

競天公誠律師事務所

JINGTIAN & GONGCHENG

中国北京市朝阳区建国路 77 号华贸中心 3 号写字楼 34 层 邮政编码 100025

电话: (86-10) 5809-1000 传真: (86-10) 5809-1100

北京市竞天公诚律师事务所

关于青木数字技术股份有限公司

首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的

补充法律意见书（四）

致：青木数字技术股份有限公司

北京市竞天公诚律师事务所（以下称“本所”）作为在中国取得律师执业资格的律师事务所，根据《中华人民共和国证券法》（以下称“《证券法》”）、《中华人民共和国公司法》（以下称“《公司法》”）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下称“《注册管理办法》”）、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（以下称“《创业板上市规则》”）等法律、法规和主管部门的有关规定（以下称“法律、法规和规范性文件”），以及青木数字技术股份有限公司（以下称“发行人”、“青木股份”、“股份公司”或“公司”）与本所签订的《专项法律顾问协议》，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，已于 2020 年 10 月 29 日就发行人拟首次公开发行不超过 16,666,667 股人民币普通股（以下称“A 股”）股票并于深圳证券交易所创业板上市事宜（以下称“本次发行”或“本次发行上市”）出具了《北京市竞天公诚律师事务所关于青木数字技术股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的法律意见书》（以下称“首份法律意见书”）及《北京市竞天公诚律师事务所关于青木数字技术股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下称“律师工作报告”）；根据深圳证券交易所上市审核中心于 2020 年 12 月 16 日核发的《关于青木数字技术股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上

市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010955号）（以下称“《第一轮审核问询函》”）的要求，本所于2021年2月26日出具了《北京市竞天公诚律师事务所关于青木数字技术股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的法律意见书（一）》（以下称“补充法律意见书之一”）；根据深圳证券交易所上市审核中心于2021年3月18日核发的《关于青木数字技术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二轮审核问询函》（审核函〔2021〕010374号）（以下称“《第二轮审核问询函》”）的要求，以及自首份法律意见书、律师工作报告中各核查事项截止日至2020年12月31日或至2021年5月14日发生的、与本次发行上市有关的重大法律事项的变动情况，本所于2021年5月14日出具了《北京市竞天公诚律师事务所关于青木数字技术股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的法律意见书（二）》（以下称“补充法律意见书之二”）；根据深圳证券交易所上市审核中心于2021年6月3日核发的《关于青木数字技术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〔2021〕010618号）（以下称“《第三轮审核问询函》”）的要求，本所于2021年7月6日出具了《北京市竞天公诚律师事务所关于青木数字技术股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的法律意见书（三）》（以下称“补充法律意见书之三”）。

根据深圳证券交易所上市审核中心于2021年7月27日核发的《关于青木数字技术股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕010962号）（以下称“《落实函》”）的要求，本所现谨出具本补充法律意见书之四。除本补充法律意见书之四所作的修改或补充外，律师工作报告、首份法律意见书、补充法律意见书之一、补充法律意见书之二、补充法律意见书之三的内容仍然有效。

本补充法律意见书之四出具的前提、假设和相关简称，除非另有说明，均同于律师工作报告、首份法律意见书、补充法律意见书之一、补充法律意见书之二、补充法律意见书之三。

本所同意将本补充法律意见书之四作为发行人本次发行上市向深交所的报备文件，随其他申报材料一起上报深交所，并依法对本补充法律意见书之四中发

表的法律意见承担责任。本补充法律意见书之四仅供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用作其他任何目的。

基于上述，本所出具补充法律意见如下：

一、问题 2. 关于境外分销。

申报材料显示，报告期内，发行人存在通过青木香港从境外供应商购买商品、商品运送至保税区后直接向境外客户销售、再由境外客户以跨境电商渠道将商品销售给中国消费者的情形。

请发行人说明：

（1）境外分销商通过跨境渠道向发行人购买商品再销售给中国消费者的相关情形是否与行业惯例一致，商品采购及销售过程中是否产生额外的税款及运输费用，是否导致境外分销商的毛利率水平低于境内分销商，相关进出口贸易的商业逻辑及合理性，相关业务的合规性。

（2）报告期内渠道分销业务仅针对香港宠盟国际贸易有限公司、BOQII 集团进行返利的原因，上述公司除分销 Solid Gold 产品外，是否向发行人采购其他品牌的商品，发行人未向 Solid Gold 其他分销商或其他品牌的境外分销商进行返利的原因，上述两家分销商及其股东与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高及相关人员是否存在关联关系或非经营性资金往来。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）境外分销商通过跨境渠道向发行人购买商品再销售给中国消费者的相关情形是否与行业惯例一致，商品采购及销售过程中是否产生额外的税款及运输费用，是否导致境外分销商的毛利率水平低于境内分销商，相关进出口贸易的商业逻辑及合理性，相关业务的合规性

1、境外分销商通过跨境渠道向发行人购买商品再销售给中国消费者的相关情形与行业惯例一致

境外分销商通过跨境渠道向发行人购买商品是指境外分销商向青木香港采购商品的行为，并非向公司境内主体采购。境外分销商采购后，作为商品货权所有人和跨境电商平台商家的适格主体，有权自境外通过跨境电商渠道向境内消费者销售跨境电商零售进口商品。

行业内亦存在此种销售模式，如国际知名宠物粮食品牌渴望、爱肯拿的代理商杭州天元宠物用品股份有限公司，亦通过 F&W INTERNATIONAL COMPANY LIMITED、KOBENITE LIMITED、JOYHOOD LIMITED 等境外分销商，通过跨

境电商业务等方式向国内销售产品。境外分销商在境外自青木香港采购商品后再通过跨境电商渠道销售给中国消费者的相关情形符合行业惯例。

2、商品采购及销售过程中会产生额外的税款等相关费用，但公司给予境外分销商的销售价格考虑了上述因素，因此境外分销商与境内分销商的毛利率水平基本一致

境外分销商、境内分销商的业务模式对比如下：

项目	境外分销商	境内分销商
贸易模式	跨境电商	一般贸易
税费类型	跨境电商综合税 ¹	增值税
税费承担	分销商/消费者 ²	分销商
分销商仓库位置	保税区	境内
分销商采购货物的运费承担	发行人	采购金额高于一定标准时，发行人承担
分销商销售货物的运费承担	分销商自行承担	分销商自行承担

