北京市汉坤律师事务所

关于

孩子王儿童用品股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

的

补充法律意见书（三）

汉坤（证）字[2020]第 22219-4-O-3 号

HANKUN
汉坤律师事务所
Han Kun Law Offices

中国北京市东长安街 1 号东方广场 C1 座 9 层 100738
电话：(86 10) 8525 5500；传真：(86 10) 8525 5511 / 8525 5522
北京 · 上海 · 深圳 · 香港
www.hankunlaw.com

目　录

一、《问询函（三）》问题 1 4
二、《问询函（三）》问题 2 12
三、《问询函（三）》问题 3 20
四、《问询函（三）》问题 4 26
五、《问询函（三）》问题 5 31

北京市汉坤律师事务所

关于孩子王儿童用品股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）

汉坤（证）字[2020]第 22219-4-O-3 号

致：孩子王儿童用品股份有限公司

北京市汉坤律师事务所（以下简称“本所”）接受孩子王儿童用品股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“孩子王股份”）委托，担任发行人本次首次公开发行股票并在创业板上市（以下简称“本次发行上市”）的特聘专项法律顾问。

此前，本所已根据有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，于 2020 年 7 月 3 日出具了《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、于 2020 年 10 月 23 日出具了《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）、于 2020 年 12 月 16 日出具了《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》（以下简称“《补充法律意见书（二）》”）。

鉴于深圳证券交易所（以下简称“深交所”）于 2020 年 12 月 31 日下发了审核函〔2020〕011053 号《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“《问询函（三）》”），本所及本所律师对《问询函（三）》所载相关法律问题进行了补充核查验证，出具本补充法律意见书（三）。

本补充法律意见书（三）是对《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》的补充，并构成《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》不可分割的一部分，除本补充法律意见书（三）另有说明的情形外，本所在《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》中发表法律意见的前提、假设和有关用语的简称、释义同样适用于本补充法律意见书（三）。

本补充法律意见书（三）仅供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用作任何其他目的。本所同意将本补充法律意见书（三）作为发行人申请本次发行上市所必备的法律文件，随同其他材料一同上报，并承担相应的法律责任。

本所及本所律师根据有关法律法规和中国证监会有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具本补充法律意见书（三）如下：

一、 《问询函（三）》问题 1

关于相关资质。审核问询回复显示：报告期内，江苏孩子王负责运营的线上平台包括孩子王 **APP**、微信小程序及微商城。根据相关规定，运营孩子王 **APP**、扫码购等线上平台为第三方商户提供平台服务的业务需具备《增值电信业务经营许可证》；发行人通过孩子王 **APP**、微信小程序、微商城产生的销售则并非必须通过江苏孩子王账户进行收款；**2020** 年 **4** 月后发行人子公司上海童渠已获得《增值电信业务经营许可证》。

请发行人：

1、结合《增值电信业务经营许可证》相关法律法规，补充披露发行人通过线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物时，是否必须持有《增值电信业务经营许可证》；报告期内发行人与江苏孩子王间形成的所有代收货款是否均属于销售发行人已购买入库、物权归属发行人自身的货物，是否存在为其他第三方厂商代售货品的情况；

2、补充披露江苏孩子王通过线上销售平台、扫码购为第三方厂商销售货物的销售模式，收款账户归属方，是否为厂商代收货款，报告期内涉及的总销售规模情况；结合相关规定，补充披露江苏孩子王进行该业务是否必须持有《增值电信业务经营许可证》；

3、补充披露江苏孩子王的的核心业务、核心资产情况及其来源，其权属是否归江苏孩子王，是否主要与发行人相关；**2020** 年 **3** 月后，江苏孩子王所有资产、业务是否均已完整转移至上海童渠，其为第三方厂商销售货品的业务是否需要重新签订合同，是否存在大量第三方厂商流失的情形，是否导致线上平台、扫码购上商品种类丰富度、货品数量大幅下降，是否存在商品紧缺的情形；江苏孩子王业务由上海童渠承接是否对发行人持续经营产生重大不利影响。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

就上述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1、查阅联营商品销售相关合同模板，就发行人与江苏孩子王间形成代收货款的原因、销售场景及相关货物权属情况对发行人的实际控制人、管理层进行访谈，

并就不同场景下自营商品及联营商品的销售金额及占比取得发行人的说明；

2、对江苏孩子王进行走访，并与其相关管理人员、财务人员、业务人员进行访谈，了解江苏孩子王的业务模式，为第三方厂商销售货物的模式及收款模式；

3、就报告期内第三方商户涉及的总销售规模，查阅江苏孩子王提供的报告期内的收入清单；

4、查阅江苏孩子王的审计报告/财务报表及资产清单；

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

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

7、取得截至 2019 年 12 月 31 日江苏孩子王的签约商户清单，并抽样核查江苏孩子王与原入驻商户签署的服务协议及相关终止协议；

8、查阅增值电信业务经营相关法律规定；

9、查阅发行人 2020 年上半年收入组成，并就上海童渠商户入驻情况对上海童渠主要管理人员进行访谈；

10、取得截至 2020 年 12 月 31 日上海童渠的签约商户清单，并抽样核查上海童渠与入驻商户签署的平台服务协议。

（一）结合《增值电信业务经营许可证》相关法律法规，补充披露发行人通过线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物时，是否必须持有《增值电信业务经营许可证》；报告期内发行人与江苏孩子王间形成的所有代收货款是否均属于销售发行人已购买入库、物权归属发行人自身的货物，是否存在为其他第三方厂商代售货品的情况；

1、结合《增值电信业务经营许可证》相关法律法规，补充披露发行人通过线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物时，是否必须持有《增值电信业务经营许可证》

一方面，对于发行人通过自身运营的线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物，根据商务部办公厅《关于外商投资互联网、自动售货机方式销售项目审批管理有关问题的通知》（2010 年 8 月 19 日生效，为保障《外商投资法》自 2020 年 1 月 1 日起的实施而于 2020 年 1 月 1 日起被废止），互联网销售是企业销售行为在互联网上的延伸，利用自身网络平台为其他交易方提供网络服务的，应向工业和信息化部申请增值电信业务经营许可证；企业利用自身网络平台直接从事商品销售的，应向电信管理部门备案。因此，若发行人通过自身运营的线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物，未向第三方提供电子商务平台服务的，无需取得《增值电信业务经营许可证》。

另一方面，对于发行人通过他人运营的线上销售平台销售发行人已购买入库、物权已归属发行人自身的货物，由于发行人并不运营在线数据处理与交易处理的增值电信业务，而是由运营线上销售平台的运营方提供在线数据处理与交易处理的增值电信业务，发行人仅作为商户入驻，因此，若发行人通过他人运营的线上销售平台销售发行人已购买入库、物权已归属发行人自身的货物时，发行人亦无需取得《增值电信业务经营许可证》。

综上，发行人通过线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物时，无需取得《增值电信业务经营许可证》。

2、报告期内发行人与江苏孩子王间形成的所有代收货款是否均属于销售发行人已购买入库、物权归属发行人自身的货物，是否存在为其他第三方厂商代售货品的情况

根据江苏孩子王提供的资料，报告期内，按销售渠道划分，江苏孩子王代发行人收取的销售款项构成情况如下：

单位：万元

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

根据发行人提供的资料及说明，报告期内，上述各模式对应的货物权属情况如下：

（1） 线上平台交易形成的代收款

发行人通过线上平台销售的商品均为发行人的自营商品，即发行人已购买入库、物权归属发行人自身的货物。

（2） 扫码购交易形成的代收款

扫码购是发行人自 2017 年推出的销售模式，为消费者在门店内或门店外通过扫描商品条码或通过孩子王 APP、微信小程序选定门店后订购商品完成在线支付，并通过自提或门店配送实现购物的一种方式。扫码购的销售实质均为发行人门店销售，而发行人门店销售的商品根据货物权属，分为自营商品和联营商品两种类型，其中联营商品系指供应商在孩子王门店内开设专柜/货架由其自行派驻人员负责商品销售工作，商品未实现销售前，商品的灭失等风险由供应商自行承担，在商品销售给终端客户时，发行人按照商品销售价格扣减销售分成后与供应商进行结算，江苏孩子王不与供应商进行结算。

