

北京市金杜律师事务所

关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（五）

致：四川华夏万卷文化传媒股份有限公司

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

本所根据《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）《中华人民共和国证券法》（以下简称《证券法》）《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》（以下简称《证券法律业务管理办法》）、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》（以下简称《证券法律业务执业规则》）、《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号—公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》等中华人民共和国（以下简称中国，为本补充法律意见书之目的，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区）现行有效的法律、行政法规、规章、规范性文件、中国证券监督管理委员会（以下简称中国证监会）和深圳证券交易所（以下简称深交所）的有关规定，按照律师行业

公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，就发行人本次发行上市事宜于 2020 年 6 月 29 日分别出具了《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》（以下简称《法律意见书》）和《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称《律师工作报告》），于 2020 年 9 月 15 日分别出具了《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》（以下简称《补充法律意见书（一）》）、《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》（以下简称《补充法律意见书（二）》），于 2020 年 10 月 22 日出具《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）》（以下简称《补充法律意见书（三）》），于 2020 年 11 月 20 日出具《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（四）》（以下简称《补充法律意见书（四）》）。

现本所根据深交所上市审核中心于 2020 年 12 月 10 日下发的《关于创业板上市委审议意见的落实函》（以下简称《落实函》）的要求，出具本补充法律意见书。

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）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》（以下合称前期法律意见书）中发表法律意见的前提和假设同样适用于本补充法律意见书；本所在前期法律意见书中所用名称之简称同样适用于本补充法律意见书。

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

本所及经办律师依据上述法律、行政法规、规章及规范性文件、中国证监会和深交所的有关规定以及本补充法律意见书出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，对发行人本次发行上市相关事项进行了充分的核查验证，保证本补充法律意见书所认定的事实真实、准确、完整，对本次发行上市所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

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

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

本补充法律意见书仅供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用作任何其他目的。本所同意将本补充法律意见书作为发行人申请本次发行上市所必备的法律文件，随同其他材料一同上报，并承担相应的法律责任。本所同意发行人在其为本次发行上市所制作的《招股说明书（上会稿）》中自行引用或按照中国证监

会及深交所的审核要求引用本补充法律意见书的相关内容，但发行人作上述引用时，不得因引用而导致法律上的歧义或曲解。本所有权对上述相关文件的内容进行再次审阅并确认。

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

一、《落实函》：发行人自 2006 年至 2020 年，未经认证或申请流程，在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样。请发行人说明：（1）是否违反《消费者权益保护法》《合同法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规的规定，是否属于重大违法行为，并提供相关依据；（2）发行人的内控制度是否健全且被有效执行，能够合理保证发行人经营合法合规，并提供相关依据。请保荐人、发行人律师发表明确意见。

（一）是否违反《消费者权益保护法》《合同法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规的规定，是否属于重大违法行为，并提供相关依据

1. 是否违反《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》的规定

（1）《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》的相关规定

《中华人民共和国消费者权益保护法（2013 修正）》（以下简称《消费者权益保护法》）第二十条第一款规定，“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。”

《中华人民共和国广告法（2018 修正）》（以下简称《广告法》）第四条规定，“广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。”

《反不正当竞争法》第六条规定，“经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：……（四）其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。”

根据发行人的说明并经本所律师访谈发行人总经理，发行人原部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样，主要系公司于 2005 年策划推出“写字课课练”新产品系列，在进行产品效果反馈时，受到学校老师和当地教育培训机构认可，因此，公司在 2006 年策划秋季产品时在产品封面上增加了“教育部门推荐练字用书”字样。

2020 年 7 月 28 日，教育部教材局发布《关于从未以“教育部推荐”“新课标指定”等名义出版、推荐图书的声明》（以下简称《声明》），《声明》旨在澄清有关图书是“教育部推荐”的虚假信息，避免学生和家长被严重误导。发行人的产品不存在“教育部推荐”字样，不属于《声明》明确列明的虚假信息。为进一步排除违法风险，发行人经自查发现“写字课课练”等系列字帖图书的部分产品封面存在“教育部门推荐练字用书”字样，宣传用语存在不当，容易让消费者产生歧义。

发行人自 2020 年 7 月 30 日起主动采取了停止对涉及前述情形图书产品的采购和发货、向出版社发出相关产品封面更改或返修的申请、就天猫、京东、当当等电商平台自营店铺涉及“教育部门推荐练字用书”字样的情形进行了清理等相应规范整改措施，并已通知各经销商进行封面存在“教育部门推荐练字用书”字样的产品清退。同时，发行人对图书策划制作流程进行了进一步优化，加强对封面设计相关用语的审查，避免出现类似情形。

根据发行人的说明，截至 2020 年 7 月 28 日教育部教材局发布《声明》以前，发行人未收到过经销商、消费者关于“教育部门推荐练字用书”字样的投诉或举报，亦未受到市场监督管理部门针对上述情形采取的行政监管或行政处罚措施，发行人未明确意识到使用“教育部门推荐练字用书”字样存在不当，未对产品封面上“教育部门推荐练字用书”字样进行修改，沿用至 2020 年 7 月。

影响消费者购买字帖产品的因素除了封面宣传用语外，还包括内容创意、装帧版式设计、产品定价以及在终端书店的陈列位置、陈列方式、促销活动等。发行人曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”虽不涉及产品用途、性能、价格、生产者、规格、等级、使用方法、内容等情况，但该宣传用语不规范，可能导致部分消费者在有效识别产品用途、价格、出版单位、使用方法、内容等信息的同时混合一定歧义理解，并在此情况下对前述产品的销售有一定的促进作用，促使部分消费者倾向于选择购买发行人前述产品。

因此，发行人原部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样属于宣传用语不当，表述不够规范、准确，容易让消费者产生歧义，涉嫌违反《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》相关规定。

（2）行政处罚风险

① 发行人自 2006 年至 2020 年在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样的行为不存在行政处罚风险