注 1：跨境电商模式下，个人单次交易限值为人民币 5000 元，个人年度交易限值为人民币 26000 元，在限值以内进口的跨境电子商务零售进口商品，关税税率暂设为 0.00%，进口环节增值税、消费税取消免征税额，暂按法定应纳税额的 70.00%征收；因此，跨境电商综合税=进口货物完税价格*[(增值税税率+消费税税率)/(1-消费税税率)]*70.00%；

注 2：购买商品的个人消费者系纳税义务人，分销商为达成产品销售通常自行承担跨境电商相关税费。

公司充分考虑下游分销商承担的税款、运输费用、仓储费用等因素，对境外分销商与境内分销商制定不同的商品定价机制，以实现下游分销商的利润水平基本一致。

2020 年度，公司向境外分销商销售的主要品牌为 Solid Gold，收入占境外分销收入的比例为 83.02%，以 Solid Gold 为例比较境外、境内分销商的毛利率水平。Solid Gold 主推商品为“金装无谷鸡肉味成猫粮（12 磅）”，商品建议零售价为 418 元，下游分销商的收入及成本对比如下：

项目	境外分销商	境内分销商
销售收入	公司对商品的零售价格实施统一管控，商品零售价格基本一致	
商品采购成本	公司向境外分销商销售商品以美元报价，该商品的销售价格基本统一为	公司向境内分销商的销售价格视分销商自身资质适用不同级别，一般而言，

	29.86 美元，折合人民币约 200.00 元	资质越好的分销商，公司向其销售价格越低，考虑到境外分销商从事跨境电商业务需具备较好的销售基础和资金储备，故选择境内分销商的最优价格进行比较，通常为建议零售价的 55%，即 229.90 元
税费	宠物食品的跨境电商综合税率为 6.30%，假设进口货物完税价格为商品零售价（418 元），分销商需承担跨境电商综合税 26.33 元 ¹	一般增值税税率为 13%，假设商品零售价格为 418 元，分销商需承担增值税 21.64 元 ²
仓储费用	保税区内的仓储费用通常高于境内仓储费用，故境外分销商仓储费用较高	
其他费用	境外分销商向消费者发货的运费通常更高，且需承担报关费用、代理服务费 etc 等额外费用	

注 1：商品离开保税仓时需缴纳跨境电商综合税，购买商品的个人消费者系纳税义务人，分销商为达成产品销售通常自行承担跨境电商综合税，跨境电商综合税=进口货物完税价格*[(增值税税率+消费税税率)/(1-消费税税率)]*70.00%；

注 2：增值税=销项税额-进项税额=（不含税销售价-不含税采购价）*增值税税率。

综上，境外分销商与境内分销商需承担的税款，运输、仓储等相关费用存在一定差别，但公司给予境外分销商更低的销售价格，以实现境外分销商与境内分销商在零售价格相同的情况下，毛利率水平基本一致。

3、相关进出口贸易具备商业逻辑和合理性

Solid Gold、Tromborg、Chuchu、宇津等境外品牌向公司销售商品，并给予公司中国范围内线上、线下、跨境电商渠道的完整授权。公司为促进商品销售，会广泛拓展下游分销商，利用其自有的渠道或消费者资源，提升商品销售规模。跨境电商方面，公司通过青木香港采购后将部分商品运送至保税区后向境外分销商销售，并授权境外分销商通过其自有或下级分销商的跨境电商店铺销售给中国消费者。如果公司为品牌中国地区的独家总代理（如 Solid Gold），则境外分销商向中国消费者销售品牌商品只能从公司采购。

因此，公司通过青木香港从境外供应商购买商品、商品运送至保税区后直接向境外客户销售、再由境外客户以跨境电商渠道将商品销售给中国消费者的业务情形具备商业逻辑和合理性。

4、相关业务开展合法合规

根据青木香港的商业登记证和香港律师出具的法律意见书，青木香港的业务性质为进出口贸易，青木香港已获取在香港开展业务的必要许可及批准，青木香港遵守适用的香港法律，不存在因违法行为被香港行政机关或其他主管机关（包

括香港海关、金融管制局、香港环境保护署、食物环境卫生署等）作出处罚的情形。发行人通过青木香港从境外供应商购买商品的业务开展情形合法合规。

根据《海关法》《保税区海关监管办法》（海关总署令第 65 号）的有关规定：“海关对保税区与境外之间进出的货物，实施简便、有效的监管。保税区与境外之进出的货物，由货物的收货人、发货人或其代理人向海关备案。对保税区与境外之间进出的货物，除实行出口被动配额管理的外，不实行进出口配额、许可证管理。”发行人通过青木香港向境外分销商销售商品均在保税区及境外开展业务，商品未进入中国大陆范围内的非保税区域，公司向境外分销商销售的商品不涉及进出口配额、许可证管理，该等销售不属于出口业务。青木香港从境外供应商购买商品运送至保税区后直接向境外客户销售的业务开展情形合法合规。

根据跨境电商平台商家入驻规则，在跨境电商平台开设店铺的主体需为海外或中国香港、中国澳门、中国台湾地区注册的实体公司。境外客户作为商品货权所有人和跨境电商平台商家的适格主体，有权自境外通过跨境电商渠道向境内消费者销售跨境电商零售进口商品。

综上，发行人通过青木香港从境外供应商购买商品、商品运送至保税区后直接向境外客户销售、再由境外客户以跨境电商渠道将商品销售给中国消费者的业务开展情形合法合规。

（二）报告期内渠道分销业务仅针对香港宠盟国际贸易有限公司、BOQII 集团进行返利的原因，上述公司除分销 Solid Gold 产品外，是否向发行人采购其他品牌的商品，发行人未向 Solid Gold 其他分销商或其他品牌的境外分销商进行返利的原因，上述两家分销商及其股东与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高及相关人员是否存在关联关系或非经营性资金往来

