孩子王儿童用品股份有限公司

Kidswant Children Products Co.,Ltd.

（南京市麒麟科技创新园智汇路300号）

关于孩子王儿童用品股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

的第三轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司

HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

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

二〇二一年三月

孩子王儿童用品股份有限公司和华泰联合证券有限责任公司关于《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》的回复

深圳证券交易所：

孩子王儿童用品股份有限公司（以下简称“公司”、“孩子王”或“发行人”）收到贵所于 2020 年 12 月 31 日下发的《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（审核函〔2020〕011053 号）（以下简称“《问询函》”），公司已会同华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”或“保荐机构”）及安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“安永华明”）、北京市汉坤律师事务所（以下简称“发行人律师”或“汉坤律师”）进行了认真研究和落实，并按照《问询函》的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题回复，并提交贵所予以审核。现根据 2020 年年报审计数据进行更新，并对招股说明书相应内容进行补充或修改。

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

本问询函回复的字体说明如下：

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

目录

问题一、关于相关资质 4

问题二、关于线上平台交易代收款的合理性 26

问题三、关于“扫码购”代收款的合理性 35

问题四、关于线下门店微信收款代收款的合理性 42

问题五、关于线上平台服务费 47

问题六、关于发行人 2020 年新增平台服务业务收入 55

问题七、关于审计截止日后财务信息及经营状况 64

问题一、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：

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”

中进行了补充披露。

（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》。**因此，报告期内，发行人通过孩子王 APP、微信小程序、微商城销售商品无需取得《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；

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	2019 年	2018 年
线上平台交易额（含税）	23,702.24	71,720.69	49,983.60
扫码购交易额（含税）	113,535.11	380,114.30	211,169.67
线下销售微信支付交易额（含税）	19,254.48	216,356.77	177,260.81
合计代收款金额	**156,491.83**	**668,191.76**	**438,414.07**

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

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。

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		2019 年		2018 年	
	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%
联营商品	5,495.00	4.84%	53,736.58	14.14%	25,704.17	12.17%
合计	**113,535.11**	**100.00%**	**380,114.30**	**100.00%**	**211,169.67**	**100.00%**

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

（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。

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		2019 年		2018 年	
	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%
联营商品	1,592.23	8.27%	11,982.90	5.54%	6,088.99	3.44%
合计	**19,254.48**	**100.00%**	**216,356.77**	**100.00%**	**177,260.81**	**100.00%**

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

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

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，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、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。

2020 年 4 月以前，江苏孩子王运营孩子王 APP、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。

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	2019 年	2018 年
第三方商户的成交金额（含税）	21,214.90	89,026.27	29,107.14
占江苏孩子王当期总成交金额的比例	52.62%	61.95%	34.81%

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；鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

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。

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

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		2019 年		2018 年	
	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%
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%
合计	**2,838.06**	**100.00%**	**10,413.03**	**100.00%**	**5,285.25**	**100.00%**

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

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；除《增值电信业务经营许可证》外，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

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，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 2019/12/31）	上海童渠（截至 2020/12/31）		
		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，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。**同时，上海童渠运营线上平台以来，发行人利用品牌优势、会员优势、数字化技术优势对线上平台充分赋能，在对原江苏孩子王商户进行筛选的同时，大力开发新客户，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%。

2020 年 4 月至 12 月，发行人通过上海童渠获取的线上平台服务收入为 8,238.67 万元，按照年化方式测算，发行人平台服务年收入为 10,984.89 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。**

（四）江苏创纪云相关情况

截至本回复出具日，江苏创纪云的基本情况如下：

公司名称	江苏创纪云网络科技有限公司
成立日期	2015年7月8日
注册地址	南京市麒麟科技创新园智汇路300号H幢
注册资本	**3,000万元人民币**
法定代表人	潘晓东
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）

经营范围	网络技术、软件开发、销售、信息技术咨询、技术服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；图书（须取得许可或批准后方可经营）、报刊（须取得许可或批准后方可经营）、食品（须取得许可或批准后方可经营）；礼仪服务；摄影服务；商务信息咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）
统一社会信用代码	9132010233946244XX
股权结构	南京垚岳高新科技合伙企业（有限合伙）持股51%，南京伽马企业管理合伙企业（有限合伙）持股18.15%，南京创纪企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持股16.04%，宁波司金投资合伙企业（有限合伙）持股12.51%、倪辎轹持股2.30%
实际控制人	汪浩

（1）江苏创纪云的历史沿革

① 2015 年 7 月，江苏创纪云成立

江苏创纪云系由江苏孩子王以现金方式出资设立的有限责任公司。2015 年 6 月 30 日，江苏孩子王签署了《江苏创纪云网络科技有限公司章程》。

2015 年 7 月 8 日，江苏创纪云取得南京市工商行政管理局玄武分局核发的《营业执照》。江苏创纪云成立时的股东及股权结构如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	江苏孩子王	500.00	100.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

② 2015 年 11 月，股权转让

2015 年 11 月 26 日，经江苏创纪云股东会审议通过，江苏孩子王将其持有的 20%的出资认缴权以零对价转让给南京典奈特投资咨询有限公司（以下简称“南京典奈特”），将其持有的 29%的出资认缴权以零对价转让给倪辎轹，由南京典奈特和倪辎轹完成出资。

2015 年 11 月 27 日，南京市玄武区市场监督管理局就上述转让准予其变更登记。本次变更后，江苏创纪云的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例
1	江苏孩子王	255.00	51.00%
2	南京典奈特	100.00	20.00%
3	倪辎轹	145.00	29.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

③ 2016 年 3 月，股权转让

为拆除红筹架构，2016 年 3 月 9 日，经江苏创纪云股东会审议通过，江苏孩子王将其持有的 51%的股权以 437.7075 万元的价格转让给上海垚岳投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“上海垚岳”）。本次转让价格系根据天源资产评估有限公司于 2016 年 2 月 25 日出具的《江苏孩子王实业有限公司拟转让股权涉及的江苏创纪云网络科技有限公司股东全部权益评估报告》（天源评报字[2016]第 0033 号）为基础确定。根据该评估报告，截至评估基准日 2015 年 12 月 31 日，江苏创纪云全部股东权益价值评估值为 858.25 万元，对应 51%的股权价值为 437.7075 万元，本次股权转让定价公允。

2016 年 3 月 28 日，南京市玄武区市场监督管理局就上述转让准予其变更登记。本次变更后，江苏创纪云的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例
1	上海垚岳	255.00	51.00%
2	南京典奈特	100.00	20.00%
3	倪辎轹	145.00	29.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

④ 2017 年 11 月，股权转让

2017 年 11 月 18 日，经江苏创纪云股东会审议通过，南京典奈特将其持有 3.96%的股权以 137.17 万元的价格转让给叶为民，将其持有的 16.04%的股权以 555.59 万元的价格转让给南京创纪企业管理咨询合伙企业（有限合伙）（以下简称“南京创纪”）。

2017 年 11 月 21 日，南京市玄武区市场监督管理局就上述转让准予其变更登记。本次变更后，江苏创纪云的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例
1	上海垚岳	255.00	51.00%
2	倪辎轹	145.00	29.00%
3	南京创纪	80.20	16.04%
4	叶为民	19.80	3.96%
合计		**500.00**	**100.00%**

⑤ 2019 年 6 月，股权转让

2019 年 6 月 26 日，经江苏创纪云股东会审议通过，倪辎轹将其持有 14.19%的股权以 1,253.88 万元的价格转让给南京伽马企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“南京伽马”），叶为民将其持有的 3.96%的股权以 349.92 万元的价格转让

给南京伽马。

2019 年 6 月 27 日，南京市江宁区市场监督管理局就上述转让准予其变更登记。本次变更后，江苏创纪云的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例
1	上海垚岳	255.00	51.00%
2	倪辎轹	74.05	14.81%
3	南京创纪	80.20	16.04%
4	南京伽马	90.75	18.15%
合计		**500.00**	**100.00%**

⑥ 2020 年 11 月，股权转让

2020 年 9 月 20 日，经江苏创纪云股东会审议通过，倪辎轹将其持有的 12.51% 的股权以 1,688.85 万元的价格转让给宁波司金投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“宁波司金”）。

2020 年 11 月 9 日，南京市江宁区市场监督管理局就上述转让准予其变更登记。本次变更后，江苏创纪云的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例
1	南京垚岳（上海垚岳现用名）	255.00	51.00%
2	倪辎轹	11.50	2.30%
3	南京创纪	80.20	16.04%
4	南京伽马	90.75	18.15%
5	宁波司金	62.55	12.51%
合计		**500.00**	**100.00%**