根据《招股说明书（上会稿）》，发行人的产品主要通过经销模式销售，少量通过直销方式直接向消费者销售。发行人在直销模式下直接向消费者出售图书，包括线上直销零售和线下直销零售。线上直销零售渠道系发行人主要通过入驻第三方互联网电商平台，开设旗舰店、专营店，开展 B2C 模式的产品销售。线下直销零售渠道主要系未建立经销合作关系的图书批发商、书店、书法培训机构等直接向发行人进行采购。

国家市场监督管理总局《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》（国家市场监督管理总局令第 2 号）第六条规定，“行政处罚由违法行为发生地的县级以上市场监督管理部门管辖。法律、行政法规另有规定的除外。”第七条规定，“县级、设区的市级市场监督管理部门依职权管辖本辖区内发生的行政处罚案件，法律、法规、规章规定由省级以上市场监督管理部门管辖的除外。”第九条规定，“电子商务平台经营者和通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者的违法行为由其住所地县级以上市场监督管理部门管辖。平台内经营者

的违法行为由其实际经营地县级以上市场监督管理部门管辖。电子商务平台经营者住所地县级以上市场监督管理部门先行发现违法线索或者收到投诉、举报的，也可以进行管辖。”

发行人住所地及实际经营地均位于四川省成都高新区。经本所律师在成都高新区·国家自主创新示范区网站（<http://www.cdht.gov.cn/cdhtz/c130725/jgzn.shtml>）查询，成都高新区市场监督管理局的工作职能之一为“负责组织实施市场监督管理综合执法工作。负责查处辖区内不正当竞争行为；负责辖区内违反商标、广告、合同、消费者权益、公司登记、个体工商户登记、食品、药品、医疗器械、化妆品、特种设备、质量技术监督等法律法规案件的调查取证、实施行政处罚职能；集中行使物价、知识产权领域法律法规规定的行政处罚权。”根据上述《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》相关规定，如发行人的行为涉及市场监督管理方面的行政处罚，成都高新区市场监督管理局具有管辖权。

成都高新技术产业开发区市场监督管理局于 2020 年 12 月 17 日出具《证明》，发行人“自 2006 年至 2020 年，曾在部分产品封面印有‘教育部门推荐练字用书’字样，该用语表述不够规范、准确，涉嫌违反《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规的规定，但尚不属于导致消费者产生实质性重大误解的情形，未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为，不属于重大违法违规行为；华夏万卷已主动进行整改，我局不予立案调查。自设立至本证明出具日，华夏万卷不存在因违反相关法律、法规及规范性文件而受到我局行政处罚的情形。《合同法》主要调整民事主体之间的法律关系，涉及华夏万卷在《合同法》项下的相关民事行为及法律后果，不属于我局监管范畴。”

四川省市场监督管理局于 2020 年 12 月 31 日出具《关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司上市相关情况回复意见的函》（川市监函[2020]898 号），“经对成都市市场监管局、成都市高新区市场监管局了解核实，四川华夏万卷文化传媒股份有限公司于 2020 年 7 月前，曾在其出版的部分书籍上使用‘教育部门推荐练字用书’宣传用语，……根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十条，《市

场监督管理行政处罚程序暂行规定》(总局令第2号)第六条、第十七条之规定，成都市高新区市场监管局具有管辖权，并对违法行为线索核查后，有权决定是否立案。鉴于该公司主动整改，成都市高新区市场监管局认为公司行为未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为，不属于重大违法违规行为，决定对其不予立案，因此并未产生相应的法律责任。”

四川省市场监督管理局于2021年1月27日出具《关于进一步支持华夏万卷文化公司上市相关工作的回函》，“现结合我局职能职责，回复意见如下：四川华夏万卷文化传媒股份有限公司于1996年1月20日登记设立……该公司2006年1月1日至今，无因在其出版的部分产品封面上使用‘教育部门推荐练字用书’行为而受到市场监管部门行政处罚的信息记录。故该公司在此事项上不存在重大违法违规行为。”

基于上述，根据相关主管市场监督管理部门出具的书面文件，发行人自2006年至2020年在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样的行为不存在行政处罚风险。

②铅山县市场监督管理局对终端书店行为的认定与成都高新区市场监管局对发行人行为的认定不构成冲突

根据铅山县市场监督管理局于2020年9月14日作出的饶铅市监(公)罚决[2020]5号《行政处罚决定书》，铅山县路遥书店内陈列的部分图书有“教育部推荐新课标必读”、“教育部推荐读物”、“教育部门推荐练字用书”等字样，足以引人误认为与“教育部”存在特定联系，其行为违反了《反不正当竞争法》第六条第(四)项的规定，属于实施混淆行为，对铅山县路遥书店作出没收违法图书166本(其中涉及发行人字帖图书52本)、罚款人民币三万元的处罚。

成都高新技术产业开发区市场监督管理局于2020年12月17日出具《证明》，发行人“自2006年至2020年，曾在部分产品封面印有‘教育部门推荐练字用书’字样，该用语表述不够规范、准确，涉嫌违反《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规的规定，但尚不属于导致消费者产生

实质性重大误解的情形，未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为，不属于重大违法违规行为；华夏万卷已主动进行整改，我局不予立案调查。”

根据《市场监管总局关于规范市场监督管理行政处罚裁量权的指导意见》（国市监法〔2019〕244号）规定，“本意见所称行政处罚裁量权，是指各级市场监管部门在实施行政处罚时，根据法律、法规、规章的规定，综合考虑违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度以及当事人主观过错等因素，决定是否给予行政处罚、给予行政处罚的种类和幅度的权限。”“各级市场监管部门行使行政处罚裁量权，应当坚持以下原则：1. 合法原则。依据法定权限，符合法律、法规、规章规定的裁量条件、处罚种类和幅度，遵守法定程序。2. 过罚相当原则。以事实为依据，处罚的种类和幅度与违法行为的事实、性质、情节、社会危害程度等相当。3. 处罚与教育相结合原则。兼顾纠正违法行为和教育当事人，引导当事人自觉守法。4. 综合裁量原则。综合考虑个案情况，兼顾地区经济社会发展水平、当事人主客观情况等相关因素，实现法律效果、社会效果、政治效果的统一。”