根据发行人提供的说明，报告期内，扫码购形成的代收款中，自营商品及联营商品的金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自营商品	108,040.11	95.16%	326,377.72	85.86%	185,465.50	87.83%	61,339.18	85.92%
联营商品	5,495.00	4.84%	53,736.58	14.14%	25,704.17	12.17%	10,048.99	14.08%
合计	**113,535.11**	**100.00%**	**380,114.30**	**100.00%**	**211,169.67**	**100.00%**	**71,388.17**	**100.00%**

（3） 线下销售微信支付交易形成的代收款

线下销售微信支付系指消费者在门店购买商品后到收银台付款时，选择以微信方式支付，该部分交易款项由江苏孩子王代收。根据前文所述，由于门店内销售的商品包括自营商品和联营商品两种类型，因此该类模式中也包含联营商品。

根据发行人提供的说明，报告期内，线下销售微信支付形成的代收款中，自营商品及联营商品的金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自营商品	17,662.26	91.73%	204,373.87	94.46%	171,171.82	96.56%	108,720.98	89.40%

联营商品	1,592.23	8.27%	11,982.90	5.54%	6,088.99	3.44%	12,893.97	10.60%
合计	**19,254.48**	**100.00%**	**216,356.77**	**100.00%**	**177,260.81**	**100.00%**	**121,614.95**	**100.00%**

综上，报告期内发行人与江苏孩子王间形成的代收货款中，线上平台交易销售的商品均为发行人的自营商品，扫码购及线下销售微信支付形成的销售中除自营商品外还包括联营商品，联营商品由发行人与供应商直接结算，不存在江苏孩子王通过扫码购或线下销售微信支付代供应商收取货款并与之结算的情形。

（二）补充披露江苏孩子王通过线上销售平台、扫码购为第三方厂商销售货物的销售模式，收款账户归属方，是否为厂商代收货款，报告期内涉及的总销售规模情况；结合相关规定，补充披露江苏孩子王进行该业务是否必须持有《增值电信业务经营许可证》；

1、补充披露江苏孩子王通过线上销售平台、扫码购为第三方厂商销售货物的销售模式，收款账户归属方，是否为厂商代收货款，报告期内涉及的总销售规模情况

根据江苏孩子王提供的说明，报告期内，江苏孩子王通过线上销售平台为第三方厂商销售货物/服务的销售模式为：第三方商家入驻孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台后开设网店，消费者选择商品/服务并下单支付，商家收到订单信息后向消费者发货/提供服务。在该过程中，江苏孩子王作为孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台的运营方，为入驻商户提供店铺开设、商品上架审核、订单跟踪管理、日常系统维护及客服等电子商务平台服务，并收取平台服务费。

根据江苏孩子王及发行人提供的资料及说明，2020 年 4 月以前，江苏孩子王运营孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台时，上述平台收款账户均为江苏孩子王所有，因此第三方厂商作为入驻商户在上述平台交易形成的销售款项均由江苏孩子王先行收取，再与商户定期结算。

根据江苏孩子王提供的说明，报告期内，江苏孩子王通过线上销售平台为第三方厂商销售货物/服务的销售规模如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
第三方商户的成交金额（含税）	21,214.90	89,026.27	29,107.14	12,153.00
占江苏孩子王当期总成交金额的比例	52.62%	61.95%	34.81%	24.18%

注：总成交金额按照江苏孩子王提供服务并收取平台服务费口径统计

如上表所示，报告期内，随着入驻商户数量的持续增加，第三方商户的成交金额占江苏孩子王当期总成交金额的比例持续上升。

根据发行人提供的说明，报告期内，扫码购模式产生的销售实质均为门店销售。根据前文所述，对于联营商品，其销售款项由发行人与供应商直接结算，不存在江苏孩子王通过扫码购为第三方厂商销售货物并与厂商结算的情况。扫码购代收款中联营商品销售额占比参见本题“一/（一）/2/（2）扫码购交易形成的代收款”部分回复。

2、结合相关规定，补充披露江苏孩子王进行该业务是否必须持有《增值电信业务经营许可证》

根据《中华人民共和国电信条例》（2016 年 2 月 6 日生效），国家对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度。增值电信业务经营者在开展增值电信业务前，必须根据其具体的业务类型取得相应业务种类的《增值电信业务经营许可证》。根据《电信业务分类目录》（2015 年），增值电信业务包含第一类增值电信业务和第二类增值电信业务，在第二类增值电信业务分类下包含“B21 在线数据处理与交易处理业务”，系指“利用各种与公用通信网或互联网相连的数据与交易/事务处理应用平台，通过公用通信网或互联网为用户提供在线数据处理和交易/事务处理的业务。在线数据处理与交易处理业务包括交易处理业务、电子数据交换业务和网络/电子设备数据处理业务”。

报告期内，江苏孩子王运营的线上平台包括孩子王 APP、微信小程序及微商城，上述线上平台入驻商户中除发行人外，还包括其他母婴品牌商、经销商、母婴周边服务商等第三方商户，江苏孩子王通过公用通信网或互联网实现了发行人及其他第三方商户与消费者之间在孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台上对商品和服务的交易，属于通过公用通信网或互联网为用户提供在线数据处理和交易处理的业务，构成前述《电信业务分类目录》（2015 年）规定的第二类增值电信业务分类下的“B21 在线数据处理与交易处理业务”，因此，根据《中华人民共和国电信条例》（2016 年 2 月 6 日生效）、《电信业务分类目录》（2015 年）等规定，江苏孩子王在运营孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台时需要取得业务种类为“在线数据处理与交易处理业务”的《增值电信业务经营许可证》。

（三）补充披露江苏孩子王的核心业务、核心资产情况及其来源，其权属是否归江苏孩子王，是否主要与发行人相关；2020 年 3 月后，江苏孩子王所有资产、

业务是否均已完整转移至上海童渠，其为第三方厂商销售货品的业务是否需要重新签订合同，是否存在大量第三方厂商流失的情形，是否导致线上平台、扫码购上商品种类丰富度、货品数量大幅下降，是否存在商品紧缺的情形；江苏孩子王业务由上海童渠承接是否对发行人持续经营产生重大不利影响。

1、补充披露江苏孩子王的核心业务、核心资产情况及其来源，其权属是否归江苏孩子王，是否主要与发行人相关

根据江苏孩子王提供的资料及说明，报告期内，江苏孩子王的核心业务为运营孩子王 APP、小程序、微商城等线上平台。

报告期内，在服务发行人的基础上，江苏孩子王通过引入母婴网店、母婴周边商户、母婴商品经销商、代理商入驻平台，为其提供电子商务平台服务并收取平台服务费；江苏孩子王的收入按照商户划分情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
来源于发行人的收入	396.48	13.97%	1,202.07	11.54%	1,279.30	24.21%	917.53	44.65%
来源于其他商户的收入	2,441.58	86.03%	9,210.96	88.46%	4,005.95	75.79%	1,137.61	55.35%
合计	2,838.06	100.00%	10,413.03	100.00%	5,285.25	100.00%	2,055.14	100.00%

江苏孩子王经营上述业务的必要前提为其持有的《增值电信业务经营许可证》，该等资质系属江苏孩子王于 2012 年以其自身名义向江苏省通信管理局申请取得；江苏孩子王经营其上述核心业务需要使用的核心资产为孩子王域名、“孩子王”商号和“孩子王”商标等无形资产，该等资产系属发行人授权江苏孩子王使用，发行人就该等授权，向江苏孩子王收取授权费用。

2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系，停止授权江苏孩子王使用孩子王域名、“孩子王”商号、“孩子王”商标，孩子王微商城、孩子王 APP 等在内的软件产品，但江苏孩子王保留其享有所有权的其他全部资产及增值电信业务经营许可资质。

2、2020 年 3 月后，江苏孩子王所有资产、业务是否均已完整转移至上海童渠，其为第三方厂商销售货品的业务是否需要重新签订合同，是否存在大量第三方厂商流失的情形，是否导致线上平台、扫码购上商品种类丰富度、货品数量大

幅下降，是否存在商品紧缺的情形；江苏孩子王业务由上海童渠承接是否对发行人持续经营产生重大不利影响

根据发行人提供的资料及说明，2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系，停止授权江苏孩子王使用孩子王域名、“孩子王”商号、“孩子王”商标，孩子王微商城、孩子王 APP 等在内的软件产品，但江苏孩子王保留其享有所有权的其他全部资产及增值电信业务经营许可资质。同时，由于发行人与江苏孩子王终止合作关系后，江苏孩子王无法继续运营孩子王 APP、小程序、微商城等线上平台，因此江苏孩子王于 2020 年 4 月 1 日起终止了电子商务平台服务。

