3月至6月初	当年9月至10月	无
2018	当年3月至6月初	当年9月至10月	无
2019	当年3月至6月初	当年12月至次年1月初	当年7月至11月
2020	当年5月至7月初	当年12月至次年1月初	当年8月至10月

注1：发行人高考冲刺班的开班时间主要集中在每年美术校考结束后至高考前，一般为每年3月至6月初。受新冠疫情影响，2020年高考时间及发行人高考冲刺班开班时间均有所推迟，发行人2020年高考冲刺班的实际开班时间为2020年5月至2020年7月初。

注2：发行人选考冲刺班的开班时间为每年浙江省选考前。2017年及2018年浙江省选考时间为11月初，发行人选考冲刺班的开班时间为每年9月至10月；2019年后，浙江省选考时间调整为次年1月初，发行人选考冲刺班的开班时间相应调整至每年12月（美术联

考结束后)至次年1月初。

注3: 2019年前, 发行人未开设文化课小班。

B、发行人超时间跨度收费的文化课类培训的基本情况

2018年8月, 国务院办公厅印发“国办发〔2018〕80号”《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》, 提出校外培训机构“收费时段与教学安排应协调一致, 不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用”的意见。

2018年8月上述意见发布后, 发行人共开设了2018年选考冲刺班, 2019年高考冲刺班、文化课小班、选考冲刺班, 以及2020年高考冲刺班、文化课小班、选考冲刺班。其中, 涉及超时间跨度收费的班型为2019年高考冲刺班及2019年文化课小班, 相关情况如下所示:

班别	高考冲刺班	文化课小班
参加人数	174人	239人
开课情况	培训期间主要集中在2019年3月至6月(即美术校考结束后至高考前), 每周有6天安排课程	包括5人小班、“1对1”、“1对2”的形式, 培训期间主要集中在2019年7月至11月, 每周有1天安排课程, 由学员根据自身情况选择上课安排
收入	633.90万元	50.37万元
占当年度文化课收入比例	42.61%	3.39%
超时间跨度收费金额[注]	117.04万元	20.55万元
超时间跨度收费金额占当年度文化课收入比例	7.86%	1.38%

注: 超时间跨度收费金额, 指学员收费时间跨度超过3个月部分对应的收入金额(收费时间跨度超过3个月的天数/该学员总培训天数*该学员对应的文化课收入金额)合计, 下同。

除上述情形外, “国办发〔2018〕80号”文出台后, 发行人无其他超时间跨度收取文化课培训费的情形。

为避免后续再次出现文化课培训超时间跨度收费的情况, 发行人已采取以下措施:

(A) 对于培训期间跨度超过3个月且课程安排集中的文化课培训班型(高考冲刺班), 采取分阶段收费的方式, 确保一次收取费用的时间跨度不超过3个月;

(B) 对于培训期间跨度超过3个月但能够通过调整培训时间、课程安排将

培训期间跨度控制在 3 个月内的班型（文化课小班），通过调整培训时间、课程安排的方式，将培训期间控制在 3 个月以内；

（C）定期检索、查询相关法律、法规和政策的动态，并与所在地相关主管机关保持沟通，确保符合监管要求。”

二、保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

保荐人和发行人律师执行了以下核查程序：

1、取得并核查发行人关于报告期内超时间跨度收取文化课培训费情况的说明及相关资料；

2、取得发行人就避免再次出现文化课培训超时间跨度收费情况制定的措施，并就该等措施的执行情况与发行人相关负责人员进行确认。

（二）核查意见

通过以上核查程序，保荐人和发行人律师认为：

发行人已就避免再次出现文化课培训超时间跨度收费的情况制定了有效的措施，截至本问询函回复签署日，发行人已不存在文化课培训超时间跨度收费的情形。

问题 3. 根据审核问询回复，杭州市富阳教育局出具证明，老鹰培训自设立以来未受到过教育方面的处罚。请发行人列示该等证明的主要内容，说明“教育方面的处罚”的具体含义。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、杭州市富阳区教育局为老鹰培训出具证明的主要内容及“教育方面的处罚”的具体含义

杭州市富阳区教育局就老鹰培训报告期内合规情况出具证明的主要内容为：杭州老鹰教育培训有限公司系富阳辖区内教育培训企业，已取得办学许可（办学

许可证号：教民 133018370001739 号，办学内容：非学历文化教育类培训)。自 2018 年 8 月 14 日设立至今，该公司在富阳辖区内遵守国家及地方教育相关法律、法规、规章、规范性文件和政策的规定，办学条件、办学场地、办学设施，从事的办学范围、办学内容，以及招生、教学等办学活动合法合规，未发现存在违反国家及地方教育相关法律、法规、规章、规范性文件和政策的情形，未受到过教育方面的处罚。

根据对杭州市富阳区教育局的访谈确认，杭州市富阳区教育局认为：“教育方面的处罚”主要是指在办学条件、办学场地、办学设施、办学行为等杭州市富阳区教育局管辖范围内的行政处罚。老鹰培训从事文化课培训业务已取得办学许可，其办学行为符合法律、法规规定，没有受到过上述行政处罚。

二、保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

(一) 核查程序

保荐人和发行人律师执行了以下核查程序：

- 1、查阅杭州市富阳区教育局就老鹰培训报告期内的合规情况出具的证明文件；
- 2、就“教育方面的处罚”的具体含义向杭州市富阳区教育局进行访谈确认。

(二) 核查意见

通过以上核查程序，保荐人和发行人律师认为：

“教育方面的处罚”主要是指在办学条件、办学场地、办学设施、办学行为等杭州市富阳区教育局管辖范围内的行政处罚。根据杭州市富阳区教育局出具的证明，报告期内老鹰培训未受到过上述行政处罚。

问题 4. 根据审核问询回复，象山校区为发行人的精品校区，其与深圳校区租赁的房产存在权属瑕疵。报告期内该 2 个校区营收占比分别为 21.72%、20.13%、14.29%、11.40%，呈逐年下降趋势。

请发行人补充披露以上 2 个校区报告期内净利润及其占比、毛利率等，结合发行人实际运营情况，量化分析说明该 2 个校区对发行人业务的重要程度。

请保荐人、发行人律师、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“第六节 业务和技术”之“五、与公司业务相关的资源要素”之“（四）租赁的房产”之“3、未取得房产权属证明的情形、发行人租赁该房产的原因、该房产对发行人主营业务的重要程度、可替代性以及稳定性”之“（2）发行人租赁该房产的原因、该房产对发行人主营业务的重要程度、可替代性以及稳定性”中补充披露如下：

“（2）发行人租赁该房产的原因、该房产对发行人主营业务的重要程度、可替代性以及稳定性

.....

截至 2020 年 9 月 30 日，发行人象山校区和深圳校区的租赁面积及占比如下：

校区	校区面积（㎡）	校区面积占比
象山校区	4,957.40	4.04%
深圳校区	4,500.00	3.67%
两校区小计：	9,457.40	7.71%
发行人校区面积合计	122,605.24	100.00%

报告期内，象山校区和深圳校区实现的收入情况及占比如下：

单位：万元

校区	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
象山校区	1,422.21	3,254.56	3,877.73	2,985.30
深圳校区	224.60	853.04	826.78	773.93
小计：	1,646.81	4,107.60	4,704.51	3,759.23
象山校区收入占比	9.84%	11.33%	16.59%	17.25%
深圳校区收入占比	1.55%	2.97%	3.54%	4.47%
收入占比小计：	11.40%	14.29%	20.13%	21.72%

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

报告期内，象山校区和深圳校区实现净利润情况及占比如下：

单位：万元

校区	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
象山校区	326.44	949.45	1,137.67	2,269.85[注 1]
深圳校区	-169.57	57.12	57.21	48.68
小计:	156.87	1,006.57	1,194.88	2,318.53
象山校区净利润占比	34.70%[注 2]	11.87%	19.56%	34.55%
深圳校区净利润占比	-18.02%	0.71%	0.98%	0.74%
净利润占比小计:	16.68%	12.58%	20.54%	35.29%

注 1: 象山校区 2017 年由老鹰股份运营, 净利润包含因持有子公司股权而形成的投资收益。

注 2: 2020 年 1-9 月受新冠疫情影响, 外地校区均出现亏损, 因此象山校区净利润占各校区合计数的比例较大。剔除外校区亏损因素, 象山校区净利润占比为 19.84%。

注 3: 上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计, 但未单独出具审计报告。

报告期内, 象山校区和深圳校区培训学员人次数情况如下:

单位：人次

校区	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
象山校区	836	1,369	1,950	1,009
深圳校区	150	460	389	409
小计:	986	1829	2339	1418
象山校区学员人次数占比	8.71%	10.76%	17.53%	12.54%
深圳校区学员人次数占比	1.56%	3.61%	3.50%	5.08%
占比小计:	10.28%	14.37%	21.03%	17.62%

注: 小计数未剔除同一学员跨校区参加培训的影响。

报告期内, 象山校区和深圳校区综合毛利率情况如下:

校区	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
象山校区	49.78%	51.96%	55.28%	50.68%
深圳校区	-39.06%	33.54%	30.38%	33.26%
发行人综合毛利率	40.85%	55.03%	51.66%	54.39%
发行人主营毛利率	40.52%	54.78%	51.53%	54.29%

注: 上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计, 但未单独出具审计报告。

截至 2020 年 9 月 30 日, 象山校区面积占发行人校区总面积的 4.04%, 报告期内收入占比分别为 17.25%、16.59%、11.33%和 9.84%, 净利润占比分别为 34.55%、19.56%、11.87%和 34.70% (剔除外校区亏损因素后占比为 19.84%), 培训的学员人次数占比分别为 12.54%、17.53%、10.76%和 8.71%, 总体呈下降

趋势。象山校区与发行人银湖、场口两大自建校区同位于杭州市，其距银湖校区直线距离约 11 公里，距场口校区直线距离约 34 公里。杭州三校区中，象山校区作为发行人的精品校区，将继续保持“小而精”的定位，不再扩大招生规模；发行人新增生源主要由银湖和场口校区接纳。随着银湖、场口校区招生规模不断扩大，象山校区对发行人的重要程度将进一步降低。

截至 2020 年 9 月 30 日，深圳校区面积占发行人校区总面积的 3.67%，报告期内收入占比分别为 4.47%、3.54%、2.97%和 1.55%，净利润占比分别为 1.28%、0.95%、0.71%和-18.02%，培训的学员人次占比分别为 5.08%、3.50%、3.61%和 1.56%，总体占比较小且呈下降趋势。深圳校区招生规模、收入和利润贡献均较小，对发行人业务的重要程度较低。

综上所述，该两校区的租赁房产对发行人主营业务的重要性较低，租赁房产未取得产权证明不会对发行人主营业务发展造成重大不利影响。”

二、保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师、申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取并查阅发行人租赁房产的租赁合同、所租赁房产的房屋产权证书（如有）；
- 2、查阅各校区财务报表和发行人财务报告，统计各校区面积；
- 3、访谈发行人董事长，了解各校区的定位及未来发展方向。

（二）核查意见

通过以上核查程序，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

象山校区对发行人主营业务的重要性较低，随着银湖、场口校区招生规模不断扩大，象山校区对发行人的重要程度将进一步降低；深圳校区招生规模、收入和利润贡献均较小，对发行人业务的重要程度较低。

问题 5. 关于历史沿革。审核问询回复显示，西湖区老鹰教育咨询服务部成立时由张伟林代登记为经营者的原因是应伟明当时并未从原单位离职。

请发行人补充披露应伟明原任职单位及职务、投资设立西湖区老鹰教育咨询服务部及在该机构任职是否符合当时相关规定、是否违反原任职单位规定、是否存在竞业禁止情形或其他风险。

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 业务和技术”之“六、子公司、参股公司和分公司情况”之“（一）子公司情况”之“1、杭州艺术”之“（3）历史沿革”中补充披露如下：

“⑥应伟明原任职单位及职务、投资设立西湖区老鹰教育咨询服务部及在该机构任职是否符合当时相关规定、是否违反原任职单位规定、是否存在竞业禁止情形或其他风险

应伟明原任职单位为浙江省杭州第七中学，任职期间为2001年6月至2008年6月，职务为美术教师，主要从事美术教学工作，未担任过行政职务。

应伟明于2008年上半年确立了离职创业的意向，随后开始办理离职相关手续，并同步着手筹备创业事宜。考虑到开始筹备杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部时其尚未办理完成离职相关手续，应伟明决定委托其亲属张伟林负责办理个体工商户设立相关手续、并登记作为杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部的经营者。杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部于2008年7月10日登记设立，其时，应伟明已于2008年6月自浙江省杭州第七中学离职。根据浙江省杭州第七中学于2020年11月30日出具的证明：应伟明于浙江省杭州第七中学任职期间表现良好，无违反法律、法规和浙江省杭州第七中学规定的情形，浙江省杭州第七中学未对其做出过任何处罚。

综上所述，应伟明投资设立杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部并担任相关职务不违反当时的相关规定及其原任职单位规定。

应伟明未与浙江省杭州第七中学订立过竞业限制协议或约定，亦未收到过浙江省杭州第七中学支付的竞业限制补偿金，不涉及对浙江省杭州第七中学承

担竞业限制义务的情形。应伟明于浙江省杭州第七中学任职期间担任美术教师职务，未担任过行政职务，浙江省杭州第七中学一般没有要求离职教职工竞业限制的做法，应伟明与浙江省杭州第七中学无争议和纠纷情形。经查阅杭州市中级人民法院出具的《涉诉情况查询告知书》，并检索中国裁判文书网（wenshu.court.gov.cn）、中国执行信息公开网（zxgk.court.gov.cn）等公开信息，未发现应伟明与浙江省杭州第七中学存在争议和纠纷情形。

综上，应伟明未与浙江省杭州第七中学订立过竞业限制协议或约定，其投资设立杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部并担任相关职务不涉及竞业禁止情形，无其他风险。”

二、保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

保荐人和发行人律师执行了以下核查程序：

- 1、查阅应伟明的个人情况调查表、个人简历，就其原任职单位、担任职务、是否存在竞业限制约定、是否存在争议或纠纷等相关情况与应伟明本人进行确认；
- 2、取得浙江省杭州第七中学就应伟明在职情况出具的证明，并就相关事项访谈应伟明于浙江省杭州第七中学任职期间同事；
- 3、查阅杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部的营业执照及工商登记资料，并就其登记设立情况与应伟明进行确认；
- 4、查阅杭州市中级人民法院出具的《涉诉情况查询告知书》，检索中国裁判文书网（wenshu.court.gov.cn）、中国执行信息公开网（zxgk.court.gov.cn）等公开信息，了解应伟明与浙江省杭州第七中学是否存在纠纷。

（二）核查意见

通过以上核查程序，保荐人和发行人律师认为：

应伟明投资设立杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部前的任职单位为浙江省杭州第七中学，所任职务为美术教师。应伟明投资设立杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部并担任相关职务不违反当时的相关规定及其原任职单位规定；应伟明未与浙江省杭州第七中学订立过竞业限制协议或约定，其投资设立杭州市西湖区老

鹰教育咨询服务部并担任相关职务不涉及竞业禁止情形，无其他风险。

问题 6. 关于营业收入。审核问询回复显示：

（1）发行人报告期内营业收入增长主要系收费标准的提高，针对美术长期班收费标准为：2020 届 63,000~132,200 元/期，2019 届 38,400~118,200 元/期。按学员届次分类，报告期内美术长期班人均收入分别为 4.30 万元、4.10 万元、4.37 万元，2019 年学员数量有所下滑。

（2）教育部下发《教育部办公厅关于做好 2019 年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》（教学厅[2018]13 号），2020 年开始全国高校（除 45 所独立艺术院校）全面取消美术校考，2019 年参加校考人数有所减少。

（3）发行人其他收入主要为校区配套设施如管理费收入、教师培训场地租金收入、洗衣房投币收入等。管理费收入主要包括收取的配套服务费、向衢州市达盛文化补习学校授权使用“老鹰画室”品牌、收取相应的效益管理费。

（4）2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，美术校考时间推迟，发行人提供校考培训的周期有所延长，由此折算美术长期班单位课时收入大幅下降。而同期短期班单位课时收入较 2019 年大幅增长，主要系受新冠疫情影响，发行人短期班的培训期间缩短所致。

请发行人：

（1）补充披露收费标准包含的费用情况，发行人各个班型收费标准跨度较大的原因及合理性；美术班中平行班、精品班或校长班的区别、各期营业收入及占比、学员人数、收费标准情况，不同校区收费标准是否存在差异，各地学籍或者户籍的学员是否对校区选择存在限制；

（2）量化分析各期美术长期班收费标准与人均收入存在较大差异的原因；补充披露报告期内各班次各届次的参培学员人数、实际课程天数、人均收费及其变动情况，与收费标准增幅及营业收入的匹配性；

（3）分校区披露各期营业收入、净利润及其占比、毛利率情况，与各校区的床位数量、参培学员数量、教师数量是否配比；是否存在部分校区毛利率与

其他校区差异较大的情形，如是，请详细解释原因；

（4）补充披露美术长期班、美术短期班与文化课学员重叠情况，是否对报名多个班次的学员存在费用优惠的情形；若学员实际入学时间晚于一般入学约定时间，相关情形下的收入确认时点及相关会计处理，各期的人员、金额及占比情况；

（5）结合报告期内各班型课程长度的实际天数及销售价格变动，量化分析各班型销售价格存在差异的原因及合理性；

（6）补充披露高考文化课班及选考文化课班的单位课时收入 2019 年大幅增加的原因及合理性；

（7）补充披露发行人按人数计算的配套服务费及效益管理费的具体模式及提供服务情况，说明 2019 年 1-9 月管理费收入大幅增加的原因及合理性；

（8）补充披露 2020 年 1-9 月份受新冠疫情影响，发行人美术班长期班及短期班的培训周期变动方向不一致的原因及合理性，进一步分析最近一期单位课时收入变动的合理性；

（9）补充披露生活费退费及其他费用退费的相关协议条款，各期退费的金额及占比，相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

请保荐人、申报会计师核查上述问题并发表明确意见，并说明针对 2020 年 1-9 月的收入核查方式、核查范围，是否足以支撑核查结论。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露收费标准包含的费用情况，发行人各个班型收费标准跨度较大的原因及合理性；美术班中平行班、精品班或校长班的区别、各期营业收入及占比、学员人数、收费标准情况，不同校区收费标准是否存在差异，各地学籍或者户籍的学员是否对校区选择存在限制

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“（一）营业收入”之“6、各班型收费标准及差异情况分析”中补充披露如下：

“（1）发行人收费标准包含的费用情况，及发行人各个班型收费标准跨度

较大的原因及合理性

公司的收费标准包括学费、加课费和学杂费等费用。加课费系学生自主选择参加公司组织的加课所收取的费用，学杂费系公司发放学习资料等额外学习用品所收取的费用，具体情况如下：

单位：元

明细	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
加课费	3,800.00	3,800.00	3,800.00	1,800.00
学杂费	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00

报告期内，公司各校区由于自身情况的不同，制定的收费标准有所差别，各班型具体的收费标准如下：

单位：元

班型	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
平行班	64,800.00-69,000.00	59,200.00-76,400.00	38,400.00-66,200.00	35,000.00
精品班	86,000.00-118,040.00	79,200.00-101,600.00	78,000.00-96,200.00	68,400.00-79,000.00
校长班	124,600.00-161,640.00	132,200.00-159,400.00	104,000.00-118,200.00	117,200.00

从上表可见，校长班的收费标准最高，平行班的收费标准最低，具体分析如下：

①各个班型的师生配比不相同。最新版的招生简章中列示：“平行班每个科目不超过 25 名学生配置一名专业教师，精品班每个科目不超过 16 名学生配置一名专业教师，校长班每个科目不超过 12 名学生配置一名专业教师。”

②不同的班型配备了不同的师资力量。最新版的招生简章中列示：“平行班师资配置均为资深、专职教师，精品班师资配置以教学组长和教学带头人为核心，校长班由各校区校长及副校长负责教学进度的编排把控。”

公司根据各个学员的自身条件、师资情况以及专业课程等，设计了不同的班型进行差异化教学，以满足不同学员的需求。通常，校长班的师生配比低于精品班、平行班，并且校长班的师资配置强于精品班、平行班，由此导致校长班的收费标准高于精品班、平行班的收费标准，因此不同班型的收费标准跨度较大，具有合理性。

(2) 美术班中平行班、精品班或校长班的区别、各期营业收入及占比、学员人数、收费标准情况，不同校区收费标准是否存在差异，各地学籍或者户籍的学员是否对校区选择存在限制

美术班中平行班、精品班或者校长班的区别主要在于各个班型的师生配比和师资配置不同。

①美术班中，各班型各期营业收入及占比、学员人数、收费标准情况如下：

A、2020 年 1-9 月

班型	营业收入(万元)	占比 (%)	学员人数 (人)	收费标准 (元)
平行班	2,582.58	23.12	2,658	2020 级： 64,800.00—69,000.00
				2019 级： 59,200.00—76,400.00
精品班	6,877.74	61.57	3,689	2020 级： 86,000.00—118,040.00
				2019 级： 79,200.00—101,600.00
校长班	1,710.99	15.32	534	2020 级： 124,600.00—161,640.00
				2019 级： 132,200.00—159,400.00
合计	11,171.31	100.00	6,881	-

注：学员人数统计口径：如同一学员在不同时段报名参加不同班型，各班型算一人，下同。

B、2019 年度

班型	营业收入(万元)	占比 (%)	学员人数 (人)	收费标准 (元)
平行班	7,362.50	31.20	4,325	2019 级： 59,200.00—76,400.00
				2018 级： 38,400.00—66,200.00
精品班	13,312.19	56.41	4,362	2019 级： 79,200.00—101,600.00
				2018 级： 78,000.00—96,200.00
校长班	2,926.30	12.40	543	2019 级： 132,200.00—159,400.00
				2018 级： 104,000.00—118,200.00
合计	23,600.99	100.00	9,230	

C、2018 年度

班型	营业收入(万元)	占比 (%)	学员人数 (人)	收费标准 (元)
平行班	6,902.14	34.80	4,046	2018 级： 38,400.00—66,200.00
				2017 级：35,000.00

精品班	11,658.84	58.79	3,913	2018 级: 78,000.00-96,200.00 2017 级: 68,400.00-79,000.00
校长班	1,270.75	6.41	297	2018 级: 104,000.00-118,200.00 2017 级: 117,200.00
合计	19,831.73	100.00	8,256	

D、2017 年度

班型	营业收入(万元)	占比 (%)	学员人数 (人)	收费标准 (元)
平行班	6,685.04	43.50	3,596	2017 级: 35,000.00 2016 级: 34,000.00
精品班	8,060.53	52.45	2,726	2017 级: 68,400.00-79,000.00 2016 级: 63,700.00
校长班	622.56	4.05	98	2017 级: 117,200.00 —
合计	15,368.14	100.00	6,420	