发行人经营活动的有权主管市场监督管理部门是成都高新技术产业开发区市场监督管理局：

A. 发行人的产品主要通过经销模式销售，少量通过直销方式直接向消费者销售。发行人在直销模式下直接向消费者出售图书，包括线上直销零售和线下直销零售。线上直销零售渠道系发行人主要通过入驻第三方互联网电商平台，开设旗舰店、专营店，开展 B2C 模式的产品销售。线下直销零售渠道主要系未建立经销合作关系的图书批发商、书店、书法培训机构等直接向发行人进行采购。

国家市场监督管理总局《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》（国家市场监督管理总局令第 2 号）第六条规定，“行政处罚由违法行为发生地的县级以上市场监督管理部门管辖。法律、行政法规另有规定的除外。”第七条规定，“县级、设区的市级市场监督管理部门依职权管辖本辖区内发生的行政处罚案件，法律、法规、规章规定由省级以上市场监督管理部门管辖的除外。”第九条规定，“电子商务平台经营者和通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者的违法行为由其住所地县级以上市场监督管理部门管辖。平台内

经营者的违法行为由其实际经营地县级以上市场监督管理部门管辖。电子商务平台经营者住所地县级以上市场监督管理部门先行发现违法线索或者收到投诉、举报的，也可以进行管辖。”

B. 四川省市场监督管理局于 2020 年 12 月 31 日出具《关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司上市相关情况回复意见的函》（川市监函[2020]898 号），“……根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十条，《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》（总局令第 2 号）第六条、第十七条之规定，成都市高新区市场监管局具有管辖权，……”

因此，发行人各地经销商的经营活动应由当地市场监督管理部门监管，发行人的经营活动应由成都高新技术产业开发区市场监督管理局监管。

成都高新区市场监督管理局对发行人相关行为的认定及铅山县市场监督管理局对终端书店铅山县路遥书店相关行为的认定，是不同行政区域的市场监督管理部门针对不同的监管对象及其经营活动，根据《市场监管总局关于规范市场监督管理行政处罚裁量权的指导意见》（国市监法〔2019〕244 号）等相关法律法规，在各自行政监督执法权限内履行职责的独立结果，彼此不存在因果关系或法律上的相关性，不构成冲突。

（3） 公司曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样不构成欺诈行为

① 发行人相关行为不构成消费者权益保护项下的欺诈行为

《消费者权益保护法》未明确“欺诈”的认定标准。根据《侵害消费者权益行为处罚办法》（国家市场监督管理总局令第 31 号）第六条规定，“经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为：（一）不以真实名称和标记提供商品或者服务；（二）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品或者服务；（三）作虚假或者引人误解的现场说明和演示；（四）采用虚构交易、虚标成交量、虚

假评论或者雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导；（五）以虚假的“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格表示销售商品或者服务；（六）以虚假的“有奖销售”、“还本销售”、“体验销售”等方式销售商品或者服务；（七）谎称正品销售“处理品”、“残次品”、“等外品”等商品；（八）夸大或隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者；（九）以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者。”第十六条规定，“经营者有本办法第五条第（一）项至第（六）项规定行为之一且不能证明自己并非欺骗、误导消费者而实施此种行为的，属于欺诈行为。经营者有本办法第五条第（七）项至第（十）项、第六条和第十三条规定行为之一的，属于欺诈行为。”

发行人在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样的行为属于宣传用语不规范，但不涉及产品用途、性能、价格、生产者、规格、等级、使用方法、内容等情况，不属于上述《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条第（一）至（八）项中明确列明的情形。

同时，《侵害消费者权益行为处罚办法》并未表明欺诈行为认定与行为持续时间长短、产品销售地域是否存在关联关系，发行人自 2006 年至 2020 年曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样，持续时间较长，相关产品面向全国销售，但对于行为本身是否构成欺诈，不属于法定的核心认定要件。发行人产品除了封面印有“教育部门推荐练字用书”字样不规范的宣传用语，还有对其他产品信息如产品名称、出版社、用途等真实、全面、准确的描述，部分宣传用语的不规范并不会实质性影响产品的性能、功能、用途、质量等相关信息，尚不会导致消费者在购买产品时产生实质性重大误解，且未造成明显的危害与不良影响，因此，也不属于《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条第（九）项规定的“以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者”的行为。

根据发行人的说明并经本所律师查验，自 2006 年至 2020 年 7 月 28 日教育部教材局发布《声明》以前，发行人未收到过经销商、消费者关于“教育部门推荐”字样的投诉或举报，亦未受到市场监督管理部门针对上述情形采取的行政监管或行政处罚措施；教育部教材局发布《声明》后，截至本补充法律意见书出具

日，就发行人产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样，仅有一例涉及发行人的消费者投诉举报，且有权主管市场监督管理部门已决定不予立案调查，除此之外，发行人未收到其他相关投诉举报的通知。

经本所律师在百度网站（<https://www.baidu.com>）进行关键词检索，并在中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn>）、天眼查（www.tianyancha.com）、国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、市场监督管理部门公开网站检索，针对发行人相关产品封面存在“教育部门推荐练字用书”等字样的情况，截至本补充法律意见书出具日，不存在政府主管部门对发行人予以行政处罚或导致诉讼纠纷的情形。

根据《消费者权益保护法》《侵害消费者权益行为处罚办法》《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》等规定，如发行人的行为涉及市场监督管理方面的行政处罚，成都高新区市场监督管理局具有管辖权。