1、公司对两家分销商仅销售 Solid Gold 产品，仅对两家公司返利的原因

香港宠盟国际贸易有限公司（以下简称“宠盟”）、BOQII 集团（以下简称“波奇”）在报告期内仅从公司采购了 Solid Gold 品牌的产品。公司向上述两家公司进行返利，而未向其他分销商进行返利的原因在于：

（1）两家公司的采购规模大，品牌声誉强，议价能力较高。上述两家公司均为宠物食品业界知名公司，其中波奇为纽交所上市公司（BQ.N）。在淘系平

台中，2020 年除 Solid Gold 品牌自营店铺外，销售金额最高的店铺为波奇宠物食品海外专营店和宠盟国际海外专营店¹，这两家店铺分别为波奇和宠盟所有。

（2）两家公司与公司签约较早，助力公司拓展分销业务。在接手 Solid Gold 品牌的总代业务后，公司亟需拓展 Solid Gold 品牌的分销业务，而波奇和宠盟作为业界知名的宠物食品销售企业，分别与公司于 2020 年 4 月和 5 月签订了分销协议，制定了采购目标和相应的返利计划，同时通过其自身业务体系内的流量推广 Solid Gold 品牌，助力公司 Solid Gold 品牌的分销业务快速打开局面。

（3）两家公司需要承担与进口相关的税负。由于公司与波奇和宠盟在保税仓完成货物交割，相比一般贸易下的分销商，商品最终销售时面临的跨境电商综合税需要由两家公司承担，因此在制定商品价格和返利政策的过程中考虑了该项因素。

2、公司与两家分销商及其股东与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高及主要经办人员等相关人员不存在关联关系或非经营性资金往来

通过公开信息查询及核查发行人、发行人股东、实际控制人、董监高及主要经办人员等相关人员的相关银行流水，并根据宠盟、波奇的书面确认，上述两家分销商及其股东与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高及主要经办人员等相关人员之间不存在关联关系或非经营性资金往来。

【核查程序】

发行人律师履行了如下核查程序：

1、通过同行业公司公开披露信息查询其销售模式，核查发行人通过跨境渠道向发行人购买商品再销售给中国消费者的相关情形是否与行业惯例一致；

2、对发行人业务人员进行访谈，查询业务合同，了解发行人对境内、境外分销商的定价原则；

3、查阅相关法律法规及海关规定，了解进口商品、跨境电商的税款征收规定；

4、对业务人员进行访谈，了解向境外分销商分销商品的商业原因；

¹ 数据来自生意参谋和第三方数据平台。

5、查询《海关法》《保税区海关监管办法》（海关总署令第 65 号）等相关法律法规及电商平台规则，获取发行人的业务资质证明，结合发行人境外分销业务模式核查发行人开展业务的合规性；

6、查阅公司与 Solid Gold 品牌分销商签订的协议，获取针对不同分销商的销售政策与合作背景，了解宠盟和波奇的行业地位；

7、通过公开信息网站查询宠盟、波奇的基本信息；取得宠盟、波奇对其股东与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高及相关人员之间是否存在关联关系的书面确认；对发行人、发行人股东、实际控制人、董监高及主要经办人员等相关人员的相关银行流水进行核查。

【核查意见】

经核查，发行人律师认为：

1、发行人通过跨境渠道向发行人购买商品再销售给中国消费者的相关情形符合行业惯例；公司给予境外分销商更低的销售价格，以实现境外分销商与境内分销商的毛利率水平基本一致；境外分销商向发行人购买商品再通过跨境电商渠道销售给中国消费者的业务模式具有商业逻辑和合理性；相关进出口贸易具有商业逻辑和合理性；相关业务的开展合法合规；

2、公司对宠盟和波奇仅销售 Solid Gold 产品，公司对宠盟和波奇进行返利的原因合理，符合商业逻辑；香港宠盟国际贸易有限公司、BOQII 集团及其股东与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高及主要经办人员等相关人员之间不存在关联关系或非经营性资金往来。

二、问题 7. 关于存货。

申报材料显示，2020 年末，发行人贝亲、Solid Gold 的库存商品余额较大。截至 2021 年 5 月 31 日，主要未结转的库存商品包括高露洁、Tromborg 及 Chuchu。

请发行人说明：

（1）相关库存商品的期后结转情况，如存在大额未结转或近效期的库存商品，请进一步说明原因。

（2）截至 2021 年 3 月末及 6 月末，发行人 Solid Gold 相关库存商品、发出商品的金额，发行人维持对应库存水平的原因及合理性，相关仓储面积变化与

存货规模变化的匹配性，发行人是否有充足的销货渠道保证对应库存商品的销售及回款。

(3) 是否与 Upspring 品牌协商退货并终止合作，如是，请说明相关事项的具体进展，退货的会计处理及回款情况。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

(一) 是否与 Upspring 品牌协商退货并终止合作，如是，请说明相关事项的具体进展，退货的会计处理及回款情况

截至本补充法律意见书之四出具之日，公司已与 Upspring 品牌协商退货并终止合作。根据发行人提供的邮件往来记录，发行人与 UpSpring 已通过邮件确认友好无责解除双方此前签署的《AUTHORISED ONLINE RESELLER DIRECT SALE AGREEMENT》及《MASTER SERVICES AGREEMENT》协议，并指定库存回采经销商为 HONG KONG VCHOICE LIMITED（以下称“香港唯选”）以回购发行人的库存商品。

青木香港与香港唯选已于 2021 年 7 月 22 日签署《“UpSpring”商品采购合同》（合同编号：VC-QM-20210722），约定香港唯选接受 UpSpring 品牌方的委托，以 UpSpring 库存商品对应的美元采购价格向青木香港购买库存商品，货款分二期支付。香港唯选应在合同签订后 7 个工作日内向公司支付首付款，即货款总金额的 50% 计 87,183.36 美元；商品到达香港唯选指定保税仓后，香港唯选应当在 5 个工作日内完成清点验收并反馈验收结果，商品经香港唯选验收完成后，香港唯选向公司支付剩余 50% 款项计 87,183.36 美元。截至本补充法律意见书之四出具之日，公司已收到前述合同约定货款总金额的 50% 计 87,183.36 美元。

