

北京大成律师事务所
关于蜂助手股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
补充法律意见书（一）

大成 DENTONS

www.dachenglaw.com

北京市朝阳区东大桥路9号侨福芳草地D座7层（100007）
7/F, Building D, Parkview Green FangCaoDi, No.9, Dongdaqiao Road, Chaoyang
District, Beijing, China

目 录

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 释 义 | 2 |
| 一、《审核问询函》问题一：关于历史沿革 | 8 |
| 二、《审核问询函》问题二：关于一致行动协议 | 37 |
| 三、《审核问询函》问题三：关于实际控制人违法违规问题 | 42 |
| 四、《审核问询函》问题四：关于股权激励及股份支付 | 46 |
| 五、《审核问询函》问题五：关于同业竞争及关联企业 | 56 |
| 六、《审核问询函》问题六：关于收购控股公司及注销子公司 | 75 |
| 七、《审核问询函》问题七：关于对赌协议 | 82 |
| 八、《审核问询函》问题九：关于业务资质 | 88 |
| 九、《审核问询函》问题十：关于无形资产 | 92 |
| 十、《审核问询函》问题十一：关于房屋租赁 | 111 |
| 十一、《审核问询函》问题十三：关于主要业务 | 119 |
| 十二、《审核问询函》问题十五：关于主要客户 | 170 |
| 十三、《审核问询函》问题二十一：关于第三方回款 | 216 |

释 义

除本法律意见书另有说明，下列词语之特定含义如下：

| | | |
|-----------------------|---|--|
| 公司、本公司、股份公司、蜂助手、蜂助手股份 | 指 | 蜂助手股份有限公司，曾用名“广东蜂助手网络技术股份有限公司” |
| 蜂助手有限、蜂帮手 | 指 | 公司前身广东蜂助手网络技术有限公司，曾用名“广州蜂帮手网络科技有限公司” |
| 广州零世纪 | 指 | 广州零世纪信息科技有限公司，公司全资子公司 |
| 广州助蜂 | 指 | 广州助蜂网络技术有限公司，公司全资子公司 |
| 成都助蜂 | 指 | 成都助蜂网络技术有限公司，公司全资子公司 |
| 东莞蜂联 | 指 | 东莞市蜂联电子科技有限公司，公司全资子公司 |
| 南京智科 | 指 | 南京智科物联技术有限公司，公司全资子公司 |
| 深圳网诚 | 指 | 深圳网诚网络技术有限公司，公司全资子公司 |
| 前海同益 | 指 | 深圳前海同益网络技术有限公司，公司全资子公司 |
| 汉鼎蜂助手 | 指 | 广东汉鼎蜂助手网络技术有限公司，公司控股 80% 子公司 |
| 汉鼎信息、汉鼎宇佑、海峡创新 | 指 | 海峡创新互联网股份有限公司，系公司持股 5% 以上股东，曾用名“汉鼎信息科技股份有限公司”、“汉鼎宇佑互联网股份有限公司” |
| 蜂助手资产 | 指 | 赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙），系公司股东、公司员工持股平台、公司持股 5% 以上股东，曾用名“广州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）” |
| 助蜂资产 | 指 | 广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙），系蜂助手资产有限合伙人、公司员工持股平台 |
| 广州诺为特 | 指 | 广州诺为特资产管理合伙企业（有限合伙），系公司持股 5% 以上股东 |
| 华兴金汇 | 指 | 北京华兴金汇资本管理有限公司，系公司股东 |
| 杭州银湖 | 指 | 杭州银湖创新投资有限公司，系公司股东 |
| 南方媒体基金 | 指 | 广东南方媒体融合发展投资基金（有限合伙），系公司股 |

| | | |
|------------|---|-------------------------------------|
| | | 东 |
| 南京翔云 | 指 | 南京翔云企业管理有限公司，系公司股东 |
| 兰平一号 | 指 | 共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙），系公司股东 |
| 睿泓天祺 | 指 | 睿泓天祺咸宁股权投资合伙企业（有限合伙），系公司股东 |
| 睿坤津祥 | 指 | 睿坤津祥咸宁股权投资合伙企业（有限合伙），系公司股东 |
| 宇然投资 | 指 | 深圳前海宇然投资有限公司，系公司股东 |
| 绍兴人之初 | 指 | 绍兴人之初电器有限公司，系公司股东 |
| 天风汇城 | 指 | 天风汇城（武汉）投资中心（有限合伙），曾系公司股东 |
| 天星资本 | 指 | 北京天星资本股份有限公司，曾系公司股东 |
| 天星江山 | 指 | 北京天星江山投资中心（有限合伙），曾系公司股东 |
| 1号专项资产管理计划 | 指 | 富诚海富通-恒宇天泽-天星资本新三板1号专项资产管理计划，曾系公司股东 |
| 2号专项资产管理计划 | 指 | 富诚海富通-恒宇天泽-天星资本新三板2号专项资产管理计划，曾系公司股东 |
| 天风天睿 | 指 | 天风天睿投资股份有限公司 |
| 广州流量圈 | 指 | 广州流量圈通信科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方 |
| 广州蜂云验证码 | 指 | 广州蜂云验证码网络科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方 |
| 广州磊鑫 | 指 | 广州磊鑫网络科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方 |
| 广州宇杰 | 指 | 广州市宇杰科技有限公司，报告期内与公司发生交易的关联方 |
| 爱奇艺 | 指 | 百度公司旗下视频平台，北京爱奇艺科技有限公司 |
| 优酷 | 指 | 阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群下的视频平台，优酷 |

| | | |
|----------------|---|---|
| | | 信息技术（北京）有限公司 |
| 芒果 TV | 指 | 湖南广电旗下唯一互联网视频平台，由湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司负责具体运营 |
| 碧桂园 | 指 | 碧桂园控股有限公司 |
| 中石化 | 指 | 中国石油化工集团有限公司 |
| OPPO 手机 | 指 | OPPO 广东移动通信有限公司 |
| VIVO 手机 | 指 | 维沃移动通信有限公司 |
| 咪哒唱吧 | 指 | 广州艾美网络科技有限公司旗下自助迷你 KTV 产品 |
| 华为 | 指 | 华为技术有限公司 |
| 中国移动 | 指 | 中国移动通信集团有限公司及其下属子公司 |
| 中国电信 | 指 | 中国电信集团有限公司及其下属子公司 |
| 中国联通 | 指 | 中国联合网络通信集团有限公司及其下属子公司 |
| 广东移动 | 指 | 中国移动通信集团广东有限公司 |
| 内蒙古移动 | 指 | 中国移动通信集团内蒙古有限公司 |
| 四川移动 | 指 | 中国移动通信集团四川有限公司 |
| 福建移动 | 指 | 中国移动通信集团福建有限公司 |
| 湖北移动 | 指 | 中国移动通信集团湖北有限公司 |
| 重庆移动 | 指 | 中国移动通信集团重庆有限公司 |
| 甘肃移动 | 指 | 中国移动通信集团甘肃有限公司 |
| 贵州移动 | 指 | 中国移动通信集团贵州有限公司 |
| 中移在线 | 指 | 中移在线服务有限公司 |
| 中移互联网 | 指 | 中移互联网有限公司 |
| 福建电信 | 指 | 中国电信股份有限公司福建分公司 |
| 广西电信 | 指 | 中国电信股份有限公司广西分公司 |

| | | |
|-----------------|---|---------------------------------------|
| 贵州电信 | 指 | 中国电信股份有限公司贵州分公司 |
| 湖北联通 | 指 | 中国联合网络通信有限公司湖北省分公司 |
| 联通华盛 | 指 | 联通华盛通信有限公司 |
| 中域电讯 | 指 | 中域电讯连锁集团股份有限公司 |
| 高鸿股份 | 指 | 大唐高鸿数据网络技术股份有限公司 |
| 彩讯股份 | 指 | 彩讯科技股份有限公司 |
| 通鼎互联 | 指 | 通鼎互联信息股份有限公司 |
| 号百控股 | 指 | 号百控股股份有限公司 |
| 蓝锋物业 | 指 | 广州市蓝锋物业管理有限公司 |
| 融通地产（广东） | 指 | 融通地产（广东）有限责任公司 |
| 股转系统/新三板 | 指 | 全国中小企业股份转让系统 |
| 中国证监会、证监会 | 指 | 中国证券监督管理委员会 |
| 深交所 | 指 | 深圳证券交易所 |
| 广州市工商局 | 指 | 广州市工商行政管理局，现改名为广州市市场监督管理局 |
| 保荐人（主承销商） | 指 | 光大证券股份有限公司 |
| 本所/大成 | 指 | 北京大成律师事务所 |
| 本所律师/经办律师 | 指 | 北京大成律师事务所经办律师 |
| 会计师、大华、大华会计师事务所 | 指 | 大华会计师事务所（特殊普通合伙） |
| 利安达会计师事务所 | 指 | 利安达会计师事务所（特殊普通合伙）、利安达会计师事务所（普通合伙）上海分所 |
| 中兴财光华会计师事务所 | 指 | 中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙） |
| 《公司法》 | 指 | 《中华人民共和国公司法》 |
| 《注册办法》 | 指 | 《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》 |

| | | |
|---------------|---|--|
| 《公司登记管理条例》 | 指 | 《中华人民共和国公司登记管理条例》 |
| 财税 101 号文 | 指 | 《财政部、国家税务总局、证监会关于上市股息红利差别化个人所得税政策有关问题的通知》，财税[2015]101 号 |
| 财税 48 号文 | 指 | 《财政部、国家税务总局、证监会关于实施全国中小企业股份转让系统挂牌股息红利差别化个人所得税政策有关问题的通知》，财税[2014]48 号 |
| 本次发行 | 指 | 公司本次公开发行的每股面值为 1.00 元的不超过 4,240.00 万股人民币普通股的行为。 |
| A 股 | 指 | 人民币普通股 |
| 元、万元 | 指 | 人民币元、人民币万元 |
| 报告期、最近三年及一期 | 指 | 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月 |
| 报告期各期末 | 指 | 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日 |
| 招股说明书/《招股说明书》 | 指 | 《蜂助手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）》 |
| 《律师工作报告》 | 指 | 《北京大成律师事务所关于蜂助手股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》 |
| 《法律意见书》 | 指 | 《北京大成律师事务所关于蜂助手股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》 |
| 《审核问询函》 | 指 | 《关于蜂助手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》 |
| 本补充法律意见书（一） | 指 | 《北京大成律师事务所关于蜂助手股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》 |

北京大成律师事务所
关于蜂助手股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
补充法律意见书（一）

大成证字[2021]第 012 号

致：蜂助手股份有限公司

北京大成律师事务所是具有中国法律执业资格的律师事务所，现为发行人申请首次公开发行股票并在创业板上市项目的专项法律顾问，本所于 2020 年 10 月 23 日出具了《北京大成律师事务所关于蜂助手股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》和《北京大成律师事务所关于蜂助手股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》。

根据深交所下发的审核函〔2020〕010836 号《关于蜂助手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》的要求，本所就《审核问询函》提出的有关事项出具本补充法律意见书（一）。

本补充法律意见书（一）系对《法律意见书》《律师工作报告》的补充，本补充法律意见书（一）应当和《法律意见书》《律师工作报告》一并使用，《法律意见书》《律师工作报告》与本补充法律意见书（一）不一致的内容以本补充法律意见书（一）为准。

一、《审核问询函》问题一：关于历史沿革

根据申报材料：（1）2013年11月，发行人实际控制人罗洪鹏将其持有的发行人60%股权转让给汉鼎信息，对应注册资本600万元，转让总价为3,600万元。2015年6月29日，发行人股东汉鼎信息将持有的发行人20.00%股权转让给罗洪鹏，将持有的5.50%股权转让给华兴金汇，将持有的4.50%股权转让给吴雪锋，对应转让价格分别为2,000万元、550万元、450万元。2019年11月7日，汉鼎信息实际控制人发生变更，并更名为海峡创新。截至目前，海峡创新持有发行人19.97%的股份。（2）2016年9月，发行人在新三板挂牌并于2018年4月从新三板摘牌。（3）2017年5月16日，发行人股东大会通过利润分配方案以截至2016年12月31日的未分配利润向全体股东每10股派现金0.6元（含税），同时每10股送2股，同时以截至2016年12月31日的资本公积向全体股东每10股转增8股。公司的注册资本由3,421.5827万元增加至6,843.1654万元。2018年8月25日，发行人股东大会通过决议，以资本公积金向全体股东每10股转增4股。截至2018年10月18日止，公司已将资本公积2,917.2662万元转增股本，公司注册资本由7,293.1654万元增加至10,210.4316万元。2019年6月30日，发行人股东大会通过决议，以资本公积金向全体股东每10股转增2股。2018年10月后，发行人股东股权转让频繁，发行人每股价格变化较大。（4）律师工作报告显示，发行人存在增加注册资本或变更经营范围未在自变更决议或者决定作出之日起30日内申请工商变更登记的情形、发行人部分会议届数与实际届数不符的情形，工商登记档案资料中记载的相关股东大会、董事会、监事会会议日期等事项与发行人审议上述变更事项的会议实际情况不符等情形。根据发行人的说明，上述瑕疵主要是由于发行人相关经办人员对于相关的登记管理规定不熟悉和笔误所致。

请发行人：

（1）说明历次股权变动的原因、定价依据、支付方式、合规性，股东资金来源及实际支付情况。（2）补充披露发行人历史上多次进行股权送转的原因，2018年10月后股东频繁转让发行人股份的原因及合理性，是否存在纠正代持行为的情形、利益输送或潜在纠纷。（3）说明历次股权变动出资、整体变更、利润分配等事项是否依法履行相关审批程序及纳税申报义务。（4）补充披露是

否存在股权代持、委托持股情形、关联关系或潜在利益关系，发行人报告期内股权权属是否清晰，是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》的相关要求，是否存在纠纷或潜在纠纷。（5）补充披露发行人在新三板上市期间是否存在处罚，信息披露与发行人本次申报信息的差异情况。（6）补充披露发行人引入汉鼎信息的背景，转让发行人股份的原因，定价的公允性，发行人、实际控制人、董监高、主要客户及供应商与汉鼎信息原实际控制人是否存在关联关系，利益、资金往来或代持股份行为，汉鼎信息实际控制人变更对发行人的影响，原实际控制人与现实际控制人是否就发行人股权所属进行特别约定，汉鼎信息实际控制人变更后对发行人股权权属清晰是否构成影响。（7）结合发行人现金流情况，补充披露发行人进行分红的合理性，发行人是否存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬的情形。（8）补充披露发行人在律师工作报告中瑕疵事项的具体情况，产生的原因，相应整改情况，内部制度是否可有效执行，是否对发行人的内控构成影响，对发行人公司治理和内控的有效性的影响。

请保荐人、发行人律师对上述问题发表明确意见，并结合此前不规范情形的轻重或影响程度，全面核查、测试并确认发行人整改后是否已合理、正常运行并持续有效。

【回复】

（一）说明历次股权变动的原因、定价依据、支付方式、合规性，股东资金来源及实际支付情况

1、历次股权变动情况

发行人自前身蜂助手有限设立以来，共发生 23 次股权（股份）转让（不含新三板挂牌期间股票转让）、12 次增资和 1 次整体变更，历次股权变动的原因、定价依据，支付方式、实际支付情况如下：

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|---------|--------------|---|-------------------|-------------|-----------|------|--|
| 1 | 2012.9 | 蜂帮手第一次增资 | 注册资本由 50 万元增至 100 万元，罗洪鹏认缴增资 47.5 万元，区锦棠认缴增资 2.5 万元 | 满足公司业务发展需要和运营发展需要 | 1.00 | 以注册资本定价增资 | 银行转账 | 已出资到位 |
| 2 | 2012.12 | 蜂帮手第二次增资 | 注册资本由 100 万元增至 300 万元，增加的 200 万元均由罗洪鹏认缴 | 满足公司业务发展需要和运营发展需要 | 1.00 | 以注册资本定价增资 | 银行转账 | 已出资到位 |
| 3 | 2013.6 | 蜂帮手第三次增资 | 注册资本由 300 万元增至 1,000 万元，罗洪鹏认缴增资 695 万元，区锦棠认缴增资 5 万元 | 满足公司业务发展需要和运营发展需要 | 1.00 | 以注册资本定价增资 | 银行转账 | 已出资到位 |
| 4 | 2013.11 | 蜂帮手第一次股权转让 | 罗洪鹏将其所持有公司 60% 股权以 3,600 万元转让给汉鼎信息 | 公司业务转型，引入外部股东 | 6.00 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付 1,800 万元，剩余 1,800 万元视为罗洪鹏 2015 年 6 月回购汉鼎信息持有的蜂助手有限 20% 股权的股权回购款的 90%（见本表格序号 5），汉鼎信息不再支付。 |
| 5 | 2015.6 | 更名后的蜂助手有限第二次 | 汉鼎信息将持有的蜂助手有限 20% 股权转让给罗洪鹏，将持 | 公司经营状况向好，罗洪鹏打算收回公 | 10.00 | 各方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|--------|-----------------|--|---|-------------|-----------------------------|-------|--------------------------------|
| | | 股权转让 | 有的蜂助手有限 5.5%股权转让给华兴金汇，将持有的蜂助手有限 4.5%股权转让给吴雪锋 | 司的控制权；华兴金汇和吴雪锋看好公司未来发展，对公司进行投资 | | | | |
| 6 | 2015.7 | 蜂助手有限第三次股权转让 | 汉鼎信息将持有的 3%股权转让给蜂助手资产、华兴金汇将持有的 0.55%股权转让给蜂助手资产、区锦棠将持有的 0.1%的股权转让给蜂助手资产、罗洪鹏将 9%的股权转让给彭建云、罗洪鹏将持有的 9.35%的股权转让给蜂助手资产、罗洪鹏将 11%的股权转让给诺为特 | 1、拟通过蜂助手资产对员工进行激励； 2、彭建云和诺为特看好公司未来发展 | 10.00 | 各方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 7 | 2015.9 | 蜂助手有限整体变更为股份公司 | 股东罗洪鹏、彭建云、吴雪锋、区锦棠、广州诺为特、华兴金汇、汉鼎信息、蜂助手资产以蜂助手有限基准日为 2015 年 7 月 31 日的净资产折股 | 股改 | 净资产折股 | 按基准日为 2015 年 7 月 31 日的净资产折股 | 净资产折股 | 已出资到位 |
| 8 | 2015.9 | 发行人股改后第一次增加注册资本 | 注册资本由 2,800 万元增至 3,021.5827 万元，天星资本认购 221.5827 万股股票 | 引进外部投资者，增强公司资金实力 | 9.02 | 协商以发行人估值 2.73 亿元定价 | 银行转账 | 本次认缴增资后，天星资本未实缴出资。天星资本将其持有的股权转 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|---------|-----------------|--|--|-------------|--------------------------------------|------|---|
| | | | | | | | | 让给其关联方 1 号专项资产管理计划、2 号专项资产管理计划和天星江山，原由天星资本认缴的出资由受让方缴纳。受让方已出资到位。 |
| 9 | 2015.11 | 发行人股改后第一次股份转让 | 天星资本将持有的： 1) 88.6917 万股转让给 1 号专项资产管理计划； 2) 100 万股转让给 2 号专项资产管理计划； 3) 32.891 万股转让给天星江山 | 天星江山、1 号资管计划、2 号资管计划是天星资本的关联企业，这次股权转让属于同一体系内的投资主体的内部调整 | 0 | 不涉及 | 不涉及 | 不涉及 |
| 10 | 2016.3 | 发行人股改后第二次增加注册资本 | 注册资本由 3,021.5827 万元增至 3,121.5827 万元，罗洪鹏认购 100 万股股票 | 为补充公司流动资金，并且巩固实际控制人的控制权 | 9.50 | 参考发行人所处行业、成长性、每股净资产、市盈率等综合因素后，双方协商定价 | 银行转账 | 已出资到位 |
| 11 | 2017.3 | 发行人股改后第三次增加注 | 注册资本由 3,121.5827 万元增至 3,421.5827 万元，其中罗洪 | 为补充公司流动资金，并且巩固实际控 | 9.50 | 综合考虑了公司前次增资价格、所处 | 银行转账 | 已出资到位 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|--------|-----------------|---|------------------|-------------|---|------|--------|
| | | 注册资本 | 鹏认购 180 万股股票，吴雪锋认购 120 万股股票 | 制人的控制权 | | 行业、成长性、每股净资产、市盈率等多种因素，发行人与发行对象协商确定 | | |
| 12 | 2017.8 | 发行人股改后第四次增加注册资本 | 以截至 2016 年 12 月 31 日的未分配利润向全体股东每 10 股送 2 股，同时以截至 2016 年 12 月 31 日的资本公积向全体股东每 10 股转增 8 股，注册资本由 3,421.5827 万元增至 6,843.1654 万元 | 扩大股本规模，分配权益 | 不涉及 | 不涉及 | 不涉及 | 已出资到位 |
| 13 | 2018.5 | 发行人摘牌后第一次股份转让 | 吴雪锋向杭州银湖出让其持有的发行人 16 万股股份 | 个人资金周转需要 | 13.50 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 14 | 2018.7 | 发行人股改后第五次增加注册资本 | 注册资本由 6,843.1654 万元增至 7,293.1654 万元，其中李林谕认购 100 万股股票，南方媒体基金认购 350 万股股票 | 引进外部投资者，增强公司资金实力 | 13.50 | 综合考虑发行人前次增资价格以及公司所处行业、成长性、市盈率、每股净资产等多种因素，发行人与发行对象协商确定 | 银行转账 | 已出资到位 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|---------|-----------------|---|----------------------------|-------------|----------------------------|------|--------|
| 15 | 2018.8 | 发行人摘牌后第二次股份转让 | 周庆向吴雪锋出让其持有的发行人 20 万股股份 | 个人资金周转需要 | 10.50 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 16 | 2018.10 | 发行人股改后第六次增加注册资本 | 以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股，注册资本由 7,293.1654 万元增加至 10,210.4316 万元 | 扩大股本规模，分配权益 | 不涉及 | 不涉及 | 不涉及 | 已出资到位 |
| 17 | 2018.10 | 发行人摘牌后第三次股份转让 | 赵山庆向李潇龙出让其持有的发行人 16.8 万股的股份 | 个人资金周转需要 | 2.86 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 18 | 2018.11 | 发行人摘牌后第四次股份转让 | 彭建云向南京翔云出让其持有的发行人 138.74 万股的股份 | 彭建云是南京翔云的唯一股东，属于同一控制下的内部调整 | 1.26 | 彭建云是南京翔云的唯一股东，属于同一控制下的内部调整 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 19 | 2019.1 | 发行人摘牌后第五次股份转让 | 韩永强向吴雪锋出让其持有的发行人 60.76 万股的股份 | 个人资金周转需要 | 5.34 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 20 | 2019.6 | 发行人摘牌后第六次股份转让 | 赵山庆向邹瑞珍出让其持有的发行人 40.76 万股的股份 | 个人资金周转需要 | 1.77 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 21 | 2019.6 | 发行人摘牌后第七次股份转让 | 天风汇城向睿泓天祺出让其持有的发行人 186 万股的股份 | 天风汇城和睿泓天祺的执行事务合伙 | 5.37 | 天风汇城和睿泓天祺的执行事务合伙 | 银行转账 | 已支付完毕 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|--------|-----------------|--|-------------------------------|-------------|-------------------------------|------|-------------------|
| | | 让 | | 人同为天风天睿，本次转让属于同一体系内的投资主体的内部调整 | | 人同为天风天睿，本次转让属于同一体系内的投资主体的内部调整 | | |
| 22 | 2019.6 | 发行人摘牌后第八次股份转让 | 南京翔云向陈虹燕出让其持有的发行人 74.74 万股的股份 | 个人资金周转需要 | 4.86 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 23 | 2019.6 | 发行人摘牌后第九次股份转让 | 南京翔云向宇然投资出让其持有的发行人 50 万股的股份 | 资金周转需要 | 5.20 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 24 | 2019.8 | 发行人股改后第七次增加注册资本 | 以资本公积金向全体股东每 10 股转增 2 股，注册资本由 102,104,316 元 增加 至 122,525,180 元 | 扩大股本规模，分配权益 | 不涉及 | 不涉及 | 不涉及 | 已出资到位 |
| 25 | 2019.9 | 发行人摘牌后第十次股份转让 | 吴雪锋向陈翠琴出让其持有的发行人 15 万股股份 | 个人资金周转需要 | 10.00 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 26 | 2019.9 | 发行人摘牌后第十一次股份转让 | 陈虹燕向高理中出让其持有的发行人 10 万股股份 | 个人资金周转需要 | 4.50 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 27 | 2019.9 | 发行人摘牌后第十二次股份 | 陈虹燕向田媛媛出让其持有的发行人 88 万股股份 | 个人资金周转需要 | 4.50 | 双方协商 | 不涉及 | 田媛媛没有支付股份转让款，后将股份 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|---------|-----------------|---|--|-------------|--|------|--|
| | | 转让 | | | | | | 转回陈虹燕(详见本表格序号 33) |
| 28 | 2019.10 | 发行人摘牌后第十三次股份转让 | 天风汇城向睿坤津祥出让其持有的 126.2098 万股股份 | 天风汇城和睿坤津祥的执行事务合伙人同为天风天睿, 本次转让属于同一体系内的投资主体的内部调整 | 4.475 | 天风汇城和睿坤津祥的执行事务合伙人同为天风天睿, 本次转让属于同一体系内的投资主体的内部调整 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 29 | 2019.10 | 发行人摘牌后第十四次股份转让 | 陈虹燕向杨卓强出让其持有的发行人 40 万股股份 | 个人资金周转需要 | 8.00 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 30 | 2019.10 | 发行人摘牌后第十五次股份转让 | 陈虹燕向张更生出让其持有的发行人 60 万股股份 | 个人资金周转需要 | 8.00 | 双方协商 | 银行转账 | 张更生支付了 22.5 万股的对价共计人民币 180 万元, 其余 37.5 万股因未支付转让款故转回陈虹燕(详见本表格序号 34) |
| 31 | 2019.10 | 发行人股改后第八次增加注册资本 | 注册资本由 122,525,180 元增至 124,525,180 元, 蜂助手资产认购 200 万股股票 | 激励员工 | 2.00 | 基于激励员工的需要 | 银行转账 | 已出资到位 |
| 32 | 2019.10 | 发行人股改后 | 注册资本由 124,525,180 元增 | 引进外部投资者, 增 | 8.50 | 与发行对象协商确 | 银行转账 | 已出资到位 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|---------|----------------|---|---|-------------|-----------------------------|------|--------|
| | | 第九次增加注册资本 | 至 127,184,000 元, 兰平一号认购 1,176,470 股股票、睿泓天祺认购 588,235 股股票、睿坤津祥认购 588,235 股股票、吴小燕认购 305,880 股股票 | 强公司资金实力 | | 定 | | |
| 33 | 2019.11 | 发行人摘牌后第十六次股份转让 | 田媛媛向陈虹燕出让其持有的发行人 88 万股股份 | 2019 年 9 月, 陈虹燕向田媛媛出让其所持有的发行人 88 万股股票 (见本表格序号 27), 因田媛媛一直未支付转让款, 双方协商后, 田媛媛将所持 88 万股股票转回陈虹燕 | 4.50 | 田媛媛将未支付转让款的 88 万股股票转回陈虹燕 | 不涉及 | 不涉及 |
| 34 | 2019.11 | 发行人摘牌后第十七次股份转让 | 张更生向陈虹燕出让其持有的发行人 37.5 万股股份 | 2019 年 10 月, 陈虹燕向张更生出让其所持有的发行人 60 万股股票 (见本表格序号 30), 因张更生一直未足额支付转让款, 双方协商后, 张更生将其未出资 | 8.00 | 张更生将其未支付转让款的 37.5 万股股票转回陈虹燕 | 不涉及 | 不涉及 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 股权变动内容 | 股权变动的原因 | 价格 (元/股) | 定价依据 | 支付方式 | 实际支付情况 |
|----|---------|----------------|---------------------------------|------------------|-------------|------|------|--------|
| | | | | 的 37.5 万股股票转回陈虹燕 | | | | |
| 35 | 2019.12 | 发行人摘牌后第十八次股份转让 | 陈虹燕向绍兴人之初出让其持有的发行人 47.0588 万股股份 | 个人资金周转需要 | 8.50 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |
| 36 | 2019.12 | 发行人摘牌后第十九次股份转让 | 陈虹燕向于光出让其持有的发行人 125 万股股份 | 个人资金周转需要 | 8.00 | 双方协商 | 银行转账 | 已支付完毕 |

经与发行人现有股东访谈确认，发行人股东出资均系其自有合法资金，资金来源合法合规。

2、前述股权变动程序的合规性

(1) 发行人历次增资程序的合规性

根据发行人的工商登记档案、历次增资的验资报告或验资复核报告，发行人历次增资均已依法履行公司内部决策程序、办理了验资并办理了必要的工商变更登记备案手续，具体情况如下：

| 序号 | 时间 | 事项 | 审批程序 |
|----|---------|-----------------|---|
| 1 | 2012.9 | 蜂帮手第一次增资 | (1) 股东会作出决议，同意公司增资； (2) 广州市工商局天河分局核准此次变更； (3) 广州市东方会计师事务所有限公司出具东验字 2012 第 00054 号《广州蜂帮手网络科技有限公司验资报告》。 |
| 2 | 2012.12 | 蜂帮手第二次增资 | (1) 股东会作出决议，同意公司增资； (2) 广州市工商局天河分局核准此次变更； (3) 广州市东方会计师事务所有限公司出具东验字 2012 第 00072 号《广州蜂帮手网络科技有限公司验资报告》。 |
| 3 | 2013.6 | 蜂帮手第三次增资 | (1) 股东会作出决议，同意公司增资； (2) 广州市工商局天河分局核准此次变更； (3) 广州振和会计师事务所有限公司出具广和验字 (2013)A1142 号《广州蜂帮手网络科技有限公司 2013 年度验资报告》。 |
| 4 | 2015.9 | 发行人股改后第一次增加注册资本 | (1) 2015 年第二次临时股东大会决议同意本次增资； (2) 广州市工商局核准此次变更； (3) 本次认缴增资后，天星资本未实缴出资。天星资本将其持有的股权转让给其关联方 1 号专项资产管理计划、2 号专项资产管理计划和天星江山，原由天星资本认缴的出资由受让方缴纳。受让方已出资完毕，并经利安达验字[2015]沪 A1193 号《验资报告》验资及大华核字[2020]007594 号《蜂助手股份有限公司历次验资复核报告》验资复核。 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 审批程序 |
|----|---------|-----------------|--|
| 5 | 2016.3 | 发行人股改后第二次增加注册资本 | (1) 2016年第一次临时股东大会决议同意本次增资； (2) 广州市工商局核准此次变更； (3) 中兴财光华会计师事务所出具了中兴财光华审验字(2016)第304056号《验资报告》、大华会计师事务所出具大华核字[2020]007594号《蜂助手股份有限公司历次验资复核报告》。 |
| 6 | 2017.3 | 发行人股改后第三次增加注册资本 | (1) 2016年第三次临时股东大会决议同意本次增资； (2) 股转系统已确认备案登记； (3) 广州市工商局核准此次变更； (4) 中兴财光华会计师事务所出具了中兴财光华审验字(2017)第304008号《验资报告》、大华会计师事务所出具大华核字[2020]007594号《蜂助手股份有限公司历次验资复核报告》。 |
| 7 | 2017.8 | 发行人股改后第四次增加注册资本 | (1) 2016年年度股东大会决议同意股份送转方式增资、2017年第一次临时股东大会决议同意变更注册资本； (2) 广州市工商局核准此次变更； (3) 大华会计师事务所出具大华核字[2020]001736号《蜂助手股份有限公司出资复核报告》。 |
| 8 | 2018.7 | 发行人股改后第五次增加注册资本 | (1) 2018年第三次临时股东大会决议同意本次增资； (2) 广州市工商局核准此次变更； (3) 大华会计师事务所出具大华验字[2018]000474号《广东蜂助手网络技术股份有限公司验资报告》。 |
| 9 | 2018.10 | 发行人股改后第六次增加注册资本 | (1) 2018年第四次临时股东大会决议同意本次增资； (2) 广州市工商局核准此次变更； (3) 大华会计师事务所出具了大华核字[2020]001737号《蜂助手股份有限公司出资复核报告》。 |
| 10 | 2019.8 | 发行人股改后第七次增加注册资本 | (1) 2018年年度股东大会决议同意本次增资； (2) 广州市工商局核准此次变更； (3) 大华会计师事务所出具大华验字[2020]000056号《蜂助手股份有限公司验资报告》。 |

| 序号 | 时间 | 事项 | 审批程序 |
|----|---------|-----------------|---|
| 11 | 2019.10 | 发行人股改后第八次增加注册资本 | (1) 2019年第一次临时股东大会决议同意本次增资； (2) 广州市工商局核准此次变更； (3) 大华会计师事务所出具大华验字[2020]000095号《蜂助手股份有限公司验资报告》。 |
| 12 | 2019.10 | 发行人股改后第九次增加注册资本 | (1) 2019年第二次临时股东大会决议同意本次增资； (2) 广州市工商局核准此次变更； (3) 大华会计师事务所出具大华验字[2020]000095号《蜂助手股份有限公司验资报告》。 |

(2) 发行人有限公司时期股权转让程序的合规性

根据发行人的工商登记档案，发行人有限公司时期时的历次股权转让均已依法履行公司内部决策程序并办理了必要的工商变更登记备案手续，具体情况如下：

| 序号 | 时间 | 事项 | 审批程序 |
|----|---------|------------------|--|
| 1 | 2013.11 | 蜂帮手第一次股权转让 | (1) 股东会作出决议，同意股权转让事项； (2) 广州市工商局天河分局核准上述变更。 |
| 2 | 2015.6 | 更名后的蜂助手有限第二次股权转让 | (1) 股东会作出决议，同意股权转让事项； (2) 广州市工商局天河分局核准上述变更。 |
| 3 | 2015.9 | 蜂助手有限第三次股权转让 | (1) 股东会作出决议，同意股权转让事项； (2) 广州市工商局天河分局核准上述变更。 |

(3) 整体变更程序的合规性

根据发行人的工商登记档案等文件，发行人整体变更已依法履行公司内部决策程序，已履行了审计、评估及验资等程序并办理了必要的工商变更登记备案手续，具体如下：

1) 内部决策

2015年9月6日，蜂助手有限召开股东会并作出股东会决议，股东罗洪鹏、彭建云、吴雪锋、区锦棠、广州诺为特、华兴金汇、汉鼎信息、蜂助手资产一致同意，蜂助手有限整体变更为股份有限公司，注册资本由1000万元变更为2800万元。

2015年9月21日，发行人召开创立大会，全体股东审议通过了有关发起人出资情况及折股比例说明的议案，审议通过了股份公司章程，并选举罗洪鹏、区锦棠、丁惊雷、何毅、丁国卿、马银组成股份公司第一届董事会，选举罗洪、周红晶为股份公司股东代表监事，与职工代表监事李泽文组成股份公司第一届监事会。

2) 审计、评估和验资

2015年9月3日，利安达会计师事务所出具了利安达审字[2015]2121号的《广东蜂助手网络技术有限公司审计报告》，确认截至2015年7月31日，蜂助手有限经审计账面净资产为29,545,033.49元。

2015年9月6日，中瑞资产评估公司出具了中瑞评报字[2015]090755308号的《广东蜂助手网络技术有限公司拟进行股份制改造所涉及的股东全部权益价值资产评估报告》（评估基准日为2015年7月31日），蜂助手有限净资产评估值为3,024.12万元。