根据有权主管部门成都高新技术产业开发区市场监督管理局出具的《证明》，发行人曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样，“但尚不属于导致消费者产生实质性重大误解的情形，未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为”。根据四川省市场监督管理局出具的《关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司上市相关情况回复意见的函》及《关于进一步支持华夏万卷文化公司上市相关工作的回函》的权威认定，“成都市高新区市场监管局具有管辖权，并对违法行为线索核查后，有权决定是否立案。鉴于该公司主动整改，成都市高新区市场监管局认为公司行为未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为，不属于重大违法违规行为，决定对其不予立案，因此并未产生相应的法律责任。”“该公司 2006 年 1 月 1 日至今，无因在其出版的部分产品封面上使用‘教育部门推荐练字用书’行为而受到市场监管部门行政处罚的信息记录。故该公司在此事项上不存在重大违法违规行为。”

② 发行人相关行为不构成民事司法领域的欺诈行为

《消费者权益保护法》未明确“欺诈”的认定标准。《侵害消费者权益行为处罚办法》亦未表明欺诈行为认定与行为持续时间长短、产品销售地域是否存在关联关系，发行人自 2006 年至 2020 年曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样，持续时间较长，相关产品面向全国销售，但对于行为本身是否构成欺诈，不属于法定的核心认定要件。

根据《最高人民法院印发〈关于贯彻执行〈中华人民共和国民法通则〉若干问题的意见（试行）〉的通知》¹第 68 条，一方当事人故意告知对方虚假情况，或者故意隐瞒真实情况，诱使对方当事人作出错误意思表示的，可以认定为欺诈行为。因此，民法意义上的欺诈行为认定应包含两个要素：一是一方当事人故意告知对方虚假情况或者故意隐瞒真实情况，二是诱使对方当事人作出了错误意思表示。

2005 年，发行人策划推出“写字课课练”新产品系列，在进行产品效果反馈时，受到学校老师和当地教育培训机构认可，因此发行人在 2006 年策划秋季产品时在产品封面上增加了“教育部门推荐练字用书”字样。根据发行人的说明并经本所律师访谈发行人总经理，发行人使用该用语具有学校老师和当地教育培训机构的认可基础，公司经办人员基于其有限的认知水平将教育培训机构理解为广义的教育部门，因此使用了“教育部门推荐练字用书”的不规范宣传用语，后续一直沿用，公司内部未主动发现整改，公司从外部未受到任何提示或投诉，直至 2020 年 7 月教育部教材局发布《声明》。发行人相关行为不属于故意告知虚假情况或故意隐瞒真实情况，性质上属于疏忽大意；此外，《声明》发布后，发行人立即进行了自查，发现“写字课课练”等系列字帖图书的部分产品封面存在“教育部门推荐练字用书”字样，该字样并不属于《声明》明确的“教育部推荐”字样，但发行人为了避免不当后果，仍积极采取了整改措施。因此，发行人不存在故意告知消费者虚假情况或者故意隐瞒真实情况的主观故意，也不存在诱使消费者作出错误意思表示的故意。

此外，书法字帖产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样情形，用语

¹ 根据《最高人民法院关于废止部分司法解释及相关规范性文件的决定》（法释〔2020〕16 号），该司法解释已于 2021 年 1 月 1 日失效，但发行人相关行为发生于 2006 年至 2020 年，当时行为仍应适用该司法解释。

表述不规范，容易让消费者产生歧义，但不会导致消费者对产品用途、性能、价格、生产者、规格、等级、使用方法、内容等情况产生误解，尚不属于导致消费者产生实质性重大误解的情形，该等字样与消费者是否选择发行人产品的意思表示并不存在必然联系。

综上所述，发行人曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样，不构成欺诈行为。

2. 是否违反《合同法》的规定

《合同法》²第十条第一款规定，“当事人订立合同，有书面形式、口头形式和其他形式。”第五十二条规定，“有下列情形之一的，合同无效：（一）一方以欺诈、胁迫的手段订立合同，损害国家利益；（二）恶意串通，损害国家、集体或者第三人利益；（三）以合法形式掩盖非法目的；（四）损害社会公共利益；（五）违反法律、行政法规的强制性规定。”第五十四条规定，“下列合同，当事人一方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销：（一）因重大误解订立的；（二）在订立合同时显失公平的。一方以欺诈、胁迫的手段或者乘人之危，使对方在违背真实意思的情况下订立的合同，受损害方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销。当事人请求变更的，人民法院或者仲裁机构不得撤销。”

《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（二）》（以下简称《〈合同法〉解释（二）》）第十四条规定，“合同法第五十二条第（五）项规定的‘强制性规定’，是指效力性强制性规定。”

根据最高人民法院《全国法院民商事审判工作会议纪要》（法〔2019〕254号）第30条，“下列强制性规定，应当认定为‘效力性强制性规定’：强制性规定涉及金融安全、市场秩序、国家宏观政策等公序良俗的；交易标的禁止买卖的，如禁止人体器官、毒品、枪支等买卖；违反特许经营规定的，如场外配资合同；交易方式严重违法的，如违反招投标等竞争性缔约方式订立的合同；交易场所违法

² 根据《中华人民共和国民法典》，《合同法》已于2021年1月1日废止，但发行人相关行为发生于2006年至2020年，当时行为仍应适用《合同法》。

的，如在批准的交易场所之外进行期货交易。关于经营范围、交易时间、交易数量等行政管理性质的强制性规定，一般应当认定为‘管理性强制性规定’。”第42条，“撤销权应当由当事人行使。当事人未请求撤销的，人民法院不当依职权撤销合同。……”