②报告期内，不同校区收费标准具体情况如下：

A、2020 级

单位：元/期

校区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	64,800.00	118,040.00	161,640.00
义乌校区	—	102,400.00	—
深圳校区	—	107,600.00	124,600.00
温州校区	—	96,200.00	—
成都校区	69,000.00	86,000.00	—

B、2019 级

单位：元/期

校区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	63,000.00	101,600.00	132,200.00
义乌校区	76,400.00	99,400.00	159,400.00
深圳校区	—	93,200.00	—
温州校区	—	96,200.00	—
成都校区	59,200.00	79,200.00	—

C、2018 级

单位：元/期

校区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	38,400.00	83,800.00	118,200.00
义乌校区	-	78,000.00	104,000.00
深圳校区	66,200.00	79,400.00	-
温州校区	-	96,200.00	-
成都校区	59,200.00	79,200.00	-

D、2017 级

单位：元/期

校区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	35,000.00	79,000.00	117,200.00
义乌校区	-	77,200.00	-
深圳校区	-	77,000.00	-
温州校区	-	68,400.00	-

[注]杭州三校区 2020 级是银湖校区、场口校区、象山校区；2019 级和 2018 级是银湖校区、富阳校区、象山校区；2017 级是富阳校区、象山校区、转塘校区。

公司在杭州三校区的收费标准不存在差异，与义乌校区、深圳校区、温州校区和成都校区的收费标准存在一定差异，主要是各校区所处不同的城市，当地的经济水平和美术培训市场竞争情况各不相同，其人工工资、租赁资产价格和物价水平等也不一致，公司综合考虑各地区市场差异情况制定收费标准，由此导致各校区的收费标准有一定的差异。

公司美术艺考培训服务对象为全国的美术艺考生，各地学籍或者户籍的学员可以根据自身的情况选择就读的校区，对校区选择不存在限制。”

（二）量化分析各期美术长期班收费标准与人均收入存在较大差异的原因；补充披露报告期内各班次各届次的参培学员人数、实际课程天数、人均收费及其变动情况，与收费标准增幅及营业收入的匹配性

1、量化分析各期美术长期班收费标准与人均收入存在较大差异的原因

美术长期班收费标准与人均收入存在差异，主要是受学生的实际课时长度和公司给学生的收费折扣的影响。分析如下：

（1）实际上课天数

报告期内，公司各级各班型人均收入与人均实际课时长度的具体情况：

项目	2020级		2019级		2018级		2017级	
	人均收入 (万元)	人均实际课时 长度	人均收入 (万元)	人均实际课时 长度	人均收入 (万元)	人均实际课时 长度	人均收入 (万元)	人均实际课时 长度
平行班	1.46	72.20	2.77	168.71	2.79	185.72	3.30	207.50
精品班	2.54	86.33	4.91	194.28	5.07	225.33	5.12	237.65
校长班	4.13	91.48	8.65	225.34	6.90	206.00	8.23	246.91

学员实际上课天数取决于其自身培训需求，部分学员存在入学较晚或提前离校情况，如部分学员只参加联考不参加校考，部分学员在地方画室参加联考培训而在发行人处只参加校考培训，还有少数学员由于自身不适应原因提前离校等。因此，报告期内，相较于整期培训期间的标准课时长度约为 296 课时天数，各班型的人均实际课时长度均低于整期培训时长，故各期美术长期班收费标准与人均收入存在较大差异。

(2) 折扣

公司在学生报名时对其进行专业测试，对专业测试成绩优秀的同学会根据其成绩给予学费相应的折扣。报告期，各班型的折扣率具体情况如下：

班型	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
平行班	0.79	0.75	0.74	0.79
精品班	0.71	0.76	0.80	0.84
校长班	0.77	0.77	0.80	0.85

报告期各级各班型均会给予一定的折扣，折扣率保持在 0.7-0.85 之间，相对较为稳定。由于给予部分专业成绩优秀的学生折扣，会导致人均收费低于收费标准。另外，学生参加公司的促销活动，如“预缴定金抵学费活动”等，学费会有所优惠学生，也会导致人均收入低于收费标准。

2、补充披露报告期内各班次各届次的参培学员人数、实际课程天数、人均收费及其变动情况，与收费标准增幅及营业收入的匹配性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“（一）营业收入”之“2、主营业务收入构成分析”之“（1）主营业务收入按班型分析”中补充披露如下：

“.....

报告期内各班次各届次的参培学员人数、实际课程天数、人均收费的情况如

下:

A、平行班

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	1,495.02	6,392.76	7,152.28	6,712.91
参培学员人数[注]	1,021	2,304	2,564	2,035
实际课程天数(万天)	7.37	38.87	47.62	42.23
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入(元)	202.81	164.46	150.20	158.98

注:同一学员在同一年度报名不同的班型,各算一人,下同。

由上表可见,报告期内,根据平行班收费标准计算的人均日收费逐年增加,人均日收入也呈现整体增加趋势,人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配,2018级的人均日收入较2017级有所下降主要系2018级的复读学员人数相较2017级增加较多所致。

具体情况如下:

(a) 普通学员

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	1,193.83	4,600.65	5,528.36	5,605.01
参培学员人数[注]	601	1,301	1,783	1,621
实际课程天数(万天)	4.93	21.60	32.09	33.49
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入(元)	242.05	213.03	172.25	167.35

由上表可见,报告期内,根据平行班收费标准计算的人均日收费逐年增加,人均日收入也逐年增加,人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配;而平行班的各级参培学员人数呈现先升后降的趋势,但由于参培学员的实际课程天数逐年下降,由此导致平行班营业收入逐级下滑;2020级参培学生减少主要系其招生尚未结束,参培人数较其他年份都低。

(b) 复读学员

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	301.19	1,792.10	1,623.92	1,107.90

参培学员人数[注]	420	1,003	781	414
实际课程天数(万天)	2.44	17.27	15.52	8.73
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入(元)	123.46	103.75	104.61	126.85

由上表可见,报告期内,公司复读学员人数 2017 级-2019 级逐年增加,实际课程天数也逐年增加,而人均日收入相较收费标准人均日费用而言呈现反向变动,主要原因系近年来公司为了吸引优质的高复学员生源,推出较大力度的打折,2019 级较 208 级、2018 级较 2017 年新增较多低折扣的高复学员,由此导致高复学员的人均日收入逐年下降。具体分析详见本回复之问题 8 之第(二)问。

B、精品班

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	4,532.80	12,647.57	12,356.16	8,814.14
参培学员人数[注]	1,783	2,577	2,435	1,722
实际课程天数(万天)	15.39	50.06	54.87	40.92
收费标准人均日费用	403.99	367.45	306.32	288.89
人均日收入(元)	294.48	252.62	225.20	215.38

根据精品班收费标准计算的人均日收费逐年增加,人均日收入也逐年增加,人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配;公司精品班人数 2017 级-2019 级逐年增加,其营业收入也增加,但由于实际课程天数的影响,营业收入增长幅度较收费标准幅度小。

C、校长班

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	1,099.58	3,131.73	1,443.02	856.27
参培学员人数[注]	266	362	209	104
实际课程天数(万天)	2.43	8.16	4.31	2.57
收费标准人均日费用	550.28	532.51	486.42	482.30
人均日收入(元)	451.87	383.92	335.16	333.46

根据校长班收费标准计算的人均日收费逐年增加，人均日收入也逐年增加，人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配；公司校长班人数 2017 级-2019 级逐年增加，实际课程天数也逐年增加，营业收入也相应增加。”

（三）分校区披露各期营业收入、净利润及其占比、毛利率情况，与各校区的床位数量、参培学员数量、教师数量是否配比；是否存在部分校区毛利率与其他校区差异较大的情形，如是，请详细解释原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“（三）毛利及毛利率”之“4、各校区分析”中补充披露如下：

“4、各校区分析

各校区各期营业收入、净利润及其占比、毛利率情况及与各校区床位数量、参培学员数量、教师数量匹配关系如下：

（1）银湖校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	6,430.45	13,510.57	11,326.89	-
营业收入占比(%)	44.51	47.02	48.45	-
净利润(万元)	1,008.30	4,445.62	3,741.06	-
净利润占比(%)	107.17	55.56	64.32	-
毛利率(%)	49.78	59.04	56.16	-
床位数	2,600	2,600	2,600	-
参培学员数量	3,296	4,326	4,076	-
剔除 1-2 月参培学员后数量	1,480	2,354	2,525	-
月均教师数量	154	211	177	-

注 1：银湖校区于 2018 年开始启用；

注 2：2018 年发行人启用银湖校区后，转塘校区停止运营。其他校区运营主体同步进行优化整合，具体为：银湖校区由富阳文创运营，富阳校区改由老鹰股份运营，象山校区改由杭州艺术运营。

注 3：同一学员在同一年度调换校区，各算一人，下同。

银湖校区系公司收入及净利润主要来源之一，其床位数达 2600 张，2018 年、2019 年，该校区的营业收入及净利润随着参培学员人数的增加逐年增加，教师人数相应增加较多。该校区的师资配置和校区硬件环境较好，其毛利率保持较高水平，并随着学生人数增长摊薄固定成本而提高。同时参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员

后，报告期内银湖校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均有所下滑。报告期内，银湖校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

(2) 富阳/场口校区

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	4,352.87	6,511.93	5,085.57	8,777.97
营业收入占比(%)	30.13	22.66	21.75	50.73
净利润(万元)	202.53	1,576.60	759.37	3,115.50
净利润占比(%)	21.53	19.71	13.06	47.42
毛利率(%)	50.68	59.96	54.81	59.97
床位数	3,500	1,399	1,117	2,146
参培学员数量	2,393	2,946	2,200	4,342
剔除 1-2 月参培学员后数量	936	1,218	1,206	2,122
月均教师数量	80	86	76	128

注：富阳校区 2017 年由富阳文创运营；2018 年发行人启用银湖校区后，富阳校区改由老鹰股份运营；2020 年 6 月发行人启用场口新校区，富阳校区停止运营。

富阳/场口校区系公司收入及净利润主要来源之一，报告期前三年，富阳校区的营业收入、净利润和毛利率呈现先降后升的趋势，与该校区的参培学员数量、床位数和教师数量的变动趋势一致。报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，富阳/场口校区参培学员数量与其床位数相匹配。其中，2018 年参培学员数量略超床位数，主要系少部分学员提前离校，其床位分配给后续入学的学员所致，具有合理性。报告期前三年富阳校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员数量和教师数量出现下滑，而床位数较 2019 年度大幅增加，主要系 2020 年 6 月公司从富阳校区搬入新建的场口校区，场口校区床位数较富阳校区床位数增加较多。

(3) 象山校区

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	1,422.21	3,254.56	3,877.73	2,985.30

营业收入占比(%)	9.84	11.33	16.59	17.25
净利润(万元)	326.44	949.45	1,137.67	2,269.85
净利润占比(%)	34.70	11.87	19.56	34.55
毛利率(%)	49.78	51.96	55.28	50.68
床位数	364	624	640	490
参培学员数量	672	1,133	1,479	794
剔除1-2月参培学员后数量	265	520	802	472
月均教师数量	29	47	57	41

注：象山校区2017年由老鹰股份运营。2018年发行人启用银湖校区后，象山校区改由杭州艺术运营。

象山校区报告期前三年，营业收入、净利润和毛利率呈现先升后降的趋势，与该校区的参培学员数量、床位数和教师数量的变动趋势一致。报告期参培学员数量包含1-2月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除1-2月上一级学员后，象山校区参培学员数量与其床位数相匹配。其中，2018年参培学员数量略超床位数，主要系少部分学员提前离校，其床位分配给后续入学的学员所致，具有合理性。2020年1-9月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均有所下滑。报告期象山校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

(4) 义乌校区

项 目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入(万元)	651.53	2,174.01	1,533.62	1,121.65
营业收入占比(%)	4.51	7.57	6.56	6.48
净利润(万元)	-244.24	579.42	332.55	247.44
净利润占比(%)	-25.96	7.24	5.72	3.77
毛利率(%)	-18.01	50.78	45.06	45.59
床位数	300	300	214	148
参培学员数量	184	314	239	188
剔除1-2月参培学员后数量	141	230	153	133
月均教师数量	22	28	25	14

义乌校区报告期前三年，营业收入、净利润呈现上升趋势，与该校区的参培学员数量、床位数和教师数量的变动趋势一致，毛利率呈现先降后升的趋势，

系 2018 年新租入场地，导致租赁成本上升；报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内义乌校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均有所下滑。报告期义乌校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

(5) 温州校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	283.54	815.18	427.71	221.03
营业收入占比(%)	1.96	2.84	1.83	1.28
净利润(万元)	-246.73	78.60	-88.84	-109.62
净利润占比(%)	-26.23	0.98	-1.53	-1.67
毛利率(%)	-82.60	24.77	-10.55	-25.35
床位数	274	274	120	120
参培学员数量	120	168	57	34
剔除 1-2 月参培学员后数量	73	150	39	34
月均教师数量	16	12	13	5

温州校区于 2017 年设立，报告期营业收入逐年增长，但业务规模较小，由于成立时间较晚，其开办费用较高，2017 年、2018 年该校区的毛利率、净利润出现亏损，2019 年随着参培学员数量增加，毛利率水平提升较快，该校区扭亏为盈。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，该校区复课时间较晚，营业收入出现大幅下滑，毛利率和净利润均出现亏损。报告期内，温州校区的床位数、参培学员人数和教师数量均较少，尚未形成规模效应，与该校区的营业收入规模较少，毛利率和净利润水平低相匹配。

(6) 深圳校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	224.60	853.04	826.78	773.93
营业收入占比(%)	1.55	2.97	3.54	4.47
净利润(万元)	-169.57	57.12	57.21	48.68
净利润占比(%)	-18.02	0.71	0.98	0.74
毛利率(%)	-39.06	33.54	30.38	33.26

床位数	300	300	300	210
参培学员数量	112	343	244	293
剔除 1-2 月参培学员后数量	45	123	140	124
月均教师数量	7	10	11	11

深圳校区于 2016 年设立，报告期内，该校区的床位数量为 300 张，报告期前三年，该校区的营业收入、毛利率和净利润保持相对稳定水平，其床位数和教师数量也基本保持稳定。报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内深圳校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2018 年参培学员数量与 2017 年相比变动不大，2019 年较 2018 年增加 73 人，主要系 2019 年增加收费较低的金鹰班及高复班学生所致，由此导致 2019 年营业收入略有增长。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均大幅下降。报告期深圳校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

(7) 成都校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	514.16	896.50	300.19	-
营业收入占比(%)	3.56	3.12	1.28	-
净利润(万元)	-44.41	71.30	-123.09	-
净利润占比(%)	-4.72	0.89	-2.12	-
毛利率(%)	7.52	26.58	-22.47	-
床位数	480	480	480	-
参培学员数量	604	496	302	-
剔除 1-2 月参培学员后数量	164	179	111	-
月均教师数量	16	14	7	-

成都校区于 2018 年设立，报告期内，该校区的床位数量为 480 张，报告期前两年，该校区的营业收入、毛利率和净利润保持增长，其参培人员和教师数量保持增长。报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内成都校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数相比以前年度均大

幅下降，教师人数较以年度增加，主要为成都校区业务的扩大，储备老师。报告期成都校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

(8) 转塘校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	-	-	-	3,424.02
营业收入占比(%)	-	-	-	19.79
净利润(万元)	-	-	-	998.36
净利润占比(%)	-	-	-	15.20
毛利率(%)	-	-	-	52.56
床位数	-	-	-	702
参培学员数量	-	-	-	1,348
剔除 1-2 月参培学员后数量	-	-	-	813
月均教师数量	-	-	-	50

注：转塘校区 2017 年由杭州艺术运营。2018 年发行人启用银湖校区后，转塘校区停止运营。

转塘校区 2017 年由杭州艺术运营，2018 年发行人启用银湖校区后，转塘校区停止运营，其 2017 年营业收入、净利润、毛利率及床位、参培人数、教师数量基本与象山校区相近，报告期转塘校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。2017 年度参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，转塘校区参培学员数量略超床位数，主要系少部分学员提前离校，其床位分配给后续入学的学员所致，具有合理性。

公司在杭州的三个校区银湖校区、富阳校区和象山校区的毛利率水平高于外地校区义乌校区、深圳校区、温州校区和成都校区，存在部分校区如深圳校区、温州校区、成都校区毛利率与其他校区差异较大的情形，主要原因系：①深圳校区于 2016 年成立，报告期前三年该校区的毛利率水平较低，主要是该校区的规模较小，每年参培学员人数不超过 500 人，尚未形成规模效应，其分摊的人均固定成本相对较高，由此导致毛利率水平维持在 30%-35%之间，毛利率水平远低于杭州三校区；②温州校区和成都校区分别于 2017 年、2018 年成立，运营时间较短，前期的房屋租赁、装修费用等固定支出较高，整体业务规模较小，

参培学员人数较少，未达到饱和状态，由此导致温州校区 2017 年、2018 年的毛利率水平出现负值，成都校区 2018 年的毛利率水平出现负值，随着参培学员人数的增加，2019 年上述两个校区的毛利率水平提高至 25%左右的水平，但由于规模效应未显现，毛利率仍处于较低水平；③2020 年 1-9 月，由于受新冠疫情影响，发行人外地校区的参培学员人数大幅减少，营业收入相应大幅减少，而成本支出具有刚性，因此义乌校区、深圳校区和温州校区的毛利率出现负值，成都校区的毛利率仅为 7.52%，毛利率水平大幅下降。”

（四）补充披露美术长期班、美术短期班与文化课学员重叠情况，是否对报名多个班次的学员存在费用优惠的情形；若学员实际入学时间晚于一般入学约定时间，相关情形下的收入确认时点及相关会计处理，各期的人员、金额及占比情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“（一）营业收入”之“2、主营业务收入构成分析”之“（1）主营业务收入按班型分析”中补充披露如下：

“报告期内，发行人各班型学员重叠情况如下：

单位：人

明细	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
同时参加短期班和长期班	690	742	533	433
同时参加短期班和文化课	-	6	1	1
同时参加长期班和文化课	556	586	314	104
同时参加三种班型	64	236	89	58

从上表可见，学生报名多种班型主要是“同时参加短期班和长期班”、“同时参加长期班和文化课”两种情况。

报告期内，对于报名多种班型的学生，公司主要有以下三种优惠政策：

①2018 年末缴纳 5000 元定金寒假免费学。针对 2020 届-2022 届学生，缴纳 5,000 元定金，可抵扣 2019 年暑期班或高三长期班学费，同时获得寒假班免费最高 20 天学习时长（食宿自理）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，后续报名长期班，平行班可抵培训费 6,000 元，精品班或校长班可抵培训费 7,000 元。

②2019 年末缴纳 6000 元定金寒假免费学。针对 2021 届-2023 届学生，缴

纳 6,000 元定金，可抵扣 2020 年暑期班或高三长期班学费，同时获得寒假班免费最高 20 天学习时长（食宿自理）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，后续报名长期班，平行班可抵培训费 7,000 元，精品班或校长班可抵培训费 8,000 元。

③2020 年末缴纳 6800 元定金寒假免费学。针对高三以下学生，缴纳 6,800 元定金，可抵扣高三长期班学费，并获得寒假班免学费（不包含食宿）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，可另获赠学费抵用券 3,800 元。

学员入学报到时与公司签订入学协议并缴费，填写入学登记表，其中入学登记表上注明学生实际报到入学日期、计划离校日期、报名班型及学费等信息，因此学员实际报到入学时间即为与公司约定的入学时间，不存在学生实际入学时间晚于一般入学约定时间的情况。”

（五）结合报告期内各班型课程长度的实际天数及销售价格变动，量化分析各班型销售价格存在差异的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“（一）营业收入”之“6、各班型收费标准及差异情况分析”之“（1）发行人收费标准包含的费用情况，及发行人各个班型收费标准跨度较大的原因及合理性”中补充披露如下：

“.....

报告期内，美术长期班各班型销售价格存在差异，主要是受各班型学员实际课时长度和收费标准双重影响。美术长期班各班型人均收入、人均实际课时长度及日均课时收入具体情况如下：

项目	2020 级			2019 级		
	人均收入 (万元)	人均实际 课时长度 (天)	日均课时 收入 (元/天)	人均收入 (万元)	人均实际 课时长度 (天)	日均课时 收入 (元/天)
平行班	1.46	72.20	202.22	2.77	168.71	164.19
精品班	2.54	86.33	294.22	4.91	194.28	252.73
校长班	4.13	91.48	451.46	8.65	225.34	383.86
项目	2018 级			2017 级		

	人均收入 (万元)	人均实际 课时长度 (天)	日均课时 收入 (元/天)	人均收入 (万元)	人均实际 课时长度 (天)	日均课时 收入 (元/天)
平行班	2.79	185.72	150.23	3.30	207.50	159.04
精品班	5.07	225.33	225.00	5.12	237.65	215.44
校长班	6.90	206.00	334.95	8.23	246.91	333.32

① 学员实际课时长度

学员实际课时长度是影响学员缴费金额和收入确认的重要因素，实际天数越短，缴费金额越低，人均收入越低。

学员实际上课天数取决于其自身培训需求，部分学员存在入学较晚或提前离校情况，如部分学员只参加联考不参加校考，部分学员在地方画室参加联考培训而在发行人处只参加校考培训，还有少数学员由于自身不适应原因提前离校等。因此，报告期内，相较于整期培训期间的标准课时长度约为 296 课时天数，各班型的人均实际课时长度均低于整期培训时长，故人均收入低于各期美术长期班收费标准。

报告期内，平行班、精品班的人均实际课程天数逐级减少，校长班的人均实际课程天数呈现先降后升的波动趋势，与各班型的人均收入波动趋势一致。

② 收费标准差异

由上表可知，报告期内，同一级次，校长班的日均课时收入最高，精品班次之，平行班最低，与各班型的收费标准差异情况一致。报告期内，各班型的日均课时收入整体呈现上涨趋势，与各班型的收费标准趋势情况一致。

综上，受各班型学员实际课时长度和收费标准双重影响，各班型销售价格存在差异具有合理性。”

（六）补充披露高考文化课班及选考文化课班的单位课时收入 2019 年大幅增加的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“（一）营业收入”之“2、主营业务收入构成分析”之“（1）主营业务收入按班型分析”中补充披露如下：

“报告期内，公司文化课具体情况如下：

.....

