



中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
Zhonghui Certified Public Accountants LLP

地址 (Add): 中国杭州市钱江新城新业路8号UDC时代大厦A座6层
邮编 (P.C): 310016
电话 (Tel): 0571-88879999
传真 (Fax): 0571-88879000
www.zhcpa.cn

**关于杭州老鹰教育科技有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核
问询函有关财务问题回复的专项说明**



关于杭州老鹰教育科技有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核 问询函有关财务问题回复的专项说明

中汇会专[2021]3708号

深圳证券交易所:

根据贵所出具的《关于杭州老鹰教育科技有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》(审核函[2020] 010840号)(以下简称问询函)的要求,我们作为杭州老鹰教育科技有限公司(以下简称公司或老鹰股份或发行人)首次公开发行股票的申报会计师,对问询函有关财务问题进行了认真分析,并补充实施了核查程序。现就问询函有关财务问题回复如下:

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

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

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复:

截至2020年12月31日,发行人象山校区和深圳校区的租赁面积及占比如下:

校 区	校区面积(m ²)	校区面积占比
象山校区	4,957.40	4.04%
深圳校区	4,500.00	3.67%
两校区小计:	9,457.40	7.71%
发行人校区面积合计	122,605.24	100.00%

报告期内，象山校区和深圳校区实现的收入情况及占比如下：

单位：万元

校 区	2020 年度	2019 年度	2018 年度
象山校区	2,324.57	3,254.56	3,877.73
深圳校区	360.79	853.04	826.78
小 计	2,685.36	4,107.60	4,704.51
象山校区收入占比	9.38%	11.33%	16.59%
深圳校区收入占比	1.46%	2.97%	3.54%
收入占比小计	10.84%	14.29%	20.13%

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

报告期内，象山校区和深圳校区实现的净利润情况及占比如下：

单位：万元

校 区	2020 年度	2019 年度	2018 年度
象山校区	744.64	949.45	1,137.67
深圳校区	-181.85	57.12	57.21
小 计	562.79	1,006.57	1,194.88
象山校区净利润占比	14.83%	0.71%	0.98%
深圳校区净利润占比	-3.62%	12.58%	20.54%
净利润占比小计	10.59%	949.45	1,137.67

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

[注 2]上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

报告期内，象山校区和深圳校区培训学员人次数情况如下：

单位：人次

校 区	2020 年度	2019 年度	2018 年度
象山校区	887	1,369	1,950
深圳校区	171	460	389
小 计	1,058	1,829	2,339
象山校区学员人次数占比	7.96%	10.76%	17.53%
深圳校区学员人次数占比	1.53%	3.61%	3.50%
占比小计	9.49%	14.37%	21.03%

注：小计数未剔除同一学员跨校区参加培训的影响。

报告期内，象山校区和深圳校区综合毛利率情况如下：

校 区	2020 年度	2019 年度	2018 年度
象山校区	56.79%	51.96%	55.28%
深圳校区	-20.19%	33.54%	30.38%
发行人综合毛利率	50.51%	55.03%	51.66%
发行人主营毛利率	50.37%	54.78%	51.53%

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

截至 2020 年 12 月 31 日，象山校区面积占发行人校区总面积的 4.04%，报告期内收入占比分别为 16.59%、11.33%和 9.38%，净利润占比分别为 19.56%、11.87%和 14.83%，培训的学员人次数占比分别为 17.53%、10.76%和 7.96%，总体呈下降趋势。象山校区与发行人银湖、场口两大自建校区同位于杭州市，其距银湖校区直线距离约 11 公里，距场口校区直线距离约 34 公里。杭州三校区中，象山校区作为发行人的精品校区，将继续保持“小而精”的定位，不再扩大招生规模；发行人新增生源主要由银湖和场口校区接纳。随着银湖、场口校区招生规模不断扩大，象山校区对发行人的重要程度将进一步降低。

截至 2020 年 12 月 31 日，深圳校区面积占发行人校区总面积的 3.67%，报告期内收入占比分别为 3.54%、2.97%和 1.46%，净利润占比分别为 0.98%、0.71%和-3.62%，培训的学员人次数占比分别为 3.50%、3.61%和 1.53%，总体占比较小且呈下降趋势。深圳校区招生规模、收入和利润贡献均较小，对发行人业务的重要程度较低。

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

核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

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

核查结论

通过上述核查程序，申报会计师得出以下核查结论：

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

二、第 6 题. 关于营业收入。审核问询回复显示：

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

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

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

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

请发行人：

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

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

(3) 分校区披露各期营业收入、净利润及其占比、毛利率情况，与各校区的

床位数量、参培学员数量、教师数量是否配比；是否存在部分校区毛利率与其他校区差异较大的情形，如是，请详细解释原因；

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

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

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

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

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

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

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

回复：

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

1、补充披露收费标准包含的费用情况，发行人各个班型收费标准跨度较大的原因及合理性；

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

单位：元

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

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

单位：元

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

从上表可见，校长班的收费标准最高，平行班的收费标准最低，具体分析如下：

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

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

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

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

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

(1) 美术班中，各班型各期营业收入及占比、学员人数、收费标准情况如下：

①2020 年度

班 型	营业收入(万元)	占比(%)	学员人数(人)	收费标准(元)
平行班	4,844.98	23.84	3,447	2020 级: 64,800.00-69,000.00
				2019 级: 59,200.00-76,400.00
精品班	12,392.69	60.99	3,985	2020 级: 86,000.00-118,040.00
				2019 级: 79,200.00-101,600.00
校长班	3,081.20	15.16	633	2020 级: 124,600.00-161,640.00
				2019 级: 132,200.00-159,400.00
合 计	20,318.87	100.00	8,065	

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

②2019 年度

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

③2018 年度

班型	营业收入(万元)	占比(%)	学员人数(人)	收费标准(元)
平行班	6,902.14	34.80	4,046	2018 级: 38,400.00-66,200.00
				2017 级: 35,000.00
精品班	11,658.84	58.79	3,913	2018 级: 78,000.00-96,200.00
				2017 级: 68,400.00-79,000.00

校长班	1,270.75	6.41	297	2018 级： 104,000.00-118,200.00 2017 级：117,200.00
合计	19,831.73	100.00	8,256	

(2) 报告期内，不同校区收费标准具体情况如下：

①2020 级

单位：元/期

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

②2019 级

单位：元/期

校 区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	63,000.00	101,600.00	126,600.00
义乌校区	76,400.00	99,400.00	159,400.00
深圳校区	—	93,200.00	—
温州校区	—	96,200.00	—
成都校区	59,200.00	79,200.00	—

③2018 级

单位：元/期

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

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

④2017 级

单位：元/期

校 区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	35,000.00	9,000.00	117,200.00
义乌校区	-	7,200.00	-
深圳校区	-	7,000.00	-
温州校区	-	68,400.00	-

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

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

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

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

1、量化分析各期美术长期班收费标准与人均收入存在较大差异的原因；

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

(1) 实际上课天数

报告期内，公司各级各班型人均收入与人均实际课时长度的具体情况：

项 目	2020级		2019级		2018级		2017级	
	人均收入 (万元)	人均实际课时 长度	人均收入 (万元)	人均实际课时 长度	人均收入 (万元)	人均实际课时 长度	人均收入 (万元)	人均实际课时 长度
平行班	2.06	105.43	2.77	168.71	2.79	185.72	3.30	207.50
精品班	4.80	159.38	4.91	194.28	5.07	225.33	5.12	237.65
校长班	6.76	148.45	8.65	225.34	6.90	206.00	8.23	246.91

[注]2020 级表中统计的是 2020 级学员截止到 2020 年 12 月 31 日的人均收入及人均实际课时长度。

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

(2) 折扣

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

班 型	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
平行班	0.73	0.75	0.74	0.79
精品班	0.71	0.76	0.80	0.84
校长班	0.77	0.77	0.80	0.85

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

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

报告期内各班次各级次的参培学员人数、实际课程天数、人均收费的情况如下：

(1) 平行班

项 目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入（万元）	3,765.47	6,392.76	7,152.28	6,712.91
参培学员人数[注]	1,828	2,304	2,564	2,035
实际课程天数（万天）	19.27	38.87	47.62	42.23
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入（元）	195.39	164.46	150.20	158.98

注：同一学员在同一年度报名不同的班型，各算一人，下同。

学员实际上课天数取决于其自身培训需求，部分学员存在入学较晚或提前离

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

具体情况如下：

①普通学员

项 目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入（万元）	2,720.35	4,600.65	5,528.36	5,605.01
参培学员人数[注]	877	1,301	1,783	1,621
实际课程天数（万天）	11.23	21.60	32.09	33.49
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入（元）	242.14	213.03	172.25	167.35