（1）发行人与消费者之间的合同关系

在发行人直接面向消费者销售的过程中，发行人与消费者构成销售合同关系。发行人曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样的情形，不会导致消费者对产品价格、生产者、用途、性能、规格、等级、使用方法、内容等情况产生误解。根据成都高新技术产业开发区市场监督管理局出具的《证明》，发行人曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样的情形，尚不属于导致消费者产生实质性重大误解的情形，未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为；根据四川省市场监督管理局出具的《关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司上市相关情况回复意见的函》及《关于进一步支持华夏万卷文化公司上市相关工作的回函》，“成都市高新区市场监管局具有管辖权，并对违法行为线索核查后，有权决定是否立案。鉴于该公司主动整改，成都市高新区市场监管局认为公司行为未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为，不属于重大违法违规行为，决定对其不予立案，因此并未产生相应的法律责任。”“该公司2006年1月1日至今，无因在其出版的部分产品封面上使用‘教育部门推荐练字用书’行为而受到市场监管部门行政处罚的信息记录。故该公司在此事项上不存在重大违法违规行为。”因此，发行人与消费者之间的销售合同关系不属于《合同法》第五十二条规定的合同无效的情形。

假如发行人曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样的情形被法院认定为欺诈或重大误导，因该情形并未损害国家利益，亦未违反法律、行政法规的效力性强制性规定，并不会导致发行人与消费者之间的销售合同关系无效；根据《合同法》第五十四条及参照《全国法院民商事审判工作会议纪要》的相关内容，消费者有权请求法院撤销与发行人之间的合同。但是，如消费者未请求法院撤销与发行人之间的合同，或法院并未支持消费者的撤销请求，则发行人与消

费者之间的合同并不会产生撤销的法律后果。

《合同法》第五十六条规定，“无效的合同或者被撤销的合同自始没有法律约束力。合同部分无效，不影响其他部分效力的，其他部分仍然有效。”第五十八条规定，“合同无效或者被撤销后，因该合同取得的财产，应当予以返还；不能返还或者没有必要返还的，应当折价补偿。有过错的一方应当赔偿对方因此所受到的损失，双方都有过错的，应当各自承担相应的责任。”

根据上述规定，假如发行人曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样，的情形被法院认定为欺诈或重大误导，消费者请求法院撤销与发行人之间的合同，且法院支持消费者的撤销请求，则发行人与消费者之间的合同自始没有法律约束力，发行人与消费者应同时相互返还产品及购买价款，同时发行人存在被要求承担损害赔偿的可能。但是，鉴于发行人字帖产品单件物品价值低，且具有一经使用无法还原的特性，属于消耗品，消费者存在不能原物返还的可能；消费者无法返还原件的，发行人可要求折价补偿。

根据发行人的确认并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具日，发行人未收到任何消费者就上述事项起诉发行人的相关起诉状或书面通知。

此外，为避免发行人将来因相关产品封面存在“教育部门推荐练字用书”等字样的情况而受到损失，发行人实际控制人杨曦、陈静已出具《承诺》，“如发行人因相关产品封面存在‘教育部门推荐练字用书’等字样的情况而被有关主管部门予以行政处罚或被任何第三方追究任何形式的法律责任，本人自愿无条件地承担发行人因此遭受、承担的任何损失、损害、索赔、成本和费用，以确保发行人不会因此遭受任何损失。”因此，即使未来出现发行人被判决承担损害赔偿责任的情形，相关损失由发行人实际控制人杨曦、陈静实际承担，发行人不会因此遭受损失。

（2）发行人与经销商之间的合同关系

在发行人向经销商销售的过程中，根据发行人提供的相关合同文件、发行人

的说明，发行人与经销商的合同内容和形式不违反法律、行政法规的禁止性规定、不存在合同无效的情形。根据本所律师对发行人部分经销商的访谈，发行人与经销商签署的商品销售合同及相关补充协议反映了经销商的真实意思表示，并对经销商具有约束力。发行人与经销商之间的商品销售合同约定标的物为“华夏万卷”系列图书产品等，经销商作出向发行人采购图书产品及与发行人签署商品销售合同的意思表示主要受发行人产品销量及品牌等影响，并不依赖于发行人图书产品的封面宣传用语，经销商作为从事图书销售业务的商业机构具备对图书产品的专业鉴别能力和相关从业经验，其与发行人的交易被法院认定为欺诈或重大误导的可能性较小，因此导致发行人与经销商之间的合同无效或可撤销的风险较小。

根据发行人的说明，并经本所律师在百度网站（<https://www.baidu.com/>）进行关键词检索及在中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn/>）、天眼查（<https://www.tianyancha.com/>）网站检索，截至本补充法律意见书出具日，不存在第三方面对发行人相关产品封面存在“教育部门推荐练字用书”字样的情形向发行人提起诉讼的情况。

基于上述，发行人封面印有“教育部门推荐练字用书”字样的产品销售不存在违反《合同法》相关强制性规定或导致相关合同无效的情形。如果消费者或者经销商基于《合同法》对与发行人的交易提出异议或权利主张，可以通过协商、民事诉讼或仲裁等民事手段解决，该等争议解决属于民事范畴，不属于市场监督管理等行政执法部门监管范畴。综上所述，本所律师认为，发行人自 2006 年至 2020 年在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样涉嫌违反《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》相关规定，但相关产品的销售并不存在违反《合同法》相关强制性规定或导致相关合同无效的情形，不构成欺诈行为。

3. 是否属于重大违法行为

（1）“重大违法行为”的认定标准

根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 11 答复，“‘重大违法行为’是指发行人及其控股股东、实际控制人违反国家法律、行

政法规，受到刑事处罚或情节严重行政处罚的行为。认定重大违法行为应考虑以下因素：1）存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序等刑事犯罪，原则上应认定为重大违法行为。2）被处以罚款以上行政处罚的违法行为，如有以下情形之一且中介机构出具明确核查结论的，可以不认定为重大违法：①违法行为显著轻微、罚款数额较小；②相关处罚依据未认定该行为属于情节严重；③有权机关证明该行为不属于重大违法。但违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等并被处以罚款以上行政处罚的，不适用上述情形。”