2015年9月21日，利安达会计师事务所出具了利安达验字[2015]沪A1190号《广东蜂助手网络技术股份有限公司（筹）验资报告》。确认截至2015年9月21日，广东蜂助手网络技术股份有限公司（筹）之全体发起人已按发起人协议书、章程之规定，以其拥有的蜂助手有限2015年7月31日的净资产折股出资并一次缴足注册资本人民币2800万元。

大华会计师事务所受托对公司历次验资情况（截至2020年8月31日）进行复核，2020年9月14日出具了大华核字[2020]007594号《蜂助手股份有限公司历次验资复核报告》，根据该验资复核报告，对发行人净资产折股的实收情况复核情况与利安达验字[2015]沪A1190号《广东蜂助手网络技术股份有限公司（筹）验资报告》一致。

3) 工商变更登记

2015年9月24日，发行人取得了广州市工商局颁发的统一社会信用代码为914401015895112324的《营业执照》。

(4) 发行人变更为股份公司后股份转让程序的合规性

根据《公司法》及《公司登记管理条例》规定，股份公司的股东不是法定

工商登记事项，股东转让股份有限公司股份未明确要求经股东大会审议及办理工商登记，且公司章程亦未规定转让股份需经股东大会审议，据此，发行人变更为股份公司后（2015年9月后）发生的股份转让无需公司股东大会审议批准及办理工商变更登记。

根据发行人提供的股份转让协议，发行人变更为股份公司后历次股份转让均已签订股份转让协议，除田媛媛因未支付全部股份转让款而将股份转回陈虹燕，张更生因未支付37.5万股股份的转让款而将37.5万股股份转回陈虹燕外，转让款已支付完毕。

综上，发行人历次股权变动合法合规。

（二）补充披露发行人历史上多次进行股权送转的原因，2018年10月后股东频繁转让发行人股份的原因及合理性，是否存在纠正代持行为的情形、利益输送或潜在纠纷

1、发行人历史上股权送转的原因

发行人历史上12次增加注册资本，其中3次涉及股权送转，根据发行人的说明，前述股权送转的原因是为了扩大公司的股本规模和向股东分配权益，不存在纠正代持行为的情形、利益输送或潜在纠纷。具体如下：

| 序号 | 时间 | 事项 | 送转股事项 |
|----|---------|-----------------|--|
| 1 | 2017.8 | 发行人股改后第四次增加注册资本 | 以未分配利润向全体股东每10股送2股，同时以资本公积金向全体股东每10股转增8股 |
| 2 | 2018.10 | 发行人股改后第六次增加注册资本 | 以资本公积金向全体股东每10股转增4股 |
| 3 | 2019.8 | 发行人股改后第七次增加注册资本 | 以资本公积金向全体股东每10股转增2股 |

2、2018年10月后股东频繁转让发行人股份的原因及合理性，是否存在纠正代持行为的情形、利益输送或潜在纠纷

根据发行人提供的《股份转让协议》、股东出具的说明及对股东的访谈等材料，2018年10月后，股东转让发行人股份情况如下：

| 序号 | 转让方 | 受让方 | 时间 | 股权变动的原因 |
|----|------|-------|---------|---|
| 1 | 赵山庆 | 李潇龙 | 2018.10 | 赵山庆于发行人在股转系统挂牌期间于2017年购入股份,交易金额共192.6万元,截至2018年10月其第一次转让股份前,赵山庆共计持有发行人112.56万股股份,因赵山庆年事较高(1937年出生)、身体健康状况欠佳,需要资金改善生活,因此2018年下半年开始,拟将所持发行人股份逐渐变现。李潇龙、邹瑞珍认可发行人在行业中的前景,愿意投资入股。 |
| 2 | 赵山庆 | 邹瑞珍 | 2019.6 | |
| 3 | 韩永强 | 吴雪锋 | 2019.1 | 个人资金周转需要 |
| 4 | 天风汇城 | 睿泓天祺 | 2019.6 | 天风汇城和睿泓天祺的执行事务合伙人同为天风天睿,本次转让属于同一体系内的投资主体的内部调整 |
| 5 | 天风汇城 | 睿坤津祥 | 2019.10 | 天风汇城和睿坤津祥的执行事务合伙人同为天风天睿,同一体系内的投资主体的内部调整 |
| 6 | 彭建云 | 南京翔云 | 2018.11 | 彭建云是南京翔云的唯一股东,属于同一控制下的内部调整 |
| 7 | 南京翔云 | 陈虹燕 | 2019.6 | 南京翔云因资金周转需要转让其持有的发行人股份 |
| 8 | 南京翔云 | 宇然投资 | 2019.6 | |
| 9 | 吴雪锋 | 陈翠琴 | 2019.9 | 吴雪锋与陈虹燕系夫妻。陈虹燕与吴雪锋于2019年9月至12月频繁转让股份转让原因是吴雪锋与陈虹燕二人经营家族门窗生意,二人负责门店的经营,吴雪锋姐姐及姐夫负责门窗的制造。2019年7月,由于吴雪锋姐夫病逝,门窗生意出现上游供应商大量催款的情况,生意资金周转出现较大困难,为了保证门窗生意的正常经营及资金周转,二人于是在2019年下半年频繁出让蜂助手股份以筹集资金支付供应商追款。 |
| 10 | 陈虹燕 | 高理中 | 2019.9 | |
| 11 | 陈虹燕 | 田媛媛 | 2019.9 | |
| 12 | 陈虹燕 | 杨卓强 | 2019.10 | |
| 13 | 陈虹燕 | 绍兴人之初 | 2019.12 | |
| 14 | 陈虹燕 | 于光 | 2019.12 | |
| 15 | 陈虹燕 | 张更生 | 2019.10 | |

| 序号 | 转让方 | 受让方 | 时间 | 股权变动的原因 |
|----|-----|-----|---------|---|
| 16 | 田媛媛 | 陈虹燕 | 2019.11 | 2019年9月,陈虹燕向田媛媛出让其所持有的发行人88万股股票,因田媛媛一直未支付转让款,双方协商后,田媛媛将所持88万股股票转回陈虹燕 |
| 17 | 张更生 | 陈虹燕 | 2019.11 | 2019年10月,陈虹燕向张更生出让其所持有的发行人60万股股票,因张更生一直未足额支付转让款,双方协商后,张更生将其未支付转让款的37.5万股股票转回陈虹燕 |

经核查,前述转让均已签订股份转让协议,除田媛媛因未支付全部股份转让款而将股份转回陈虹燕,张更生因未支付37.5万股股份的转让款而将37.5万股股份转回陈虹燕外,转让款项已支付完毕,转让发行人股份的原因合理,不存在纠正代持行为的情形,也不存在利益输送或潜在纠纷。

(三) 说明历次股权变动出资、整体变更、利润分配等事项是否依法履行相关审批程序及纳税申报义务

1、历次股权变动出资、整体变更、利润分配等事项是否依法履行相关审批程序

发行人历次股权变动出资、整体变更、利润分配等事项已依法履行相关审批程序,具体详见本题回复“(一)说明历次股权变动的原因、定价依据、支付方式、合规性,股东资金来源及实际支付情况”之“2、前述股权变动程序的合规性”的内容。

2、历次股权变动出资、整体变更、利润分配等事项是否依法履行纳税申报义务

发行人自前身蜂助手有限设立以来,除认购增资不涉及个人所得税缴纳外,历次股权变动出资、整体变更、利润分配纳税申报情况如下:

(1) 发行人历次股权转让涉及的个人所得税纳税情况

根据发行人提供的股权(股份)转让合同、完税凭证,发行人历次股权转让个人所得税的纳税情况如下:

| 序号 | 股权转让时间 | 转让方 | 受让方 | 交易股数 (万股) | 交易金 额(万 元) | 应缴个人所 得税(万元) | 纳税情况 |
|----|---------|-----|-----------|--------------|------------------|-----------------|--|
| 1 | 2013.11 | 罗洪鹏 | 汉鼎股 份 | 600.00 | 1,800.00 | 299.82 | 已缴纳 |
| 2 | 2015.7 | 罗洪鹏 | 彭建云 | 90.00 | 900.00 | 348.92 | 已缴纳 |
| | | | 广州诺 为特 | 110.00 | 1,100.00 | | 已缴纳 |
| | | 罗洪鹏 | 蜂助手 资产 | 93.50 | 935.00 | | 已缴纳 |
| | | 区锦棠 | 蜂助手 资产 | 1.00 | 10.00 | 1.80 | 已缴纳 |
| 3 | 2018.8 | 吴雪锋 | 杭州银 湖 | 16.00 | 216.00 | 29.39 | 已缴纳 |
| 4 | 2018.8 | 周庆 | 吴雪锋 | 20.00 | 210.00 | 26.26 | 未缴纳，周庆出 具承诺函表示如 因税款问题导致 任何罚款均由其 本人承担，保证 发行人不因其欠 缴行为遭受任何 损失。 |
| 5 | 2018.10 | 赵山庆 | 李潇龙 | 16.80 | 48.00 | 3.86 | 已缴纳 |
| 6 | 2018.11 | 彭建云 | 南京翔 云 | 138.74 | 174.81 | 0.00 | 同一控制下转 让，交易价格低 于持股成本价 格，彭建云表示 本次股份转让无 需缴纳个人所得 税，如需缴纳， 由其个人承担责 任。 |
| 7 | 2019.1 | 韩永强 | 吴雪锋 | 60.76 | 324.46 | 0.00 | 韩永强现已不是 发行人股东，无 法联系核实纳税 |

| 序号 | 股权转让时间 | 转让方 | 受让方 | 交易股数 (万股) | 交易金额 (万元) | 应缴个人所得税 (万元) | 纳税情况 |
|----|---------|-----|-------|--------------|--------------|-----------------|------|
| | | | | | | | 情况 |
| 8 | 2019.6 | 赵山庆 | 邹瑞珍 | 40.76 | 72.00 | 0.46 | 已缴纳 |
| 9 | 2019.9 | 吴雪锋 | 陈翠琴 | 15.00 | 150.00 | 21.14 | 已缴纳 |
| 10 | 2019.9 | 陈虹燕 | 高理中 | 10.00 | 45.00 | 5.32 | 已缴纳 |
| 11 | 2019.10 | 陈虹燕 | 杨卓强 | 40.00 | 320.00 | 49.27 | 已缴纳 |
| 12 | 2019.10 | 陈虹燕 | 张更生 | 22.5 | 180.00 | 27.72 | 已缴纳 |
| 13 | 2019.12 | 陈虹燕 | 于光 | 125.00 | 1,000.00 | 153.98 | 已缴纳 |
| 14 | 2019.12 | 陈虹燕 | 绍兴人之初 | 47.0588 | 399.99 | 62.67 | 已缴纳 |

股东周庆、彭建云已出具承诺函表示如因其转让股份产生任何税务风险，有关税务部门要求补缴税款，或被要求支付滞纳金或因此受到处罚的，其个人将承担相关责任，保证发行人不因此遭受任何损失；韩永强现已不是发行人股东，无法联系其核实纳税情况，发行人对本次股份转让没有代扣代缴税款义务，且韩永强持股成本约为 5.36 元/股，本次股份转让价格为 5.34 元/股，如韩永强涉及应缴个人所得税而未缴情形的，不会对发行人构成重大不利影响。

发行人实际控制人罗洪鹏出具承诺：如发行人的股东根据国家法律、法规、税收征管规定或税收征管机关的要求，须就发行人历次股权转让等相关事宜缴纳税款而未缴纳，并因此导致发行人承担责任或遭受损失的，其将及时、足额地向发行人赔偿其所发生的与此有关的所有损失。

综上，发行人历次股权/股份转让涉及的纳税，发行人已履行规定范围内的义务；根据实际控制人出具的承诺，可能存在的税收补缴事项不会对发行人的利益和经营情况产生不利影响，不会构成发行人本次发行上市的实质性法律障碍。

(2) 发行人股东在整体变更为股份有限公司的个人所得税纳税情况

经核查，发行人整体变更为股份公司时，存在股东以未分配利润和资本公积转增股本的情形。涉及个人所得税纳税情况如下：

| 序号 | 发起人姓名/名称 | 所持股份（股） | 应交个人所得税（元） | 纳税情况 |
|----|----------|-----------|--------------|------|
| 1 | 罗洪鹏 | 8,302,000 | 1,159,020.49 | 已缴纳 |
| 2 | 汉鼎信息 | 7,560,000 | 0.00 | 不涉及 |
| 3 | 蜂助手资产 | 3,640,000 | 508,170.90 | 已缴纳 |
| 4 | 广州诺为特 | 3,080,000 | 429,990.70 | 已缴纳 |
| 5 | 彭建云 | 2,520,000 | 351,810.60 | 已缴纳 |
| 6 | 华兴金汇 | 1,386,000 | 0.00 | 不涉及 |
| 7 | 吴雪锋 | 1,260,000 | 175,905.30 | 已缴纳 |
| 8 | 区锦棠 | 252,000 | 35,181.06 | 已缴纳 |

注：蜂助手资产、广州诺为特所涉应交个人所得税是指合伙企业内自然人合伙人应交个人所得税。

综上，发行人整体变更为股份公司时，股东应缴纳的个人所得税均已申报并缴纳。

（3）发行人股东在利润分配中的个人所得税纳税情况

发行人历史上共进行过 2 次利润分配，具体情况如下：

1) 2017 年 5 月的利润分配情况

2017 年 5 月 16 日，发行人 2016 年年度股东大会决议向全体股东每 10 股送红股 2 股，向全体股东每 10 股派送 0.6 元现金，共计分配现金股利 205.29 万元（含税）。

发行人于 2017 年 6 月实施上述利润分配方案时，股票尚在股转系统挂牌。

根据财税 101 号文规定，股转系统挂牌公司股息红利差别化个人所得税政策，按照该通知规定执行，其他有关操作事项，按照财税 48 号文执行；财税 101 号文第一条、第二条规定，个人从公开发行和转让市场取得的上市公司股票，持股期限超过 1 年的，股息红利所得暂免征收个人所得税。上市公司派发股息红利时，对个人持股 1 年以内（含 1 年）的，上市公司暂不扣缴个人所得税；待个人转让股票时，证券登记结算公司根据其持股期限计算应纳税额，由证券公司等股份托管机构从个人资金账户中扣收并划付证券登记结算公司，证券登记结算公司应于次月 5 个工作日内划付上市公司，上市公司在收到税款当月的法定申报期内向主管税务机关申报缴纳。

财税 48 号文第一条明确,持股期限是指个人取得挂牌公司股票之日起至转让交割该股票之日前一日的持有时间;财税 48 号文第十条明确,挂牌公司、两网公司、退市公司派发股息红利,股权登记日在 2014 年 7 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日的,股息红利所得按照该通知的规定执行。

根据上述,股转系统挂牌公司在派发股息红利时,对于持股期限超过 1 年的,暂免征收个人所得税;对于持股期限 1 个月以上 1 年以内的,挂牌公司暂不扣缴个人所得税,待个人转让股票时,再根据该个人的持股期间计算并扣缴个人所得税,即股转系统挂牌公司股东仅在转让其持有时间未超过 1 年的股权时才应一并缴纳股息红利个人所得税。

经核查,发行人在股转系统挂牌期间,适用上述政策应缴纳股息红利个人所得税的股东共有吴雪锋、周庆及毛岸栋三人,发行人应根据股转系统计算的应纳税额履行申报和缴纳义务,经核查完税凭证,截至本补充法律意见书(一)出具日,吴雪锋、周庆及毛岸栋关于上述分红所得的个人所得税已足额缴纳;发行人自 2018 年 4 月从股转系统摘牌,由于本次利润分配股权登记日为 2017 年 6 月 15 日,仍适用财税 101 号文和财税 48 号文,其他相关股东未发生上述规定中持股期间不足 1 年的情形,不涉及个人所得税申报缴纳。

因此,发行人自然人股东关于上述利润分配所得的个人所得税已足额缴纳。

2) 2018 年 8 月的利润分配情况

2018 年 8 月 25 日,发行人 2018 年第 4 次临时股东大会决议向全体股东每 10 股派送 0.28 元现金,共计分配现金股利 204.21 万元(含税),该次由发行人代扣代缴 79.59 万元,经核查完税凭证,发行人已为自然人股东及合伙企业自然人合伙人代扣代缴本次利润分配涉及的个人所得税,发行人自然人股东及合伙企业自然人合伙人关于上述利润分配所得的个人所得税已足额缴纳。

(四) 补充披露是否存在股权代持、委托持股情形、关联关系或潜在利益关系,发行人报告期内股权权属是否清晰,是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法(试行)》的相关要求,是否存在纠纷或潜在纠纷

经核查,发行人股东之间关联关系详见下表:

| 序号 | 股东名称/姓名 | 股东情况 | 股东之间的关联关系 |
|----|---------|-----------------------------|-------------------------------|
| 1 | 罗洪鹏 | 控股股东、实际控制人 | 蜂助手资产为罗洪鹏实际控制的企业 |
| 2 | 蜂助手资产 | 持股 5%以上股东、员工持股平台、控股股东的一致行动人 | |
| 3 | 吴雪锋 | 持股 5%以上股东、控股股东的一致行动人 | 夫妻 |
| 4 | 陈虹燕 | 公司股东，持股比例为 0.43%，控股股东的一致行动人 | |
| 5 | 广州诺为特 | 持股 5%以上股东、控股股东的一致行动人 | 周莉是广州诺为特的有限合伙人之一 |
| 6 | 周莉 | 公司股东，持股比例为 0.98% | |
| 7 | 睿坤津祥 | 公司股东，持股比例为 1.45% | 睿坤津祥和睿泓天祺均为天风天睿控制下的证券公司私募投资基金 |
| 8 | 睿泓天祺 | 公司股东，持股比例为 2.22% | |

根据对发行人全体股东进行的访谈及发行人出具的书面确认，发行人全体股东不存在股权代持、委托持股情形。除了上述披露的情况外，发行人全体股东不存在关联关系或潜在利益关系，发行人报告期内股权权属清晰，符合《注册办法》的相关要求，不存在纠纷或潜在纠纷。

（五）补充披露发行人在新三板上市期间是否存在处罚，信息披露与发行人本次申报信息的差异情况

1、发行人在新三板上市期间是否存在处罚

经查询股转系统“监管公开信息”、证券期货市场失信记录查询平台，并根据发行人的说明，发行人在新三板上市期间，发行人未曾受到过股转系统或中国证监会的行政处罚。

2、发行人在新三板上市期间的信息披露与发行人本次申报信息的差异情况

经核查，发行人新三板上市期间的公开披露信息与本次申请文件和财务报告的差异情况及原因如下：

| 内容 | 新三板信息披露文件 | 招股说明书 | 差异原因 |
|----------------------|---|---|--------------------------------------|
| 风险因素 | 公开转让说明书：公司规模较小风险；技术过时导致无形资产减值风险；税收优惠变化风险；核心技术人员流失风险；知识产权被侵害风险；互联网系统安全性的风险；销售渠道网络变化风险；运营商合作政策变化风险；控股股东、实际控制人变化对公司经营的风险 | 创新风险；技术升级迭代风险；重要服务或业务的经营业绩风险；市场竞争风险；安全运营风险；资金短缺风险；应收账款发生坏账引致的风险 | 因披露时点不同，面临的风险存在差异 |
| 知识产权和主要技术 | 公开转让说明书：8项注册商标、0项专利权、14项软件著作权 | 发行人拥有24项注册商标，31项专利，软件著作权142项，作品著作权5项 | 发行人研发、技术水平不断提升，新增了商标、发明专利、作品著作权和主要技术 |
| 董事、监事高级管理人员、核心技术人员简历 | 公开转让说明书、定期报告中对董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的任职经历等披露的较为简单 | 招股说明书中对董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简历进行了更为细化、完善的披露 | 根据创业板相关要求，对简历情况进行细化、完善 |
| 关联方及关联关系 | 按照《公司法》《企业会计准则》的要求，列示关联方及关联关系 | 按照《公司法》《企业会计准则》及证监会和创业板相关规定，列示关联方及关联关系 | 由于报告期不同，关联方发生变动，对关联方和关联交易进行更新 |
| 财务数据 | 发行人在挂牌期间披露的最后一次年报为2016年度，与本次申请文件和财务报告不存在重大差异 | - | - |

(六) 补充披露发行人引入汉鼎信息的背景，转让发行人股份的原因，定价的公允性，发行人、实际控制人、董监高、主要客户及供应商与汉鼎信息实际控制人是否存在关联关系，利益、资金往来或代持股份行为，汉鼎信息实际控制人变更对发行人的影响，原实际控制人与现实际控制人是否就发行人股

权所属进行特别约定，汉鼎信息实际控制人变更后对发行人股权权属清晰是否构成影响

1、发行人引入汉鼎信息的背景、转让发行人股份的原因及定价公允性

经访谈罗洪鹏及查阅汉鼎信息出具的说明，罗洪鹏于 2013 年 11 月将其持有蜂助手的 60% 的股权转让给汉鼎信息的原因系汉鼎信息当时拟布局移动互联板块，发行人的业务与汉鼎信息的业务发展目标有一定的契合性，因此双方协商一致，进行了该次股权转让。

根据罗洪鹏与汉鼎信息签订的《股权转让协议书》，确定汉鼎信息以人民币 3600 万元收购罗洪鹏持有的蜂助手 60% 股权，该次股权转让遵循市场定价原则，以截止 2013 年 10 月 31 日经双方共同确认的具有证券资格的立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的净资产为基础，结合后期利润锁定及蜂助手的市场影响力等因素确定定价，定价公允。

2、汉鼎信息转让发行人股权原因及定价公允性

经访谈罗洪鹏及查阅汉鼎信息出具的说明，2015 年开始，手机应用和流量业务发展向好，发行人经营团队找到了盈利的方向，对公司业务发展有了信心，罗洪鹏计划收回蜂助手的控制权，同时为激励员工引入持股平台及其他新的股东，与汉鼎信息协商一致转让部分蜂助手的股权。定价依据是各方在考虑发行人财务状况等综合因素后确定，定价公允。

3、发行人、实际控制人、董监高、主要客户及供应商与汉鼎信息原实际控制人是否存在关联关系，利益、资金往来或代持股份行为

经查阅发行人、发行人实际控制人、发行人董监高、汉鼎信息原实际控制人吴艳、吴艳一致行动人汉鼎宇佑集团有限公司、汉鼎宇佑集团有限公司实际控制人王麒诚出具的确认函、发行人主要客户及供应商的调查表，并经网络核查，发行人、发行人实际控制人、发行人董监高、主要客户及供应商与汉鼎信息原实际控制人不存在关联关系，不存在利益、资金往来或代持股份行为。

4、汉鼎信息实际控制人变更对发行人的影响，原实际控制人与现实际控制人是否就发行人股权所属进行特别约定，汉鼎信息实际控制人变更后对发行人股权权属清晰是否构成影响

经查阅发行人、发行人实际控制人、发行人董监高、汉鼎信息原实际控制

人吴艳、吴艳一致行动人汉鼎宇佑集团有限公司、汉鼎宇佑集团有限公司实际控制人王麒诚、汉鼎信息（现更名为：海峡创新）现控股股东平潭创新股权投资合伙企业（有限合伙）出具的确认函，汉鼎信息原实际控制人与现控股股东之间关于汉鼎信息的《股权转让协议》《股权转让协议补充协议》《放弃表决权协议》，汉鼎信息原实际控制人与现实际控制人未就发行人股权所属进行特别约定，汉鼎信息实际控制人变更后，汉鼎信息仍然持有发行人股权，不影响发行人股权权属清晰。

（七）结合发行人现金流情况，补充披露发行人进行分红的合理性，发行人是否存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬的情形。

1、发行人进行分红的合理性

发行人历史上进行过 2 次现金分红，具体如下：

（1）2017 年 5 月 16 日，公司 2016 年年度股东大会决议向全体股东每 10 股送红股 2 股，向全体股东每 10 股派送 0.6 元现金，共计分配现金股利 205.29 万元（含税）。

（2）2018 年 8 月 25 日，2018 年第四次临时股东大会决议向全体股东每 10 股派送 0.28 元现金，共计分配现金股利 204.21 万元（含税）。

经核查发行人的审计报告，截至 2016 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为 2,334.64 万元，截至 2017 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为 3,133.63 万元，现金分红金额占营运资金比例较低，不会导致公司运营资金出现缺口及影响正常经营，具有合理性。

2、发行人是否存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬的情形

根据《公司章程》：“公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。”报告期内的公司现金分红均符合《公司章程》《公司法》等规章制度及法律法规的有关规定，且履行了必要的审议程序。

报告期内，公司不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬的情形。

综上，发行人财务状况符合公司章程有关现金分红的相关条件，现金分红后不会对公司财务状况造成重大影响，不会影响公司正常经营，具有合理性；发行人不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬的情形。

(八) 补充披露发行人在律师工作报告中瑕疵事项的具体情况，产生的原因，相应整改情况，内部制度是否可有效执行，是否对发行人的内控构成影响，对发行人公司治理和内控的有效性的影响

1、瑕疵事项的具体情况

报告期内，发行人存在的瑕疵情况为工商登记瑕疵，具体如下：

发行人存在迟延办理工商变更备案申请情况：发行人 2016 年 11 月 30 日召开了 2016 年第三次临时股东大会，申请工商登记时间为 2017 年 3 月 10 日；发行人 2017 年 5 月 16 日召开了 2016 年年度股东大会，申请工商登记时间为 2017 年 7 月 17 日；发行人 2018 年 5 月 30 日召开了 2017 年年度股东大会，申请工商登记时间 2018 年 7 月 4 日；发行人 2018 年 8 月 25 日召开了 2018 年第四次临时股东大会，申请工商登记时间 2018 年 10 月 8 日；发行人 2019 年 6 月 30 日召开了 2018 年年度股东大会，申请工商登记时间为 2019 年 8 月 29 日；发行人 2020 年 1 月 11 日召开了 2020 年第一次临时股东大会，申请工商登记时间为 2020 年 2 月 28 日。发行人存在笔误情况：发行人 2019 年 10 月 25 日召开了 2019 年第三次临时股东大会，工商备案资料中笔误为 2019 年第一次临时股东大会，发行人 2018 年 9 月 30 日召开了第二届监事会第一次会议，工商备案资料中笔误为 2018 年 9 月 24 日。

2、瑕疵产生的原因，相应整改情况

上述工商备案信息的瑕疵主要是由于发行人相关经办人员对于工商登记相关法律法规不熟悉，在相关变更事项发生之后，未能及时办理工商登记手续及粗心导致的。

针对上述问题，发行人组织对相关经办人员加强了培训，督促相关责任人对问题进行深入分析和检讨，相关责任人承诺以后绝不会再发生类似情形。

发行人历次变更已被发行人的登记机关准予变更登记，广州市市场监督管理局于 2020 年 3 月 16 日、2020 年 7 月 20 日出具了《证明》，载明报告期内未发现发行人在报告期内被广州市市场监督管理部门行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

同时，发行人实际控制人已承诺如因工商备案瑕疵的问题致使发行人受到行政处罚，将承担一切责任并赔偿全部损失。

3、内部制度是否可有效执行，是否对发行人的内控构成影响，对发行人公司治理和内控的有效性的影响

发行人具有健全的股东大会、董事会、监事会议事规则，上述议事规则符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

发行人报告期内股东大会、董事会、监事会的召开、表决程序、内容及决议签署等相关事宜符合相关法律、法规和规范性文件和公司章程的规定。该等会议通过的各项决议合法有效。

因此，上述工商瑕疵问题仅为发行人内部有效决策后，进行外部行政备案登记手续的瑕疵，对发行人内控制度不构成影响，不影响发行人公司治理和内控的有效性。

（九）核查过程

就上述问题，本所律师履行了以下核查程序：

- 1、核查发行人的工商登记档案资料；
- 2、核查发行人历次股权变动的相关协议、内部决议文件，股权转让的支付凭证、增资的支付凭证、验资报告或复核报告、完税凭证等；
- 3、取得发行人及股权转让方出具的说明，确认 2018 年 10 月及其后历次股份转让的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性等情形；
- 4、对发行人现有股东就股权变动的背景、定价依据、支付方式、合规性，股东资金来源及实际支付情况、是否存在股权代持、委托持股、关联关系或潜在利益关系等情形进行访谈；
- 5、查阅了公司新三板挂牌期间的信息披露文件，并与本次发行上市的《招股说明书》《律师工作报告》《法律意见书》、申报审计报告等申请文件的披露内容进行比对；
- 6、根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则》《全国中小企业股份转让系统自律监管措施和纪律处分实施办法（试行）》等相关规定对股转系统监管公开信息进行查询；
- 7、取得海峡创新（原汉鼎信息）、海峡创新原实际控制人及现实际控制人的说明函、《股权转让协议》《股权转让协议补充协议》和《放弃表决权协议》；
- 8、取得发行人董事、监事和高级管理人员出具的承诺函；

9、取得发行人部分主要客户及供应商的回函，通过“企查查”对发行人主要客户及供应商进行核查验证；

10、查阅发行人《公司章程》、历次“三会”文件，并与工商登记档案资料进行比对，取得发行人实际控制人出具的承诺。

（十）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人设立以来历次股权变动的原因和定价依据合理、均已履行必要的审核程序、现有股东出资均系其自有合法资金，资金来源合法合规。发行人设立以来历次股权变动除资本公积转增股本及田媛媛因未支付全部股份转让款而将股份转回陈虹燕，张更生因未支付 37.5 万股股份的转让款而将 37.5 万股股份转回陈虹燕外，所涉款项均已通过银行转账方式实际支付完毕。

2、发行人历史上进行 3 次股权送转，其原因是为了扩大公司的股本规模和向股东分配权益；发行人 2018 年 10 月后股东共进行了 17 次股份转让，其中 3 次是同一控制下的转让，2 次是因为股份转让款没有支付到位发生股份转回情形，7 次是因为吴雪锋、陈虹燕因自身生意经营原因进行的转让，2 次是因南京翔云自身原因发生的股份转让，2 次是因赵山庆个人原因发生的股份转让，1 次是因韩永强个人原因发生的股份转让，转让发行人股份的原因合理，不存在纠正代持行为的情形、不存在利益输送或潜在纠纷。

3、发行人历次股权变动出资、整体变更、利润分配等事项已依法履行相关审批程序，发行人股东在整体变更、利润分配时均已履行个人所得税纳税义务。发行人历次股权/股份转让涉及的纳税，发行人已履行规定范围内的义务；发行人历次股权转让中，股东周庆、彭建云已出具承诺函表示如因其转让股份产生任何税务风险，有关税务部门要求补缴税款，或被要求支付滞纳金或因此受到处罚的，其个人将承担相关责任，保证发行人不因此遭受任何损失；韩永强现已不是发行人股东，无法联系其核实纳税情况，发行人对本次股份转让没有代扣代缴税款义务，且韩永强持股成本约为 5.36 元/股，本次股份转让价格为 5.34 元/股，如韩永强涉及应缴个人所得税而未缴情形的，不会对发行人构成重大不利影响。根据实际控制人出具的承诺，可能存在的税收补缴事项不会对发行人的利益和经营情况产生不利影响，不会构成发行人本次发行上市的实质性法律

障碍。

4、发行人股东不存在股权代持、委托持股情形，除已披露的股东之间的关联关系外，发行人股东不存在关联关系或潜在利益关系，发行人报告期内股权权属清晰，符合《注册办法》的相关要求，不存在纠纷或潜在纠纷。

5、发行人在新三板上市期间不存在证券监管部门处罚，信息披露与发行人本次申报信息存在小部分差异是因为报告期不同及发行人业务发展等导致的，具有合理性。

6、发行人引入汉鼎信息的背景，转让发行人股份的原因合理，定价公允，发行人、实际控制人、董监高、主要客户及供应商与汉鼎信息原实际控制人不存在关联关系，利益、资金往来或代持股份行为，汉鼎信息原实际控制人与现实际控制人未就发行人股权所属进行特别约定，汉鼎信息实际控制人变更后不影响发行人股权权属清晰。

7、发行人历次分红合理，不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬的情形。

8、发行人律师工作报告中的瑕疵事项为工商瑕疵问题仅为发行人内部有效决策后，进行外部行政备案登记手续的瑕疵，系因经办人员不熟悉相关规定及粗心所致，发行人已经进行整改，内部控制制度有效执行，对发行人内控不构成影响，不影响发行人公司治理和内控的有效性。

二、《审核问询函》问题二：关于一致行动协议

根据申报材料，发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏直接持有公司 29.33% 的股份，为公司第一大股东。其一致行动人蜂助手资产、广州诺为特、吴雪峰、陈虹燕（吴雪峰配偶）分别直接持有公司 7.99%、6.84%、5.23%、0.43% 的股份。其中，蜂助手资产为员工持股平台。广州诺为特的普通合伙人为赵俊晖，有限合伙人为周莉、姜蓓。区锦棠为发行人的创始人之一，目前担任发行人的董事、副总经理，并同时与发行人实际控制人罗洪鹏、一致行动人吴雪峰为发行人购买房产进行担保。区锦棠承诺的锁定期为 12 个月。

请发行人：

(1) 补充披露广州诺为特、吴雪锋、陈虹燕与发行人实际控制人签订一致行动协议的背景，一致行动协议的具体条款，包括但不限于签署时间、协议期限、决策机制、终止条件等。(2) 补充披露未将其余一致行动人认定为实际控制人的依据及合理性，历次股东会决议及董事会决议情况、董事会成员任命情况及日常经营决策情况等事实是否说明公司实际控制人为共同控制。(3) 结合区锦棠对公司经营、决策的影响，补充披露区锦棠未与发行人实际控制人罗洪鹏签订一致行动协议的原因，及区锦棠承诺锁定期为 12 个月与发行人其他董事、高级管理人员存在差异的主要考虑。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

(一) 补充披露广州诺为特、吴雪锋、陈虹燕与发行人实际控制人签订一致行动协议的背景，一致行动协议的具体条款，包括但不限于签署时间、协议期限、决策机制、终止条件等。

1、公司的控股股东、实际控制人

公司的控股股东、实际控制人为罗洪鹏。

截至本补充法律意见书（一）签署日，罗洪鹏直接持有公司 3,730.27 万股股份，占公司全部股份的 29.33%。蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋和陈虹燕为罗洪鹏的一致行动人，合计持有公司 49.82% 的股份。

罗洪鹏作为公司的控股股东、实际控制人，控制公司 49.82% 的股份对应的表决权。罗洪鹏，男，中国国籍，无境外永久居留权，住所为广东省深圳市南山区，身份证号码为 44092119741211****。

2、一致行动协议具体情况

(1) 签署背景

2015 年 8 月，蜂助手因筹备在股转系统挂牌，股东罗洪鹏、吴雪锋、广州诺为特及蜂助手资产共同签署了《一致行动人协议》。协议约定：各方在处理有关公司经营发展且根据公司法等有关法律法规和公司章程需要由公司股东大会、董事会作出决议的事项时均应采取一致行动，协议自签署之日起生效，至公司在股转系统挂牌之日起满 36 个月时终止，有效期满，各方如无异议，自动延期三年。2017 年新三板挂牌期间，吴雪锋配偶陈虹燕通过股转系统交易成为

蜂助手的股东。

鉴于 2015 年 8 月签署的《一致行动人协议》将于 2021 年到期，同时吴雪锋的配偶陈虹燕应被列为一致行动人，2020 年 3 月 1 日，罗洪鹏、吴雪锋、陈虹燕、蜂助手资产、广州诺为特共同签署了《一致行动人协议》。