【核查程序】

发行人律师履行了如下核查程序：

- 1、获取并核查发行人与 UpSpring 的往来邮件；
- 2、获取并核查青木香港与香港唯选签署的商品采购合同及付款凭证，了解相关事项的最新进展情况。

【核查意见】

经核查，发行人律师认为：

发行人与 UpSpring 品牌已协商退货并终止合作，青木香港已与香港唯选签订了相关商品采购合同，相关退货商品已回款 87,183.36 美元（占货款总金额的 50%），相关产品的退货交接手续正在办理中。

三、问题 8. 关于消费者运营服务。

根据审核问询回复，报告期内发行人的短信业务收入合计为 2,770.86 万元。发行人的消费者运营服务能够获取消费者个人信息。发行人产品“数据磨坊”系统为主要的的数据收集、清洗、分析及应用系统。

请发行人说明：

（1）各期短信业务的来源、各期规模、主要供应商和客户及其金额、毛利率，分析毛利率与同行业可比公司的差异及合理性。

（2）各期短信业务中不同类型短信的占比，已开展的短信业务是否符合《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的相关要求，上述规定正式生效后对发行人短信业务和持续经营的影响，并进行有针对性的风险提示。

（3）“数据磨坊”及相关产品的功能、应用范围、数据的来源、数据处理过程及结果，上述事项是否符合《网络安全法》《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定（征求意见稿）》及其他相关法律法规中关于消费者或互联网产品使用者个人信息保护的相关规定，是否存在违规收集用户信息、泄露用户隐私的情形，发行人（产品开发者）及下游客户（产品使用者）关于上述事项的责任划分，未来“数据磨坊”及相关产品是否面临法律及政策风险，请结合相关产品为发行人贡献的营业收入及毛利水平对相关风险和影响进行具体分析并进行风险揭示。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

（一）各期短信业务中不同类型短信的占比，已开展的短信业务是否符合《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的相关要求，上述规定正式生效后对发行人短信业务和持续经营的影响，并进行有针对性的风险提示。

1、各期短信业务中不同类型短信的占比

公司短信业务中的短信可分为行业营销类短信和验证通知类短信两种，其中行业营销类短信属于商业性短信。报告期内不同类型短信的收入占比情况具体如下：

单位：万元

短信类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
行业营销类	1,238.77	96.24%	852.79	94.82%	554.41	94.89%
验证通知类	48.44	3.76%	46.55	5.18%	29.88	5.11%
合计	1,287.22	100.00%	899.34	100.00%	584.30	100.00%

2、已开展的短信业务符合《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的相关要求

根据发行人已开展的短信业务的实际情况，《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（下称“《通管规定（征求意见稿）》”）中的相关要求如下：

《通管规定（征求意见稿）》部分原文	主要监管要求
第四十二条 本规定下列用语的含义是： （一）短信息服务，是指利用电信网向用户提供文字、数据、声音、图像、视频等信息的电信业务。 （二）短信息服务提供者，是指为其他组织和个人提供短信息服务的电信业务经营者。（包含但不限于基础电信业务、增值电信业务中的信息服务业务和移动通信转售业务经营者） （七）商业性短信息或商业性电话，是指用于介绍、推销商品、服务或者商业投资机会的短信息或电话。	短信息服务提供者需为电信业务经营者，明确商业性短信息的定义
第十二条 短信息服务提供者、语音呼叫服务提供者应当要求通过其服务发送短信或语音呼叫的组织和个人提供真实身份信息，并进行查验和登记。	发送短信应当提供真实身份信息
第十六条 任何组织或个人未经用户同意或者请求，或者用户明确表示拒绝的，不得向其发送商业性短信息或拨打商业性电话。用户未明确同意的，视为拒绝。用户同意后又明确表示拒绝接收的，应当停止。	未经用户同意或者请求，不得发送商业性短信息
第十九条 短信息服务提供者发送端口类商业性短信息的，应当在短信息中明确标注通过其服务发送短信的组织或个人的名称、联系电话，提供便捷和有效的拒绝接收方式并随短信息告	应当注明发送商业性短信息的组织或个人名称、联系电话，并给用

《通管规定（征求意见稿）》部分原文	主要监管要求
知用户，不得以任何形式对用户拒绝接收设置障碍。	户提供便捷的拒绝接收的方式

发行人已开展的短信业务流程和模式为：基于会员管理、品牌营销等需要，品牌方客户自主提供短信内容或发行人根据品牌方客户的要求编辑短信内容初稿，经品牌方客户确认及发行人内部审核后，由发行人通过委托安徽省鸿联九五信息产业有限公司等短信息服务提供者进行短信发送。该等短信息服务提供者负责提供短信平台的相关软硬件设施、相关技术协议标准及接口标准、运行维护、系统升级等服务，为公司分配短信发送通道。双方按照短信成功发送条数进行服务费用的结算。故公司自身并非《通管规定（征求意见稿）》中规定的短信息服务提供者。

经查验发行人的重大业务合同，终端用户信息由品牌方客户向发行人自主提供。终端用户在第三方平台注册及加入品牌方客户会员时已知悉并同意相关《用户协议》和《隐私政策》，包含同意向其发送产品和活动广告、促销信息、通知等，以及同意授权第三方服务提供者使用其相关信息的内容。根据发行人提供的其向终端用户发送的部分商业性短信息内容，相关商业性短信息均明确包含“回T 退订”，如终端用户作出相应回复则表示其拒绝继续接收相关商业性短信息，在收到反馈后发行人即停止向其继续发送该类短信，发行人已开展的短信业务符合《通管规定（征求意见稿）》的相关要求。