报告期内，公司高考文化课班及选考文化课班单位课时收入情况如下：

班别	项目	2019 年度	2018 年度	变动幅度
选考 文化课班	课程收入(元)	6,709,259.89	4,100,282.37	63.63%
	课程总课时天数(天)	15,167	22,384	-32.24%
	单位课时收入(元/天)	442.36	183.18	141.49%
高考 文化课班	课程收入(元)	7,665,217.75	2,507,352.12	205.71%
	课程总课时天数(天)	23,134	9,039	155.94%
	单位课时收入(元/天)	331.34	277.39	19.45%

[注]课程总课时天数统计口径：按不同班级课程每日上课小时数折算为上课天数。

高考文化课班及选考文化课班主要授课情况如下：

班别	培训内容	培训期间	
		2019 年及以后年度	2017 年、2018 年
选考文化课班	主要为政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术等课程	12 月美术联考结束后至次年 1 月参加选考前	每年 9 月、10 月
高考文化课班	主要为语文、数学、英语、政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术等课程	每年 3 月至 6 月，即美术校考结束后至参加高考前	每年 3 月至 6 月，即美术校考结束后至参加高考前

A、选考文化课班单位课时收入 2019 年较 2018 年大幅增加的原因如下：

根据《浙江省人民政府关于印发浙江省深化高校考试招生制度综合改革试点方案的通知》(浙政发[2014]37 号)的规定，浙江省高考科目分为必考科目和选考科目，其中必考科目为语文、数学、外语 3 门。选考科目是考生根据本人兴趣特长和拟报考学校及专业的要求，从思想政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术(含通用技术和信息技术)等 7 门中，选择 3 门作为高考选考科目。浙江省选考科目每年安排 2 次考试，2017 年-2020 年历年考试时间安排如下：

项目	2017 级	2018 级	2019 级
第一次选考科目考试时间	2017 年 11 月 2 日至 4 日	2018 年 11 月 1 日至 3 日	2020 年 1 月 6 日至 8 日
第二次选考科目考试时间	2018 年 4 月 7 日至 8 日	2019 年 4 月 4 日至 8 日	2020 年 7 月 7 日至 10 日
美术联考时间	2017 年 12 月 17 日	2018 年 12 月 16 日	2019 年 12 月 1 日

发行人选考文化课 班培训期间	2017 年 9 月、10 月	2018 年 9 月、10 月	2019 年 12 月美术联考 结束后至 2020 年 1 月 选考考试前
-------------------	--------------------	-----------------	---

2017 年和 2018 年，浙江省第一次选考考试时间均在的当年美术联考之前。美术学员一般在当年 7 月开始美术专业集训，公司在 9 月、10 月开设选考文化课班，为学员参加 11 月份的选考作准备，培训时间大约为两个月。

根据浙江省人民政府发布《浙江省人民政府关于进一步深化高考综合改革试点的若干意见》(浙政发[2017]45 号)，2020 年开始选考一年两次分别调整到 1 月和 6 月。其中，浙江省 2019 级学员第一次选考科目考试时间为：2020 年 1 月 6 日至 8 日，而美术联考时间为：2019 年 12 月 1 日，选考时间被调整到美术联考之后。考试时间政策调整导致学员培训需求发生变化，大多数学员更愿意在美术联考结束后集中精力补习文化课程，因此公司及时调整课程安排，优化课程结构，完善课程内容，将原先 9 月、10 月的选考文化课班调整到 2019 年 12 月美术联考结束后至 2020 年 1 月选考考试前，培训时间大约为 1 个月，较 2018 年培训时间缩短。

综上，由于浙江省选考政策变化，选考文化课班在人均收费基本不变的情况下，2019 年单位课时收入较 2018 年大幅增加，具有合理性。

B、高考文化课班单位课时收入 2019 年较 2018 年大幅增加的原因如下：

随着近年文化课成绩在美术艺考中越发重要，学员对高考文化课培训需求日渐上升，公司加大对高考文化课在师资等方面的投入，文化课教师薪酬上升；同时，公司新建银湖校区于 2018 年 5 月底达到预定可使用状态，固定资产折旧成本上升，故 2019 年公司收费标准由 26,800 元/期提高到了 36,800 元/期，导致高文化课班 2019 年单位课时收入较 2018 年大幅增加，具有合理性。”

(七) 补充披露发行人按人数计算的配套服务费及效益管理费的具体模式及提供服务情况，说明 2019 年 1-9 月管理费收入大幅增加的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“(一) 营业收入”之“1、营业收入构成分析”中补充披露如下：

“报告期内，其他业务收入的具体构成如下：

.....

2019 年 1-9 月管理费收入大幅增加主要系受新冠疫情影响，场口校区为其他画室学员和教师提供食宿服务并收取配套服务费所致。

①配套服务费

公司配套服务费客户主要为北京成功轨迹文化传媒有限公司、北京张默然美术培训中心、北京点翰艺(北京)国际文化传媒有限公司、北京华卿教育科技有限公司、恩施土家族苗族自治州清江外国语学校等在北京、湖北恩施等地的美术培训画室。受新冠疫情影响，北京、湖北地区的美术培训机构复课时间较晚，2020 年 7 至 9 月，上述画室暂无法在各自当地教学场地开展培训，而公司位于杭州的场口校区于 2020 年 5 月初已可以开展培训。考虑到美术学员迫切的培训需求，公司同意将新建成的场口校区部分区域短期提供给这些画室进行美术培训，公司为上述培训画室的学员和教师提供相关食宿服务，并按 73.3~86.7 元/人/天的标准收取一定的配套服务费。

2020 年 1-9 月，配套服务费提供服务的相关情况如下：

项目	2020 年 1-9 月 金额(万元)	日均服务学员人数(人)	服务期间
北京成功轨迹文化传媒有限公司	202.51	203	2020 年 7 月、8 月
北京张默然美术培训中心	92.17	181	2020 年 7 月、8 月
京点翰艺(北京)国际文化传媒有限公司	47.31	161	2020 年 7 月、8 月
北京华卿教育科技有限公司	47.27	232	2020 年 7-9 月
恩施土家族苗族自治州清江外国语学校	29.13	76	2020 年 7 月
金华市博艺绘画培训有限公司	18.32	67	2020 年 7 月
小计	436.71		

②效益管理费

公司与衢州市达盛文化补习学校签订合作协议，授权对方使用“老鹰画室”品牌，并在宣传推广、招生和教学等方面给予必要的支持。公司按衢州市达盛文化补习学校当年招生人数收取效益管理费，即品牌使用费，具体计算标准为 2,500.00 元/人*招生数。2017 年度、2018 年度及 2019 年度收取的效益管理费金额（不含税）分别为 20.05 万元、20.05 万元及 12.26 万元，占当年度营业收入的比重为 0.12%、0.09%及 0.04%，金额及占比均较小。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，衢州市达盛文化补习学校的场地被当地政府临时征用，无法开展

培训服务，故 2020 年 1-9 月发行人无效益管理费收入。

综上，由于受新冠疫情影响，2020 年 7-9 月期间公司将部分场地提供给其他画室使用，并提供食宿等配套服务收取一定管理费，由此导致公司 2020 年 1-9 月管理费收入大幅增加，具有合理性。”

（八）补充披露 2020 年 1-9 月份受新冠疫情影响，发行人美术班长期班及短期班的培训周期变动方向不一致的原因及合理性，进一步分析最近一期单位课时收入变动的合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“（一）营业收入”之“2、主营业务收入构成分析”之“（1）主营业务收入按班型分析”中补充披露如下：

“报告期内，单位课时收入变动主要受公司各班型的定价政策及培训时长的影响。具体分析如下：

① 美术班

.....

2020 年 1-9 月和 2019 年度长期班和短期班单位课时收入及培训周期情况如下：

班级	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度
长期班	课程收入(元)	111,713,121.96	236,009,911.68
	课程总课时天数(天)	613,773	1,026,150
	单位课时收入(元/天)	182.01	230.00
	培训周期	1) 2019 级学员： ①线下：2020 年 1 月至新冠疫情离校前，和 7 月中上旬校考前； ②线上：新冠疫情离校后至 3 月底 2) 2020 级学员：一般为 7 月初至今	1) 2018 级学员：2019 年 1 月至 2 月美术校考结束； 2) 2019 级学员：一般为 7 月至 12 月底
短期班	课程收入(元)	19,390,554.18	30,600,787.73
	课程总课时天数(天)	58,528	124,793

	单位课时收入(元/天)	331.31	245.21
	培训周期	1)寒假班:1月初至1月底新冠疫情离校前 2)暑假班:因疫情影响7月底至8月 3)春季班:因疫情影响未开课 4)秋季班:9月初至今	1)寒假班:一般为1月至2月寒假期间 2)暑假班:一般为7月至8月暑假期间 3)春季班和秋季班,一般周末上课,春季班为3月至6月;秋季班为9月至12月。

美术班长期班及短期班培训周期变动方向不一致主要原因是:发行人长期班培训期间一般为每年的7月到次年2月美术校考结束。2020年1-9月,受新冠疫情影响,2020届美术校考时间推迟,由2020年2月推迟到2020年7月中旬。公司针对2020届即2019级美术长期班学员的培训,积极组织实施应对方案,主要有两项应对措施:1)公司在学员新冠疫情1月离校后至3月底积极组织网络指导和授课;2)7月中上旬校考前期间对部分愿意回校的学员进行面授指导。以上两项措施延长了2019级长期班学员在2020年接受培训的时间,由此导致2019级美术长期班的培训周期延长,而2019级长期班在2020年1-9月实现的营业收入未发生变动,但由于2020年的培训周期增长,由此导致2020年1-9月长期班的单位课时收入下降。故长期班2020年1-9月单位课时收入较2019年下降明显。针对短期班,发行人短期班主要包括寒假班和暑期班,其中寒假班培训时间为每年1月至2月寒假期间,暑期班为每年7月至8月暑假期间。新冠疫情发生后,2020年寒假班在新冠疫情后1月底离校,培训期间较以前年度缩短;因疫情影响,2020年暑假班比往年推迟一个月入学,培训周期由往年的7月和8月缩短到7月底至8月,并且公司适度提高了单位课时的收费标准,故短期班2020年1-9月培训周期变短,2020年1-9月单位课时收入上升较多。

综上,发行人美术班长期班及短期班的培训周期变动方向不一致具有合理性,2020年1-9月美术班单位课时收入变动具有合理性。”

(九) 补充披露生活费退费及其他费用退费的相关协议条款,各期退费的金额及占比,相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“(一)

营业收入”之“8、发行人退费条款及报告期内退费情况”中补充披露如下：

“8、发行人退费条款及报告期内退费情况

入学协议中存在关于退费的条款，具体情况如下：

“退款规定：

(1) 甲方入学后十天内，如不适应乙方教学要求退学，可扣除实际培训天数所产生的费用后予以退款。

(2) 甲方入学满十天后提出退学申请的，自约定的培训期起始日至退学申请日已发生的培训时间按乙方暑假单月标准学费核算收取相应的培训费用。考虑到因甲方前期占用学位资源给乙方造成的损失，甲乙双方就剩余学费的或有退款约定如下：剩余培训期达五个月(含)以上的按剩余学费的 80%退款；剩余培训期达 2 个月(含)以上但不足 5 个月的按剩余学费的 70%退款；剩余培训期不足两个月的，不再退款。其他费用根据实际发生情况结算，但剩余培训天数不足十天的不予结算和退款。

双方特别确认：学期末，1 月 15 日后为校考考试安排阶段，专业教学课程及课时均已完成，此阶段退学不再退学费，生活费剩余天数超过十天的按实际天数退费。

(3) 在约定的培训期间内，甲方因自身安排或其他原因请假的，鉴于乙方保留甲方的学位及床位，相应费用正常收取，不予退款。餐费根据实际发生情况结算，但单次请假天数不足十天的不予结算和退款。

(4) 甲方适用本条规定应及时向乙方提出退款或结算申请，乙方核实情况并予结算。甲方离校前未提出退款或结算申请的，应自离校之日起十天内提出，否则乙方可不予退款或结算费用，相应损失由甲方自行承担。”

关于联考退费，入学协议中另有约定，具体条款如下：“甲方如报名浙江省联考班并按照乙方招生简章所示班型对应的整期（即自浙江省选考结束开始至美术类省统考结束的期间）学费标准全额缴费，乙方承诺向甲方当年浙江省联考综合分成绩（指浙江省普通高校招生美术类省统考“总分成绩”，而非任一单科的成绩）未达 80 分者退返壹万元人民币学费，但因甲方原因导致教学效果无法保证的情形除外。如出现甲方无故旷课、迟到、早退等累计达 5 次以上或违反学生管理制度扣分达退学条件等情形，则前述乙方关于联考分数保证及退费

的承诺自动失效且不再适用。除享受乙方招生简章“优惠活动”部分所示优惠的情形外，甲方享受其他学费优惠、折扣（如复读政策等）或出现其他未按照整期学费标准全额缴费情形的，不适用本条关于联考分数保证及退费的约定。甲方适用本条规定应向乙方提出申请，并提供有效成绩查询结果，甲方自浙江省普通高校招生美术类省统考成绩发布之日起满 30 日未提出申请的，乙方不再退返壹万元人民币学费。”

报告期内，退费金额及占比情况如下：

单位：万元

退费项目	2020 年 1-9 月	占比 (%)	2019 年度	占比 (%)	2018 年度	占比 (%)	2017 年度	占比 (%)
试课退费	55.11	3.09	283.73	15.60	384.16	31.08	244.71	28.29
联考退费	-	-	204.00	11.21	50.00	4.05	32.00	3.70
疫情退费	668.32	37.51	-	-	-	-	-	-
请假退费	25.22	1.42	38.70	2.13	27.02	2.19	30.87	3.57
退学退费	1,032.98	57.98	1,292.87	71.06	774.70	62.68	557.49	64.44
合计	1,781.62	100.00	1,819.31	100.00	1,235.88	100.00	865.07	100.00

报告期内，针对试课退费、疫情退费、退学退费和请假退费的情形，公司扣除实际学习天数所产生的费用后按照约定予以退款，其中，按学员实际学习天数产生的费用以及按照约定不予退款的部分确认相应的收入，退还给学生的款项直接冲减预收款项；针对符合联考退费条件的学生，公司期末根据已获取的学员联考成绩信息及相关退费政策，计提相关退费金额并冲减当期收入，具体账务处理为：借：主营业务收入，贷：其他应付款。相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。”

二、保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、取得了报告期内公司公开发布的招生简章，并抽样与学员收费进行对比检查；
- 2、通过检查入学协议条款，结合发行人业务实际，与同行业公司收入政策对比，评价公司收入确认政策是否符合相关会计准则的要求；
- 3、取得报告期收入摊销台账，复核培训费收入摊销的准确性；

- 4、取得报告期内学员清单与收入台账进行对比，检查收入台账的完整性；
- 5、实地查看校区宿舍的设施情况，与公司提供的床位信息进行比对，评估校区的学生容量；
- 6、选取样本，检查与该笔销售相关的入学协议、学员基本信息情况表、收款记录和收据；
- 7、抽样对 2017 级-2020 级学生进行面函或电话访谈，与学生确认入学登记表等资料记录的关键信息；
- 8、了解行业环境和政策的变化，访谈公司管理层，了解公司应对的措施。

（二）核查意见

通过以上核查程序，保荐人和申报会计师认为：

- 1、报告期内，公司各期各个班型收费标准不一致，是由各个班型的师资力量和师生配比不同引起的，与公司的实际情况相符，并与公司各期的营业收入变动相匹配，具有合理性；
- 2、公司各个校区的净利润、毛利率不一致，主要是各个校区师资配置和硬件环境不一样所致，不同校区的自身条件不同，面临的机遇和挑战不一样，导致不同的校区有不同的发展，营业收入、净利润和毛利率有差异，但是都与各校区自身的数量、学生数量、师资力量、床位数量等硬性条件匹配，具有合理性；
- 3、学员入学报到时与公司签订入学协议并缴费，填写入学登记表，其中入学登记表上注明学生实际报到入学日期等信息，因此学员实际报到入学时间即为与公司约定的入学时间，不存在学生实际入学时间晚于一般入学约定时间的情况；
- 4、报告期内，公司的收费标准每期略有提高，在同一期中，不同班型的收费标准金额不同，校长班的收费标准最高，精品班次之，平行班的收费标准最低。不同班型收费标准不一致，同时实际课程天数也存在差异，造成不同班型的人均收入不一致，校长班最高，精品班居中，平行班最低，与各班型收费标准具有一致的变动趋势，具有合理性；
- 5、公司跟随政府政策的变化，及时调整选考文化课的课程安排，使得 2019 年的选考文化课培训时间较 2018 年有所减短，在人均收费基本不变的情况下，

2019 年选考单位课时收入较 2018 年增幅较大，具有合理性。

6、报告期内，公司逐渐提升了对高考文化课的重视，不断完善硬件设施和加大师资投入，2018 年 5 月，银湖校区投入使用，使得培训成本上升，同时，公司提高了教师的薪酬以回应其辛苦付出，在这种条件下，高考文化课班 2019 年单位课时收入较 2018 年大幅增加，具有合理性；

7、受新冠疫情的影响，行业整体大环境受到打击，公司在应对之余，积极回馈行业，提供自身的基础设施给处于困难中的画室使用，在提供配套服务的同时，按学员及教师人数收取一定的配套服务费，具有合理性；

8、受新冠疫情的影响，2020 届部分学生的培训遇到了困难，公司积极采取应对措施，一方面提供网络指导授课，另一方面在疫情受控之后，7 月中上旬校考前期间对部分愿意回校的学员进行面授指导，上述措施导致 2020 年 1-9 月长期班的培训周期变长，单位课时收入下降；同时，2020 年寒假班在新冠疫情后 1 月底离校，培训期间较以前年度缩短，2020 年暑假班比往年推迟一个月入学，故短期班 2020 年 1-9 月培训周期变短，单位课时收入上升较多。综上，发行人美术班长期班及短期班的培训周期变动方向不一致具有合理性；

9、报告期内，发行人退费主要系退学退费，退费均冲减当期收入或者预收；发行人关于退费情形的收入会计处理方式符合《企业会计准则》的规定，与同行业处理方式基本一致。

问题 7. 关于收入确认。审核问询回复显示，发行人在一定期间内以面授方式为学员提供美术培训及文化课培训服务，通常在学员报名时预收学费，并将收到的学费确认为合同负债；学员在发行人提供服务的同时即取得并消耗服务履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行的履约义务。发行人按与学员约定的培训服务期间，按月以直线法摊销确认培训费收入。

请保荐人、申报会计师对照新收入准则按某一时间段履行履约义务的三个条件，详细论证发行人收入确认方式的合规性。

回复：

一、新收入准则按某一时段履行履约义务的三个条件

根据 2017 年 7 月, 财政部发布的《企业会计准则第 14 号——收入》, 满足下列条件之一的, 属于在某一时段内履行履约义务; 否则, 属于在某一时点履行履约义务:

(1) 客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益;

(2) 客户能够控制公司履约过程中在建的商品;

(3) 公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途, 且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

二、详细论证发行人收入确认方式的合规性

发行人收入确认方式具体分析如下:

①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益;

根据公司与学员签订的培训协议, 该合同明确了双方与提供或接受培训服务相关的权利和义务及支付条款。该合同的履行将使得公司在支出职工薪酬、培训场地折旧摊销或租金等的同时获取学员的培训费收入。公司在培训协议中约定为学员提供培训服务, 培训协议会约定培训的期间, 公司在该培训期间内为学员提供一系列实质相同且转让模式相同的培训服务, 学员在本公司履约提供培训服务的同时取得并消耗公司履约所带来的经济利益, 属于在某一时段内履行履约义务, 同时采用按月以直线法摊销确认培训费收入, 收入确认方式符合公司的业务特点。

②客户能够控制公司履约过程中在建的商品;

学员在培训期间持续接受公司提供的培训服务, 对培训服务的成果如绘画技能拥有控制权, 学员能够在公司提供培训服务的过程中获得利益, 对于已接受的培训服务能实施控制, 故公司提供的培训服务属于在某一时段内履行履约义务, 应当在提供培训服务的期间内确认收入。

③公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途, 且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项;

公司在提供培训服务的过程中, 由于培训服务产出的成果只能提供给该特定学员, 出于实际可行性限制的考虑, 公司不能轻易地将其用于其他用途, 故公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途。此外, 根据培训协议, 学员在课程开始前通常已交清培训费, 且无论学员是否中途退学, 均可按照协议约定收回已

提供培训服务对应的培训费，即在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。故公司提供的培训服务属于在某一时段内履行履约义务，应当在提供培训服务的期间内确认收入。

综上，发行人的培训业务满足上述属于在某一时段内履行履约义务的三个条件，故其培训业务属于某一时段内履行履约义务，由于公司在与学员约定的培训服务期间内为学员提供一系列实质相同且转让模式相同的培训服务，故发行人按与学员约定的培训服务期间，按月以直线法摊销确认培训费收入，符合公司的业务特点以及新收入准则的要求。

问题 8. 关于发行人客户。审核问询回复显示，针对部分高考复读学员公司存在少量重复购买情况。报告期内，公司长期班学员复购人数分别为 172 人、367 人、436 人及 243 人，占当届长期班学员的人数比例分别为 4.51%、7.18%、8.59%及 7.99%。根据高考复读学员是否获得合格证或入校测试成绩高低，给予学费全免或 1-8 折优惠。

请发行人：

（1）结合发行人美术长期班学员各期录取率、高考成绩、院校招生人数等情况，说明长期班学员复读比例上升的原因及合理性；

（2）补充披露给予复读学院的学费折扣分布情况、各期的金额及占比，是否与发行人收费标准相符，相关内控制度是否完备、有效。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明或补充披露

（一）结合发行人美术长期班学员各期录取率、高考成绩、院校招生人数等情况，说明长期班学员复读比例上升的原因及合理性

学员通常自行通过官方渠道报名，无需向发行人报备，且一名考生通常报考多个院校或同一院校多个专业，因此无法统计美术长期班学员各期录取率和高考成绩。

报告期内，发行人长期班学员复读比例有所上升，主要原因如下：

1、美术艺考竞争愈发激烈，选择复读可能性较高

根据艾瑞咨询《2019 年中国美术教育培训行业研究报告》，2017、2018 年、2019 年参加美术联考的人数分别为 46.90 万人、51.60 万人、56.30 万人，报考人数逐年上升。与此同时，近年来各省逐步提高艺术类各专业高考文化课成绩录取控制分数线，各院校逐步提高文化课成绩要求。《教育部办公厅关于做好 2019 年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》（教学厅〔2018〕13 号）提出，“省级招生考试机构应因地制宜、分类划定、逐步提高艺术类各专业高考文化课成绩录取控制分数线。其中，艺术类本科专业高考文化课录取控制分数线，在未合并普通本科第二、三批次的省份，原则上不得低于本科第二批次录取控制分数线的 70%；在合并原普通本科第二、三批次的省份，原则上不得低于合并后第二批次录取控制分数线的 75%；在仅保留一个普通本科批次的省份，原则上不得低于合并后本科批次录取控制分数线的 75%”，更是加大了对文化课的考察力度。上述变化导致高考录取时文化课成绩权重增加，竞争更为激烈。受前述市场变化和政策变化影响，部分优秀的学员未能进入其理想学校的情况愈发常见，故选择复读的可能性较高。