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 15 的答复，“最近 3 年内，发行人及其控股股东、实际控制人在国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，存在以下违法行为之一的，原则上视为重大违法行为：被处以罚款等处罚且情节严重；导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。以下情形之一且中介机构出具明确核查结论的，可以不认定为重大违法：违法行为显著轻微、罚款数额较小；相关规定或处罚决定未认定该行为属于情节严重；有权机关证明该行为不属于重大违法。但违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等并被处以罚款等处罚的，不适用上述情形。”

基于上述，重大违法行为是指受到刑事处罚或情节严重行政处罚的行为。

（2） 有权市场监督管理部门的认定结论

如本补充法律意见书之“一、《落实函》”之（一）、1、（2）部分所述，如发行人的行为涉及市场监督管理方面的行政处罚，成都高新区市场监督管理局具有管辖权。

成都高新技术产业开发区市场监督管理局于 2020 年 12 月 17 日出具《证明》，发行人“自 2006 年至 2020 年，曾在部分产品封面印有‘教育部门推荐练字用书’字样，该用语表述不够规范、准确，涉嫌违反《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规的规定，但尚不属于导致消费者产生

实质性重大误解的情形，未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为，不属于重大违法违规行为；华夏万卷已主动进行整改，我局不予立案调查。自设立至本证明出具日，华夏万卷不存在因违反相关法律、法规及规范性文件而受到我局行政处罚的情形。”

四川省市场监督管理局于 2020 年 12 月 31 日出具《关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司上市相关情况回复意见的函》（川市监函[2020]898 号），“经对成都市市场监管局、成都市高新区市场监管局了解核实，四川华夏万卷文化传媒股份有限公司于 2020 年 7 月前，曾在其出版的部分书籍上使用‘教育部门推荐练字用书’宣传用语，……根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十条，《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》（总局令第 2 号）第六条、第十七条之规定，成都市高新区市场监管局具有管辖权，并对违法行为线索核查后，有权决定是否立案。鉴于该公司主动整改，成都市高新区市场监管局认为公司行为未造成明显的危害与不良影响，不构成欺诈行为，不属于重大违法违规行为，决定对其不予立案，因此并未产生相应的法律责任。”

四川省市场监督管理局于 2021 年 1 月 27 日出具《关于进一步支持华夏万卷文化公司上市相关工作的回函》，“现结合我局职能职责，回复意见如下：四川华夏万卷文化传媒股份有限公司于 1996 年 1 月 20 日登记设立……该公司 2006 年 1 月 1 日至今，无因在其出版的部分产品封面上使用‘教育部门推荐练字用书’行为而受到市场监管部门行政处罚的信息记录。故该公司在此事项上不存在重大违法违规行为。”

（3） 发行人相关行为不属于重大违法行为

经本所律师查验，发行人未因部分产品封面曾印有“教育部门推荐练字用书”字样受到行政处罚，主管市场监督管理部门已书面确认不会立案调查，并确认不属于重大违法违规行为。因此，根据中国证监会及深交所的相关规定，发行人曾在部分产品封面印有“教育部门推荐练字用书”字样不构成重大违法行为。

综上所述，本所律师认为，发行人自 2006 年至 2020 年在部分产品封面印有

“教育部门推荐练字用书”字样不属于重大违法行为。

（二） 发行人的内控制度是否健全且被有效执行，能够合理保证发行人经营合法合规，并提供相关依据

1. 发行人的内控制度是否健全

根据发行人提供的相关资料，发行人具有规范、完善的法人治理结构，在整体变更设立股份公司后，根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规和规范性文件的规定，制定了《公司章程》，先后建立了相互独立、权责明确、相互监督的股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书等制度。发行人董事会下设审计委员会、提名委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议，保证董事会议事、决事的专业化、高效化。

发行人根据《公司法》《证券法》《企业内部控制基本规范》和《企业内部控制应用指引》等有关法律、法规和规章制度的要求，结合公司实际情况、经营特点和管理需要，编制了《内部控制管理手册》，制定了一系列内部控制制度，并不断完善，在产品策划、采购业务、销售业务、财务管理等多方面建立了较为完善的内部控制管理制度，内部控制制度健全，保证经营合法合规。

（1） 产品策划

发行人制定了《图书产品研发管理制度》《文创产品研发管理制度》《知识产权管理办法》《设计资料管理制度》，确保产品策划过程符合国家知识产权保护等相关法律法规、产品符合国家产业政策及强制标准要求，主要包括书家、稿件、字库和著作权管理、策划流程管理、成果管理、图片资料管理、字体管理以及封面文件管理。

其中对于封面文件的管理，要求完成封面设计后，须经设计经理初审，产品项目负责人和销售中心经理复审，充分讨论、论证封面内容的准确性及合理性。法务三审，审核封面内容的合法合规性。法务人员审核通过后，报分管副总经理和总经理审批。

（2）销售业务

发行人制定了《销售中心管理制度》《反商业贿赂管理制度》《合同管理办法》等制度，确保销售活动及销售合同符合国家有关法律、法规，遵循市场规则，主要包括销售计划管理、市场推广管理、客户管理、销售业务管理等。

其中对于销售业务中涉及品牌宣传推广的合法合规性管理，主要包括（1）品牌宣传渠道发布的信息应严格履行审核程序，未经审核的信息不得发布；宣传推广项目方案经产品和销售部门讨论可行性和合理性后，需由销售中心经理初审，分管副总经理复审，宣传方案定稿，即进入方案执行阶段。为确保宣传推广内容的合法性，最终发布投放的内容需由法务三审方可执行；（2）发布、转载的信息必须遵守国家有关法律法规，涉密及禁止的信息不得发布。内容要求及时、准确，表达清晰，对于转发的信息须注明信息来源；严禁发布或转发没有根据的谣言，与有可能影响公司稳定运作的信息。公司宣传渠道和公司人员认证宣传渠道不得擅自发布尚未公开披露的公司经营管理情况和公司内幕信息。