3、上述规定正式生效后对发行人短信业务和持续经营的影响

根据《通管规定（征求意见稿）》中对取得商业性短信接收方的事前同意、保留同意凭证和提供拒绝接受方式等方面的监管要求，《通管规定（征求意见稿）》正式生效后，发行人将在以下方面持续加强对短信业务的管理：

（1）加强与品牌方客户签约事前合同审查，通过合同约定或者客户声明的方式，保证客户已就短信发送事宜取得短信接收方同意，保证客户已就第三方服务提供者使用短信接收方相关信息取得短信接收方的授权。

（2）合同履行中，要求品牌方客户提供短信发送名单所列用户已同意接收短信并已授权第三方服务提供者使用其相关信息的凭证。

（3）加强对短信内容的审核，确保短信内容符合法律、法规及规范性文件的规定，并在短信中注明品牌方客户的名称、联系电话，以及拒绝接收方式等。

（4）短信接收方选择退订的，发行人会将退订情况反馈给品牌方客户，同时发行人内部系统将记录短信接收方的退订操作以避免该短信接收方后续再收到该类商业短信息。

短信业务为公司向客户精准营销提供的短信触达服务，报告期内该项业务的收入金额稳步提升。发行人已开展的短信业务符合《通管规定（征求意见稿）》的相关要求，发行人将继续严格执行相关规定、落实相关监管要求，合法合规地开展短信业务。《通管规定（征求意见稿）》的正式生效可能会减弱行业营销类的短信业务需求，从而影响公司的短信业务收入，但不会对发行人短信业务和持续经营产生重大不利影响。

（二）“数据磨坊”及相关产品的功能、应用范围、数据的来源、数据处理过程及结果，上述事项是否符合《网络安全法》《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定（征求意见稿）》及其他相关法律法规中关于消费者或互联网产品使用者个人信息保护的相关规定，是否存在违规收集用户信息、泄露用户隐私的情形，发行人（产品开发方）及下游客户（产品使用者）关于上述事项的责任划分，未来“数据磨坊”及相关产品是否面临法律及政策风险，请结合相关产品为发行人贡献的营业收入及毛利水平对相关风险和影响进行具体分析并进行风险揭示。

1、“数据磨坊”及相关产品的功能、应用范围、数据的来源、数据处理过程及结果

“数据磨坊”提供数据处理及营销支持功能：（1）数据处理：“数据磨坊”通过数据采集、清洗、融合、存储，将品牌日常经营活动中产生的分散在各个渠道的消费者数据进行收集和整合，建立的统一的数据中心，并通过数据洞察、数据分析识别消费者特征，挖掘数据的商业价值；（2）营销支持：“数据磨坊”支持多样的营销活动，包括会员招募、会员运营、会员活动、短信触达、会员积分管理等，协助使用者对不同类型的消费者实施多样化的营销推广，并全面跟踪营销效果，促进消费者购买。

“数据磨坊”应用场景主要为会员运营，包括消费者行为分析、会员招募、会员运营、精准营销等。客户可以直接向公司购买标准版或定制版产品，获取“数

据磨坊”的使用授权，或向公司购买消费者运营服务，由公司运营团队使用“数据磨坊”，为客户直接提供数据处理及会员运营服务。

公司开展消费者运营服务时，使用的数据资源来源于品牌方，数据资源包括品牌方会员系统中的消费者姓名、手机号、活动信息、积分、交易记录等信息。消费者在第三方平台注册及加入品牌方客户会员时已知悉并同意相关《用户协议》和《隐私政策》，品牌方于消费者注册会员时取得其同意品牌方收集、使用并在特定情形下向第三方分享数据资源的授权。品牌方委托公司为其提供会员管理、精准营销等消费者运营服务，系对公司使用其会员数据的授权。

公司获取数据资源后，通过授权加密接口及各业务系统获取和传输数据，根据不同岗位的工作需要和职能授予员工仅限于必要的的数据访问权限，并将数据脱敏后用于业务分析，包括客户关系管理系统设计、维护、消费者运营活动设计与执行、订单发货、语音外呼、积分变动提醒、订阅消息、会员活动设计与执行等，通过数据融合形成统一的身份识别，并对每位消费者进行标签化分析及数据建模，从而分析消费者消费行为习惯，针对不同消费者量身制定运营和营销策略，最后结合站内外广告投放、内容运营、会员运营等手段进行精准营销，实现消费者生命周期各环节数据资产价值的最大化。

2、上述事项是否符合《网络安全法》《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定（征求意见稿）》及其他相关法律法规中关于消费者或互联网产品使用者个人信息保护的相关规定，是否存在违规收集用户信息、泄露用户隐私的情形

根据《网络安全法》的有关规定，网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息，不得违反法律、行政法规的规定和双方的约定收集、使用个人信息，并应当依照法律、行政法规的规定和与用户的约定，处理其保存的个人信息。

根据《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定（征求意见稿）》的有关规定，在中华人民共和国境内开展的 App 个人信息处理活动，应当遵守本规定。App 个人信息处理活动，是指移动智能终端中运行的应用程序收集、存储、使用、加工、传输个人信息的活动。

“数据磨坊”系一种在 PC 端为客户提供数据分析处理服务的软件工具，不属于移动智能终端中运行的应用程序，故“数据磨坊”及相关产品不适用于《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定（征求意见稿）》的有关规定。

公司参照《网络安全法》及其他相关法律法规制定了《信息安全管理手册》，就品牌方委托公司开展消费者运营服务过程中接收的品牌方收集的消费者相关信息数据的分析、使用、处理等事项进行内部规范化管理。公司消费者运营服务中获取并使用的消费者个人信息来自于品牌方的授权，“数据磨坊”系统受到品牌方的管控，任何涉及消费者隐私的操作和运营必须要得到品牌方的授权，获得权限后方能操作，对于消费者个人信息合理使用且传输过程中均采取加密处理；在对所获得数据的使用上，公司仅将特定数据用于特定项目或客户的消费者运营服务中，协助品牌方收集、清洗、分析及应用消费者数据，不存在公开披露或非法出售的情形。当公司停止为品牌方提供消费者运营服务时，公司依据与品牌方签署的协议或公司内部的《信息安全管理手册》及时停止收集数据活动并对其持有的相关信息进行删除或匿名化处理，不存在过度利用的情形。