2020 年 4 月 1 日，上海童渠成为孩子王 APP、小程序、微商城等线上平台的运营方，根据发行人提供的资料，上海童渠运营平台前后，入驻商户数量、商品品类的比较情况如下：

项目	江苏孩子王（截至 2019 年 12 月 31 日）	上海童渠（截至 2020 年 12 月 31 日）		
		原江苏孩子王商户	新增商户	合计
签约商户数量（家）	6,322	1,277	2,710	3,987
商品/服务 SKU（个）	392,493	315,646	69,121	384,767

根据上表所示，截止 2019 年 12 月末，江苏孩子王的签约商户数量为 6,322 家，上海童渠运营线上平台后，截至 2020 年 12 月末，原江苏孩子王入驻商户中 1,277 家继续与上海童渠合作，商户数量及货品数量有所下降，根据发行人提供的说明，主要原因系上海童渠对于部分有意向继续入驻孩子王线上平台的商家，根据其对第三方入驻商家的资质要求、品牌声誉、货品相关性等标准进行筛选，并与符合条件的商户重新签订平台服务合同；在对原江苏孩子王商户进行筛选的同时，开发新客户，截止 2020 年 12 月末，平台新增入驻商户达到 2,710 家，占全部入驻商户的比例为 67.97%。

根据发行人提供的资料，2020 年 4 月至 6 月，发行人通过上海童渠获取的线上平台服务收入为 2,827.35 万元，按照年化方式测算，发行人平台服务年收入预计为 11,309.40 万元，与江苏孩子王 2019 年营业收入（10,413.03 万元）匹配，同比江苏孩子王为发行人服务期间不存在大幅下跌情况。

综上，截至 2020 年 12 月 31 日，上海童渠运营线上平台后，虽原江苏孩子王

的入驻商户中继续与上海童渠合作的商户数量及货品数量有所下降，但平台新增入驻商户数量持续上升，未出现商品紧缺的情形；江苏孩子王业务由上海童渠承接不会对发行人持续经营产生重大不利影响。

经核查，本所律师认为：

1、发行人通过线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物时，无需持有《增值电信业务经营许可证》；报告期内，发行人与江苏孩子王间形成的代收货款中，线上平台交易销售的商品均为发行人的自营商品，扫码购及线下销售微信支付形成的销售中除自营商品外还包括联营商品，该等联营商品的销售由发行人与供应商直接结算，不存在江苏孩子王通过扫码购或线下销售微信支付代供应商收取货款并与之结算的情形；

2、报告期内，江苏孩子王通过线上销售平台为第三方厂商销售货物/服务的销售模式为：第三方商家入驻孩子王 APP、小程序、微商城等线上平台后开设网店，并向终端消费者销售商品/提供服务，江苏孩子王作为线上平台的运营方，为入驻商户提供平台服务；上述平台的收款账户均为江苏孩子王，因此第三方厂商作为入驻商户在上述平台交易形成的销售款项均由江苏孩子王先行收取，再与商户定期结算；报告期内，随着第三方入驻商户数量的增加，涉及的销售规模占比持续上升；江苏孩子王因从事电子商务平台运营服务，需要持有《增值电信业务经营许可证》；

3、报告期内，江苏孩子王的核心业务为运营孩子王 APP、小程序、微商城等线上平台，其经营业务所必需的《增值电信业务经营许可证》为其自行持有，孩子王域名、“孩子王”商号和“孩子王”商标等无形资产系经发行人授权使用；2020 年 3 月 31 日，公司与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系，但江苏孩子王保留其享有所有权的其他全部资产及增值电信业务经营许可资质；2020 年 4 月 1 日，上海童渠成为孩子王 APP、小程序、微商城等线上平台的运营方，根据其对第三方入驻商户的筛选标准，与符合条件且有意向继续入驻的商户重新签订平台服务合同；截至 2020 年 12 月 31 日，上海童渠运营线上平台后，虽原江苏孩子王的入驻商户中继续与上海童渠合作的商户数量及货品数量有所下降，但平台新增入驻商户数量持续上升，未出现商品紧缺的情形；江苏孩子王业务由上海童渠承接不会对发行人持续经营产生重大不利影响。

二、 《问询函（三）》问题 2

关于线上平台交易代收款的合理性。根据审核问询回复：

报告期内，江苏孩子王为发行人代收的货款中，由线上平台交易产生的金额分别为 2.91 亿元、4.99 亿元、7.17 亿元、2.37 亿元。

请发行人：

（1）补充披露江苏孩子王各线上销售平台的具体情况、业务开展背景、销售模式、具体应用场景、各平台收款金额及占比、付款模式、收款账户的归属方；

（2）补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行设立线上销售平台，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；报告期内发行人未自行设立线上销售平台并以自身账户收款的原因及合理性；

（3）补充披露报告期内江苏孩子王通过各线上销售平台为第三方厂商销售货物所涉及的销售规模情况，与其销售发行人自有货物金额的比较情况；江苏孩子王在各销售平台销售时，是否注明该产品归属于第三方厂商或属于孩子王自营货物，上述两类产品销售时是否区分销售环境或应用场景，客户是否需要分别下订单，并分别支付上述两类产品；报告期内客户在同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数及占当期总订单比例情况；

（4）结合上述情况，补充披露发行人通过线上平台交易形成代收款项的商业必要性及合理性。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

就上述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1、就发行人与江苏孩子王间形成代收货款的原因、未自行设立线上销售平台并以自身账户收款的情况对发行人的实际控制人、管理层进行访谈；

2、对江苏孩子王进行走访，并与其相关管理人员、财务人员、业务人员进行访谈，了解江苏孩子王的业务模式、业务开展背景、销售模式、商品权属区分、付款模式、收款账户等；

3、查阅江苏孩子王报告期内的各平台的销售清单，了解报告期内发行人自营商品及第三方厂商销售货物规模，同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数及占当期总订单比例情况；

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

5、查阅增值电信业务经营相关法律规定。

（一）补充披露江苏孩子王各线上销售平台的具体情况、业务开展背景、销售模式、具体应用场景、各平台收款金额及占比、付款模式、收款账户的归属方；

1、江苏孩子王各线上销售平台的具体情况及应用场景

报告期内，江苏孩子王运营的线上平台包括孩子王 APP、微信小程序、微信公众号和微商城。其中，孩子王 APP 系主要的移动端购物渠道，消费者可以在 APP 内直接下单购买商品/服务；除孩子王 APP 外，消费者可通过微信 APP 内置的微信小程序、微商城，或微信公众号内链接跳转至微信小程序、微商城进行购物。

2、江苏孩子王的业务开展背景

红筹架构拆除前，江苏孩子王作为红筹架构中被孩子王有限协议控制的主体，持有《增值电信业务经营许可证》，主要从事线上母婴童商品零售业务，即江苏孩子王向孩子王有限采购商品后通过线上平台向消费者销售。

红筹架构拆除后，由于孩子王有限为中外合资企业，如直接或间接收购江苏孩子王可能影响江苏孩子王所持《增值电信业务经营许可证》的有效性，根据发行人提供的说明，一方面为保证公司商品在原有线上平台上继续销售不受影响以及平台已有用户对“孩子王”品牌的认知度；另一方面随着母婴行业发展和消费升级影响，线上业务开展过程中完全依赖自营商品的销售模式并不能满足消费者多元化、个性化消费需求。为此，2016 年发行人与江苏孩子王签署了《合作协议》，由江苏孩子王负责孩子王 APP、微信小程序、微商城、微信公众号等各类线上平台的运营，发行人仅作为平台入驻商户。

3、销售模式、各平台收款金额及占比

在上述业务模式下，对于江苏孩子王而言，其作为平台运营方为入驻商户提供网上店铺开设服务、商品上架审核服务、订单跟踪管理服务、日常系统维护及客服等平台服务，并根据商户在其运营的线上平台实现的商品或服务成交金额，按照一定费率向入驻商户收取平台服务费。

对于发行人及其他入驻商户而言，其销售模式为：消费者通过孩子王 APP、微信小程序、微商城搜索需要购买的商品、下单并支付货款后，入驻商户收到订单后安排发货或提供服务，相关交易款项由江苏孩子王先行收取后，再定期与入驻商户结算。