2、发行人在学费折扣和师资配备方面加大了对复读生源的招生力度

对于复读考生，发行人制定了专门的复读生学费减免政策。对于原画室学员、拥有校考本科证、联考排名前 50%、文化课成绩在一定分数线以上等优质学员，减免学费，并根据其优质程度，如校考本科证全国前 50 名、联考排名前 25%等特别优质学员减免杂费及高考文化营冲刺费用。上述学费优惠政策，对发行人吸引优质复读生源，起到一定程度的促进作用。通常，复读学员因其美术专业基础较好，是近年来各大艺考培训机构抢夺的重要生源之一，发行人根据市场情况逐渐加大了复读学员的学费折扣力度。

此外，针对高复学员，发行人制定了专门的教研计划和教研方案。前期生源引入阶段，发行人对复读学员在美术基础、存在的问题等方面进行一对一专业指导，剖析学员存在问题，并量身定制复读课程。在培训期间，发行人开设专门的高复班，配有强有力的师资力量，制定并执行区别于应届生的教学方案和课程内

容，提升高复学员培训质量。经过近几年的教学实践，在高复学员培训方面，发行人已积累了丰富的教学管理经验，并建立了完整的课程体系。

综上，报告期内发行人美术长期班学员复读比例上升具有合理性。

（二）补充披露给予复读学员的学费折扣分布情况、各期的金额及占比，是否与发行人收费标准相符，相关内控制度是否完备、有效

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“（一）营业收入”之“7、复读学员情况分析”中补充披露如下：

“7、复读学员情况分析

（1）复读学员分布情况

报告期内，发行人各届次复读学员折扣分层对应的学费收入金额统计情况如下：

项目	2019 级			2018 级			2017 级		
	数量 (人)	收入金额 (万元)	金额 占比 (%)	数量 (人)	金额 (万元)	金额 占比 (%)	数量 (人)	金额 (万元)	金额 占比 (%)
1 折及以下	207	10.03	1.03	45	3.43	0.39	10	0.36	0.05
1-5 折(含 5 折)	580	443.03	45.31	483	352.11	40.53	118	139.96	19.23
5-8 折(含 8 折)	88	145.11	14.84	139	226.95	26.12	216	434.63	59.71
8 折以上	128	379.53	38.82	114	286.35	32.96	70	152.99	21.02
合计	1,003	977.70	100.00	781	868.84	100.00	414	727.94	100.00

高复学员享受的具体折扣主要受其自身资质及高考成绩影响，根据其是否获得合格证及入校测试成绩高低等综合判定。报告期内，发行人给与高复学员的折扣主要集中于 1-5 折（含 5 折）、5-8 折（含 8 折），与发行人招生简章中对外公布的 1-8 折优惠相匹配。

（2）与发行人收费标准匹配情况分析

报告期内，发行人各届次复读学员人均收入与收费标准（含税）对比情况如下：

单位：万元/人

项目	2019 级	2018 级	2017 级
1 折及以下	0.05	0.08	0.04
1-5 折（含 5 折）	0.76	0.73	1.19
5-8 折（含 8 折）	1.65	1.63	2.01
8 折以上	2.97	2.51	2.19
整体人均收入	0.97	1.11	1.76
发行人收费标准（含税）	4.68	3.98	3.98

注：收费标准以美术班校考培训一期完整的学费金额（不含生活费学杂费等）

近年来，公司为了吸引优质的高复学员生源，推出较大力度的打折，2019 级较 2018 级、2018 级较 2017 年新增较多 5 折以下的高复学员，由此导致高复学员的人均收入逐年下降。由于学员缴费金额及确认的收入金额受其实际在校时长影响，故单个学员人均收入差异较大。但整体而言，高复学员学费折扣分布情况基本与发行人收费标准相匹配，未见明显异常。

（3）发行人关于复读学员折扣的内控制度及执行情况

发行人对复读学员折扣具有严格的管理流程，具体如下：学员入学须进行入学测试，高复学员可出示上年联考或校考成绩，以及高考文化成绩，专业老师根据上年高考成绩和现场测试成绩综合考核其专业能力，以此给与该学员的具体折扣意见。其中，基础折扣在每年 4-5 月由管理层制定并在招生简章中对外公布；而结合现场测试成绩给与每个学员的具体折扣，由总务接待人员根据专业老师意见填写折扣申请单，并交由总务主管或总经理审批。5 折以上由总务主管签字审批，免学费至 5 折（含 5 折）范围内需由总经理签字审批。

经核查，发行人关于复读学员折扣的内控制度完备健全且有效执行。”

二、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取查阅报告期内发行人关于复读学员的招生简章；
- 2、就复读学员折扣情况对发行人相关负责人进行访谈，了解公司关于复读学员折扣相关的内控制度及执行情况；

3、对相关销售与收款循环进行穿行测试及控制测试，抽查部分复读学员入学登记表、入学协议、折扣审批单、银行水单，与招生简章、收入明细表等资料数据进行交叉比对，并着重查看相关折扣审批单中标注的折扣理由、审批人签字等情况，是否符合公司相关内控制度；

4、将复读学员折扣情况进行分层分析，并与发行人收费标准进行匹配分析。

（二）核查意见

通过以上核查程序，保荐人和申报会计师认为：

1、受美术艺考竞争愈发激烈、发行人在学费折扣和师资配备方面加大了对复读生源的优待力度等多重因素影响，报告期内发行人美术长期班学员复读比例上升具有合理性；

2、发行人给予复读学员的学费折扣符合公司招生简章，复读学员折扣分布情况与发行人收费标准相匹配，发行人关于复读学员学费折扣的内控制度完备健全且有效执行。

问题 9. 关于招生合作情况。审核问询回复显示，报告期内，公司与地方画室以及民办高中开展教学与招生合作，部分地方合作画室借助发行人的品牌扩展生源，发行人会向其提供教学指导，提高培训质量。发行人主营业务收入构成中，合作方推荐模式收入占比逐年上升。上述合作机构主要从事高一和高二在校生的美术培训，发行人向其提供教程管理协助和教学资源支持，允许合作机构使用发行人品牌相关的宣传内容。学员升入高三后，合作机构优先向公司推荐生源，该部分学员独立与公司签订入学协议。此外，发行人还与杭州艺侠客网络科技有限公司等机构开展招生服务与宣传推广合作，根据招生结算名单按每位学员应缴培训费的 25%支付招生服务费。

请发行人：

（1）补充披露合作方推荐模式收入占比逐年上升的原因；

（2）补充披露发行人向地方画室及民办高中提供的具体服务内容，各期向发行人推荐生源的数量、营业收入及占比情况，说明对方为发行人提供生源但

未获取报酬的原因及合理性，是否符合商业逻辑及行业惯例；

(3) 补充披露发行人采购的所有招生服务情况、具体合作模式，按机构披露各期生源的数量、营业收入及占比情况，是否与发行人各期招生服务费用相匹配；

(4) 分析说明部分画室借助发行人品牌拓展生源是否属于加盟模式；发行人与合作方之间，除教学指导及生源推荐外是否存在其他利益安排。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露或分析说明

(一) 补充披露合作方推荐模式收入占比逐年上升的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“(一) 营业收入”之“2、主营业务收入构成分析”之“(3) 主营业务收入按招生模式分析”中补充披露如下：

“近年来，凭借优异的培训成果、规范的办学模式和规模效应，发行人在业内树立了良好的品牌形象，在国内美术培训行业知名度不断提升，在相关地方画室及学员家长中口碑及声誉较好。与此同时，随着办学规模逐步扩张，发行人也积极开发优质生源，努力加大与各地地方画室的合作力度。故报告期内，合作方推荐模式收入占比逐年上升。”

(二) 补充披露发行人向地方画室及民办高中提供的具体服务内容，各期向发行人推荐生源的数量、营业收入及占比情况，说明对方为发行人提供生源但未获取报酬的原因及合理性，是否符合商业逻辑及行业惯例

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“(一) 营业收入”之“2、主营业务收入构成分析”之“(3) 主营业务收入按招生模式分析”中补充披露如下：

“报告期内，发行人向地方画室及民办高中提供的具体服务内容包括：①合作方在招生资料中可以根据情况披露其与发行人的合作关系，如“相关师资由老鹰画室提供”、“老鹰画室某地教学中心”、“老鹰画室入驻某画室”；②发行

人应合作方要求派遣教师参加授课，协助进行相关教程管理工作。

报告期内，地方画室及民办高中向发行人推荐生源的情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
推荐生源的数量（人）	1,065	975	516	123
对应的营业收入（万元）	1,401.20	1,427.05	331.46	56.42
占当期营业收入的比重	9.70%	4.97%	1.42%	0.33%

地方画室及民办高中在当地高一高二或联考招生时披露其与发行人的合作关系，发行人应其要求不定期派遣教师参加授课，协助其进行相关教程管理，地方画室及民办高中向发行人推荐高三或校考生源。于地方画室及民办高中而言，虽然其为发行人提供生源但未获取报酬，但受益于发行人良好的品牌形象及在国内美术培训行业的知名度，有助于其在当地开展招生工作，同时，与发行人的合作能够进一步提升其整体教研水平，有利于其进一步扩展市场。于发行人而言，一方面有利于发行人做到生源提前对接，无缝转化，另一方面也提升了发行人后续获取的生源质量，实现优秀生源与发行人共同成长的目标。因此，在此种合作模式下，地方画室及民办高中与发行人互惠共赢，符合商业逻辑及行业惯例，具有合理性。”

（三）补充披露发行人采购的所有招生服务情况、具体合作模式，按机构披露各期生源的数量、营业收入及占比情况，是否与发行人各期招生服务费用相匹配

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（五）期间费用情况”之“1、销售费用”之“（1）市场开拓费”中补充披露如下：

“报告期内，发行人采购所有招生服务对应的销售费用金额情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司 A	34.76	141.35	15.69	-
公司 B	23.69	60.20	-	-
公司 C	42.01	-	-	-
公司 D	35.22	-	-	-

公司 E	-	-	85.00	-
合计	135.68	201.55	100.69	-

上述服务主要包括招生服务费和宣传推广费两方面，具体情况如下为：

① 招生服务费

宣传推广公司通过宣传推广触达意向学员，并将接洽的学员信息给予发行人，由发行人跟进学员招生，在学员缴费并完成入学后，发行人按其引荐的学员收取的学费确认预收账款，按收取学费的一定比例支付给合作方招生服务费。宣传推广公司与发行人通常在学员入学后 1-2 个月内进行相关招生服务费的结算。针对这种模式，发行人支付给宣传推广公司服务费按照结算金额一次性计入当期销售费用。

报告期内，各机构推荐学员在各期确认的营业收入及占当期营业收入的比重情况如下：

单位：万元，%

公司名称	2020年1-9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
公司A	108.99	0.75	401.65	1.40	204.68	0.88	80.55	0.47
公司B	90.74	0.63	358.37	1.25	5.82	0.02	-	-
公司C	115.51	0.80	-	-	-	-	-	-
公司D	58.20	0.40	-	-	-	-	-	-
合计	373.44	2.58	760.02	2.64	210.50	0.90	80.55	0.47

由于招生服务费的结算基础系引荐学生预收的学费，而非当期确认的收入，因此，相关宣传推广公司各期推荐的生源数量、预收的学费金额及发生的招生服务费用匹配情况分析如下：

A、2020 年 1-9 月

公司名称	招生费 支付比例	数量 (人)	预收学费金额 (万元)	销售费用金额 (万元)
公司 A	**	17	99.31	34.76
公司 B	**	4	21.55	5.39
	**	35	146.39	18.30
公司 C	**	42	227.52	42.01

公司 D	**	20	128.06	35.22
合计		118	605.35	135.68

B、2019 年度

公司名称	招生费 支付比例	数量 (人)	预收学费金额 (万元)	销售费用金额 (万元)
公司 A	**	66	271.38	105.25
	**	39	161.05	36.10
公司 B	**	30	126.80	30.20
合计		135	559.23	171.55

C、2018 年度

公司名称	招生费 支付比例	数量 (人)	预收学费金额 (万元)	销售费用金额 (万元)
公司 A	**	24	86.42	15.69
合计		24	86.42	15.69

D、2017 年度

发行人未发生此类招生服务费。

由上述表格可知，除相关税费及零星结算优惠外，报告期内，相关宣传推广公司推荐生源情况与其各期发生的招生服务费用相匹配。

② 宣传推广费

宣传推广公司为发行人进行线上或者线下宣传推广，发行人支付相关宣传推广费。报告期内，相关宣传推广费明细如下：

公司名称	合作内容	合同期限	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司 B	线上推广，一次性 付费	2019.5.10- 2020.5.9	-	30.00	-	-
公司 E	品牌服务费全年 40 万元，品牌咨询 每场 5 万元	2018.1.1- 2018.12.31	-	-	85.00	-
小计			-	30.00	85.00	-

”

（四）分析说明部分画室借助发行人品牌拓展生源是否属于加盟模式；发行人与合作方之间，除教学指导及生源推荐外是否存在其他利益安排

发行人以加盟模式向衢州市达盛文化补习学校授权使用“老鹰画室”品牌，并根据招生人数向衢州市达盛文化补习学校收取相应的效益管理费，具体计算标准为 2,500.00 元/人*衢州项目招生数。

其他画室与发行人的合作模式系建立在“招生合作”背景之下的弱合作模式，主要体现在以下几方面：

1、在效益管理费方面：双方并未约定收取相关的效益管理费；

2、在品牌使用方面：各地方画室、民办高中对外宣传仍主要使用自己的品牌和字号，且其在发行人品牌加持之前已有一定的品牌知名度，仅在招生资料中使用“相关师资由老鹰画室提供”或“老鹰画室某地教学中心”、“老鹰画室入驻某画室”等表述，发行人品牌并不会覆盖原有字号和品牌；

3、在独立经营方面：各地方画室、民办高中在经营上具有完全的管理自主权，发行人仅提供部分教学指导和教程管理，不参与其经营管理。

因此，除衢州市达盛文化补习学校属于加盟模式外，其他画室借助发行人品牌拓展生源不属于加盟模式。

地方画室及民办高中在当地高一高二或联考招生时可以披露其与发行人的合作关系，发行人应其要求不定期派遣教师参加授课，协助其进行相关教程管理，而地方画室及民办高中向发行人推荐高三或校考生源且未获取相关报酬。上述合作模式互惠共赢，符合商业逻辑及行业惯例。发行人与上述合作方之间，除教学指导及生源推荐外不存在其他利益安排。

二、保荐人、发行人律师及申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师和申报会计师执行了如下核查程序：

1、访谈了发行人相关负责人，对合作机构选取、协议签订、关键条款制定等方面的内容进行了了解；

2、获取了报告期内发行人合作的地方画室及民办高中清单，抽取并查阅了

相关合作办学协议，并确认相关合作条款；

3、对重要地方画室和民办高中进行了实地走访和访谈，对合作背景、合作条款及模式、是否与发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方存在关联关系或其他利益安排等信息进行确认；

4、获取发行人报告期内签订的所有招生服务费协议，并抽查了相关费用的结算资料，包括计算依据、推广证明材料、相关发票及银行支付水单，并将招生服务费涉及的学员清单与学员名册、预收账款明细、收入明细等进行交叉核对；

5、对招生服务费涉及的所有宣传推广公司进行实地走访和访谈，对合作背景、合作条款及模式、报告期内结算明细等信息进行确认，并对相关结算明细进行函证确认。

6、获取发行人报告期内签订的所有宣传推广费协议，并查看线下推广活动对应的场次明细、推广照片、相关发票及银行支付水单。

（二）核查意见

通过以上核查程序，保荐人、发行人律师和申报会计师认为：

1、凭借良好的品牌形象及在国内美术培训行业知名度，以及发行人积极开发优质生源，努力加大与各地地方画室的合作力度等多重因素影响，报告期内，合作方推荐模式收入占比逐年上升。

2、地方画室及民办高中在当地高一、高二或联考招生时可以披露其与发行人的合作关系，发行人应其要求不定期派遣教师参加授课，协助其进行相关教程管理，而地方画室及民办高中向发行人推荐高三或校考生源且未获取相关报酬。上述合作模式互惠共赢，符合商业逻辑及行业惯例。

3、发行人采购所有的招生服务包括招生服务费和宣传推广费，报告期内，相关宣传推广公司推荐生源情况与其各期发生的招生服务费用相匹配。

4、除衢州市达盛文化补习学校属于加盟模式外，其他画室借助发行人品牌拓展生源不属于加盟模式；发行人与合作方之间，除教学指导及生源推荐外不存在其他利益安排。

问题 10. 关于主营业务成本。审核问询回复显示：

（1）公司主营业务成本主要包括人工成本、与教学场所相关的固定资产、无形资产和长期待摊费用的折旧摊销或相关房租；自有食堂的食材成本及配餐食堂的餐费。报告期内，上述三大类成本占主营业务成本的比例分别为 89.51%、89.90%、92.02%及 92.74%。此外，还包括水电能源费、生活用品及教学用品等。

（2）公司教师薪酬主要包括基本工资、课时费及津贴，其中，课时费为教师薪酬的主要组成部分。教师人数包含专职教师、兼职教师和实习助教。

（3）2017-2019 年度房租总额逐年增加，主要系 2018 年新增成都校区和义乌校区扩张租入新场地，相应新增的房屋租金支出。2019 年随着租金水平上涨，发行人的房租总额有所增长。

请发行人：

（1）补充披露各期专职教师、兼职教师和实习助教数量、薪资水平及具体构成，相关课时费及津贴的计算方式，结合报告期内各期各类人员的薪酬水平及人员变动情况，补充披露发行人职工薪酬水平的合理性，是否与同行业及当地平均水平存在差异；

（2）发行人管理人员是否参与教职工作，如是，请说明相关费用成本的归集方式；

（3）量化分析 2020 年 1-9 月教师的平均工资水平下降的原因及合理性；

（4）结合同期同地区租金的市场价格，说明发行人承租场地租金的价格公允性，2019 年单位租金价格涨幅较大的原因；

（5）结合自有食堂的食材成本、配餐食堂的餐费的标准及其变动情况，说明是否与各期参培学员数量相匹配；补充披露 2019 年食材及餐费、水电能源费以及生活用品及教学用品支出出现不同程度下滑的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露或说明

（一）补充披露各期专职教师、兼职教师和实习助教数量、薪资水平及具体构成，相关课时费及津贴的计算方式，结合报告期内各期各类人员的薪酬水平及人员变动情况，补充披露发行人职工薪酬水平的合理性，是否与同行业及当地平均水平存在差异

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本”之“2、主营业务成本构成分析”之“（2）主营业务成本按性质构成分类”之“①人工成本”中补充披露如下：

“报告期内，教师课时费的计算方式为：单位课时工资*该年度教师上课课时数量；津贴为给予专职教师的生活费补贴，标准为 500 元~600 元每人每月。

报告期内，专职教师、兼职教师和实习助教薪资具体构成及薪资水平情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
专职教师				
基本工资（万元）	2,083.96	3,420.38	2,719.15	1,985.03
课时费及津贴（万元）	1,526.49	2,059.41	1,821.92	1,398.34
社会保险及公积金（万元）	429.34	1,028.76	907.14	590.01
福利费及其他（万元）	-	74.56	106.84	66.72
小计	4,039.79	6,583.11	5,555.06	4,040.10
教师课时数量（万课时）	8.84	16.54	14.79	9.88
月平均人数（人）	329	368	309	211
月平均薪酬（万元/人）	1.02	1.49	1.50	1.60
单位课时工资（元/人/课时）	172.62	124.54	123.22	141.52
兼职教师				
基本工资（万元）	44.37	99.18	53.46	23.57
月平均人数（人）	4	5	3	3
月平均薪酬（万元/人）	1.23	1.65	1.48	0.65
实习助教				
基本工资（万元）	2.91	9.88	8.66	16.96
课时工资（万元）	98.30	292.93	336.45	188.91
小计	101.22	302.80	345.11	205.87
助教课时数量（万课时）	0.49	1.86	2.36	1.33
月平均人数（人）	13	46	54	35
月平均薪酬（万元/人）	0.87	0.55	0.53	0.49

单位课时工资(元/人/课时)	200.59	157.28	142.44	141.74
----------------	--------	--------	--------	--------

注：部分实习助教在当年由实习助教转正为专职教师，此种情况各算一人。

报告期内，专职教师变动情况如下：

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
当期教师离职人数	131	89	33	47
期初教师人数	369	335	202	208
教师离职率	35.50%	26.57%	16.34%	22.60%

注1：教师离职人数为当期期初教师在当期离职的人数；当期期初人数为当年1月在职人数。

注2：离职率=教师离职人数/教师当期期初人数。

公司专职教师薪资主要由基本工资、课时费及津贴、社保及公积金和福利费组成，其中部分资深教师采用年薪制；公司兼职教师薪资由基本工资组成；公司实习助教有基本工资和课时工资组成。

A、专职教师薪酬：

(a) 2018年专职教师月平均薪酬、单位课时工资较2017下降，主要原因是2018年自建银湖校区达到预定可使用状态，公司出于未来储备师资的考虑及业务规模扩大的合理预期，大量招聘专职教师。新入职教师单位课时工资较低，导致薪酬较低，从而拉低专职教师整体的月平均薪酬和单位课时工资，具有合理性。

(b) 2019年专职教师月平均薪酬、单位课时工资较2018年变动基本平稳。

(c) 2020年1-9月专职教师单位课时工资上升，但是月平均薪酬下降，主要原因是公司为充分发挥教师教学积极性，公司降低了基本工资在整体薪酬体系的比例，提高了课时工资在整体薪酬体系的比例；同时，受新冠疫情影响，教师面授上课课时减少，教师课时工资减少，故2020年1-9月专职教师月平均薪酬下降，具有合理性。

B、兼职教师薪酬：

(a) 公司兼职教师2018年月平均薪酬较2017年上升明显，主要原因是2018年公司着力推动文化课发展，提高了文化课兼职教师薪酬水平，具有合理性。

(b) 公司兼职教师2019年月平均薪酬较2018年变动基本平稳。

(c) 公司兼职教师2020年1-9月平均薪酬较2019年下降，主要原因是教师薪酬较高的文化课小班在2020年1-9月未开课，故2020年1-9月文化课教师薪酬较低，造成了2020年1-9月兼职教师月平均薪酬较低，具有合理性。

C、实习助教薪酬：

(a) 2017 年至 2019 年公司实习助教月平均薪酬波动，主要原因是公司实习助教人员流动性较大，公司依据助教个人专业水平给予相应薪酬。

(b) 2020 年 1-9 月公司实习助教较 2019 年月平均薪酬上升较多，主要原因是受新冠疫情影响，公司考虑业务发展，为吸引更多水平较高专业助教教师，提高了实习助教的单位课时工资，具有合理性。