⑦ 2021 年 3 月，注册资本增加

2021 年 3 月 3 日，经江苏创纪云股东会审议通过，同意江苏创纪云注册资本从 500 万元增加至 3,000 万元。

2021 年 3 月 8 日，南京市江宁区市场监督管理局就上述转让准予其变更登记。本次变更后，江苏创纪云的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例
1	南京垚岳（上海垚岳现用名）	1,530.00	51.00%
2	倪辎轹	69.00	2.30%
3	南京创纪	480.20	16.04%
4	南京伽马	544.50	18.15%
5	宁波司金	375.30	12.51%
合计		**3,000.00**	**100.00%**

（2）红筹架构拆除后，江苏创纪云资产划分情况

2016 年 3 月，根据《重组框架协议》约定，江苏孩子王将其持有的江苏创纪云 51%的股权转让给第三方。转让完成后，江苏创纪云继续从事软件开发业务，江苏创纪云原有人员与其继续保持劳动合同关系，原债权债务由其自行承担。

（五）其他事项

1、南京千秒诺

南京千秒诺成立于 2016 年 3 月，截至本回复出具日，南京千秒诺的股权结构如下：

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

南京千秒诺自设立以来至本回复出具日，其出资结构未发生变化。

2、股东人数情况

截至本回复出具日，发行人共有 42 名股东，其中，自然人股东 20 名，机构股东 22 名。经穿透核查，发行人不存在股东人数超过 200 人的情形。

3、新三板挂牌情况

发行人于 2016 年 12 月 9 日起在全国中小企业股份转让系统（以下简称“新三板”）挂牌，于 2018 年 4 月 24 日起终止挂牌。新三板挂牌期间，发行人未受到过全国中小企业股份转让系统有限责任公司的处罚。

4、历次股份变动纳税情况

发行人自设立以来历次股权/股份变动涉及的相关所得税纳税情况如下：

序号	时间	股权变动情况	所得税纳税情况
1	2012 年 6 月	公司设立，注册资本 5,000 万美元	公司设立无需纳税
2	2012 年 7 月	实收资本变更为 2,950 万美元	公司实收资本变更无需纳税

3	2013 年 1 月	实收资本变更为 5,000 万美元	公司实收资本变更无需纳税
4	2014 年 4 月	公司新增注册资本 10,000 万美元	公司增资无需纳税
5	2016 年 3 月	孩子王香港将其持有的孩子王有限 100%股权转让给江苏博思达、南京千秒诺、南京维盈、CHAN KOK CHOW、景林景麒、HCM KW、Coral Root、Fully Merit、Amplewood Capital、景林景途及金坛宗浩	本次股权转让相关各方已按规定进行申报并缴纳所得税
6	2016 年 5 月	公司整体变更为股份有限公司	整体变更过程中已就资本公积转增注册资本部分缴纳个人所得税
7	2016 年 7 月	祺驰投资以 15,000 万元认购公司 1,427.11 万股股份	本次增资无需纳税
8	2016 年 8 月	公司引入做市商中金公司、天风证券、兴业证券、中信建投、东吴证券、信达证券、华融证券	本次增资无需纳税
9	2016 年 9 月	天津万达以 10,000 万元人民币认购公司新增注册资本 951.41 万元；Starr International Investments 以 2,500 万美元等值人民币认购公司新增注册资本 1,591.42 万元	本次增资无需纳税
10	2016 年 10 月	华泰投资以 9,970.09 万元认购公司新增注册资本 948.56 万元；南京道丰以 29.91 万元认购公司新增注册资本 2.85 万元	本次增资无需纳税
11	2018 年 5 月	公司控股股东江苏博思达回购新三板做市商及自然人股东徐琳的股份合计 173.30 万股	新三板做市商的股权转让所得税收由其自行缴纳，发行人无代扣代缴义务；自然人股东徐琳未申报并缴纳个人所得税
12	2018 年 5 月	Coral Root 将其持有的公司 6,000 万股股份转让给苏州子泉（后更名为南京子泉）	根据《中华人民共和国政府和毛里求斯共和国政府关于对所得避免双重征税和防止偷漏税的协定》，Coral Root 为毛里求斯税收居民，且符合免征中国预提所得税的条件，因此免于缴纳所得税
13	2018 年 9 月	Chan Kok Chow 将其持有的公司 23,492,997 股股份转让给 Rich Sparkle	Chan Kok Chow 已申报并缴纳所得税
14	2018 年 11 月	金坛宗浩将其持有的公司 37,104,763 股股份转让给三明泓仁	金坛宗浩已申报并缴纳所得税
15	2018 年 11 月	三明泓仁将其持有的公司 29,372,800 股股份转让给 Tencent Mobility	三明泓仁及出资人已申报并缴纳所得税
16	2018 年 12 月	三明泓仁将其持有的公司 7,731,963 股股份转让给许维宝	三明泓仁及出资人已申报并缴纳所得税
17	2019 年 5 月	许维宝将其持有的孩子王 7,731,963 股股份转让给朱红艳	许维宝按其买入价进行转让，无需缴纳个人所得税
18	2019 年 7 月	Rich Sparkle 将其持有的公司 23,492,997 股股份转让给福建优车	福建优车已履行企业所得税代扣代缴义务
19	2019 年 12 月	Amplewood、天津万达、南京子泉将其持	Amplewood 股权转让的税

		有的公司股份转让给申创浦江、申创投资，合计转让 27,826,692 股股份	款已缴纳； 根据相关法律法规的规定，合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人。合伙企业合伙人是自然人的，缴纳个人所得税；合伙人是法人和其他组织的，缴纳企业所得税。天津万达和南京子泉作为合伙企业，本次股权转让由天津万达、南京子泉的合伙人自行缴纳，发行人无代扣代缴义务
20	2020 年 1 月	南京子泉将其持有的公司 5,153,125 股股份转让给瑞华投资	如上所述，本次转让相关所得税由南京子泉合伙人自行缴纳，发行人无代扣代缴义务
21	2020 年 4 月	景林景麒、景林景途分别将其持有的公司 3,312,692 股股份、2,282,127 股股份转让给中金盈润	如上所述，本次股权转让相关所得税由景林景麒、景林景途合伙人自行缴纳，发行人无代扣代缴义务
22	2020 年 4 月	宜兴盈诚嘉业物资有限公司将其持有的公司 128,000 股股份转让给江苏博思达	本次股权转让所得由宜兴盈诚按企业所得税法规定自行申报纳税，发行人或江苏博思达无代扣代缴义务
23	2020 年 5 月	HCM HK 将其持有的公司 16,046,252 股股份转让给宁波泓硕	HCM 已就本次转让向税务主管机关进行了申报，按照香港与大陆双边税收协定，HCM 作为香港居民身份纳税义务人，选择在香港纳税，发行人无代扣代缴义务
24	2020 年 6 月	南京维盈将其持有的公司 2,719,756 股股份转让给 Jacky Jiang	南京维盈已按规定申报并缴纳所得税

根据自 2015 年 1 月 1 日开始施行的《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》第五条规定，个人股权转让所得个人所得税，以股权转让方为纳税人，以受让方为扣缴义务人。根据江苏博思达提供的说明，江苏博思达未就受让徐琳股份履行代扣代缴义务。

自然人徐琳已出具承诺，“如主管税务机关要求本人就江苏博思达企业信息咨询有限公司回购本人持有的孩子王儿童用品股份有限公司的相关股份所得补缴税费的，本人将按照主管机关的要求及时缴纳全部税费”；根据江苏博思达提供的资料并通过公开渠道进行检索，截至本回复出具之日，江苏博思达不存在因上述情形受到行政处罚的情形。发行人对该等纳税事项无代扣代缴义务且徐琳已出具承诺，上述事项不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

综上所述，保荐机构及发行人律师认为，针对发行人历次股权/股份转让涉

及的纳税问题，发行人已履行中国法律法规规定范围内的义务。

5、股份锁定承诺事项

截至本回复出具日，发行人各股东已根据相关法律法规及规范性文件要求，履行了股份锁定承诺。

6、实际控制人汪建国的配偶、直系亲属是否直接、间接持有发行人 5%以上股份，或担任董事、高级管理人员的情况

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

7、主要股东对外投资情况

（1）江苏博思达

截至本回复出具日，江苏博思达除发行人外未控制其他企业。

（2）南京千秒诺

截至本回复出具日，南京千秒诺除持有发行人的股权外，无其他对外投资。

（3）南京子泉

截至本回复出具日，南京子泉除持有发行人的股权外，无其他对外投资。

8、诉讼或仲裁事项

截至本回复出具日，发行人及其下属企业作为被告方，且涉及诉讼金额 100 万元以上的未决诉讼共 4 笔，具体进展情况如下：

（1）发行人与上海德硕软件开发合同纠纷

2016 年 4 月 20 日，德硕管理咨询（上海）有限公司（以下简称“上海德硕”）因软件系统开发及款项支付纠纷向上海国际经济贸易仲裁委员会提交了《仲裁申请书》，请求裁决：1）发行人向上海德硕支付服务报酬共计人民币 1,950,000.00 元；2）发行人向上海德硕支付追加服务报酬人民币 463,082.50 元；3）发行人向上海德硕支付逾期利息暂计人民币 82,524.38 元；4）发行人承担上海德硕因提起该等仲裁支出的合理费用人民币 400,000 元；5）发行人承担该案全部仲裁费。2016 年 5 月 8 日，发行人向上海国际经济贸易仲裁委员会提交《管辖权异议申