(2) 一致行动协议的具体条款

| 序号 | 事项 | 具体情况 |
|----|------|---|
| 1 | 签署时间 | 2020 年 3 月 1 日 |
| 2 | 协议期限 | 第 3.1 条：本协议自签署之日起生效，至公司在中国境内首次公开发行股票并上市之日起满 36 个月时终止。 |
| 3 | 决策机制 | 第 2.3 条：各方同意，本协议有效期内，在各方拟就有关公司经营发展的重大事项向股东大会、董事会提出议案前，或在行使股东大会或董事会等事项的表决权之前，各方内部先对相关议案或表决事项进行协调；出现意见不一致时，以罗洪鹏的意见为准。 |
| 4 | 终止条件 | 第 3.2 条：有效期满，各方如无异议，自动延期三年。本协议一经签订即不可撤销，除非经各方协商一致解除或本协议所规定的期限届满。 |

(二) 补充披露未将其余一致行动人认定为实际控制人的依据及合理性，历次股东会决议及董事会决议情况、董事会成员任命情况及日常经营决策情况等事实是否说明公司实际控制人为共同控制。

1、实际控制人的认定依据

(1) 实际控制人及其一致行动人的情况

| 股东名称 | 直接持股比例 (%) |
|-------|------------|
| 罗洪鹏 | 29.33 |
| 蜂助手资产 | 7.99 |
| 广州诺为特 | 6.84 |
| 吴雪锋 | 5.23 |
| 陈虹燕 | 0.43 |

其中，蜂助手资产为蜂助手员工持股平台，该平台实际控制人为罗洪鹏。

(2) 未将其余一致行动人认定为实际控制人的依据及合理性

1) 吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特三名一致行动人不谋取公司控制权

吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特对蜂助手为财务投资，不存在（曾）在蜂助手担任董事、监事或高级管理人员的情况。

自 2015 年 8 月首次签署《一致行动人协议》至今，不存在一致行动人决策不一致的情形。除回避事项，公司股东大会历次会议均以出席股东全票同意通过，公司股东大会决策意见一致，公司的控制权稳定。吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特已出具专项承诺，确认其签署的《一致行动人协议》系其真实意思表示，不谋取公司控制权。

2) 公司不存在规避实际控制人认定的情形

蜂助手资产、广州诺为特除持有公司股权外，不存在其他对外投资的公司，吴雪锋、陈虹燕以经营早田门窗代理销售为主业，除投资蜂助手外，不存在其他对外投资的公司，因此蜂助手资产、广州诺为特、吴雪锋、陈虹燕不存在与公司发生竞争或潜在竞争的风险；同时，前述主体作为实际控制人的一致行动人，均出具了承诺，其所持股份自发行人上市之日起锁定 36 个月，不存在规避实际控制人认定的情形。

(3) 实际控制人对公司股东大会、董事会、董事会成员及公司日常经营的影响

1) 报告期内发行人股东大会、董事会的召开和决议情况

报告期内发行人共召开了 19 次股东大会、24 次董事会，蜂助手资产、吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特在公司股东大会上行使表决权时均与罗洪鹏保持一致，不存在异议或投反对票的情形。

2) 报告期内发行人董事的提名和任免情况

公司第一届董事会共六席董事，由全体发起人股东提名。

公司第二届董事会共九席董事，其中六席由上一届董事会提名，其中董事马银、周为利因个人原因在任期内离职，海峡创新提名增补杨健、王亚楠为公司董事，公司为规范董事会职能，增选了三席独立董事，独立董事均由罗洪鹏提名。

3) 罗洪鹏先生对发行人经营管理的影响

罗洪鹏作为公司创始人，自 2012 年 1 月起分别担任公司的董事长、总经理，是公司的领导核心，对公司战略、发展方向、经营等具有决定性影响力。

(三) 结合区锦棠对公司经营、决策的影响，补充披露区锦棠未与发行人实际控制人罗洪鹏签订一致行动协议的原因，及区锦棠承诺锁定期为 12 个月

与发行人其他董事、高级管理人员存在差异的主要考虑。

1、区锦棠未与发行人实际控制人罗洪鹏签订一致行动协议的原因

(1) 区锦棠作为公司高管与董事长、总经理罗洪鹏高度一致

一致行动人协议中的其他主体，均为未在公司任职或提名任职的股东，与之签署一致行动人协议系为加强在公司决策事宜的一致性。

区锦棠作为公司董事、高级管理人员，主要按照董事会的决策和授权从事发行人的日常管理工作，工作内容侧重于研发管理，对涉及公司发展战略、经营方针和重大投资等决策事项均按总经理、董事会及股东大会的一致意见执行。

(2) 区锦棠持股比例小，对实际控制人的控制权无实质影响

区锦棠作为公司创始股东，自 2012 年 1 月开始直接持有蜂助手股份，截至本补充法律意见书（一）签署日，区锦棠持有公司股份比例为 0.6657%，其持股比例低，对实际控制人的控制权无实质影响。

2、区锦棠与其他董事、高级管理人员锁定期差异的原因

区锦棠作为公司创始股东，自公司设立便直接持股蜂助手，不存在间接持股蜂助手的情况，故其锁定期为上市之日起 12 个月。

公司其他董事、高级管理人员，除罗洪鹏外，均通过蜂助手资产这一持股平台间接持有公司股份。由于罗洪鹏在蜂助手资产持有财产份额并担任普通合伙人、执行事务合伙人，且蜂助手资产与罗洪鹏签署了一致行动人协议，故蜂助手资产承诺锁定期与罗洪鹏直接持股的锁定期一致，均为上市之日起 36 个月。

(四) 核查过程

1、取得 2015 年 8 月首次签署的《一致行动人协议》、2020 年 3 月再次签署的《一致行动人协议》；

2、查阅发行人历次股东大会、董事会文件；

3、取得吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特出具的不谋取公司控制权的专项承诺；

4、查阅发行人设立至今的工商登记档案。

(五) 核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人已补充披露广州诺为特、吴雪锋、陈虹燕与发行人实际控制人签订一致行动协议的背景，一致行动协议的具体条款，包括但不限于签署时间、

协议期限、决策机制、终止条件等。

2、罗洪鹏通过《一致行动人协议》实际控制发行人 49.82%的表决权，并通过董事会任免管理层实现对公司的控制，且罗洪鹏作为公司创始人，对公司战略、发展方向、经营等具有决定性影响力。因此，认定罗洪鹏为公司实际控制人，依据充分。吴雪锋、陈虹燕、广州诺为特三方作为公司的财务投资方，未在公司担任或提名公司董事和/或高级管理人员，无法决定发行人发展战略、经营方针和重大投资等决策事项，并出具了《一致行动人协议》、股份锁定承诺、不谋求公司控制权的承诺等，系实际控制人的一致行动人。发行人实际控制人的认定准确、依据充分。

3、区锦棠未与罗洪鹏签订一致行动人协议的原因系：区锦棠作为公司高管与董事长、总经理罗洪鹏高度一致，且其持股比例小，对实际控制人的控制权无实质影响；区锦棠锁定期与发行人其他董事、高级管理人员存在差异的原因系：区锦棠作为公司创始股东，自公司设立便直接持股蜂助手，不存在间接持股蜂助手的情况，故其锁定期为上市之日起 12 个月。

三、《审核问询函》问题三：关于实际控制人违法违规问题

根据申报材料：（1）2019 年 11 月 2 日 1 时 50 分，发行人控股股东、实际控制人、董事长兼总经理罗洪鹏酒后驾驶被执勤民警查获。2019 年 12 月 2 日，深圳市南山区人民检察院对本案提起公诉。2019 年 12 月 10 日，深圳市南山区人民法院对本案作出判决：罗洪鹏犯危险驾驶罪，判处拘役一个月，缓刑六个月，并处罚金人民币六千元。2020 年 6 月 23 日，深圳市南山区司法局出具“（2020）深南司证字 133 号”《解除社区矫正证明书》，本案件已执行完毕。（2）招股说明书称，上述案件不属于《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》规定的不得存在的五类经济刑事犯罪或重大违法行为，不会影响公司实际控制人、控股股东的董事和高管任职资格，不影响本次发行上市条件，对公司生产经营没有重大影响。

请发行人补充披露发行人实际控制人上述违法行为不构成重大违法行为，不影响公司实际控制人、控股股东的董事和高管任职资格的具体依据，实际控

制人上述违法行为是否构成发行人发行上市的实质性障碍，实际控制人上述违法行为对发行人的影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

（一）本案件不构成触及发行条件的刑事犯罪或重大违法行为

《注册办法》第二章第十三条第二款规定：“最近3年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为……”

1、本案件不构成触及发行条件的刑事犯罪

发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏因醉酒后驾驶机动车，被判处危险驾驶罪，本案件不属于上述条款所述之“贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序”五类严重的经济刑事犯罪。

2、本案件不构成触及发行条件的重大违法行为

发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏醉驾的交通违法行为不构成触及发行条件的重大违法行为，具体分析如下：

（1）根据《关于办理醉酒驾驶机动车刑事案件适用法律若干问题的意见》第一条：“在道路上驾驶机动车，血液酒精含量达到80mg/100ml以上的，属于醉酒驾驶机动车……。”

危险驾驶罪入罪标准为驾驶人员血液酒精含量达到80mg/100ml以上，罗洪鹏被查获时，血液中乙醇含量为91.27mg/100ml，仅略高于危险驾驶罪的入罪标准。

（2）根据《广东省高级人民法院〈关于常见犯罪的量刑指导意见（二）〉实施细则（试行）》第一条关于危险驾驶罪的规定：1、构成危险驾驶罪的，可以在一个月至二个月拘役幅度内确定量刑起点。

危险驾驶罪的基准法定刑为一个月至二个月的拘役，发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏被判处一个月的拘役，其一个月的拘役量刑幅度为最低的量刑，即法院在法定刑的限度内对罗洪鹏进行了从轻处罚。

(3) 根据《中华人民共和国刑法》第七十二条：“对于被判处拘役、三年以下有期徒刑的犯罪分子，同时符合下列条件的，可以宣告缓刑，对其中不满十八周岁的人、怀孕的妇女和已满七十五周岁的人，应当宣告缓刑：（一）犯罪情节较轻；（二）有悔罪表现；（三）没有再犯罪的危险；（四）宣告缓刑对所居住社区没有重大不良影响……”

发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏犯罪情节较轻，因此被宣告缓刑。

综上，本所律师认为，发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏的醉驾行为未对人员及公共设施等造成危害后果，且根据相关规定发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏的行为不属于情节严重的情形，不属于《注册办法》第二章第十三条第二款所指的重大违法行为。

（二）发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏不存在《注册办法》第十三条第三款规定的情况

根据《注册办法》第十三条第三款：“……董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。”

根据《广东省非税收入（电子）票据》和《解除社区矫正证明书》，罗洪鹏已缴纳罚款并依法解除社区矫正，本案件已经执行完毕。

根据深圳市公安局无犯罪记录证明书办事处出具的《证明》，发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏除因犯危险驾驶罪被深圳市南山区人民法院判处拘役一个月，缓刑六个月外，未发现其他犯罪记录在案。

综上，发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏不存在《注册办法》第十三条第三款规定的因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。

（三）本案件不影响发行人实际控制人担任董事和高管的资格

《公司法》规定：“因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年”的，不得担任公司董事和高管。

本案件不属于上述情况，不会影响发行人实际控制人在公司担任董事和高

管的任职资格。

（四）本案件与公司日常经营行为无关，对公司生产经营没有重大不利影响

本案件系发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏的个人行为，与公司日常经营行为无关，不会影响到发行人实际控制人的任职资格，不会对其后续正常履职产生影响，因而对发行人未来生产经营没有重大不利影响。

综上，本案件不属于《注册办法》规定的不得存在的五类经济刑事犯罪或重大违法行为，不属于《公司法》规定的不得担任公司董事和高级管理人员的情形，不会影响公司实际控制人、控股股东的董事和高管任职资格，不影响本次发行上市条件，对公司生产经营没有重大影响。

（五）核查过程

1、访谈了罗洪鹏先生，并取得了罗洪鹏先生签署的访谈文件；

2、取得深圳市公安局取保候审决定书、深圳市公安局鉴定意见通知书、深圳市南山区人民检察院起诉书、广东省深圳市南山区人民法院刑事判决书、社区矫正执行完毕文书《解除社区矫正证明书》、罚款缴纳证明《广东省非税收入（电子）票据》、深圳市公安局无犯罪记录证明书办事处出具的《证明》等凭证；

3、对罗洪鹏先生及发行人及其分、子公司，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员进行了网络核查。

（六）核查意见

经核查，本所律师认为：

罗洪鹏的醉驾违法行为情节较轻，不属于导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣，不构成欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，故罗洪鹏的醉驾违法行为不构成《注册办法》规定的触及发行条件的刑事犯罪或重大违法行为；罗洪鹏刑罚已执行完毕，不存在因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形，不会影响其在公司担任董事和高管的任职资格；本案件不会导致发行人不符合创业板首发上市条件，对发行人未来生产经营没有重大不利影响；综

上，本案件对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

四、《审核问询函》问题四：关于股权激励及股份支付

根据申报材料，发行人 2019 年 9 月 17 日股东大会决议，以广州助蜂资产管理合伙企业（有限合伙）和赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）作为员工持股平台，合计向公司增加注册资本 200.00 万元，每 1 元注册资本对应的认购价格为 2 元。由于发行人为非上市公司，公司的股权没有活跃的市场对价，因此本公司将授予日最近一个交易日“引入外部第三方投资者的股权转让价款”作为授予日股权的公允价值。外部第三方投资者于 2019 年 10 月 7 日以每股 8.5 元的价格对蜂助手进行投资，因此本次涉及的股份支付授予日的每股股权公允价值为 8.5 元。因此，公司将上述授予给激励对象的股份支付 1,300.00 万元认定为存在服务期的以权益结算的股份支付，在等待期内进行分摊。报告期内，2019 年发行人确认股份支付 81.25 万元，2020 年 1-6 月确认股份支付 162.50 万元。

请发行人补充披露：

(1) 股权激励方案相关决议、文件是否符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励方案及决策程序的合法性。(2) 激励员工的任职情况，是否存在代持情形，是否存在不具有主体资格的被激励对象参与股权激励的情况，是否存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形。(3) 股权激励参与对象的资金来源是否合法合规，是否由发行人或实际控制人垫付。(4) 股份支付价格定价依据及公允性，摊销情况是否合理，是否符合会计准则规定。(5) 发行人股权激励是否影响发行人股权清晰、稳定。(6) 张雪欣等 4 人离职后相应份额转让给罗洪鹏是否履行了相应的内部审议程序。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

(一) 股权激励方案相关决议、文件是否符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励方案及决策程序的合法性

1、股权激励方案概述

2019 年 9 月，公司第二届董事会第五次会议、第二届监事会第三次会议、

公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》，该计划具体情况如下：

（1）本激励计划拟授出的权益形式

本激励计划采取的激励形式为限制性股票。

（2）本激励计划拟授出权益涉及的标的股份来源及授予方式

本股权激励所涉及的股份采取公司向激励对象所在持股平台定向发行股份方式进行。激励对象通过认购持股平台出资份额，并按照本计划规定的条件和方式持有本公司的股份。

（3）股份价格

本次授予限制性股票的授予价格为每股 2 元。

（4）股份数量

限制性股票的授予数量不超过 200 万股。

（5）资金来源

认购所需资金，由激励对象以其个人拥有的合法资金支付。公司不为其提供贷款以及其他任何形式的财务资助，包括为其贷款提供担保。

（6）本激励计划的授予日

本激励计划经发行人股东大会审议通过后，公司将在 180 日内向激励对象授予权益，授予日为《股权激励协议》签署日。

（7）激励对象的服务期

激励对象应自《股权激励协议》签署之日 4 年内（下称“服务期”），持续在公司工作，不因其个人原因解除或终止与公司的劳动关系。激励对象在服务期内锁定其获授的限制性股票。

激励对象根据本激励计划获授的限制性股票在服务期内不得转让、用于担保或偿还债务。服务期内激励对象因获授的限制性股票而取得的资本公积转增股本、派发股票红利、配股股份、增发中向原股东配售的股份同时锁定，不得以任何方式转让，该等股份锁定期的截止日期与限制性股票的服务期相同；激励对象因获授的限制性股票而取得的现金股利由公司代管，作为应付股利在服务期结束时向激励对象支付。

公司进行现金分红时，激励对象就其获授的限制性股票应取得的现金分红在

代扣代缴个人所得税后由激励对象享有，原则上由公司代为收取，待该部分限制性股票解锁时返还激励对象；若该部分限制性股票未能解锁，对应的现金分红由公司收回，并做相应会计处理。

2、本激励计划涉及的激励对象的范围及选定依据

- (1) 公司高级管理人员；
- (2) 公司总监及核心骨干员工；
- (3) 公司董事会认为需要激励的其他员工。

确定股权激励计划的激励对象范围的人员时，考虑人员的岗位重要性、服务年限、不可替代性等因素，确定激励对象范围及个量，最后由董事会拟定名单，并经发行人监事会核实确定。

3、本次股权激励员工任职情况

| 序号 | 员工姓名 | 持股平台 | 合伙人类别 | 在公司任职情况 | 间接持有公司股份数（股） | 支付对价（元） |
|----|------|-------|-------|------------------|--------------|---------|
| 1 | 罗洪鹏 | 蜂助手资产 | 普通合伙人 | 蜂助手董事长、总经理 | 398,000 | 796,000 |
| 2 | 韦子军 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手董事、副总经理兼董事会秘书 | 180,000 | 360,000 |
| 3 | 余 彧 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 广州零世纪-事业部总经理 | 85,000 | 170,000 |
| 4 | 王照良 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手监事、汉鼎蜂助手总经理 | 80,000 | 160,000 |
| 5 | 陈克学 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 前海同益-研发中心总经理 | 80,000 | 160,000 |
| 6 | 梁康东 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-部门经理 | 70,000 | 140,000 |
| 7 | 余咏琴 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-财务副经理 | 60,000 | 120,000 |
| 8 | 荣 鹏 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手武汉分公司-大区总监 | 70,000 | 140,000 |
| 9 | 孙俊永 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-部门经理 | 40,000 | 80,000 |
| 10 | 丁惊雷 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手董事、副总经理 | 60,000 | 120,000 |
| 11 | 雷大明 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 汉鼎蜂助手-技术总监 | 35,000 | 70,000 |
| 12 | 徐彩霞 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 广州零世纪-项目经理 | 35,000 | 70,000 |

| 序号 | 员工姓名 | 持股平台 | 合伙人类别 | 在公司任职情况 | 间接持有公司股份数（股） | 支付对价（元） |
|----|------|-------|-------|---------------------------------------|--------------|---------|
| 13 | 蒋德卫 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-商务主管 | 30,000 | 60,000 |
| 14 | 韩佳 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手长沙分公司-大区总监 | 30,000 | 60,000 |
| 15 | 茹正莉 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-售前支持工程师 | 30,000 | 60,000 |
| 16 | 郭洁柔 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-产品经理 | 30,000 | 60,000 |
| 17 | 许志庭 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-部门经理 | 20,000 | 40,000 |
| 18 | 姚斐鸿 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-主管 | 20,000 | 40,000 |
| 19 | 江加芳 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-后端软件工程师 | 20,000 | 40,000 |
| 20 | 姚超茂 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 广州零世纪-测试工程师 | 20,000 | 40,000 |
| 21 | 杨文波 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-技术主管 | 20,000 | 40,000 |
| 22 | 陈基涛 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-前端工程师 | 15,000 | 30,000 |
| 23 | 蔡彬 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-运营主管 | 15,000 | 30,000 |
| 24 | 钟秀婷 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 广州零世纪-商务经理 | 15,000 | 30,000 |
| 25 | 邱金燕 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-运营主管 | 10,000 | 20,000 |
| 26 | 黄俊杰 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-数据分析师 | 10,000 | 20,000 |
| 27 | 任宇 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 汉鼎蜂助手-主管 | 10,000 | 20,000 |
| 28 | 黄镇营 | 蜂助手资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-andriod 工程师，已于 2020 年 11 月 27 日离职 | 2,000 | 4,000 |
| 29 | 马大亮 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-部门经理 | 45,000 | 90,000 |
| 30 | 曾健豪 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-技术主管 | 35,000 | 70,000 |
| 31 | 郑涛 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手深圳分公司-分公司总经理，已于 2020 年 9 月 29 日离职 | 30,000 | 60,000 |
| 32 | 余沛聪 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-UI 设计师 | 30,000 | 60,000 |
| 33 | 郑广彬 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-技术主管 | 30,000 | 60,000 |
| 34 | 廖阳春 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-技术总监 | 30,000 | 60,000 |
| 35 | 麦婉珊 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-商务主管 | 25,000 | 50,000 |
| 36 | 方文浩 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-运营主管 | 25,000 | 50,000 |

| 序号 | 员工姓名 | 持股平台 | 合伙人类别 | 在公司任职情况 | 间接持有公司股份数(股) | 支付对价(元) |
|----|------|------|-------|--------------------------------|--------------|---------|
| 37 | 谭国 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手长沙分公司-市场经理 | 20,000 | 40,000 |
| 38 | 罗周胜 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 汉鼎蜂助手-运维工程师 | 20,000 | 40,000 |
| 39 | 刘建华 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 深圳前海同益-软件经理 | 20,000 | 40,000 |
| 40 | 张雪欣 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 曾任蜂助手-人力资源专员,已于2020年3月19日离职 | 20,000 | 40,000 |
| 41 | 苏恒聪 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-后端软件工程师 | 20,000 | 40,000 |
| 42 | 赵仕杰 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-产品经理 | 20,000 | 40,000 |
| 43 | 何海泉 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-数据库管理工程师 | 20,000 | 40,000 |
| 44 | 王利民 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-运维工程师 | 20,000 | 40,000 |
| 45 | 张睿 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 曾任蜂助手北京分公司-区域总监,已于2020年4月27日离职 | 15,000 | 30,000 |
| 46 | 陈俊健 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 汉鼎蜂助手-主管 | 15,000 | 30,000 |
| 47 | 张松泉 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 曾任蜂助手北京分公司总经理,已于2020年4月27日离职 | 15,000 | 30,000 |
| 48 | 张帆 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-QA工程师 | 10,000 | 20,000 |
| 49 | 谭哲 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-后端软件工程师 | 10,000 | 20,000 |
| 50 | 区铭恒 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-运营策划主管 | 10,000 | 20,000 |
| 51 | 蒋璐 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 曾任蜂助手-前端工程师,已于2020年4月28日离职 | 10,000 | 20,000 |
| 52 | 邝林飞 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 蜂助手-前端工程师 | 10,000 | 20,000 |
| 53 | 蔡永亮 | 助蜂资产 | 有限合伙人 | 广州助蜂-后端软件工程师 | 5,000 | 10,000 |

激励员工均为发行人员工，发行人于 2019 年 9 月 1 日召开第二届董事会第五次会议审议通过了《关于公司股权激励人员名单的议案》，并于当日召开第二届监事会第三次会议对前述名单进行了核实确认。上述员工间接持有蜂助手股份的对价均已支付完毕，系其自有合法收入出资，不存在代持情形，不存在不具有主体资格的被激励对象参与股权激励的情况，不存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形。

经核查发行人报告期内员工花名册、蜂助手资产、助蜂资产的所有合伙人填报的持股平台员工《调查表》、蜂助手资产、助蜂资产自设立以来的银行流水对账单、合伙人转让财产份额时签署的《财产份额转让协议书》、银行转款凭证及发行人、发行人实际控制人的报告期内的银行流水，股权激励参与对象的资金来源是均为员工自有的合法收入，不存在由发行人或实际控制人垫付的情况。

3、股权激励方案决策程序的合法合规性

2019 年 9 月 1 日，公司召开第二届董事会第五次会议，审议通过了《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》《关于变更公司注册资本的议案》《关于公司股权激励人员名单的议案》等议案。

2019 年 9 月 1 日，公司召开第二届监事会第三次会议，审议通过了《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》，并根据激励计划审核了本次股权激励员工名单。

2019 年 9 月 17 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》《关于变更公司注册资本的议案》等议案，公司向员工持股平台蜂助手资产定向增发 200.00 万股股票，价格为 2.00 元/股。2019 年 10 月 28 日，公司完成本次增资的工商变更登记。

公司不存在为本次激励计划确定的激励对象提供财务资助的情形，本次激励计划不存在明显损害公司及全体股东利益的情形，不存在违反有关法律、行政法规的情形，本次激励计划相关议案表决时关联董事、股东已回避表决。

综上，公司股权激励方案相关决议、文件符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，公司股权激励方案及决策程序合法合规。

（二）激励员工的任职情况，是否存在代持情形，是否存在不具有主体资格的被激励对象参与股权激励的情况，是否存在客户、供应商或其他第三方低

价入股的情形。

见本题回复“（一）股权激励方案相关决议、文件是否符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励方案及决策程序的合法性”之“2、本激励计划涉及的激励对象的范围及选定依据”及“3、本次股权激励员工任职情况”之内容。

（三）股权激励参与对象的资金来源是否合法合规，是否由发行人或实际控制人垫付。

见本题回复“（一）股权激励方案相关决议、文件是否符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励方案及决策程序的合法性”之“3、本次股权激励员工任职情况”之内容。

（四）股份支付价格定价依据及公允性，摊销情况是否合理，是否符合会计准则规定。

1、股份支付价格定价依据及公允性

2019年9月17日，蜂助手召开2019年第一次临时股东大会，决议通过以助蜂资产和蜂助手资产作为员工持股平台，合计向公司增加注册资本200.00万元，每1元注册资本对应的认购价格为2元。由实际控制人罗洪鹏作为上述两个持股平台合伙企业的普通合伙人，公司高级管理人员、总监、核心骨干员工及董事会认为需要激励的其他员工作为有限合伙人。2019年10月7日，公司召开2019年第二次临时股东大会，决议通过兰平一号、睿泓天祺、睿坤津祥及吴小燕的股份认购协议，蜂助手分别向前述各位增发117.6470万股股票、58.8235万股股票、58.8235万股股票及30.5880万股股票，价格均为8.50元/股。

根据《首发业务若干问题解答》中关于权益工具公允价值的规定，在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：（1）入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；（2）行业特点、同行业并购重组市盈率水平；（3）股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；（4）熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的PE入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；（5）采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的

估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产。

公司处于业务规模快速拓展阶段，业务发展较快，股份公允价值也不断变化，为了更合理地确认股份支付，提升会计信息质量，公司充分考虑入股时间、投资者对公司业务的了解程度、入股价格的公允性等因素选取 2019 年 10 月投资者增资价格作为此次股份支付的公允价值，主要原因如下：（1）股东大会审议通过 2 次增资扩股决议时间在 30 日内，时间间隔较短；（2）此次股票发行共涉及 4 名投资者，投资者包括外部投资机构和个人，其中又以外部投资机构为主，兰平一号、睿泓天祺、睿坤津祥均为经中国证券投资基金业协会备案的创业投资基金，对外投资管理相对严格且规范；（3）上述投资者基于相对充分的尽职调查，经对公司业务发展情况以及未来规划全面了解后，投资者与公司友好协商并确定股票发行价格，价格确定过程合理，定价符合公平原则。基于上述原因，公司选择此次股票发行价格作为参考依据确认股份支付，其价格具有公允性。

2、股份支付摊销的情况是否合理，是否符合会计准则规定

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》第六条规定，完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

根据《首发业务若干问题解答》中关于计量方式的规定，确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让，完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益。

根据助蜂资产和蜂助手资产合伙协议规定，新增被激励对象，需持续在蜂助手或者下属企业服务四年，且服务期内解除劳动关系的，应将所持激励份额转让给执行事务合伙人或者执行事务合伙人指定的本次员工激励的其他激励对象。合伙协议对服务期限进行了明确约定，因此公司将上述授予给激励对象的

股份支付 1,300.00 万元认定为存在服务期的以权益结算的股份支付，在等待期内进行分摊。

根据上述情况及经大华会计师事务所确认，公司股份支付按照服务期进行摊销符合会计准则规定。

（五）发行人股权激励是否影响发行人股权清晰、稳定。

公司股权激励计划系员工通过持股平台间接持有发行人股票，激励员工承诺 4 年服务期，且根据持股平台的合伙协议约定，服务期内离职应将其持有的财产份额转让给持股平台执行事务合伙人或执行事务合伙人或执行事务合伙人指定的本次员工激励的其他激励对象。

本股权激励计划现已按计划完成相应资金缴纳及工商变更，后续如有受激励员工离职事项，亦可按前述规定处理，对持股平台持有公司股份稳定性不构成影响。

综上，本次股权激励不影响发行人股权清晰、稳定。

（六）张雪欣等 4 人离职后相应份额转让给罗洪鹏是否履行了相应的内部审议程序。

1、关于受激励员工服务期内离职的约定

（1）经公司第二届董事会第五次会议、第二届监事会第三次会议及 2019 年第一次临时股东大会审议《2019 年限制性股票激励计划（修订版）》规定：“服务起内，若激励对象与公司解除劳动关系的，应将所持有的财产份额转让给持股平台执行事务合伙人或持股平台执行事务合伙人指定的其他员工（该员工应属于本次激励对象）……”

（2）员工签署的《股权激励协议》《赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》《广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》就上述事宜再次进行了明确约定。

2、锁定期内实际发生受激励员工离职的，其持有的激励份额处理情况

| 序号 | 姓名 | 签署转让协议时间 | 离职时间 | 合伙企业出具变更决议时间 |
|----|-----|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1 | 张雪欣 | 2020 年 3 月 19 日 | 2020 年 3 月 19 日 | 2020 年 4 月 30 日 |
| 2 | 张睿 | 2020 年 4 月 27 日 | 2020 年 4 月 27 日 | 2020 年 4 月 30 日 |

| | | | | |
|---|-----|-------------|-------------|-------------|
| 3 | 张松泉 | 2020年4月27日 | 2020年4月27日 | 2020年4月30日 |
| 4 | 蒋璐 | 2020年4月28日 | 2020年4月28日 | 2020年4月30日 |
| 5 | 郑涛 | 2020年9月29日 | 2020年9月29日 | 2020年11月3日 |
| 6 | 黄镇营 | 2020年11月13日 | 2020年11月27日 | 2020年11月16日 |

按照《赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》《广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》中的约定，六名员工均将其所持有的合伙企业财产份额转让给执行事务合伙人罗洪鹏，罗洪鹏已支付相应转让款，两合伙企业已完成相应工商变更登记。

前述转让流程符合经董事会、股东大会审议通过的股权激励计划及蜂助手资产、助蜂资产的《合伙协议》的相关约定，无需再履行其他内部审议程序。

（七）核查过程

1、取得发行人出具的说明，查阅蜂助手《2019年限制性股票激励计划（修订版）》《赣州蜂助手资产管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》《广州助蜂资产经营管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》、参与本次股权激励员工签署的《股权激励协议》。

2、取得公司第二届董事会第五次会议、第二届监事会第三次会议、公司2019年第一次临时股东大会会议资料，了解蜂助手资产、助蜂资产合伙人的选择条件和范围，履行的法律程序。

3、取得蜂助手资产、助蜂资产工商登记档案、蜂助手资产、助蜂资产的所有合伙人劳动合同、及其填报的持股平台员工《调查表》、本次股权激励员工认购财产份额的银行转款凭证，报告期内发行人及发行人实际控制人的银行流水，对蜂助手资产、助蜂资产执行事务合伙人罗洪鹏先生进行访谈。

4、取得离职员工的解除劳动关系协议书、其与罗洪鹏签署的《财产份额转让协议》、财产份额转让流水及相应的工商变更档案。

（八）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人已补充披露发行人股权激励方案相关决议、文件符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励方案及决策程序合法合规。

2、发行人已补充披露激励员工的任职情况，不存在代持情形，不存在不具有主体资格的被激励对象参与股权激励的情况，不存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形。

3、发行人已补充披露股权激励参与对象的资金来源是均为员工自有的合法收入，不存在由发行人或实际控制人垫付的情况。

4、发行人已补充披露股份支付价格定价依据及公允性，摊销情况合理，符合会计准则规定。

5、发行人已补充披露，发行人股权激励计划系员工通过持股平台间接持有发行人股票，激励员工承诺4年服务期，且服务期内离职应将其持有的财产份额转让给持股平台执行事务合伙人或执行事务合伙人指定的本次员工激励的其他激励对象，因此本次股权激励不影响发行人股权清晰、稳定。

6、发行人已补充披露张雪欣等人离职后相应份额转让给罗洪鹏的具体情况，转让流程符合经董事会、股东大会审议通过的股权激励计划及蜂助手资产、助蜂资产的《合伙协议》的相关约定，无需再履行其他内部审议程序。

五、《审核问询函》问题五：关于同业竞争及关联企业

根据申报材料，发行人的实际控制人罗洪鹏除持有发行人股份外还分别持有赣州蜂助手、广州助蜂 26.76%、14.66%的股份。根据发行人申报材料，2011年3月至2013年12月，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏曾持有广州磊鑫 41%股权，并担任监事。2016年6月至2017年4月，公司员工罗秋生期间持有流量圈 80%的股权。2016年6月至2020年8月，公司员工罗周胜持有蜂云验证码 80%的股权。2016年6月至2017年4月，公司员工陈梦林持有蜂云验证码 20%的股权。2003年4月至2017年7月，梁世平持有广州宇杰 90%的股权，陈立中持有广州宇杰 10%股权，梁世平、陈立中为公司员工陈梦林的父母。2017年4月，梁世平、陈立中将广州宇杰转让给张定铨、陈冠全。2010年9月至2014年12月，陈梦林在广州宇杰行政部任职。经核查，流量圈的控股股东为萧钦文，实际控制人为陈世科。蜂云验证码的控股股东为罗周胜，实际控制人为陈世科。报告期内，发行人2017年向广州宇杰、流量圈、广州磊鑫的采购金额分别为

1,691.35 万元、1,517.60 万元、799.23 万元。

请发行人补充披露：

(1) 赣州蜂助手、广州助蜂、广州磊鑫、流量圈、广州宇杰报告期内的具体经营业务、主要财务数据，是否存在与发行人主要客户、供应商或其股东、董监高存在交易往来、利益安排等情形，资金往来方与发行人主要客户、供应商是否存在重叠。(2) 发行人董监高、实际控制人罗洪鹏、罗秋生、罗周胜、陈梦林、陈世科及其他关联方股东之间的亲属关系或其他应说明的关系，广州磊鑫、流量圈、广州宇杰股东是否存在为发行人实际控制人及董监高代持股份的情形。(3) 发行人向广州宇杰、流量圈、广州磊鑫采购的具体内容，停止向广州宇杰、流量圈、广州磊鑫采购后，发行人采购相关产品或服务的供应商，与向广州宇杰、流量圈、广州磊鑫采购的价格是否存在较大差异。(4) 向广州流量圈采购和销售通用流量、向广州磊鑫采购和销售分发运营服务、向广州宇杰采购通用流量等同时销售分发运营服务、向广州蜂云销售通用流量的原因、必要性和合理性，补充披露关联交易的具体定价，并与同期其他第三方比较，说明定价是否公允。(5) 上述关联主体是否存在向发行人输送利益、承担成本费用的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

(一) 赣州蜂助手、广州助蜂、广州磊鑫、流量圈、广州宇杰报告期内的具体经营业务、主要财务数据，是否存在与发行人主要客户、供应商或其股东、董监高存在交易往来、利益安排等情形，资金往来方与发行人主要客户、供应商是否存在重叠。