综上，公司专职教师月平均薪酬波动主要受专职教师人员变动和公司优化专职教师薪酬体系影响，具有合理性；公司兼职教师与平均薪酬波动主要受公司文化课业务发展预期影响，具有合理性；公司实习助教月平均薪酬波动主要受实习助教人员流动影响，具有合理性。

报告期内，公司教师与同行业教师平均薪酬对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月薪酬	2019 年年薪	2018 年年薪	2017 年年薪
中公教育	未披露	未披露	未披露	11.57
东方时尚	未披露	未披露	未披露	未披露
龙门教育	未披露	未披露	10.39	9.21
传智播客	未披露	未披露	21.73	21.17
昂立教育	未披露	未披露	未披露	未披露
均值	\	\	16.06	13.98
发行人	12.20	17.08	16.63	17.64

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

由上表可见，在可比期间内，公司教师薪酬比同行业公司教师平均薪酬略高。

报告期内，公司各地区教师与同地区人员平均薪酬对比如下：

A、2017 年

地区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭州	179,122.40	66,233.00
深圳	146,633.40	59,297.00
温州	134,339.47	44,866.00
义乌	183,222.73	54,673.00

B、2018 年

地区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭州	157,617.01	73,678.00

深圳	133,633.88	63,635.00
温州	113,122.52	48,588.00
义乌	133,835.62	71,189.00
成都	131,414.23	71,300.00

C、2019 年

地区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭州	159,432.57	82,009.00
深圳	152,748.14	70,233.00
温州	187,871.06	54,836.00
义乌	139,182.20	65,871.00
成都	138,251.87	77,892.00

[注]杭州地区平均薪酬数据取自杭州市人力资源和社会保障局发布的《关于发布 2017 年杭州市区全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2018 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2019 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》中的杭州市全社会单位在岗职工年平均工资；

深圳地区平均薪酬数据取自深圳市统计局发布的《2017 年深圳市城镇单位从业人员年平均工资数据公报》、《2018 年深圳市城镇单位就业人员年平均工资数据公报》、《2019 年深圳市城镇单位就业人员年平均工资数据公报》中的深圳市城镇私营单位就业人员年平均工资；

温州地区平均薪酬数据取自温州市统计局发布的《2017 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2018 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2019 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》中的温州市私营单位就业人员年平均工资；

义乌地区平均薪酬数据取自金华市统计局发布的《2017 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2018 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2019 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》中的金华市全社会单位就业人员年平均工资；

成都地区平均薪酬数据取自成都市统计局发布的《成都市统计局关于 2018 年全市城镇全部单位就业人员平均工资的公告》、《成都市统计局关于 2019 年全市城镇全部单位就业人员平均工资的公告》中的成都市城镇全部单位就业人员平均工资。

由上表可见，报告期内，公司在当地属经营情况较好的企业；同时，公司为教师提供了有竞争力的薪酬，故公司教师薪酬均高于同地区人员薪酬。”

（二）发行人管理人员是否参与教职工作，如是，请说明相关费用成本的归集方式

发行人主要管理人员名单如下：

序号	姓名	职位
1	应伟明	董事长
2	陈萌	董事、总经理
3	张文龙	董事、副总经理
4	徐银	董事
5	戴文涛	独立董事

6	张立民	独立董事
7	夏立安	独立董事
8	徐国华	监事会主席
9	应良煜	监事
10	李盼磊	职工代表监事
11	孔金龙	副总经理
12	蒋铭科	副总经理
13	孙立堂	副总经理
14	方砂砂	副总经理
15	张玲丽	财务总监
16	夏亚芳	副总经理、董事会秘书

上述管理人员中，应伟明、陈萌、张文龙、蒋铭科、孙立堂和方砂砂仅参与教学指导工作，未直接参与学员日常教学工作，其他人员亦均未参与教学工作。上述人员薪酬，均在管理费用科目归集、核算。

（三）量化分析 2020 年 1-9 月教师的平均工资水平下降的原因及合理性

2020 年 1-9 月和 2019 年度教师薪酬情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2020 年 1-9 月较 2019 年变动
整体教师薪酬			
平均薪酬（万元/人）	12.10	16.49	-26.62%
专职教师			
薪酬总额（万元）	4,039.79	6,583.11	
月均人均薪酬（万元/人/月）	1.03	1.49	-30.73%
基本工资（万元）	2,083.96	3,420.38	
月平均人数（人）	329	368	-10.60%
人均月平均基本工资（万元/人/月）	0.70	0.77	-9.13%
教师课时数量（万课时）	8.84	16.54	
月均课时数量（万课时/月）	0.98	1.38	-28.74%
兼职教师			
薪酬总额（万元）	44.37	99.18	
月均人均薪酬（万元/人/月）	1.23	1.65	-25.44%
实习助教			
薪酬总额（万元）	101.22	302.80	
月均人均薪酬（万元/人/月）	0.87	0.55	57.70%

2020 年 1-9 月整体教师的平均工资相较 2019 年度下降 26.62%，主要系专职教师平均薪酬下降 30.73%所致，具体受两方面因素影响：

（1）2020 年 1-9 月人均月平均基本工资较 2019 年度下降 9.13%，主要系为充分发挥教师教学积极性，公司进行了薪酬结构调整，降低了基本工资在整体薪酬体系的比例，提高了课时工资在整体薪酬体系的比例；

（2）2020 年 1-9 月的月均课时数量较 2018 年度下降 28.74%，主要系受新冠疫情影响，教师面授上课课时减少，教师月均课时数量减少，因此课时工资整体减少较多。

兼职教师和实习助教的薪资总额占公司整体薪酬的比例较小，对整体教师的平均工资影响较小。

综上，发行人 2020 年 1-9 月教师月平均工资较 2019 年降低，主要受专职教师人均基本工资下降、课时数量减少两方面因素影响，具有合理性。

（四）结合合同同地区租金的市场价格，说明发行人承租场地租金的价格公允性，2019 年单位租金价格涨幅较大的原因

1、2019 年单位租金价格涨幅较大的原因

各校区 2019 年租金较 2018 年变动情况如下：

项目	2019 年				2018 年
	租金较 2018 年变动金额（万元）	占总变动额的比例（%）	单位面积租金（元/㎡）	单位面积租金较 2018 年变动比例（%）	单位面积租金（元/㎡）
富阳校区	-60.68	-39.66	211.99	33.78	140.38
象山校区	18.15	11.86	582.01	5.10	552.34
义乌校区	126.08	82.41	367.06	38.55	225.55
温州校区	47.76	31.21	264.60	32.06	179.76
深圳校区	19.41	12.69	347.33	12.42	304.19
成都校区	35.70	23.33	385.62	19.87	309.01
转塘校区	-68.42	-44.72	-	-	91.23
银湖校区	35.00	22.88	394.74	57.78	166.67
小计	153.00	100.00	333.01	36.26	212.28

注：银湖校区租金系员工宿舍租金，2020 年 9 月底已不再租赁。

由上表可见，公司 2019 年租金总成本较 2018 年上涨 153 万元，2019 年单位面积租金成本较 2018 年上升 36.26%，每平方米租金成本上升了 120.74 元。

公司 2019 年单位面积租金上升主要的校区是义乌校区、富阳校区、温州校区、成都校区和深圳校区。分别说明如下：

(1) 义乌校区

项目	2019 年度	2018 年度
租金总额（万元）	327.04	200.96
租赁总面积（m ² ）	8,909.54	8,909.54
单位面积租金（万元/m ² ）	367.06	225.55
租金总月数（月）	24	16

义乌校区 2019 年单位面积租金较 2018 年上升主要原因是：2018 年义乌校区开始打造精品校区，自 2018 年 9 月起开始租赁位于义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼场地，2018 年仅计入了该场地 4 个月房租，2019 年计入了该场地整年房租，故 2019 年单位面积租金较 2018 年涨幅较大，具有合理性。

(2) 富阳校区

项目	2019 年度	2018 年度
租金总额（万元）	319.06	379.73
租赁总面积（m ² ）	15,050.50	27,050.50
单位面积租金（万元/m ² ）	211.99	140.38
剔除操场影响后：		
租金总额（万元）	319.06	323.73
租赁总面积（m ² ）	15,050.50	15,050.50
单位面积租金（万元/m ² ）	211.99	215.10

富阳校区 2019 年单位面积租金较 2018 年上升主要原因是：2018 年富阳校区为丰富学员课余生活以 59 万元总价租入了面积 12,000 平方米操场，租入的单位面积租金较低，从而拉低了 2018 年度富阳校区整体的单位面积租金。由上表可见，剔除操场租金的影响后，富阳校区单位面积租金基本平稳，故 2019 年单位面积租金较 2018 年涨幅较大，具有合理性。

(3) 温州校区

项目	2019 年度	2018 年度
租金总额（万元）	148.95	101.19
租赁总面积（m ² ）	5,629.09	5,629.09
单位面积租金（万元/m ² ）	264.60	179.76

[注]相关租金标准如下:

第一年至第二年:亩产税收 30 万元(每 1000 平方米建筑面积计算为 1 亩,下同),月租金以政府指导价(28 元/每平方米,三年为政府指导价评估期,下同)的 60%收取,每超 10 万元,租金下浮 3 个百分点;亩产税收低于 30 万元,租金以政府指导价的 60%收取。

第三年:亩产税收 30 万元,月租金以政府指导价 28 元/平方米的 60%收取,每超 10 万元,租金下浮 3 个百分点;亩产税收低于 30 万元,租金上浮 5 个百分点,上限为 80%。

第四年:亩产税收 40 万元,月租金以政府指导价的 60%收取,每超 10 万元,租金下浮 3 个百分点;亩产税收低于 40 万元,每低 5 万元,租金上浮 5 个百分点,上限为 80%。

第五年:亩产税收 50 万元,月租金以政府指导价的 60%收取,每超 10 万元,租金下浮 3 个百分点;亩产税收低于 50 万元,每低 5 万元,租金上浮 5 个百分点,上限为 80%。

第六至第十年:亩产税收 60 万元,月租金以政府指导价的 60%收取,每超 10 万元,租金下浮 3 个百分点;亩产税收低于 60 万元,每低 5 万元,租金上浮 5 个百分点,上限为 90%。

第十一年至租赁期满为止:亩产税收 70 万元,月租金以政府指导价的 60%收取,每超 10 万元,租金下浮 3 个百分点;亩产税收低于 70 万元,每低 5 万元,租金上浮 5 个百分点,上限为 100%。

温州校区培训场地的出租方温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司为温州市瓯海区属国资企业,其与温州老鹰签订的租赁协议为温州市大学科技园启动区经营单位入驻标准协议,相应的租金支付水平与亩产税收贡献挂钩,参照政府指导价确定。温州老鹰系 2017 年 3 月成立,成立时间较短,2019 年未达到协议约定亩产税收标准,根据协议条款租金需上浮,故单位面积租金涨幅较大,具有合理性。

(4) 成都校区

项目	2019 年度	2018 年度
租金总额(万元)	179.70	144.00
租赁总面积(m ²)	4,660.00	4,660.00
单位面积租金(万元/m ²)	385.62	309.01

根据租赁协议,成都校区教育场地免租期三个月后第一年租金为 180 万元,以后每年年租金总额递增 2%,导致 2019 年单位面积租金较 2018 年增加 19.87%,故单位面积租金涨幅较大,具有合理性。

(5) 深圳校区

项目	2019 年度	2018 年度
租金总额(万元)	156.30	136.89
租赁总面积(m ²)	4,500.00	4,500.00
单位面积租金(万元/m ²)	347.33	304.19

根据租赁协议,深圳校区场地租金每年递增 15%,剔除税费影响后,深圳老鹰 2019 年度单位面积租金较 2018 年增长 12%左右,故单位面积租金涨幅较大,具有合理性。

综上，公司 2019 年单位面积租金上涨主要系义乌校区打造精品校区新租赁校区，同时温州、成都和深圳校区租金根据租赁协议逐年上涨所致，具有合理性。

2、租金水平的合理性

由于以前年度同期同地方租金价格无公开数据，故以目前公开途径可查询的信息进行对比说明，如下：

（1）富阳校区

报告期内，发行人曾向杭州富阳旅游学校租赁位于浙江省杭州市富阳区银湖街道金桥北路有关房产，用于美术培训场地。发行人于 2020 年 5 月 31 日终止租赁杭州富阳旅游学校房产，并于 2020 年 6 月搬迁至场口新建校区。杭州富阳旅游学校相关房产具体情况如下：

序号	出租方	房屋坐落	面积（m ² ）	租赁价格	折算租金水平
1	杭州富阳旅游学校	杭州市富阳区银湖街道金桥北路	15,050.50	主校区 2015 年 7 月至 2017 年 7 月的租金为 1,700,000 元/年，之后为 1,870,000 元/年，其他房屋 1,065,000 元/年。	0.60 元/m ² /天

杭州富阳旅游学校位于浙江省杭州市富阳区银湖街道金桥北路，从安居客、58 同城等网站上搜索的周边房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积（m ² ）	租金水平
1	九龙仓世纪华府	浙江省杭州市富阳区迎宾北路 188 号	120.00	0.92 元/m ² /天
2	水稻所赵家墩	杭州市西湖区科海路 188 号	120.00	0.61 元/m ² /天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

由上表可知，发行人承租的杭州富阳旅游学校租金水平低于周边九龙仓世纪华府，与水稻所赵家墩接近。主要由于九龙仓世纪华府物业房龄较新且属于商业性质，而杭州富阳旅游学校房产主要用于教学培训及学员宿舍，房龄和设施相对较旧。考虑到上述差异因素，发行人租赁杭州富阳旅游学校的租金水平符合当地市场行情，租赁价格公允。

（2）象山校区

发行人子公司杭州艺术租赁位于杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢的五处房产，用作美术培训场地。具体情况如下：

具体情况如下：

序号	出租方	房屋坐落	面积 (m ²)	租赁价格	折算租金水平
1	凌莉	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13	412.27	820,000 元/年, 以后每 3 年递增 10%	5.45 元/m ² /天
2	俞亚芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A11 二楼	170.13	120,000 元/年, 每三年递增 10%	1.93 元/m ² /天
3	应伟明	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢三楼	1,460.00	700,000 元/年	1.32 元/m ² /天
4	朱秋芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢八楼	1,460.00	726,000 元/年	1.37 元/m ² /天
5	王根青	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢九楼	1,455.00	830,000 元/年	1.56 元/m ² /天

杭州市西湖区美院南街 89 号所属区域为西湖区转塘街道, 从安居客、58 同城等网站上搜索的周边可比房屋租金价格如下:

序号	物业名称	位置	面积	租金水平
1	转塘美院大美创意园	转塘镇留泗路东山里 22 号	810 m ²	1.7 元/m ² /天
2	转塘美院大美创意园	转塘镇留泗路东山里 22 号	1,180 m ²	1.9 元/m ² /天
3	浙恒科技园	杭州市西湖区转塘科技经济园区 7 号	200 m ²	1.33 元/m ² /天
4	浙恒科技园	杭州市西湖区转塘科技经济园区 7 号	96 m ²	1.2 元/m ² /天
5	之江凤凰国际创意园区	杭州市西湖区创意路与镇南路交叉口东南 100 米	127 m ²	1.6 元/m ² /天
6	中环国际大厦	杭州市西湖区转塘街道美院南路 89 号中环国际大厦 3 号楼三楼整层	860.46 m ²	1.7 元/m ² /天
7	普民大厦	杭州市西湖区转塘镇枫桦西路 1 号	3,000 m ²	1 元/m ² /天

查询时间: 2020 年 8 月 4 日

由上表可知, 杭州艺术向俞亚芳、应伟明、朱秋芳、王根青租赁的位于杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A11 二楼、三、八、九楼的房产, 与周边可比房屋的租金水平基本接近。杭州艺术向凌莉租赁的位于杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13 房产, 其租金水平高于上述周边可比房屋租赁价格, 主要是综合考虑其商圈、房龄、楼层、面积、租赁期等因素, 由于该物业位置临街, 物业商业价值相对较高, 故其租赁价格较高。

(3) 义乌校区

发行人子公司义乌老鹰向金莉莉租赁位于义乌市义东路星城广场的房产用作美术培训场地, 具体情况如下:

序号	出租方	房屋坐落	面积 (m ²)	租赁价格	折算租金水平
1	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼	3,473.98	自 2018.9.10-2019.12.31 的租金为 1688798 元；自 2020.1.1-2020.12.31 的租金为 1652362 元，以后每年递增 3%	1.3 元/m ² /天
2	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座三楼、四楼	5,435.56	自 2019.1.1-2019.12.31 的租金为 1764999 元，以后每年递增 3%	0.92 元/m ² /天

义乌市义东路星城广场 B 座位于义乌市，从 58 同城网站上搜索的周边可比房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积	租金水平
1	曙光国际大厦	稠城国际商贸城曙光国际大厦（商城大道）	442 m ²	1.55 元/m ² /天
2	万达广场	金华市义乌市稠江万达广场（义乌店）	200 m ²	1.3 元/m ² /天
3	福田银座	稠城工人北路	280 m ²	1.5 元/m ² /天
4	曙光国际大厦	稠城国际商贸城曙光国际大厦（商城大道）	280 m ²	1.31 元/m ² /天
5	新城吾悦广场宾王广场	金华市义乌市宾王广场 A 座	230 m ²	0.81 元/m ² /天
6	城市风景	金华市义乌市宾王路 508 号	260 m ²	0.76 元/m ² /天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

由上表可知，发行人子公司义乌老鹰租赁东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼的租金为 1.30 元/m²/天左右，与周边房产的租金水平基本接近。义乌老鹰租赁星城广场 B 座三楼、四楼主要用于学员宿舍，而非用于商务办公，并且与可比房屋相比，其商圈热度相对较低，由此该物业的租金水平略低于周边房屋的租金水平。整体而言，发行人向金莉莉租赁的房产参考市场定价，符合当地市场的租赁水平，租赁价格公允。

（4）温州校区

发行人子公司温州老鹰向温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司租赁位于温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号的房产用作美术培训场地，具体情况如下：

出租方	房屋坐落	面积 (m ²)	租赁价格	折算租金水平
温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号	5,629.09	注	-

注：第一年至第二年：亩产税收 30 万元（每 1000 平方米建筑面积计算为 1 亩，下同），月租金以政府指导价（28 元/每平方米，三年为政府指导价评估期，下同）的 60%收取，每超 10 万元，

租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 30 万元，租金以政府指导价的 60%收取。

第三年：亩产税收 30 万元，月租金以政府指导价 28 元/平方米的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 30 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 80%。

第四年：亩产税收 40 万元，月租金以政府指导价的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 40 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 80%。

第五年：亩产税收 50 万元，月租金以政府指导价的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 50 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 80%。

第六至第十年：亩产税收 60 万元，月租金以政府指导价的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 60 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 90%。

第十一年至租赁期满为止：亩产税收 70 万元，月租金以政府指导价的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 70 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 100%。

温州老鹰培训场地的出租方温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司为温州市瓯海区属国资企业，其与温州老鹰签订的租赁协议为温州市大学科技园启动区经营单位入驻标准协议，相应的租金支付水平与亩产税收贡献挂钩，参照政府指导价确定，租赁价格公允。

(5) 深圳校区

发行人子公司深圳老鹰向深圳欢乐海湾度假区有限公司租赁位于深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋的房产用作美术培训场地，具体情况如下：

承租方	出租方	房屋坐落	面积 (m ²)	租赁价格	折算租金水平
深圳老鹰	深圳欢乐海湾度假区有限公司	深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋	4,500.00	第一年月租金 81800 元，以后每年递增 15%	0.92 元/m ² /天

大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋位于深圳市大鹏新区大鹏街道，从 58 同城、百姓网等网站上搜索的周边可比房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积	租金水平
1	钱江艺术中心	深圳市龙岗区大鹏新区大鹏街道钱江艺术中心	10,000 m ²	1.13 元/m ² /天
2	知己工业园	深圳市龙岗区金业大道 92 号	88,000 m ²	0.97 元/m ² /天
3	联创科技园	深圳市龙岗区大鹏新区布澜路联创科技园	188 m ²	1.3 元/m ² /天
4	盐田国际创意港	深圳市盐田区沙头角	2,000 m ²	0.8 元/m ² /天
5	坪山投资大厦	坪山深汕公路 246 号	200 m ²	0.83 元/m ² /天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

深圳老鹰支付的房屋租金换算后为 0.92 元/m²/天，略低于钱江艺术中心，与知己工业园相当，主要原因是欢乐海湾度假区 I 栋属于工业用途，经政府同意后用于培训服务用途，因此租金与周边工业厂房相当，低于商业房产，租赁价格公

允。

(6) 成都校区

发行人孙公司成都老鹰向四川文翔酒店管理有限公司租赁位于成都市成华区崔家店路 538 号的房产用作美术培训场地，具体情况如下：

承租方	出租方	房屋坐落	面积 (m ²)	租赁价格	折算租金水平
成都老鹰	四川文翔酒店管理有限公司	成都市成华区崔家店路 538 号	4,660.00	免租期后第一年租金为 180 万元，以后每年递增 2%	1.03 元/m ² /天

成都老鹰租赁的房屋位于成都市成华区，从 58 同城、百姓网等网站上搜索的周边可比房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积	租金水平
1	鲁能大厦	成华区槐树店二路 128 号	1000 m ²	1.67 元/m ² /天
2	协信中心	成华区府青路 2 段 25 号	685 m ²	1.8 元/m ² /天
3	长宝大厦	成华区龙潭寺航天路 2 号	1000 m ²	1 元/m ² /天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

成都老鹰租赁的房屋租金换算后为 1.03 元/m²/天，高于长宝大厦租金，低于鲁能大厦和协信中心租金，主要原因是成都老鹰租赁的物业位于成都理工大学校区内，为校办工厂旧址，房产为工业用地性质，但已被政府允许发展第三产业，因此租金价格介于普通厂房和标准商办楼之间，处于合理水平，租赁价格公允。

(7) 转塘校区

报告期内，发行人曾租赁杭州市西湖区双浦镇仁桥村一处房产用于转塘校区美术培训及住宿，租赁浙江工业大学之江校区内场地用于美术培训及住宿，租赁杭州富阳旅游学校场地用于富阳校区美术培训及住宿。具体如下：

承租方	出租方	房屋坐落	面积 (m ²)	租赁价格	租赁起止期限
杭州艺术	杭州欣影文化创意有限公司	浙江工业大学之江校区内	3,000.00	598,900 元/租赁期	2017.09.01-2018.03.10
杭州艺术	杭州华成灵山贸易有限公司	杭州市西湖区双浦镇仁桥村	4,500.00	720,000 元/年（每年上浮 5%）	2015.03.01-2018.02.28

老鹰股份	杭州富阳旅游学校	杭州市富阳区银湖街道金桥北路	15,050.50	[注]	2015.07.01-
------	----------	----------------	-----------	-----	-------------