请书》，并于 2016 年 12 月 8 日向南京仲裁委员会提交了《仲裁申请书》，被申请人为上海德硕及欧唯特信息系统（上海）有限公司（以下简称“上海欧唯”），请求裁决：1）解除发行人与上海德硕、上海欧唯特分别签署的、关于发行人全渠道项目建设实施的五份合同；2）上海德硕返还发行人人民币共计 497.93 万元；3）上海欧唯特返还发行人人民币共计 246 万元；4）上海德硕、上海欧唯特承担全部仲裁费用。2018 年 3 月 30 日，南京市仲裁委员会下发《裁定书》，裁决：1）解除《主咨询合同》、《工作委托书》、《三方工作委托书》、《补充工作委托书》和《需求变更合同》；2）驳回公司的其他仲裁请求；3）本案仲裁费用人民币 57,162 元，由发行人、上海德硕、上海欧唯特各自承担三分之一。

截至本回复出具日，本案于上海国际经济贸易仲裁委员会的审理程序尚未终结。

（2）发行人、孩子王采购中心与广州信荔美商品自营合同纠纷

2019 年，广州信荔美贸易有限公司（以下简称“广州信荔美”）因孩子王商品自营合同纠纷向南京仲裁委员会提交仲裁申请，请求裁决：1）孩子王采购中心支付货款 6,485,656.47 元及逾期支付利息 206,714.09 元，合计 6,692,370.56 元；2）发行人对上述债务承担连带付款义务；3）孩子王采购中心和发行人需承担仲裁费用、证据保全公证费用 3,000 元、保全费 5,000 元、财产保全担保费 13,600 元。2019 年 8 月 5 日，孩子王采购中心提出反请求申请，请求裁决：1）广州信荔美立即自行取回尚未销售的 8,027,430.6 元退货商品；2）广州信荔美向孩子王采购中心返还货款 1,558,044.69 元；3）广州信荔美向孩子王采购中心支付退货商品场地占用费 1,244,251 元（自 2019 年 7 月 1 日起暂计算至 2019 年 7 月 31 日）；4）本案全部仲裁费用、保全费、孩子王采购中心支付的律师费由广州信荔美承担。

根据江苏省南京市中级人民法院下发的（2019）苏 01 财保 108 号《查封、扣押、冻结财产结果及期限告知书》，江苏省南京市中级人民法院裁定冻结发行人、孩子王采购中心名下价值 680 万元存款或等值财产。

根据南京仲裁委员会于 2020 年 12 月 30 日下发的（2019）宁裁字第 537 号《裁决书》，南京仲裁委员会对广州信荔美的仲裁请求不予支持，本案仲裁费由

广州信荔美承担。

2021 年 2 月 24 日，广州信荔美向南京市中级人民法院提交《撤销裁决申请书》，请求撤销上述（2019）宁裁字第 537 号《裁决书》，该案将于 2021 年 3 月 31 日开庭。

截至本回复出具日，发行人、孩子王采购中心名下价值680万元存款冻结已解除。

（3）发行人与（株）艾可尼斯的著作权纠纷

2020 年 4 月，（株）艾可尼斯（以下简称“艾可尼斯”）因侵害著作权及不正当竞争纠纷向江苏省南京市中级人民法院提起诉讼，被告为啵噜噜（广州）婴儿用品科技有限公司、江苏孩子王及发行人。艾可尼斯诉请：1）判令被告停止使用 Pororo 系列卡通形象，停止侵犯原告著作权、停止不当竞争行为；2）判决被告赔偿原告经济损失 300 万元；3）诉讼费用由被告承担。

根据江苏省南京市中级人民法院 2020 年 12 月 15 日下发的（2020）苏 01 民初 245 号《民事判决书》，江苏省南京市中级人民法院判决：1）被告啵噜噜（广州）公司立即停止侵害涉案美术作品卡通形象著作权的行为；2）被告啵噜噜（广州）公司于判决生效之日起 10 日内赔偿原告经济损失及合理费用共计 40 万元，被告孩子王股份公司就其中 2 万元合理费用承担连带赔偿责任；3）驳回原告的其他诉讼请求。案件受理费 30,800 元，由被告啵噜噜（广州）公司承担 30,000 元，被告孩子王股份公司承担 800 元，于判决生效后 10 日内向江苏省南京市中级人民法院交纳。

根据（2020）苏 01 民初 245 号《民事判决书》，本案原告可在该等民事判决书送达之日起三十日内提起上诉；**被告可在该等民事判决书送达之日起十五日内提起上诉**。

根据发行人提供的说明，发行人未收到艾可尼斯在上述期限内提起上诉的通知；上述案件的被告啵噜噜（广州）婴儿用品科技有限公司提起上诉，但该等上诉中未将发行人作为一方。

（4）发行人与上海环创的工程施工合同纠纷

2020 年 4 月，上海环创机电工程有限公司（以下简称“上海环创”）就工程施工合同纠纷向江苏省江宁经济技术开发区人民法院提起诉讼，被告为童联供应链有限公司（以下简称“童联供应链”）、 浙江天元建设（集团）股份有限公司（以下简称“浙江天元”）。上海环创诉请：1）判令浙江天元和童联供应链支付拖欠工程款 200 万元，及相应的利息损失（以 200 万元为本金，按照同期全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率 LPR 标准，至起诉之日起算至判决生效之日止）；2）本案的诉讼费用（包括受理费、保全费及担保手续费等）均由浙江天元和童联供应链承担。

根据江苏省江宁区经济技术开发区人民法院下发（2020）苏 0191 民初 1082 号《民事裁定书》，江苏省江宁区经济技术开发区人民法院裁定冻结被申请人浙江天元、童联供应链共计人民币 200 万元的银行存款或查封、冻结、扣押相应价值的财产。

该案于 2020 年 7 月 28 日开庭审理，但截至本回复出具日，**本案尚未判决，童联供应链共计人民币 200 万元的银行存款仍处于冻结状态。**

2020年12月23日，上海环创就同一事由向江苏省江宁经济技术开发区人民法院提起诉讼，被告为童联供应链、浙江天元。上海环创诉请：1）判令浙江天元支付拖欠工程款220.76万元，及相应的利息损失（以220.76万元为本金，按照同期全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率LPR标准，至起诉之日起算至判决生效之日止）；2）判令童联供应链就浙江天元的上述还款义务童联供应链应付浙江天元工程款范围内向上海环创承担连带付款义务；3）本案的诉讼费用（包括受理费、保全费及担保手续费等）均由浙江天元和童联供应链承担。

根据江苏省江宁经济技术开发区人民法院下发（2021）苏0191民初582号《民事裁定书》，江苏省江宁经济技术开发区人民法院裁定冻结被申请人浙江天元、童联供应链人民币220.76万元的银行存款或查封、冻结、扣押相应价值的财产。

截至本回复出具日，本案尚未开庭，童联供应链共计人民币220.76万元的银行存款处于冻结状态。

综上，截至本回复出具日，上述案件涉诉金额、判决情况及资金冻结情况如下：

案件	涉诉金额	判决情况	资金冻结金额（万元）	或有事项计提情况
上海德硕软件开发合同纠纷	289.56万元及仲裁费用	上海国际经济贸易仲裁委员会尚未裁决	-	针对该笔仲裁，南京市仲裁委员会已下发《裁定书》，发行人有合理理由认为原告可得利益的请求得到仲裁庭支持的可能性小于50%，因此未计提预计负债
广州信荔美商品自营合同纠纷	671.40万元及仲裁相关费用	尚未结案	-	针对该笔仲裁，南京市仲裁委员会已下发《裁定书》，发行人有合理理由认为原告可得利益的请求得到仲裁庭支持的可能性小于50%，因此未计提预计负债
（株）艾可尼斯的著作权纠纷	300.00万元及诉讼费用	已结案	-	-
上海环创的工程施工合同纠纷	200.00万元及相应利息、诉讼费用	尚未结案	200.00	针对该笔诉讼，童联供应链的债权人为浙江天元（被告2），截止2020年12月31日，发行人已全额确认其他应付浙江天元的工程款，童联供应链对上海环创不负有支付义务，因此无需额外计提预计负债
	220.76万元及相应利息、诉讼费用	尚未结案	220.76	
合计	**-**	**-**	**420.76**	**-**