根据江苏孩子王提供的说明，报告期内，江苏孩子王线上成交金额按平台划分对应的收款金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
孩子王 APP	22,131.40	54.89%	90,914.35	63.27%	71,537.88	85.55%	46,787.62	93.09%
微信小程序及微商城	18,186.69	45.11%	52,784.27	36.73%	12,083.15	14.45%	3,472.39	6.91%
合计	**40,318.09**	**100.00%**	**143,698.62**	**100.00%**	**83,621.03**	**100.00%**	**50,260.00**	**100.00%**

4、付款模式、收款账户的归属方

报告期内，消费者通过孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台下单的收款账户归属情况如下：

项目	业务类型	收款账户
孩子王 APP、微信小程序、微商城	跨境购业务	子公司香港商贸的微信国际、支付宝国际账户
	消费者分期付款业务	深圳远翔银行账户
	其他线上付款业务	江苏孩子王的微信、支付宝、银联、Apple Pay、银行账户

上述各业务类型的付款模式如下：

（1）跨境购业务：跨境购业务系指境内消费者通过江苏孩子王运营的 APP、

微信小程序等线上平台下单从发行人注册在香港的子公司香港商贸处购买进口商品。在付款模式上，由于香港商贸是境外企业，其只能以外币形式收取消费者支付的跨境进口商品的销售款，境内消费者通过江苏孩子王运营的线上平台购买境外商品时，向香港商贸开立的微信国际、支付宝国际账户直接支付商品销售款；

（2）分期付款业务：消费者下单购买商品后，向深圳远翔申请分期付款；

（3）除上述情况外，消费者通过孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台下单向发行人或其他商户购买商品/服务时，其支付的商品/服务销售款由平台运营主体江苏孩子王收取后，再由江苏孩子王根据收货确认等情况与入驻商户结算。

（二）补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行设立线上销售平台，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；报告期内发行人未自行设立线上销售平台并以自身账户收款的原因及合理性；

1、补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行设立线上销售平台，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款

如本补充法律意见书（三）“一/（一）结合《增值电信业务经营许可证》相关法律法规，补充披露发行人通过线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物时，是否必须持有《增值电信业务经营许可证》”所述，在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人可自行设立线上销售平台，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款，但该等平台上不得存在第三方商户入驻。

2、报告期内发行人未自行设立线上销售平台并以自身账户收款的原因及合理性

报告期内，发行人线上销售平台主要包括孩子王 APP、微信小程序、微商城等；根据发行人提供的说明，发行人未自行设立线上销售平台并以自身账户收款的原因如下：

（1）由于发行人在 2020 年 3 月以前未持有《增值电信业务经营许可证》，如发行人自行设立线上销售平台并以自身账户收款，则该等线上平台仅可从事自营

业务，无法为第三方厂商提供在线数据处理与交易处理业务，即无法通过线上平台联合与发行人存在业务协同效应的其他第三方品牌商、周边商户实现为消费者提供“衣、食、住、行、用、玩、教”一站式服务的效果，亦无法形成会员集聚效应，不符合发行人的发展战略；

（2）如既要满足发行人自行设立线上销售平台并以自身账户收款的要求，又要达到消费者一站式服务需求，则发行人需同时建立两套线上平台体系，一个由发行人自行运营从事自营业务，一个由江苏孩子王运营通过引入第三方母婴经销商、周边服务商户等为消费者提供其他商品及服务。在该模式下，一方面两套线上平台体系将涉及多个门户入口（比如 2 个 APP、2 个微信小程序、2 个微商城等），容易导致消费者对孩子王品牌的混淆；另一方面，消费者如需购买多品类商品或服务，则可能需要下载两个 APP 或进入不同的微信小程序、微商城进行切换，影响消费者整体购物体验，造成业务机会流失，并且会给发行人自营业务与第三方商户平台业务之间的互相引流造成阻碍，难以形成统一平台的规模效应；

（3）如发行人通过入驻天猫、京东等平台自行开设网店并自行收款，该种模式下，由于入驻的平台为大型综合线上平台，而非专注于母婴商品及服务的线上平台，用户分散，不会长期集中于母婴商品及服务的开发；同时，发行人入驻该等平台无法有效利用其自身会员资源实现销售，打通线上线下渠道，不符合发行人的发展战略。发行人曾于 2010 年在天猫平台开立了旗舰店，截至本回复出具日，粉丝数量仅 29.2 万，2017 年至 2020 年上半累计实现销售收入仅 6,178.91 万元，对发行人主营业务收入的贡献较小，无法实现规模效应。

综上，报告期内发行人未自行设立线上销售平台并以自身账户收款具有商业合理性。

（三）补充披露报告期内江苏孩子王通过各线上销售平台为第三方厂商销售货物所涉及的销售规模情况，与其销售发行人自有货物金额的比较情况；江苏孩子王在各销售平台销售时，是否注明该产品归属于第三方厂商或属于孩子王自营货物，上述两类产品销售时是否区分销售环境或应用场景，客户是否需要分别下订单，并分别支付上述两类产品；报告期内客户在同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数及占当期总订单比例情况；

1、补充披露报告期内江苏孩子王通过各线上销售平台为第三方厂商销售货物所涉及的销售规模情况，与其销售发行人自有货物金额的比较情况

报告期内，江苏孩子王通过各线上销售平台为第三方厂商销售货物/服务所涉

及的销售规模及与其销售发行人自有货物金额的比较情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
发行人的成交金额（含税）	19,103.19	47.38%	54,672.35	38.05%	54,513.89	65.19%	38,107.00	75.82%
其他商户的成交金额（含税）	21,214.90	52.62%	89,026.27	61.95%	29,107.14	34.81%	12,153.00	24.18%
合计	**40,318.09**	**100.00%**	**143,698.62**	**100.00%**	**83,621.03**	**100.00%**	**50,260.00**	**100.00%**

注：上述成交金额按照收取平台服务费标准统计

报告期内，随着平台入驻商户数量的不断增加，江苏孩子王通过各线上销售平台为第三方厂商销售货物/服务所涉及的销售占比持续上升。

2、江苏孩子王在各销售平台销售时，是否注明该产品归属于第三方厂商或属于孩子王自营货物，上述两类产品销售时是否区分销售环境或应用场景，客户是否需要分别下订单，并分别支付上述两类产品；

报告期内，江苏孩子王在各销售平台销售商品时，归属于孩子王自营的货物均以“直营”等字样进行标识，未标识则为第三方厂商商品。消费者可通过孩子王APP、微信小程序、微商城任意渠道购买上述两类商品，无需区分销售环境或应用场景，消费者无需分别下订单，即同一次订单可同时包含孩子王自营商品及第三方厂商商品。在支付环节，除跨境购及分期付款业务因涉及不同的收款账户，需要分别支付外，其他单笔订单均可一次性支付。

3、报告期内客户在同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数及占当期总订单比例情况；

报告期内，客户在同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数及占当期总订单比例情况如下：

单位：个

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
订单数量	48,814	185,495	167,495	128,852
总订单数量	3,114,664	11,387,472	6,104,382	3,654,025
占总订单数量的比例	1.57%	1.63%	2.74%	3.53%

注：发行人与江苏孩子王自 2020 年 3 月 31 日停止合作，因此 2020 年上半年为 2020 年 1-3 月数据

（四）结合上述情况，补充披露发行人通过线上平台交易形成代收款项的商业必要性及合理性。

报告期内，线上平台交易形成的代收款系由于公司作为商户入驻到孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台，消费者通过上述平台下单购买自营商品及预充值卡后，相关销售款项由江苏孩子王先行收取后再定期和孩子王结算。该模式下江苏孩子王作为持有《增值电信业务经营许可证》的线上平台运营主体直接与入驻商户签署合同。

由于消费者通过线上电子商务平台下单支付货款、平台内入驻商户发货、消费者确认收货存在周期，江苏孩子王出于保障消费者权益、防范平台内包括发行人在内的入驻商户商品质量风险、收款后未按时发货等诚信经营风险考虑，要求平台内所有入驻商户的商品销售款均由其代收，即所有消费者通过江苏孩子王运营的线上电子商务平台下单并支付的商品销售款均需先行由平台运营主体江苏孩子王收取后，再行根据收货确认等情况与入驻商户结算。因此，发行人作为孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上电子商务平台的入驻商户之一，其消费者于线上支付的款项由江苏孩子王先行收取后，再行与发行人结算。该模式在行业中亦有类似案例，根据上市公司 ST 摩登（002656.SZ）、伟思医疗（688580.SH）、博士眼镜（300622.SZ）的公开披露信息显示，其存在通过电商平台销售货物并由电商平台代收货款的情况。