注:主校区 2015 年 7 月至 2017 年 7 月的租金为 1,700,000.00 元/年,之后为 1,870,000 元/年,其他房屋 1,065,000 元/年。

浙江工业大学校内场地、双浦镇仁桥村房产周边目前无可供比较的房屋出租。上述房产参考当时周边市场定价,具有合理性。

综上,发行人及其子公司所租赁房屋的租金,参考当地市场水平或园区标准定价,由双方协商一致确认,报告期内根据租赁协议约定平稳增长,符合当地租赁市场行情,租金价格公允。

(五) 结合自有食堂的食材成本、配餐食堂的餐费的标准及其变动情况,说明是否与各期参培学员数量相匹配;补充披露 2019 年食材及餐费、水电能源费以及生活用品及教学用品支出出现不同程度下滑的原因及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“(二) 营业成本”之“2、主营业务成本构成分析”之“(2) 主营业务成本按性质构成分类”之“③食材/餐费”中补充披露如下:

“报告期内,自有食堂成本、配餐食堂餐费标准、变动情况和与参培学员数量匹配情况如下:

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
自有食堂的食材成本(万元)	535.55	1,082.61	1,067.04	684.11
自有食堂校区就餐学员总人次(人)	297,781	735,122	775,900	598,722
自有食堂校区就餐职工总人次(人)	108,819	162,347	160,395	122,656
自有食堂人均每日食材成本(元/人)	13.17	12.06	11.40	9.48
自有食堂校区月平均在校人数(人)	1,864	2,751	2,782	2,074
配餐食堂的餐费成本(万元)	131.57	288.10	185.75	151.40
配餐食堂校区就餐学员总人次(人)	38,958	100,759	72,186	61,563
配餐食堂校区就餐职工总人次(人)	10,517	22,073	9,877	7,472
配餐食堂人均每日餐费成本(元/人)	26.59	23.45	22.63	21.93

配餐食堂校区月平均 在校人数(人)	362	774	613	509
----------------------	-----	-----	-----	-----

注：就餐学员总人次、就餐职工总人次为每天在校用餐人数合计数。

由上表可见，自有食堂的食材成本、配餐食堂的餐费成本与对应校区月平均在校学员人数变动趋势基本一致。其中：

A、2019 年自有食堂的食材成本上升，但 2019 年自有食堂校区月平均在校人数下降，主要原因是公司自建银湖校区 2018 年 5 月底达到预定可使用状态，公司自新校区投入使用起持续提高学员及职工用餐水平；同时，食材价格逐步上升，导致 2019 年自有食堂人均每日食材成本由 11.40 元/人上升至 12.06 元/人所致；

B、2020 年 1-9 月自有食堂的食材成本和配餐食堂的餐费成本下降，主要原因是受新冠疫情影响，学员及职工在校用餐天数减少所致；

C、2020 年 1-9 月自有食堂人均每日餐费成本上升，主要原因是 2020 年 6 月公司自建的场口校区达到预定可使用状态，公司持续提高学员用餐水平；同时，猪肉、大米等食材价格上升，导致 2020 年 1-9 月自有食堂人均食材成本上升。

D、2020 年 1-9 月配餐食堂人均每日餐费成本上升较快，主要原因是义乌校区着力打造精品校区，将学员和职工的配餐标准由 2019 年的 700 元/人/月提高至 900 元/人/月所致；

综上，自有食堂的食材成本、配餐食堂的餐费变动与学员数量变动情况基本匹配。”

2、补充披露 2019 年食材及餐费、水电能源费以及生活用品及教学用品支出出现不同程度下滑的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本”之“2、主营业务成本构成分析”之“（2）主营业务成本按性质构成分类”之“③食材/餐费”中补充披露如下：

“③食材/餐费

.....

2019 年食材及餐费较 2018 年变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2019 年金额	2018 年金额	2019 年较 2018 年 变动比例
自有食堂食材费用	1,082.61	1,067.04	1.46
配餐食堂餐费	288.10	185.75	55.11
小计	1,370.71	1,252.79	9.41

2019 年食材及餐费较 2018 年上升 9.41%，主要原因是象山校区优化校区管理，自 2019 年 7 月起采用配餐制，配餐餐费成本包含配餐供应商除食材外的人员及场地成本等，导致象山校区食材及餐费成本较 2018 年增加，从而导致 2019 年食材及餐费较 2018 年增加；故 2019 年食材及餐费较 2018 年变动具有合理性。

④水电能源费

2019 年水电能源费较 2018 年变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2019 年金额	2018 年金额	2019 年较 2018 年 变动比例
电费	429.10	461.54	-7.03
水费	132.01	103.78	27.19
燃料费等	41.88	49.08	-14.67
小计	602.99	614.40	-1.86

2019 水电能源费较 2018 年下降 1.86%，主要系公司电费及燃料费等成本下降所致。2019 年公司电费较 2018 年下降 7.03%，主要原因是 2019 年公司富阳校区和银湖校区电费单价从 2018 年的每月 0.7317~0.7997 元/千伏安下降至 2019 年的每月 0.6413~0.6964 元/千伏安，电费单价下降导致 2019 年电费成本总额下降。2019 年燃料费等成本较 2018 年下降 14.67%，主要原因是象山校区为优化校区管理，自 2019 年 7 月起采用配餐制，原自有食堂燃料不再使用所致；故 2019 年水电能源费较 2018 年下降具有合理性。

⑤生活用品及教学用品

2019 年生活用品及教学用品较 2018 年变动情况如下：

单位：万元、%、人

项目	2019 年金额 /2019 级	2018 年金额 /2018 级	2019 年较 2018 年 变动比例
教学用品	127.64	210.56	-39.38%
生活用品	209.51	221.22	-5.29%
小计	337.15	431.79	-21.92%
长期班培训人数	5,078	5,110	

2019 年生活用品及教学用品较 2018 年下降 21.92%，主要原因：A、2018 年公司启用新校区银湖校区，采购教育用品金额较大；B、2019 级新入学长期班学员人数较 2018 年下降，书籍资料、校服和寝室生活用品等成本下降；C、公司逐步优化教学体系，利用 APP 替代教学用书籍资料等，使教学用品成本进一步下降；综上，2019 年生活用品及教学用品较 2018 年下降具有合理性。”

二、保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、询问了发行人管理层及相关业务人员，了解发行人教师的薪酬管理制度；
- 2、取得了发行人员工花名册和薪酬明细表，进行交叉核对，并检查了发行人教师的入职、离职情况；
- 3、取得了发行人管理层人员名单，与薪酬明细表进行对比核对，检查薪酬成本费用分配的合理性；
- 4、取得发行人各校区的租赁协议，与财务账面发行人进行核对，复核了租金计算是否正确，并检查成本费用分摊的合理性；
- 5、通过公开途径查询发行人各校区附近地区的租金水平，分析了校区租金的公允性；
- 7、抽取大额校区租赁供应商，对租金发生额及期末应付租金余额进行函证；
- 8、取得了发行人食材成本和配餐餐费的成本明细表与账面发生额进行核对

检查；

9、取得了发行人水电能源费以及生活用品及教学用品支出的明细表与账面发生额进行核对检查。

10、通过公开途径查询了发行人同行业公司教师薪酬水平，与发行人教师薪酬水平进行对比；

11、通过公开途径查询了发行人各校区同地区人员平均薪酬，与发行人当地教师薪酬水平进行对比。

（二）核查意见

通过以上核查程序，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人专职教师薪资主要由基本工资、课时费及津贴、社保及公积金和福利费组成，其中部分资深教师采用年薪制；公司兼职教师薪资由基本工资组成；公司实习助教有基本工资和课时工资组成。报告期内，教师课时费及津贴的计算方式为：单位课时工资*该年度教师上课课时数量；津贴为给予专职教师的生活费补贴，标准为 500 元~600 元每人每月。与公司薪酬管理制度相符。

2、报告期内，发行人教师薪酬水平波动主要由教师入职、离职人员变动和发行人优化教师薪酬管理体系引起，具有合理性。

3、在可比期间内，公司教师薪酬比同行业公司教师平均薪酬略高。

4、报告期内，公司在当地属经营情况较好的企业；同时，公司为教师提供了有竞争力的薪酬，故公司教师薪酬均高于同地区人员薪酬，具有合理性。

5、发行人管理人员中应伟明、陈萌、张文龙、蒋铭科、孙立堂和方砂砂仅参与教学指导工作，未直接参与学员日常教学工作，其他人员亦均未参与教学工作。上述人员薪酬，均在管理费用科目归集、核算，具有合理性。

6、发行人 2020 年 1-9 月教师月平均工资较 2019 年降低，主要受专职教师人均基本工资下降、课时数量减少两方面因素影响，具有合理性。

7、2019 年发行人单位租金价格涨幅较大的主要原因是：义乌校区自 2018 年 9 月起开始租赁位于义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼场地，2018 年仅计入了该场地 4 个月房租，2019 年计入了该场地整年房租；同时，

成都、深圳和温州校区租金按租赁协议约定逐年上涨，导致了发行人 2019 年单位租金价格上涨，具有合理性。

8、由于以前年度同期同地方租金价格无公开数据，以目前公开途径可查询的信息进行对比。发行人及其子公司所租赁房屋的租金，参考当地市场水平或园区标准定价，与出租方协商一致确认，报告期内根据租赁协议约定平稳增长，符合当地租赁市场行情，租金价格公允。

9、自有食堂的食材成本、配餐食堂的餐费成本与对应校区月平均在校学员人数变动趋势基本一致。报告期内，发行人人均食材成本和配餐餐费上升，主要原因是发行人自建校区达到预定可使用状态，发行人持续提高学员用餐水平；同时，食材价格上升所致，具有合理性。

问题 11. 关于供应商。报告期内前五大供应商以及劳务供应商是否与发行人及其关联方存在关联关系或其他利益关系的情况，请保荐人、申报会计师说明针对上述事项的核查过程、核查方式及范围，是否足以支撑核查结论。

回复：

一、核查过程、核查方式及核查范围

（一）核查过程及核查方式

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、调取发行人主要供应商工商资料及网络检索相关信息

通过全国企业信用信息公示系统、天眼查等渠道获取主要供应商的工商注册信息，获取相关供应商的注册地址、经营范围及董监高名单、股东名单等基本信息。

2、对发行人主要供应商进行实地走访

对报告期内大额供应商进行了实地访谈，获取被访谈人员的身份信息等证明文件，访谈主要包括以下内容：

（1）了解供应商的基本情况：包括供应商的股权结构、主营业务、行业地

位、经营状况、销售规模、产销量等情况；

(2) 了解发行人与供应商的业务往来情况：业务模式及流程（合同签订情况、信用期、结算情况等），主要产品种类、售价、定价模式，与销售给其他客户的价格相比是否一致，报告期内的信用期变化状况，是否存在虚假交易和私下利益交换情况；

(3) 获取其与发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方不存在关联关系或其他利益安排的声明函。

3、对发行人与主要供应商往来交易情况进行函证

对发行人报告期内前二十大主要供应商进行了函证，同时，为了确保函证对象覆盖公司采购内容的各类别，对工程及食材重要供应商进行了补充函证。

4、审阅了发行人关联方基本资料及发行人实际控制人、董事和高管人员调查表，与大额供应商的工商信息等进行交叉比对，核查二者是否存在关联关系；

5、获取报告期内实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董监高及出纳等个人或企业流水，对大额交易及异常交易进行专项检查，并与大额供应商的工商信息等信息进行交叉比对，核查二者是否存在资金往来。

(二) 核查范围

保荐人和申报会计师对发行人报告期内各期前十大供应商均进行实地走访核查。由于 2018 年度前十大供应商中包含发行人支付土地出让权的杭州市国土资源局富阳分局、支付市政基础设施配套费的富阳区住房和城乡建设局，故保荐人和申报会计师顺延选取 2018 年度第十一大及第十二大供应商进行走访或访谈，同时补充走访了 2017 年第十一大重要供应商杭州富阳庆华劳务队，以确保走访及核查覆盖采购内容各类别。

二、核查结论

通过上述核查程序，保荐人和申报会计师认为，报告期内前五大供应商以及劳务供应商与发行人及其关联方不存在关联关系或其他利益关系。

问题 12. 关于第三方回款。审核问询回复显示，发行人存在客户用第三方

账户支付培训费用的情况，主要为亲属朋友及合作方回款。招股说明书披露，合作机构向公司推荐的学员独立与公司签订入学协议。

请发行人：

（1）补充披露入学协议的签署方为学员自身或其父母、直系亲属，学员父母或直系亲属代其缴费是否属于第三方回款；

（2）拆分第三方缴费中与学员关系为亲属关系及朋友关系各期的缴费金额及比例，说明未成年学员存在上述第三方回款的原因及合理性，中介机构核实上述学员与缴款方关系的方式及手段，是否足以支撑核查结论；

（3）补充披露合作机构向公司推荐的学员独立与公司签订入学协议的情况下，发行人第三方回款存在合作方回款的原因及合理性，相关表述是否准确、真实。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露或说明

（一）补充披露入学协议的签署方为学员自身或其父母、直系亲属，学员父母或直系亲属代其缴费是否属于第三方回款；

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入”之“3、发行人第三方回款情况”之“（2）第三方回款情况”中补充披露如下：

“（2）第三方回款情况

学员入学时填写入学登记表并与公司签订入学协议，入学协议的签署方为学员自身。由于学员基本为未成年人，故学员父母代其缴纳培训费用符合常理及惯例，不属于第三方回款。除学员本人及父母支付培训费用外，其他方如直系亲属、朋友缴费均属于第三方回款。

.....”

（二）拆分第三方缴费中与学员关系为亲属关系及朋友关系各期的缴费金额及比例，说明未成年学员存在上述第三方回款的原因及合理性，中介机构核实上述学员与缴款方关系的方式及手段，是否足以支撑核查结论；

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入”之“3、发行人第三方回款情况”之“（2）第三方回款情况”中补充披露如下：

“（2）第三方回款情况

.....

其中，亲属朋友缴费情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 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%
亲属	890.99	77.95	1,413.61	84.47	1,110.95	75.72	1,041.08	76.50
朋友	252.07	22.05	259.86	15.53	356.19	24.28	319.80	23.50
合计	1,143.06	100.00	1,673.47	100.00	1,467.14	100.00	1,360.88	100.00

亲属即与学员存在直系或旁系亲属关系的人，如学员的祖父母、外祖父母、兄弟姐妹、伯父、叔父、伯母、婶母等。除此之外的缴费方为朋友，如学员的同学、同学父母、学员父母的同事、朋友等。报告期内，第三方回款亲属朋友中，亲属为主要回款对象，占比分别为 76.50%、75.72%、84.47%及 77.95%，占比较高。

由于学员基本为未成年自然人，基于缴费时效性及便捷性、以及上述亲属朋友与学员及父母之间的信赖关系等考虑，学员及其父母由上述亲属朋友代为支付培训费用，具有合理性。”

中介机构通过获取发行人统计的第三方回款情况明细表，并随机抽查了不少于 70%的学员样本，获取其入学登记表（含父母姓名信息）、入学协议、学员缴费资料如 POS 机刷卡单签名、银行回单、收据等资料，与发行人统计的明细表信息进行核对；从当年收入明细中随机抽取不少于 70%的学员样本对学员或其父母进行现场函证或电话访谈，对缴费方姓名及其与学员之间的关系进行了核实确

认。中介机构认为，上述核查方式及手段足以支撑核查结论。

（三）补充披露合作机构向公司推荐的学员独立与公司签订入学协议的情况下，发行人第三方回款存在合作方回款的原因及合理性，相关表述是否准确、真实。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入”之“3、发行人第三方回款情况”之“（3）第三方合作方代付情况”中补充披露如下：

“发行人第三方回款存在合作方回款，主要系合作方相关人员带领当地学员集体前来发行人处报名培训，学员父母委托合作方代为支付相关培训费用。合作方带领学员集体前来培训主要出于以下两点考虑：一是由于发行人的客户学员基本均为未成年自然人，学员及其父母基于对合作方的信任及操作便利等考虑，由其代为带领前来并支付培训费用；二是学员组团前来集中报名，根据学员人数，发行人通常会给予一定的集体优惠折扣。因此，合作机构向公司推荐的学员独立与公司签订入学协议的情况下，发行人第三方回款存在合作方回款具有合理性，相关表述准确、真实。”

二、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取并抽查发行人统计的第三方回款情况明细表

保荐人和申报会计师获取发行人统计的第三方回款情况明细表，并随机抽查了不少于 70%的学员样本，获取其入学登记表（含父母姓名信息）、入学协议、学员缴费资料如 POS 机刷卡单签名、银行回单、收据等资料，与发行人统计的明细表信息进行核对。

2、对学员及其父母进行面函或电话访谈

保荐人和申报会计师从当年收入明细中随机抽取不少于 70%的学员样本进行现场函证或电话访谈，对缴费时间、缴费方式、缴费方及其与学员之间的关系等内容进行了核实确认。

3、对第三方中的合作方进行走访、视频访谈及函证

保荐人和申报会计师对合作方回款进行了 100%核查，通过全国企业信用信息公示系统查询了合作方的相关信息，实地走访合作方或视频访谈了合作方相关人员，对合作方的经营范围、业务情况、代付情况、与发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系或其他利益安排等信息进行了访谈，确认第三方回款的原因，获取了被访谈人员的身份信息等相关资料，并对其代付的学员姓名及缴费清单进行了函证。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、入学协议的签署方为学员自身，若父母陪同入学，则其父母同时在入学协议上签字确认；除学员本人及父母支付培训费用外，其他方如直系亲属、朋友缴费均属于第三方回款；

2、由于学员均基本未成年自然人，基于缴费时效性及便捷性、以及上述亲属朋友与学员及父母之间的信赖关系等考虑，学员及其父母由上述亲属朋友代为支付培训费用，具有合理性。上述核查方式及手段足以支撑核查结论。

3、合作机构向公司推荐的学员独立与公司签订入学协议的情况下，发行人第三方回款存在合作方回款，主要系学员及其父母基于对合作方的信任及操作便利，以及学员组团前来集中报名存在集体优惠折扣等考虑，具有合理性。相关表述准确、真实。

问题 13. 关于销售费用。审核问询回复显示，2017 年度、2018 年度、2019 年度公司市场开拓费金额为 299.57 万元、478.66 万元及 605.32 万元，逐年递增，主要包括发行人线上及线下推广费用。

请发行人：

（1）补充披露发行人线上、线下推广支出的主要内容，推广活动的次数、频率是否与相关推广费用的变动相匹配，2019 年线上推广费减少的原因；

（2）销售人员工资中是否包含无法入账费用，报告期内公司市场拓展费用公司业务规模、学员增长的匹配关系。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复:

一、发行人补充披露或说明

(一) 补充披露发行人线上、线下推广支出的主要内容, 推广活动的次数、频率是否与相关推广费用的变动相匹配, 2019 年线上推广费减少的原因;

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“(五) 期间费用情况”之“1、销售费用”之“(1) 市场开拓费”补充披露如下:

“发行人线上、线下推广支出主要为公司自主进行的推广活动, 主要内容如下:

渠道推广	主要推广方式	主要内容
线上推广	门户网站及第三方推广平台	门户网站(包含 pc 端及手机端)是公司主要的推广平台之一。公司通过网站向互联网用户展示公司部分主要信息及日常活动、专业资讯(高考美术相关), 通过内容展示吸引潜在客户的访问及报名;
		公司通过自行或聘请第三方协助提升自身所涉及的关键词在搜索引擎中的排名以及通过百度等竞价推广引入流量;
	自媒体矩阵(含公众微信、B 站、抖音、微博、今日头条、微信小程序等)	①通过自媒体展示公司的相关信息及高考美术相关优质咨询, 吸引潜在客户的浏览及报名; ②通过自媒体组织相关营销活动吸引客户, 进行推广及招生;
线下推广	地推活动	①销售人员通过赠送宣传册和周边礼品等手段让客户了解公司情况, 进行线下推广及招生活动。 ②策划线下画展及咨询会, 提高品牌影响力, 进行推广及招生。
	线下广告	通过道路广告牌、公交候车厅广告、公司校区广告标识等为主要载体, 展示公司相关信息, 让客户了解公司, 提高品牌曝光量, 加深品牌影响力;

报告期内, 公司线上线下活动主要支出如下:

单位: 万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
线上推广费	73.16	55.72	43.97	32.61

其中：门户网站及第三方推广平台	56.19	43.24	32.10	30.45
自媒体矩阵	16.97	12.48	11.87	2.16
线下推广费	81.71	221.32	255.30	227.00
其中：地推活动	30.53	145.74	174.38	49.58
线下广告	51.17	75.58	80.92	177.42
小计	154.87	277.05	299.27	259.60

公司线上活动主要通过门户网站及第三方推广平台和自媒体推广：

①门户网站及第三方推广平台推广包括老鹰门户网站运行、宣传及活动视频制作、百度等关键字搜索及广告投放、QQ 空间广告投放及举办推广活动等，按年支付费用；举办推广活动次数与支出如下，随着线上宣传活动增长，门户网站及第三方推广平台支出增长；报告期门户网站及第三方推广平台推广次数与实际支出匹配。

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
门户网站及第三方推广平台支出(万元)	56.19	43.24	32.10	30.45
线上推广活动次数	23	20	17	15

②自媒体矩阵包括微信公众号、B 站、抖音等自媒体，自媒体的费用包括一次性费用和按年付费费用，一次性费用包括自媒体认证费、自媒体推广制作费等，按年付费包括自媒体推广费，公司自媒体推广活动与实际支出如下表，报告期自媒体推广活动增加，自媒体矩阵支出增加；报告期自媒体矩阵推广频次与实际支出匹配。

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
自媒体矩阵支出(万元)	16.97	12.48	11.87	2.16
自媒体推广频次	平均每周 2-5 次	平均每周 2-4 次	平均每周 2-4 次	平均每周 1-3 次

公司线下活动主要通过地推活动及线下广告：

①地推活动主要包括组织宣讲、赠送宣传册及周边礼品、线下画展及咨询等，地推活动在高中学校附近的场地，针对学生及家长进行，频次为每月多次，视具体情况和需求而定。2018 年地推活动费用较 2017 年大幅上升，主要系公司银湖校区启用，公司通过地推方式扩大宣传面，在地推时大量赠送宣传册《老

鹰十八年》及艺考指南等，剔除宣传册的影响，地推活动费用与地推活动次数如下，报告期 2017 年-2019 年地推活动次数增加，相对应的地推活动费用增加，2019 年 1-9 月因收新冠疫情影响，公司减少了地推活动，相应支出也减少；报告期地推活动次数与实际支出匹配：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
剔除宣传册后地推活动支出（万元）	30.53	62.56	47.04	11.82
地推活动次数	35	65	50	15