由上表可见，报告期内，根据平行班收费标准计算的人均日收费逐年增加，人均日收入也逐年增加，人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配；而平行班的各级参培学员人数呈现先升后降的趋势，但由于参培学员的实际课程天数逐年下降，由此导致平行班营业收入逐级下滑。

②复读学员

项 目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入（万元）	1,045.12	1,792.10	1,623.92	1,107.90
参培学员人数[注]	951	1,003	781	414
实际课程天数（万天）	8.04	17.27	15.52	8.73
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入（元）	130.04	103.75	104.61	126.85

由上表可见，报告期内，公司复读学员人数 2017 级-2019 级逐年增加，实际课程天数也逐年增加，而人均日收入相较收费标准人均日费用而言呈现反向变动，主要原因系近年来公司为了吸引优质的高复学员生源，推出较大力度的打折，2019 级较 2018 级、2018 级较 2017 年新增较多低折扣的高复学员，由此导致高复学员的人均日收入逐年下降。具体分析详见本回复之三、第 8 题之第(二)问。

(2)精品班

项 目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入（万元）	10,062.36	12,647.57	12,356.16	8,814.14
参培学员人数[注]	2,096	2,577	2,435	1,722
实际课程天数（万天）	33.41	50.06	54.87	40.92
收费标准人均日费用	403.99	367.45	306.32	288.89
人均日收入（元）	301.22	252.62	225.20	215.38

根据精品班收费标准计算的人均日收费逐年增加，人均日收入也逐年增加，人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配；公司精品班人数 2017 级-2019 级逐年增加，其营业收入也增加，但由于实际课程天数的影响，营业收入增长幅度较收费标准幅度小。2020 级精品班参培学员人数下降，导致其营业收入呈现下降趋势。

(3) 校长班

项 目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入（万元）	2,474.30	3,131.73	1,443.02	856.27
参培学员人数[注]	366	362	209	104
实际课程天数（万天）	5.43	8.16	4.31	2.57
收费标准人均日费用	550.28	532.51	486.42	482.30
人均日收入（元）	455.41	383.92	335.16	333.46

根据校长班收费标准计算的人均日收费逐年增加，人均日收入也逐年增加，人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配；公司校长班人数 2017 级-2019 级逐年增加，实际课程天数也逐年增加，营业收入也相应增加。2020 级校长班人数保持平稳，但由于校考培训期尚未结束，实际课程天数较 2019 级减少，导致其营业收入呈现下降趋势。

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

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

1、银湖校区

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入(万元)	10,790.52	13,510.57	11,326.89
营业收入占比(%)	43.54	47.02	48.45
净利润(万元)	3,025.20	4,445.62	3,741.06
净利润占比(%)	60.27	55.56	64.32
毛利率(%)	58.03	59.04	56.16
床位数	2,600	2,600	2,600
参培学员数量	3,895	4,326	4,076
剔除 1-2 月参培学员后数量	2,079	2,354	2,525
月均教师数量	155	211	177

[注 1] 银湖校区于 2018 年开始启用；

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

[注 3] 同一学员在同一年度调换校区，各算一人，下同。

银湖校区系公司收入及净利润主要来源之一，其床位数达 2600 张，2018 年、2019 年，该校区的营业收入及净利润随着参培学员人数的增加逐年增加，教师人数相应增加较多。该校区的师资配置和校区硬件环境较好，其毛利率保持较高水平，并随着学生人数增长摊薄固定成本而提高。同时参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内银湖校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2020 年度，主要受新冠疫情影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均有所下滑。报告期内，银湖校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

2、富阳/场口校区

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入(万元)	7,323.11	6,511.93	5,085.57
营业收入占比(%)	29.55	22.66	21.75
净利润(万元)	1,035.63	1,576.60	759.37
净利润占比(%)	20.63	19.71	13.06
毛利率(%)	55.02	59.96	54.81

床位数	3,500	1,399	1,117
参培学员数量	2,278	2,946	2,200
剔除 1-2 月参培学员后数量	821	1,218	1,206
月均教师数量	83	86	76

[注]2018 年发行人启用银湖校区后，富阳校区从富阳文创改由老鹰股份运营；2020 年 6 月发行人启用场口新校区，富阳校区停止运营。

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

3、象山校区

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入(万元)	2,324.57	3,254.56	3,877.73
营业收入占比(%)	9.38	11.33	16.59
净利润(万元)	744.64	949.45	1,137.67
净利润占比(%)	14.83	11.87	19.56
毛利率(%)	56.79	51.96	55.28
床位数	364	624	640
参培学员数量	761	1,133	1,479
剔除 1-2 月参培学员后数量	354	520	802
月均教师数量	28	47	57

[注]2018 年发行人启用银湖校区后，象山校区从老鹰股份改由杭州艺术运营。

报告期内，象山校区营业收入、净利润和毛利率呈现下降趋势，与该校区的参培学员数量、床位数和教师数量的变动趋势一致。报告期参培学员数量包含1-2月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除1-2月上一级学员后，象山校区参培学员数量与其床位数相匹配。其中，2018年参培学员数量略超床位数，主要系少部分学员提前离校，其床位分配给后续入学的学员所致，具有合理性。报告期象山校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

4、义乌校区

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入(万元)	1,122.37	2,174.01	1,533.62
营业收入占比(%)	4.53	7.57	6.56
净利润(万元)	-152.49	579.42	332.55
净利润占比(%)	-3.04	7.24	5.72
毛利率(%)	4.22	50.78	45.06
床位数	300	300	214
参培学员数量	222	314	239
剔除1-2月参培学员后数量	179	230	153
月均教师数量	21	28	25

2018年度、2019年度，义乌校区营业收入、毛利率、净利润呈现上升趋势，与该校区的参培学员数量、床位数和教师数量的变动趋势一致。报告期参培学员数量包含1-2月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除1-2月上一级学员后，报告期内义乌校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2020年度，主要受新冠疫情影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均有所下滑。报告期义乌校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

5、温州校区

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入(万元)	465.09	815.18	427.71
营业收入占比(%)	1.88	2.84	1.83

净利润(万元)	-258.64	78.60	-88.84
净利润占比(%)	-5.15	0.98	-1.53
毛利率(%)	-50.21	24.77	-10.55
床位数	274	274	120
参培学员数量	127	168	57
剔除 1-2 月参培学员后数量	80	150	39
月均教师数量	16	12	13

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

6、深圳校区

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入(万元)	360.79	853.04	826.78
营业收入占比(%)	1.46	2.97	3.54
净利润(万元)	-181.85	57.12	57.21
净利润占比(%)	-3.62	0.71	0.98
毛利率(%)	-20.19	33.54	30.38
床位数	300	300	300
参培学员数量	129	343	244
剔除 1-2 月参培学员后数量	62	123	140
月均教师数量	7	10	11

深圳校区于 2016 年设立，报告期内，该校区的床位数量为 300 张，2018 年度、2019 年度，该校区的营业收入、毛利率和净利润保持相对稳定水平，其床位数和教师数量也基本保持稳定。报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内深圳校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2018 年参培学员数量与 2017 年

相比变动不大，2019 年较 2018 年增加 73 人，主要系 2019 年增加收费较低的金鹰班及高复班学生所致，由此导致 2019 年营业收入略有增长。2020 年度，主要受新冠疫情影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均大幅下降。报告期深圳校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

7、成都校区

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入(万元)	994.68	896.50	300.19
营业收入占比(%)	4.01	3.12	1.28
净利润(万元)	220.23	71.30	-123.09
净利润占比(%)	4.39	0.89	-2.12
毛利率(%)	28.99	26.58	-22.47
床位数	480	480	480
参培学员数量	625	496	302
剔除 1-2 月参培学员后数量	185	179	111
月均教师数量	16	14	7

成都校区于 2018 年设立，报告期内，该校区的床位数量为 480 张，报告期内，该校区的营业收入、毛利率和净利润保持增长，其参培人员和教师数量保持增长。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内成都校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。报告期成都校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

公司在杭州的三个校区银湖校区、富阳校区和象山校区的毛利率水平高于外地校区义乌校区、深圳校区、温州校区和成都校区，存在部分校区如深圳校区、温州校区、成都校区毛利率与其他校区差异较大的情形，主要原因系：①深圳校区于 2016 年成立，2018 年度、2019 年度该校区的毛利率水平较低，主要是该校区的规模较小，每年参培学员人数不超过 500 人，尚未形成规模效应，其分摊的人均固定成本相对较高，由此导致毛利率水平维持在 30%-35%之间，毛利率水平远低于杭州三校区；②温州校区和成都校区分别于 2017 年、2018 年成立，运营时间较短，前期的房屋租赁、装修费用等固定支出较高，整体业务规模较小，参

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

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

报告期内，公司各班型学员参加人数情况如下：

单位：人			
项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
同时参加短期班和长期班	574	742	533
同时参加短期班和文化课	6	6	1
同时参加长期班和文化课	853	586	314
同时参加三种班型	212	236	89