（3）采购业务

发行人制定了《采购管理制度》《质量问题处理报告》等，对采购过程及费用支出等进行规范，主要包括采购管理、供应商管理、成本管理、合同管理、产品质量控制及验收入库等。

（4）资金管理

发行人制定了《资金管理制度》《资金支付补充管理规定》《费用报销管理办法》，对银行资金划转、库存现金收支与保管、票据管理、费用报销进行规范，主要包括资金收支管理、库存现金管理、银行存款管理、票据管理、财务印章管理等相关权限与申请审批流程。

2. 发行人的内控制度是否被有效执行，能够合理保证发行人经营合法合规

（1）发行人董事会报告期内出具了内部控制自我评价报告

根据发行人董事会 2020 年 3 月 31 日出具的内部控制自我评价报告：

发行人管理层认为：“本公司针对所有重大事项建立了健全、合理的内部控制制度，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2019 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

根据发行人董事会 2020 年 8 月 10 日出具的内部控制自我评价报告：

发行人管理层认为：“本公司针对所有重大事项建立了健全、合理的内部控制制度，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

（2） 发行人会计师出具了内部控制鉴证报告

2020 年 3 月 31 日，信永中和出具《内部控制鉴证报告》(XYZH/2020CDA50083)，认为：“华夏万卷按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2019 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。

2020 年 8 月 10 日，信永中和出具《内部控制鉴证报告》(XYZH/2020CDA50279)，认为：“华夏万卷按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。

（3） 报告期内，发行人不存在因违法违规受到行政处罚的情形

2020 年 12 月 15 日，成都高新技术产业开发区市场监督管理局出具证明，证明发行人及子公司在报告期内不存在因违反国家市场监督管理总局法律、法规、规章的行为受到成都高新技术产业开发区市场监督管理局行政处罚的情形。

2020 年 12 月 15 日、16 日、19 日，国家税务总局成都高新技术产业开发区税务局分别出具《涉税信息查询结果告知书》，发行人及子公司在报告期内暂无重大税收违法记录。

2020 年 12 月 16 日，成都高新技术开发区党群工作部出具证明，证明成都

高新区党群工作部在新闻出版的职能权限范围内未对万卷电子商务和空间文化创意开展过出版经营活动方面的行政处罚。

2020 年 12 月 17 日，四川省新闻出版局出具证明，证明发行人严格遵守国家和地方有关新闻出版的法律法规及规范性文件，其所从事的生产及经营活动符合国家和地方有关新闻出版的法律法规及规范性文件的要求。自 1996 年 1 月 20 日起至今，发行人不存在违反新闻出版方面的法律法规及规范性文件的行为或记录，也不存在因违反新闻出版方面的法律法规及规范性文件而受到行政处罚的情形。

2020 年 12 月 21 日，四川省文化和旅游厅行政审批处（审计处）出具证明，证明发行人严格遵守国家和地方有关文化的法律法规及规范性文件，其所从事的生产及经营活动符合国家和地方有关文化的法律法规及规范性文件的要求。自 2019 年 11 月网络文化经营许可证颁发之日起至今，均在网络文化经营许可证范围内开展网络文化经营活动，不存在因违反相关网络文化经营管理法律法规行为而被网络文化经营管理部门处罚的情形，与网络文化经营管理部门也不存在任何争议。

综上，发行人报告期内不存在因违反工商、税务等法律法规而受到行政处罚的情形。

3. 发行人部分产品封面曾印有“教育部门推荐练字用书”字样对内控有效性评价的影响及进一步强化内部控制措施

（1） 发行人对部分产品封面曾印有“教育部门推荐练字用书”字样的规范整改措施

2020 年 7 月 28 日教育部教材局发布《声明》后，发行人管理层予以高度重视，随即主动开展自查。

经自查，发行人产品不存在印有“教育部推荐”、“新课标指定”等《声明》明确列明的虚假信息，但“写字课课练”等系列字帖图书的部分产品封面印有“教

育部门推荐练字用书”字样，主要系公司于 2005 年策划推出“写字课课练”新产品系列，在进行产品效果反馈时，受到学校老师和当地教育培训机构的认可，因此公司在 2006 年策划秋季产品时在产品封面上增加了“教育部门推荐练字用书”字样，属于宣传用语存在不当，表述不够规范、准确，容易让消费者产生歧义。因此，发行人自查后在产品策划流程中明确禁止使用“教育部门推荐练字用书”宣传用语，并自 2020 年 7 月 30 日起主动对相关产品陆续采取了相应规范整改措施，具体包括：

① 停止对产品印有“教育部门推荐练字用书”字样图书产品的采购和发货；

② 对尚未入库的印有“教育部门推荐练字用书”字样图书产品，向上述图书的出版社上海交大出版社发出相关产品封面更改的申请，申请对相关产品封面进行更改；

③ 对已采购入库的印有“教育部门推荐练字用书”字样图书产品，向上海交大出版社发出相关产品封面返修的申请，申请对相关库存及退回的产品封面进行返修；

④ 对已发往经销商的印有“教育部门推荐练字用书”字样图书产品，通知经销商将相关产品进行下架和清退；

⑤ 就发行人于天猫、京东、当当等电商平台开设的自营店铺涉及“教育部门推荐练字用书”等字样情形进行了清理，删除网页上可能引起争议的字样及/或下架相关产品，截至 2020 年 8 月 31 日，发行人电商平台自营店铺均已清理完毕。

（2） 发行人对封面设计和品牌宣传管理相关内部控制的整改强化措施

2006 年，发行人在策划“写字课课练”产品封面时使用“教育部门推荐练字用书”字样具有学校老师和当地教育培训机构的认可基础，公司经办人员基于其有限的认知水平将培训机构理解为广义的教育部门，因此使用了该不规范宣传用语。虽然根据当时的产品策划流程，该产品封面设计经产品部门经理内部