②线下广告主要包括报纸广告、候车厅广告、校区及周边广告标识制作费等；2018 年线下广告费较 2017 年下降较大，主要系 2017 年新成立校区温州校区为扩大影响力在当地投放线下广告、制作校园及周边广告标识等费用较大，同时 2018 年公司停止了部分外地如南京、衢州等地的线下广告投放。

综上，公司推广的频次与相关推广费匹配。”

（二）销售人员工资中是否包含无法入账费用，报告期内公司市场拓展费用公司业务规模、学员增长的匹配关系。

1、销售人员工资中是否包含无法入账费用

销售人员工资包括销售人员基本工资及绩效奖金，公司与销售人员签订劳动合同，按月发放基本工资，在年终发放绩效奖金。报告期内，各期销售人员工资：

人员类别	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员	工资（万元）	166.21	202.66	110.63	101.64
	月平均人数（人）	19	19	14	11
	月平均工资（万元/人）	0.97	0.89	0.66	0.77

销售人员月平均工资基本略低于发行人老师工资，其工资中不含无法入账的费用。

2、报告期内公司市场拓展费用公司业务规模、学员增长的匹配关系

报告期内公司市场拓展费用公司业务规模、学员增长的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
市场开拓费	304.83	605.32	478.66	299.57

变动率-市场开拓费	-	26.46%	59.78%	-
营业收入	14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89
变动率-营业收入	-	22.95%	35.07%	-
学员人次	10,091	13,349	11,556	8,558
变动率-学员人数	-	15.52%	35.03%	-

注：学员人次统计口径：如同一学员报名参加不同班级，各班级算一人。

由上表可见，报告期内，公司市场开拓费用逐年增加，近年来，发行人不断加大市场开拓力度，其业务规模与参培学员人次也逐年增长，公司的市场开拓费用与营业收入、学员人次增长基本匹配。

二、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查程序

保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、对发行人管理层及相关业务人员进行了访谈，了解发行人的营销模式、营销活动的开展情况及销售人员薪酬管理制度；
- 2、取得发行人报告期内线上和线下营销活动明细表，了解营销活动的主要内容，并账面发生的营销费用进行对比检查；
- 3、抽样检查了发行人主要营销活动的合同、费用清单、付款银行回单和发票；
- 4、抽样对大额营销活动供应商进行函证、访谈；
- 5、从行政人事部门取得了发行人薪酬明细表，与账面发生额进行对比检查；
- 6、抽样检查了发行人与销售人员签订的劳动合同；
- 7、抽样检查了报告期内发行人市场拓展费的合同、费用清单、付款银行回单和发票；
- 8、对报告期内所有市场拓展费供应商进行函证和访谈。

（二）核查意见

通过上述核查程序，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人线上推广的主要方式为：通过门户网站及第三方推广平台进行推广和通过公众微信、B 站、抖音、微博等方式推广；线下推广的主要方式为：地推活动和线下广告。

2、发行人推广的频次、次数与相关推广费匹配。

3、销售人员工资包括销售人员基本工资及绩效奖金，发行人与销售人员签订劳动合同，按月发放基本工资，在年终发放绩效奖金。销售人员月平均工资基本略低于公司老师工资，其工资中不含无法入账的费用。

4、发行人市场开拓费用逐年增加，市场开拓费用与营业收入、学员人次增长基本匹配。

问题 14. 关于管理费用。审核问询回复显示，管理费用包括职工薪酬、校区维护管理费、折旧与摊销、业务招待费、交通差旅费以及办公费。

请发行人：

（1）补充披露各期校区维护管理费与发行人校区面积的匹配性，2020 年 1-9 月大幅下降的合理性；折旧与摊销费用与发行人自有校区面积及租赁校区面积的匹配性；

（2）补充披露业务招待费用、交通差旅费以及办公费的具体构成。

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）补充披露各期校区维护管理费与发行人校区面积的匹配性，2020 年 1-9 月大幅下降的合理性；折旧与摊销费用与发行人自有校区面积及租赁校区面积的匹配性

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（五）期间费用情况”之“2、管理费用”之“（2）校区维护管理费”中补充披露如下：

“报告期内，校区维护管理费主要核算校区管理物业费、校区道路墙面宿舍等日常修理费和校区垃圾清运费等，明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
物业费	199.68	356.09	149.82	35.70
修理费	79.11	213.67	274.83	123.47
校区垃圾清运费等	21.01	32.15	18.46	24.34
小计	299.80	601.90	443.11	183.52

报告期各期，校区维护管理费与发行人校区面积的关系如下：

项目	公式	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
校区维护管理费(万元)	a	299.80	601.90	443.11	183.52
校区面积(平方米)	b	141,187.29	84,543.64	96,003.58	48,338.59
每平方米校区维护管理费(万元/平方米)	$c=a/b*10000$	21.23	71.19	46.16	37.97

注：2018 年度租赁面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

报告期每平方米校区维护管理费 2017 年-2019 年呈逐年上升趋势。

2018 年度每平方米校区维护管理费较 2017 年度增加，主要系 2018 年 5 月自建的银湖校区启用，发行人引入绿城物业进行校区管理，该校区面积达 3.57 万平方米，自建校区面积较大，新增的物业费及配套维护费支出较多；同时，发行人打造象山精品校区，对该校区的培训场地及学生宿舍进行翻新修缮，并同步引进物业管理；由此导致校区物业费和修理费大幅增加。

2019 年度每平方米校区维护管理费较 2018 年度大幅增加，主要系银湖校区和象山校区于 2018 年下半年引进绿城物业管理，而 2019 年度为绿城物业为发行人提供一整年的物业管理服务费，2019 年接受物业服务的时间较长；同时，义乌校区为优化校区管理，引入物业管理公司对校区内的保安、保洁等事务进行管理，导致物业费增加较多。

2020 年发行人场口校区正式启用，不再租赁富阳旅游学校校区，故原为维持富阳旅游学校校区正常运转的维修费本期发生大幅减少，同时因受疫情影响，发行人本期未对主要校区进行改造，相应的改造费用减少，故本期修理费大幅减少；2020 年 6 月起为更好地管理校区，银湖校区由外部物业公司管理改为公

司自行管理物业后勤，由此物业费较 2019 年同期下降；综上，2020 年 1-9 月校区维护管理费大幅下降具有合理。”

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（五）期间费用情况”之“2、管理费用”之“（3）折旧与摊销”中补充披露如下：

“报告期各期，折旧与摊销费用与发行人自有校区面积及租赁校区面积的匹配性；

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
折旧与摊销费用 (万元)	469.30	353.14	248.47	234.49
自有校区面积 (平方米)	96,340.76	38,537.11	38,537.11	2,806.10
租赁校区面积 (平方米)	44,846.53	46,006.53	57,466.47	45,532.49

注：2018 年度租赁面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

管理费用折旧摊销主要为公司管理用房屋折旧、办公设备后勤设备折旧、车辆折旧及管理用软件的摊销，折旧与摊销费用的增加主要系公司办公设备、后勤设备的增加，划入管理费用的房屋及建筑物主要为承担管理职能的银湖校区管理面积，2018 年-2020 年 1-9 月分别为 59.84 万元、106.94 万元、80.20 万元，与银湖校区自有面积相匹配。”

（二）补充披露业务招待费用、交通差旅费以及办公费的具体构成

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（五）期间费用情况”之“2、管理费用”中补充披露如下：

“（4）业务招待费

报告期内，发行人业务招待费构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
餐饮费	53.01	101.04	95.18	60.57
住宿费	29.82	27.75	17.95	15.05
礼品费用	15.23	45.01	42.64	45.86

小计	98.05	173.81	155.77	121.47
----	-------	--------	--------	--------

业务招待费主要包括餐费、住宿费、礼品费用及招待用品费用：

①餐费主要为招待参观调研人员及 IPO 尽调人员发生的餐饮费用，报告期 2018 年较 2017 年增长较大，主要系 2018 年新校区银湖校区启用，外部参观及调研人员增多，招待用餐费用增加；

②住宿费主要为接待 IPO 尽调人员及各地参观调研人员发生的住宿费用，报告期逐年增长，主要系 2019 年公司进入 IPO 申报辅导，招待中介机构住宿费增加；

③ 礼品费用主要为公司年会等活动准备的礼品，报告期支出较为稳定。

(5) 交通差旅费

交通差旅费主要为差旅及车辆费用，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
差旅费	41.53	55.47	50.29	44.40
车辆费用	70.14	96.14	98.12	69.86
小计	111.67	151.61	148.42	114.26

报告期交通差旅费包括差旅费及车辆使用费，差旅费包括管理人员出差交通费，车辆使用费为公司车辆费用及接送培训及参观人员用车费用。报告期交通差旅费逐年增长，2018 年培训及参观人数较 2017 年大幅增加，对应车辆使用费增长较大。

(6) 办公费

办公费主要包括办公用品费用、通讯邮寄费用及后勤费用，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
办公用品费	148.93	158.71	248.86	170.70
通讯邮寄费	6.41	7.77	9.06	0.89
后勤费用	5.70	5.59	3.87	1.13
小计	161.04	172.07	261.79	172.72

办公费包括办公用品费、通讯邮寄费及后勤费用，报告期办公费 2018 年较大，其他年份较为稳定，主要系 2018 年自建校区银湖校区启用，办公用品、价值较低的桌椅、装饰用品等支出大幅增加导致办公用品费大幅增加。”

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、取得了发行人校区维护管理费的明细清单，与账面发生额进行核对；
- 2、取得了发行人各校区的不动产权证明、房屋租赁协议，了解了校区房屋租赁情况和各校区面积；
- 3、抽样检查了校区维护管理费的合同、费用清单、付款银行回单和发票；
- 4、复核计算了各校区房屋折旧摊销和租金计算摊销的正确性；
- 5、取得了发行人业务招待费用、交通差旅费以及办公费明细清单，与账面发生额进行核对。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

- 1、2017 年至 2019 年发行人校区维护管理费逐年增加主要原因是发行人自建新校区启用，同时打造精品校区，优化校区管理，对校区进行翻新修缮，导致校区维修费、物业费大幅增加所致，具有合理性。发行人校区维护管理费与校区面积匹配。
- 2、2020 年发行人场口校区正式启用，不再租赁富阳旅游学校校区，故原为维持富阳旅游学校校区正常运转的维修费本期发生大幅减少，同时因受疫情影响，发行人本期未对主要校区进行改造，相应的改造费用减少，故本期修理费大幅减少；2020 年 6 月起为更好地管理校区，银湖校区由外部物业公司管理改为公司自行管理物业后勤，物业费较 2019 年同期下降；故 2020 年 1-9 月校区维护管理费大幅下降具有合理性。发行人校区维护管理费与校区面积匹配。
- 3、报告期内，业务招待费主要由餐饮费、住宿费和礼品费用构成；交通差旅费用主要由差旅费及车辆使用费构成；办公费主要由办公用品费用、通讯邮寄

费用及后勤费用构成。2017 年至 2019 年逐年上升主要系发行人自建新校区投入使用，同时发行人进入 IPO 申报辅导，招待参观调研人员及 IPO 尽调人员较多所致。费用发生额变动具有合理性。

问题 15. 对第一轮审核问询函回复涉及的相关情况，请发行人进行补充说明：

（1）关于办学许可证。发行人在《审核问询函回复》问题 1 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中补充披露了杭州老鹰教育培训有限公司场口分公司取得编号为“教民 133018370001739 号”的办学许可证，其与杭州老鹰教育培训有限公司取得的办学许可证编号相同、有效期相同，请补充说明是否为同一证书；

（2）关于食品经营许可证。发行人在《审核问询函回复》问题 1 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中披露了公司取得的《食品经营许可证》情况，请补充说明各项《食品经营许可证》的适用校区；

（3）关于报告期内安全事故。发行人在《审核问询函回复》问题 2 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中披露了由发行人支付赔偿费用的意外伤害事故。请补充说明报告期内发生的其他安全事故；

（4）关于保荐人、发行人律师的核查意见。保荐人、发行人律师未在《审核问询函回复》问题 3 中就浙江省内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局、发行人的优势发表明确意见，请补充发表意见。请检查是否已对其他问询问题逐一发表核查意见；

（5）关于浙江省内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局。请以列表的方式补充说明浙江省内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局；

（6）关于“届”次的概念。发行人在《审核问询函回复》问题 4 之“一、发行人补充披露”之第（二）小问中补充披露了 2017 届至 2020 届学员每年取得九大美院合格证数据。请说明表格中“届”次的概念，包括但不限于班型、培训周期；

（7）关于各地区对办学培训场所的要求。发行人在《审核问询函回复》问

题 5 之“一、发行人补充披露”之第（一）小问中补充披露了各地区对办学培训场所的要求，请说明各地区政策文件所对应的校区；

（8）关于是否存在未取得房产权属证明的情形。发行人在《审核问询函回复》问题 5 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中补充披露了发行人象山校区租赁房产的房屋产权证书正在办理中。请进一步说明象山校区的哪些租赁房屋产权证书正在办理中；

（9）关于专职教师毕业院校分布特征。发行人在《审核问询函回复》问题 9 之“一、发行人补充披露”之第（一）小问中补充披露了专职教师信息统计及分布特征，请说明专职教师学历包含“高中及以下”、毕业院校分布包含“高中及其他”的原因及合理性；

（10）关于专职教师离职率。发行人在《审核问询函回复》问题 9 之“一、发行人补充披露”之第（三）小问中补充披露了报告期内专职教师离职率及与可比公司比较分析情况，请补充东方时尚、传智播客、昂立教育等可比公司的离职率情况，如无公开数据，亦请说明；

（11）关于报告期内劳务派遣用工比例超过 10%。发行人在《审核问询函回复》问题 9 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中补充披露“发行人因报告期内劳务派遣用工比例超过 10%而受到行政处罚的风险较小”，请说明发行人未来杜绝劳务派遣用工比例超过 10%的所采取的措施；

（12）关于劳务派遣供应商。发行人在《审核问询函回复》问题 9 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中披露劳务派遣单位均为杭州丰来企业管理咨询有限公司，请说明杭州丰来企业管理咨询有限公司的劳务派遣资质是否属于全国性的，该公司开展业务的地域范围，是否在外地设有分支机构？

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、关于办学许可证。发行人在《审核问询函回复》问题 1 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中补充披露了杭州老鹰教育培训有限公司场口分公司取得编号为“教民 133018370001739 号”的办学许可证，其与杭州老鹰教育培训有限公司取得的办学许可证编号相同、有效期相同，请补充说明是否为同一证书。

（一）发行人说明

“老鹰培训场口分公司”即“杭州老鹰教育培训有限公司场口分公司”。因发行人启用场口校区，为满足开展文化课培训的需要，老鹰培训设立场口分公司，同时以“杭州老鹰教育培训有限公司场口分公司”的名义申领了《民办学校办学许可证》（许可证编号：教民 133018370001739 号）。

该证书与老鹰培训取得的办学许可证编号、有效期相同，系因老鹰培训场口分公司为老鹰培训的分支机构，不具有法人资格，在总公司经营范围内从事经营活动，但其办学许可证载许可对象、举办场地及许可项目/内容均与老鹰培训的办学许可证不同，并非为同一许可证书。

具体区别如下：

许可对象	举办场地	许可项目/内容
老鹰培训	杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号	非学历文化教育类培训（中学生 14 周岁以上）
老鹰培训场口分公司	杭州市富阳区场口镇场口新街 128 号 1 号楼一楼	非学历非全日制文化教育类培训（中学生 14 周岁以上）

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：老鹰培训场口分公司申领的《民办学校办学许可证》（许可证编号：教民 133018370001739 号）与老鹰培训取得的办学许可证编号、有效期相同，系因老鹰培训场口分公司为老鹰培训的分支机构，不具有法人资格，在总公司经营范围内从事经营活动，但其办学许可证载许可对象、举办场地及许可项目/内容均与老鹰培训的办学许可证不同，并非为同一许可证书。

二、关于食品经营许可证。发行人在《审核问询函回复》问题 1 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中披露了公司取得的《食品经营许可证》情况，请补充说明各项《食品经营许可证》的适用校区。

（一）发行人说明

发行人补充说明如下：

序号	公司名称	适用校区	证书/文件编号	核发机关	许可范围	有效期
1	富阳文创	银湖校区	JY33301830005267	杭州市富阳区市场监督管理局	热食类食品制售	至2023.07.09
2	深圳老鹰	深圳校区	JY34403120006665	深圳市食品药品监督管理局	热食类食品制售	至2021.07.28
3	温州老鹰	温州校区	JY33303040220082	温州市瓯海区市场监督管理局	热食类食品制售	至2024.08.08
4	成都老鹰	成都校区	JY35101080129583	成都市成华区行政审批局	热食类食品制售	至2025.01.21
5	老鹰股份	场口校区	JY33301830212438	杭州市富阳区市场监督管理局	热食类食品制售、糕点类食品制售（不含裱花蛋糕）	至2025.08.04

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：发行人取得的《食品经营许可证》所适用的校区真实、准确。

三、关于报告期内安全事故。发行人在《审核问询函回复》问题 2 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中披露了由发行人支付赔偿费用的意外伤害事故。请补充说明报告期内发生的其他安全事故。

（一）发行人说明

报告期内，发行人未发生食品、财产安全方面的安全事故。报告期内，涉及由发行人支付赔偿费用的意外伤害事故如下所示：

发生时间	事件概述	解决方式	结果
2018.01.04	发行人一员工因拣拾掉落衣物不慎摔伤，经鉴定两项人体损伤九级，一项十级。	员工住院期间，发行人为其垫付医疗费、住院伙食补助费等费用合计 135,825 元，并通过保险赔付 29,240 元。经杭州市富阳区银湖街道人民调解委员会调解（调解协议书编号：[2019]富银民调字第 0909 号），发行人另行向	发行人已支付相关费用，双方确认该事件已了结。

		该员工支付 270,000 元作为赔偿。	
2019.10.29	义乌老鹰一学员在培训期间,与另一学员在楼梯转角盲区碰撞,导致后脑勺着地受伤。	经义乌市江东街道人民调解委员会调解(调解协议书编号:义乌市江东街道民调书[2020]0014 号),义乌老鹰向该学员支付医疗费、营养费、护理费、抚慰金等合计 200,000 元。	义乌老鹰已支付相关费用,双方确认该事件已了结。

除上述涉及由发行人支付赔偿费用的意外伤害事故外,报告期内发行人共发生 10 起其他人身意外伤害事件,其中 2017 年 2 起、2018 年 4 起、2019 年 2 起、2020 年 1-9 月 2 起,相关情况如下所示:

发生时间	事件概述	处理/解决方式	结果
2017 年	发行人一学员滑倒摔伤	学员方自行处理	已了结
	杭州艺术一员工工作时摔倒受伤	保险赔付 837.73 元	已了结
2018 年	杭州艺术一员工摔伤	保险赔付 253.82 元	已了结
	四川老鹰一学员摔倒受伤	学员方自行处理	已了结
	富阳文创一学员摔倒受伤	保险赔付 247.57 元	已了结
	富阳文创一学员滑倒受伤	学员方自行处理	已了结
	杭州艺术一学员摔伤	保险赔付 6,319.36 元	已了结
	富阳文创一学员从床上摔下受伤	保险赔付 3,072.49 元	已了结
2020 年	发行人一员工滑倒受伤	员工自行处理	已了结
	富阳文创一学员玩耍时摔倒受伤	学员方自行处理	已了结

报告期内,发行人采取了为学员购买商业保险、为员工缴纳社会保险(医疗保险)、为退休返聘员工购买商业保险、为部分校区购买公众责任险的方式对学员、员工提供相应保障;发行人已建立并于报告期内进一步完善了校园后勤管理制度、校园宿舍管理条例、学生量化管理细则等校园管理制度,对校区行政和后勤的岗位职能进行了明确划分,并对校园设施、财产的妥当使用及损坏赔偿作出了要求;发行人与公安等主管机关保持沟通、积极配合,安排专人负责校园安全方面的有关事务,确保校园安全运营管理措施得以有效执行,降低安全运营风险。此外,发行人已承诺后续将为重要校园设施、财产购买保险,并加强对校园设施、财产的管理,以降低校园设施、财产损毁方面的风险。

(二) 保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为:报告期内,发行人未发生食品、财产

安全方面的安全事故。报告期内，发行人共发生 12 起人身意外伤害事件，均已妥善处置并了结。发行人已经具备了相对完善的校园安全运营管理措施，出现安全运营风险和潜在法律风险的可能性较小。

四、关于保荐人、发行人律师的核查意见。保荐人、发行人律师未在《审核问询函回复》问题 3 中就浙江省内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局、发行人的优势发表明确意见，请补充发表意见。请检查是否已对其他问询问题逐一发表核查意见。

（一）关于浙江省内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局、发行人的优势的核查意见

就《审核问询函回复》问题 3，保荐人和发行人律师发表核查意见如下：

“通过以上核查程序，保荐人和发行人律师认为：

1、近年来全国艺考政策体现了取消校考，鼓励省级联考，加大文化课成绩权重的变化趋势，这一变动趋势将改变美术校考培训和联考培训的结构比例，原先的校考培训需求转化为联考培训需求，导致联考培训需求快速增加。由于艺考政策变动没有改变艺考培训的刚性需求特征，美术艺考培训继续维持 80%-90% 的参培率，总体培训规模和发展前景未因政策变动发生改变。

2、相关艺考政策变化短期内对发行人校考参培人数存在一定影响，但是发行人联考参培学员人数及收入同步增加，校考培训人数短暂下滑后预计将企稳回升，未来随着发行人加大各省联考的培训布局，美术艺考培训业务仍将保持稳步增长，相关艺考政策变化对发行人主营业务稳定性不存在重大不利影响。发行人已制定切实可行的应对措施。

3、美术艺考培训自身的特点决定了发行人采用目前这种线下面授集训模式，并且这种模式具备自身的核心竞争力和优势，难以被线上培训方式所取代。在新冠疫情全球爆发的特殊时期，面对突如其来的疫情，美术艺考培训行业也做了线上教育的积极尝试，作为特殊时期的教学补充和替代，但是较难对美术艺考培训模式产生变革性影响。

4、杭州市校考生源来自全国，浙江省联考生源稳步增长，浙江省艺考培训

市场是发行人生源拓展的重要基础，足以支撑发行人主营业务持续发展。发行人主营业务立足于全国市场，未来将扩大全国市场布局，提高全国获取生源的能力，进一步推动主营业务持续快速发展。

浙江省内知名艺考类培训机构总部均位于杭州，以老鹰画室、白塔岭画室、孪生画室、厚一学堂等机构为代表。各大画室都有自己的特色和亮点，在美术艺考培训领域均有一定的影响力。总体而言，浙江省内美术艺考市场相对分散，行业集中度不高，但是以发行人为代表的知名艺考培训机构市场占有率逐步提高，艺考生源开始向头部机构聚集。