除上述情形外，截至本回复出具日，发行人不存在作为被告且诉讼金额超过100 万元的未决诉讼。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅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；

11、查阅江苏创纪云自设立以来的全套工商档案资料及历次转让支付凭证，并通过公开渠道进行复核；

12、查阅发行人自设立以来的全套工商档案资料、历次股权（份）转让协议、历次出资凭证、验资报告及纳税申报表、纳税凭证等资料并对相关股东进行访谈；

13、查阅南京千秒诺自设立以来的全套工商档案资料，并通过公开渠道复核其出资结构是否发生变化；

14、就江苏博思达、南京千秒诺及南京子泉的对外投资情况取得其说明，并通过公开渠道进行复核；

15、通过公开渠道核查发行人全国中小企业股份转让系统挂牌期间是否存在被全国中小企业股份转让系统有限责任公司处罚的情况；

16、取得股东基本情况调查表，查阅相关股东的工商档案资料/境外律师出具的法律意见书，并通过公开渠道对境内机构股东的相关情况进行复核；

17、查阅发行人及其下属分子公司截至本回复出具日的未决诉讼清单及相关诉讼资料，登录国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、启信宝、信用中国、人民法院公告网、裁判文书网、最高法院裁判文书网、全国法院被执行人网、失信被执行人网进行核查，并取得发行人的书面确认。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

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。

问题二、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：

一、发行人补充披露

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

（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。

母婴商城

孩子王小程序

孩子王微信公众号

孩子王微商城

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，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对于长尾市场的多元化、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。同时，江苏孩子王依托其增值电信业务经营许可资质，引入了各类母婴品牌商、经销商以及母婴周边服务商户入驻，打造专业化的母婴垂直电商平台，为消费者提供“衣、食、住、行、用、玩、教”一站

式服务体验。

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、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。

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		2019 年		2018 年	
	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%
微信小程序及微商城	18,186.69	45.11%	52,784.27	36.73%	12,083.15	14.45%
合计	**40,318.09**	**100.00%**	**143,698.62**	**100.00%**	**83,621.03**	**100.00%**

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

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、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、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、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。

报告期内，江苏孩子王为发行人和第三方商户代收款金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
为发行人代收款金额	156,491.83	88.06%	668,191.76	88.24%	438,414.07	93.77%
为第三方入驻商户代收款金额	21,214.90	11.94%	89,026.27	11.76%	29,107.14	6.23%
合计	**177,706.73**	**100.00%**	**757,218.03**	**100.00%**	**467,521.21**	**100.00%**

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

（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

如本回复“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，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 32 万，2018 年至 2020 年累计实现销售收入仅 5,204.50 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		2019 年		2018 年	
	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%
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%
合计	**40,318.09**	**100.00%**	**143,698.62**	**100.00%**	**83,621.03**	**100.00%**

注：上述成交金额按照收取平台服务费标准统计；鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

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	2019 年	2018 年
订单数量	48,814	185,495	167,495
总订单数量	3,114,664	11,387,472	6,104,382
占总订单数量的比例	1.57%	1.63%	2.74%

注：发行人与江苏孩子王自 2020 年 3 月 31 日停止合作，因此 2020 年数据为 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、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。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、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。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、报告期内，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。

问题三、关于“扫码购”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“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：

一、发行人补充披露

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

（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

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。

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	2019 年	2018 年
扫码购交易额（含税）	113,535.11	380,114.30	211,169.67
占江苏孩子王整体代收款的比例	72.55%	56.89%	48.17%
该类模式形成的收入	95,771.75	289,072.52	159,967.31

占发行人主营业务收入的比例	**11.57%**	35.46%	24.20%
该类模式形成的毛利	19,700.57	73,128.97	41,838.24
占发行人主营业务毛利的比例	**7.87%**	29.92%	21.13%

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

随着扫码购模式被消费者广泛接受，该模式下形成的代收款项规模持续上升。

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

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		2019 年		2018 年	
	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%
线下扫码购	45,147.41	39.77%	268,829.29	70.72%	161,773.24	76.61%
合计	113,535.11	100.00%	380,114.30	100.00%	211,169.67	100.00%

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

2018年至2019年，线下扫码购形成的代收款金额占比较高；2020年，受疫情影响，线上扫码购形成的代收款金额占比大幅提升。

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；

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

如本回复“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。

（3）根据前文所述，扫码购模式系通过孩子王 APP、微信小程序的“扫一扫”模块，或是通过嵌入在孩子王 APP、微信小程序中的“门店到家”模块作为入口，实现线上支付。考虑到当时在“扫码购”模式推出前，孩子王 APP 已上线运营多年并积累了大量的会员资源，因此发行人采用新建模块方式嵌入在孩子王 APP 等平台上，并从场景应用的一致性及技术便捷性角度考虑，统一连接了孩子王 APP 等平台原有的收款系统，因此收款时仍借助了孩子王 APP、微信小程序的收款渠道，由江苏孩子王代收。

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“问题一/一/（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	2019 年	2018 年
订单数量	33,637	256,656	159,902
总订单数量	2,728,804	1,356,177	7,582,981
占总订单数量的比例	1.23%	1.89%	2.11%

注：发行人与江苏孩子王自 2020 年 3 月 31 日停止合作，因此 2020 年数据为 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。

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。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、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。

（二）核查意见

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。

问题四、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：

一、发行人补充披露

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

（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	2019 年	2018 年
线下销售微信支付交易额（含税）	19,254.48	216,356.77	177,260.81
占江苏孩子王整体代收款的比例	12.30%	32.38%	40.43%
该类模式形成的收入	15,666.04	180,899.79	147,602.34
占发行人主营业务收入的比例	**1.89%**	22.19%	22.33%
该类模式形成的毛利	3,477.06	45,239.86	40,430.37
占发行人主营业务毛利的比例	**1.39%**	18.51%	20.42%

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

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		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
微信	154,305.00	39.62%	216,356.77	37.47%	177,260.81	29.58%
支付宝	99,163.16	25.46%	149,269.00	25.85%	154,253.00	25.74%
现金	27,016.95	6.94%	74,822.00	12.96%	76,248.00	12.72%
银行及其他	108,973.61	27.98%	136,995.23	23.72%	191,553.19	31.96%
合计	**389,458.73**	**100.00%**	**577,443.00**	**100.00%**	**599,315.00**	**100.00%**

注：2018 年-2019 年，微信收款均由江苏孩子王代收；2020 年，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；

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。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。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、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。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

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。

问题五、关于线上平台服务费

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：

一、发行人补充披露

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

（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（基础平台服务及增值引流服务）： 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；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。

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；

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**	**2019 年**	**2018 年**
线上平台交易代收款金额①	23,702.24	71,720.69	49,983.60
减：线上预充值金额②	9,146.84	33,538.86	13,617.33
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
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**

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，江苏孩子王 2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

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、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、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

根据上表所示，报告期内，江苏孩子王针对通过孩子王APP、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。

对于线上预充值部分，消费者通过孩子王APP、小程序等线上平台购买的预充值卡（包括礼品卡、童乐园卡、黑金卡等）未支付平台服务费，主要系因为上述交易在购买阶段仅借助了线上平台的收款渠道，在实际使用过程中，当消费者在线上消费时使用预充值卡购买商品，江苏孩子王将根据实际的商品成交金额收取平台服务费；而当消费者在线下消费时，由于销售场景均发生于门店，销售过程中由门店人员提供一系列服务，因此，无需向江苏孩子王支付平台服务费。

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；

扫码购是公司自2017年推出的模式，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。其中，线下扫码购系指消费者在店内购物时，通过孩子王APP、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、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。**

二、保荐机构、发行人律师、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师、申报会计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。

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取江苏孩子王与非孩子王客户签署的服务合同，将服务内容和收费标准，与孩子王服务合同相对比；

2、根据江苏孩子王与客户约定的收费标准，抽样测算服务费的金额；

3、抽样核查江苏孩子王与发行人的平台结算对账单。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、报告期内，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。

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，江苏孩子王线上平台服务内容与其他电商平台不存在显著差异；江苏孩子王线上平台向发行人收取的服务费按照协议约定计收；