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

报告期内，对于报名多种班型的学生，公司主要有以下三种优惠政策：

1、2018 年末缴纳 5,000 元定金寒假免费学。针对 2020 届-2022 届学生，缴纳 5,000 元定金，可抵扣 2019 年暑期班或高三长期班学费，同时获得寒假班免费最高 20 天学习时长(食宿自理)。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，后续报名长期班，平行班可抵培训费 6,000 元，精品班或校长班可抵培训费 7,000 元。

2、2019 年末缴纳 6,000 元定金寒假免费学。针对 2021 届-2023 届学生，缴纳 6,000 元定金，可抵扣 2020 年暑期班或高三长期班学费，同时获得寒假班免费最高 20 天学习时长(食宿自理)。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，后续报名长期班，平行班可抵培训费 7,000 元，精品班或校长班可抵培训费 8,000 元。

3、2020 年末缴纳 6,800 元定金寒假免费学。针对高三以下学生，缴纳 6,800 元定金，可抵扣高三长期班学费，并获得寒假班免学费(不包含食宿)。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，可另获赠学费抵用券 3,800 元。

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

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

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

项目	2020 级			2019 级		
	人均收入 (万元)	人均实际 课时长度 (天)	日均课时 收入 (元/天)	人均收入 (万元)	人均实际 课时长度 (天)	日均课时 收入 (元/天)
平行班	2.06	105.43	195.63	2.77	168.71	164.19
精品班	4.80	159.38	301.22	4.91	194.28	252.73
校长班	6.76	148.45	455.41	8.65	225.34	383.86
项目	2018 级			2017 级		
	人均收入 (万元)	人均实际 课时长度 (天)	日均课时 收入 (元/天)	人均收入 (万元)	人均实际 课时长度 (天)	日均课时 收入 (元/天)
平行班	2.79	185.72	150.23	3.30	207.50	159.04
精品班	5.07	225.33	225.00	5.12	237.65	215.44
校长班	6.90	206.00	334.95	8.23	246.91	333.32

1、学员实际课时长度

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

学员实际上课天数取决于其自身培训需求，部分学员存在入学较晚或提前离校情况，如部分学员只参加联考不参加校考，部分学员在地方画室参加联考培训

而在发行人处只参加校考培训，还有少数学员由于自身不适应原因提前离校等。因此，报告期内，相较于整期培训期间的标准课时长度约为 296 课时天数，各班型的人均实际课时长度均低于整期培训时长，故人均收入低于各期美术长期班收费标准。

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

2、收费标准差异

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

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

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

报告期内，公司高考文化课班及选考文化课班单位课时收入情况如下：

班 别	项 目	2019 年度	2018 年度	变动幅度
选 考 文 化 课 班	课程收入(元)	6,709,259.89	4,100,282.37	63.63%
	课程总课时天数(天)	15,167	22,384	-32.24%
	单位课时收入(元/天)	442.36	183.18	141.49%
高 考 文 化 课 班	课程收入(元)	7,665,217.75	2,507,352.12	205.71%
	课程总课时天数(天)	23,134	9,039	155.94%
	单位课时收入(元/天)	331.34	277.39	19.45%

[注]课程总课时天数统计口径：按不同班级课程每日上课小时数折算为上课天数。

高考文化课班及选考文化课班主要授课情况如下：

班 别	培训内容	培训期间	
		2019 年及以后年度	2017 年、2018 年
选考文化课班	主要为政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术等课程	12 月美术联考结束后至次年 1 月参加选考前	每年 9 月、10 月

高考文化课班	主要为语文、数学、英语、政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术等课程	每年3月至6月，即美术校考结束后至参加高考前	每年3月至6月，即美术校考结束后至参加高考前
--------	-------------------------------------	------------------------	------------------------

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

根据《浙江省人民政府关于印发浙江省深化高校考试招生制度综合改革试点方案的通知》（浙政发[2014]37 号）的规定，浙江省高考科目分为必考科目和选考科目，其中必考科目为语文、数学、外语 3 门。选考科目是考生根据本人兴趣特长和拟报考学校及专业的要求，从思想政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术(含通用技术和信息技术)等 7 门中，选择 3 门作为高考选考科目。浙江省选考科目每年安排 2 次考试，2018 年-2020 年历年考试时间安排如下：

项 目	2017 级	2018 级	2019 级
第一次选考科目考试时间	2017 年 11 月 2 日至 4 日	2018 年 11 月 1 日至 3 日	2020 年 1 月 6 日至 8 日
第二次选考科目考试时间	2018 年 4 月 7 日至 8 日	2019 年 4 月 4 日至 8 日	2020 年 7 月 7 日至 10 日
美术联考时间	2017 年 12 月 17 日	2018 年 12 月 16 日	2019 年 12 月 1 日
发行人选考文化课班培训期间	2017 年 9 月、10 月	2018 年 9 月、10 月	2019 年 12 月美术联考结束后至 2020 年 1 月选考考试前

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

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

综上，由于浙江省选考政策变化，选考文化课班在人均收费基本不变的情况

下，2019 年单位课时收入较 2018 年大幅增加，具有合理性。

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

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

(七)补充披露发行人按人数计算的配套服务费及效益管理费的具体模式及提供服务情况，说明 2020 年 1-9 月管理费收入大幅增加的原因及合理性；

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

1、配套服务费

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

2020 年 1-9 月，配套服务费提供服务的相关情况如下：

项 目	2020 年 1-9 月 金额(万元)	日均服务学 员人数(人)	服务期间
北京成功轨迹文化传媒有限公司	202.51	203	2020 年 7 月、8 月
北京张默然美术培训中心	92.17	181	2020 年 7 月、8 月
京点翰艺(北京)国际文化传媒有限公司	47.31	161	2020 年 7 月、8 月
北京华卿教育科技有限公司	47.27	232	2020 年 7-9 月

恩施土家族苗族自治州清江外国语学校	29.13	76	2020 年 7 月
金华市博艺绘画培训有限公司	18.32	67	2020 年 7 月
小 计	436.71		

2、效益管理费

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

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

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

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

班 级	项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度
长期班	课程收入(元)	111,713,121.96	236,009,911.68
	课程总课时天数(天)	613,773	1,026,150
	单位课时收入(元/天)	182.01	230.00
	培训周期	1)2019 级学员： ①线下：2020 年 1 月至新冠疫情离校前，和 1 月离校后至 3 月底和 7 月中上旬校考前； ②线上：新冠疫情离校后至 3 月底	1)2018 级学员：2019 年 1 月至 2 月美术校考结束； 2)2019 级学员：一般为 7 月至 12 月底

		2) 2020 级学员：一般为 7 月初至今	
短期班	课程收入(元)	19,390,554.18	30,600,787.73
	课程总课时天数(天)	58,528	124,793
	单位课时收入(元/天)	331.31	245.21
	培训周期	1) 寒假班：1 月初至 1 月底新冠疫情离校前 2) 暑假班：因新冠疫情影响 7 月底至 8 月 3) 春季班：因新冠疫情影响未开课 4) 秋季班：9 月初至今	1) 寒假班：一般为 1 月至 2 月寒假期间 2) 暑假班：一般为 7 月至 8 月暑假期间 3) 春季班和秋季班，一般周末上课，春季班为 3 月至 6 月；秋季班为 9 月至 12 月。

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

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

(九) 补充披露生活费退费及其他费用退费的相关协议条款，各期退费的金

额及占比，相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

回复：

入学协议中存在关于退费的条款，具体情况如下：

“退款规定：

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

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

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

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

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

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

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

报告期内,公司各期退费金额及占比如下:

单位:万元, %

退费项目	2020 年度	占比(%)	2019 年度	占比	2018 年度	占比
试课退费	94.60	4.24	283.73	15.60	384.16	31.08
联考退费	143.00	6.42	204.00	11.21	50.00	4.05
疫情退费	668.32	30.03	-	-	-	-
请假退费	32.92	1.48	38.70	2.13	27.02	2.19
退学退费	1,286.92	57.82	1,292.87	71.06	774.70	62.68
合 计	2,225.76	100.00	1,819.31	100.00	1,235.88	100.00

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

(十)核查程序

申报会计师执行了以下核查程序:

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

5、实地查看校区宿舍的设施情况，与公司提供的床位信息进行比对，评估校区的学生容量；

6、选取样本，检查与该笔销售相关的入学协议、学员基本信息情况表、收款记录和收据；

7、抽样对 2017 级-2020 级学生进行面函或电话访谈，与学生确认入学登记表等资料记录的关键信息；

8、了解行业环境和政策的变化，访谈公司管理层，了解公司应对的措施。

(十一)核查结论

通过上述核查程序，申报会计师得出以下核查结论：

1、报告期内，公司各期各个班型收费标准不一致，是由各个班型的师资力量和师生配比不同引起的，与公司的实际情况相符，并与公司各期的营业收入变动相匹配，具有合理性；

2、公司各个校区的净利润、毛利率不一致，主要是各个校区师资配置和硬件环境不一样所致，不同校区的自身条件不同，面临的机遇和挑战不一样，导致不同的校区有不同的发展，营业收入、净利润和毛利率有差异，但是都与各校区自身的数量、师资力量、床位数量等硬性条件匹配，具有合理性；