此外，如发行人采取不同的收款方式，在孩子王 APP、微信小程序、微商城中增加发行人单独的收款接口，由发行人自行收取其销售商品的款项，则会导致平台上不同主体的销售订单需要分单支付（例如购物车中包括发行人的销售订单和其他入驻商户订单时，需分次结算），影响消费者的购物体验，不利于线上业务的推广。

综上，报告期内发行人就线上销售部分未以自身账户收款具有商业必要性及合理性。

2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王的业务合作终止，江苏孩子王为发行人代收款项的安排也完全终止；2020 年 4 月 1 日起，发行人的子公司上海童渠直接作为平台运营方运营 APP、微信小程序、微商城，上海童渠与第三方支付平台合作收取上述销售款。

综上，本所律师认为：

1、报告期内，江苏孩子王运营的线上平台包括孩子王 APP、微信小程序、微商城及微信公众号；报告期内，发行人及其他商户通过入驻平台向终端消费者销售商品/服务，江苏孩子王主要为入驻商户提供平台运营服务；报告期内，除跨境购及分期付款业务，孩子王 APP 等各类线上平台的收款账户均为江苏孩子王所有；

2、在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人可自行设立线上销售平台，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；报告期内发行人未自行设立线上销售平台并以自身账户收款具有合理性；

3、报告期内江苏孩子王通过各线上销售平台为第三方厂商销售货物所涉及的销售规模占比持续提高；报告期内，江苏孩子王在各销售平台销售时，已注明该产品归属于第三方厂商或属于孩子王自营货物，上述两类产品销售时无需区分销售环境或应用场景，客户无需分别下订单；在支付环节，除跨境购及分期付款业务因涉及不同的收款账户，需要分别支付外，其他订单均可一次性支付；报告期内，客户在同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数占当期总订单比例平均为 2.4%；

4、报告期内，发行人通过线上平台交易形成代收款项具有商业必要性及合理性。

三、 《问询函（三）》问题 3

报告期内，江苏孩子王为发行人代收的货款中，由“扫码购”产生的金额分别为 7.14 亿元、21.12 亿元、38.01 亿元、11.35 亿元；“扫码购”分线上及线下模式，均需通过孩子王 APP 进行收款。

请发行人：

（1）补充披露“扫码购”销售的具体情况，业务开展背景，销售模式，具体应用场景，线上、线下“扫码购”收款的金额及占比，付款模式，收款账户的归属方；

（2）补充披露线上、线下“扫码购”模式在应用场景、客户下单、支付、物

流配送、退货、客户服务等方面的区别情况；

（3）补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行设立孩子王 APP，合法通过“扫码购”的方式销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；报告期内发行人未自行设立孩子王 APP 并以自身账户收款的原因及合理性；

（4）补充披露报告期内江苏孩子王通过“扫码购”为第三方厂商销售货物的涉及的销售规模情况，与其销售发行人自有货物金额的比较情况；江苏孩子王在以“扫码购”销售时，是否注明该产品归属于第三方厂商或属于孩子王自营货物，上述两类产品销售时是否区分销售环境或应用场景，客户是否需要分别下订单，并分别支付上述两类产品；报告期内客户在同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数及占当期总订单比例情况；

（5）结合上述情况，补充披露发行人通过扫码购形成代收款项的商业必要性及合理性。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

就上述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1、就发行人的扫码购模式，及与江苏孩子王间形成代收货款的原因、未自行设立孩子王 APP 并以自身账户收款的情况对发行人的实际控制人、管理层进行访谈；

2、对江苏孩子王进行走访，并与其相关管理人员、财务人员、业务人员进行访谈，了解江苏孩子王的业务模式、业务开展背景、销售模式、商品权属区分、付款模式、收款账户等；

3、就报告期内的通过扫码购模式形成的交易情况取得发行人提供的说明；

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

5、查阅增值电信业务经营相关法律规定。

（一）补充披露“扫码购”销售的具体情况，业务开展背景，销售模式，具体应用场景，线上、线下“扫码购”收款的金额及占比，付款模式，收款账户的归属方；

1、“扫码购”销售的具体情况，业务开展背景，销售模式，具体应用场景

根据发行人提供的说明，扫码购是发行人自 2017 年推出的模式，为消费者在门店内或门店外通过扫描商品条码或通过孩子王 APP、微信小程序选定门店后订购商品完成在线支付，并通过自提或门店配送实现购物的一种方式；根据消费者下单场景，扫码购可分为线上、线下两种模式，其中，线下“扫码购”主要发生在门店内购物场景，消费者通过孩子王 APP、微信小程序的扫一扫功能扫描商品条码后，可自动跳转至支付页面进行付款，不需要在收银台排队付款；而线上“扫码购”主要为消费者在门店外购买门店内商品，即消费者通过孩子王 APP、微信小程序进入“门店到家”模块或通过“扫一扫”功能扫描商品条码后，在选定附近门店及陈列商品后，完成线上付款，然后在门店提货或者让门店送货上门。

根据发行人提供的说明，报告期内，该类模式下由江苏孩子王代收款项及对应的收入、利润情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
扫码购交易额（含税）	113,535.11	380,114.30	211,169.67	71,388.17
占江苏孩子王整体代收款的比例	72.55%	56.89%	48.17%	32.15%
该类模式形成的收入	95,771.75	289,072.52	159,967.31	52,469.40
占发行人主营业务收入的比例	25.11%	35.46%	24.20%	10.12%
该类模式形成的毛利	19,700.57	73,128.97	41,838.24	15,255.34
占发行人主营业务毛利的比例	18.62%	29.92%	21.13%	9.84%

2、线上、线下“扫码购”收款的金额及占比，付款模式，收款账户的归属方

根据发行人提供的说明，报告期内，线上、线下“扫码购”形成的代收款金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上扫码购	68,387.70	60.23%	111,285.01	29.28%	49,396.43	23.39%	7,378.37	10.34%
线下扫码购	45,147.41	39.77%	268,829.29	70.72%	161,773.24	76.61%	64,009.80	89.66%
合计	**113,535.11**	**100.00%**	**380,114.30**	**100.00%**	**211,169.67**	**100.00%**	**71,388.17**	**100.00%**

由于该模式下产生的门店销售借助了孩子王 APP、微信小程序等线上平台的付款渠道完成线上付款，如前文所述，线上平台的收款方均为江苏孩子王，因此扫码购模式产生的门店销售款由江苏孩子王代收。

（二）补充披露线上、线下“扫码购”模式在应用场景、客户下单、支付、物流配送、退货、客户服务等方面的区别情况；

根据发行人提供的说明，线上、线下“扫码购”模式在应用场景、客户下单、支付、物流配送、退货、客户服务等方面的区别情况如下：

项目	线下扫码购	线上扫码购
应用场景	门店内购物结算	门店外购买门店内商品
客户下单	消费者通过孩子王 APP、微信小程序的扫一扫功能扫描商品条码后可自动跳转至支付页面进行付款	消费者通过孩子王 APP、微信小程序进入“门店到家”模块或者通过扫一扫功能扫描商品条码，选定附近门店及陈列商品后进行付款
支付	借助孩子王 APP、微信小程序的支付渠道进行线上付款	
物流配送	消费者选择门店自提或由该门店人员安排送货上门	
退货	由该门店人员统一负责商品退货	
客户服务	由该门店育儿顾问负责客户服务	

综上，线上、线下“扫码购”虽然在应用场景和下单模式方面有所区别，但所有销售实质均为发行人门店销售，销售过程中由门店人员负责提供物流、咨询、售后等服务，发行人仅借助了孩子王 APP、微信小程序等线上平台的支付渠道完成线上付款。

（三）补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行设立孩子王 APP，合法通过“扫码购”的方式销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；报告期内发行人未自行设立孩子王

APP 并以自身账户收款的原因及合理性

1、补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行设立孩子王 APP，合法通过“扫码购”的方式销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款

如本补充法律意见书（二）“一/（一）结合《增值电信业务经营许可证》相关法律法规，补充披露发行人通过线上销售平台销售其已购买入库、物权已归属发行人自身的货物时，是否必须持有《增值电信业务经营许可证》”所述，在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人可自行设立孩子王 APP，合法通过“扫码购”的方式销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款。