2、报告期内，江苏孩子王按照是否为发行人提供平台服务收取平台服务费，对发行人线上平台交易代收款中线上预充值部分不收取平台交易服务费，不存在为发行人承担线上平台服务费用的情形；

3、报告期内，江苏孩子王对发行人“扫码购”交易中的代收款部分不收取平台交易服务费，“扫码购”交易与门店销售相关，不存在为发行人承担线上平台服务费用的情形；

4、报告期内，江苏孩子王对发行人的线下门店微信收款形成的代收款部分不收取平台交易服务费，采用线下门店微信收款方式的交易与线下门店销售相关，不存在为发行人承担线上平台服务费用的情形。

三、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。

保荐人内核及质控部门，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如下：

（一）保荐人内核及质控部门按照法律法规规定以及华泰联合证券《股权融资业务立项、内核管理办法》等规定，进行项目立项、内核，在立项和内核过程中对发行人代收代付情形涉及收入的真实性、准确性等情形进行了询问沟通，对相关工作底稿进行现场检查，出具书面意见，要求对相关文件进行修改、补充或完善，要求补充相应核查工作底稿，对项目进行问核，组织召开内核会议形成内

核意见，督促项目组完成内核意见的回复。

（二）保荐人内核及质控部门针对首次申报申请材料及历次反馈意见回复材料进行了认真审核，就发行人代收代付情形涉及收入的真实性、准确性、完整性、合规性等相关信息的披露、历次问询回复内容进行严格把关、复核，提出复核意见并请项目组书面回复，首次申报申请材料及历次反馈意见回复材料经过部门负责人、质控部和内核部审核员、质量控制部负责人、内核负责人、合规总监、保荐业务负责人等进行逐级审批完成，项目组逐一落实相关复核意见后，相关申报文件方可进入保荐人签章程序；履行上述内部控制程序，并经用印文件与上传文件比对，项目组方可将材料对外报送。

经过上述严格复核、质量把关工作，保荐人内核及质控部门同意项目组关于代收代付情形涉及收入的真实性、准确性、完整性、合规性的核查工作及回复内容，并同意将申请文件对外报送。

申报会计师内核及质控部门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如下：

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）已经按照《会计师事务所质量管理准则第 5101 号——会计师事务所对执行财务报表审计和审阅、其他鉴证和相关服务业务实施的质量控制》建立了相应的质量控制制度，同时遵照《中国注册会计师审计准则第 1121 号——对财务报表审计实施的质量控制》委派了项目复核人员对发行人首次公开发行股票并在创业板上市相关的财务报表审计以及申报会计师工作实施了相应复核程序。

问题六、关于发行人 2020 年新增平台服务业务收入

审核问询回复显示：

（1）2020 年 3 月 31 日发行人与江苏孩子王停止全部合作关系，自 2020 年 4 月 1 日起，除业务终止涉及的款项结算等事项外，江苏孩子王未再经营任何业务，与发行人主营业务、服务不存在重合的情况；

（2）发行人自 2020 年 4 月开始由子公司上海童渠自主运营各类线上平台，并向线上平台的母婴品牌商、经销商、周边服务机构提供平台服务业务，2020 年 4-6 月该项业务收入 2,827.35 万元，占主营业务收入的比例为 0.74%，毛利率为 100%；截止 2020 年 6 月 30 日，公司入驻平台的商家数量已经超过 1,700 家；

（3）报告期，江苏孩子王营业收入分别为 2,055.14 万元、5,285.25 万元、10,413.03 万元和 2,838.06 万元，毛利金额分别为 1,597.22 万元、4,316.16 万元、8,992.66 万元和 2,641.71 万元，净利润金额分别为-86.63 万元、349.64 万元、-430.04 万元和 149.48 万元；其中对发行人收入分别为 917.53 万元、1,279.30 万元、1,202.07 万元和 396.48 万元，占比分别为 44.65%、24.21%、11.54%和 13.97%。

请发行人：

（1）补充披露报告期江苏孩子王运营平台整体的交易规模或 GMV 情况，发行人和江苏孩子王其他主要客户在该平台的贡献占比情况；

（2）补充披露发行人 2020 年新增的平台服务收入和客户是否系从江苏孩子王承接而来，若是，请补充披露发行人该项收入水平及客户数量与江苏孩子王时期的比较情况，承接过后，收入规模是否显著增加，若是，请说明原因及合理性；

（3）补充披露江苏孩子王报告期毛利率较高但净利润较低的原因，江苏孩子王的主要成本、费用的构成情况；发行人与江苏孩子王终止合作后其人员是否加入发行人，若发行人 2020 年新增的平台服务收入及其相关人员系从江苏孩子王承接而来，请补充披露新增的收入、成本、费用对发行人利润的影响情况，平台服务业务是否将显著提升发行人利润水平。

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

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/6、与江苏孩子王的合作模式”、“第八节/九/（一）/2/（1）/⑤平台服务收入”中进行了补充披露。

（一）补充披露报告期江苏孩子王运营平台整体的交易规模或 GMV 情况，发行人和江苏孩子王其他主要客户在该平台的贡献占比情况

报告期内，江苏孩子王除为发行人提供平台运营服务外，还引入了小型母婴网店、母婴周边商户（包括早教、培训、摄影等）及母婴商品经销商/代理商等其他商户入驻平台，并收取平台服务费。

报告期内，江苏孩子王的收入均为平台服务收入，按商户类别划分的交易规模、交易规模占比及对应的平台服务费收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
向发行人收取的平台服务费			
发行人的交易规模（含税）	19,103.19	54,672.35	54,513.89
发行人交易规模占比	47.38%	38.05%	65.19%
平台服务费用收入	396.48	1,202.07	1,279.30
发行人平均费率	2.08%	2.20%	2.35%
向其他商户收取的平台服务费			
其他商户的交易规模（含税）	21,214.90	89,026.27	29,107.14
其他商户交易规模占比	52.62%	61.95%	34.81%
平台服务费用收入	2,441.58	9,210.96	4,005.95
其他商户平均费率	11.51%	10.35%	13.76%
合计交易规模	40,318.09	143,698.62	83,621.03
合计平台服务费收入	2,838.06	10,413.03	5,285.25

注：鉴于发行人和江苏孩子王已于 2020 年 3 月 31 日终止全部业务合作，2020 年数据为 2020 年 1-3 月数据

报告期内，江苏孩子王运营平台整体的交易规模分别为 83,621.03 万元、143,698.62 万元和 40,318.09 万元，其中发行人在该平台的交易规模分别为 54,513.89 万元、54,672.35 万元和 19,103.19 万元，在该平台的贡献占比分别为 65.19%、38.05%和 47.38%。发行人在江苏孩子王运营平台的交易规模贡献占比 2018 年-2019 呈下降趋势，主要原因是江苏孩子王不断加大对外引入第三方商户的力度，越来越多的商户加入江苏孩子王平台，交易规模随之增加。2020 年，

发行人和其他商户的交易规模均下降，且受疫情影响，其他商户产生的交易规模占比下降较快，发行人对江苏孩子王交易规模贡献比例相应上升。

报告期内，除发行人外，江苏孩子王的主要客户贡献的平台交易额及占比情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	交易额	占总交易额的占比
2020 年	1	杭州玥卓电子商务有限公司	506.47	1.26%
	2	爹地宝贝股份有限公司	415.69	1.03%
	3	宁波市宝敏瑞贸易有限公司苏州分公司	365.18	0.91%
	4	汕头市爱尼兄弟贸易有限公司	253.80	0.63%
	5	湖南爽洁卫生用品有限公司	244.92	0.61%
	合计		**1,786.07**	**4.43%**
2019 年	1	上海解兮生物科技有限公司	1,524.25	1.06%
	2	杭州玥卓电子商务有限公司	1,337.85	0.93%
	3	汕头市爱尼兄弟贸易有限公司	1,228.09	0.85%
	4	芜湖昌正贸易有限公司	818.82	0.57%
	5	上海夕尔科技有限公司	891.69	0.62%
	合计		**5,800.71**	**4.04%**
2018 年	1	杭州玥卓电子商务有限公司	1,608.17	1.92%
	2	世纪保众（北京）网络科技有限公司	570.88	0.68%
	3	上海解兮生物科技有限公司	501.37	0.60%
	4	小雨伞保险经纪有限公司	491.17	0.59%
	5	上海众码生物科技有限公司	476.61	0.57%
	合计		**3,648.20**	**4.36%**

报告期内，除发行人外，江苏孩子王前五大主要客户贡献的平台交易额逐年上升，分别为 4.36%、4.04%和 4.43%，占平台交易总额的比例较为稳定。

（二）补充披露发行人 2020 年新增的平台服务收入和客户是否系从江苏孩子王承接而来，若是，请补充披露发行人该项收入水平及客户数量与江苏孩子王时期的比较情况，承接过后，收入规模是否显著增加，若是，请说明原因及合理性；