公司通过制定内部的信息保密和管理制度，对于公司不同项目组之间、不同职级之间的员工所能访问和获取的客户数据及信息建立了严格的权限管理措施。公司与员工签署了《保密协议》，约定员工应对在职期间了解到的商业秘密保密。公司的《员工手册》也规定了员工对于工作过程中所涉及的相关用户数据、客户信息及商业秘密的保密义务。报告期内，公司严格遵守第三方平台、品牌方的授权约定以及公司相关制度的规定，未受到侵犯个人隐私、商业秘密或其他侵权方面的行政处罚，不存在相关诉讼或仲裁。

综上，“数据磨坊”及相关产品不适用于《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定（征求意见稿）》的有关规定，公司根据品牌方的授权使用和维护消费者个人信息，同时建立了有效的消费者个人信息保护制度，能够切实保护好消费者的个人隐私，符合《网络安全法》及其他相关法律法规中关于消费者或互联网产品使用者个人信息保护的相关规定，不存在违规收集用户信息、泄露用户隐私的情形。

3、发行人（产品开发者）及下游客户（产品使用者）关于上述事项的责任划分

公司与“数据磨坊”相关的业务模式分为销售产品及提供服务。销售产品系下游客户向公司购买标准版或定制版产品，获取“数据磨坊”的使用授权，客户系产品使用者；提供服务系公司运营团队使用“数据磨坊”为客户直接提供数据处理及会员运营服务，公司系产品使用者。

（1）销售产品

销售产品的模式（该模式下公司仅销售软件产品，不包括为客户提供消费者运营服务模式下的产品销售部分）下，公司通过不同的销售渠道销售产品，主要包括通过阿里巴巴商家服务市场销售软件或自行与用户订立产品销售合同，并在相关合同/协议中约定公司与用户关于产品的责任划分。

1) 通过阿里巴巴商家服务市场销售

如发行人通过阿里巴巴商家服务市场进行软件应用发布和在线交易的，将自动适用《阿里巴巴商家服务市场服务协议（2020年9月5日更新）》（签约主体为阿里巴巴与服务商，服务商指通过服务市场发布应用并进行应用产品在线销售的单位或者个人，即发行人，下同；以下称“《商家协议》”），同时用户将自动适用《阿里巴巴商家服务市场交易服务协议（2018年2月2日更新）》（签约主体为阿里巴巴与用户，用户指使用服务市场或通过服务市场订购应用的单位或个人，即下游客户/产品使用者，下同。）。

经查验《商家协议》之附件二《软件许可协议》，根据《软件许可协议》第12.1条，该协议构成用户和服务商间就购买、使用服务商应用的完整的协议，并取代双方就有关该协议所载任何事项于先前以口头及书面达成的共识。《软件许可协议》的相关责任划分条款如下：

条款内容概括	条款内容原文
用户应保证其使用许可软件的行为合法合规。	4.1、用户保证其使用服务商应用的各项行为均符合国家法律法规的规定，其通过应用所从事的一切活动都是合法的、真实的，不侵害服务商和任何第三方的合法权益，包括但不限于： 4.1.1、禁止出售、转售或复制、开发服务商授予的使用权限； 4.1.2、禁止复制和模仿服务商的设计理念、界面、功能和图表； 4.1.3、禁止未经服务商许可基于服务商应用或其内容进行修改或制造派生其他产品； 4.7、用户同意将服务商应用用于其功能所指向的合法的目的和用途，并不进行任何竞争性、破坏性或非法的使用。
用户不得对服务商的软件实	4.2、用户不得对服务商应用和/或服务商应用任何部分（软件产品、页面标识、服务品牌、资讯、信息）进行复制、翻译、修改、适应、增强、

条款内容概括	条款内容原文
施侵权行为，否则应向服务商承担责任。	反编译、反汇编、反向工程、分解拆卸、出售、转租或作任何商业目的的使用。用户同意约束其有必要使用服务商应用的员工、代理、咨询者或顾问遵守前述之义务，并就其违反前述规定的行为对服务商负责就如同用户自身违反一样。
若因服务商应用因技术限制所可能存在的瑕疵导致的最高赔偿限额不应超过软件许可费用。	4.6、用户理解并同意，服务商应用因现有技术限制，可能存在瑕疵，因使用服务商应用所致的任何损害，用户同意责任人的最高赔偿限额不应超过用户向服务商支付的许可费用。如因网络问题或产品瑕疵导致服务商应用无法按指定的时间正常使用的，则用户了解并同意，服务商或其它责任人所需承担的唯一责任就是延长用户对服务商应用的使用期限，延长的时间应相当于用户无法正常使用服务商应用的时间。
服务商保证其提供的应用权属合法合规，不对任何第三方构成侵权，否则将就用户遭受的指控进行赔偿。	5.1、服务商保证具有合法权利向用户提供服务商应用的使用许可，并保证与服务商应用运行相关的软件产品版权的合法性。服务商承诺其通过阿里巴巴市场向用户提供服务商应用使用许可之行为未对任何第三方合法权益，包括但不限于第三方知识产权构成侵害。如因其行为导致用户遭受任何第三方提起的法律诉讼或行政程序（合称“侵权指控”），声称用户侵犯了其合法所有权或知识产权，服务商同意赔偿用户就此所承担的所有费用，包括但不限于上述侵权指控中所产生的一切诉讼费用、合理的律师费用、和解金额或终审判决中规定的赔偿金额。
服务商对用户数据负有保密责任，且应对用户数据进行保护或限期留存，并提供免费数据下载服务。	6.1、服务商应在其网络系统内建立合理的安全体系，包括身份识别体系、内部安全防范体系，以使用户数据完整，并且保密。严禁服务商向任何人出售、出借或无偿传播用户数据，除非事先得到用户的许可。本协议项下用户数据尤其指用户基于服务商应用功能的使用而自行导入的与服务商应用功能相关的用户业务数据。 6.2、为服务用户的目的，服务商可能通过使用用户数据，向用户提供服务，包括但不限于向用户发出产品和服务信息。 6.3、用户数据将在下述情况下部分或全部被披露： 6.3.1、经用户同意，向第三方披露； 6.3.2、根据法律的有关规定，或者行政或司法机构的要求，向第三方或者行政、司法机构披露； 6.3.3、如果用户出现违反中国有关法律法规的情况，需要向第三方披露； 6.3.4、为提供用户所要求的软件或服务，而必须和第三方分享用户数据。 6.4、除服务商和用户另行约定外，自用户软件许可期满或因任何原因导致本协议提前终止（以下简称“许可终止”）之日起最少 90 日内，服务商应继续免费存储用户数据，逾期服务商将不再存储用户数据，届时用户需自行承担其数据被销毁后引发的一切后果。 6.5、除服务商和用户另行约定外，在以下期限内服务商承诺向用户提供免费数据下载服务，用户可自行至服务商指定的服务器下载其数据： 6.5.1、用户软件许可期限内； 6.5.2、自用户软件许可期满或因任何原因导致本协议提前终止之日