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

4、报告期内，公司的收费标准每期略有提高，在同一期中，不同班型的收费标准金额不同，校长班的收费标准最高，精品班次之，平行班的收费标准最低。不同班型收费标准不一致，同时实际课程天数也存在差异，造成不同班型的人均收入不一致，校长班最高，精品班居中，平行班最低，与各班型收费标准具有一致的变动趋势，具有合理性；

5、公司跟随政府政策的变化，及时调整选考文化课的课程安排，使得 2019 年的选考文化课培训时间较 2018 年有所减短，在人均收费基本不变的情况下，2019 年选考单位课时收入较 2018 年增幅较大，具有合理性。

6、报告期内，公司逐渐提升了对高考文化课的重视，不断完善硬件设施和加大师资投入，2018 年 5 月，银湖校区投入使用，使得培训成本上升，同时，

公司提高了教师的薪酬以回应其辛苦付出，在这种条件下，高考文化课班 2019 年单位课时收入较 2018 年大幅增加，具有合理性；

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

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

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

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

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

回复：

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

- (1) 客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；
- (2) 客户能够控制公司履约过程中在建的商品；

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

具体分析如下：

①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；

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

②客户能够控制公司履约过程中在建的商品；

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

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

公司在提供培训服务的过程中，由于培训服务产出的成果只能提供给该特定学员，出于实际可行性限制的考虑，公司不能轻易地将其用于其他用途，故公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途。此外，根据培训协议，学员在课程开始前通常已交清培训费，且无论学员是否中途退学，均可按照协议约定收回已提供培训服务对应的培训费，即在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。故公司提供的培训服务属于在某一时段内履行履约义务，应当在提供培训服务的期间内确认收入。

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

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

请发行人：

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

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

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复

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

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

报告期内，发行人长期班学员复读比例有所上升，主要原因如下：

1、美术艺考竞争愈发激烈，选择复读可能性较高

根据艾瑞咨询《2019年中国美术教育培训行业研究报告》，2017、2018年、2019年参加美术联考的人数分别为46.90万人、51.60万人、56.30万人，报考人数逐年上升。与此同时，近年来各省逐步提高艺术类各专业高考文化课成绩录取控制分数线，各院校逐步提高文化课成绩要求。《教育部办公厅关于做好2019年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》(教学厅〔2018〕13号)提出，“省级招生考试机构应因地制宜、分类划定、逐步提高艺术类各专业高考文化课成绩录取控制分数线。其中，艺术类本科专业高考文化课录取控制分数线，在未合并普通本科第二、三批次的省份，原则上不得低于本科第二批次录取控制分数线的70%；在合并原普通本科第二、三批次的省份，原则上不得低于合并后第二批次

录取控制分数线的 75%；在仅保留一个普通本科批次的省份，原则上不得低于合并后本科批次录取控制分数线的 75%”，更是加大了对文化课的考察力度。上述变化导致高考录取时文化课成绩权重增加，竞争更为激烈。受前述市场变化和政策变化影响，部分优秀的学员未能进入其理想学校的情况愈发常见，故选择复读的可能性较高。

2、发行人在学费折扣和师资配备方面加大了对复读生源的招生力度

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

此外，针对高复学员，发行人制定了专门的教研计划和教研方案。前期生源引入阶段，发行人对复读学员在美术基础、存在的问题等方面进行一对一专业指导，剖析学员存在问题，并量身定制复读课程。在培训期间，发行人开设专门的高复班，配有强有力的师资力量，制定并执行区别于应届生的教学方案和课程内容，提升高复学员培训质量。经过近几年的教学实践，在高复学员培训方面，发行人已积累了丰富的教学管理经验，并建立了完整的课程体系。

综上，报告期内发行人美术长期班学员复读比例上升具有合理性。

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

1、复读学员分步情况

报告期内，发行人各届次复读学员折扣分层对应的学费收入金额统计情况如下：

项 目	2020 级			2019 级		
	数量 (人)	收入金额 (万元)	金额 占比 (%)	数量 (人)	金额 (万元)	金额 占比 (%)
1 折及以下	105	4.56	0.90	207	10.03	1.03

1-5 折（含 5 折）	589	221.13	43.65	580	443.03	45.31
5-8 折（含 8 折）	119	73.78	14.56	88	145.11	14.84
8 折以上	138	207.12	40.89	128	379.53	38.82
合 计	951	506.59	100.00	1,003	977.70	100.00
项 目	2018 级			2017 级		
	数量 (人)	金额 (万元)	金额 占比 (%)	数量 (人)	金额 (万元)	金额 占比 (%)
1 折及以下	45	3.43	0.39	10	0.36	0.05
1-5 折（含 5 折）	483	352.11	40.53	118	139.96	19.23
5-8 折（含 8 折）	139	226.95	26.12	216	434.63	59.71
8 折以上	114	286.35	32.96	70	152.99	21.02
合 计	781	868.84	100.00	414.00	727.94	100.00

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

2、与发行人收费标准匹配情况分析

报告期内，发行人各届次复读学员人均收入与收费标准（含税）对比情况如下：

单位：万元/人

项 目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
1 折及以下	0.04	0.05	0.08	0.04
1-5 折（含 5 折）	0.38	0.76	0.73	1.19
5-8 折（含 8 折）	0.62	1.65	1.63	2.01
8 折以上	1.50	2.97	2.51	2.19
整体人均收入	0.53	0.97	1.11	1.76
发行人收费标准（含税）	4.68	4.68	3.98	3.98

[注]收费标准以美术班校考培训一期完整的学费金额（不含生活费学杂费等）

近年来，公司为了吸引优质的高复学员生源，推出较大力度的打折，5 折以下的高复学员增加较多并且折扣率较高，由此导致高复学员的人均收入逐年下降。由于学员缴费金额及确认的收入金额受其实际在校时长影响，故单个学员人均收

入差异较大。但整体而言，高复学员学费折扣分布情况基本与发行人收费标准相匹配，未见明显异常。

3、发行人关于复读学员折扣的内控制度及执行情况

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

经核查，发行人关于复读学员折扣的内控制度完备健全且有效执行。

(三)核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取查阅报告期内发行人关于复读学员的招生简章；
- 2、就复读学员折扣情况对发行人相关负责人进行访谈，了解公司关于复读学员折扣相关的内控制度及执行情况；
- 3、对相关销售与收款循环进行穿行测试及控制测试，抽查部分复读学员入学登记表、入学协议、折扣审批单、银行水单，与招生简章、收入明细表等资料数据进行交叉比对，并着重查看相关折扣审批单中标注的折扣理由、审批人签字等情况，是否符合公司相关内控制度；
- 4、将复读学员折扣情况进行分层分析，并与发行人收费标准进行匹配分析。

(四)核查结论

通过上述核查程序，申报会计师得出以下核查结论：

- 1、受美术艺考竞争愈发激烈、发行人在学费折扣和师资配备方面加大了对复读生源的优待力度等多重因素影响，报告期内发行人美术长期班学员复读比例上升具有合理性；
- 2、发行人给予复读学员的学费折扣符合公司招生简章，复读学员折扣分布情况与发行人收费标准相匹配，发行人关于复读学员学费折扣的内控制度完备健

全且有效执行。

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

请发行人：

(1)补充披露合作方推荐模式收入占比逐年上升的原因；

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

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

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

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

回复

(一)补充披露合作方推荐模式收入占比逐年上升的原因

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

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

报告期内，发行人向地方画室及民办高中提供的具体服务内容包括：①合作方在招生资料中可以根据情况披露其与发行人的合作关系，如“相关师资由老鹰画室提供”、“老鹰画室某地教学中心”、“老鹰画室入驻某画室”；②发行人应合作方要求派遣教师参加授课，协助进行相关教程管理工作。

报告期内，地方画室及民办高中向发行人推荐生源的情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
推荐生源的数量(人)	1,664	975	516
对应的营业收入(万元)	3,087.00	1,427.05	331.46
占当期营业收入的比重	12.46%	4.97%	1.42%

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

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

报告期内，发行人采购所有招生服务对应的销售费用金额情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司 A	61.82	141.35	15.69

公司 B	23.69	60.20	-
公司 C	44.38	-	-
公司 D	35.22	-	-
公司 E	-	-	85.00
合 计	165.10	201.55	100.69