经过多年的发展，发行人拥有业内优质的师资力量，建立了完善的教学体系，在业内树立了良好的品牌形象，在国内美术培训行业拥有较高的知名度。无论从师资力量、课程体系还是教学环境、行业口碑和培训成果方面看，发行人在艺考美术培训领域都具有相对竞争优势。

申报文件中引用的第三方统计数据来源于安信证券、易观、睿艺、艾瑞咨询等知名研究机构以及教育部和各大美术学院官方网站，统计数据具备权威性和代表性。由于美术艺考培训行业较为细分，除上述第三方统计数据外，尚无其他第三方数据。

5、全国性美术培训类竞争公司主要有荷马教育、白塔岭画室、小泽画室和水木源画室。这些竞争公司主要采取线下面授的培训模式，同时也开展一些线上课程的尝试，如直播、网校、网课、公开课等。生源来自全国各地，但主要市场地域各有所侧重，并在某些院校校考培训中具有相对竞争优势。上述公司均开始全国扩张，在异地设有分校并布局外省市美术联考市场。

与上述竞争公司相比，发行人在中国美院校考和浙江省联考市场拥有相对竞争优势，并逐步拓展广东和四川市场。发行人坚持规范化、规模化和专业化发展战略，在招生规模扩大和业绩增长的同时大规模投资新建自有校区。发行人自建校区建筑面积 93,534.66 m²，远超过同行业竞争对手，是发行人持续稳定发展的核心竞争优势之一。此外，发行人经过多年发展形成了一支专业专攻、教学精准、体系缜密、梯队合理、师资雄厚的教学团队，成为发行人异地扩张的重要力量。

6、美术艺考培训直营为主、加盟为辅。直营是加盟模式的基石，良好的直营单店可巩固周边加盟店的服务质量。无论是直营还是加盟都需要对单店运营模式、培训质量以及盈利能力有较好的打磨，才能长期稳健地发展。因此，基于行业特性和自身发展战略，发行人在目前阶段采用直营模式具有合理性。

7、美术艺考培训领域不存在地域壁垒，发行人在师资、场地、品牌、教学方案、课程内容和管理体系等软硬件方面均具备异地业务拓展和经营模式复制的可行性，本次募集资金到位后，发行人可加速异地扩张步伐，先期形成布局全国的服务网络体系，未来将在浙江省以外设立分校。

8、发行人文化课小班存在一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用情形，除此之外，发行人预收文化课培训费用符合《国务院办公厅关于校外培训机构发展的意见》（国办发〔2018〕80 号）相关规定。发行人预收美术培训费用不适用《国务院办公厅关于校外培训机构发展的意见》（国办发〔2018〕80 号），若未来主管机关对美术培训的收费时间跨度有新的要求，发行人承诺将遵照执行。”

（二）检查是否已对其他问询问题逐一发表核查意见

就《审核问询函回复》问题 4，保荐人和发行人律师发表核查意见如下：

“通过以上核查程序，保荐人和发行人律师认为：

1、发行人采取的措施能够有效保护核心知识产权不被泄露，发行人未发生核心课程产品和教学方案等知识产权的泄密事件。

2、报告期内，发行人学员历年取得中国美术学院合格证数量高于其他院校，且保持稳定。2015 年以后，发行人针对西安美术学院校考的培训成绩较好，取得的合格证数量较多。

3、发行人不存在通过非公开市场信息资源的方式提高发行人对各院校考试趋势及评判的标准性的情形。网络舆论调查显示，发行人不存在与报考院校之间的负面舆情。截至本问询函回复签署日，发行人未因美术高考、招生和录取相关违法违规行受到任何行政处罚或涉及任何刑事案件。

4、发行人采取了有效措施以保证教师资源稳定性。”

就《审核问询函回复》问题 8，保荐人和发行人律师发表核查意见如下：

“通过以上核查程序，保荐人和发行人律师认为：

1、申报文件中未披露杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部业主信息，主要是因为杭州艺术系杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部转型升级而来，二者的实际经营者/出资人均均为应伟明，未披露上述信息不会造成投资者的重大误解。

2、张伟林、胡雪娟代应伟明持有杭州艺术股权的原因合理、情况真实，杭州艺术承接杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部品牌合理，不存在潜在法律纠纷。

3、成都老鹰承接四川老鹰具体业务前，发行人成都校区实际由四川老鹰运营。四川老鹰在从事相关业务过程中，存在经营资质瑕疵。针对上述瑕疵事项，发行人控股股东、实际控制人应伟明以及四川老鹰少数股东何涛已出具承诺：若发行人本次发行上市前，四川老鹰因经营资质瑕疵问题受到行政处罚的，本人将确保发行人及四川老鹰不会因此遭受经济损失，并确保成都校区的运营不会因此受到影响。

4、发行人未披露四川老鹰、义乌老鹰少数股东，主要基于四川老鹰及义乌老鹰规模相对较小，并非发行人的主要子公司，且与发行人并无关联关系或其他利益安排，未披露上述信息不会造成投资者的重大误解。

5、发行人补充披露的报告期内各校区在职教师数量、后勤保障人员数量、学员人次及相关独立财务状况真实、准确、完整。

6、老鹰培训运营的文化课培训分为文化课小班、选考冲刺班和高考冲刺班，老鹰培训仅提供文化课培训服务，不提供餐饮、住宿。其中，文化课小班和选考冲刺班学员餐饮、住宿由其专业课校区负责。针对高考冲刺班学员，老鹰培训就其餐饮、住宿与发行人银湖校区、场口校区（即老鹰培训文化课培训活动举办地）开展合作，由银湖校区（富阳文创）、场口校区（老鹰股份）提供餐饮、住宿服务。相应餐饮、住宿费用由老鹰培训随学费一并收取，富阳文创及老鹰股份根据提供的场所和服务向老鹰培训结算并收取管理费（包含宿舍折旧、餐饮、水电能耗分摊等）。”

五、关于浙江省内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局。请以列表的方式补充说明浙江省内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局。

（一）发行人说明

浙江省内知名艺考类培训机构在培训模式、生源地、主要区域市场、分支机构、校区面积、竞争优势及教学成果等方面比较如下：

主要情况	白塔岭画室	孪生画室	厚一学堂	发行人
培训模式	线下面授，公开课	线下面授，网课	线下面授，网课	线下面授，艺构微课堂
生源地	全国	全国	全国	全国
主要市场地域	浙江、江西	浙江	浙江	浙江、广东
分支机构	南昌、福州、沈阳、东莞、南宁、金华	在广西、辽宁、湖南、江苏等地设有合作教学点	南昌、南宁	杭州、义乌、温州、深圳、成都
校区面积	约 6.65 万平米	2 万余平米	超过 2 万平米	自建校区建筑面积 9.35 万平米；租赁校区面积 2.87 万平米
竞争优势	中国美院校考、浙江和江西联考	中国美院校考、浙江联考	中国美院校考、浙江联考	中国美院校考、西安美院校考、浙江联考
教学成果	2019 年共取得九大美院合格证 2072 张（含中国美术学院合格证 616 张）	2019 年取得中国美术学院合格证 739 张	2019 年共取得九大美院合格证 1,671 张，其中取得中国美术学院合格证 610 张	2019 年共取得九大美院合格证 2891 张（含中国美院合格证 927 张）

资料来源：各培训机构官网、公众号、发行人统计

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：浙江省内知名艺考类培训机构总部均位于杭州，以老鹰画室、白塔岭画室、孪生画室、厚一学堂等机构为代表。各大画室都有自己的特色和亮点，在美术艺考培训领域均有一定的影响力。总体而言，浙江省内美术艺考市场相对分散，行业集中度不高，但是以发行人为代表的知名艺考培训机构市场占有率逐步提高，艺考生源开始向头部机构聚集。

六、关于“届”次的概念。发行人在《审核问询函回复》问题 4 之“一、发行人补充披露”之第（二）小问中补充披露了 2017 届至 2020 届学员每年取得九大美院合格证数据。请说明表格中“届”次的概念，包括但不限于班型、培训周期。

（一）发行人说明

发行人以培训周期为每年 7 月到次年 2 月长期班学员为一届，相应划分“届”次。举例而言，2017 届学员是指在 2016 年 7 月到 2017 年 2 月期间参加发行人长期班培训的学员。

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：发行人对于“届”次的说明真实、准确。

七、关于各地区对办学培训场所的要求。发行人在《审核问询函回复》问题 5 之“一、发行人补充披露”之第（一）小问中补充披露了各地区对办学培训场所的要求，请说明各地区政策文件所对应的校区。

（一）发行人说明

各地区政策文件所对应的校区补充说明如下：

地区	文件名称	发文单位	适用校区	具体要求
杭州市	《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》（杭教职成〔2018〕4 号）	杭州市教育局、杭州市市场监督管理局	银湖校区、富阳校区、场口校区、象山校区	申请设立培训机构，应避开影响学生身心健康和可能危及学生人身安全的场所。办学场地应达到《建筑设计防火规范》（GB50016-2014）和《民用建筑工程室内环境污染控制规范》（GB50325-2010），并依法通过房屋安全鉴定、消防行政许可（备案），采光、照明、通风、排水良好。居民住宅、半地下室、地下室及其它有安全隐患的场所不得作为培训机构的注册及办学场所，儿童活动场所应设置在 3 层（一、二级耐火等级）或 2 层（三级耐火等级）以下。以租用场所办学的，应提供具有法律效力的租赁合同，租赁期限自申请办学之日起不得少于 3 年，并应制订安全应急预案。培训机构办学场所的建筑总面积不少于 300 平方米，其中教学用房建筑面积不少于办学场所建筑总面积的三分之二，且同一培训时段内生

地区	文件名称	发文单位	适用校区	具体要求
				均教学用房建筑面积不少于 3 平方米。 招收寄宿学员的培训机构,其生均宿舍(公寓)建筑面积不得少于 6.5 平方米,生均居室使用面积不宜低于 3 平方米,应配备与寄宿学员规模相匹配的阅览、生活与运动场所,并符合相关消防要求。 向学员提供餐饮服务的培训机构或配送单位应依法取得食品经营许可证。
温州市	《关于加强民办教育培训机构管理的指导意见》(温教民〔2017〕61号)	温州市教育局	温州校区	具备与办学层次、办学规模相应的稳定、集中、符合标准的校舍。办学场所总建筑面积不少于 300 平方米,并且教学用房建筑面积不少于总建筑面积的三分之二。其中,实施全日制非学历教育的民办教育培训机构,实际使用的生均建筑面积不得少于 6.5 平方米,并且应当配备与招生规模相匹配的生活与运动场所以及相关设施设备。 民办教育培训机构招收对象为学前学龄幼儿的,楼层不高于 3 层;招生对象为中小学学龄少年儿童的,楼层不高于 5 层;民办教育培训机构楼层限定,按招收对象的最低年龄为依据,就低不就高。 民办教育培训机构办学场所应符合规划、消防、环保、卫生、房屋质量安全等法律法规的规定。 民办培训机构租用场所办学的,应当提供与房屋产权人签订具有法律效力的《租赁合同(协议)》,租赁期不少于 2 年。 民办教育培训机构设立教学点,其办学场所也应符合基本设置条件规定。
金华市	《金华市营利性文化课程培训机构设置标准》(试行)(金市教审〔2018〕3号)	金华市教育局	义乌校区	申请设立的教育培训机构应有与办学规模相适应的独立办学场所,必须采光通风情况良好,结构安全,无安全隐患,有不动产登记证(房产证)或由建筑工程质量监督站出具的工程质量监督报告,并取得消防部门的行政许可(备案)。不得使用居民住宅办学。面向小学生培训的教学用房宜为 4 层或 4 层以下,面向中学生培训的教学用房宜为 5 层或 5 层以下,租用场所办学的租赁期限不得少于 3 年。其场所面积、设施要求为: (一)办学场所的建筑总面积不少于 300 平方米。300 平方米以上的机构名称可以核定为**教育培训有限公司(股份有限公司)、600 平方米以上的机构名称可以核定为“XX 培训(课外培训、课外教育、辅导、补习)中心有限公司(股份有限公司)、1500 平方米以上的机构名称可以核定为“XX 培训(课外培训、课外教育、辅导、补习)学校有限公司(股份有限公司)”。教学用房面积不少于办学场所建筑总面积的三分之二,且同一培训时段内生均教学用

地区	文件名称	发文单位	适用校区	具体要求
				房建筑面积不少于 3 平方米。 (二) 教学设施与设备满足需要。教育教学设施与设备满足教学、生活、活动需要, 且符合安全要求。
深圳市	《深圳市教育局关于规范校外培训机构发展的工作方案》	深圳市教育局	深圳校区	设立校外培训机构的举办者应提供与培训项目和规模相适应的培训场所, 场所的建筑面积应不少于 200 平方米, 其中培训用房建筑面积不少于三分之二。同一培训时段内生均教学用房建筑面积、教室生均使用面积、生均宿舍建筑面积参照《深圳市民办中小学设置标准》(深教〔2015〕354 号) 规定的标准执行。同一培训时段生均教学用房建筑面积不低于 3 平方米, 确保不拥挤, 易疏散。中小学校不得举办或参与举办校外培训机构。校外培训机构不得设在中小学校校内或幼儿园园内。办学场所还应当符合国家规定的消防要求, 并取得相应的消防安全证明材料。提供寄宿制服务的, 有关设施设备应符合卫生、消防等相关政府职能部门的要求。
成都市	《成都市民办教育培训机构设置指导标准》(成教办〔2017〕16 号)	成都市教育局、成都市公安局、成都市民政局、成都市文化广电新闻出版局、成都市工商行政管理局、成都市体育局	成都校区	办学场地应与办学项目和办学规模相适应, 合法、独立使用, 布局合理, 采光、照明、通风、排水良好, 符合规划、安全、卫生、环保等要求, 达到《民用建筑工程室内环境污染控制规范》(GB50325-2010), 并依法通过房屋安全鉴定、消防安全检查(备案)。不得选用居民住宅、半地下室、地下室及其它有安全隐患的场所, 儿童用房不得超过 3 层(一、二级耐火等级)或 2 层(三级耐火等级)。设立食堂、小卖部的培训机构应依法取得食品经营许可证。艺体教育类培训机构选用的培训器械应符合安全、环保等相关要求。 学科教育类、艺体教育类、科普教育类、成人助学类培训机构的办学场所生均使用面积不低于 3 平方米, 教学用房走道(外廊)净宽不低于 1.8 米, 单体建筑面积原则上不低于 300 平方米; 在同一审批部门管辖范围内设立的教学点, 或全部实施一对一教学的培训机构及教学点, 办学场所建筑面积原则上不低于 200 平方米。营地教育类培训机构应当具备与培训项目、规模相适应的专业训练基地, 露营地应当符合《休闲露营地建设与服务规范第 4 部分: 青少年营地》(GB/T31710.4-2015) 要求。 培训机构提供高中学生、成人学生或营地教育培训学生住宿的, 生均宿舍(公寓)建筑面积原则上不低于 6.5 平方米, 生均居室使用面积不宜低于 3 平方米。男、女生寝室分区或分单元布置, 出入口分开设置, 配置与培训项目、招生规模相匹配的盥洗室、厕所、值班室等生活和管理用房, 设施设备、安全防范等达到《中

地区	文件名称	发文单位	适用校区	具体要求
				小学校学生宿舍（公寓）管理服务规范》（DB51/T1959—2015）。

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：各地区有关对办学培训场所的要求的政策文件所对应的发行人校区真实、准确。

八、关于是否存在未取得房产权属证明的情形。发行人在《审核问询函回复》问题 5 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中补充披露了发行人象山校区租赁房产的房屋产权证书正在办理中。请进一步说明象山校区的哪些租赁房屋产权证书正在办理中。

（一）发行人说明

发行人象山校区租赁房产（杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13，A11 二楼，三楼，八楼，九楼）系杭州象山股份经济合作社与康迪投资集团有限公司合作开发的杭州象山股份经济合作社 10%留用地项目，该项目已交付使用，目前正在进行验收工作，房屋产权证书正在办理中。根据象山校区租赁房产的开发方杭州象山股份经济合作社和康迪投资集团有限公司出具的说明，该项目对应土地使用权证号为“杭西国用（2009）第 00266 号”，已取得建设用地规划许可、建设工程规划许可、施工许可证等必要许可，并已于 2015 年交付使用。项目一期目前尚未取得房屋产权证书，主要原因为尚未通过规划验收（其他验收均已通过）。杭州象山股份经济合作社、康迪投资集团有限公司目前正在积极推进项目各项验收工作，取得房屋产权证书预计不存在实质障碍。项目一期用途为商服，不存在被责令停止使用或其他可能导致无法使用的法律或政策的风险，发行人可以根据其与有关业主的租赁协议持续稳定使用相关房屋。

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：发行人象山校区租赁房产（杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13，A11 二楼，三楼，八楼，九楼）产权证书正在办理中，预计取得房屋产权证书不存在实质障碍。

九、关于专职教师毕业院校分布特征。发行人在《审核问询函回复》问题 9 之“一、发行人补充披露”之第（一）小问中补充披露了专职教师信息统计及分布特征，请说明专职教师学历包含“高中及以下”、毕业院校分布包含“高中及其他”的原因及合理性。

（一）发行人说明

报告期内，发行人“高中及以下”学历的专职教师主要为高中学历，其中部分教师系因创业、生病、学分未修满等各种原因大学肄业。截至 2020 年 9 月 30 日，发行人“高中及以下”学历专职教师合计 36 人，其中高中或中专毕业未上大学的有 15 人，大学录取未就读的有 3 人，大学肄业的有 18 人。

发行人专职教师主要为美术课教师，美术培训注重对美的感知和绘画技能的娴熟运用，对教师的学历要求不高，一般以本科毕业为主，少部分教师虽未取得大学文凭，但绘画方面水平较高，大多数在入职发行人前已有 1 至 7 年不等的美术培训行业教学经验。发行人招聘教师主要看重应聘教师的绘画水平和教学能力，对学历未设限制，符合美术培训行业惯例，具有合理性。

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：

发行人“高中及以下”学历的专职教师主要为高中学历，其中部分教师系因创业、生病、学分未修满等各种原因大学肄业。发行人招聘教师主要看重应聘教师的绘画水平和教学能力，对学历未设限制，符合美术培训行业惯例，具有合理性。

十、关于专职教师离职率。发行人在《审核问询函回复》问题 9 之“一、发行人补充披露”之第（三）小问中补充披露了报告期内专职教师离职率及与可比公司比较分析情况，请补充东方时尚、传智播客、昂立教育等可比公司的离职率情况，如无公开数据，亦请说明。

（一）发行人说明

经互联网搜索中国证监会网站、沪深交易所上市公司公告、见微网站等信息平台，未检索到东方时尚、传智播客、昂立教育等可比公司公开披露的教师离职率数据。

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：经互联网搜索中国证监会网站、沪深交易所上市公司公告、见微网站等信息平台，未检索到东方时尚、传智播客、昂立教育等可比公司公开披露的教师离职率数据。

十一、关于报告期内劳务派遣用工比例超过 10%。发行人在《审核问询函回复》问题 9 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中补充披露“发行人因报告期内劳务派遣用工比例超过 10%而受到行政处罚的风险较小”，请说明发行人未来杜绝劳务派遣用工比例超过 10%的所采取的措施。

（一）发行人说明

由于管理疏忽，发行人未能严格控制劳务派遣用工比例，导致报告期内劳务派遣用工比例超过 10%。截至 2019 年末，发行人已经完成整改规范，劳务派遣用工符合相关法律法规要求。为杜绝未来劳务派遣用工比例超过 10%的情形，发行人承诺：

1、加强管理。在行政人事部设置劳务派遣用工专岗，负责劳务派遣用工的人员管理、数据统计，每月初向人事主管和财务总监汇报公司及子公司的劳务派遣用工数据，严格控制人数比例。

2、检查监督，严格问责制度。由内审部门进行不定期抽查，若出现超员现象，扣减专岗人员和人事主管当月绩效工资。

3、增强外地校区的用工自主权，就地就近选择合作的劳务派遣单位，逐步降低对杭州丰来企业管理咨询有限公司的单家采购额。

4、加大后勤岗位人员的招聘力度。行政人事部根据各校区后勤岗位需求，及时制定招聘计划，与各地人才市场、职业介绍中心、各大招聘机构、网站建立合作关系，发布招聘信息招聘正式员工，减少劳务派遣用工需求。

5、统筹杭州地区人力资源。根据各校区招生情况，在场口、银湖、象山三大校区间统筹调配人员，提高人力资源使用效率。

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：截至 2019 年末，针对报告期内劳务派遣用工比例超过 10%情形，发行人已经完成整改规范，劳务派遣用工符合相关法律法规要求。发行人承诺采取加强管理、检查监督、严格问责、增强外地校区的用工自主权、加大后勤岗位人员招聘力度、统筹杭州地区人力资源等措施以杜绝未来发生劳务派遣用工比例超过 10%的情形。上述措施针对性强，具有可操作性，能够有效杜绝类似情况再次发生。

十二、关于劳务派遣供应商。发行人在《审核问询函回复》问题 9 之“一、发行人补充披露”之第（四）小问中披露劳务派遣单位均为杭州丰来企业管理咨询有限公司，请说明杭州丰来企业管理咨询有限公司的劳务派遣资质是否属于全国性的，该公司开展业务的地域范围，是否在外地设有分支机构？

（一）发行人说明

杭州丰来企业管理咨询咨询有限公司成立于 2007 年，注册资本 1,000.00 万元人民币，并已取得编号为“330105201308300006”的《劳务派遣经营许可证》（有效期至 2022 年 8 月 29 日），具有经营劳务派遣业务的资质许可，其在北京、上海、南京、深圳、成都、天津、厦门、宁波、温州、金华等地均设有分公司，能够跨地区经营。

杭州丰来企业管理咨询咨询有限公司设有金华分公司（义乌）、永嘉分公司（温州）、深圳分公司、成都分公司，且上述分支机构均已根据《劳务派遣行政许可实施办法》及当地主管机关的要求就经营劳务派遣业务进行了备案，具备向发行人及发行人位于杭州、义乌、温州、深圳、成都的下属子公司提供劳务派遣服务的条件和能力。

（二）保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师经核查后认为：杭州丰来企业管理咨询咨询有限公司已取得劳务派遣经营许可，其相关分支机构已就经营劳务派遣业务进行了备案，具备

向发行人及发行人位于杭州、义乌、温州、深圳、成都的下属子公司提供劳务派遣服务的条件和能力。

（此页无正文，为杭州老鹰教育科技有限公司《关于杭州老鹰教育科技有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）



（此页无正文，为《申万宏源证券承销保荐有限责任公司关于杭州老鹰教育科技有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人： 
廖妍华


张兴忠

保荐机构：申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2020年12月10日

保荐机构申万宏源证券承销保荐有限责任公司**总经理声明**

本人已认真阅读杭州老鹰教育科技有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告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，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：



朱春明

申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2020年12月10日