条款内容概括	条款内容原文
	起 30 日内。

2) 自行与用户订立产品销售合同

如发行人自行与用户订立产品销售合同，经查验相关合同，相关责任划分条款如下：

条款内容概括	条款内容原文
用户应保证其使用许可软件的行为合法合规，不得实施侵权行为，否则应承担法律责任。	为了保护乙方（指发行人，下同）的商业利益，甲方（指用户，下同）保证不对乙方所开发的软件进行拷贝、复制、反编译、泄露给第三方使用，也不得从事任何该软件的改进、研发和基于该软件源代码相关的任何技术处理措施，否则乙方将追究甲方法律责任，甲方将承担乙方为该软件投入的研发费用和知识产权可带来的收益等赔偿后果；甲方须对乙方出售的软件价格给予保密；甲方应对乙方有关的软件、技术性文件保密。
发行人保证其提供的软件权属合法合规，不对任何第三方构成侵权，否则将就用户遭受的损失进行赔偿。	乙方保证其提供给甲方的软件产品系合法正当取得且乙方有权销售该软件，包含有软件产品所对应软件制造商的合法授权，不因甲方合法使用而有任何改变；乙方确保甲方在本软件的许可使用期限内对于软件的使用不侵害任何第三方（包括产品的软件开发商等软件著作权人）的包括知识产权在内的所有权利。如有任何第三方因甲方的软件使用行为通过诉讼、发送侵权通知、媒体公告等方式提出侵权指控的，乙方应自行承担费用予以解决，如因此给甲方造成损失的，乙方应予以全额赔偿。
发行人对用户的保密信息负有严格的保密义务。	乙方有关本合同签订和履行而从甲方获得或获知的所有有关甲方的未公开的信息、甲方提供的任何资料、在合同履行过程中获知或产生的资料和成果，包括但不限于合同（含本合同）、技术信息、价格信息、客户名单、公司资料、员工信息、客户个人信息及财务状况等均为保密信息，乙方应严格保密，不得向任何三方披露或泄露。未经甲方书面同意，乙方不得将甲方及/或甲方客户提供的保密信息以及本合同成果用于本合同以外的目的，亦不得自行或使他人使用、复制、修改、发行、出租、传播、翻译、销售上述信息、材料与成果，不得自行或使他人实施任何侵犯甲方或甲方客户知识产权之行为。对于在合同履行过程中甲方从乙方处获得的未公开的信息及其他机密信息，甲方亦应承担同等保密义务。
用户需向发行人提供店铺基础数据用于软件部署。	甲方负责向乙方提供软件部署需要的店铺基础数据（包括但不限于订单、商品、评价、会员等）、店铺会员运营方案（包括但不限于会员等级划分、积分体系、会员权益、会员营销方案等），并配合乙方的实施及软件安装调试、相关培训等辅助和协助工作。甲方需要提供业务接口人配合乙方开展软件部署和实施工作。
除非明确授权，发行人原则上不修改任何数据。	乙方原则上不提供任何软件功能使用代理操作服务，不在后台修改甲方的任何业务数据；如果甲方明确需要乙方提供代理操作服务，需要以工作邮件的形式给乙方以明确授权，并承担由此可能产生的费用以及因此可能造成的任何损失和责任。

销售产品的模式下，无论发行人通过阿里巴巴商家服务市场销售软件或自行与用户订立产品销售合同，基于相关合同条款及约定，用户需要向发行人提供店铺基础数据用于数据磨坊的软件部署，发行人也需要保障用户数据完整、保密，并提供一定期限内的用户数据免费存储、免费下载服务。除非经过授权，发行人不会超出相关合同的约定范围主动获取、使用下游客户的消费者信息数据。

根据上述合同约定及《民法典》有关合同或侵权责任的基本原则规定，如因发行人提供的软件本身因技术限制而可能存在瑕疵或侵权风险，继而导致用户损害的，或因发行人违反保密等合同义务导致用户利益受损的，则发行人应按照约定向用户承担相应的赔偿责任。用户自身承担合法使用许可软件且不损害服务商及第三方利益的义务，如因用户自身不当使用许可软件或利用许可软件实施侵权行为的，则应当由用户自行承担相应的法律责任，包括对第三方可能存在的侵权损害赔偿，与发行人无涉。

（2）提供服务

提供服务的模式下（即消费者运营服务），经查验发行人的重大业务合同，就消费者个人信息数据事项的责任划分情况，通常下游客户（产品使用者）需向发行人（产品开发者）提供“数据磨坊”及相关产品软件部署所需要的店铺基础数据（包括但不限于订单、商品、评价、会员等）、店铺会员运营方案（包括但不限于会员等级划分、积分体系、会员权益、会员营销方案等），发行人（产品开发者）在讨论、订立及履行合同过程中而知悉或取得的有关下游客户（产品使用者）在技术上、业务上的任何非公开信息，包括但不限于客户提供的用于软件初始化的管理信息系统，业务、生产有关资料和数据以及软件使用过程中获得的任何信息、与客户经营、规划、目标、产品、技术、设计、市场机会、商业活动、商业秘密、客户的顾客、客户、供应商以及合同有关的信息等，均被视为客户的保密信息。发行人应向客户承担保密义务和因泄漏用户隐私等保密信息所引发的一切民事、刑事责任。