1、蜂助手资产、助蜂资产实际从事业务情况，报告期内的主要财务数据、主要客户、供应商金额及占比，与发行人客户/供应商是否重叠等情况

蜂助手资产、助蜂资产均为持有发行人的股份专设的持股平台，未实际经营，未投资发行人以外的企业。

报告期内，蜂助手资产、助蜂资产的主要财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

| 公司 | 科目 | 2020 年 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
|----|----|--------|--------|--------|--------|
|----|----|--------|--------|--------|--------|

| | | 1-6月 | | | |
|-------|-----|----------|----------|--------|--------|
| 蜂助手资产 | 净利润 | -0.52 | 12.07 | 8.94 | -69.02 |
| | 净资产 | 1,206.04 | 1,265.08 | 877.15 | 868.21 |
| | 总资产 | 1,272.57 | 1,272.74 | 884.81 | 875.23 |
| 助蜂资产 | 净利润 | -0.40 | -0.09 | -1.09 | -0.10 |
| | 净资产 | 838.10 | 838.50 | 736.59 | 737.68 |
| | 总资产 | 841.43 | 840.50 | 738.94 | 739.66 |

经蜂助手资产、助蜂资产书面确认，其各自与发行人的客户、供应商及其股东、董监高不存在交易往来、利益安排等情形，蜂助手资产、助蜂资产的资金往来方与发行人的主要客户、供应商不存在重叠。

2、广州流量圈、广州宇杰及广州磊鑫主营业务及主要财务数据

广州流量圈、广州宇杰及广州磊鑫主要利用运营商渠道资源，从事流量、话费、电信增值业务等相关通信服务业务。

(1) 报告期内，广州流量圈、广州宇杰及广州磊鑫三家公司主要财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

| 公司 | 科目 | 2020年1-6月/ 2020.6.30 | 2019年/ 2019.12.31 | 2018年/ 2018.12.31 | 2017年/ 2017.12.31 |
|-------|------|-------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 广州流量圈 | 营业收入 | 83.10 | 3,388.79 | 5,636.96 | 4,755.52 |
| | 营业成本 | 41.91 | 3,167.35 | 5,447.43 | 4,646.17 |
| | 净利润 | 0.83 | 47.33 | 45.35 | 38.52 |
| | 净资产 | 131.71 | 130.88 | 83.69 | 1.73 |
| | 总资产 | 1,988.50 | 1,987.30 | 2,032.06 | 600.94 |
| 广州宇杰 | 营业收入 | 256.24 | 1,109.99 | 1,853.52 | 2,385.54 |
| | 营业成本 | 184.21 | 897.99 | 1,482.82 | 2,122.73 |
| | 净利润 | 36.23 | 9.67 | 10.69 | 14.82 |
| | 净资产 | 894.83 | 858.60 | 848.94 | 838.25 |
| | 总资产 | 1,230.61 | 1,268.88 | 1,658.75 | 2,013.98 |
| 广州磊 | 营业收入 | 41.72 | 90.77 | 212.50 | 3,014.03 |
| | 营业成本 | 36.24 | 72.62 | 182.78 | 2,910.35 |
| | 净利润 | -1.51 | 8.85 | 9.87 | 13.83 |

| | | | | | |
|---|-----|--------|--------|--------|--------|
| 鑫 | 净资产 | 34.58 | 36.08 | 27.23 | 17.37 |
| | 总资产 | 195.29 | 176.01 | 195.48 | 230.35 |

(2) 报告期内广州流量圈、广州宇杰及广州磊鑫的资金往来方与蜂助手主要客户、供应商重叠情况

1) 三家公司的资金流入方与蜂助手的主要客户、供应商重叠情况

单位：万元

| 公司 | 交易对象 | 2020年 1-6月 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年度 |
|---------------|---------------------|---------------|--------|--------|--------|
| 广州 流量 圈 | 中移互联网有限公司 | - | - | 198.97 | 338.27 |
| | 咪咕数字传媒有限公司 | - | - | 290.66 | 329.08 |
| | 咪咕动漫有限公司 | - | - | 0.39 | - |
| 广州 宇杰 | 中移互联网有限公司 | - | 119.2 | 41.70 | 41.94 |
| | 中移在线服务有限公司 | - | - | - | 205.64 |
| | 咪咕数字传媒有限公司 | 3.50 | 25.32 | 122.56 | 157.06 |
| | 华为软件技术有限公司 | - | - | - | 0.33 |
| | 广州极有汇科技有限公司 | - | 13.03 | - | - |
| 广州 磊鑫 | 中移互联网有限公司 | - | 71.07 | 126.77 | 6.82 |
| | 中国移动通信集团广东有限公司 | - | 21.70 | 106.74 | 50.09 |
| | 中国移动通信集团广东有限公司佛山分公司 | - | - | - | 20.00 |

2) 三家公司的资金流出方与蜂助手的主要客户、供应商重叠情况

单位：万元

| 公司 | 交易对象 | 2020年 1-6月 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年 |
|---------------|----------------|---------------|---------|----------|----------|
| 广州 流量 圈 | 广州彩旗网络技术有限公司 | - | - | 368.00 | - |
| | 中国移动通信集团广东有限公司 | - | 2,456.7 | 2,543.92 | 691.46 |
| | 上海大汉三通无线通信有限公司 | - | - | 3,126.20 | 1,185.00 |
| | 杭州又拍云科技有限公司 | - | 0.30 | 697.90 | 1,246.20 |
| | 深圳腾畅科技有限公司 | - | - | - | 10.00 |
| | 阿里云计算有限公司 | - | - | 8.60 | - |

| 公司 | 交易对象 | 2020年 1-6月 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年 |
|----------|---------------------------|---------------|--------|--------|----------|
| | 南京飞翰网络科技有限公司 | - | 510.85 | 5.00 | - |
| | 江苏欧飞电子商务有限公司 | - | - | 3.00 | - |
| | 中国移动通信集团内蒙古有限公司乌海市海勃湾区分公司 | - | - | - | 1,478.41 |
| | 前海超级前台（深圳）信息技术有限公司 | - | - | 21.67 | - |
| | 北京蜂窝科技有限公司 | - | - | 20.00 | - |
| | 广州旺青网络技术有限公司 | - | - | 331.53 | - |
| 广州 宇杰 | 阿里云计算有限公司 | 0.05 | - | - | 97.39 |
| | 江苏欧飞电子商务有限公司 | - | - | 0.20 | - |
| 广州 磊鑫 | 中国移动通信集团广东有限公司 | 8.50 | 1.00 | 7.00 | 2,000.11 |
| | 阿里云计算有限公司 | 0.27 | - | - | 0.00 |
| | 南京飞翰网络科技有限公司 | 1.70 | - | - | 300.00 |

除前述情况，广州磊鑫、广州流量圈及广州宇杰资金往来方与发行人的主要客户、供应商不存在重叠。前述重叠的客户、供应商主要为中国移动及其关联公司、华为、阿里云计算有限公司等较为有公信力的公司，由于广州磊鑫、广州流量圈及广州宇杰与发行人处于同行业，故与本行业中的重要客户、供应商存在交易符合市场情况，存在合理性。

经广州磊鑫、广州流量圈及广州宇杰三家公司各自书面确认，除上述情况，各自公司与发行人的主要客户、供应商的股东、董监高不存在交易往来、利益安排等情形。经发行人的主要客户、供应商（除部分未回函）回函确认各自公司与广州磊鑫、广州流量圈及广州宇杰及其股东、董监高不存在交易往来、利益安排等情形。

（二）发行人董监高、实际控制人罗洪鹏、罗秋生、罗周胜、陈梦林、陈世科及其他关联方股东之间的亲属关系或其他应说明的关系，广州磊鑫、流量圈、广州宇杰股东是否存在为发行人实际控制人及董监高代持股份的情形。

经核查发行人员工或前员工及其关系密切人员是否存在持有或曾经持有报

告期内的客户、供应商股权或在其公司担任董事、监事或高级管理人员的情况，发现广州磊鑫、广州流量圈、广州蜂云验证码、广州宇杰四家公司存在前述情况，具体情况如下：

| 序号 | 企业名称 | 公司员工或前员工及其关系密切人士与公司的关系 |
|----|------------------|---|
| 1 | 广州磊鑫 | 2011年3月至2013年12月，公司控股股东、实际控制人罗洪鹏曾持有该公司41%股权，并担任监事。 |
| 2 | 广州流量圈 (已注销) | 2016年6月至2017年4月，公司员工罗秋生代陈世科持有广州流量圈80%的股权。 |
| 3 | 广州蜂云验证码 (已注销) | 2016年6月至2020年8月，公司员工罗周胜代陈世科持有广州蜂云验证码80%的股权。 2016年6月至2017年4月，公司员工陈梦林代陈世科持有广州蜂云验证码20%的股权。 |
| 4 | 广州宇杰 | 2003年4月至2017年7月，梁世平持有广州宇杰90%的股权，陈立中持有广州宇杰10%股权，梁世平、陈立中为公司员工陈梦林的父母。 2010年9月至2014年12月，陈梦林在广州宇杰行政部任职。 |

发行人员工陈梦林、罗周胜、罗秋生曾为陈世科代持广州流量圈、广州蜂云验证码的股份，具体原因系：近年来，流量、话费运营等业务受经营环境、相关政策影响变化很快，行业内公司的设立、注销、关停非常频繁和普遍。2016年，由于流量市场发展迅猛，短时间内吸引了众多公司加入。陈世科系公司实际控制人罗洪鹏的同乡，此前从事与电信领域相关的其他业务，大家一直比较熟悉。2016年，陈世科亦开始从事流量业务。根据运营商政策，各家公司在各省运营商只能有一个接口。为了取得更多流量资源，行业内公司常常会与其他熟悉的公司互相转供应流量资源。发行人计划与陈世科的公司开展相互转供应流量资源。应陈世科要求，委托发行人员工陈梦林、罗周胜、罗秋生代为办理了广州流量圈和广州蜂云验证码的工商登记相关事宜并代持股份。

除上述情况，发行人董监高、实际控制人罗洪鹏、其他关联方股东与罗秋生、罗周胜、陈梦林、陈世科之间不存在亲属关系或其他应说明的关系。

根据广州宇杰、广州磊鑫、广州流量圈、广州蜂云验证码所有股东、实际控制人出具的书面声明，并核查了发行人实际控制人及董监高报告期内的银行流水，不存在为发行人实际控制人及董监高代持股份的情形。

(三) 发行人向广州宇杰、流量圈、广州磊鑫采购的具体内容，停止向广

州宇杰、流量圈、广州磊鑫采购后，发行人采购相关产品或服务的供应商，与向广州宇杰、流量圈、广州磊鑫采购的价格是否存在较大差异。

1、关于停止向广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰采购后的说明

(1) 发行人向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的具体内容

单位：万元

| 供应商名称 | 关联交易内容 | 2020年 1-6月 | 2019年 年度 | 2018年度 | 2017年度 |
|-------|--------|---------------|-------------|--------|----------|
| 广州宇杰 | 通用流量 | - | - | - | 1,678.64 |
| 广州流量圈 | 通用流量 | - | - | 4.80 | 1,508.99 |
| 广州磊鑫 | 分发运营服务 | - | - | 4.09 | 97.67 |
| | 通用流量 | | | - | 690.44 |

备注：公司向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购中含少量话费和物联网流量，金额较小，未单独列示。

如上表所示，公司向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购主要集中于 2017 年度，以通用流量为主。

(2) 停止向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购后，发行人采购相关产品或服务的供应商

发行人 2017 年向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的主要流量包类型及停止采购后的供应商情况如下：

| 关联方名称 | 2017年 主要流量包 采购类型 | 2017年订单量占采 购该类型流量包总 数比 | 2018年该类型流量包前五大供应 商 | 是否为 2018年 新增供应 商 |
|-------|------------------------|------------------------------|---|--|
| 广州宇杰 | 广东省 流量包 | 第二大供应商，订 单量占比 9.01% | 1、深圳市荣华世纪商贸有限公司 2、广州漫漫数码科技有限公司 3、上海大汉三通无线通信有限公司 4、深圳腾畅科技有限公司 5、深圳易普森科技股份有限公司 上述 5 家供应商广东省流量包采购 订单占比为 64.82% | 广州漫漫 为 2018 年新增供 应商。 其他企业 非新增 |
| 广州流量圈 | | 第一大供应商，订 单量占比 10.81% | | |
| 广州磊鑫 | | 第六大供应商，订 单量占比 4.55% | | |

由上表可知，公司 2017 年向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的广东省流量包订单占广东省流量包订单的比例为 24.37%，公司并未对上述关联方形成依赖。公司 2017 年共有广东省流量供应商 89 家，订单较为分散。

(3) 与向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的价格是否存在较大差异

发行人向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购通用流量主要集中在 2017 年，且以广东省通用流量为主，由于 2017 年、2018 年正值国家“提速降费”政策的实施期，两年内供应商采购单价呈现较为明显的下降趋势，其中 2018 年 1 季度末，运营商进行了较大规模的价格下调。为提高相关价格比较的可比性，选取 2018 年 1 月作为对比期间，将结束关联方合作后公司向其他主要供应商该期间的采购单价与 2017 年向关联方采购单价进行比较，具体情况如下：

单位：元，不含税

| 期间 | 前三大流量包 | 平均采购单价 | | |
|--------|---------------------|--------|-------|-------|
| | | 广州宇杰 | 广州流量圈 | 广州磊鑫 |
| 2017 年 | 广东移动 1G 流量包（当月有效） | 25.73 | 26.12 | 26.40 |
| | 广东移动 500M 流量包（当月有效） | 15.43 | 15.81 | 15.72 |
| | 广东移动 2G 流量包（当月有效） | 36.96 | 36.30 | 37.40 |

(续)

| 期间 | 流量包类型 | 主要供应商 | | | | | 平均 |
|------------------------------|---------------------|---------------|--------------|----------------|-------------|--------------|-------|
| | | 深圳市荣华世纪商贸有限公司 | 广州漫漫数码科技有限公司 | 上海大汉三通无线通信有限公司 | 深圳市星辰通讯有限公司 | 南京易充网络科技有限公司 | |
| 2018 年 1 月(结 束合作 后) | 广东移动 1G 流量包（当月有效） | 20.89 | 20.85 | 23.25 | 29.25 | 22.57 | 23.36 |
| | 广东移动 500M 流量包（当月有效） | 12.60 | 12.75 | 15.97 | 17.55 | 13.36 | 14.45 |
| | 广东移动 2G 流量包（当月有效） | 29.22 | 29.25 | 34.17 | 40.94 | 31.26 | 32.97 |
| 2017 年 (结束 合作 前) | 广东移动 1G 流量包（当月有效） | 29.31 | - | - | 29.12 | 26.01 | 27.46 |
| | 广东移动 500M 流量包（当月有效） | 15.90 | - | - | 17.45 | 15.59 | 16.06 |
| | 广东移动 2G 流量包（当月有效） | 39.87 | - | - | 40.79 | 36.41 | 38.21 |

备注：1、深圳腾畅科技有限公司和深圳易普森科技股份有限公司非 2018 年 1 月广东省流量主要供应商，故未纳入对比范围；2、深圳市荣华世纪商贸有限公司、深圳市星辰通讯有限公司、南京易充网络科技有限公司为公司 2017 年广东省流量的主要供应商，公司向其采购单价与关联方比较情况详见本题（四）相关回复。

根据上表，2018 年 1 月，公司向停止关联方采购后的主要供应商采购广东移动 1G、500M、2G 流量包（当月有效）的总体平均价格分别为 23.36 元、14.45 元、32.97 元，与关联方 2017 年度采购均价差异不大，但总体呈下降趋势，主要系部分供应商受提速降费影响下调价格所致。

上述供应商中，大部分为公司持续采购的供应商，如深圳市荣华世纪商有限公司、深圳市星辰通讯有限公司、南京易充网络科技有限公司，公司 2017 年度向上述公司的采购价格与向关联方采购价格总体基本相当。2018 年 1 月，除深圳市星辰通讯有限公司价格保持稳定以外，其他两家受提速降费的影响均出现不同程度的价格下调，而同期的广州漫漫数码科技有限公司和上海大汉三通无线通信有限公司的采购价格与上述两家下调后的价格相当。由此可见，2018 年 1 月公司向主要供应商的采购价格出现下降主要是供应商受提速降费影响下调价格所致，而非切换供应商所致。

综上，停止向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购后，公司向相关产品或服务的主要供应商采购的价格与向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的价格差异不大，总体有所下降主要系部分供应商受提速降费影响下调价格所致，而非切换供应商所致。

(四) 向广州流量圈采购和销售通用流量、向广州磊鑫采购和销售分发运营服务、向广州宇杰采购通用流量等同时销售分发运营服务、向广州蜂云销售通用流量的原因、必要性和合理性，补充披露关联交易的具体定价，并与同期其他第三方比较，说明定价是否公允。

1、公司与广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码交易的原因、必要性和合理性

报告期内，公司与广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码四家公司的关联交易主要发生在 2017 年。自 2018 年起，公司除继续完成少量尾单以外，未再主动与上述四家发生交易，2018 年度交易金额很小，2019 年度交易金额为 0 元。2020 年 8 月 3 日，广州流量圈、广州蜂云验证码已完成工商注销。

公司与上述四家关联方发生的分发运营服务、通用流量服务及其他虚拟商品，交易属于双方的主营业务范围，具有商业实质，是双方市场化的选择，交易价格与同期其他无关联第三方相比，定价水平无重大差异，定价水平公允。广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰存在同时为客户及供应商的情况，其原因及合理性如下：

(1) 同时为流量业务供应商和客户的原因

通用流量供应商和客户互相采购的情形是由行业模式所决定，具有合理性。具体分析如下：

通用流量资源是以地市运营商为核心的供应链模式，不同地市、不同时间阶段，各地市运营商会根据自身经营目标完成情况，供应出不同成本折扣、有限供应量的流量资源，流量资源具有较强的区域性、时效性。三大运营商，在全国共计 300 多个地市，拥有近千家地市运营商，流量资源竞争优势各异。流量供应商只有采取整合供应链模式，并且是多层级交叉整合的分发商模式，才能更好地满足三大运营商全国数十亿客户的流量充值服务。

流量资源的区域性、时效性强，决定了各分发商只会在某一时段获取到某一地市、某一面值具有价格、稳定性等优势流量资源，不存在一家分发商同一时间获得所有地市流量资源最优价格的情况，因此各分发商需要通过互相提供资源达到资源互补整合及利润最

大化。

上述流量分发商比价采购的供应模式属于流量运营行业的惯常采购模式。以上市公司彩讯股份（股票代码：300634）的控股子公司深圳腾畅科技有限公司为例，其主营业务为基于运营商流量资源为企业客户提供数字营销服务。根据彩讯股份招股书披露，“发行人从事流量经营业务”、“流量经营业务采购主要由公司子公司深圳腾畅采购部门在市场上寻找合适的供应商，收集价格、数量等因素确定”、“采购对象主要为包括中国移动在内的流量数据供应商或其代理商”。深圳腾畅通过比价方式确定流量供应商，成为其他流量供应商的客户，而其同时是蜂助手流量业务 2018 年度的第四大供应商。非上市公众公司深圳易普森科技股份有限公司为蜂助手的重要供应商，其同时是香港上市流量经营企业西藏福禄网络科技有限公司的客户。

综上所述，流量市场采取分发商模式，并且是多层级交叉整合的分发商模式，是流量市场的主流发展模式，在同行业上市公司、非上市公众公司中也有类似情况。行业中供应商和客户相互采购存在合理性和必要性，符合行业特征。

报告期内，发行人流量客户同为流量供应商的情况汇总如下：

单位：万元

| 类型 | 2020年1-6月 | | 2019年度 | | 2018年 | | 2017年 | |
|------------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|
| | 收入金额 | 采购金额 | 收入金额 | 采购金额 | 收入金额 | 采购金额 | 收入金额 | 采购金额 |
| 同为通用流量业务客户和供应商 | 16.80 | 450.89 | 20.73 | 543.44 | 619.25 | 3,104.01 | 2,230.87 | 3,756.74 |
| 同期通用流量收入/采购总额 | 5,895.99 | 4,640.24 | 14,626.40 | 11,651.26 | 11,398.58 | 8,380.57 | 24,832.72 | 21,891.24 |
| 占当期通用流量收入/采购总额比例 | 0.29% | 9.72% | 0.14% | 4.66% | 5.43% | 37.04% | 8.98% | 17.16% |

报告期内，公司流量客户为流量供应商所对应的收入金额分别为 2,230.87 万元、619.25 万元、20.73 万元、16.80 万元，占各期收

入的比例分别为 8.98%、5.43%、0.14%、0.29%。报告期内交易金额和占比呈下滑趋势，流量客户为流量供应商主要出现在交易对方亦为流量分发商的情况。由于“提速降费”及公司经营策略的转变，公司的客户结构中流量分发商比例逐渐减少，其中 2020 年 1-6 月，同为流量供应商和客户产生的流量收入为 16.8 万元，金额较少，对公司流量运营无重大影响。同时，流量客户为流量供应商的情形具有明显销售或者采购为主要属性的特征，即对方主要为公司的客户或者供应商，相对应的采购金额或者销售金额较少。公司流量客户为流量供应商具有商业合理性。

（2）分发运营客户为应用分发供应商

报告期内，公司应用分发客户为应用分发供应商所涉及的收入金额分别为 1,779.38 万元、1,141.06 万元、115.12 万元和 0.00 万元。占各期收入的比例分别为 4.86%、3.92%、0.27%和 0.00%，报告期内呈下降趋势，其中 2017 年、2018 年应用分发客户为应用分发供应商收入占比较高主要系 2017 年、2018 年存在主要客户同时为蜂助手提供少量 APP 分发推广服务所致。例如，2017 年公司为深圳市拓思创新通信技术有限公司提供“腾讯新闻”、“腾讯视频”、“QQ 阅读”等 APP 的分发推广服务，当年确认收入 1,749.50 万元，同时，深圳市拓思创新通信技术有限公司亦为公司提供“支付宝”、“酷我音乐”、“星月 VR 直播”等 APP 推广服务，当年确认采购金额 20.65 万元。

与通用流量业务类似，公司开展 APP 分发运营业务时，从上游接收推广需求，并向下游渠道进行分发，由于各公司所取得分发资源不同，会存在相互推广的情形。在开展分发运营业务时，计费模式主要分为 CPA 模式（按照新增 APP 有效激活用户数量取得收入）和 CPS 模式（按照 APP 消费金额获取分成收入）两种，推广渠道的开拓对分发运营增量收入具有重要意义，应用分发商之间相互分发应用属于正常的行业现象。同时，分发运营客户为分发供应商的情形具有明显销售或者采购为主要属性的特征，即对方主要为公司的客户或者供应商，相对应的采购金额或者销售金额较少。

公司同为分发运营客户和供应商的情形具有商业合理性和必要性。

2、公司与广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码交易的具体定价及公允性分析

(1) 向广州流量圈采购和销售通用流量的具体情形

报告期内，公司与广州流量圈之间的关联交易情况如下：

单位：万元

| 关联方名称 | 主要交易内容 | | 2020年1-6月 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年度 | 备注 |
|-------|--------|------|-----------|--------|--------|----------|-------------------------|
| 广州流量圈 | 对关联方销售 | 通用流量 | - | - | - | 26.31 | 对广州流量圈销售的通用流量全部为内蒙古地区流量 |
| | 向关联方采购 | 通用流量 | - | - | 4.80 | 1,508.99 | 向广州流量圈主要采购广东省流量 |

备注：公司向广州流量圈采购中含少量话费和物联网流量，金额较小，未单独列示。

由上表可知，报告期内，公司向广州流量圈销售金额较少，主要向其采购通用流量。公司主要向广州流量圈采购广东省流量，向广州流量圈销售内蒙古地区流量，这主要与蜂助手与广州流量圈业务人员所开拓的流量资源不同相关。广州流量圈能够为公司提供较为优质的广东省流量，而蜂助手则利用自身的覆盖能力向广州流量圈提供内蒙古地区流量，公司与广州流量圈之间的交易具有必要性和合理性。公司与广州流量圈采用市场公允定价原则进行交易，因公司主要向广州流量圈采购通用流量，公司2017年向广州流量圈采购通用流量与同期其他第三方对比情况如下：

单位：元，不含税

| 前三大流量包采购品种（2017年度） | 广州流量圈平均采购单价 | 对比企业 | | | | | 平均 |
|--------------------|-------------|-------------|------------|--------------|---------------|-------------|-------|
| | | 深圳市星辰通讯有限公司 | 深圳腾畅科技有限公司 | 南京易充网络科技有限公司 | 深圳市荣华世纪商贸有限公司 | 广州极有汇科技有限公司 | |
| 广东省1G流量（月包） | 26.12 | 29.12 | 26.43 | 26.01 | 29.31 | 26.41 | 27.46 |
| 广东省2G流量（月包） | 36.30 | 40.79 | 36.96 | 36.41 | 39.87 | 37.04 | 38.21 |

| | | | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 广东省 500M 流量（月包） | 15.81 | 17.45 | 15.59 | 15.59 | 15.90 | 15.78 | 16.06 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

由上表可知，发行人向广州流量圈采购单价总体位于同行业可比企业合理区间范围内。与向可比企业采购流量单价不存在明显异常，定价公允。

（2）向广州磊鑫采购和销售分发运营服务的具体情形

单位：万元

| 关联方名称 | 主要交易内容 | | 2020年1-6月 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年度 | 备注 |
|-------|--------|--------|-----------|--------|--------|--------|--|
| 广州磊鑫 | 对关联方销售 | 分发运营服务 | - | - | - | 4.25 | 为其提供“MM 商场 APP”分发服务 |
| | 向关联方采购 | 分发运营服务 | - | - | 4.09 | 97.67 | 广州磊鑫利用自身渠道为公司推广手机百度/可米酷漫画/免费小说全集等 APP 分发服务 |
| | | 通用流量 | - | - | - | 690.44 | 向广州磊鑫主要采购广东省流量 |

备注：公司向广州磊鑫采购中含少量话费，金额较小，未单独列示。

由上表可知，报告期内，公司向广州磊鑫销售金额较小，主要向广州磊鑫采购通用流量及分发运营服务。其中，公司为广州磊鑫提供“MM 商场 APP”分发运营服务，向其采购手机百度、支付宝、可米酷漫画等 APP 分发服务和通用流量。公司为广州磊鑫提供分发运营服务，同时向其采购分发运营服务主要系各方所获取的推广资源不同所致，具有必要性和合理性。

公司与广州磊鑫采用市场公允定价原则进行交易，因公司主要向广州流量圈采购通用流量和分发运营，公司 2017 年向广州流量圈采购通用流量、分发运营与同期其他第三方对比情况如下：

单位：元，不含税

| 前三大流量包采购品种 (2017 年度) | 广州磊鑫平均采购单价 | 对比企业 | | | | | 平均 |
|-------------------------|------------|-------------|------------|--------------|---------------|-------------|----|
| | | 深圳市星辰通讯有限公司 | 深圳腾畅科技有限公司 | 南京易充网络科技有限公司 | 深圳市荣华世纪商贸有限公司 | 广州极有汇科技有限公司 | |
| | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-------------------------|------------|-----------------------------|----------------|--------------|--------------|------------|----------|
| 广东省 1G 流量（月包） | 26.40 | 29.12 | 26.43 | 26.01 | 29.31 | 26.41 | 27.46 |
| 广东省 500M 流量（月包） | 15.72 | 17.45 | 15.59 | 15.59 | 15.90 | 15.78 | 16.06 |
| 广东省 2G 流量（月包） | 37.40 | 40.79 | 36.96 | 36.41 | 39.87 | 37.04 | 38.21 |
| 采购的主要 APP 推广品种（2017 年度） | 广州磊鑫平均采购单价 | 对比企业 | | | | | 平均 |
| 手机百度 | - | 北京天卓科技有限公司 | 深圳市极程互动科技有限公司 | 广州去动网络科技有限公司 | 深圳辉煌明天科技有限公司 | 成都三雅科技有限公司 | - |
| | CPA: 1.58 | CPA:1.70 | CPA:1.70 | CPA:1.70 | CPA:1.70 | CPA:1.51 | CPA:1.66 |
| 可米酷漫画 | - | 深圳市极程互动科技有限公司 | 上海二三四五移动科技有限公司 | 无其他可比企业 | | | |
| | CPA:1.32 | CPA:0.94 | CPA:1.42 | - | | | CPA:1.18 |
| 免费小说全集 | CPA:1.32 | 无其他可比企业（广州磊鑫为本 APP 唯一推广供应商） | | | | | - |

由上表可知，公司向广州磊鑫流量采购单价总体位于同行业可比企业合理区间范围内。2017 年公司向广州磊鑫采购的手机百度、可米酷漫画、免费小说全集等 APP 分发运营服务整体单价位于同行业可比范围内，与可比企业不存在明显异常。其中深圳市极程互动科技有限公司分发可米酷漫画 APP 单价较低，主要系因为其为公司手机预装（交付给用户前安装一系列 APP）APP 的供应商，在安装 APP 合集的过程中给予的优惠较多。综上，公司与广州磊鑫的主要业务交易定价公允。

（3）向广州宇杰采购通用流量等同时销售分发运营服务的具体情形

单位：万元

| 关联方名称 | 主要交易内容 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 | 备注 |
|-------|--------|--------------|---------|---------|---------|----|
|-------|--------|--------------|---------|---------|---------|----|

| | | | | | | | |
|------|--------|--------|---|---|---|----------|----------------------------------|
| 广州宇杰 | 对关联方销售 | 分发运营服务 | - | - | - | 211.79 | 为广州宇杰提供“MM 商场 APP”、“翼支付 APP”分发服务 |
| | 向关联方采购 | 通用流量 | - | - | - | 1,678.64 | 主要向广州宇杰采购广东省流量 |

备注：发行人向广州宇杰采购中含少量话费，金额较小，未单独列示。

公司 2017 年主要向广州宇杰采购通用流量，主要系因为广州宇杰拥有较为丰富的通用流量资源。同时，公司为其提供“MM 商场 APP”、“翼支付 APP”推广服务。APP 作为虚拟商品的一种类型，均为上游企业提供，与通用流量不同之处在于其主要由上游开发者支付，而通用流量由下游支付。“MM 商场 APP”为中国移动旗下 APP，“翼支付 APP”为中国电信旗下 APP，与通用流量的最终来源一致。广州宇杰取得流量资源和 APP 资源后，由公司向下游行业分发，由于结算方向的区别导致广州宇杰即为公司分发客户又为通用流量供应商。

公司与广州宇杰采用市场公允定价原则进行交易，公司 2017 年向广州宇杰采购通用流量、提供分发运营与同期其他第三方对比情况如下：

单位：元，不含税

| 前三大流量包采购品种（2017 年度） | 广州宇杰平均采购单价 | 对比企业 | | | | | 平均 |
|-------------------------|------------|-------------|------------|--------------|---------------|-------------|-------|
| | | 深圳市星辰通讯有限公司 | 深圳腾畅科技有限公司 | 南京易充网络科技有限公司 | 深圳市荣华世纪商贸有限公司 | 广州极有汇科技有限公司 | |
| 广东省 1G 流量（月包） | 25.73 | 29.12 | 26.43 | 26.01 | 29.31 | 26.41 | 27.46 |
| 广东省 500M 流量（月包） | 15.43 | 17.45 | 15.59 | 15.59 | 15.90 | 15.78 | 16.06 |
| 广东省 2G 流量（月包） | 36.96 | 40.79 | 36.96 | 36.41 | 39.87 | 37.04 | 38.21 |
| 推广的主要 APP 推广品种（2017 年度） | 广州宇杰平均销售单价 | | | 中移互联网有限公司 | | | 平均 |

| | | | |
|-------|----------------------------------|--|-----|
| MM 商场 | CPS:95% (广州宇杰将获取的上游酬金向蜂助手支付 95%) | CPS:30%-40% (中移互联网有限公司为 MM 商场 APP 开发者) | 不适用 |
| 翼支付 | CPS:90% | 无可比公司 (唯一客户) | 不适用 |

由上表可知，由上表可知，公司向广州宇杰流量采购单价总体位于同行业可比企业合理区间范围内。

MM 商场属于中国移动旗下 APP，中移互联网将运营 MM 商场时，代计费部分（话费支付部分）的收益向下游企业进行分成，分成比例为 30%-40%。广州宇杰作为运营商的代理商，其收到由蜂助手推广而最终产生运营商分成后，需向蜂助手支付 95% 的佣金，广州宇杰具有适当的盈利空间。公司在承接其他项目也存在类似的模式，如 2018 年与深圳飓风传媒科技有限公司在合作咪咕系列 APP 推广时，深圳飓风传媒科技有限公司从运营商收到结算款后向公司支付 95% 分成，2018 年公司在推广咪咕游戏时也存在与推广商分成的方式（如向南京火钻信息科技有限公司分成 97%）。此类定价方式属于行业内正常模式，公司为广州宇杰推广 MM 商场 APP 定价公允。

综上，公司与广州宇杰的业务交易定价公允。

(4) 向广州蜂云验证码销售通用流量的具体情形

单位：万元

| 关联方名称 | 主要交易内容 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 | 备注 |
|---------|--------|--------------|---------|---------|---------|-----------------------------|
| 广州蜂云验证码 | 通用流量 | - | - | - | 349.89 | 主要向广州蜂云验证码销售广东省、内蒙古地区、重庆市流量 |

广州蜂云验证码在 2017 年曾短暂经营流量分发业务，其向公司采购通用流量具有合理性。

公司与广州蜂云验证码采用市场公允定价原则进行交易，公司 2017 年向广州蜂云验证码销售通用流量与同期其他第三方对比情况

如下：

单位：元，不含税

| 前三大流量包销售品种（2017年度） | 广州蜂云验证码平均销售单价 | 对比企业 | | | | | |
|--------------------|---------------|---------------|----------------|---------------|------------|--------------|-------|
| | | 深圳市东恒网络科技有限公司 | 普信天下(成都)商贸有限公司 | 北京汇安融信息技术有限公司 | 湖南金朋科技有限公司 | 广州点博网络技术有限公司 | 平均 |
| 广东省 500M 流量（月包） | 15.40 | 15.93 | 17.85 | 15.28 | 16.30 | 15.96 | 18.50 |
| 广东省 1G 流量（月包） | 25.39 | 26.38 | 29.38 | 25.65 | 27.78 | 24.83 | 30.55 |
| 广东省 100M 流量（月包） | 4.42 | 4.33 | 4.49 | 4.29 | 4.89 | 4.92 | 5.36 |

由上表可知，由上表可知，公司向广州蜂云验证码销售单价总体位于同行业可比企业合理区间范围内，不存在明显溢价销售情形，双方定价公允。

（五）上述关联主体是否存在向发行人输送利益、承担成本费用的情形。

报告期内，广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码与公司的关联购销交易主要发生在 2017 年度，关联交易定价公允；自 2018 年起，上述四家公司除继续完成少量尾单以外，未再与公司发生交易。上述关联主体报告期内不存在为发行人承担成本费用或利益输送和其他利益安排情形的情况。

广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰及广州蜂云验证码的所有股东、实际控制人声明不存在为发行人承担成本费用或利益输送和其他利益安排情形的情况。

（六）核查过程

1、核查了蜂助手资产、助蜂资产、广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰的工商档案；

2、核查了蜂助手资产、助蜂资产、广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰报告期内的财务报表；

3、核查广州流量圈、广州磊鑫、广州宇杰报告期内银行账户流水；

4、取得蜂助手资产、助蜂资产出具的说明，广州磊鑫、广州宇杰回复的调查问卷；

5、向蜂助手报告期内主要客户、供应商发出调查问卷，取得大部分回函；

6、取得蜂助手董事、监事、高级管理人员出具的关联方调查表；

7、取得广州流量圈的实际控制人陈世科，股东萧钦文、温雪莲、广州磊鑫的股东高翔、王军，广州宇杰的股东张定铨、陈冠全七人分别出具的声明与承诺；

8、取得公司董事、监事及高级管理人员出具的承诺函；

9、核查报告期内发行人向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的具体内容，发行人停止向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购后，发行人采购相关产品或服务的供应商的采购情况；