2020 年上半年，为进一步打造母婴产业生态体系，公司通过下属子公司上

海童渠自主运营各类线上平台，并为入驻平台的母婴品牌商、经销商、周边服务机构提供平台服务业务。**2020 年**，该业务实现收入 **8,238.67 万元**，占主营业务收入的比例为 **0.99%**，占比较小。

公司上述新增的平台服务客户，部分系自江苏孩子王退出后，与发行人下属子公司上海童渠重新签订协议，进而形成发行人的平台服务收入。**2020 年 4-12 月**，平台服务客户数量及平台服务收入的具体情况如下：

项目	2020 年 4-12 月
公司平台实现收入的客户数量（家）	**3,438**
其中：与江苏孩子王重合实现收入的客户数量（家）	**1,022**
重合客户数量占平台客户总数量的比例	**29.73%**
公司平台服务收入（万元）	**8,238.67**
其中：与江苏孩子王重合的客户实现的收入（万元）	**5,664.25**
重合客户收入占平台客户总收入的比例	**68.75%**

2020 年 4-12 月，公司平台服务收入中，与江苏孩子王原有客户重合的客户数量占比为 **29.73%**，该部分客户贡献的平台收入占比为 **68.75%**；其余 **70.27%**的客户均为上海童渠自身引入，与江苏孩子王原有客户无关。2020 年 4 月 1 日，上海童渠成为孩子王 APP、微信小程序、微商城等线上平台的运营方，对于部分有意向继续入驻孩子王线上平台的商家，上海童渠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进行商务洽谈、签订平台服务合同，不存在从江苏孩子王直接承接的情况。

2020 年，公司和江苏孩子王商户数量及对应的收入对比情况如下表所示：

主体	区间	项目	金额或数量
发行人	**2020 年 4-12 月**	平台实现收入的客户数量（家）	**3,438**
		平台服务收入（万元）	**8,238.67**
江苏孩子王	2020 年 1-3 月	平台实现收入的客户数量（家）	2,149
		平台服务收入（万元）	2,838.06

江苏孩子王 2020 年 1-3 月平台客户数量为 2,149 家，实现平台服务收入为 2,838.06 万元；发行人下属子公司上海童渠取得平台运营资质后，**2020 年 4-12 月**平台客户数量为 **3,438 家**，实现平台服务收入为 **8,238.67 万元。根据年化后的数据比较，发行人平台服务收入未有显著变化**。

（三）补充披露江苏孩子王报告期毛利率较高但净利润较低的原因，江苏孩子王的主要成本、费用的构成情况；发行人与江苏孩子王终止合作后其人员是否加入发行人，若发行人 2020 年新增的平台服务收入及其相关人员系从江苏孩子王承接而来，请补充披露新增的收入、成本、费用对发行人利润的影响情况，平台服务业务是否将显著提升发行人利润水平。

1、补充披露江苏孩子王报告期毛利率较高但净利润较低的原因，江苏孩子王的主要成本、费用的构成情况

报告期内，江苏孩子王的营业收入、成本及费用、净利润情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
营业收入	2,838.06	10,413.03	5,285.25
营业毛利	2,641.71	8,992.66	4,316.16
毛利率	93.08%	86.36%	81.66%
成本及费用	2,967.67	10,896.80	5,590.95
净利润	103.93	-430.04	349.64

报告期内，江苏孩子王毛利率较高但净利润较低，主要原因系为了提升江苏孩子王平台商户入驻数量，满足消费者线上平台商品及服务的多元化需求，江苏孩子王报告期内与平台运营相关的费用投入较大，营业收入增长率与成本费用增长率基本持平，净利润水平较低。江苏孩子王作为平台运营方，在业务开展过程中，主要成本费用构成包括：（1）平台运营及行政管理人员的工资、奖金、社保、福利等，以满足日常运营、商户获取及服务、商品上架及展示审核等事项的人员需求；（2）平台推广宣传费用：为了吸引商户入驻平台、促进消费购买而进行的推广宣传费用，包括平台推广、宣传、短信等费用；（3）平台运营过程中，应向第三方支付机构支付的交易手续费；（4）平台运营所需的软件使用成本：包括软件授权费、软件使用费等；（5）日常经营活动中产生的办公费、折旧费、租赁费等其他费用。

报告期内，江苏孩子王成本费用主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
工资性支出	891.98	4,239.33	1,686.91
推广宣传费	849.20	3,322.87	1,106.55

交易手续费及利息	688.69	2,582.40	1,824.72
办公费及服务费	352.12	315.75	509.74
租赁费及折旧费	166.80	241.24	364.37
软件授权及使用费	18.87	195.22	98.66
合计	**2,967.67**	**10,896.80**	**5,590.95**
平台交易总额	40,318.09	143,698.62	83,621.03
占平台交易总额的比例	7.36%	7.58%	6.69%

2017 年以来，江苏孩子王作为线上平台运营方，不断通过招揽人才、推广宣传、提高平台技术和整体服务能力等方式吸引各类商户入驻平台，提高商户入驻平台的数量和质量，满足消费者线上平台个性化及全方位的消费需求。报告期内，江苏孩子王平台交易总额不断提高，平台服务收入逐年增长，相应的各项成本费用也在增加。主要成本费用项目构成内容及变动原因如下：

（1）工资性支出：报告期内，随着江苏孩子王平台商户交易额的增加，平台服务收入规模随之增长，江苏孩子王销售运营及行政管理人员数量也在提高，工资、奖金、社保等费用逐年增加。2019 年江苏孩子王该项费用增长较快，一方面系销售运营及行政管理人员数量增加；另一方面系为优化本地化消费者服务体验，拓展周边异业机构入驻江苏孩子王运营平台，增加部分市场推广人员，由其通过营销推广活动增加江苏孩子王运营平台商户的入驻数量和质量，以提高平台交易额。江苏孩子王因此增加了该部分推广人员的报酬，提高了 2019 年相关费用。

（2）推广宣传费：报告期内，江苏孩子王不断提高平台推广宣传力度，提高平台商户的入驻意愿，满足消费者通过平台进行一站式服务的需求。2018 年，随着江苏孩子王针对线上平台推广宣传力度的加大，该项费用增长较快，线上平台实现收入的商户数量也由 2017 年的 463 户提升至 2018 年的 3,579 户；2019 年，江苏孩子王进一步增加线上平台的宣传推广方式，并鼓励消费者通过线上分享等形式提高第三方商户的商品、服务交易额，江苏孩子王对成交的交易给予消费者一定的奖励 ，平台推广宣传费用进一步提升。

（3）交易手续费及利息：报告期内，随着平台交易额的增加，第三方支付机构向江苏孩子王收取的交易手续费逐年增加。

（4）办公费及服务费：报告期内，随着江苏孩子王日常运营逐步稳定，2018 年办公费、业务咨询服务费等费用开始增加并逐步稳定。

（5）租赁费及折旧费：江苏孩子王租赁费和折旧费 2018 年及以后逐年下降，主要系由于部分电子设备等固定资产按年限逐步计提完折旧导致折旧费等降低。

（6）软件授权及使用费：报告期内，江苏孩子王软件授权及使用费逐年增加，主要系江苏孩子王为维持平台运营所必需的软件著作权授权费及软件使用成本增加。

2020 年 2 月，公司下属子公司上海童渠获得上海市通信管理局批复，同意其开展在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）增值电信业务。2020 年 3 月 31 日，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。因此，2020 年，江苏孩子王成本费用大幅下降。

2、发行人与江苏孩子王终止合作后其人员是否加入发行人，若发行人 2020 年新增的平台服务收入及其相关人员系从江苏孩子王承接而来，请补充披露新增的收入、成本、费用对发行人利润的影响情况，平台服务业务是否将显著提升发行人利润水平

发行人与江苏孩子王终止合作后，江苏孩子王业务停止，其人员相继离职，部分人员申请加入发行人并通过正常面试招聘流程重新签署劳动合同。根据统计，自江苏孩子王离职并通过招聘入职孩子王的员工数为 134 人，占截至 2020 年 3 月末江苏孩子王员工数的 73.63%。上述人员原主要工作内容是线上平台的操作管理，服务流程解答和账务核对等，其工作性质不涉及重要的判断和技术能力要求。