2、报告期内发行人未自行设立孩子王 APP 并以自身账户收款的原因及合理性

根据前文所述，报告期内，发行人未自行设立孩子王 APP 并以自身账户收款的原因如下：

（1）由于发行人在 2020 年 3 月以前未持有《增值电信业务经营许可证》，如发行人自行设立孩子王 APP 并以自身账户收款，则该 APP 仅可从事自营业务，无法引入与发行人存在业务协同效应的其他第三方品牌商、周边商户实现为消费者提供“衣、食、住、行、用、玩、教”一站式服务的效果，亦无法形成会员集聚效应，不符合发行人的发展战略；

（2）如既要满足发行人自行设立孩子王 APP 并以自身账户收款的要求，又要达到消费者一站式服务需求，则发行人需同时设立两个 APP，一个由发行人自行运营从事自营业务，一个由江苏孩子王运营通过引入第三方母婴经销商、周边服务商户等为消费者提供其他商品及服务。在该模式下，一方面两个 APP 同时运营容易导致消费者对孩子王品牌的混淆，且一般情况下，消费者较少会针对同一品牌同时下载两个 APP；另一方面，如消费者需购买多品类商品或服务，则在购物时可能需要在两个 APP 间进行切换，影响消费者整体购物体验，造成业务机会流失，并且会给发行人自营业务与第三方商户平台业务之间的互相引流造成阻碍，难以形成统一平台的规模效应。

综上，报告期内发行人未自行设立孩子王 APP 并以自身账户收款具有商业合理性。

（四）补充披露报告期内江苏孩子王通过“扫码购”为第三方厂商销售货物的涉及的销售规模情况，与其销售发行人自有货物金额的比较情况；江苏孩子王在以“扫码购”销售时，是否注明该产品归属于第三方厂商或属于孩子王自营货物，上述两类产品销售时是否区分销售环境或应用场景，客户是否需要分别下订单，并分别支付上述两类产品；报告期内客户在同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数及占当期总订单比例情况；

报告期内，由于扫码购模式产生的销售实质均为发行人门店销售，如前文所述，对于联营商品，其销售收入由发行人与供应商直接结算，不存在江苏孩子王通过扫码购为第三方厂商销售货物并与厂商结算的情况。

报告期内，发行人通过扫码购销售的商品包括联营商品，具体销售规模与销售发行人自有货物金额的情况参见本补充法律意见书（三）“一/（一）/2、报告期内发行人与江苏孩子王间形成的所有代收货款是否均属于销售发行人已购买入库、物权归属发行人自身的货物，是否存在为其他第三方厂商代售货品的情况”。

发行人通过“扫码购”模式销售时，不会标明该产品归属于第三方厂商或属于孩子王自营货物，销售时不区分销售环境或应用场景，客户无需分别下订单，亦无需分别支付上述两类产品的价款。

报告期内客户在同一订单同时购买孩子王自营货物及第三方厂商货物的订单数及占当期总订单比例情况：

单位：个

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
订单数量	33,637	256,656	159,902	112,595
总订单数量	2,728,804	1,356,177	7,582,981	3,464,190
占总订单数量的比例	1.23%	1.89%	2.11%	3.25%

注：发行人与江苏孩子王自 2020 年 3 月 31 日停止合作，因此 2020 年上半年为 2020 年 1-3 月数据

（五）结合上述情况，补充披露发行人通过扫码购形成代收款项的商业必要性及合理性

根据发行人提供的说明，“扫码购”模式系为满足消费者对购物支付便捷的需求由门店销售场景向线上的延伸，该模式下产生的门店销售借助了孩子王 APP、微信小程序等线上平台的付款渠道完成线上付款，如上所述，线上平台的收款方

均为江苏孩子王，因此扫码购模式产生的门店销售款也由江苏孩子王代收，具有商业必要性及合理性。

2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王的业务合作终止，江苏孩子王为发行人代收款项的安排也完全终止；2020 年 4 月 1 日起，发行人的子公司上海童渠承担平台运营服务，上海童渠与第三方支付平台合作收取上述销售款。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、扫码购模式下产生的门店销售借助了孩子王 APP、微信小程序等的付款渠道完成线上付款，线上平台的收款方均为江苏孩子王，因此扫码购模式产生的门店销售款由江苏孩子王代收；

2、在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人可自行设立孩子王 APP，合法通过“扫码购”的方式销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；报告期内发行人未自行设立孩子王 APP 并以自身账户收款具有合理性；

3、发行人以“扫码购”模式销售商品时，未注明该产品归属于第三方厂商或属于孩子王自营货物，上述两类产品销售时未区分销售环境或应用场景，客户无需要分别下订单或分别支付上述两类产品；扫码购销售中除自营商品外还包括联营商品，联营商品由发行人与供应商直接结算，不存在江苏孩子王通过扫码购或线下销售微信支付代供应商收取货款并与之结算的情形；

4、发行人通过扫码购形成代收款项具有商业必要性及合理性。

四、 《问询函（三）》问题 4

关于线下门店微信收款代收款的合理性。审核问询回复显示，由线下门店微信收款产生的代收货款金额分别为 12.16 亿元、16.73 亿元、21.64 亿元、1.93 亿元。

请发行人：

（1）补充披露线下门店微信收款的具体情况，业务开展背景，销售模式，具体应用场景，线下微信、支付宝、现金收款的金额及占比，付款模式，收款账户的归属方；

（2）补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行开设微信收款账户，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；结合微信收款与微信商城账间业务关联，账户归属等关系，补充披露报告期内发行人未自行设立微信账户并以自身账户收款的原因及合理性；

（5）结合上述情况，补充披露发行人通过线下门店微信收款形成代收款项的商业必要性及合理性。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

就上述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1、就发行人线下门店微信收款的具体情况，及与江苏孩子王间形成代收货款的原因、未自行设立微信账户并以自身账户收款的情况对发行人的实际控制人、管理层进行访谈；

2、通过公开渠道查阅微信公众号、小程序等账户绑定的操作规定，查阅孩子王微信公众号登记及绑定时提交的相关资料，并就账户绑定问题对微信工作人员进行访谈；

3、了解孩子王报告期内的线下门店各类收款方式的组成情况；

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

（一）补充披露线下门店微信收款的具体情况，业务开展背景，销售模式，具体应用场景，线下微信、支付宝、现金收款的金额及占比，付款模式，收款账户的归属方；

1、线下门店微信收款的具体情况，业务开展背景，销售模式，具体应用场景

线下门店微信支付模式系指消费者在门店内购物完成后，在收银台付款时选

择微信方式支付，由于门店内的微信支付收款渠道绑定了江苏孩子王的收款账户，因此该模式形成的销售款项由江苏孩子王代收。

报告期内，该类模式下由江苏孩子王代收款项及对应的收入、利润情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
线下销售微信支付交易额（含税）	19,254.48	216,356.77	177,260.81	121,614.95
占江苏孩子王整体代收款的比例	12.30%	32.38%	40.43%	54.76%
该类模式形成的收入	15,666.04	180,899.79	147,602.34	93,158.98
占发行人主营业务收入的比例	4.11%	22.19%	22.33%	17.97%
该类模式形成的毛利	3,477.06	45,239.86	40,430.37	27,506.66
占发行人主营业务毛利的比例	3.29%	18.51%	20.42%	17.74%

2、线下微信、支付宝、现金收款的金额及占比，付款模式，收款账户的归属方

报告期内，线下门店交易中，通过微信、支付宝、现金、银行账户等方式收款的金额及占比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
微信	66,729.00	37.86%	216,356.77	37.47%	177,260.81	29.58%	121,614.95	20.77%
支付宝	43,856.00	24.88%	149,269.00	25.85%	154,253.00	25.74%	124,180.00	21.21%
现金	12,704.00	7.21%	74,822.00	12.96%	76,248.00	12.72%	106,878.00	18.25%
银行及其他	52,970.00	30.05%	136,995.23	23.72%	191,553.19	31.96%	232,827.05	39.77%
合计	**176,259.00**	**100.00%**	**577,443.00**	**100.00%**	**599,315.00**	**100.00%**	**585,500.00**	**100.00%**