10、访谈公司财务总监。

（七）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人已补充披露蜂助手资产、助蜂资产、广州磊鑫、广州流量圈、广州宇杰报告期内的具体经营业务、主要财务数据、报告期内广州磊鑫、广州流量圈、广州宇杰与发行人主要客户、供应商交易往来情况。报告期内，不存在蜂助

手资产、广州助蜂、广州磊鑫、广州流量圈、广州宇杰与发行人主要客户、供应商的股东、董监高交易往来、利益安排等情形，资金往来方与发行人主要客户、供应商重叠已如实披露。

2、发行人董监高、实际控制人罗洪鹏、罗秋生、罗周胜、陈梦林、陈世科及其他关联方股东之间的亲属关系或其他应说明的关系已如实披露，广州磊鑫、广州流量圈、广州宇杰股东不存在为发行人实际控制人及董监高代持股份的情形。

3、发行人已补充披露向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购的具体内容；停止向广州宇杰、广州流量圈、广州磊鑫采购后，2018 年度，发行人采购相关产品或服务的主要供应商综合平均单价较 2017 年度不存在重大差异。

4、发行人已补充披露向广州流量圈采购和销售通用流量、向广州磊鑫采购和销售分发运营服务、向广州宇杰采购通用流量等同时销售分发运营服务、向广州蜂云验证码销售通用流量的原因，具有必要性和合理性，已补充披露关联交易的具体定价，并与同期其他第三方比较，相关定价公允。上述关联主体不存在向发行人输送利益、承担成本费用的情形。

六、《审核问询函》问题六：关于收购控股公司及注销子公司

根据申报材料：（1）2017 年 3 月 13 日，广州零世纪股东会决议通过王旺先将其占广州零世纪的 90%股权转让给发行人。（2）2017 年 12 月 19 日，成都助蜂股东会决议通过武汉极讯软件有限责任公司和成都微风企业管理咨询有限公司将各自持有的成都助蜂的股权（实缴 0 万元）全部转让给发行人，同意成都助蜂注册资本由 100 万元变更为人民币 1000 万元，其中本次新增认缴出资人民币 900 万元由发行人认缴。（3）2017 年 3 月 29 日东莞蜂联股东会决议通过陈昌林将占东莞蜂联注册资本 51%的股权以 0 元的价格转让给发行人。（4）汉鼎蜂助手 2019 年 4 月 10 日注册，汉鼎蜂助手注册资本为 5000 万元，其中由发行人以货币形式认缴出资 3000 万元，汉鼎宇佑以货币形式认缴出资 2000 万元。2020 年 4 月 21 日，汉鼎蜂助手股东会决议同意，股东汉鼎宇佑将所持有的汉鼎蜂助手 20%股权认缴注册资本 1000 万元以 0 元人民币的价格转让给同为汉鼎蜂助手股东的发行人。标的股权对应的出资义务没有履行，该出资义务随本次股权转让转移。（5）深圳网诚系发行人持股 100%的全资控股子公司，480 万元人民币，

于 2020 年 5 月 29 日注册并于 2020 年 7 月 23 日注销。

请发行人补充披露：

(1) 发行人受让上述股权对应的转让价格、定价依据及公允性，相关股东及发行人是否已履行出资义务，受让股权时标的公司的主要经营业务及财务数据。(2) 发行人受让上述标的公司股权前，各标的公司之间是否存在关联关系，是否存在构成重大资产重组的情形。(3) 汉鼎宇佑与发行人 2019 年 4 月共同设立汉鼎蜂助手，2020 年 4 月将所持份额全部转让给发行人的原因。(4) 深圳网诚注销的原因，是否存在违法违规行为，是否存在纠纷或潜在纠纷，相关债务和人员处置是否合法合规及依据。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

(一) 发行人受让上述股权对应的转让价格、定价依据及公允性，相关股东及发行人是否已履行出资义务，受让股权时标的主要经营业务及财务数据。

1、发行人受让取得广州零世纪、东莞蜂联、成都助蜂和汉鼎蜂助手股权的具体情况

| 序号 | 股权转让工商变更时间 | 出让方 | 受让方 | 转让标的 | 转让价格 | 定价依据及公允性 | 注册资本缴纳情况（单位：万元） | | |
|----|------------|------------------|-----|------------|------|--|-----------------|--------------------------|---------------------------|
| | | | | | | | 认缴金额 | 实缴金额 | 未实缴完毕的原因 |
| 1 | 2017年3月21日 | 王旺先 | 蜂助手 | 广州零世纪90%股权 | 0元/股 | 出让方未履行转让股权对应的出资义务，该出资义务随本次股权转让由蜂助手承担，且股权转让时标的公司均处于亏损状态，故均以0元/股进行转让，定价公允。 | 1,000.00 | 1,000.00 | - |
| 2 | 2017年4月19日 | 陈昌林 | 蜂助手 | 东莞蜂联51%股权 | 0元/股 | | 500.00 | 500.00 | - |
| 3 | 2018年1月24日 | 武汉极讯软件有限责任公司 | 蜂助手 | 成都助蜂10%股权 | 0元/股 | | 1000.00 | 470.00 | 未到章程约定的缴纳时间（2030年12月31日前） |
| | | 成都微风企业管理咨询咨询有限公司 | 蜂助手 | 成都助蜂20%股权 | | | | | |
| 4 | 2020年5月26日 | 汉鼎宇佑 | 蜂助手 | 汉鼎蜂助手20%股权 | 0元/股 | 4,000.00 | 2,250.00 | 未到章程约定的缴纳时间（2029年5月31日前） | |

注：注册资本缴纳情况为截至本法律意见书出具之日。

2、公司受让上述公司股权时的主要经营业务及主要财务状况

(1) 广州零世纪主营业务为游戏运营，主要财务状况（未经审计）如下：

单位：万元

| 科目 | 营业收入 | 营业成本 | 净利润 | 净资产 | 总资产 |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2016年12月31日/ 2016年度 | 994.27 | 946.00 | -30.60 | 169.40 | 188.42 |

(2) 东莞蜂联主营业务尚未开展，主要财务状况（未经审计）如下：

单位：万元

| 科目 | 营业收入 | 营业成本 | 净利润 | 净资产 | 总资产 |
|------------------------|------|------|-------|-------|-------|
| 2016年12月31日/ 2016年度 | 0.00 | 0.00 | -1.33 | 96.67 | 96.97 |

(3) 成都助蜂主营业务尚未开展，主要财务状况（未经审计）如下：

单位：万元

| 科目 | 营业收入 | 营业成本 | 净利润 | 净资产 | 总资产 |
|------------------------|------|------|-------|-------|-------|
| 2017年12月31日/ 2017年度 | 0.00 | 0.00 | -0.32 | 69.67 | 69.81 |

(4) 汉鼎蜂助手主营业务为物联网智能硬件销售，主要财务状况（未经审计）如下：

单位：万元

| 科目 | 营业收入 | 营业成本 | 净利润 | 净资产 | 总资产 |
|------------------------|--------|--------|---------|----------|----------|
| 2019年12月31日/ 2019年度 | 224.93 | 367.91 | -368.04 | 1,451.96 | 1,528.22 |

(二) 发行人受让上述标的公司股权前，各标的公司之间是否存在关联关系，是否存在构成重大资产重组的情形。

1、各标的公司之间关联关系的核查情况

| 序号 | 标的公司 | 转让前股权结构 | | 转让前实际控制人 | 转让前董监高 |
|----|-------|---------|------|----------|------------------------------|
| | | 股东 | 持股比例 | | |
| 1 | 广州零世纪 | 王旺先 | 90% | 王旺先 | 执行董事兼经理：王旺先 监事：李泽文 |
| | | 蜂助手 | 10% | | |
| 2 | 东莞蜂联 | 陈昌林 | 51% | 陈昌林 | 执行董事：陈昌林 经理：丁惊雷 监事：吴荣昌 |
| | | 蜂助手 | 49% | | |

| 序号 | 标的公司 | 转让前股权结构 | | 转让前实际控制人 | 转让前董监高 |
|----|-------|----------------|-----|----------|--|
| 3 | 成都助蜂 | 蜂助手 | 70% | 罗洪鹏 | 执行董事：沈金辉 经理：陈刚 监事：李泽文 |
| | | 成都微风企业管理咨询有限公司 | 20% | | |
| | | 武汉极讯软件有限责任公司 | 10% | | |
| 4 | 汉鼎蜂助手 | 蜂助手 | 60% | 罗洪鹏 | 董事：周为利、杨健、韦子军、罗洪鹏、王照良 经理：王照良 监事：王艳 |
| | | 汉鼎宇佑 | 40% | | |

经核查，转让前成都助蜂与汉鼎蜂助手为蜂助手同一控制下的公司，除此之外，各标的公司不存在其他关联关系。

2、前述股权转让是否存在构成重大资产重组的核查

根据广州零世纪、东莞蜂联、成都助蜂和汉鼎蜂助手未经审计的财务数据：

(1) 2017 年，蜂助手受让广州零世纪 90% 股权不构成重大资产重组

2016 年度，广州零世纪财务数据及与蜂助手同期财务指标的比例如下：

单位：万元

| 项目 | 广州零世纪 | 蜂助手 | 占比 (%) |
|------|--------|-----------|--------|
| 营业收入 | 994.27 | 30,224.67 | 3.29 |
| 资产总额 | 188.42 | 12,452.13 | 1.51 |
| 资产净额 | 169.40 | 8,837.61 | 1.92 |

(2) 2017 年，蜂助手受让东莞蜂联 51% 股权不构成重大资产重组

2016 年度，东莞蜂联财务数据及与蜂助手同期财务指标的比例如下：

单位：万元

| 项目 | 东莞蜂联 | 蜂助手 | 占比 (%) |
|------|-------|-----------|--------|
| 营业收入 | 0.00 | 30,224.67 | 0.00 |
| 资产总额 | 96.97 | 12,452.13 | 0.78 |
| 资产净额 | 96.67 | 8,837.61 | 1.09 |

(3) 2018 年，蜂助手受让成都助蜂 30% 股权不构成重大资产重组

2017 年度，成都助蜂财务数据及与蜂助手同期财务指标的比例如下：

单位：万元

| 项目 | 成都助蜂 | 蜂助手 | 占比 (%) |
|----|------|-----|--------|
|----|------|-----|--------|

| 项目 | 成都助蜂 | 蜂助手 | 占比 (%) |
|------|-------|-----------|--------|
| 营业收入 | 0.00 | 36,575.72 | 0.00 |
| 资产总额 | 69.81 | 19,152.16 | 0.36 |
| 资产净额 | 69.67 | 13,525.69 | 0.52 |

(4) 2020 年，蜂助手受让汉鼎蜂助手 20% 股权不构成重大资产重组

2019 年度，汉鼎蜂助手财务数据及与蜂助手同期财务指标的比例如下：

单位：万元

| 项目 | 汉鼎蜂助手 | 蜂助手 | 占比 (%) |
|------|----------|-----------|--------|
| 营业收入 | 224.93 | 42,344.04 | 0.53 |
| 资产总额 | 1,528.22 | 52,353.43 | 2.92 |
| 资产净额 | 1,451.96 | 32,982.38 | 4.40 |

经核查，前述股权受让均不构成重大资产重组。

(三) 汉鼎宇佑与发行人 2019 年 4 月共同设立汉鼎蜂助手，2020 年 4 月将所持份额全部转让给发行人的原因。

2019 年 4 月 10 日，蜂助手与汉鼎宇佑共同投资设立汉鼎蜂助手，该公司注册资本为人民币 5,000 万元，其中蜂助手持股 60%，对应认缴注册资本 3,000 万元，汉鼎宇佑持股 40%，对应认缴注册资本 2,000 万元。

2019 年 6 月 3 日，汉鼎宇佑向汉鼎蜂助手支付了 1,000 万元出资款。

2020 年第一季度，汉鼎宇佑针对对外投资事宜进行了战略调整，计划缩减对汉鼎蜂助手的投资金额。经与蜂助手协商一致，于 2020 年 4 月 21 日与蜂助手签署了《股权转让协议》，将汉鼎蜂助手 20% 的股权（对应人民币 1000 万元的出资义务，尚未完成出资）以人民币 0 元的价格转让给蜂助手，前述事宜于 2020 年 5 月 26 日完成工商变更登记。

本次股权转让，系双方真实意思表示，不存在股权代持、利益输送等情况。

(四) 深圳网诚注销的原因，是否存在违法违规行为，是否存在纠纷或潜在纠纷，相关债务和人员处置是否合法合规及依据。

1、深圳网诚注销的原因

深圳网诚于 2020 年 5 月 29 日设立，设立后尚未开展经营，公司了解到在深圳市前海自贸区设立公司有税收优惠等有利政策，故立刻开展注销深圳网诚的工

作，并于 2020 年 6 月 19 日设立前海同益。

2、深圳网诚是否存在违法违规行为，是否存在纠纷或潜在纠纷，相关债务和人员处置是否合法合规及依据

2020 年 7 月 2 日，蜂助手出具《全体投资人承诺人书》承诺：“本企业申请注销登记前未发生债权债务/已将债权债务清算完结，不存在未结清清算费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金和未交清的应缴纳税款及其他未了结事务，结算工作已全面完结。”并在国家企业信用信息公示系统发布了建议注销公告信息，公告期为 2020 年 7 月 2 日至 2020 年 7 月 22 日。

2020 年 7 月 2 日，国家税务总局深圳市税务局出具“深蛇税税企清【2020】23838 号”《清税证明》，确认深圳网诚所有税务事项均已结清。

2020 年 7 月 23 日，深圳市市场监督管理局出具《企业注销通知书》，确认深圳网诚已于 2020 年 7 月 23 日办理注销登记手续。

根据国家企业信用信息公示系统、信用中国、国家税务总局深圳市税务局等行政部门官方网站查询结果及经发行人确认，深圳网诚自设立至报告期末均不存在行政处罚事项。

综上，深圳网诚存续期间不存在违法违规行为，其存续时间短，未实际开展业务、聘请员工，不存在债务和人员处置的问题，不存在纠纷或潜在纠纷。

（五）核查过程

- 1、取得发行人出具的书面说明；
- 2、核查广州零世纪、东莞蜂联、成都助蜂、汉鼎蜂助手和深圳网诚设立至今的工商档案、公司章程及历次出资凭证；
- 3、查阅广州零世纪、东莞蜂联、成都助蜂、汉鼎蜂助手股权转让前一个会计年度的财务报表；
- 4、取得海峡创新关于转让汉鼎蜂助手 20% 股权等事宜的情况说明；
- 5、取得深圳网诚的注销流程文件；
- 6、查询中国执行信息公开网、中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询官方网站、信用中国，发行人及其子公司在其存续期间内不存在重大违法违规行为。

（六）核查意见

1、发行人已如实披露受让四家公司股权时的转让价格、受让股权时标的公司的主要经营业务及财务数据。由于出让方未履行转让股权对应的出资义务，本出资义务随本次股权转让由蜂助手承担，且转让时标的公司均处于亏损状态，故定价均为 0 元/股，转让价格公允。

2、发行人受让上述标的公司股权前，成都助蜂与汉鼎蜂助手为蜂助手同一控制下的公司，除此之外，各标的公司不存在其他关联关系，前述股权转让不存在构成重大资产重组的情形。

3、汉鼎宇佑与发行人 2019 年 4 月共同设立汉鼎蜂助手，2020 年 4 月将 20% 份额转让给发行人系由于汉鼎宇佑针对对外投资事宜进行了战略调整，计划缩减对汉鼎蜂助手的投资金额，经与蜂助手协商一致进行了转让。

4、深圳网诚存续期间不存在违法违规行为，其存续时间短，未实际开展业务、聘请员工，不存在债务和人员处置的问题，不存在纠纷或潜在纠纷。

七、《审核问询函》问题七：关于对赌协议

根据申报材料：（1）发行人和发行人控股股东、实际控制人罗洪鹏报告期内曾与共青城兰平一号和南方媒体基金有过特殊协议安排，并已均于 2020 年 7 月终止。（2）根据发行人与共青城兰平一号签订的《补充协议》，本次增资完成后 1 个月内，甲方（实际控制人罗洪鹏）应当与蜂助手资产、诺为特及吴雪峰签署新的《一致行动协议》或出具书面确认原《一致行动协议》继续生效，以确保乙方（共青城兰平一号）在目标公司（发行人）的实际控制人地位。（3）根据发行人与南方媒体基金的《补充协议》，甲方（实际控制人罗洪鹏）、丙方（发行人）保证，目标公司 2019 年度实际净利润（指合并报表中归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润）不低于人民币 6,500 万元，若目标公司未能达到上述承诺净利润的 90%，乙方有权要求目标公司和/或甲方回购其持有公司的全部或部分股份，回购利率为单利 15%/年。甲方承诺，在目标公司在上市后，乙方持有的目标公司股票限售期届满之时，目标公司的市值不低于人民币 22 亿元（“承诺市值”）。如目标公司届时的实际市值低于承诺市值的，甲方同意就承诺市值对于的乙方所持股票价值与乙方届时实际所持股票价值之间的差额向乙方进行全额现金补偿。

请发行人补充披露：（1）解除前对赌协议的执行情况，是否存在触发发行人或实际控制人需回购股份的情形，对赌协议对发行人股权清晰、稳定性的影响。（2）上述对赌协议约定确保乙方（共青城兰平一号）在目标公司（发行人）的实际控制人地位表述的含义，发行人实际控制人披露信息是否属实，实际控制人是否存在为他人代持情形。（3）发行人、发行人实际控制人签署对赌协议有关发行人上市后情况的全部条款，相关赌协议是否实际解除，是否符合《创业板股票发行上市审核问答》第 14 条规定的条件，并就已解除或正在执行的赌协议对发行人可能存在的影响进行风险提示。

请保荐人、发行人律师对赌协议解除的真实性及对赌协议内容是否满足《创业板股票发行上市审核问答》第 14 条规定的条件，对发行人可能存在的影响进行核查，并发表明确意见。

【回复】

（一）解除前对赌协议的执行情况，是否存在触发发行人或实际控制人需回购股份的情形，对赌协议对发行人股权清晰、稳定性的影响。

1、解除前报告期内对赌协议的执行情况，是否存在触发发行人或实际控制人需回购股份的情形

报告期内，公司实际控制人曾与兰平一号和南方媒体基金签署对赌协议，主要内容和具体执行情况如下：

（1）与兰平一号签订的对赌协议的主要内容及执行情况

1) 对赌协议的主要内容

2019 年 9 月，罗洪鹏、公司与兰平一号签署了附有对赌条款的补充协议，补充协议存在的对赌条款主要内容如下：

①股份回购：约定如公司未在约定时间之前未完成首次公开发行的，兰平一号有权要求罗洪鹏回购兰平一号持有的公司全部或部分股份。

②反摊薄：约定在完成本次增资扩股后，除非获得兰平一号书面同意，公司不得新增发行其他权利优先于或等同于本次投资的新股。如触发反摊薄条款，兰平一号有权要求罗洪鹏以现金补偿和/或股份补偿的形式支付增资价格调整后的差额部分。

③ 维持实际控制人地位：明确约定本次增资完成后 1 个月内，罗洪鹏应当与蜂助手资产、广州诺为特及吴雪锋签署新的《一致行动协议》或出具书面确认原《一致行动协议》继续生效，以确保罗洪鹏在目标公司的实际控制人地位。

2) 对赌协议的执行情况

对赌协议存续期内，协议各方均按约履行，不存在纠纷或潜在纠纷；兰平一号 2020 年 12 月出具《声明函》，确认协议解除前不存在触发发行人或罗洪鹏需回购股份的情形。

(2) 与南方媒体基金签订的对赌协议的主要内容及执行情况

1) 对赌协议的主要内容

2018 年 4 月 10 日，罗洪鹏与南方媒体基金签署了附有对赌条款的补充协议，2019 年 12 月，罗洪鹏、公司与南方媒体基金对补充协议进行修订，前述协议存在的对赌条款主要包括：

① 股份回购：

A、罗洪鹏对公司 2017 年、2018 年、2019 年的年度实际净利润进行承诺，如果不能完成以上任一业绩指标的 90%，南方媒体基金有权要求罗洪鹏回购南方媒体基金持有发行人的全部或部分股份；

B、如发行人未在约定时间之前完成上市申报或未能取得中国证监会出具的上市受理文件，或者在上市申报后撤回的，南方媒体基金有权要求罗洪鹏回购南方媒体基金持有的发行人全部或部分股份；

C、公司对 2019 年实际净利润进行承诺，如果不能完成业绩指标的 90%，南方媒体基金有权要求公司回购南方媒体基金持有发行人的全部或部分股份。

②反摊薄：在完成本次增资扩股后，除非获得南方媒体基金书面同意，发行人不得新增发行其他权利优先于或等同于本次投资的新股。如触发反摊薄条款，南方媒体基金有权要求罗洪鹏以现金补偿和/或股份补偿的形式支付增资价格调整后的差额部分。

③上市后市值承诺：罗洪鹏对发行人上市后，南方媒体基金持有的发行人股票限售期届满之时的发行人市值做出承诺，如果不能达到承诺市值，由罗洪鹏作出现金补偿。

2) 对赌协议的执行情况

对赌协议存续期内，协议各方均按约履行，不存在纠纷或潜在纠纷，南方媒体基金 2020 年 12 月出具《声明函》，确认协议解除前不存在触发发行人或罗洪鹏需回购股份的情形。

2、对赌协议对发行人股权清晰、稳定性的影响

根据 2020 年 7 月 1 日的《蜂助手股份有限公司与共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙）与罗洪鹏关于蜂助手股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议之解除协议》、2020 年 7 月 1 日罗洪鹏与广东南方媒体融合发展投资基金（有限合伙）的《关于广东蜂助手网络技术股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议 1 号、补充协议 2 号之补充协议》，发行人及其实际控制人已与兰平一号和南方媒体基金终止前述特殊条款。

根据发行人、发行人实际控制人罗洪鹏、兰平一号和南方媒体基金出具的声明函，兰平一号、南方媒体基金和发行人及其实际控制人均已书面确认在对赌条款解除前不存在触发发行人或实际控制人需回购股份的情形，也不存在向发行人及其实际控制人要求履行特殊条款的情况，各方就前述对赌协议等特殊安排的执行和终止不存在任何争议、纠纷或潜在争议、纠纷。

因此，对赌协议不会影响发行人股权的清晰、稳定。

（二）上述对赌协议约定确保乙方（共青城兰平一号）在目标公司（发行人）的实际控制人地位表述的含义，发行人实际控制人披露信息是否属实，实际控制人是否存在为他人代持情形。

发行人与兰平一号签订的《补充协议》中的维持实际控制人地位的条款原文为：“甲方应当与蜂助手资产、诺为特及吴雪峰签署新的《一致行动协议》或出具书面确认原《一致行动协议》继续生效，以确保甲方在目标公司（发行人）的实际控制人地位。”其中甲方为罗洪鹏，上述对赌协议约定确保乙方（共青城兰平一号）在目标公司（发行人）的实际控制人地位的表述系《律师工作报告》笔误，将甲方误写为乙方。

经查阅发行人的工商登记资料、股东大会、董事会及监事会等会议文件、一致行动协议等文件，发行人及其实际控制人出具的承诺函，本所律师认为，罗洪鹏为发行人实际控制人，其不存在为他人代持的情形。

（三）发行人、发行人实际控制人签署对赌协议有关发行人上市后情况的

全部条款，相关赌协议是否实际解除，是否符合《创业板股票发行上市审核问答》第 14 条规定的条件，并就已解除或正在执行的对赌协议对发行人可能存在的影响进行风险提示。

1、与兰平一号特殊条款的解除

2020 年 7 月 1 日，罗洪鹏、发行人与共青城兰平一号签署《蜂助手股份有限公司与共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙）与罗洪鹏关于蜂助手股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议之解除协议》，具体约定如下：

“一、自本协议签署之日起解除《补充协议》，各方基于《补充协议》之权利、义务关系自此消灭；各方确认不存在基于《补充协议》之任何纠纷或潜在纠纷，各方确认不会基于《补充协议》追究对方之任何责任。

二、除《补充协议》外，各方不存在其他以书面或口头形式约定的对赌条款、业绩承诺、反稀释条款、优先认购条款、回购条款、强制出售条款和共同出售条款、否决权条款等与中国证券监督管理委员会和交易所现行上市要求不符的特殊条款特殊协议或安排，如有，亦自本协议签订之日一并终止。”

根据发行人及其实际控制人和兰平一号出具的确认函，对赌协议已终止，无对赌恢复条款，不存在纠纷或潜在纠纷，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 13 条的要求。

经核查，上述解除协议已经各方签字盖章，对协议各方具有法律约束力，约定之事项也不存在违反法律法规被认定为无效或可撤销之情形。上述特殊条款已经实际解除，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求。

2、与南方媒体基金特殊条款的解除

2020 年 7 月 1 日，罗洪鹏、发行人与南方媒体基金签署《关于广东蜂助手网络技术股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议 1 号、补充协议 2 号之补充协议》，具体约定如下：

“自本协议签署之日起，补充协议 1 号、补充协议 2 号约定的对赌条款、业绩承诺条款、市值承诺条款、反稀释条款、优先认购条款、回购条款、强制出售条款和共同出售条款、否决权条款及其他与中国证券监督管理委员会和证券交易所现行上市要求不符的特殊条款特殊协议或安排(如有)自本协议签订之日终止。”

根据发行人及其实际控制人和南方媒体基金出具的确认函，对赌协议已终止，不存在纠纷或潜在纠纷，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 13 条的要求。

经核查，上述协议已经各方签字盖章，对协议各方具有法律约束力，约定之事项也不存在违反法律法规被认定为无效或可撤销之情形。上述特殊条款已经实际解除，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 13 条的要求。

综上，本所律师认为，发行人、发行人实际控制人签署对赌协议有关发行人上市后情况的全部条款，相关对赌协议已实际解除，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 13 条规定的条件。

（四）核查过程

1、查阅了兰平一号、南方媒体基金与发行人及其实际控制人罗洪鹏签订的增资扩股协议、补充协议和解除协议等，对前述协议的内容及其效力进行了核查；

2、访谈兰平一号、南方媒体基金及发行人实际控制人罗洪鹏，了解特殊股东权利安排、是否存在代持等情形；

3、取得了兰平一号、南方媒体基金和发行人及其实际控制人罗洪鹏就特殊股东权利条款等特殊安排的执行及终止不存在任何争议、纠纷或潜在争议、纠纷的书面确认；

4、查阅了发行人的工商登记档案资料、一致行动协议，历次股东（大）会、董事会和监事会的会议文件，并取得了发行人的书面确认。

（五）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人、发行人与兰平一号、南方媒体基金的对赌协议已终止，兰平一号、南方媒体基金均已书面确认在对赌条款解除前不存在触发发行人或实际控制人需回购股份的情形，因此，对赌协议不会影响发行人股权的清晰、稳定。

2、发行人与兰平一号签署《蜂助手股份有限公司与共青城兰平一号股权投资合伙企业（有限合伙）与罗洪鹏关于蜂助手股份有限公司增资扩股之投资协议之补充协议》中该处表述原文应为：“3.2.2 本次增资完成后 1 个月内，甲方应

当与蜂助手资产、广州诺为特及吴雪锋签署新的《一致行动协议》或出具书面确认原《一致行动协议》继续生效，以确保甲方在目标公司的实际控制人地位。”其中，甲方为罗洪鹏，发行人实际控制人为罗洪鹏，其不存在为他人代持的情形。

3、发行人、发行人实际控制人签署对赌协议有关发行人上市后情况的全部条款，相关对赌协议已实际解除，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第13条规定的条件。

八、《审核问询函》问题九：关于业务资质

请发行人补充披露：（1）发行人及其子公司、控股公司是否均需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，是否已具备从事业务的所有资质证书。

（2）销售产品是否需获得中国国家强制性产品认证证书，发行人是否存在未取得相关资质证书进行销售或从事相关业务的情形。（3）发行人及其子公司、控股公司在增值电信业务经营许可证的省、市之外的业务规模及实际开展情况，是否需取得相应的资质证明。

请保荐人、发行人律师核查并发表意见。

【回复】

（一）发行人及其子公司、控股公司是否均需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，是否已具备从事业务的所有资质证书。

根据发行人及其控股子公司的经营范围、《公司章程》、各项资质证书及其出具的说明以及大华会计师事务所出具的《审计报告》中主营业务的分类及占比情况，各主体主要从事的业务及取得资质情况如下：

1、发行人主要从事的业务为移动互联网相关场景客户提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务，为物联网相关场景提供物联网流量接入、硬件方案、场景应用等综合解决方案，并根据客户需求提供定制化的运营支撑服务及技术服务，已取得中华人民共和国增值电信业务经营许可证。

2、广州零世纪主要从事的业务为聚合运营服务、融合运营服务，已取得中华人民共和国增值电信业务经营许可证。

3、广州助蜂主要从事的业务为提供物联网产品、物联网技术服务，已取得

中华人民共和国增值电信业务经营许可证。

4、南京智科主要从事的业务为流量+视频权益、技术服务，暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。

5、成都助蜂主要从事的业务为停车场物联网业务，暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。

6、东莞蜂联主要从事的业务为商品销售，暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。

7、深圳网诚未实际经营，已注销。

8、前海同益暂未实际开展业务。

9、汉鼎蜂助手主要从事的业务为物联网智能硬件销售、物联网流量运营、影视会员、娱乐充值，暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。

综上，发行人、广州零世纪、广州助蜂需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，已取得相关证书；发行人其他控股子公司的业务暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。发行人及其控股子公司已具备从事业务的所有资质证书。

根据行政主管部门出具的文件，并经本所律师在国家企业信用信息公示系统、信用中国、全国建筑市场监管公共服务平台查询，及经发行人确认，报告期内，发行人及其控股子公司不存在不具备资质或超越资质范围从事相关业务的违法行为，也未因此受到相关主管部门作出的行政处罚。

(二) 销售产品是否需获得中国国家强制性产品认证证书，发行人是否存在未取得相关资质证书进行销售或从事相关业务的情形。

发行人现在销售的需要获得中国国家强制性产品认证证书的产品如下：

| 序号 | 产品 | 中国国家强制性产品认证证书编号 | 有效期 |
|----|----------------------|------------------|--------------|
| 1 | 无线 4K OTT 机顶盒（4G 功能） | 2019011606264397 | 至 2024/10/10 |
| 2 | 腾讯极光 4G 机顶盒（网络机顶盒） | 2020011609331276 | 至 2025/09/18 |

| 序号 | 产品 | 中国国家强制性产品认证证书编号 | 有效期 |
|----|--|------------------|--------------|
| 3 | 腾讯叮当智能视听屏/腾讯叮当智能视听屏学习版/腾讯叮当智能视听屏（移动版）/腾讯叮当智能视听屏（电信版） | 2018010903132168 | 至 2023/10/10 |

上述第 1、2 项产品为发行人自有品牌产品，已取得产品的《中国国家强制性产品认证证书》；上述第 3 项产品为从腾讯科技（深圳）有限公司采购，已取得产品的《中国国家强制性产品认证证书》。

根据行政主管部门出具的文件，并经本所律师在国家企业信用信息公示系统、信用中国查询，及经发行人确认，报告期内，发行人及控股子公司不存在未取得相关资质证书进行销售或从事相关业务的情形。

（三）发行人及其子公司、控股公司在增值电信业务经营许可的省、市之外的业务规模及实际开展情况，是否需取得相应的资质证明。

发行人、广州零世纪、广州助蜂取得的中华人民共和国增值电信业务经营许可证覆盖范围情况如下：

| 序号 | 持证主体 | 证书名称 | 颁发机关 | 覆盖范围 |
|----|-------|-----------------------------------|----------|------|
| 1 | 蜂助手 | 中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20170435） | 广东省通信管理局 | 广东省 |
| 2 | 蜂助手 | 中华人民共和国增值电信业务经营许可证（B2-20180402） | 工业和信息化部 | 全国 |
| 3 | 广州零世纪 | 中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20180255） | 广东省通信管理局 | 广东省 |
| 4 | 广州助蜂 | 中华人民共和国增值电信业务经营许可证（粤 B2-20190032） | 广东省通信管理局 | 广东省 |
| 5 | 广州助蜂 | 中华人民共和国增值电信业务经营许可证（B2-20181044） | 工业和信息化部 | 全国 |

上述第 1 项、第 3 项及第 4 项增值电信业务经营许可证业务种类均为第二类增值电信业务中信息服务业务（仅限互联网信息服务），是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动，经咨询广东省通信管理局，取得该项业务许可后，发行人及其控股子公司所提供的公开信息允许全国访问，因此实际业务开展过程中不受地域限制；发行人及其控股子公司存放服务器的场地均在广东省内，未超出广东省范围。上述第 2 项、第 5 项增值电信业务经营许可证业务种类为第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务），覆盖范围为全国，不受地域限制。

因此，发行人及其控股子公司目前开展业务实际不受地域限制，无须再取得其他省、市的增值电信业务经营许可。

（四）核查过程

- 1、查阅发行人及其控股子公司取得的资质证书、营业执照、公司章程；
- 2、查阅发行人三年及一期的《审计报告》；
- 3、查阅发行人及其控股子公司的主要业务合同；
- 4、取得相关主管部门出具的证明文件；
- 5、登录国家企业信用信息公示系统、信用中国、广东省通信管理局、全国建筑市场监管公共服务平台等网站进行查询；
- 6、取得发行人自有产品的中国国家强制性产品认证证书；
- 7、取得腾讯叮当音箱中国国家强制性产品认证证书及交易文件；
- 8、登陆中国质量认证中心查询；
- 9、咨询广东省通信管理局；
- 10、查阅发行人及其控股子公司存放服务器的合同；
- 11、取得发行人的书面说明。

（五）核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、根据发行人及其控股子公司的经营范围及主营业务，发行人、广州零世纪、广州助蜂开展相关业务需要具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，已取得相关证书；发行人其他控股子公司的业务暂不涉及需具备中华人民共和国增值电信业务经营许可证，不涉及需要除《营业执照》外的特殊资质或许可。发行人及其控股子公司已具备从事业务的所有资质证书。

2、发行人现在销售的需要获得中国国家强制性产品认证证书的产品均已取得证书；发行人及其他控股子公司不存在未取得相关资质证书进行销售或从事相关业务的违法行为，也未因此受到相关主管部门作出的行政处罚。

3、就发行人及其控股子公司取得的业务种类均为第二类增值电信业务中信息服务业务（仅限互联网信息服务）的增值电信业务经营许可证，经咨询广东省通信管理局，取得该项业务许可后，发行人及其控股子公司所提供的公开信息允许全国访问，因此实际开展过程中不受地域限制；发行人及其控股子公司存放服

务器的场地均在广东省内，未超出广东省范围。就发行人及其控股子公司取得的业务种类为第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）的增值电信业务经营许可证，覆盖范围为全国，不受地域限制。因此，发行人及其控股子公司目前开展业务实际不受地域限制，无须再取得其他省、市的增值电信业务经营许可。

九、《审核问询函》问题十：关于无形资产

根据申报材料，发行人拥有 24 项注册商标，25 项专利，软件著作权 136 项，作品著作权 6 项。其中，有 2 项发明专利“一种基于神经网络的应用分发平台作弊检测方法”、“一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法”设置了质押。发行人 3 项软件著作权为受让取得，有 2 项发明专利、2 项外观设计专利、6 项软件著作权来源于汉鼎蜂助手。汉鼎蜂助手为发行人持股 80% 的控股公司。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人拥有 5 项主要产品或服务的核心技术。