2020 年 4 月至 12 月，发行人通过上海童渠获取的线上平台服务收入及利润贡献情况测算如下：

单位：万元

项目	2020 年 4 月至 12 月
平台服务收入	8,238.67
占营业收入的比例	0.99%
平台服务毛利	7,646.96
占营业毛利的比例	3.00%
平台服务费用	6,531.11
扣除平台服务费用的利润	1,115.84
扣除所得税	167.38
平台服务净利润	948.47
占净利润的比例	2.43%

发行人**2020年4-12月**新增的平台服务收入为**8,238.67万元**，占营业收入的比例**0.99%**；因新增平台服务收入而产生的费用为**6,531.11万元**，扣除平台服务费用及所得税的净利润为**948.47万元**，占合并净利润的比例为**2.43%**。发行人新增平台服务业务对其利润水平影响较小。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取报告期内江苏孩子王运营平台整体交易数据，与公司提供的发行人和江苏孩子王其他主要客户在该平台的交易占比情况进行核对；

2、获取发行人与江苏孩子王签订的合作终止协议，了解合作关系终止后江苏孩子王的商户、人员去向，了解发行人与上述商户、人员之间重新选聘、签订协议等业务流程情况，并选取部分商户和人员样本合同进行查看；

3、申报会计师对上海童渠2020年财务报表执行审计程序，保荐机构对上海童渠2020年财务报表进行了复核；

4、获取江苏孩子王平台服务收入商户明细，以及上海童渠2020年4-12月的平台服务收入商户明细，复核商户重叠清单；

5、获取江苏孩子王报告期审计报告或财务报表，以及成本、费用主要构成明细，抽样查看大额费用项的合同、发票等原始凭据，询问了解主要数据变动原因；

6、复核发行人2020年4-12月新增的平台服务业务对收入、利润的影响程度的测算。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人2020年新增的平台服务收入和客户部分来自于江苏孩子王原有平台客户，该部分客户与上海童渠重新签订合同并确定合作关系，上海童渠负责运营平台后，2020年4-12月平台服务收入与江苏孩子王1-3月份平台收入经年化对比未显著变化；

2、发行人与江苏孩子王终止合作后，江苏孩子王原有员工根据双方自愿选择原则，部分员工选择加入发行人；发行人新增的平台服务业务对发行人的收入、利润占比较低，平台服务业务未显著提升发行人的利润水平。

经核查，申报会计师认为：

1、发行人披露的 2020 年新增平台服务收入和客户部分来自于江苏孩子王原有平台客户的信息与我们了解的情形一致；上海童渠负责运营平台后，2020 年 4-12 月平台服务收入与江苏孩子王 1-3 月份平台收入经年化对比未显著变化；

2、发行人与江苏孩子王终止合作后，江苏孩子王原有员工与发行人重新签署劳动协议的披露与我们了解的信息一致；发行人新增的平台服务业务对发行人的收入、利润占比较低，平台服务业务未显著提升发行人利润水平。

问题七、关于审计截止日后财务信息及经营状况

请发行人披露：

（1）审计截止日后的主要经营状况和业绩情况；

（2）主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；

（3）若经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否对持续经营能力产生重大影响，并进行重大事项提示。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节/十六、审计基准日后至本招股说明书签署日的经营状况”、“重大事项提示/四、发行人 2020 年 1-9 月经审阅的财务情况”中进行了补充披露。截至本回复出具日，发行人已更新 2020 年年报审计数据，具体情况参见招股说明书。

一、发行人补充披露

（一）审计截止日后的主要经营状况和业绩情况

财务报告审计基准日后，公司经营模式、采购规模、主要业务的销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、主要核心业务人员、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化，整体经营情况良好。

经安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）审阅，发行人 2020 年 1 至 9 月的主要经营状况和业绩情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月（已审阅）	2019 年 1-9 月（未经审计或审阅）	变动额	变动率
营业收入	582,313.10	581,387.41	925.69	0.16%
营业利润	32,079.26	30,624.87	1,454.39	4.75%
利润总额	32,143.10	30,998.69	1,144.41	3.69%
净利润	25,891.41	24,485.84	1,405.57	5.74%
归属于母公司所有者的	25,891.41	24,485.84	1,405.57	5.74%

净利润				
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	20,703.30	20,070.72	632.58	3.15%

2020 年 1-9 月，发行人营业收入为 582,313.10 万元，同比增长 0.16%；归属于母公司所有者的净利润为 25,891.41 万元，同比增长 5.74%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 20,703.30 万元，同比增长 3.15%；公司不存在经营业绩下滑的情形。发行人财务报告审计基准日 2020 年 6 月 30 日后的经营情况良好，经营业绩稳定，不存在重大异常变动，公司持续经营能力未发生重大不利变化。

（二）主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；

1、合并资产负债表主要数据与上年年末对比分析

2020 年 9 月 30 日，公司合并资产负债表主要数据与上年末对比如下：

单位：万元

项目	2020.09.30	2019.12.31	变动额	变动率
流动资产：				
货币资金	95,418.17	128,300.35	-32,882.18	-25.63%
交易性金融资产	171,897.30	89,395.05	82,502.26	92.29%
应收账款	6,487.18	4,611.45	1,875.73	40.68%
预付款项	7,431.31	6,526.98	904.32	13.86%
其他应收款	4,794.79	6,220.55	-1,425.76	-22.92%
存货	95,569.28	99,434.15	-3,864.87	-3.89%
一年内到期的非流动资产	515.57	257.92	257.66	99.90%
其他流动资产	6,471.68	10,215.15	-3,743.47	-36.65%
流动资产合计	**388,585.29**	**344,961.59**	**43,623.70**	**12.65%**
非流动资产：				
长期应收款	3,868.59	3,629.74	238.86	6.58%
固定资产	41,602.68	46,721.01	-5,118.33	-10.96%
在建工程	3.97	-	3.97	-
无形资产	10,428.07	10,884.22	-456.15	-4.19%
长期待摊费用	24,307.58	24,383.89	-76.31	-0.31%

项目	2020.09.30	2019.12.31	变动额	变动率
其他非流动资产	222.22	254.53	-32.30	-12.69%
递延所得税资产	3,650.03	3,443.74	206.29	5.99%
非流动资产合计	**84,083.14**	**89,317.12**	**-5,233.98**	**-5.86%**
资产总计	**472,668.43**	**434,278.71**	**38,389.72**	**8.84%**
流动负债：				
短期借款	20,672.18	7,665.98	13,006.19	169.66%
应付票据	44,179.02	27,928.32	16,250.69	58.19%
应付账款	103,446.04	122,640.20	-19,194.17	-15.65%
预收账款	233.78	17,744.77	-17,510.99	-98.68%
合同负债	26,776.30	-	26,776.30	-
应付职工薪酬	4,969.34	11,168.33	-6,198.98	-55.51%
应交税费	9,791.77	11,282.00	-1,490.23	-13.21%
其他应付款	40,248.67	37,099.23	3,149.44	8.49%
一年内到期的非流动负债	805.12	664.99	140.13	21.07%
其他流动负债	1,894.13	3,956.08	-2,061.94	-52.12%
流动负债合计	**253,016.35**	**240,149.90**	**12,866.45**	**5.36%**
非流动负债：				
长期借款	21,888.98	21,845.60	43.38	0.20%
长期应付款	632.67	856.61	-223.94	-26.14%
递延收益	326.31	434.34	-108.03	-24.87%
递延所得税负债	985.24	1,064.78	-79.54	-7.47%
非流动负债合计	**23,833.20**	**24,201.34**	**-368.14**	**-1.52%**
负债合计	**276,849.55**	**264,351.23**	**12,498.32**	**4.73%**
股东权益：				
股本	97,909.33	97,909.33	-	-
资本公积	54,539.19	54,539.19	-	-
盈余公积	1,980.42	1,980.42	-	-
未分配利润（弥补亏损）	41,389.94	15,498.53	25,891.41	167.06%
归属于母公司股东权益合计	195,818.88	169,927.47	25,891.41	15.24%
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	**195,818.88**	**169,927.47**	**25,891.41**	**15.24%**
负债和股东权益总计	**472,668.43**	**434,278.71**	**38,389.72**	**8.84%**