注：2017 年-2019 年，微信收款均由江苏孩子王代收；2020 年 1-6 月，微信收款中 19,254.48 万元系由江苏孩子王代收

在发行人与江苏孩子王终止合作前，线下门店交易中通过微信方式收款的均由江苏孩子王代为收取后再与发行人定期结算，通过支付宝、现金、银行账户等

方式收款的均由发行人自行收取；在发行人与江苏孩子王终止合作后，通过微信方式收款的由发行人自行收取，未再发生由江苏孩子王代收款情况。

（二）补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行开设微信收款账户，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；结合微信收款与微信商城账间业务关联，账户归属等关系，补充披露报告期内发行人未自行设立微信账户并以自身账户收款的原因及合理性；

1、补充披露在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人是否可自行开设微信收款账户，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款

在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人可自行开设微信收款账户，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款。

2、结合微信收款与微信商城账间业务关联，账户归属等关系，补充披露报告期内发行人未自行设立微信账户并以自身账户收款的原因及合理性

根据发行人提供的说明，微信公众号是连接微信线下收款与线上微商城、小程序，实现消费者从线下支付向线上引流的重要途径之一。具体而言，为方便商家引流，微信为商家提供微信支付后推荐消费者关注微信公众号的功能，即消费者使用微信支付付款成功后，微信可推送并提示消费者关注该收款方运营的微信公众号；消费者关注微信公众号后，由于微信公众号可绑定微信小程序、微商城，消费者可通过微信公众号内链接跳转至微信小程序、微商城直接进行线上购物，实现通过微信支付向微信公众号引流、进而向绑定的微信小程序、微商城引流并促进商家线上销售的作用。

孩子王微信公众号（即孩子王微商城服务号）于 2014 年 5 月正式上线，消费者可通过孩子王微商城服务号购买第三方商户的商品/服务，如上文所述，该等公众号的运营主体必须持有《增值电信业务经营许可证》，因此该公众号在 2014 年 5 月上线后至发行人与江苏孩子王终止合作之前一直由江苏孩子王运营。

根据本所律师对微信工作人员进行的访谈，发行人红筹架构拆除后，根据微信当时的操作要求，在消费者使用微信支付付款后推送并提示消费者关注的公众号运营主体与该次微信支付的收款账户主体必须为同一主体，方可实现消费者通

过微信支付付款后收到相应微信公众号的推送及提示关注。因此，线下门店的微信支付收款账户主体也必须为江苏孩子王，从而实现消费者通过微信支付付款完成后收到并关注江苏孩子王运营的孩子王微商城服务号，进而吸引潜在消费者及孩子王注册会员通过微信公众号跳转至小程序、微商城购物，最大限度实现微信公众号宣传推广效果、促进用户转化。

因此，基于微信当时的操作要求，为实现向孩子王微商城服务号引流的目的，发行人未自行设立微信账户并以自身账户收款，具有合理性。

（三）结合上述情况，补充披露发行人通过线下门店微信收款形成代收款项的商业必要性及合理性

如前文所述，报告期内，微信公众号登记注册在江苏孩子王名下，且绑定了江苏孩子王运营的微信小程序、微商城，因此线下门店销售微信支付绑定了江苏孩子王的收款账户。当消费者通过微信支付完成后，可关注江苏孩子王运营的公众号，从而吸引潜在消费者及孩子王注册会员通过微信公众号跳转至小程序、微商城购物，最大限度实现微信公众号宣传推广效果、促进用户转化，交易款项因此由江苏孩子王先行收取后再与发行人结算，具有商业必要性及合理性。

2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王的业务合作终止，江苏孩子王为发行人代收款项的安排也完全终止；2020 年 4 月 1 日起，发行人的子公司上海童渠承担平台运营服务，江苏孩子王已将其原运营的微信公众号、微商城等账号主体变更为上海童渠。

经核查，本所律师认为：

1、线下门店微信支付模式系指消费者在门店内购物完成后，在收银台付款时选择微信方式支付，由于门店内的微信支付收款渠道绑定了江苏孩子王的收款账户，因此该模式形成的销售款项由江苏孩子王代收；线下门店各收款方式中，在发行人与江苏孩子王终止合作前，通过微信方式收款的均由江苏孩子王代为收取后与发行人定期结算，通过支付宝、现金、银行账户等方式收款的均由发行人自行收取；在发行人与江苏孩子王终止合作后，通过微信方式收款的由发行人自行收取，未再发生由江苏孩子王代收款的情况；

2、在未获得《增值电信业务经营许可证》的情形下，发行人可自行开设微信收款账户，合法销售自身已购买入库、物权归属发行人自身的货物，并以自身账户收款；报告期内发行人未自行设立微信账户并以自身账户收款具有合理性；

3、发行人通过线下门店微信收款形成代收款项具有商业必要性及合理性。

五、 《问询函（三）》问题 5

审核问询回复显示，报告期内，江苏孩子王向发行人收取平台服务费的计算基数分别为 3.81 亿元、5.45 亿元、5.47 亿元、1.91 亿元。

请发行人：

（1）补充披露线上平台服务费的具体收费标准，服务内容，与同行业可比企业是否存在较大差异；江苏孩子王各线上平台为发行人提供的具体服务内容，收取服务费的合理性，公允性；

（2）补充披露报告期内通过线上平台交易产生的代收款金额与平台服务费计算基数不一致的原因及合理性，未计算服务费的线上平台交易具体内容，是否存在为发行人承担成本、费用的情形；

（3）补充披露线上、线下"扫码购"交易均需通过孩子王 APP 进入、下单、支付，而江苏孩子王未根据该部分代收款项收取发行人服务费的原因及合理性，是否存在为发行人承担成本、费用的情形；

（4）线下门店微信收款需要通过江苏孩子王账户收款，并与江苏孩子王运营的微信商城存在业务关联，江苏孩子王未根据该部分代收款项收取发行人服务费的原因及合理性，是否存在为发行人承担成本、费用的情形；

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。

请保荐人、申报会计师相关内核及质控部门，说明对项目组就发行人代收代付情形涉及收入的真实性、准确性、完整性、合规性的核查工作已履行的质量把关工作及相关结论。

回复：

就上述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人及其下属企业香港商贸与江苏孩子王签署的《合作协议》《合

作协议之补充协议》，并就江苏孩子王平台服务费的收费标准对发行人相关管理人员进行访谈；

2、对江苏孩子王进行走访，并与其相关管理人员、财务人员、业务人员进行访谈，了解江苏孩子王的业务模式、平台服务范围、收费标准、定价原则；

3、通过公开渠道查询同行业平台服务费的收费标准。

（一）补充披露线上平台服务费的具体收费标准，服务内容，与同行业可比企业是否存在较大差异；江苏孩子王各线上平台为发行人提供的具体服务内容，收取服务费的合理性，公允性；

报告期内，江苏孩子王运营各类线上平台的服务内容、收费标准与同行业可比企业的比较情况如下：

项目	江苏孩子王	天猫
平台服务内容	基础平台服务：网上店铺开设服务、商品上架审核服务、订单跟踪管理服务、日常系统维护及客服等 增值引流服务：商户粉丝积累（例如关注有礼、评价有礼、店铺抽奖等）、商铺的会员管理（例如会员积分兑换）等	基础平台服务：店铺开设管理服务，店铺商品/服务信息展示，搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付等服务，积分系统服务等 其他服务（收费）：各类营销推广宣传服务
收费标准	对于发行人（基础平台服务）：按照商品或服务成交金额和约定费率计算服务费，费率为 2%-5% 对于其他商户（基础平台服务及引流服务）： 1）向部分商户收取固定金额的平台使用费，一般为 50-500 元/月； 2）按照商品或服务成交金额和约定费率计算服务费，费率一般为 5%-25%（报告期内平均费率为 11.25%）	母婴类商品： 1）服务年费 3-6 万/年（销售额超过 60 万，免年费） 2）按照销售额和约定费率计算服务费，费率为 2%-5% 3）其他营销推广等引流服务根据不同的服务内容收取费用

综上，报告期内，江苏孩子王运营各类线上平台的服务内容与同行业可比企业不存在显著差异；根据发行人提供的说明，江苏孩子王对部分商户的收费标准高于天猫平台的主要原因为江苏孩子王向商户收取的固定金额年费较低或免年费，且费率已经包含了部分增值引流服务，不再另行收取，与天猫引流服务等另行收取不同。

江苏孩子王运营的线上平台包括孩子王 APP、微信小程序、微商城等，上述平台从运营角度来看仅为不同的门户入口，在平台服务内容方面并无差异，报告期内，江苏孩子王运营的各线上平台为发行人提供的服务均为基础平台服务。