审核，但公司对于封面设计相关的内部控制不完善，未严格审核该宣传用语是否已取得有权部门的认证，导致公司存在上述行为。股份公司设立后，发行人制定了《内部控制管理手册》、《设计资料管理制度》、《销售中心管理制度》等一系列内部控制制度，对内控制度进一步完善。但发行人在内控执行中存在一定瑕疵，未对公司曾使用的宣传用语是否已取得有权部门的认证进行复核，也未从外部受到任何提示或投诉，导致未能及时主动发现整改。

2020年7月教育部教材局发布《声明》，发行人根据该《声明》立即进行了自查，发现“写字课课练”等系列字帖图书的部分产品封面存在“教育部门推荐练字用书”字样，该字样并不属于《声明》明确的“教育部推荐”字样，但公司为避免不当后果，积极主动采取了上述规范整改措施。

针对未对曾使用的宣传用语是否已取得有权部门的认证进行复核的内控执行瑕疵，发行人已积极整改，主要措施如下：

① 成立宣传用语规范小组，由总经理为组长，策划、使用宣传用语的各部门负责人为组员，对公司产品中使用的宣传用语是否妥当、是否已取得有权部门认证进行严格管理，增强责任意识，防范再次出现宣传用语不规范的类似情形。

② 对策划阶段的宣传用语，业务部门审核后需提交法务岗人员三审，审核封面内容的合规合法性，法务人员审核通过后，报分管副总经理和总经理审批。

③ 对已使用的宣传用语定期复核，防止出现认证过期等情形导致宣传用语使用不合规。

④ 完善公司法律风险防范体系，定期组织公司成员开展以业务需求为导向的《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规培训，强化法律知识，降低企业法律风险。

此外，发行人对内控控制中的图书策划制作流程和销售过程中的品牌宣传管理进行了进一步优化，要求按照《设计资料管理制度》《销售中心管理制度》的流程严格执行，加强对封面设计相关用语的审查和品牌宣传管理，避免出现类似

情形。主要包括：

① 封面设计管理

A. 封面设计字体的使用：严格遵守《字体使用规范》，内容设计中的电脑字体要求使用已购买授权的版权字体或能商用的免费开源字体，商业字体的使用应严格按照合同约定环境使用。书家字体的使用需要与产品署名书家一致，如没有合适的字体或需混合使用须经得书家同意许可；

B. 封面用语的使用：对封面用语，要求准确的内容信息，所反映的事件、数据等应与事实相符，有所依据，禁止使用夸大、虚假、不实或容易引人误解的宣传内容；

C. 设计图片、插画等的使用：对非原创的需使用的图片、插画等，需及时购买第三方商业发布许可的设计资料，以防止出现侵权行为；

D. 对完成的封面设计（包括封面用语、设计图片、插画等内容），需经设计经理初审后，由产品负责人和销售中心经理复审，充分讨论、论证封面内容的准确性及合理性，再由法务岗人员三审，审核封面内容的合规合法性；法务人员审核通过后，报分管副总经理和总经理审批。

② 品牌宣传管理

A. 品牌宣传工作统一由销售中心归口管理。销售中心经理作为信息发布审核负责人，宣传内容必须经审核负责人同意，由法务人员审批，最后由专职人员负责发布。未经允许，任何部门、员工不得以个人名义对外宣传、发布和品牌相关的各类信息。

B. 品牌宣传渠道发布的信息应严格履行审核程序，未经审核的信息不得发布；宣传推广项目方案经产品和销售部门讨论可行性和合理性后，需由销售中心经理初审，分管副总经理复审，宣传方案定稿，即进入方案执行阶段。为确保宣传推广内容的合法性，最终发布投放的内容需由法务人员三审方可执行。发布、

转载的信息必须遵守国家有关法律法规，涉密及禁止的信息不得发布。内容要求及时、准确，表达清晰，对于转发的信息须注明信息来源；严禁发布或转发没有根据的谣言，与有可能影响公司稳定运作的信息。公司宣传渠道和高管人员认证宣传渠道不得擅自发布尚未公开披露的公司经营管理情况和公司内幕信息。

C. 品牌宣传渠道的账号、密码按照使用主体不同，实行专人管理，不得向无关人员泄露、出借；相关管理人员发生变动时，新的管理人员应及时修改密码。注册公司宣传渠道时，应规范使用公司名称与昵称。对公司离职的人员，应及时取消与公司相关的微博、微信等平台的认证信息。

D. 完善公司法律风险防范体系，定期组织公司成员开展以业务需求为导向的《消费者权益保护法》《广告法》《反不正当竞争法》等相关法律法规培训，强化法律知识，降低企业法律风险。

综上，报告期内发行人在封面设计相关的宣传用语的内部控制执行存在一定瑕疵，但是发行人已积极主动进行规范整改，严格纠错，加强封面设计相关用语的审查，避免出现类似情形，并且该瑕疵导致的发行人部分产品封面使用“教育部门推荐练字用书”字样未造成明显的危害与不良影响；且主管市场监督管理部门已书面确认不会立案调查，并确认不属于重大违法违规行为，发行人也未因此受到行政处罚；因此，发行人部分产品曾印有“教育部门推荐练字用书”字样情形不会对发行人内控有效性评价产生重大不利影响。发行人不存在对日常经营活动有重大影响的内控缺陷，内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司经营合法合规。

综上所述，本所律师认为，发行人的内控制度健全且被有效执行，能够合理保证公司经营合法合规。

本补充法律意见书正本一式四份。

（以下无正文，下接签章页）

(本页无正文,为《北京市金杜律师事务所关于四川华夏万卷文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书(五)》之签章页)



经办律师:

刘 荣

刘 潞

赵志莘

事务所负责人:

王 玲

二〇二一年 一 月二十七日