请发行人补充披露：

（1）发行人取得专利的研发过程，取得和使用专利、软件著作权、作品著作权、商标的过程是否合法合规，是否存在知识产权侵权行为或纠纷。（2）发行人质押发明专利的具体情况，质押金额、期限，主要合同条款，并结合发行人的现金流、资产负债率情况说明发行人质押专利是否存在被实现的风险，并进行有针对性的风险提示。（3）受让取得软件著作权的价格，定价依据及合理性，软件著作权的转让方。（4）发行人通过汉鼎信息研发、受让专利及软件著作权的原因，发行人使用来源于汉鼎信息专利、软件著作权的主要约定条款，是否存在潜在纠纷。（5）发行人质押、受让、来源于汉鼎信息专利是否为发行人的核心专利技术，相关销售产品、服务对应的营业收入及净利润金额及占比。（6）结合发行人技术先进性、市场占有率、产品毛利率等对其市场地位作进一步量化分析。（7）发行人核心技术与行业内领先技术存在的差异，按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书》相关规定，补充披露各核心技术、产品的收入及占营业收入的比例。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

(一) 发行人取得专利的研发过程，取得和使用专利、软件著作权、作品著作权、商标的过程是否合法合规，是否存在知识产权侵权行为或纠纷。

1、专利

(1) 发行人取得专利变更情况

经核查，截至本补充法律意见书（一）出具日，发行人、汉鼎蜂助手各新增发明专利 3 项，发行人及其控股子公司合计持有 31 项专利，新增专利情况如下：

| 序号 | 专利权人 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 申请日 | 取得方式 |
|----|-------|-------------------------------|-------------------|------|------------|------|
| 1 | 蜂助手 | 一种用户行为的分析方法、装置、应用服务器及存储介质 | ZL201911212323.6 | 发明 | 2019/11/28 | 原始取得 |
| 2 | 汉鼎蜂助手 | 一种基于区域的内容推荐方法、装置、平台及存储介质 | ZL201911212322.1 | 发明 | 2019/11/28 | 原始取得 |
| 3 | 汉鼎蜂助手 | 与第三方 Launcher 实现数据对接的方法、装置及设备 | ZL201911212226.7 | 发明 | 2019/11/28 | 原始取得 |
| 4 | 汉鼎蜂助手 | 一种供流卡管理方法、装置及设备 | ZL 201911212229.0 | 发明 | 2019/11/28 | 原始取得 |
| 5 | 蜂助手 | 系统间的消息通知方法、装置、服务器、系统及存储介质 | ZL201911216687.1 | 发明 | 2019/11/28 | 原始取得 |
| 6 | 蜂助手 | 一种访问定点访问 URL 的方法及系统 | ZL201911216688.6 | 发明 | 2019/11/28 | 原始取得 |

(2) 发行人取得专利的研发过程，发行人取得和使用专利的过程是否合法合规，是否存在知识产权侵权行为或纠纷

1) 原始取得的专利

根据发行人说明并结合发行人研发部门的访谈情况，发行人及其控股子公司原始取得的专利研发过程如下：各项专利是发行人及其各控股子公司员工自行研发，由技术工程师通过开展日常项目研发的过程中，根据业务所应用的相关技术，提出技术实现的想法及进行研发，并将阶段性成果或最终成果专利化。

发行人及其控股子公司持有的专利均为研发部门员工在职期间自主研发、申请取得，根据《中华人民共和国专利法》关于职务发明创造的规定及发行人及其控股子公司与员工签署的《劳动合同》、相关知识产权约定，员工任职期间因履行职务或者是主要利用发行人及其控股子公司物质条件、业务信息等而产生的知识产权归发行人及其控股子公司所有，发行人及其控股子公司可以在其业务范围

内利用，有权进行申请、注册、登记等取得和行使有关的知识产权。因此，相关专利归发行人及其控股子公司所有，发行人及其控股子公司取得和使用有关专利合法合规。

2) 受让取得的专利

发行人及其控股子公司受让取得的专利均为合并报表内部主体间的转让，不存在从合并报表外的主体受让专利的情况，具体情况如下：

① 发行人持有 6 项受让取得的专利

发行人持有的 6 项外观设计专利系于 2020 年 4 月由全资子公司东莞蜂联处受让，该等外观设计专利为东莞蜂联自行设计取得，转让的主要目的在于整合公司及子公司的技术资源，转让价格为 0 元，该等专利权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的专利权基本情况如下：

| 序号 | 专利权人 | 原专利权人 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 申请日 | 变更生效日 |
|----|------|-------|------------|------------------|------|------------|------------|
| 1 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 指环扣（蝴蝶结） | ZL201730362550.2 | 外观设计 | 2017/08/09 | 2020/04/15 |
| 2 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | usb 线（心形） | ZL201730530834.8 | 外观设计 | 2017/11/01 | 2020/04/14 |
| 3 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 移动电源 | ZL201830369971.2 | 外观设计 | 2018/7/10 | 2020/04/14 |
| 4 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 车载香薰（心形） | ZL201830441743.1 | 外观设计 | 2018/8/10 | 2020/04/07 |
| 5 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 车载香薰（笑脸） | ZL201830441744.6 | 外观设计 | 2018/8/10 | 2020/04/14 |
| 6 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 带灯 USB 充电器 | ZL201830773069.7 | 外观设计 | 2018/12/29 | 2020/04/08 |

② 汉鼎蜂助手持有 3 项受让取得的专利

汉鼎蜂助手持有的 3 项专利系由广州零世纪研发、设计，2019 年 6 月，广州零世纪将 3 项专利申请权转让给汉鼎蜂助手。转让的主要原因是子公司之间业务领域调整，整合技术资源，下列序号 1、序号 2 的专利转让价格为人民币 120 万元/件，序号 3 的专利转让价格为人民币 20 万元/件，该等专利权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的专利权基本情况如下：

| 序号 | 专利权人 | 原专利权人 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 申请日 | 授权公告日 |
|----|-------|-------|-----------------|------------------|------|------------|------------|
| 1 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 机顶盒的登录方法、装置、机顶盒 | ZL201811264607.5 | 发明 | 2018/10/26 | 2020/05/15 |

| 序号 | 专利权人 | 原专利权人 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 申请日 | 授权公告日 |
|----|-------|-------|-------------|------------------|------|------------|------------|
| | | | 管理系统及存储介质 | | | | |
| 2 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 一种机顶盒及其通信方法 | ZL201811264646.5 | 发明 | 2018/10/26 | 2020/03/27 |
| 3 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 智能电视机顶盒 | ZL201830601773.4 | 外观设计 | 2018/10/26 | 2019/07/19 |

3) 经登录国家知识产权局网站对相关专利进行网络检索，发行人及其控股子公司现合法拥有上述专利的专利权，不存在权属不清、超过有效期限等情况。根据国家知识产权局于出具的《证明》，相关专利的法律状态为“专利权维持”。

经登录中国裁判文书网查询并经发行人确认，发行人及其控股子公司不存在专利权侵权行为或纠纷。

2、软件著作权

(1) 发行人取得软件著作权变更情况

经核查，截至本补充法律意见书(一)出具日，发行人新增软件著作权 6 项、广州零世纪新增软件著作权 1 项、撤销软件著作权 1 项，发行人及其控股子公司合计持有 142 项软件著作权。

新增软件著作权如下：

| 序号 | 著作权人 | 软件名称 | 证书编号 | 登记号 | 取得方式 | 首次发表日期 | 权利范围 |
|----|-------|---------------------------------|-----------------|---------------|------|------------|------|
| 1 | 广州零世纪 | 《封神诀》手机游戏软件[简称：封神诀]V1.0.0 | 软著登字第 6328085 号 | 2020SR1527113 | 原始取得 | 未发表 | 全部权利 |
| 2 | 蜂助手 | 智慧停车综合运营平台[简称：停车管理系统]V2.0.0 | 软著登字第 6510170 号 | 2020SR1709198 | 原始取得 | 2020/10/10 | 全部权利 |
| 3 | 蜂助手 | 设备监控管理平台[简称：设备管理平台]V1.1.0 | 软著登字第 6511021 号 | 2020SR1710049 | 原始取得 | 2020/05/06 | 全部权利 |
| 4 | 蜂助手 | 智慧停车 SaaS 运营系统[简称：停车运营系统]V1.0.0 | 软著登字第 6511022 号 | 2020SR1710050 | 原始取得 | 2020/08/05 | 全部权利 |
| 5 | 蜂助手 | 智慧停车巡检软件[简称：停车 | 软著登字第 650940 | 2020SR1708435 | 原始取得 | 2020/09/20 | 全部权利 |

| 序号 | 著作权人 | 软件名称 | 证书编号 | 登记号 | 取得方式 | 首次发表日期 | 权利范围 |
|----|------|---------------------------|----------------|---------------|------|------------|------|
| | | 巡检端]V2.6.0 | 7号 | | | | |
| 6 | 蜂助手 | 智慧停车门户系统[简称:智慧停车门户]V1.0.0 | 软著登字第 6509406号 | 2020SR1708434 | 原始取得 | 2020/10/20 | 全部权利 |
| 7 | 蜂助手 | 智慧停车岗亭端系统[简称:停车岗亭端]V1.0.0 | 软著登字第 6509405号 | 2020SR1708433 | 原始取得 | 2020/08/31 | 全部权利 |

撤销软件著作权如下:

| 序号 | 著作权人 | 软件名称 | 证书编号 | 登记号 | 取得方式 | 首次发表日期 | 权利范围 |
|----|-------|-------------------------------|----------------|---------------|------|--------|------|
| 1 | 广州零世纪 | 云客互娱《斗破诀》手机游戏软件[简称:斗破诀]V1.0.0 | 软著登字第 4173447号 | 2019SR0752690 | 受让 | 未发表 | 全部权利 |

(2) 发行人取得和使用软件著作权的过程是否合法合规, 是否存在知识产权侵权行为或纠纷

1) 原始取得的软件著作权

根据发行人说明并经核查, 发行人及其控股子公司原始取得的软件著作权均为研发部门员工在职期间研发取得, 根据《计算机软件保护条例》及发行人及其控股子公司与员工签署的《劳动合同》、相关知识产权约定, 员工任职期间因履行职务或者是主要利用发行人及其控股子公司物质条件、业务信息等而产生的知识产权归发行人及其控股子公司所有, 发行人及其控股子公司可以在其业务范围内利用, 有权进行申请、注册、登记等取得和行使有关的知识产权。因此, 相关软件著作权归发行人及其控股子公司所有, 发行人及其控股子公司取得和使用有关软件著作权合法合规。

2) 受让取得的软件著作权

①汉鼎蜂助手持有 2 项受让取得的软件著作权

汉鼎蜂助手于 2019 年 11 月从广州零世纪处受让取得 2 项软件著作权, 该等软件著作权为广州零世纪自行开发取得, 转让的主要原因是子公司之间业务领域调整, 整合技术资源, 转让价格为 0 元, 该等软件著作权变更的相关手续已办理

完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的软件著作权基本情况如下：

| 序号 | 著作权人 | 软件名称 | 证书编号 | 登记号 | 首次发表日期 | 权利范围 | 取得时间 |
|----|-------|-------------------------------|---------------|---------------|------------|------|------------|
| 1 | 汉鼎蜂助手 | 无线盒子业务管理信息系统[简称：盒子管理系统]V2.0.0 | 软著登字第4572314号 | 2019SR1151557 | 2018/12/9 | 全部权利 | 2019/11/14 |
| 2 | 汉鼎蜂助手 | 无线机顶盒管理系统V1.0 | 软著登字第4572308号 | 2019SR1151551 | 2017/11/20 | 全部权利 | 2019/11/14 |

②广州零世纪曾持有 1 项受让取得的软件著作权

广州零世纪、深圳市云客科技开发有限公司、深圳市云客互娱科技有限公司签署了《<斗破诀>软著及版号授权许可协议》，深圳市云客互娱科技有限公司将《斗破诀》的软件著作权及版号授权许可给广州零世纪使用；深圳市云客互娱科技有限公司与广州零世纪签署了《转让合同》，约定以 0 元对价将“云客互娱《斗破诀》手机游戏软件[简称：斗破诀]V1.0.0”转让给广州零世纪。该软件著作权相关转让手续已办理完毕，双方不存在争议或纠纷。

广州零世纪取得该软件著作权后未实际使用，由于不再进行该业务，广州零世纪已于 2020 年 11 月 5 日撤销该软件著作权并取得《撤销计算机软件著作权登记通知书》（编号：软著自撤字第 20203126 号）。

3) 经登录中国版权保护中心网站对相关软件著作权进行网络检索，及根据中国版权保护中心出具的《计算机软件著作权登记概况查询结果》，发行人及其控股子公司的软件著作权不存在权属争议。

经登录中国裁判文书网查询并经发行人确认，发行人及其控股子公司不存在软件著作权侵权行为或纠纷。

3、作品著作权

(1) 发行人取得作品著作权变更情况

经核查，截至本补充法律意见书（一）出具日，发行人共持有 5 项作品著作权，发行人已撤销一项作品著作权情况如下：

| 序号 | 作品/制品名称 | 著作权人 | 登记号 | 首次发表日期 |
|----|---------|------|----------------------|------------|
| 1 | 蜂助手标识 | 蜂助手 | 粤作登字-2016-F-00015087 | 2012.01.15 |

(2) 发行人取得和使用作品著作权的过程是否合法合规，是否存在知识产权侵权行为或纠纷

根据发行人说明并经核查，发行人及其控股子公司的著作权均为设计部门自行设计申请取得，根据《中华人民共和国著作权法》关于职务作品的规定及发行人及其控股子公司与员工签署的《劳动合同》、相关知识产权约定，员工任职期间因履行职务或者是主要利用发行人及其控股子公司物质条件、业务信息等而产生的知识产权归发行人及其控股子公司所有，发行人及其控股子公司可以在其业务范围内利用，有权进行申请、注册、登记等取得和行使有关的知识产权。因此，相关著作权归发行人及其控股子公司所有，发行人及其控股子公司取得和使用有关著作权合法合规。

经登录中国版权保护中心网站、中国裁判文书网查询并经发行人确认，发行人及其控股子公司不存在著作权侵权行为或纠纷。

4、商标

根据发行人说明并经核查，发行人及其控股子公司的商标均为设计部门自行设计申请取得，根据发行人及其控股子公司与员工签署的《劳动合同》、相关知识产权约定，员工任职期间因履行职务或者是主要利用发行人及其控股子公司物质条件、业务信息等而产生的知识产权归发行人及其控股子公司所有，发行人及其控股子公司可以在其业务范围内利用，有权进行申请、注册、登记等取得和行使有关的知识产权。因此，相关商标归发行人及其控股子公司所有，发行人及其控股子公司取得和使用有关商标合法合规。

经登录国家知识产权局网站对相关商标进行网络检索，及根据国家知识产权局出具的《商标档案》，发行人及其控股子公司拥有的商标均为有效注册状态。

经登录中国裁判文书网查询并经发行人确认，发行人及其控股子公司不存在商标侵权行为或纠纷。

(二) 发行人质押发明专利的具体情况，质押金额、期限，主要合同条款，并结合发行人的现金流、资产负债率情况说明发行人质押专利是否存在被实现的风险，并进行有针对性的风险提示。

截至本补充法律意见书（一）出具之日，发行人质押专利的具体情况如下：

| 序号 | 专利名称 | 质押合同 | 主债权合同 | 该贷款合同项下其他担保 | 质押银行 | 质押担保主要合同条款 | 担保金额（万元） | 质押期限 |
|----|---|---|--|--|--------------------|--------------------|----------|---|
| 1 | 一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法 ZL201710158574.5 | 《最高额质押合同》（合同编号：ZX-GZY475860120190002） | 《短期流动资金贷款额度合同》（ZX-GED475860120200019） | 1、蜂助手为本主债权提供保证金质押、最高额质押 2、罗洪鹏、吴雪锋为本主债权提供最高额保证 | 中国银行股份有限公司广州天河支行 | 本合同的担保范围为主合同项下全部债权 | 500.00 | 质权自 2019 年 5 月 30 日起设立至主债权履行完毕或债权诉讼时效到期日结束，主债权期限为 2019 年 3 月 1 日起至 2025 年 12 月 31 日 |
| | | | 《短期流动资金贷款额度合同》（ZX-GED475860120200024） | | | | 500.00 | 质权自 2019 年 5 月 30 日起设立至主债权履行完毕或债权诉讼时效到期日结束，主债权期限为 2020 年 3 月 6 日至 2021 年 3 月 5 日 |
| 2 | 一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法 ZL201710158598.0 | 《权利质押合同》（合同编号：HTC440580000YBD B202000021） | 《人民币流动资金贷款合同》（HTZ440580000LDZJ202000039） | 1、蜂助手为本主债权提供保证金质押 2、罗洪鹏、吴雪锋、零世纪为本主债权提供最高额保证 | 中国建设银行股份有限公司广州天河支行 | | 500.00 | 质权自 2020 年 8 月 28 日起设立至主债权履行完毕债权诉讼时效到期日结束，主债权期限为 2020 年 8 月 20 日至 2021 年 8 月 19 日 |

报告期内，公司现金及现金等价物净增加额分别为 788.97 万元、-1,378.96 万元、2,817.33 万元和 2,640.98 万元，资产负债率（母公司）分别为 26.20%、31.71%、31.32%和 30.55%。公司除 2018 年因为购置写字楼等因素导致当年现金及现金等价物净增加额为负数

之外，其他各年度均实现现金净增长，同时公司资产负债率处于较低水平，具备较强的偿债能力。公司自成立以来一直按时偿还银行借款，且偿债能力指标较好，故出现前述质押专利被实现的可能性较低。发行人已在《招股说明书》补充披露了相关风险提示。

(三) 受让取得软件著作权的价格，定价依据及合理性，软件著作权的转让方。

请参见本补充法律意见书（一）“问题十、关于无形资产”之“（一）发行人取得专利的研发过程，取得和使用专利、软件著作权、作品著作权、商标的过程是否合法合规，是否存在知识产权侵权行为或纠纷”。

(四) 发行人通过汉鼎信息研发、受让专利及软件著作权的原因，发行人使用来源于汉鼎信息专利、软件著作权的主要约定条款，是否存在潜在纠纷。

1、发行人通过受让专利的情况如下：

蜂助手及其控股子公司受让取得的专利均为合并报表内部主体间的转让，不存在从合并报表外的主体受让专利的情况，具体情况如下：

(1) 蜂助手持有的 6 项外观设计专利

东莞蜂联研发设计了下述 6 项专利，并于 2020 年 4 月将其转让给蜂助手，转让的主要目的在于整合公司及子公司的技术资源，转让价格为 0 元，该等专利权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的专利权基本情况如下：

| 序号 | 专利权人 | 原专利权人 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 申请日 | 变更生效日 |
|----|------|-------|---------------|----------------------|------|------------|------------|
| 1 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 指环扣 (蝴蝶结) | ZL2017303 62550.2 | 外观设计 | 2017/08/09 | 2020/04/15 |
| 2 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | usb 线 (心形) | ZL2017305 30834.8 | 外观设计 | 2017/11/01 | 2020/04/14 |
| 3 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 移动电源 | ZL2018303 69971.2 | 外观设计 | 2018/7/10 | 2020/04/14 |
| 4 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 车载香薰 (心形) | ZL2018304 41743.1 | 外观设计 | 2018/8/10 | 2020/04/07 |
| 5 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 车载香薰 (笑脸) | ZL2018304 41744.6 | 外观设计 | 2018/8/10 | 2020/04/14 |
| 6 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 带灯 USB 充电器 | ZL2018307 73069.7 | 外观设计 | 2018/12/29 | 2020/04/08 |

(2) 汉鼎蜂助手持有的 3 项专利

广州零世纪研发、设计了下述 3 项专利，并于 2019 年 6 月将其转让给汉鼎蜂助手。转让的主要原因是子公司之间业务领域调整，整合技术资源，下列序号 1、序号 2 的专利转让价格为人民币 120 万元/件，序号 3 的专利转让价格为人民币 20 万元/件，该等专利权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，

转让的专利权基本情况如下：

| 序号 | 专利权人 | 原专利权人 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 申请日 | 授权公告日 |
|----|-------|-------|--------------------------|------------------|------|------------|------------|
| 1 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 机顶盒的登录方法、装置、机顶盒管理系统及存储介质 | ZL201811264607.5 | 发明 | 2018/10/26 | 2020/05/15 |
| 2 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 一种机顶盒及其通信方法 | ZL201811264646.5 | 发明 | 2018/10/26 | 2020/03/27 |
| 3 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 智能电视机顶盒 | ZL201830601773.4 | 外观设计 | 2018/10/26 | 2019/07/19 |

2、发行人受让取得的软件著作权

(1) 汉鼎蜂助手持有 2 项受让取得的软件著作权

汉鼎蜂助手与 2019 年 11 月从广州零世纪处受让取得 2 项软件著作权，该等软件著作权为广州零世纪自行开发取得，转让的主要原因是子公司之间业务领域调整，整合技术资源，转让价格为 0 元/件，该等软件著作权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的软件著作权基本情况如下：

| 序号 | 著作权人 | 软件名称 | 证书编号 | 登记号 | 首次发表日期 | 权利范围 | 取得时间 |
|----|-------|--------------------------------|-----------------|---------------|------------|------|------------|
| 1 | 汉鼎蜂助手 | 无线盒子业务管理信息系统 [简称：盒子管理系统]V2.0.0 | 软著登字第 4572314 号 | 2019SR1151557 | 2018/12/9 | 全部权利 | 2019/11/14 |
| 2 | 汉鼎蜂助手 | 无线机顶盒管理系统 V1.0 | 软著登字第 4572308 号 | 2019SR1151551 | 2017/11/20 | 全部权利 | 2019/11/14 |

(2) 广州零世纪曾持有 1 项受让取得的软件著作权

广州零世纪、深圳市云客科技开发有限公司、深圳市云客互娱科技有限公司（深圳市云客科技开发有限公司、深圳市云客互娱科技有限公司为同一控制下的关联方）签署了《<斗破诀>软著及版号授权许可协议》，明确《斗破诀》为《魔剑侠缘》的备用版本名称，深圳市云客互娱科技有限公司将《斗破诀》的软件著作权及版号授权许可给广州零世纪使用；深圳市云客互娱科技有限公司与广州零世纪签署了《转让合同》，约定以 0 元对价将云客互娱《斗破诀》手机游戏软件 [简称：斗破诀]V1.0.0 转让给广州零世纪。该软件著作权相关转让手续已办理完毕，双方不存在争议或纠纷。

广州零世纪取得该软件著作权后未实际使用，2020 年 11 月 5 日，由于不再

进行该业务，广州零世纪撤销了该软件著作权并取得《撤销计算机软件著作权登记通知书》（编号：软著自撤字第 20203126 号），具体情况如下：

| 序号 | 著作权人 | 软件名称 | 证书编号 | 登记号 | 取得方式 | 首次发表日期 | 撤销登记日期 | 权利范围 |
|----|-------|-------------------------------|-----------------|---------------|------|--------|-----------------|------|
| 1 | 广州零世纪 | 云客互娱《斗破诀》手机游戏软件[简称：斗破诀]V1.0.0 | 软著登字第 4173447 号 | 2019SR0752690 | 受让 | 未发表 | 2020 年 11 月 5 日 | 全部权利 |

经登录中国版权保护中心网站对相关软件著作权进行网络检索，及根据中国版权保护中心出具的《计算机软件著作权登记概况查询结果》，蜂助手及控股子公司的软件著作权不存在权属争议。

综上，发行人不存在通过汉鼎信息研发、受让专利及软件著作权的情况。

（五）发行人质押、受让、来源于汉鼎信息专利是否为发行人的核心技术，相关销售产品、服务对应的营业收入及净利润金额及占比。

1、报告期内，发行人质押的专利情况如下：

| 序号 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 是否核心技术 | 对应产品、服务说明 | 备注 |
|----|-------------------------|------------------|------|--------|---------------------------------------|----------|
| 1 | 一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法 | ZL201710158574.5 | 发明 | 是 | 数字化虚拟商品综合运营服务及部分技术服务 | 原始取得、已质押 |
| 2 | 一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法 | ZL201710158598.0 | 发明 | 是 | 为公司技术基础设施，公司各业务系统建于此基础之上，服务于公司各类主营业务。 | |

公司质押的发明专利属于公司核心技术，“一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法”属于虚拟服务综合运营平台技术的组成部分，该专利属于交易风控管理技术。在交易风险控制环节，公司技术逐步优化，目前，新技术“交易风控管理方法、装置、设备以及系统”正处于专利申请审核阶段。

“一种在网络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法”属于PaaS研发服务平台技术组成部分，该发明专利技术主要用于手机客户端消息推送时信息传输，未使用于公司虚拟产品交易核心环节。

基于“一种基于人工神经网络的应用分发平台作弊检测方法”和“一种在网

络通讯包粘连的情况下提高网络速度的方法”仅属于公司相关核心技术的组成部分，无法单独具体对应公司某类业务收入及净利润。两项发明专利分别对应的核心技术所对应的公司业务收入详见本题“（七）发行人核心技术与行业内领先技术存在的差异，按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28号——创业板公司招股说明书》相关规定，补充披露各核心技术、产品的收入及占营业收入的比例”之“2、补充披露各核心技术、产品的收入及占营业收入的比例情况如下”的相关回复。

2、报告期内，公司受让专利基本情况如下：

蜂助手及其控股子公司受让取得的专利均为合并报表内部主体间的转让，不存在从合并报表外的主体受让专利的情况，具体情况如下：

（1）蜂助手持有的6项外观设计专利

东莞蜂联研发设计了下述6项专利，并于2020年4月将其转让给蜂助手，转让的主要目的在于整合公司及子公司的技术资源，转让价格为0元，该等专利权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的专利权基本情况如下：

| 序号 | 专利权人 | 原专利权人 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 是否核心技术 | 对应产品、服务说明 |
|----|------|-------|--------------|------------------|------|--------|-----------|
| 1 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 指环扣 (蝴蝶结) | ZL201730362550.2 | 外观设计 | 否 | 实物商品销售 |
| 2 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | usb线 (心形) | ZL201730530834.8 | 外观设计 | 否 | |
| 3 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 移动电源 | ZL201830369971.2 | 外观设计 | 否 | |
| 4 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 车载香薰 (心形) | ZL201830441743.1 | 外观设计 | 否 | |
| 5 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 车载香薰 (笑脸) | ZL201830441744.6 | 外观设计 | 否 | |
| 6 | 蜂助手 | 东莞蜂联 | 带灯USB 充电器 | ZL201830773069.7 | 外观设计 | 否 | |

如上表所示，公司从其控股子公司东莞蜂联处受让的专利全部为外观设计，主要用于公司商品销售业务，该部分销售产生的收入为其他业务收入，不属于公司主营业务范围，该等专利不属于公司的核心技术。报告期内，公司商品销售收入为242.66万元、336.52万元、209.89万元及268.79万元，占当期营业收入的比例分别为0.66%、1.16%、0.50%及1.27%，整体金额及占比较小。

(2) 汉鼎蜂助手持有的 3 项专利

广州零世纪研发、设计了下述 3 项专利，并于 2019 年 6 月将其转让给汉鼎蜂助手。转让的主要原因是子公司之间业务领域调整，整合技术资源，下列序号 1、序号 2 的专利转让价格为人民币 120 万元/件，序号 3 的专利转让价格为人民币 20 万元/件，该等专利权变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷，转让的专利权基本情况如下：

| 序号 | 专利权人 | 原专利权人 | 专利名称 | 专利号 | 专利类型 | 是否核心技术 | 对应产品、服务说明 |
|----|-------|-------|--------------------------|------------------|------|--------|---------------|
| 1 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 机顶盒的登录方法、装置、机顶盒管理系统及存储介质 | ZL201811264607.5 | 发明 | 是 | CPE 机顶盒及大流量模块 |
| 2 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 一种机顶盒及其通信方法 | ZL201811264646.5 | 发明 | 是 | CPE 机顶盒及大流量模块 |
| 3 | 汉鼎蜂助手 | 广州零世纪 | 智能电视机顶盒 | ZL201830601773.4 | 外观设计 | 否 | CPE 机顶盒 |

发行人不存在专利来源于汉鼎信息的情况。

汉鼎蜂助手自广州零世纪处受让的专利包括两项发明专利和一项外观设计，其中两项发明专利属于公司核心技术，一项外观设计不属于公司核心技术。两项发明专利均属于 CPE 机顶盒技术的组成部分，无法单独计算相应的收入及净利润。两项发明专利对应的 CPE 机顶盒技术形成的收入详见本题“（七）发行人核心技术与行业内领先技术存在的差异，按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书》相关规定，补充披露各核心技术、产品的收入及占营业收入的比例”之“2、补充披露各核心技术、产品的收入及占营业收入的比例情况如下”的相关回复。

（六）结合发行人技术先进性、市场占有率、产品毛利率等对其市场地位作进一步量化分析。

1、结合发行人技术先进性对市场地位的分析

发行人目前拥有 23 项发明专利(另外正在受理中的发明专利申请共 38 项)，142 项软件著作权；获得“广州市科技创新小巨人企业”，并拥有广州市科技创

新委员会认定的“广州市企业研究开发机构”，以及广东省科学技术厅认定的“广东省移动互联网应用服务工程技术研究中心”等认证。通过对行业内前瞻性和关键性技术的探索，发行人已掌握多项核心技术，积累了较为丰富的研究成果，具有一定的技术先进性及市场地位。

2、结合发行人市场占有率对市场地位的分析

报告期内，发行人为中国建设银行、中国银行、碧桂园等众多大型企业集团的营销、兑换、运营活动直接提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案，通过终端行业客户的服务商向银行、保险等终端行业客户提供流量服务，并向科大讯飞、VIVO手机、腾讯、优世联合等众多知名企业提供流量服务。发行人与爱奇艺、优酷、芒果TV及电信运营商共同合作视频融合业务，凭借优秀的服务支撑能力，成为2018年度及2019年度爱奇艺在运营商渠道的第一大代理服务商，是优酷及芒果TV的重要战略合作伙伴。发行人自2012年成立起从事运营分发业务，经过多年行业运营沉淀，积累了大量优质分发渠道，与较多优质互联网分发商建立了合作关系，为10086APP、微信读书、抖音、支付宝等众多知名APP提供运营服务。综上，发行人与上述优质客户建立良好的合作关系，体现了发行人具有一定的市场地位。

3、结合发行人产品毛利率对市场地位的分析

报告期内，数字化虚拟商品综合运营业务为发行人收入的主要来源，占报告期内总收入的80%以上。选取互联网服务行业中部分业务相似的上市公司作为发行人的可比公司，可比公司与发行人毛利率对比情况如下：

| 名称 | 用于对比的业务 | 2020年1-6月 | 2019年 | 2018年 | 2017年 |
|--------------|---------|-----------|--------|--------|--------|
| 高鸿股份(000851) | 信息服务业 | 55.86% | 26.00% | 20.78% | 22.84% |
| 彩讯股份(300634) | 技术服务 | 47.43% | 42.95% | 45.43% | 46.04% |
| 通鼎互联(002491) | 流量及数据营销 | 26.44% | 31.66% | 28.96% | 49.71% |
| 号百控股(600640) | 互联网文娱服务 | 5.82% | 26.33% | 37.46% | 34.91% |
| 平均 | | 33.89% | 31.74% | 33.16% | 38.38% |
| 蜂助手 | 综合毛利率 | 35.04% | 33.22% | 37.74% | 24.20% |

由上表，公司2017年通用流量运营服务的收入权重较高，受“提速降费”及客户结构等影响，该年毛利率较低，低于可比公司平均毛利率。2018年度至2020年1-6月，公司综合毛利率略高于可比公司平均水平。公司在发展过程中，持续

丰富及迭代业务内容，优化客户结构，盈利能力逐步提升。整体来看，公司毛利率与同行业可比公司平均毛利率水平相当。

综上，公司在技术先进性、市场占有率、毛利率方面具有一定的市场地位。

(七) 发行人核心技术与行业内领先技术存在的差异，按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书》相关规定，补充披露各核心技术、产品的收入及占营业收入的比例。

1、发行人核心技术与行业内领先技术存在的差异

发行人通过自主研发积累了五项核心技术，各项核心技术所涉及具体技术特点及技术先进性情况如下：

(1) 虚拟服务综合运营平台

| 具体技术 | 技术特点 | 技术先进性 |
|------------|--|--|
| 动态服务聚合网关技术 | 该技术对第三方服务接口进行抽象提取，解决服务对接中不同通信协议、安全认证等语法问题，以及业务层面的语法差异问题。动态服务聚合网关支持基于文本的应用层同步、异步网络协议，支持多种主流认证方式以及安全机制。同时提供可视化、可配置化的管理工具，只需简单配置即可接入新的服务。 | 基于虚拟服务供应市场缺少统一的技术服务标准的市场现状，自主研发了该技术，在实际生产过程中缩短了对接时间、提升了对接效率，降低了对接难度。 |
| 服务供应调度技术 | 该技术基于公司构建的交易供应链网络，根据供应链服务的时效和成本要求，对供应商服务能力评估模型进行实时计算，自动识别匹配供应商报价和客户请求，在交易成本、地市归属、到账时间、成功率等多个维度中选择合适的服务路径。 | 基于行业多头供应的特性，兼顾不同维度的策略权重，满足了各类客户不同的服务质量需求。 |
| 交易风控技术 | 该技术基于智能学习算法，进行 IP、账号、充值号码、行为模式等多维度的数据采集，并通过建模，不断学习与规则训练风控知识库。 | 该技术构建的风控系统，在交易过程中动态比对交易行为，提高“薅羊毛”异常行为识别率，保证业务正常开展。 |
| 用户行为分析技术 | 该技术使用智能学习算法构造用户画像，由系统发现用户的兴趣点，实现多维度推荐，从而激发用户发现自己的购物需求。 | 以多维度用户行为数据为核心，相较于行业中以历史销售数据为依据的推荐手段，提高了准确度和转化率。 |

(2) CPE机顶盒技术

发行人CPE机顶盒技术集成全网通数据接入+Wi-Fi路由+视频播放能力，其技术先进性在于公司自主研发的全网通数据接入+Wi-Fi路由技术，用户只需购买一个CPE盒子，插电即可实现自主无线上网、无线Wi-Fi热点分享，并同时观看

视频。此外，CPE机顶盒技术解决现有网络接入技术的局限性。机顶盒所处位置不同，运营商的信号强弱有别，CPE机顶盒技术内置上网能力，在运行期间实时检测所处位置的运营商信号，将检测结果发送到机顶盒管控系统，系统根据数据选择合适的运营商网络并告知CPE机顶盒，CPE机顶盒根据系统指令切换到相应运营商网络。

蜂助手CPE机顶盒技术的产品与市面同类别产品能力对比如下：

| 产品型号/比较事项 | 蜂助手 CPE 机顶盒 | | 市场同类别产品 | | | |
|-----------|--|---|-------------------------|-------------------------|------------|--------------------------|
| | 蜂助手-F1 | 蜂助手-S1 | 华为悦盒 V9 | 创维 T2 | 小米盒子 4 | 魔百盒 CM201 |
| 网络接入 | 全网通数据接入 | 全网通数据接入 | 1：Wi-Fi 接入 2：有线以太网接入 | 1：Wi-Fi 接入 2：有线以太网接入 | 1：Wi-Fi 接入 | 1: WiFi 接入 2: 有线以太网接入 |
| 网络输出 | Wi-Fi 热点分享，符合 IEEE802.11b/g/n 规范。实测 Wi-Fi 热点最高速率达：下载 70Mb/s，上传 40Mb/s；可带无线设备 6-8 台。基本等同 100M 宽带。 | 1:Wi-Fi 热点分享，符合 IEEE802.11b/g/n 规范。 2:有线输出，符合有线以太网 IEEE 802.3/u 规范。 3：实测 Wi-Fi 热点和以太网输出最高速率达：下载 70Mb/s，上传 40Mb/s；可带无线设备 6-8 台。基本等同 100M 宽带。 | 不具备网络输出功能。 | 不具备网络输出功能。 | 不具备网络输出功能。 | 不具备网络输出功能。 |