上述服务主要包括两方面，具体情况如下为：

①招生服务费

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

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

单位：万元，%

项 目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
公司A	259.20	1.05	401.65	1.40	204.68	0.88
公司B	108.60	0.44	358.37	1.25	5.82	0.02
公司C	247.46	1.00	-	-	-	-
公司D	140.85	0.57	-	-	-	-
合 计	756.11	3.05	760.02	2.64	210.50	0.90

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

A、2020 年度

公司名称	招生费 支付比例	数量 (人)	预收学费金额 (万元)	销售费用金额 (万元)
公司 A	**	33	176.60	61.81
公司 B	**	4	21.55	5.39
	**	35	146.39	18.30
公司 C	**	45	221.90	44.38
公司 D	**	20	128.06	35.22
合 计		137	694.50	165.10

B、2019 年度

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

C、2018 年度

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

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

②宣传推广费

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

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

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

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

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

1、在效益管理费方面：双方并未约定收取相关的效益管理费；

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

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

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

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

(五)核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

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

2、获取了报告期内发行人合作的地方画室及民办高中清单，抽看了相关合作办学协议，并确认相关合作条款；

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

或其他利益安排等信息进行了确认；

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

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

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

(六) 核查结论

通过上述核查程序，申报会计师得出以下核查结论：

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

2、地方画室及民办高中在当地高一高二或联考招生时借用发行人品牌，发行人不定期派遣教师进行授课，协助其进行相关教程管理，而地方画室及民办高中向发行人推荐高三或校考生源且未获取相关报酬。此种合作模式互惠共赢，符合商业逻辑及行业惯例。

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

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

六、第 10 题：关于主营业务成本。审核问询回复显示：

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

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

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

请发行人：

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

(2) 发行人管理人员是否参与教职工作，如是，请说明相关费用成本的归集方式；

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

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

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

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

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

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

报告期内，专职教师、兼职教师和实习助教薪资具体构成及薪资水平情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
专职教师			
基本工资(万元)	2,511.45	3,420.38	2,719.15

课时费及津贴(万元)	2,703.75	2,059.41	1,821.92
社会保险及公积金(万元)	596.74	1,028.76	907.14
福利费及其他(万元)	—	74.56	106.84
小 计	5,811.94	6,583.11	5,555.06
教师课时数量(万课时)	15.18	16.54	14.79
月平均人数(人)	327	368	309
月平均薪酬(万元/人)	1.48	1.49	1.50
单位课时工资(元/人/课时)	178.08	124.54	123.22
兼职教师			
基本工资(万元)	65.04	99.18	53.46
月平均人数(人)	4	5	3
月平均薪酬(万元/人)	1.36	1.65	1.48
实习助教			
基本工资(万元)	11.18	9.88	8.66
课时工资(万元)	97.21	292.93	336.45
小 计	108.40	302.80	345.11
助教课时数量(万课时)	0.44	1.86	2.36
月平均人数(人)	13.00	46	54
月平均薪酬(万元/人)	0.69	0.55	0.53
单位课时工资(元/人/课时)	220.17	157.28	142.44

[注]部分实习助教在当年由实习助教转正为专职教师，此种情况各算一人。

报告期内，专职教师变动情况如下：

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
当期教师离职人数	135	89	33
期初教师人数	369	335	202
教师离职率	36.59%	26.57%	16.34%

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

[注 2]离职率=教师离职人数/教师当期期初人数。

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

1、专职教师薪酬：

1) 2019 年专职教师月平均薪酬、单位课时工资较 2018 年变动基本平稳。

2) 2020 年专职教师单位课时工资上升，但是月平均薪酬下降，主要原因是公司为充分发挥教师教学积极性，公司降低了基本工资在整体薪酬体系的比例，提高了课时工资在整体薪酬体系的比例；同时，受新冠疫情影响，2020 年上半年教师面授上课课时减少，教师课时工资减少，故 2020 年度专职教师月平均薪酬较 2019 年度略有下降，具有合理性。

2、兼职教师薪酬：

1) 公司兼职教师 2019 年月平均薪酬较 2018 年变动基本平稳。

2) 公司兼职教师 2020 年度平均薪酬较 2019 年下降，主要原因是以往年度教师薪酬较高的文化课小班在 2020 年度招生人数下降，造成 2020 年开课数量减少，故 2020 年度文化课教师薪酬较低，造成了 2020 年兼职教师月平均薪酬较低，具有合理性。

3、实习助教薪酬：

1) 2018 年、2019 年发行人实习助教月平均薪酬波动，主要原因是公司实习助教人员流动性较大，公司依据助教个人专业水平给予相应薪酬。

2) 2020 年发行人实习助教较 2019 年月平均薪酬上升较多，主要原因是受新冠疫情影响，公司考虑业务发展，为吸引更多水平较高专业助教教师，提高了实习助教的单位课时工资，具有合理性。

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

报告期内，公司教师与同行业教师平均薪酬对比如下：

单位：万元

项 目	2020 年年薪	2019 年年薪	2018 年年薪
中公教育	未披露	未披露	未披露
东方时尚	未披露	未披露	未披露
龙门教育	未披露	未披露	10.39
传智播客	22.84	23.10	21.73

昂立教育	未披露	未披露	未披露
均 值	22.84	23.10	16.06
发行人	17.40	17.08	16.63

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书(申报稿)

报告期内，同行业教师平均薪酬披露数据较少，传智播客教师薪酬高于公司教师平均薪酬，主要系传智播客以 IT 培训业务为主，且其已在国内主要城市布局，业务规模较大。

报告期内，公司各地区教师与同地区人员平均薪酬对比如下：

1、2018 年

地 区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭 州	157,617.01	73,678.00
深 圳	133,633.88	63,635.00
温 州	113,122.52	48,588.00
义 乌	133,835.62	71,189.00
成 都	131,414.23	71,300.00

2、2019 年

地 区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭 州	159,432.57	82,009.00
深 圳	152,748.14	70,233.00
温 州	187,871.06	54,836.00
义 乌	139,182.20	65,871.00
成 都	138,251.87	77,892.00

3、2020 年

地 区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭 州	159,004.25	尚未发布
深 圳	121,721.09	尚未发布
温 州	142,855.99	尚未发布
义 乌	157,314.36	尚未发布
成 都	149,983.15	尚未发布

[注]杭州地区平均薪酬数据取自杭州市人力资源和社会保障局发布的《关于发布 2017 年杭州市区全

社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2018 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2019 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》中的杭州市全社会单位在岗职工年平均工资；

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

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

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

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

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

(二) 发行人管理人员是否参与教职工作，如是，请说明相关费用成本的归集方式

发行人主要管理人员名单如下：

序 号	姓 名	职 位
1	应伟明	董事长
2	陈萌	董事、总经理
3	张文龙	董事、副总经理
4	徐银	董事
5	戴文涛	独立董事
6	张立民	独立董事
7	夏立安	独立董事
8	徐国华	监事会主席
9	应良煜	监事
10	李盼磊	职工代表监事
11	孔金龙	副总经理

12	蒋铭科	副总经理
13	孙立堂	副总经理
14	方砂砂	副总经理
15	张玲丽	财务总监
16	夏亚芳	副总经理、董事会秘书

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

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

2020 年 1-9 月和 2019 年教师薪酬情况如下：

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

2020 年 1-9 月整体教师的平均工资相较 2019 年度下降 26.62%，主要系专职

教师平均薪酬下降 30.73%所致，具体受两方面因素影响：

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

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

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

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

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

1、2019 年单位租金价格涨幅较大的原因

各校区 2019 年租金较 2018 年变动情况如下：

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

注：银湖校区租金系员工宿舍租金，2020 年 9 月底已不再租赁。

由上表可见，公司 2019 年租金总成本较 2018 年上涨 153 万元，2019 年单

位面积租金成本较 2018 年上升 36.26%，每平方米租金成本上升了 120.74 元。公司 2019 年单位面积租金上升主要的校区是义乌校区、富阳校区、温州校区、成都校区和深圳校区。分别说明如下：

(1) 义乌校区

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

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

(2) 富阳校区

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

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

(3) 温州校区

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

[注]相关租金标准如下:

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

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

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

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

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

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

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

(4) 成都校区

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

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

(5) 深圳校区

项 目	2019 年度	2018 年度
租金总额(万元)	156.30	136.89
租赁总面积(m ²)	4,500.00	4,500.00

单位面积租金(元/ m ²)	347.33	304.19
----------------------------	--------	--------

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

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

2、租金水平的合理性

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

(1) 富阳校区

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

序 号	出租方	房屋坐落	面 积(m ²)	租赁价格	折算租金水平
1	杭州富阳旅游学校	杭州市富阳区银湖街道金桥北路有关房产	15,050.50	主校区 2015 年 7 月至 2017 年 7 月的租金为 1,700,000.00 元/年，之后为 1,870,000 元/年，其他房屋 1,065,000 元/年。	0.60 元/m ² /天