根据江苏孩子王、发行人提供的资料及说明并经本所律师核查，报告期内，江苏孩子王针对通过孩子王APP、小程序、微商城等线上平台实现的商品销售且由江苏孩子王提供运营服务的部分，收取平台服务费；发行人向江苏孩子王支付的平台服务费费率为2%-5%，低于其他商户向江苏孩子王支付的平台服务费费率主要系因为：（1）发行人具有规模较大的会员基础，入驻线上平台后可形成一定的引流效果，为线上平台带来更大的业务量，吸引更多商户的进驻，而其他商户则系借助孩子王APP等线上平台流量实现销售，此种情况导致江苏孩子王对发行人和其他商户收取不同费率；（2）江苏孩子王为其他商户提供的服务除基础平台服务外，还包括增值引流服务等，帮助其吸引更为广泛的消费者，但对发行人则仅提供基础平台服务，由此所提供服务项目的差异也导致费率会有所差异；（3）江苏孩子王于2016年3月从事平台运营业务之初，孩子王系其唯一的入驻商户，为保证平台服务费的公允性，各方参考天猫平台对同类商品的平台服务费费率标准2%-5%确定。对其后入驻的其他商户，江苏孩子王根据其提供的服务内容及获客成本，参考入驻商户在其他平台的综合费率，并考虑入驻商户销售商品品类以及交易量等因素，与各方商户单独协商确定费率。

综上，江苏孩子王针对发行人通过孩子王 APP、微信小程序、微商城等各线上平台实现的商品销售且由江苏孩子王提供运营服务的部分收取平台服务费，具有合理性，服务费率定价具有公允性。

（二）补充披露报告期内通过线上平台交易产生的代收款金额与平台服务费计算基数不一致的原因及合理性，未计算服务费的线上平台交易具体内容，是否存在为发行人承担成本、费用的情形；

根据发行人提供的说明，报告期内，通过线上平台交易产生的代收款金额与平台服务费计算基数的差异情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
线上平台交易代收款金额①	23,702.24	71,720.69	49,983.60	29,068.45
减：线上预充值金额②	9,146.84	33,538.86	13,617.33	2,063.65
加：跨境购、分期付款业务产生的交易额③	4,547.8	16,490.5	18,147.6	11,102.2
支付平台服务费的线上交易金额（①-②+③）	19,103.19	54,672.35	54,513.89	38,107.00

根据江苏孩子王及发行人提供的资料及说明，报告期内，江苏孩子王是否收取平台服务费主要基于江苏孩子王在商品销售过程中是否为发行人提供平台服务，而非基于商品销售款项是否通过江苏孩子王收取。报告期内，线上平台交易产生的代收款及平台服务费支付规则如下：

交易模式	是否通过江苏孩子王收款	是否支付平台服务费	业务模式
线上自营商品销售—跨境购交易	否（香港商贸收款）	是	该模式下，消费者通过孩子王 APP、微信小程序等线上平台搜索、了解商品信息并下单。
线上自营商品销售—分期付款交易	否（深圳远翔收款）	是	
线上自营商品销售—其他	是	是	
线上预充值业务	是	否	该模式下，消费者通过孩子王 APP、微信小程序等购买预充值卡（包括礼品卡、童乐园卡、黑金卡等），该等预充值卡可用于线下门店消费或线上消费。对用于线上商品消费的部分，江苏孩子王在消费发生时根据实际的消费金额收取平台服务费；用于线下门店消费的部分，属于门店销售，无需支付平台服务费。

如上表所示，报告期内，江苏孩子王针对通过孩子王 APP、微信小程序、微商城等各线上平台实现的商品销售且由江苏孩子王提供运营服务的部分，无论是否由江苏孩子王代收款项，均收取了平台服务费。

综上，通过线上平台交易产生的代收款金额与平台服务费计算基数不一致具有商业合理性，不存在江苏孩子王为发行人承担成本、费用的情形。

（三）补充披露线上、线下“扫码购”交易均需通过孩子王 APP 进入、下单、支付，而江苏孩子王未根据该部分代收款项收取发行人服务费的原因及合理性，是否存在为发行人承担成本、费用的情形；

根据发行人提供的说明，线下扫码购系指消费者在店内购物时，通过孩子王 APP、微信小程序的扫一扫功能扫描商品条码后，自动跳转至支付页面进行付款，不需要在收银台排队付款，在该交易模式下，所有的交易场景均发生在线下门店内，销售的商品为门店陈列的商品，交易过程中由门店人员为消费者提供咨询服务，购物完成后消费者可以选择自提或由门店安排送货上门，如发生商品质量问题，消费者可直接联系门店人员在门店进行退货，因此线下扫码购交易仅借助了孩子王 APP、微信小程序的线上收款渠道，江苏孩子王未在交易过程中提供任何开店、商品上架审核、订单跟踪、客服等平台服务，发行人无需支付平台服务费。

线上扫码购主要指消费者在门店外购买门店内商品，即消费者通过孩子王 APP、微信小程序进入“门店到家”模块或通过“扫一扫”功能扫描商品条码后，在选定附近门店及陈列商品后，完成线上付款，然后在门店提货或者让门店送货上门。“门店到家”模块嵌入在孩子王 APP、微信小程序等线上平台中，由发行人自行开发并管理，在该模式下，所有的交易实质为发行人门店销售，包括销售的商品均为门店陈列商品，交易过程中由门店人员提供咨询、发货及售后服务等，发行人仅借助了孩子王 APP、微信小程序的线上收款渠道，江苏孩子王未在交易过程中提供平台服务，因此发行人无需支付平台服务费。

综上，发行人的扫码购交易实质均为发行人门店销售，销售过程中由门店人员提供一系列服务，江苏孩子王未提供平台服务，因此发行人无需向江苏孩子王支付平台服务费具有商业合理性，不存在江苏孩子王为发行人承担成本、费用的情形。

（四）线下门店微信收款需要通过江苏孩子王账户收款，并与江苏孩子王运营的微信商城存在业务关联，江苏孩子王未根据该部分代收款项收取发行人服务费的原因及合理性，是否存在为发行人承担成本、费用的情形；

线下门店微信支付模式系指消费者在门店内购物完成后，在收银台付款时选择微信方式支付。虽然，出于将线下支付消费者向线上平台引流之目的，发行人将门店内的微信支付收款渠道绑定了江苏孩子王的收款账户，但所有的销售场景

均发生在门店内，交易过程中由门店人员提供咨询及售后服务，江苏孩子王仅提供了收款渠道，未提供平台服务，因此发行人无需向江苏孩子王支付平台服务费。

综上，发行人的线下门店微信收款形成的交易均发生在线下门店场景，销售过程中由门店人员提供一系列服务，江苏孩子王未提供平台服务，因此发行人无需向江苏孩子王支付平台服务费具有商业合理性，不存在江苏孩子王为发行人承担成本、费用的情形。

经核查，本所律师认为：

1、报告期内，江苏孩子王线上平台服务内容与同行业可比企业不存在显著差异，收费标准具有合理性；江苏孩子王各线上平台向发行人收取的服务费具有合理性，服务费率定价公允；

2、报告期内，江苏孩子王是否收取平台服务费主要基于江苏孩子王在商品销售过程中是否为发行人提供平台服务，而非基于商品销售款项是否通过江苏孩子王收取，通过线上平台交易产生的代收款金额与平台服务费计算基数不一致具有商业合理性，不存在江苏孩子王为发行人承担成本、费用的情形；

3、发行人的扫码购交易实质均为发行人门店销售，销售过程中由门店人员提供一系列服务，江苏孩子王未提供平台服务，因此发行人无需向江苏孩子王支付平台服务费具有商业合理性，不存在江苏孩子王为发行人承担成本、费用的情形；

4、发行人的线下门店微信收款形成的交易均发生在线下门店场景，销售过程中由门店人员提供一系列服务，江苏孩子王未提供平台服务，因此发行人无需向江苏孩子王支付平台服务费具有商业合理性，不存在江苏孩子王为发行人承担成本、费用的情形。

本补充法律意见书（三）正本一式四份。

（以下无正文，下接签署页）

（本页无正文，为《北京市汉坤律师事务所关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）》之签署页）

北京市汉坤律师事务所（盖章）

负责人：

李卓蔚

经办律师：

李时佳

陈程

2021 年 1 月 7 日