注：可比产品相关信息来源于京东等电商平台产品展示信息。

(3) PaaS研发服务平台

| 具体技术 | 技术特点 | 技术先进性 |
|-------------|--|---|
| 动态 Web 构建技术 | 该技术通过配置页面所需元数据，利用动态生成技术，集成蜂助手业务素材库，可以快速生成业务功能；集成常用业务组件，可较为快速构建统一样式的业务系统；通过可视化操作界面，提供拖拽功能，组件属性配置区域，页面预览区域，页面构建管理功能，页面整体配置数据的导入导出，说明文档和案例等，提高开发调试效率。 | 该技术高度集成开发组件和业务组件，降低了学习成本，提高了研发调试效率，提高了业务交付效率。 |
| 应用生命周期管理 | 该技术涵盖 Web 应用程序的部署、运行、扩容、下线所需的一系列工具。 | 该技术基于业界先进的虚拟化及服务治理生态 |

| | | |
|---------|---|------------------------|
| | 1、容器化部署：基于 K8s 所构建的虚拟化技术，使用 Jenkins 流水线实现自动化代码检查、编译、发布、部署，提高了发布效率； 2、弹性伸缩：支持弹性伸缩功能，根据 CPU 利用率、内存利用率、请求量、响应时间动态调整服务实例数量，灵活应对流量高峰和低谷，降低运维成本。 | 工具 K8s 研发。 |
| 全链路监控技术 | 该技术整合了 Web 应用服务生命周期所涉及的监控能力，包括基础架构资源状态、操作系统状态、容器状态、应用调用链、服务依赖拓补、应用业务状态、服务日志，运维和开发工程师可较全面的掌握整个系统所运行的状态，快速分析和定位系统问题，保障系统服务可靠性。 | 该监控手段提高了监控能力整合度及产品化程度。 |

(4) 物联网流量调度技术

| 具体技术 | 技术特点 | 技术先进性 |
|------------|--|---|
| 网络智能切换技术 | 该技术采用多模组工作方式，模组之间分工协助完成网络的检测、切换、管理以及上网功能，上网设备可以灵活选择合适运营商网络。 | 该网络切换技术能够灵活切换运营商网络，保证设备上网质量。 |
| 网络质量自动检测技术 | 该技术可以通过检测网络信号强度、延时、实时网络流量消耗、网络测试等多维度检测网络质量。 检测结果如时间、位置、网络等参数形成历史数据模型。 | 该网络检测技术是物联网流量调度技术的重要组成部分，提高了网络信号后续分析效果。 |

(5) 物联网智慧停车管理平台

| 核心技术名称 | 技术特点 | 技术先进性 |
|----------|---|--|
| 停车账单处理技术 | 该技术基于分时租赁的理念，把停车计费 and 结算抽象成日期、时间段、车辆类型、车辆规格等维度再依据收费办法组合成具体计费规则，支撑各种收费管理办法。 | 针对各地区停车管理条款及停车场自身的经营需求，制定不同收费规则，提高了适应性，可覆盖更多的收费场景。 |
| 多路网络通信技术 | 支持停车场客户端同时使用多个通信网络与服务端通信。 | 避免了单个网络因施工、网络拥堵等影响通信，从而提高了停车场客户端与服务端的网络通信质量及可靠性。 |

2、补充披露各核心技术、产品的收入及占营业收入的比例情况

报告期内，公司各项核心技术主要用于主营业务产品或服务，具体包括数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案及技术服务，公司核心技术产品收入及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

| 项目 | 2020年1-6月 | | 2019年度 | | 2018年度 | | 2017年度 | |
|----|-----------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| | 金额 | 比例 | 金额 | 比例 | 金额 | 比例 | 金额 | 比例 |
| | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| 虚拟服务综合运营平台 | 19,770.63 | 93.64% | 37,512.03 | 88.59% | 24,014.44 | 82.49% | 35,260.38 | 96.40% |
| PaaS 研发服务平台 | 415.53 | 1.97% | 1,699.60 | 4.01% | 940.58 | 3.23% | 703.36 | 1.92% |
| CPE 机顶盒技术 | 249.91 | 1.18% | 890.75 | 2.10% | 2,824.63 | 9.70% | - | 0.00% |
| 物联网流量调度技术 | 301.56 | 1.43% | 513.35 | 1.21% | 542.46 | 1.86% | 157.25 | 0.43% |
| 物联网智慧停车管理平台 | 59.46 | 0.28% | 612.29 | 1.45% | 0.55 | 0.00% | - | - |
| 合计 | 20,797.09 | 98.50% | 41,228.03 | 97.36% | 28,322.65 | 97.28% | 36,120.99 | 98.76% |

注：PaaS 研发服务平台属于公司技术基础设施，公司各业务系统建立在此基础之上，故其服务于公司各类主营业务；为避免重复统计，上表中“PaaS 研发服务平台”所对应的收入是指该类业务直接使用了“PaaS 研发服务平台”技术，未涉及或涉及较少其他核心技术。

（八）核查过程

- 1、核查发行人知识产权证书及相关变更资料；
- 2、查阅发行人与东莞蜂联签署的专利转让合同、发行人与深圳市云客互娱科技有限公司签订的计算机软件著作权《转让合同》、广州零世纪与汉鼎蜂助手签署的《计算机软件著作权转让合同》；
- 3、核查广州零世纪与汉鼎蜂助手签署的专利转让合同及付款凭证、著作权转让合同；
- 4、查阅发行人及其控股子公司与专利发明人员的劳动合同、知识产权约定、关于相关知识产权归属的确认函；
- 5、向国家知识产权局查询专利法律状态、商标档案；
- 6、登录国家知识产权局网站、中国版权保护中心网站、国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网等网站进行查询；
- 7、取得两项被质押专利对应的质押合同、主债权合同及质押登记证明；
- 8、访谈发行人管理人员关于公司核心技术与行业内领先技术的差异情况，了解核心技术的先进性、行业地位；了解发行人核心技术对应的产品；
- 9、核查发行人核心技术对应的产品及实现的营业收入；
- 10、访谈发行人管理人员关于公司通用流量业务、融合运营业务、分发运营业务的竞争优势及行业地位；
- 11、访谈公司主要客户、供应商了解公司相关业务情况；

12、核查发行人产品毛利率与同行业可比公司平均毛利的对比情况。

（九）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人已补充披露专利研发过程，经核查发行人取得和使用专利、软件著作权、作品著作权、商标的过程合法合规，不存在知识产权侵权行为或纠纷。

2、发行人已补充披露质押发明专利的具体情况，质押金额、期限，主要合同条款，报告期内公司财务状况良好，不存在因重大偿债风险或经营风险导致质押权人根据质押合同约定行使质押权的情形，相关专利质押实现的风险很小，发行人对前述风险已在《招股说明书》中进行有针对性的风险提示。

3、发行人已补充披露受让取得受让软件著作权的价格，定价依据及合理性，软件著作权的转让方。

4、经核查，发行人所有受让取得的专利及软件著作权，不存在通过汉鼎信息研发、受让专利及软件著作权的情况，发行人所有受让取得的专利、软件著作权均不存在潜在纠纷。

5、经核查，发行人质押的两项专利属于发行人的核心专利技术，汉鼎蜂助手自广州零世纪处受让的两项发明专利属于发行人核心技术，发行人不存在专利来源于汉鼎信息的情况。发行人已补充披露该四项发明专利对应的相关销售产品或服务，该四项发明专利仅属于发行人相关核心技术的组成部分，无法单独具体对应发行人某类业务收入及净利润，发行人已补充披露该四项发明专利分别对应的相关核心技术所对应的发行人业务收入情况。

6、发行人已补充披露技术先进性、市场占有率、产品毛利率方面具有一定市场地位的相关情况。

7、发行人已补充披露核心技术与行业内领先技术存在的差异，发行人已按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书》相关规定，补充披露了各核心技术、产品的收入及占营业收入的比例。

十、《审核问询函》问题十一：关于房屋租赁

根据申报材料：（1）发行人及其控股子公司广州零世纪和广州助蜂使用位于广州市天河区龙口横街 28 号南塔 23 楼房屋作为主要营业场所，营业房屋的出

租方为丽柏酒店。广州军区空军后勤部机场工兵勤务队与李辉于 2011 年 6 月 18 日就出租广州市天河区龙口东路街 28 号中辉广场南塔 1-27 层房屋建筑面积 10000 平方米物业签订了《军队房地产租赁合同》，租赁期限自 2011 年 6 月 28 日至 2031 年 6 月 27 日止。该合同已经取得军队房地产管理部门的审核同意并已备案。根据《变更房屋租赁合同申请表》（穗租备 2011170600000768 号），自 2013 年 1 月 1 日起，《军队房地产租赁合同》的承租人由李辉变更为丽柏酒店，合同其他条款不变。（2）据中央军委印发《关于军队和武警部队全面停止有偿服务活动的通知》，计划用 3 年左右时间，分步骤停止军队和武警部队一切有偿服务活动。如果后勤队执行军队停止有偿服务政策收回营业房屋，发行人将面临无法继续使用营业房屋作为营业场所的风险。发行人目前没有收到任何要求解除或提前终止租赁合同的书面或口头通知，军队停止有偿服务政策没有影响发行人实际使用营业房屋。（3）发行人有 6 项租赁合同未办理房屋租赁登记备案手续。

请发行人补充披露：

（1）发行人上述瑕疵租赁对应的租金，承租面积占发行人总租赁面积的比例，发行人租赁上述瑕疵物业是否构成重大不利影响。（2）发行人办理租赁备案手续的进展，是否存在无法办理的情形，是否存在被处罚的风险。（3）发行人租赁军队房产是否符合相关规定并履行必要程序，中央军委印发《关于军队和武警部队全面停止有偿服务活动的通知》后发行人继续租赁相关房产是否存在违规情形，发行人是否已采取相关整改措施安排。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

（一）发行人上述瑕疵租赁对应的租金，承租面积占发行人总租赁面积的比例，发行人租赁上述瑕疵物业是否构成重大不利影响。

1、发行人上述瑕疵租赁对应的租金，承租面积占发行人总租赁面积的比例

截至本补充法律意见书（一）出具之日，发行人合计有 11 项房屋租赁权，除第 4 项外，其余 10 项尚未办理房屋租赁备案手续，瑕疵租赁对应的租金、承租面积占发行人总租赁面积的比例情况如下：

| 序号 | 承租方 | 出租方 | 房屋位置 | 房产证号 | 租赁面积 (m ²) | 每月租金/元 | | 租赁期限 | 租赁面积 占总 租赁面 积比例 |
|----|-------|----------------|--|----------------------------------|---------------------------|----------------------|---------|-----------------------|--------------------------|
| | | | | | | | | | |
| 1 | 蜂助手 | 蓝锋物业 | 天河区龙口横街 28 号 23 楼自编 2301-2330 室 | 军队房地产使用许可证【军房使证（2020）房字第 0969 号】 | 1,100 | 2020/11/1-2020/12/31 | 127,339 | 2020/11/1-2021/12/31 | 36.19% |
| | | | | | | 2021/1/1-2021/12/31 | 133,706 | | |
| 2 | 广州助蜂 | 蓝锋物业 | 天河区龙口横街 28 号 23 楼自编 2339-2341 室 | 军队房地产使用许可证【军房使证（2020）房字第 0969 号】 | 350 | 2020/11/1-2020/12/31 | 40,517 | 2020/11/1-2021/12/31 | 11.52% |
| | | | | | | 2021/1/1-2021/12/31 | 42,543 | | |
| 3 | 广州零世纪 | 蓝锋物业 | 天河区龙口横街 28 号 23 楼自编 2331-2338 室 | 军队房地产使用许可证【军房使证（2020）房字第 0969 号】 | 350 | 2020/11/1-2020/12/31 | 40,517 | 2020/11/1-2021/12/31 | 11.52% |
| | | | | | | 2021/1/1-2021/12/31 | 42,543 | | |
| 4 | 前海同益 | 曾妙娜 | 南山区南山大道东南侧南园枫叶大厦 15F | 深房地字第 4000602025 号 | 163.08 | 14,700.00 | | 2021/1/1-2021/6/30 | 5.37% |
| 5 | 成都助蜂 | 四川壹号定制装饰工程有限公司 | 成都市高新区天府大道中段 530 号 1 幢东方希望天祥广场 36 层 3609 号 | 成房权证监证字第 4884457 号 | 101.62 | 8,798 | | 2020/12/26-2021/12/25 | 3.34% |
| 6 | 蜂助手 | 武汉香格里拉大饭店有 | 武汉市江岸区建设大道 700 号的香格里拉中心项 | 正在办理房产权属证明 | 171.16 | 18,827.60 | | 2020/9/1-2023/8/31 | 5.63% |

| 序号 | 承租方 | 出租方 | 房屋位置 | 房产证号 | 租赁面积 (m ²) | 每月租金/元 | 租赁期限 | 租赁面积占总租赁面积比例 |
|----|-------|----------------|---|------------------------------|---------------------------|---------------------------------|-----------------------|--------------|
| | | 限公司 | 目 7 层 01 号房 | | | | | |
| 7 | 蜂助手 | 周兰 | 长沙市开福区芙蓉中路一段 416 号泊富国际广场 13022 号房屋物业 | 长房权证开福字第 716194384 号 | 131.45 | 11,500 | 2020/7/1-2021/6/30 | 4.32% |
| 8 | 汉鼎蜂助手 | 广州八六三实业投资有限公司 | 广州市白云区北太路 1633 号广州民营科技园科盛路 8 号配套服务大楼 5 层 A505-42 房 | 粤 (2016) 广州市不动产权第 00207331 号 | 35 | 40 元/月/平方米, 租金总价按双方确认实际占用建筑面积计算 | 2020/6/1-2021/5/31 | 1.15% |
| 9 | 汉鼎蜂助手 | 广东汉唐广告装饰工程有限公司 | 广东省东莞市万江区大汾社区新基工业区 | 未提供房产权属证明 | 452.00 | 8,720 | 2020/4/1-2022/12/31 | 14.87% |
| 10 | 东莞蜂联 | 广东汉唐广告装饰工程有限公司 | 广东省东莞市万江街道万江大新路 11 号 102 室 | 未提供房产权属证明 | 150.00 | 3,000 | 2020/4/1-2022/12/31 | 4.94% |
| 11 | 南京智科 | 广州八六三实业投资有限公司 | 广州市白云区北太路 1633 号广州民营科技园科盛路 8 号配套服务大楼 5 层 A505-241 房 | 粤 (2016) 广州市不动产权第 00207331 号 | 35 | 40 元/月/平方米, 租金总价按双方确认实际占用建筑面积计算 | 2020/11/16-2021/11/15 | 1.15% |

注：上述第 1-3 项租赁合同的出租方原为广州丽柏酒店有限公司，现变更为蓝锋物业，发行人、广州助蜂、广州零世纪分别与新出租方重新签订了租赁合同，同时发行人承租面积剔除了广州助蜂、广州零世纪承租部分，由 1800 m² 变更为 1100 m²；上述第 4 项租赁合同为原合同期满后重新签署，变更租赁主体为前海同益，已办理租赁备案手续；上述第 11 项租赁合同为新增。

2、发行人租赁上述瑕疵物业是否构成重大不利影响

(1) 发行人承租的第 8 项瑕疵物业用于产品存储，发行人对外销售的产品皆为成品，一般的房屋皆能满足产品的储存要求。

发行人承租的其他瑕疵物业主要用于办公，发行人为互联网公司，经营工具主要为电脑，经营场所主要为普通办公用途物业。

因此，发行人对租赁房屋和经营工具没有特殊要求，且所在城市有足够的办公、库房用途物业可供租赁，发行人受租赁房屋变更的影响较小，若因为房屋租赁备案、产权等原因导致发行人不能继续承租，则发行人将能在较短的时间内找到合适的房屋用于办公、库房等，不会对发行人的生产经营带来重大的不利影响。

(2) 针对该事项，发行人的控股股东、实际控制人罗洪鹏已作出书面承诺：“发行人及其下属公司自有或通过租赁等方式取得的土地、房屋所有权或使用权目前均不存在任何争议或纠纷，如因该等土地、房屋权属发生争议或纠纷或利用土地、房屋不符合相关法律、法规规定等事由，导致发行人及其下属公司无法正常使用该等土地、房屋，或受到相关处罚、罚款等，本人承诺将代发行人及其下属公司承担相应责任并全额补偿发行人及其下属公司由此所导致的一切损失。”

综上，发行人租赁上述瑕疵物业不会对发行人的生产经营构成重大不利影响。

(二) 发行人办理租赁备案手续的进展，是否存在无法办理的情形，是否存在被处罚的风险。

1、办理租赁备案手续的进展，是否存在无法办理的情形

经核查，上表所列的 1-3 项租赁合同原出租方为广州丽柏酒店有限公司¹，现变更为蓝锋物业，尚未重新办理房屋租赁备案手续，上表第 4 项已办理房屋租赁备案手续，其余租赁合同未办理房屋租赁登记备案手续。

发行人承租的其他房屋存在因缺少权属证明等资料或出租方不愿意配合，暂时存在不能办理房屋租赁备案的障碍，发行人正在与出租方及相关主管部门积极协商沟通，持续办理所租赁房屋房屋租赁备案登记。

2、是否存在被处罚的风险

¹ 在与广州丽柏酒店有限公司签署租赁合同期间，发行人已办理房屋租赁备案手续，备案号为穗租备 2017B0600600188 号（2017 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日）以及穗租备 2019B0600600264 号（2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日）。

(1) 根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》，未办理租赁登记手续不影响租赁合同的有效性。因此，上述法律瑕疵不影响租赁合同的法律效力，发行人及其控股子公司有权根据相关租赁合同使用该等房屋。

(2) 根据《商品房屋租赁管理办法》（中华人民共和国住房和城乡建设部令第6号）第十四条¹及第二十三条²的规定，发行人及其控股子公司承租部分房屋未办理备案登记手续的情形不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在法律瑕疵，发行人及其控股子公司存在因该等瑕疵而受到房地产管理部门处罚的法律风险。

自上述租赁合同签署至今，发行人及其控股子公司均未曾因前述事项被相关主管部门要求责令限期改正，亦未因前述事项受到相关主管部门的处罚。

(3) 发行人的控股股东、实际控制人罗洪鹏已针对该事项出具代发行人及其下属公司承担相应责任并全额补偿发行人及其下属公司由此所导致的一切损失的承诺。

综上所述，发行人租赁房屋未进行租赁备案登记存在被处罚的风险，但该瑕疵不会对发行人的持续经营及本次发行并上市造成重大不利影响。”

(三) 发行人租赁军队房产是否符合相关规定并履行必要程序，中央军委印发《关于军队和武警部队全面停止有偿服务活动的通知》后发行人继续租赁相关房产是否存在违规情形，发行人是否已采取相关整改措施安排。

1、据中华人民共和国国防部网站 2016 年 3 月 27 日发布《中央军委部署军队和武警部队全面停止有偿服务工作》³显示，中央军委印发《关于军队和武警部队全面停止有偿服务活动的通知》，计划用 3 年左右时间，分步骤停止军队和武警部队一切有偿服务活动。自前述通知下发之日起，所有单位一律不得新上项

1 第十四条 房屋租赁合同订立后 30 日内，房屋租赁当事人应当到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案。

房屋租赁当事人可以书面委托他人办理房屋租赁登记备案。

2 第二十三条 违反本办法第十四条第一款、第十九条规定的，由直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正；个人逾期不改正的，处以 1000 元以下罚款；单位逾期不改正的，处以 1000 元以上 1 万元以下罚款。

3 中华人民共和国国防部网站，http://www.mod.gov.cn/shouye/2016-03/27/content_4647635.htm

目、新签合同开展对外有偿服务活动，凡已到期的对外有偿服务合同不得再续签，能够协商解除军地合同协议的项目立即停止（以下简称“军队停止有偿服务政策”）。

据中华人民共和国中央人民政府网站 2018 年 6 月 11 日发布《中共中央办公厅、国务院办公厅、中央军委办公厅印发〈关于深入推进军队全面停止有偿服务工作的指导意见〉》¹显示，中共中央办公厅、国务院办公厅、中央军委办公厅印发《关于深入推进军队全面停止有偿服务工作的指导意见》，该意见明确对部分项目可采取委托管理方式进行处理，对军队全面停止有偿服务后空余房地产全部由中央军委集中管理、统筹调控。

就发行人及其控股子公司承租的天河区龙口横街 28 号 23 楼房屋（以下简称“营业房屋”），蓝锋物业提供了中央军委后勤保障部房地产资源管理中心 2020 年 3 月 27 日核发的《军队房地产使用许可证（副本）》【军房使证（2020）房字第 0969 号】复印件，载明营业房屋属于房地产委托管理项目，委托方为联勤保障部队第 2 储备资产管理局，运营方为融通地产（广东），使用用途包含商业办公；蓝锋物业提供其与融通地产（广东）签署的《房地产租赁合同》复印件及融通地产（广东）出具的《关于同意龙口横路 28 号项目转租、分租的说明函》复印件，说明龙口横街 28 号符合军队房地产委托经营条件，蓝锋物业承租后可对外转租、分租，租户可办理工商营业执照等与经营活动相关的证照。

广州助蜂、广州零世纪目前已凭蓝锋物业提供的《军队房地产使用许可证》（复印件加盖蓝锋物业公章）办理了注册地址变更的工商手续。

根据上述资料，发行人租赁营业房屋符合《关于深入推进军队全面停止有偿服务工作的指导意见》的要求。

根据发行人的说明，发行人目前没有收到任何要求解除或提前终止租赁合同的书面或口头通知，军队停止有偿服务政策没有影响发行人实际使用营业房屋。

2、发行人为互联网公司，经营工具主要为电脑，营业房屋为普通办公用途物业，发行人对经营场所和经营工具没有特殊要求，且所在城市有足够的办公用途物业可供租赁，发行人受办公和经营场所变更的影响较小。

3、发行人的控股股东、实际控制人罗洪鹏已针对该事项出具代发行人及其

1 中华人民共和国中央人民政府门户网站，http://www.gov.cn/zhengce/2018-06/11/content_5297902.htm

下属公司承担相应责任并全额补偿发行人及其下属公司由此所导致的一切损失的承诺。

综上所述，目前军队停止有偿服务政策没有影响发行人实际使用营业房屋，即便未来因此导致发行人无法继续使用营业房屋，也不会对发行人的持续经营及本次发行并上市造成重大不利影响。

（四）核查过程

1、核查了发行人租赁房屋的租赁合同、租赁房产产权证明、出租方有权出租证明、租赁登记备案手续文件；

2、查阅发行人出具的说明，发行人实际控制人出具的承诺；

3、取得蓝锋物业提供的《军队房地产使用许可证》（复印件加盖蓝锋物业公章）、融通地产（广东）与蓝锋物业签署的《房地产租赁合同》（复印件）、融通地产（广东）出具的《关于同意龙口横路 28 号项目转租、分租的说明函》（复印件）。

（五）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人租赁上述瑕疵物业主要用于办公及产品存储等，发行人对经营场所、产品存储没有特殊要求，且所在城市有足够的办公、库房用途物业可供租赁，发行人承租瑕疵物业不会对发行人的生产经营带来重大不利影响。

2、发行人有 10 项房屋租赁未办理租赁备案手续；发行人承租的房屋存在因缺少权属证明等资料或出租方不愿意配合，暂时存在不能办理房屋租赁备案的障碍，发行人正在与出租方及相关主管部门积极协商沟通，持续办理所租赁房屋的租赁备案登记。

发行人承租部分房屋未办理备案登记手续的情形不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在因该等瑕疵而受到相关主管部门处罚的法律风险，但发行人至今未曾因前述事项被相关主管部门要求责令限期改正，亦未因前述事项受到相关主管部门的处罚；且前述瑕疵不影响租赁合同的有效性，发行人及其控股子公司有权根据相关租赁合同正常使用该等房屋；发行人的控股股东、实际控制人罗洪鹏已针对该事项出具代发行人及其下属公司承担相应责任并全额补偿发行人及其下属公司由此所导致的一切损失的承诺。

因此，发行人承租部分房屋未办理备案登记手续不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不会对本次发行并上市产生实质法律障碍。

3、发行人租赁营业房屋符合《关于深入推进军队全面停止有偿服务工作的指导意见》的要求。发行人目前没有收到任何要求解除或提前终止租赁合同的书面或口头通知，军队停止有偿服务政策没有影响发行人实际使用营业房屋；且发行人对经营场所和经营工具没有特殊要求，受办公和经营场所变更的影响较小，即便未来因军队停止有偿服务政策导致发行人无法继续使用营业房屋，也不会对发行人的持续经营及本次发行并上市造成重大不利影响。同时，发行人的控股股东、实际控制人罗洪鹏已针对该事项出具代发行人及其下属公司承担相应责任并全额补偿发行人及其下属公司由此所导致的一切损失的承诺。

十一、《审核问询函》问题十三：关于主要业务

根据申报资料：

(1) 发行人通过蜂助手综合服务云平台为客户提供数字化虚拟商品聚合运营服务，发行人平台既可采用 API 模式面向企业集团客户的采购，又可采用 H5 模式以自有平台或互联网合作渠道入口直接面向终端消费者。通用流量是公司经营的主要数字化虚拟商品资源，合作商为中国移动、中国联通、中国电信三大电信运营商的代理商。(2) 发行人 2018 年开始推出“视频会员权益+运营商流量”的视频权益融合运营服务，通过与网络视频商合作，获取在运营商约定区域渠道销售视频会员的代理授权，将视频权益资源通过 API 方式接入运营商系统，协助运营商将流量、无线宽带家庭套餐、个人邮箱、5G 会员、移动流媒体、私人云服务等通信产品服务与视频内容权益进行融合。发行人是爱奇艺、优酷、芒果 TV 三家头部网络视频商在约定运营商渠道开展视频权益融合产品市场活动的授权代理商，具有一定的竞争壁垒。与爱奇艺的合作合同显示，没有爱奇艺的认可，发行人不能再代理或销售第三方与“爱奇艺会员”相竞争的产品或服务。(3) 按照服务类型的差异分类，发行人提供的物联网应用解决方案分为物联网流量解决方案、物联网硬件解决方案、物联网场景解决方案三种类型。2020 年以来，发行人与联通华盛（中国联通的终端公司）、腾讯展开三方合作，开发了腾讯极光 CPE 机顶盒。发行人将 CPE 机顶盒销售给联通华盛，由

中国联通将腾讯王卡产品（中国联通与腾讯联合推出的号卡产品）与 CPE 机顶盒相结合，为腾讯王卡个人套餐客户提供“王卡宽带”融合家庭套餐产品，中国联通与腾讯每月按活跃用户分成“流量费用+腾讯视频会员费用”，腾讯将其中国联通每月分成的流量费用结算给蜂助手。（4）在物联网应用解决方案及技术服务过程中，发行人将部分的非核心服务外包给供应商，通过服务采购的方式解决。

请发行人补充披露：

（1）主要合作的三大运营商代理商名称、双方的权利责任划分、交货方式、资金结算周期、流量采购任务及完成率、采购折扣等内容；说明一级代理和次级代理在资金结算、采购规模、采购折扣等方面的主要差异；发行人未直接与三大运营商合作的原因；API 模式和 H5 模式的主要差异、不同模式贡献收入及金额、成本、毛利率，并详细说明不同模式对成本、毛利率的影响。（2）结合市场规模及竞争情况、自身竞争优势、业务规模、主要竞争对手等，说明发行人在流量代理、分发行业中的地位、是否存在被上下游企业替代的可能和风险；在“提速降费”大背景下，发行人通用流量收入规模整体呈萎缩趋势，说明未来是否存在进一步下滑的风险，是否对持续经营能力产生重大不利影响。（3）爱奇艺、优酷和芒果 TV 三家头部网络视频商对发行人授权代理的范围、期限、双方的权利责任划分、交货方式、销售模式、资金结算周期、产品及采购折扣、考核任务及完成率、激励返点等内容；授权代理的持续性是否存在不确定性；发行人同时代理爱奇艺、优酷和芒果 TV 相关业务，是否违反与爱奇艺的合作合同相关约定。（4）融合运营业务的竞争壁垒、自身的主要竞争优势、主要竞争对手、是否存在运营商和视频权益商直接合作影响发行人该业务的风险、是否存在未获取授权对持续经营能力造成重大影响的风险。（5）融合运营主要套餐种类、内容及对应的销售收入及占比、销售渠道、终端消费群体；视频权益融合业务与视频会员业务在营销方式、销售渠道、定价、采购方式及成本等方面的差别，视频权益融合业务规模及增长幅度远大于视频会员业务的原因及合理性。（6）结合具体案例，用通俗易懂的语言描述物联网应用解决方案的三种类型，说明提供的具体服务内容、运营、销售、采购及盈利模式，不同类型的差异；说明物联网应用解决方案相关产品或服务与物联网的融合情况、将其

定义为物联网相关业务是否合适、是否真实准确反映了业务内容及实质，与其他同类业务公司对该业务的描述是否一致,请根据业务实质进行客观准确平实的信息披露，避免误导投资者。(7) 发行人将物联网业务列为重要业务板块之一，报告期内研发投入也有所侧重并设立汉鼎蜂助手负责 CPE 机顶盒产品的运营，但报告期内该业务营收贡献不大，结合物联网业务的前景、业务及客户开拓情况，就是否存在投入较大不能取得预期收益的风险，进行有针对性的风险揭示。

(8) “王卡宽带”融合家庭套餐产品的内容、运营服务流程、中国联通与腾讯的分成方式及比例；腾讯将流量费用结算给发行人的原因、发行人与中国联通结算流量费用的计费方法、结算周期、结算金额是否与腾讯结算的流量费用一致；结合具体案例，用通俗易懂的语言描述发行人合作开发腾讯极光 CPE 机顶盒的盈利模式，补充披露该业务在报告期内的销售收入、毛利率，未来该业务的发展趋势。(9) 非核心服务外包对应的工作范围；不同类型业务中，自有员工和劳务外包方从事工作的差异情况，包括但不限于工作内容、所需资质、专业水平、难易度等；报告期内外包服务采购金额、占当期相关业务成本的比重。

(10) 发行人含数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案及技术服务三大板块，虚拟商品综合运营服务包括的聚合运营服务、融合运营服务、分发运营服务三类业务，披露各板块及类别的业务发展的内在联系，相关协同效应的具体体现和实例，结合数字化虚拟商品运营业务及物联网业务客户开拓、销售情况、行业发展趋势等，说明发行人主营业务收入是否存在大幅下滑风险，是否会对发行人的持续盈利能力产生重大不利影响。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

(一) 主要合作的三大运营商代理商名称、双方的权利责任划分、交货方式、资金结算周期、流量采购任务及完成率、采购折扣等内容；说明一级代理和次级代理在资金结算、采购规模、采购折扣等方面的主要差异；发行人未直接与三大运营商合作的原因；API模式和H5模式的主要差异、不同模式贡献收入及金额、成本、毛利率，并详细说明不同模式对成本、毛利率的影响

1、主要合作的三大运营商代理商名称、双方的权利责任划分、交货方式、资金结算周期、流量采购任务及完成率、采购折扣等内容

公司合作的流量代理商一般不区分为某一运营商的流量代理商，存在一家流量代理商同时代理多家运营商流量的情形。报告期内，公司所合作的前五大流量代理商名称、双方的权利责任划分、交货方式、资金结算周期、流量采购任务及完成率、采购折扣内容具体如下：

| 序号 | 流量代理商/ 供应商名称 | 双方的主要权利责任划分 | | 交货方式 | 资金结 算周期 | 流量采购任 务及完成率 | 备注 |
|----|-----------------|---|---|--|--|---|--------------------|
| | | 供应商 | 发行人 | | | | |
| 1 | 广东赛瑞通讯有限公司 | (1) 供应商提供稳定的API接口和服务系统； (2) 供应商应提供业务对接所必须的技术文档和技术支持； (3) 应协助客户完成API平台的对接以及具体服务的接入工作，保证提供的接口对接的顺利运行，保证顺利开展 | (1) 按照确认的接口文档进行开发，如未按照接口文档的约定进行操作造成的渠道商损失全部自行承担； (2) 经营须符合国家法律法规要求，具备营业执照、有关资质和许可； | API接口加密订单传输，具体流程如下： 客户侧提交订单（开始）→蜂助手接收订单→API传输订单参数→供应商系统→订单处理，并将处理结果返回 | (1) 采取预付款模式，交易发生时，根据每个订单交易金额，系统自动化从预付款余额中扣费，双方每月对账结算； (2) 如遇特殊情况（如节假日无法及时加款），经双 | 未约定流量采购任务及完成率。如无特别采购任务，则资源折扣优先，成功率、充值时效、客服服务等综合影响合作采购量。 | 2019年、2020年1-6月前五大 |
| 2 | 广东宏科通信有限公司 | | | | | | 2019年、2020年1-6月前五大 |
| 3 | 百妙骏业（北京）科技有限公司 | | | | | | 2019年、2020年1-6月前五大 |
| 4 | 广州市安亿通科技发展有限公司 | | | | | | 2020年1-6月前五大 |
| 5 | 山东泰唯网络科技有限公司 | | | | | | 2020年1-6月前五大 |

| 序号 | 流量代理商/ 供应商名称 | 双方的主要权利责任划分 | | 交货方式 | 资金结 算周期 | 流量采购任 务及完成率 | 备注 |
|----|-----------------|---|---------------------------------------|------------------|--|----------------|----------------------|
| | | 供应商 | 发行人 | | | | |
| 6 | 深圳易普森科技股份有限公司 | 业务； (4)经营须符合国家法律法规要求，具备营业执照、有关资质和许可； | (3)对自身的平台的安全性负责，如因自身安全问题，造成自身损失，自行承担。 | →客户侧收到订单结果（交易完成） | 方沟通，适时可提供一定授信额度，以保障业务服务正常，授信款项支付通常一周以内，一般不超过一个月。 | | 2018年、2019年前五大 |
| 7 | 厦门小歪科技有限公司 | | | | | | 2017年、2018年、2019年前五大 |
| 8 | 上海大汉三通无线通信有限公司 | | | | | | 2017年、2018年前五大 |
| 9 | 深圳腾畅科技有限公司 | | | | | | 2018年前五大 |
| 10 | 阿里云计算有限公司 | | | | | | 2018年前五大 |
| 11 | 广州市宇杰科技有限公司 | | | | | | 2017年前五大 |
| 12 | 广州流量圈通信科技有限公司 | | | | | | 2017年前五大 |
| 13 | 杭州又拍云科技有限公司 | | | | | | 2017年前五大 |

注：1、运营商流量可分为国口流量和省口流量。国口流量适用于全国范围手机号码充值，省口流量仅适用于某个省份的手机号码充值。国口流量具有稳定性好、覆盖率高、充值成功率高等特点，资源质量整体较高，采购价格（折扣）相对较高。国口流量一般为7.00折至8.50折之间，省口流量一般为4.00折至7.00折之间。2、公司主要供应商平均采购折扣存在一定差异，主要因流量属性（省口、国口）、区域等不同，折扣存在一定的差异，相关价格为正常商业谈判形成，价格公允。3、主要供应商的平均采购折扣已申请豁免披露。