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

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

[注]查询时间为 2020 年 8 月 4 日。

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

(2) 象山校区

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

序 号	出租方	房屋坐落	面 积(㎡)	租赁价格	折算租金水平
1	凌莉	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13	412.27	820,000.00 元/年，以后每 3 年递增 10%	5.45 元/㎡/天
2	俞亚芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A11 二楼	170.13	120,000 元/年，每三年递增 10%	1.93 元/㎡/天
3	应伟明	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢三楼	1,460.00	700,000.00 元/年	1.32 元/㎡/天
4	朱秋芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢八楼	1,460.00	726,000.00 元/年	1.37 元/㎡/天
5	王根青	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢九楼	1,455.00	830,000.00 元/年	1.56 元/㎡/天

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

序 号	物业名称	位 置	面 积(㎡)	租金水平
1	转塘美院大美创意园	转塘镇留泗路东山里 22 号	810.00	1.7 元/㎡/天
2	转塘美院大美创意园	转塘镇留泗路东山里 22 号	1,180.00	1.9 元/㎡/天
3	浙恒科技园	杭州市西湖区转塘科技经济园区 7 号	200.00	1.33 元/㎡/天
4	浙恒科技园	杭州市西湖区转塘科技经济园区 7 号	96.00	1.2 元/㎡/天
5	之江凤凰国际创意园区	杭州市西湖区创意路与镇南路交叉口东南 100 米	127.00	1.6 元/㎡/天
6	中环国际大厦	杭州市西湖区转塘街道美院南路 89 号中环国际大厦 3 号楼三楼整层	860.46	1.7 元/㎡/天
7	普民大厦	杭州市西湖区转塘镇枫桦西路 1 号	3,000.00	1 元/㎡/天

[注]查询时间为 2020 年 8 月 4 日。

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

(3) 义乌校区

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

序 号	出租方	房屋坐落	面积(㎡)	租赁价格	折算租金水平
1	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼	3,473.98	2018.9.10-2019.12.31 的租金为 1,688,798 元；	1.30 元/㎡/天

				2020.1.1-2020.12.31 的租金为 1,652,362.00 元, 以后每年递增 3%	
2	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座三楼、四楼	5,435.56	2019.1.1-2019.12.31 的租金为 1,764,999.00 元, 以后每年递增 3%	0.92 元/㎡/天

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

序 号	物业名称	位 置	面积(㎡)	租金水平
1	曙光国际大厦	稠城国际商贸城曙光国际大厦(商城大道)	442.00	1.55 元/㎡/天
2	万达广场	金华市义乌市稠江万达广场(义乌店)	200.00	1.3 元/㎡/天
3	福田银座	稠城工人北路	280.00	1.5 元/㎡/天
4	曙光大厦	稠城国际商贸城曙光国际大厦(商城大道)	280.00	1.31 元/㎡/天
5	新城吾悦广场 宾王广场	金华市义乌市宾王广场 A 座	230.00	0.81 元/㎡/天
6	城市风景	金华市义乌市宾王路 508 号	260.00	0.76 元/㎡/天

[注]查询时间为 2020 年 8 月 4 日。

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

(4)温州校区

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

出租方	房屋坐落	面积(㎡)	租赁价格	折算租金水平
温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号	5,629.09	[注]	-

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

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

第四年:亩产税收 40 万元,月租金以政府指导价的 60%收取,每超 10 万元,租金下浮 3 个百分点;

亩产税收低于 40 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 80%。

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

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

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

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

(5) 深圳校区

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

出租方	房屋坐落	面积(m²)	租赁价格	折算租金水平
深圳欢乐海湾度假区有限公司	深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋	4,500.00	第一年月租金 81,800.00 元，以后每年递增 15%	0.92 元/m²/天

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

序 号	物业名称	位 置	面积(m²)	租金水平
1	钱江艺术中心	深圳市龙岗区大鹏新区大鹏街道钱江艺术中心	10,000.00	1.13 元/m²/天
2	知己工业园	深圳市龙岗区金业大道 92 号	88,000.00	0.97 元/m²/天
3	联创科技园	深圳市龙岗区大鹏新区布澜路联创科技园	188.00	1.3 元/m²/天
4	盐田国际创意港	深圳市盐田区沙头角	2,000.00	0.80 元/m²/天
5	坪山投资大厦	坪山深汕公路 246 号	200.00	0.83 元/m²/天

[注]查询时间为 2020 年 8 月 4 日。

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

(6) 成都校区

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

出租方	房屋坐落	面积(㎡)	租赁价格	折算租金水平
四川文翔酒店管理有限公司	成都市成华区崔家店路 538 号	4,660.00	免租期后第一年租金为 180 万元,以后每年递增 2%	1.03 元/㎡/天

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

序 号	物业名称	位 置	面积(㎡)	租金水平
1	鲁能大厦	成华区槐树店二路 128 号	1,000	1.67 元/㎡/天
2	协信中心	成华区府青路 2 段 25 号	685	1.8 元/㎡/天
3	长宝大厦	成华区龙潭寺航天路 2 号	1,000.00	1 元/㎡/天

[注]查询时间为 2020 年 8 月 4 日。

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

(7)转塘校区

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

承租方	出租方	房屋坐落	面积(㎡)	租赁价格	租赁起止期限
杭州艺术	杭州欣影文化创意有限公司	浙江工业大学之江校区内	3,000.00	598,900 元/租赁期	2017.09.01-2018.03.10
杭州艺术	杭州华成灵山贸易有限公司	杭州市西湖区双浦镇仁桥村	4,500.00	720,000 元/年(每年上浮 5%)	2015.03.01-2018.02.28
老鹰股份	杭州富阳旅游学校	杭州市富阳区银湖街道金桥北路	15,050.50	[注]	2015.07.01-

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

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

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

赁市场行情，租金价格公允。

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

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

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自有食堂的食材成本(万元)	870.63	1,082.61	1,067.04
自有食堂校区就餐学员总人次(人)	526,245.00	735,122.00	775,900.00
自有食堂校区就餐职工总人次(人)	152,251.00	162,347.00	160,395.00
自有食堂人均每日食材成本(元/人)	12.83	12.06	11.40
自有食堂校区月平均在校人数(人)	2,194	2,751	2,782
配餐食堂的餐费成本(万元)	217.01	288.10	185.75
配餐食堂校区就餐学员总人次(人)	68,677.00	100,759.00	72,186.00
配餐食堂校区就餐职工总人次(人)	15,912.00	22,073.00	9,877.00
配餐食堂人均每日餐费成本(元/人)	25.65	23.45	22.63
配餐食堂校区月平均在校人数(人)	467	774	613

[注]就餐学员总人次、就餐职工总人次为每天在校用餐人数合计数。

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

1) 2019 年自有食堂的食材成本上升，但 2019 年自有食堂校区月平均在校人数下降，主要原因是公司自建银湖校区 2018 年 5 月底达到预定可使用状态，公司自新校区投入使用起持续提高学员及职工用餐水平；同时，食材价格逐步上升，导致 2019 年自有食堂人均每日食材成本由 11.40 元/人上升至 12.06 元/人；

2) 2020 年度自有食堂的食材成本和配餐食堂的餐费成本下降，主要原因是受新冠疫情影响，学员及职工在校用餐天数减少所致；

3) 2020 年度自有食堂人均每日餐费成本上升，主要原因是 2020 年 6 月公司自建的场口校区达到预定可使用状态，公司持续提高学员用餐水平；同时，猪肉、

大米等食材价格上升，导致 2020 年度自有食堂人均食材成本上升。

4) 2020 年度配餐食堂人均每日餐费成本上升较快，主要原因是义乌校区着力打造精品校区，将学员和职工的配餐标准由 2019 年的 700 元/人/月提高至 900 元/人/月所致。

综上，自有食堂的食材成本、配餐食堂的餐费变动与学员数量变动情况基本匹配。

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

1) 2019 年食材及餐费较 2018 年变动情况如下：

单位：万元、%

项 目	2019 年金额	2018 年金额	2019 年较 2018 年变动比例
自有食堂食材费用	1,082.61	1,067.04	1.46
配餐食堂餐费	288.10	185.75	55.11
小 计	1,370.71	1,252.79	9.41

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

2) 2019 年水电能源费较 2018 年变动情况如下：

单位：万元、%

项 目	2019 年金额	2018 年金额	2019 年较 2018 年变动比例
电 费	429.10	461.54	-7.03
水 费	132.01	103.78	27.19
燃料费等	41.88	49.08	-14.67
小 计	602.99	614.40	-1.86

2019 水电能源费较 2018 年下降 1.86%，主要系公司电费及燃料费等成本下降所致。2019 年公司电费较 2018 年下降 7.03%，主要原因是 2019 年公司富阳校区和银湖校区电费单价从 2018 年的每月 0.7317~0.7997 元/千伏安下降至 2019 年的每月 0.6413~0.6964 元/千伏安，电费单价下降导致 2019 年电费成本总额下