4、未来“数据磨坊”及相关产品是否面临法律及政策风险

发行人通过“数据磨坊”及相关产品为客户提供消费者运营服务，在业务开展过程中涉及数据获取、数据处理和数据分析。就个人信息保护及信息数据安全等方面，《网络安全法》《数据安全管理办法（征求意见稿）》等相关法律法规及

立法趋势针对数据的汇集与分析应用等行为对公司的数据合规工作提出了较高的要求。因网络安全监管政策和个人隐私保护监管政策日趋强化，在公司未来业务开展中，不能完全避免因立法或监管政策的发展变化而引发数据合规方面的潜在法律风险。

此外，一旦公司员工违反公司内部相关制度要求，或品牌方客户因违反协议约定或由于其他原因造成了数据的不当泄露或使用，或因遭到恶意软件、病毒的影响或受到大规模黑客攻击造成数据泄露、损失，将可能因侵犯个人隐私而受到主管部门处罚或被用户投诉，或因侵犯个人隐私及个人信息相关权益导致诉讼或仲裁等纠纷，进而可能会对公司声誉、业务开展和经营业绩造成不利影响。

5、请结合相关产品为发行人贡献的营业收入及毛利水平对相关风险和影响进行具体分析并进行风险揭示

“数据磨坊”主要收费形式包括软件授权费及定制开发收入、运营服务收入和短信收入。标准版软件通常按年收取固定授权费，定制开发版软件根据项目在合同中约定收费；运营服务收入为消费者运营服务费收入，部分该收入为月度固定服务费；短信收入指公司提供以短/彩信形式触达目标消费者所收取的服务费，公司借助“数据磨坊”筛选短信发送对象，并通过“数据磨坊”直接编辑短信并发送，公司根据提供的短信数量及合同约定单价收费。

其中，软件授权费及定制开发收入系“数据磨坊”产品的直接销售收入，运营服务收入、短信收入为公司借助“数据磨坊”提供服务的收入，系与“数据磨坊”相关的间接收入。上述三类具体模式的收入及毛利如下：

单位：万元

项目	时间	营业收入	营业成本	毛利	毛利率
软件授权及定制开发	2020 年度	313.99	19.52	294.47	93.78%
	2019 年度	172.41	47.41	125.00	72.50%
	2018 年度	139.77	—	139.77	100.00%
运营服务 ¹	2020 年度	1,750.20	1,073.45	676.75	38.67%
	2019 年度	458.52	345.90	112.62	24.56%
	2018 年度	64.35	52.28	12.07	18.76%

短信	2020 年度	1,287.22	845.45	441.77	34.32%
	2019 年度	899.34	582.08	317.26	35.28%
	2018 年度	584.30	340.03	244.27	41.81%
合计	2020 年度	3,351.41	1,938.42	1,412.99	42.16%
	2019 年度	1,530.27	975.39	554.88	36.26%
	2018 年度	788.42	392.31	396.11	50.24%

注 1: 公司结合使用“数据磨坊”与电商平台数据化消费者运营工具,以满足对不同客户、不同环节的精准营销。其中,“数据磨坊”主要应用于私域人群运营,即针对已购买品牌商品的客户,通过会员运营等更有针对性的方式,促进其二次购买,由于公司向客户提供综合服务,难以单独核算与“数据磨坊”直接相关的收入。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、技术及创新风险”之“(二)信息安全风险”中就上述事项进行风险揭示。

【核查程序】

发行人律师履行了如下核查程序:

- 1、查阅相关法律、法规和规范性文件,核查相关业务及对数据处理的合规性;
- 2、核查报告期内发行人有关短信业务所签署的服务合同;
- 3、访谈发行人营销部门相关负责人员,了解发行人报告期短信业务相关内容等;
- 4、查阅相关法律、法规和规范性文件,并结合对发行人相关业务人员的访谈,了解“数据磨坊”及相关产品的功能、应用范围、数据的来源、数据处理过程及结果,分析上述事项是否符合《网络安全法》、《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定(征求意见稿)》及其他相关法律法规中关于消费者或互联网产品使用者个人信息保护的相关规定,是否存在违规收集用户信息、泄露用户隐私的情形,发行人(产品开发者)及下游客户(产品使用者)关于上述事项的责任划分,未来“数据磨坊”及相关产品是否面临法律及政策风险等;结合上述相关产品为发行人贡献的营业收入及毛利水平判断其对发行人的影响程度等。

【核查意见】

发行人律师认为:

1、发行人已开展的短信业务符合《通管规定（征求意见稿）》的相关要求，《通管规定（征求意见稿）》的正式生效不会对发行人短信业务和持续经营产生重大不利影响，发行人已对相关风险进行有针对性的风险提示。

2、“数据磨坊”对消费者数据的相关处理及使用符合《网络安全法》及其他相关法律法规中关于消费者或互联网产品使用者个人信息保护的相关规定，不适用于《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定（征求意见稿）》的有关规定；“数据磨坊”不存在违规收集用户信息、泄露用户隐私的情形；发行人已结合“数据磨坊”贡献的收入毛利对未来相关产品面临的法律及政策风险及其影响进行披露。

本补充法律意见书之四正本三份，无副本。

（以下无正文）

（此页无正文，为《北京市竞天公诚律师事务所关于青木数字技术股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的补充法律意见书（四）》签字盖章页）

北京市竞天公诚律师事务所（盖章）



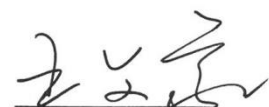
律师事务所负责人（签字）：


赵 洋

经办律师（签字）：



经办律师（签字）：


王文豪

2021 年 8 月 13 日