公司截至 2020 年 9 月 30 日的资产、负债较上年年末变动超过 30%的报表项

目的变动情况、变动原因及是否具有持续性影响等情况如下：

单位：万元

项目	2020.09.30	2019.12.31	变动率	变动原因及可持续性
交易性金融资产	171,897.30	89,395.05	92.29%	公司为提高资金使用效率，增加了理财产品购买金额。该类交易系公司为提高资金使用效率综合考虑的结果，不具有持续性。
应收账款	6,487.18	4,611.45	40.68%	随着公司销售规模及门店数量的增加，公司应收供应商服务款项、应收广告服务款以及应收供应商返利等增加，具有持续性。
一年内到期的非流动资产	515.57	257.92	99.90%	一年内到期的应收租赁保证金增加，具有持续性。
其他流动资产	6,471.68	10,215.15	-36.65%	2019 年公司增加了江宁物流仓库建设投入，固定资产购置增多产生较多进项税额，且 2020 年上半年，受疫情影响，公司商品采购量有所下降，截至 2020 年 9 月末待抵扣进项税减少。随着公司采购规模的扩大和进项税额的增加，公司期末待抵扣进项税额可能会随之增加，上述影响因素不具有持续性。
短期借款	20,672.18	7,665.98	169.66%	公司 2020 年 1-9 月增加短期借款额度，期末余额上升。随着公司规模的不断扩大，短期流动性需求增加，公司短期借款可能会继续增加，具有持续性。
应付票据	44,179.02	27,928.32	58.19%	公司对供应商采购款更多采用票据结算，2020 年 9 月末尚未到期的应付票据增加，应付账款相应减少，具有一定的持续性。
预收账款	233.78	17,744.77	-98.68%	公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，黑金卡会员预收款、游乐卡等储值卡余额在“合同负债”中列示，该影响不具有持续性。
应付职工薪酬	4,969.34	11,168.33	-55.51%	受疫情影响，公司薪酬中绩效工资下降，应付职工薪酬有所减少。上述薪酬的变动情况不具有持续性，随着疫情的逐渐好转、公司规模的扩大及员工人数和工资的提升，公司应付职工薪酬将保持增加趋势。
其他流动负债	1,894.13	3,956.08	-52.12%	2020 年，因执行新收入准则，原“其他流动负债”的公司会员积分和黑金卡权益余额在“合同负债”列示，原“预收款项”中的待转销项税在“其他流动负债”中列示，该影响不具有持续性。

2、合并利润表主要数据与上年同期对比分析

2020 年 1-9 月，公司合并利润表主要数据与 2019 年 1-9 月对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动额	变动率
营业收入	582,313.10	581,387.41	925.69	0.16%
减：营业成本	411,011.23	408,097.31	2,913.92	0.71%
税金及附加	1,198.42	1,239.08	-40.66	-3.28%
销售费用	109,666.32	115,110.03	-5,443.72	-4.73%
管理费用	24,809.37	24,712.60	96.77	0.39%
研发费用	6,233.17	7,312.86	-1,079.69	-14.76%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动额	变动率
财务费用	3,139.43	147.33	2,992.10	2,030.91%
其中：利息费用	1,074.36	706.89	367.47	51.98%
利息收入	892.51	809.35	83.16	10.28%
加：其他收益	2,871.09	2,297.32	573.77	24.98%
投资收益	3,437.33	3,376.13	61.20	1.81%
公允价值变动收益	340.31	32.25	308.05	955.14%
资产减值损失（损失以负数填列）	-766.09	77.18	-843.26	-1,092.63%
信用减值损失（损失以负数填列）	-161.04	320.33	-481.37	-150.27%
资产处置损失	102.51	-246.55	349.05	-141.58%
营业利润	32,079.26	30,624.87	1,454.39	4.75%
加：营业外收入	259.36	598.29	-338.93	-56.65%
减：营业外支出	195.51	224.46	-28.95	-12.90%
利润总额	32,143.10	30,998.69	1,144.41	3.69%
减：所得税费用	6,251.69	6,512.85	-261.15	-4.01%
净利润	25,891.41	24,485.84	1,405.56	5.74%
归属于母公司股东的净利润	25,891.41	24,485.84	1,405.56	5.74%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	20,703.30	20,070.72	632.57	3.15%

公司 2020 年 1-9 月利润表项目较上年同期变动超过 30%的项目变动情况、变动原因及是否具有持续性影响等情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动率	变动原因及可持续性
财务费用	3,139.43	147.33	2,030.91%	主要系平台服务业务手续费增加以及汇兑损益增加引起，具有可持续性
公允价值变动收益	340.31	32.25	955.14%	期末未到期的理财产品形成的收益增加，此类收益不具有可持续性
资产减值损失	-766.09	77.18	-1,092.63%	受疫情影响，存货库龄有所延长，公司计提的存货跌价准备增加，不具有可持续性
信用减值损失	-161.04	320.33	-150.27%	2019 年随着对江苏孩子王代收代付款的清理，公司其他应收款余额减少，信用减值损失减少，不具有可持续性
资产处置损失	102.51	-246.55	-141.58%	货架、电子产品等在内的固定资产报废增加，不具有可持续性，有一定的偶发性
营业外收入	259.36	598.29	-56.65%	因供应商未及时供货等原因产生的罚没收入减少，不具有可持续性，有一定的偶发性

3、合并现金流量表主要数据与上年同期对比分析

2020 年 1-9 月，公司合并现金流量表主要数据与 2019 年 1-9 月对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动额	变动率
经营活动现金流入小计	728,020.03	723,170.47	4,849.56	0.67%
经营活动现金流出小计	692,918.81	683,281.86	9,636.95	1.41%
经营活动产生的现金流量净额	35,101.22	39,888.61	-4,787.39	-12.00%
投资活动现金流入小计	860,321.19	1,246,237.35	-385,916.16	-30.97%
投资活动现金流出小计	949,315.48	1,309,919.54	-360,604.06	-27.53%
投资活动产生的现金流量净额	-88,994.29	-63,682.19	-25,312.10	39.75%
筹资活动现金流入小计	21,672.18	7,861.10	13,811.07	175.69%
筹资活动现金流出小计	10,689.95	693.17	9,996.78	1,442.17%
筹资活动产生的现金流量净额	10,982.22	7,167.93	3,814.29	53.21%

公司 2020 年 1-9 月现金流量表项目较上年同期变动超过 30%的项目变动情况、变动原因及是否具有持续性影响等情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动率	变动原因及可持续性
投资活动现金流入小计	860,321.19	1,246,237.35	-30.97%	2020 年 1-9 月，因理财尚未到期等原因，公司赎回的银行理财产品金额下降。随着公司理财产品的到期，投资活动现金流入将增加，上述变动不具有可持续性。
投资活动产生的现金流量净额	-88,994.29	-63,682.19	39.75%	公司为提高资金使用效率，购买的银行理财产品增加导致投资活动现金净流出增加。公司理财产品的购买将视公司流动资金需求而定，不具有可持续性。
筹资活动现金流入小计	21,672.18	7,861.10	175.69%	公司短期借款在 2020 年 1-9 月增加较多，筹资活动现金流入随之增加；随着公司规模的扩大及对流动资金的需求增加，筹资活动现金流入将保持增加，具有可持续性。
筹资活动现金流出小计	10,689.95	693.17	1,442.17%	公司 2020 年 1-9 月短期借款增加，短期借款到期偿还金额也随之增加，筹资活动现金流出增加，具有可持续性。
筹资活动产生的现金流量净额	10,982.22	7,167.93	53.21%	筹资活动现金流入增加额高于现金流出增加额，具有可持续性。

（三）若经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否对持续经营能力产生重大影响，并进行重大事项提示。

2020 年 1-9 月，发行人营业收入为 582,313.10 万元，同比增长 0.16%；归属于母公司所有者的净利润为 25,891.41 万元，同比增长 5.74%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 20,703.30 万元，同比增长 3.15%；公司不存在经营业绩下滑的情形。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、申报会计师按照《中国注册会计师审阅准则第 2101 号——财务报表审阅》对 2020 年 1-9 月的财务报表进行了审阅，并出具审阅报告；保荐机构对审阅报告进行了复核；

2、向公司询问了解同期波动幅度较大科目的变化原因以及合理性。

（二）核查意见

保荐机构和申报会计师认为：审计截止日后，公司 2020 年 1-9 月经营状况良好，不存在经营业绩下滑的情形。

保荐机构在充分核查基础上的总体核查意见

对本回复材料中的发行人回复（包括补充披露事项和说明的事项），本保荐机构均已进行核查，确认并保证其真实、准确、完整。

（本页无正文，为孩子王儿童用品股份有限公司《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之签章页）

孩子王儿童用品股份有限公司

2021 年 3 月 19 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读孩子王儿童用品股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，确认审核问询函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确定、完整性、及时性承担相应法律责任。

发行人董事长（签名）：

汪建国

孩子王儿童用品股份有限公司

2021 年 3 月 19 日

（本页无正文，为华泰联合证券有限责任公司《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：_____ _____

鹿美遥 李丹

华泰联合证券有限责任公司

2021年 3 月 19 日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读孩子王儿童用品股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解审核问询函回复涉及问题的核查过程，本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理（签名）：

马 骁

华泰联合证券有限责任公司

2021年 3 月 19 日