降。2019 年燃料费等成本较 2018 年下降 14.67%，主要原因是象山校区为优化校区管理，自 2019 年 7 月起采用配餐制，原自有食堂燃料不再使用所致；故 2019 年水电能源费较 2018 年下降具有合理性。

3) 2019 年生活用品及教学用品较 2018 年变动情况如下：

单位：万元、%、人

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

2019 年生活用品及教学用品较 2018 年下降 21.92%，主要原因：1) 2018 年公司启用新校区银湖校区，采购教育用品金额较大；2) 2019 级新入学长期班学员人数较 2018 年下降，书籍资料、校服和寝室生活用品等成本下降；3) 公司逐步优化教学体系，利用 APP 替代教学用书籍资料等，使教学用品成本进一步下降；综上，2019 年生活用品及教学用品较 2018 年下降具有合理性。

(六) 核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

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

检查；

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

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

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

(七)核查结论

通过上述核查程序，申报会计师得出以下核查结论：

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

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

3、报告期内，同行业教师平均薪酬披露数据较少，传智播客教师薪酬高于公司教师平均薪酬，主要系传智播客以 IT 培训业务为主，且其已在国内主要城市布局，业务规模较大。

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

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

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

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

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

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

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

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

回复：

一、核查过程、核查方式及核查范围

(一)核查过程及核查方式

申报会计师执行了如下核查程序：

1、调取发行人主要供应商工商资料及网络检索相关信息

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

2、对发行人主要供应商进行实地走访

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

(1)了解供应商的基本情况：包括供应商的股权结构、主营业务、行业地位、经营状况、销售规模、产销量等情况；

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

交换情况；

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

3、对发行人与主要供应商往来交易情况进行函证

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

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

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

(二) 核查范围

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

二、核查结论

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

八、第 12 题:关于第三方回款。审核问询回复显示，发行人存在客户用第三方账户支付培训费用的情况，主要为亲属朋友及合作方回款。招股说明书披露，合作机构向公司推荐的学员独立与公司签订入学协议。

请发行人：

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

(2) 拆分第三方缴费中与学员关系为亲属关系及朋友关系各期的缴费金额及比例，说明未成年学员存在上述第三方回款的原因及合理性，中介机构核实

上述学员与缴款方关系的方式及手段，是否足以支撑核查结论；

(3) 补充披露合作机构向公司推荐的学员独立与公司签订入学协议的情况下，发行人第三方回款存在合作方回款的原因及合理性，相关表述是否准确、真实。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

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

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

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

亲属朋友缴费情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
亲 属	1,074.98	78.01	1,413.61	84.47	1,110.95	75.72
朋 友	302.99	21.99	259.86	15.53	356.19	24.28
合 计	1,377.97	100.00	1,673.47	100.00	1,467.14	100.00

亲属即与学员存在直系或旁系亲属关系的人，如学员的祖父母、外祖父母、兄弟姐妹、伯父、叔父、伯母、婶母等。除此之外的缴费方为朋友，如学员的同学、同学父母、学员父母的同事、朋友等。报告期内，第三方回款亲属朋友中，亲属为主要回款对象，占比分别为 75.72%、84.47%及 78.01%，占比较高。

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

中介机构通过获取发行人统计的第三方回款情况明细表，并随机抽查了不少于 70%的学员样本，获取其入学登记表(含父母姓名信息)、入学协议、学员缴费

资料如 POS 机刷卡单签名、银行回单、收据等资料，与发行人统计的明细表信息进行核对；从当年收入明细中随机抽取不少于 70%的学员样本对学员或其父母进行现场函证或电话访谈，对缴费方姓名及其与学员之间的关系进行了核实确认。中介机构认为，上述核查方式及手段足以支撑核查结论。

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

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

(四) 核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取并抽查发行人统计的第三方回款情况明细表

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

2、对学员及其父母进行面函或电话访谈

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

3、对第三方中的合作方进行走访、视频访谈及函证

申报会计师对合作方回款进行了 100%核查，通过全国企业信用信息公示系统查询了合作方的相关信息，实地走访合作方或视频访谈了合作方相关人员，对

合作方的经营范围、业务情况、代付情况、与发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系或其他利益安排等信息进行了访谈，确认第三方回款的原因，获取了被访谈人员的身份信息等相关资料，并对其代付的学员姓名及缴费清单进行了函证。

(五)核查结论

通过上述核查程序，申报会计师得出以下核查结论：

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

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

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

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

请发行人：

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

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

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

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

发行人线上、线下推广支出主要为公司自主进行的推广活动，主要内容如下：

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

报告期内，公司线上线下活动主要支出如下：

单位：万元

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
线上推广费	79.46	55.72	43.97
其中：门户网站及第三方推广平台	60.73	43.24	32.10
自媒体矩阵	18.73	12.48	11.87
线下推广费	141.83	221.32	255.30
其中：地推活动	67.68	145.74	174.38
线下广告	74.15	75.58	80.92
小 计	221.29	277.05	299.27

公司线上活动主要通过门户网站及第三方推广平台和自媒体推广：

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

项 目	2020 年度	2019 年	2018 年
门户网站及第三方推广平台支出(万元)	60.73	43.24	32.10
线上推广活动次数	26	20	17

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

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
自媒体矩阵支出(万元)	18.73	12.48	11.87
自媒体推广频次	平均每周 2-5 次	平均每周 2-4 次	平均每周 2-4 次

公司线下活动主要通过地推活动及线下广告：

①地推活动主要包括组织宣讲、赠送宣传册及周边礼品、线下画展及咨询等，地推活动在高中学校附近的场地，针对学生及家长进行，频次为每月多次，视具体情况和需求而定。报告期内，2018 年、2019 年地推活动次数增加，相对应的地推活动费用增加，2020 年随着新冠疫情逐步得到控制后，公司逐渐恢复开展地推活动，支出较 2019 年略有下降。报告期地推活动次数与实际支出匹配：

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
剔除宣传册后地推活动支出(万元)	61.20	62.56	47.04
地推活动次数(次)	60	65	50

2) 线下广告主要包括报纸广告、候车厅广告、校区及周边广告标识制作费等；报告期内，线下广告支出逐年下降，主要原因是发行人逐步利用线上推广传播宽度广、传播速度快等优势，进一步加强线上推广力度，适度减少了线下广告的投放力度。

综上，公司推广的频次、次数与相关推广费匹配。

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

1、销售人员工资中是否包含无法入账费用

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

人员类别	项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	工资(万元)	204.48	202.66	110.63
	月平均人数(人)	19	19	14
	月平均工资(万元/人)	0.90	0.89	0.66

销售人员月平均工资基本略低于发行人老师工资，其工资中不含无法入账的费用。

2、报告期内公司市场拓展费用公司业务规模、学员增长的匹配关系。

报告期内公司市场拓展费用公司业务规模、学员增长的匹配情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
市场开拓费	403.28	605.32	478.66
变动率-市场开拓费	-33.38%	26.46%	59.78%
营业收入	24,782.15	28,734.81	23,371.97
变动率-营业收入	-13.76%	22.95%	35.07%
学员人数	11,701	13,349	11,556
变动率-学员人数	-12.35%	15.52%	35.03%

[注]学员人次统计口径：如同一学员报名参加不同班级，各班级算一人。

由上表可见，公司 2019 年市场开拓费用较 2018 年增加 26.46%，主要系发行人不断加大市场开拓力度，其业务规模与参培学员人次也逐年增长，公司的市场开拓费用与营业收入、学员人次增长基本匹配。2020 年市场开拓费用较 2019 年减少 33.38%，主要系受新冠疫情影响，公司的线下推广和合作推广活动锐减，其推广费用相对较少。同时，公司举办学生活动减少，发生的学生活动费用下降较多所致，公司的市场开拓费用与营业收入、学员人次增长基本匹配。

(三)核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

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

(四)核查结论

通过上述核查程序，申报会计师得出以下核查结论：

- 1、发行人线上推广的主要方式为：通过门户网站及第三方推广平台进行推广和通过公众微信、B 站、抖音、微博等方式推广；线下推广的主要方式为：地推活动和线下广告。
- 2、发行人推广的频次、次数与相关推广费匹配。
- 3、销售人员工资包括销售人员基本工资及绩效奖金，发行人与销售人员签订劳动合同，按月发放基本工资，在年终发放绩效奖金。销售人员月平均工资基本略低于公司老师工资，其工资中不含无法入账的费用。
- 4、市场开拓费用波动情况，与营业收入、学员人次波动基本匹配。

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

请发行人：

- (1)补充披露各期校区维护管理费与发行人校区面积的匹配性，2020 年 1-9

月大幅下降的合理性；折旧与摊销费用与发行人自有校区面积及租赁校区面积的匹配性；

(2) 补充披露业务招待费用、交通差旅费以及办公费的具体构成。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

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

单位：万元			
项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度
物业费	199.68	356.09	149.82
修理费	79.11	213.67	274.83
校区垃圾清运费等	21.01	32.15	18.46
小 计	299.80	601.90	443.11

报告期各期，校区维护管理费与发行人校区面积的关系如下：

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

注：2018 年度租赁面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

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

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

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

折旧与摊销费用与发行人自有校区面积及租赁校区面积的匹配性；

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

注：2018 年度租赁面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

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

(二)补充披露业务招待费用、交通差旅费以及办公费的具体构成。

1、业务招待费构成如下：

单位：万元			
项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
餐饮费	84.63	101.04	95.18
住宿费	25.23	27.75	17.95
礼品费用	17.35	45.01	42.64
小 计	127.22	173.81	155.77

业务招待费主要包括餐费、住宿费、礼品费用及招待用品费用：

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

2)礼品费用主要为公司年会等活动准备的礼品，2020 年受疫情影响，公司活动减少，礼品费用下降。

2、交通差旅费主要为差旅及车辆费用，具体构成如下：

单位：万元			
项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
差旅费	61.28	55.47	50.29

车辆费用	92.72	96.14	98.12
小 计	154.00	151.61	148.42

报告期交通差旅费包括差旅费及车辆使用费，差旅费包括管理人员出差交通费，车辆使用费为公司车辆费用及接送培训及参观人员用车费用。报告期交通差旅费基本保持稳定。

3、办公费主要包括办公用品费用、通讯邮寄费用及后勤费用，具体构成如下：

单位：万元			
项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
办公用品费	152.64	158.71	248.86
通讯邮寄费	14.09	7.77	9.06
后勤费用	17.37	5.59	3.87
小 计	184.10	172.07	261.79

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

(三)核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

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

(四)核查结论

通过上述核查程序，申报会计师得出以下核查结论：

1、2018 年、2019 年发行人校区维护管理费逐年增加主要原因是发行人自建新校区启用，同时打造精品校区，优化校区管理，对校区进行翻新修缮，导致校区维修费、物业费大幅增加所致，具有合理性。发行人校区维护管理费与校区面积匹配。

2、2020 年发行人场口校区正式启用，不再租赁富阳旅游学校校区，故原为维持富阳旅游学校校区正常运转的维修费本期发生大幅减少，同时因受疫情影响，发行人本期未对主要校区进行改造，相应的改造费用减少，故本期修理费大幅减少；2020 年 6 月起为更好地管理校区，银湖校区由外部物业公司管理改为公司自行管理物业后勤，物业费较 2019 年同期下降；故 2020 年 1-9 月校区维护管理费大幅下降具有合理性。发行人校区维护管理费与校区面积匹配。

3、报告期内，业务招待费主要由餐饮费、住宿费和礼品费用构成；交通差旅费用主要由差旅费及车辆使用费构成；办公费主要由办公用品费用、通讯邮寄费用及后勤费用构成。2018 年、2019 年逐年上升主要系发行人自建新校区投入使用，同时发行人进入 IPO 申报辅导，招待参观调研人员及 IPO 尽调人员较多所致。费用发生额变动具有合理性。

专此说明，请予审核。

(此页无正文)



中国注册会计师：
(项目合伙人)



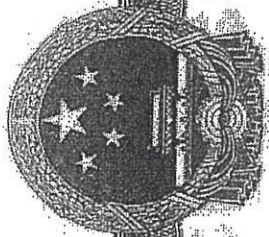
中国注册会计师：



中国注册会计师：



报告日期：2021 年 05 月 09 日



营业执照

统一社会信用代码

91330000087374063A (1/1)



扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息

(副本)

名称 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 余晖

经营范围

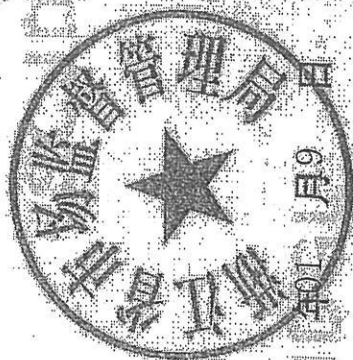
审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)

成立日期 2013年12月19日

合伙期限 2013年12月19日至长期

主要经营场所 浙江省杭州市江干区新业路8号华联时代大厦A幢601室

登记机关

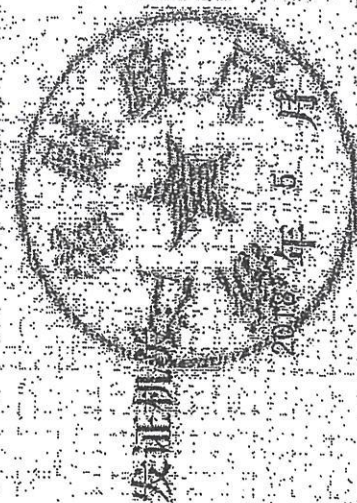


2021年11月9日

证书序号: 0601679

说明

1. 《会计师事务所执业证书》是证明持有经财政部门依法审批、准予执行注册会计师法定业务的凭证。
2. 《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的,应当向财政部门申请换发。
3. 《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转借。
4. 会计师事务所终止或执业许可注销的,应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



中华人民共和国财政部制

会计师事务所

执业证书

中汇会计师事务所(特殊普通合伙)

名称

首席合伙人 余强

主任会计师

经营场所

杭州市江干区新业路8号
华联时代大厦A幢601室

组织形式 特殊普通合伙

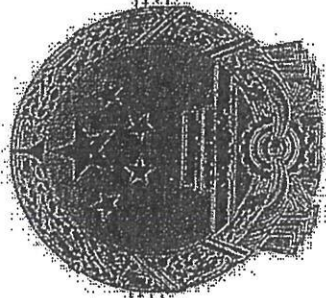
执业证书编号 330000014

批准执业文号 浙财会(2013)54号

批准执业日期 2013年12月4日

仅供中汇会注[2021]376批使用





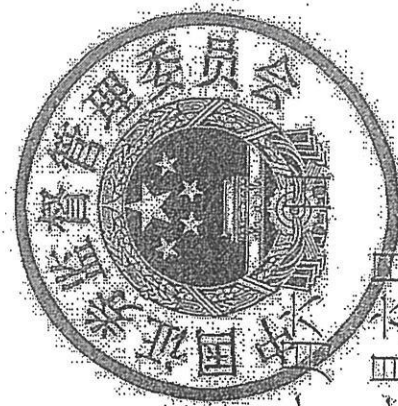
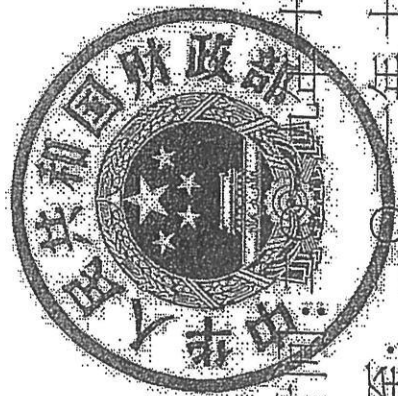
证书序号: 000381

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查, 批准
中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
执行证券、期货相关业务。

首席合伙人: 余强

仅供中汇/会友[2021/13108]报告书使用



证书号: 45

发证时间: 2011年11月16日

证书有效期至: 2011年11月16日

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



日 月 年

6

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



日 月 年

7



姓 名 章 样
Full name
性 别 男
Sex
出 生 日 期 1981-06-25
Date of birth
工 作 单 位 天健会计师事务所有限公司
Working unit
身 份 证 号 码 340702198106251031
Identity card No.



男
天健会计师事务所有限公司

558

注册会计师工作单位变更事项登记

Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from



转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

同意调入
Agree the holder to be transferred to



转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

10

注册会计师工作单位变更事项登记

Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

同意调入
Agree the holder to be transferred to



事务所
CPAs

事务所
CPAs

11

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



证书编号: 3300000012286
No. of Certificate

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 二〇一二年三月二十五日
Date of Issuance

4

5



姓名 性别 出生日期 工作单位 身份证号

Full name Sex Date of birth Working unit Identity card No.

张 银雪 女 1985-11-01 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)



年度检验登记

Annual Renewal Registration

注册会计师任职资格检查
(浙注协[2019]35号)

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年 月 日
/y /m /d

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年 月 日
/y /m /d

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号: 330000141949
No. of Certificate

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2009 年 12 月 28 日
Date of Issuance /y /m /d



年 月 日
/y /m /d



姓名	王信彬
性别	男
出生日期	1988-05-08
工作单位	中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
身份证号码	330802198805080013

Full name: 王信彬
Sex: 男
Date of birth: 1988-05-08
Working unit: 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
Identity card No.: 330802198805080013



证书编号: 330000144128
No. of Certificate

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2013 年 12 月 30 日
Date of Issuance: 2013 / 12 / 30

年度检验登记注册
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年 / 月 / 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

年 / 月 / 日