2、说明一级代理和次级代理在资金结算、采购规模、采购折扣等方面的主要差异

流量供应商按照是否直接连接运营商，分为直连运营商的分发商及非直连运营商的分发商两种类型。直连运营商，系流量供应商直接向运营商采购通用流量，相当于传统行业的一级代理；非直连运营商，系流量供应商向其他流量分发商采购通用流量，相当于传统行业的二级代理。但由于流量资源涉及不同省份、不同运营商，直连和非直连运营商并不代表该分发商在运营商中的长久地位关系，流量分发商会根据资源及业务需要，在直连运营商和非直连运营商两种模式下进行转换。

具体而言，通用流量资源是以地市运营商为核心的供应链模式，不同地市、不同时间阶段，各地市运营商会根据自身经营目标完成情况，供应出不同成本折扣、有限供应量的流量资源。三大运营商，在全国共计 300 多个地市，拥有近千家地市运营商，流量资源竞争优势各异。流量资源具有较强的区域性、时效性，决定了各分发商只会在某一时段获取到运营商某一地市、某一面值具有价格、稳定性等优势流量资源，因此各分发商需要通过互相提供资源达到资源互补整合及利润最大化。

直连运营商和非直连运营商的主要差异如下：

| 项目 | 直连运营商 | 非直连运营商 |
|-------|--|--|
| 资金结算 | 预付款模式，根据实际消耗情况，每月对账结算。 | 一般系预付款模式，但经商务谈判，可获取一定额度授信。根据实际消耗情况，每月对账结算。 |
| 采购规模 | 预存采购款金额单次一般为 100 万元到 2,000 万元不等。 | 可根据企业具体运营情况进行相关预付或后付（先消耗，再付费）采购，基本无采购金额限制 |
| 采购折扣 | （1）不同省份地市折扣政策不一； （2）一般情况下，同一省份不同预存金额取得折扣不一样，同一省份，直连运营商的折扣比非直连运营商的折扣较有优势； （3）折扣稳定，预存金额范围内，折扣不变。 | （1）受市场波动影响较大，折扣经常多变； （2）一般情况下，同一省份同一时期，非直连运营商折扣比直连运营商折扣高（即非直连运营商价格高于直连运营商价格）。 |
| 预付款退款 | 一般不支持预付款退款。 | 支持预付款退款。 |

3、发行人未直接与三大运营商合作的原因

公司流量供应商策略是以多供应商比价模式为主，较少直接向三大运营商直

接采购通用流量资源的原因主要系，流量分发与传统实物商品的销售类似，都是由供求关系及交易结果决定，流量分发商会从有稳定流量资源供应商采购流量，是否直连运营商不关键，关键是成本价格有优势、接口稳定性、充值到账率高。一般而言，流量分发商直连运营商，存在大额预存锁定成本，销售时间限制、申请周期长等限制，不利于一般流量分发，且风险较大。从其他分发商采购，即多供应商竞价采购模式，分发商之间按实际销售对账结算，采购价格随市场波动不受锁价影响，也无时间限制，风险更低，运营更灵活。具体情况如下：

(1) 运营商为防止坏账风险，只接受采购预存款模式，且预存款项一般不予以退还。运营商流量资源分省管理，不同省份政策不一，公司为满足全国用户的充值需求，需要拥有各个省份流量资源，若采取与各省运营商直连采购模式，需要向各省运营商进行款项预存，且预存金额没有统一的标准，具体预存金额根据运营商具体营销方案决定，一般在数百万或千万级别，对流动资金占用较大。

(2) 对于同一批次预存款，预存款项完成时，即锁定采购价格及有效期。据此，若与运营商直连进行流量资源采购，公司需要承担市场价格波动的影响和有效期的风险。虚拟商品价格波动和传统的实物商品市场一样，价格由供需关系决定，同一地区运营商流量资源供应量大，则价格就会下降，反之价格会上涨；流量市场采购价格变化较快，锁价采购将影响公司获取最优资源。另外，同一批次流量资源，运营商往往规定消耗有效期，有期内消耗不完所预存款项余额一般不予退还，因此，存在一定的资金预存风险。

(3) 运营商各省各地市政策不同，直连运营商需要在全国各省各地市投入商务人员对接，该等模式下公司只能实现少量省市直连。鉴于运营商严格的内部控制，公司申请直连接口受理后，地市运营商发起内部请示流程，待请示流程批准后，安排 BOSS 技术联调，一般市、省的接口技术对接周期需要 2-3 个月的时间，国口时间更长，具体周期不定。

综上，发行人较少直接向三大运营商采购通用流量资源具有合理原因，符合行业惯例。

4、API 模式和 H5 模式的主要差异、不同模式贡献收入及金额、成本、毛利率，并详细说明不同模式对成本、毛利率的影响。

(1) API 模式和 H5 模式的主要差异

通用流量运营服务 API 模式与 H5 模式的主要差异情况如下表：

| 差异事项 | API 模式 | H5 模式 |
|---------------|--|--|
| 获客方式 | 通过市场拓展，直接获取法人客户 | ①通过自有线上渠道，如蜂助手 APP、公众号等获取终端用户； ②通过与拥有互联网渠道入口的企业集团合作，蜂助手通过该等入口获取终端用户。 |
| 合作方技术基础 | ①合作方一般具备较为完善的商品管理平台及体系； ②合作方可以自行管理自有渠道订单的购买、赠送、组合营销、付费等各项事项。 | ①合作方没有完整的商品管理平台或不在通用流量板块进行技术投入； ②合作方需要蜂助手协助进行渠道的管理、用户订单的购买、赠送、组合营销、付费等各项事项。 |
| 技术对接及 IT 资源占用 | ①合作方与蜂助手使用接口模式自动化完成订单等信息交易传输； ②平台稳定及安全性由双方各自环节负责； ③服务器、带宽、网络稳定等相关由合作方承担。 | ①合作方需要蜂助手提供相关前后端技术能力支撑； ②蜂助手负责整个 H5 的开发、稳定及安全性； ③服务器、带宽、网络稳定由蜂助手承担。 |
| 销售对象 | 面向法人客户 | 面向终端个人用户 |
| 运营方式 | ①合作方自行进行相关运营人员投入； ②终端售价、下游渠道沟通等相关工作由合作方承担。 | ①蜂助手负责相关运营人员投入； ②蜂助手负责 H5 页面产品上下架及价格调整等工作。 |
| 支付/收款方式 | 合作方与蜂助手进行双方对公账户付款。 | 通过微信支付、支付宝支付等，蜂助手负责对终端用户收款。 |
| 结算差异 | 一般为预付款模式，产品实时消耗扣除预付款，每月对账结算；特殊情况下，经双方协商，给予一定的授信额度。 | 蜂助手收取终端用户所购产品款项；另外，与合作方采取佣金结算模式，每月对账结算。 |
| 客服差异 | ①合作方负责该企业渠道客服工作； ②蜂助手提供客服沟通 QQ 群，处理合作方过滤后的客服问题。 | 蜂助手负责终端客户的服务工作，含微信、电话、QQ 等方式。 |

(2) 不同模式贡献收入、成本、毛利率情况

报告期内，通用流量为公司经营的主要虚拟商品资源，区分 API 模式及 H5 模式，对应贡献收入、成本、毛利率情况如下：

单位：万元

| 模式 | 2020 年 1-6 月 | | | | 2019 年 | | | |
|-----------|--------------|--------|----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| | 收入 | 占比 | 成本 | 毛利率 | 收入 | 占比 | 成本 | 毛利率 |
| API(企业客户) | 5,876.97 | 99.68% | 4,661.76 | 21.30% | 14,584.23 | 99.71% | 11,675.74 | 20.34% |
| H5(个人客户) | 19.02 | 0.32% | 15.35 | 20.15% | 42.17 | 0.29% | 33.91 | 19.59% |

| | | | | | | | | |
|----|----------|---------|----------|--------|-----------|---------|-----------|--------|
| 合计 | 5,895.99 | 100.00% | 4,677.11 | 20.67% | 14,626.40 | 100.00% | 11,709.65 | 20.34% |
|----|----------|---------|----------|--------|-----------|---------|-----------|--------|

续：

| 模式 | 2018 年度 | | | | 2017 年度 | | | |
|-----------|-----------|---------|----------|--------|-----------|---------|-----------|--------|
| | 收入 | 占比 | 成本 | 毛利率 | 收入 | 占比 | 成本 | 毛利率 |
| API(企业客户) | 4,978.19 | 43.67% | 4,496.07 | 11.48% | 13,959.27 | 56.21% | 13,422.88 | 3.84% |
| H5(个人客户) | 6,420.39 | 56.33% | 3,973.96 | 38.10% | 10,873.45 | 43.79% | 8,595.30 | 20.95% |
| 合计 | 11,398.58 | 100.00% | 8,470.03 | 25.69% | 24,832.72 | 100.00% | 22,018.17 | 11.33% |

注：占比指各模式下收入金额占通用流量销售总金额的比例。

(3) 不同模式对成本、毛利率的影响

1) 对成本金额的影响

公司通用流量成本主要为流量采购成本，人工及 IDC 成本。由于 API、H5 模式主要是销售方式的区分，不同的模式下，对通用流量成本并无较大影响。公司通用流量成本波动与收入波动趋势基本一致。

2) 对毛利率的影响

API 模式主要面向企业客户进行销售，H5 模式主要面向终端个人用户。一般来说，采用 H5 模式的通用流量运营服务，由于直接面向终端个人客户缩短了价值链的过程，公司享有的增值空间较采用 API 模式更高，因此 H5 模式的毛利率一般相应较高。同时，通用流量业务毛利率还随两种模式收入占比变化以及各模式下具体客户结构变化而相应发生变化。具体而言：

通用流量运营服务毛利率 2018 年高于 2017 年一方面系 2018 年两种模式的毛利率均有所提升，另一方面系 H5 模式收入占比提升所致，2019 年、2020 年 1-6 月下滑主要系 H5 模式收入占比大幅减少所致。

API 模式毛利率变化方面，报告期内，公司企业客户结构发生了较为明显的变化，逐渐由流量分销商转变为终端行业客户及终端行业客户的服务商，客户结构不断优化，从而引致报告期内公司 API 模式的客户毛利率不断提升。

H5 模式毛利率变化方面，2017 年、2018 年，公司主要与广东欢太科技有限公司（OPPO）合作 H5 模式的个人用户流量充值业务，占公司通用流量个人客户总收入的比例分别为 98.43%和 95.93%，公司 H5 模式毛利率高于 API 模式。公司 2018 年底与 OPPO 结束通用流量 H5 合作后，H5 模式的个人客户收入规模

大幅下滑。2019年、2020年1-6月通用流量个人客户收入金额分别为42.17万元、19.22万元，个人客户主要为蜂助手APP、公众号等自有平台用户，“流量日包”等低价流量品种为自有平台用户的主要消费品种。为提高自有平台用户规模，公司2019年后的个人客户整体销售策略与企业客户一致，因此2019年、2020年1-6月企业客户和个人客户毛利率基本接近。

综上，报告期内，API模式及H5模式收入占比变化以及各模式下具体客户结构变化综合引致了公司毛利率发生变化。

(二) 结合市场规模及竞争情况、自身竞争优势、业务规模、主要竞争对手等，说明发行人在流量代理、分发行业中的地位、是否存在被上下游企业替代的可能和风险；在“提速降费”大背景下，发行人通用流量收入规模整体呈萎缩趋势，说明未来是否存在进一步下滑的风险，是否对持续经营能力产生重大不利影响。

1、通用流量市场情况、发行人竞争优势及相关业务持续性

(1) 市场规模整体情况

近年来，各种线上线下服务加快融合，移动互联网业务创新拓展，带动移动支付、移动出行、移动视频直播、餐饮外卖等应用加快普及，刺激移动互联网接入流量消费保持高速增长，移动互联网接入月户均流量（DOU）继续呈现成倍上升态势。三大运营商发布的2019年度业绩报告显示，手机上网总流量、DOU等指标均大幅增长，成为运营商维持业绩平稳增长的重要动力源。根据中国移动2019年度报告：“2019年，移动客户净增2521亿户，达到9.5亿户；手机上网流量同比增长90.30%，手机上网DOU达到6.7GB，较2018年平均每月每户手机上网流量3.6GB增长86.11%。”未来，伴随着5G商用时代的到来，移动数据传输速率将较4G显著加快。为了提高用户体验，图像、视频、游戏、直播等流量应用场景越来越清晰，用户交换网络数据内容会越来越丰富且交换数据量越来越大，都将极大的增加移动用户的流量消耗，为流量运营服务提供了广阔的市场空间。

(2) 行业竞争情况

随着4G网络覆盖，智能手机普及，短视频及长视频产品爆发，自2015年个人用户手机流量购买需求快速增长以来，流量经营企业快速增加，流量经营市

市场竞争较为充分，整体市场集中度较低。随着市场成熟度的发展，客户对综合服务的要求逐渐提高，终端渠道客户资源逐渐集中在技术水平较高、服务质量较好、流量资源稳定、运营经验丰富、营销策划能力完善等综合服务能力较强的流量分发商。行业内经营流量相关业务的主要上市公司如下：

| 上市公司名称 | 主营业务 | 流量相关业务 | |
|---------------------|--|----------|---|
| | | 可比业务 | 业务内容 |
| 旗天科技 (300061.SZ) | 该公司主要从事的业务为银行卡增值营销业务、数字商品营销业务、航旅消费数字业务、保险经纪业务、金融科创服务业务。 | 数字商品营销业务 | 主要由子公司江苏小旗欧飞科技有限公司实施。主要整合各种商品及营销技术和资源，服务对象包括电商、银行、互联网公司、保险、支付、福利业等。 |
| 高鸿股份 (000851.SZ) | 该公司经营通信设备产品及制造业务、计算机涉密、系统集成业务及外围设备销售业务、充值业务、兑换业务、支付业务、移动信息、移动传媒、应用分发、移动娱乐、IT 销售业务。 | 充值业务 | 主要由子公司北京高阳捷迅信息技术有限公司实施。主要通过与支付宝的合作，依托支付宝的 C 端流量入口，打造互联网营销平台。 |
| 通鼎互联 (002491.SZ) | 该公司产品或服务类型包括：光纤光缆、通信设备、通信电缆、流量及数据营销、互联网安全。 | 流量及数据营销 | 主要由子公司苏州瑞翼信息技术有限公司实施。主要提供移动互联网营销解决方案及系统开发服务。 |

注：相关企业公开资料未单独披露流量业务规模数据。

目前，旗天科技(300061.SZ)下属子公司小旗欧飞、高鸿股份(000851.SZ)下属子公司高阳捷迅、通鼎互联(002491.SZ)下属公司瑞翼信息等上市公司下属子公司凭借资本平台及自身优势，发展成为行业内流量经营规模较大的企业，发行人等行业优势企业也依托丰富的渠道资源等具备了较强的市场竞争力，拥有一定的经营规模。

(3) 发行人自身竞争优势

凭借多年流量运营的经营积累和沉淀，公司在技术研发、综合服务能力、管理及人才等方面拥有一定的竞争优势。具体如下：

1) 技术研发优势。为促进虚拟商品交易效率，公司持续进行技术创新，促进运营效率的提升，公司服务交易平台的路由技术可自动识别、匹配供应商能力及客户要求，在交易成本、交易时间等多个维度中选择最佳服务路径，有效提升交易利润和客户满意度，降低运营成本。公司服务平台已实现工具化、自动化，并申请取得了多项发明专利。

2) 综合服务能力优势。综合服务能力是本行业企业生存与发展的重要基础，公司经过多年发展及沉淀，积累了较为丰富的产品运营经验，可实现为客户提供优质虚拟商品，同时提供配套营销方案及运营支撑服务等。报告期内，持续为中国建设银行、中国银行、中石化等众多大型企业集团的营销、兑换、运营活动直接提供数字化虚拟商品交易及服务解决方案，通过终端行业服务商客户间接向众多银行、保险等终端行业客户提供流量服务，并向科大讯飞、VIVO 手机、腾讯、优世联合等众多知名企业提供流量运营服务，体现了优秀的综合服务能力。

3) 管理及人才优势。公司核心管理团队大部分来自运营商，并且具备多年的运营商从业管理经验，对流量分发行业发展、运营管理、客户需求等方面有深刻的见解，对流量市场的发展趋势具有前瞻性，拥有较强的管理决策能力。

(4) 被上下游企业替代的可能和风险

结合上述市场特点及公司竞争优势，公司在流量分发行业中被上下游企业替代的可能和风险较小，主要原因如下：

1) 基于通用流量市场中，三大运营商在全国共计 300 多个地市，拥有近千家地市运营商，流量资源竞争优势各异。流量资源的区域性、时效性强，决定了各分发商只会在某一时段获取到某一地市、某一面值具有价格、稳定性等优势流量资源，不存在一家分发商同一时间获得所有地市流量资源最优价格的情况，因此各分发商需要通过互相合作达到资源互补整合及利润最大化。

2) 从公司流量业务的合作商来看，上游供应商基本为同业批发资源供应商，一般无过多业务运营及整合能力；蜂助手下游客户主要偏向终端行业客户及终端行业服务商客户，该等客户所购资源主要系满足银行、保险、手机厂商、游戏等企业的营销、兑换需求，对资源稳定性、平台安全性、营销策划等方面有较高要求。在具体服务过程中，蜂助手不仅满足客户对高稳定性流量产品的需求，亦提供了话费、其他虚拟权益（400 多类）及创新营销方案、售后客户服务等一系列的协同配套服务，合作粘性较高，由于提供该等服务需较强的综合运营能力，因此蜂助手的上游供应商一般难以替代蜂助手直接与蜂助手的下游客户达成合作。

(5) 通用流量收入规模未来是否存在进一步下滑的风险，是否对持续经营能力产生重大不利影响

1) “提速降费”的政策背景及流量市场环境变化

2017 年，三大运营商响应国家“提速降费”政策陆续推出“不限量套餐”（受工信部监管要求，后在宣传中更名为“达量限速套餐”），此后，为了大规模推广吸引新用户，运营商不断降价不限量套餐价格，使得移动手机用户增长率及 4G 用户渗透率持续提升，手机上网用户 DOU（平均每用户每月上网流量）出现了高速增长态势。但 2019 年通用流量市场环境发生变化，由于流量增量与流量收入的增降剪刀差幅度过大，持续的流量价格竞争虽然保有了部分用户、吸引了新用户，但是不可避免地大幅拉低用户 ARPU（每用户平均收入），随着流量行业进入白热化价格战，导致业务量增加无法弥补过快的资费下降，到 2019 年中，运营商流量收入从高增长转变为负增长，运营商面临流量增量不增收的局面。在此背景下，2019 年 8 月起，三大运营商先后发布全面停售原“不限量套餐”恢复为普通套餐，全行业提出转向高质量发展，摆脱流量价格战，通用流量市场回归良好稳定发展。

2) 发行人通用流量业务是否存在进一步下滑风险以及对发行人持续盈利能力的影响

发行人通用流量运营服务收入与通用流量相关政策及市场环境密切相关。2017 年，运营商响应国家“提速降费”政策推出“不限量套餐”。2018 年，随着运营商不断降低“不限量套餐”价格，大规模推广吸引新用户，使得流量价格下降、需要在通讯套餐外叠加流量包的用户群减少。流量单价下降、用户群减少共同导致通用流量服务市场受到冲击，市场竞争加剧，公司部分客户减少了订单数量，引致发行人当年通用流量运营服务收入大幅减少。

面对市场环境不利变化，发行人积极应对，优化调整客户结构，并对内部组织结构进行了相应调整，建立了专门商务拓展团队，主要侧重终端行业客户以及终端行业服务商客户的开拓。终端行业客户主要系银行、保险、物业公司等拥有较大的客户人群的行业企业，会因为营销活动等原因产生较大的通用流量需求。在原市场环境下，公司主要侧重交易平台运营，以运营人员为主，商务人员较少。市场环境变化后，公司建立专门商务拓展团队，大力拓展终端行业，提高终端行业客户及直接服务于终端行业的服务商客户的占比，逐渐减少了与传统分发商客户之间的交易占比。2019 年，以营销流量为主的客户及其服务商开拓情况良好，VIVO 手机端消费流量也呈增长趋势，使得公司当年通用流量运营服务收入提升，

较 2018 年增长 28.32%。

同时，公司进一步丰富业务线条，优化业务结构。移动视频属于激发流量消耗的重要应用场景，公司把握业务机遇，联合运营商、视频权益方共同推出视频权益融合产品。2018 年、2019 年，公司视频融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元和 13,667.98 万元。从收入结构方面，2019 年，公司视频融合运营服务收入占全年总收入的比重为 32.28%，通用流量收入占比由 2017 年的 67.89%降低至 34.54%。通用流量业务对发行人盈利能力的影响大幅降低。

此外，2019 年通用流量市场环境发生变化，2019 年 8 月三大运营商先后发布全面停售原“不限量套餐”恢复为普通套餐，全行业提出转向高质量发展，停止价格战，通用流量市场回归良好稳定发展。

随着流量市场整体稳步向好发展，公司流量运营服务业务持续增长，2020 年 1-6 月较 2019 年同期增长 2,108.70 万元，同比增长 55.68%。2020 年上半年，公司销售通用流量包 263.14 万个，共计流量规模达 48.46 亿 M，分别较上年同期增长 38.25%、94.11%。

综上所述，发行人优化调整客户结构，终端行业客户或者直接服务终端行业的服务商客户占比提升，带来了流量分发业务收入的回升。目前，通用流量业务占比降低至 30%左右，对发行人盈利能力的影响大幅降低。此外，在三大运营商全面停止价格战，转向高质量发展，流量市场回归稳定发展，有利于发行人通用流量运营服务业务的健康稳定发展，发行人通用流量服务收入进一步下滑的风险较小，对发行人持续盈利能力造成不利影响的风险较小。

（三）爱奇艺、优酷和芒果 TV 三家头部网络视频商对发行人授权代理的范围、期限、双方的权利责任划分、交货方式、销售模式、资金结算周期、产品及采购折扣、考核任务及完成率、激励返点等内容；授权代理的持续性是否存在不确定性；发行人同时代理爱奇艺、优酷和芒果 TV 相关业务，是否违反与爱奇艺的合作合同相关约定。

1、发行人与网络视频商的主要合作约定及完成情况

公司与网络视频商的主要合作约定内容及完成情况如下：

| 产品类型 | 报告期 | 授权代理的范围 | 授权期限（注） | 双方的权利责任划分 | | 交货方式 | 销售模式 | 资金结算周期 |
|------|---------|---|------------|--|---|----------|---------------------|---|
| | | | | 发行人 | 网络视频商 | | | |
| 优酷 | 2018 年度 | 广东移动、内蒙古移动、四川移动、甘肃运营商、贵州运营商、湖北联通、中移互联网有限公司、中移互联网有限公司 | 8 个月-13 个月 | <p>1、乙方有权根据本协议项下约定的条件，在向甲方完整、正确地履行完本协议项下之义务后，获得信息内容授权许可；</p> <p>2、乙方有权自主地向最终用户提供信息内容授权许可而无须获得甲方另外的书面许可，但在前述的提供过程及最终用户对信息内容授权许可之过程，乙方须接受甲方进行的不定期监督；</p> <p>3、乙方有义务确保不通过任何的技术手段，以直接或间接的方式，通过信息内容授权许可擅自调整或修改索引保存于甲方网站上的信息内容；</p> <p>4、乙方有义务就向最终用户提供信息内容授权许可过程的投诉进行自主处理，并确保甲方免责。</p> | <p>1、甲方有权对乙方向最终用户提供信息内容授权许可，及最终用户通过信息网络访问甲方网站，在线获得信息内容授权许可的过程进行不定期监督，如果前述之过程存在对甲方合法权益之侵害，或使甲方受到第三方权利主张，甲方有权单方面提前终止信息内容授权许可的有效性；</p> <p>2、甲方有权建立数据统计平台对就本协议项下之履行中所产生之相关技术数据进行统计，数据以甲方平台为准；</p> <p>3、甲方有义务解决最终用户通过信息网络访问甲方网站后，使用信息内容授权许可在线获得信息内容的整个过程不受技术障碍，并承担因此而带来的信息技术成本；</p> <p>4、因甲方产品为服务类产品，无质量问题，不接受退换货。</p> | API 接口直充 | 授权发行人在约定运营商渠道销售视频会员 | 甲方收到乙方相应采购金额后 5 个工作日内，甲方提供直充产品接口；会员接口有效期为提供之日起 1 个自然年 |
| 优酷 | 2019 年度 | 广东移动、中移在线服务有限公司、湖北联通渠道、中移互联网有限公司、四川移动、福建电信、广西电信、贵州电信、贵州 | 3 个月-12 个月 | <p>1、乙方有权根据本协议项下约定的条件，在向甲方完整、正确地履行完本协议项下之义务后，获得会员产品销售授权许可，但未经甲方书面事先同意，不得擅自转让本协议项下权利义务；</p> <p>2、乙方有义务确保不通过任何的技术手段，以直接或间接的方式，通过会员产品销售授权许可擅自调整或修改索</p> | <p>1、甲方承诺有权对乙方进行会员产品的代理授权。但有权对乙方向客户提供会员产品销售，在线获得会员产品的过程进行不定期监督，如果前述之过程存在对甲方合法权益之侵害，或使甲方受到第三方权利主张，甲方有权单方面提前终止会员产品销售授权许可的有效性；</p> | API 接口直充 | 授权发行人在约定运营商渠道销售视频会员 | 甲方收到乙方相应采购金额后 10 个工作日内，甲方提供相应的直充产品接口；会员接口有效期为甲方提供之日起 36 5 天 |

| 产品类型 | 报告期 | 授权代理的范围 | 授权期限（注） | 双方的权利责任划分 | | 交货方式 | 销售模式 | 资金结算周期 |
|------|-----|---------------|---------|---|---|------|------|--------|
| | | | | 发行人 | 网络视频商 | | | |
| | | 移动、内蒙古移动、四川移动 | | <p>引保存于甲方网站上的信息内容；</p> <p>3、乙方有义务就向最终用户提供会员产品销售的过程的投诉进行自主处理，并确保甲方免责；</p> <p>4、乙方有义务向甲方承诺在推广和销售过程中遵守法律法规、不通过欺诈等不正当手段，利用会员产品销售授权许可损害客户或最终用户的利益或甲方之商誉。严禁通过各种恶意方式，直接或间接地利用会员产品销售授权许可获取非法利益。</p> | <p>2、甲方有权建立数据统计平台对就本协议项下之履行中所产生之相关技术数据进行统计，数据以甲方平台为准；</p> <p>3、甲方有义务保证最终用户可以有效地通过会员产品销售授权许可在甲方网站，在线获得信息内容；</p> <p>4、因甲方产品为服务类产品，无质量问题，不接受退换货；</p> | | | |

| 产品类型 | 报告期 | 授权代理的范围 | 授权期限（注） | 双方的权利责任划分 | | 交货方式 | 销售模式 | 资金结算周期 |
|------|-----------|---|----------|--|---|---------|---------------------|---|
| | | | | 发行人 | 网络视频商 | | | |
| 优酷 | 2020年1-6月 | 广东移动、四川移动、重庆移动、湖北移动、福建移动、福建电信、深圳电信、中移互联网、内蒙古移动、贵州移动、贵州电信、广西电信、中移互联网有限公司 | 3个月-12个月 | <p>1、乙方有义务诚恳勤勉的履行本协议项下义务，为优酷会员业务提供包括甲方产品销售、市场推广、活动策划、数据信息整理、客户维护等服务。乙方在履行前述义务时应严格遵循法律法规、甲方产品销售规则，不侵害任何第三方的合法权益。</p> <p>2、乙方应根据本协议项下约定的条件，依时、完整且正确地向甲方支付甲方产品采购款项。</p> <p>3、乙方有义务就因销售行为/销售渠道产生的乙方客户及/或终端用户的投诉进行自主处理，甲方可协助解决，如确非甲方错误，甲方免责，应由乙方自行解决并承担相应责任。甲方因此遭受损失的，乙方承担赔偿责任。</p> | <p>1、甲方有权根据自身业务运营或合规性的需要，自主决定或调整、更新甲方产品的名称、刊例价格、权益内容、使用方式等；</p> <p>2、甲方有权建立数据统计平台对就本协议项下之履行中所产生之相关甲方产品的技术数据进行统计；</p> <p>3、乙方及乙方下级代理（如有）应严格遵循甲方指定的甲方产品销售规则，甲方有权不定期更新甲方产品销售规则，并对乙方的销售推广行为进行不定期监督，如果乙方在销售、推广甲方产品之过程存在违法违规、违反甲方销售规则，或侵犯第三方利益的行为，甲方有权单方面提前终止本协议，按照本协议、甲方产品销售规则等采取相关惩罚措施，向乙方主张赔偿；</p> <p>4、乙方在执行本协议项目过程中产生的所有服务成果（包括但不限于策划方案、推广方案、分析和评估报告、营销内容及素材等），其知识产权及所有衍生权利均归甲方所有，未经甲方同意，乙方不得超出合同目的使用，或以任何方式供第三方接触、使用。</p> | API接口直充 | 授权发行人在约定运营商渠道销售视频会员 | 双方采取先款后货的支付方式，甲方收到乙方支付的采购款后，才向乙方提供相应数量的甲方产品 |

| 产品类型 | 报告期 | 授权代理的范围 | 授权期限(注) | 双方的权利责任划分 | | 交货方式 | 销售模式 | 资金结算周期 |
|------|--------|---------------------------------|----------|---|--|----------------|---------------------|---|
| | | | | 发行人 | 网络视频商 | | | |
| | | | | | 5、甲方产品销售过程中所产生的终端用户档案资料、注册信息、数据库信息等均归甲方所有。 | | | |
| 爱奇艺 | 2018年度 | 广东移动、中移互联网有限公司、中移在线服务有限公司 | 6个月-12个月 | 1、乙方应按本合同约定时间和方式向甲方支付款项； 2、乙方应督导其客户提供信息的准确性，因乙方原因导致的任何充值失效、无法充值的，乙方应负责解决并承担相应责任； 3、未经甲方书面许可，乙方不得擅自使用爱奇艺商标、爱奇艺 vip 会员商标及其他任何甲方未授权的内容。由此导致的侵权或损失乙方自行承担。 | 1、甲方应按本合同约定的会员卡详情以及充值方式合作； 2、甲方有权监督乙方的销售行为，对任何违反法律及本合同约定的会员卡使用行为，甲方有权要求乙方进行修正，乙方应按照甲方要求的期限和方式进行修改； 3、甲方需做好与广东移动的会员开通技术对接支撑； 4、甲方有权对技术接口进行升级和修改，若升级、修改涉及乙方的，甲方须提供必要的协助与支持；若升级、修改需要通知乙方的，需提前5个工作日以电话、QQ、电子邮件、传真、平台公告等形式之一通知乙方，通知自送达后生效。 | API 接口传输或者电子卡密 | 授权发行人在约定运营商渠道销售视频会员 | 每个自然月的前【10】个工作日，甲方向乙方提供上月发放各类会员权益的卡片类型及数量，由双方对上月的充值结算数据进行确认，如双方对账数据出现异议，以甲方数据为准。双方确认后，乙方应在【10】个工作日内将应付款项支付至甲方指定账户 |
| 爱奇艺 | 2019年度 | 广东移动、中移在线有限公司业务、海南电信、广西电信、福建电信、 | 5个月-14个月 | 1、为了充分保障客户获得良好服务，乙方不得在合同规定代理渠道外开展任何涉及爱奇艺会员业务。一旦由此产生争议，将以甲方相关部门提供的证据为唯一判定依据、并要求乙方予以赔偿； 2、乙方所发展的客户必须符合国家法 | 1、对于甲方为乙方开通会员直充接口的合作业务，甲方给乙方开通一个爱奇艺会员业务的“管理账号”，此管理账号所有权属于甲方。无论何种原因甲方收回乙方会员业务服务商授权的，乙方自代理权限收回之日起不得再使用此管理账号； | API 接口直充或者电子卡密 | 授权发行人在约定运营商渠道销售视频会员 | (1) 接口直充：对账数据以甲方数据为准。每个自然月的前【10】个工作日，甲方向乙方提供上月发放各类会员权益的 |

| 产品类型 | 报告期 | 授权代理的范围 | 授权期限(注) | 双方的权利责任划分 | | 交货方式 | 销售模式 | 资金结算周期 |
|------|-----------|----------------------|---------|---|--|---------------|---------------------|--|
| | | | | 发行人 | 网络视频商 | | | |
| | | | | <p>律法规的规定，并不得违反甲方制度；</p> <p>3、乙方及乙方的关联方在没有得到甲方的书面认可情况下，不能再代理销售或销售第三方与甲方“爱奇艺会员”业务相竞争的产品或服务(包括但不限于优酷、腾讯、搜狐，等企业的竞争性产品，前述企业为简称)，如乙方违反本条款，甲方有权随时直接取消乙方“业务服务商”的资格，收回授权证书而无须承担任何违约或赔偿责任，并不退还其保证金；</p> <p>4、不能擅自通过二级代理商(包括二级代理商可能单方设立的下一级代理商，下同)开展爱奇艺会员相关业务；在取得爱奇艺书面正式同意的情况下，才可以通过二级代理商发展爱奇艺会员业务。</p> | <p>2、甲方给乙方颁发爱奇艺的“会员业务服务商”授权书。</p> <p>3、甲方授权乙方以爱奇艺“会员业务服务商”的名义在本合同约定的渠道内开展市场活动；</p> <p>4、甲方授予乙方的权利为非独家，不可转授权；</p> <p>5、甲方可根据乙方的销售情况及自身的运营计划调整乙方的授权渠道或终止本合同，且无需承担任何责任；</p> | | | <p>卡片类型及数量，由双方对上月的充值结算数据进行确认。双方确认对账数据后，乙方应在【10】个工作日内将应付款项支付至甲方指定账户；</p> <p>(2)激活码采购：甲方应于全额收到乙方支付的当次采购总金额后【5】个工作日内向乙方交付会员卡。</p> |
| 爱奇艺 | 2020年1-6月 | 广东移动、广东电信、四川移动、内蒙古移动 | 12个月 | <p>1、乙方必须按照爱奇艺规定的销售政策进行销售，如乙方违反爱奇艺销售政策进行销售的，将按照相关规定予以处罚，同时甲方保留追究乙方违约责任的权利；</p> <p>2、为了充分保障客户获得良好服务，乙方不得在合同规定代理渠道外开展任何涉及爱奇艺会员业务。一旦由此产生争议，将以甲方相关部门提供的证据为唯一判定依据、并要求乙方予以赔偿</p> | <p>1、对于甲方为乙方开通会员直充接口的合作业务，甲方给乙方开通一个爱奇艺会员业务的“管理账号”，此管理账号所有权属于甲方。“管理账号”依据乙方提供的爱奇艺账号进行开通，无论何种原因甲方收回乙方会员业务服务商授权的，乙方自代理权限收回之日起不得再使用此管理账号。乙方可通过“管理账号”进行会员卡采购等操作，因乙方操作失误等问题</p> | API接口直充或者电子卡密 | 授权发行人在约定运营商渠道销售视频会员 | 乙方应预先全额支付当次采购总金额，并通过“账号管理”进行采购申请 |

| 产品类型 | 报告期 | 授权代理的范围 | 授权期限（注） | 双方的权利责任划分 | | 交货方式 | 销售模式 | 资金结算周期 |
|------|--------|--|---------|--|---|-----------------------|---------------------|---|
| | | | | 发行人 | 网络视频商 | | | |
| | | | | 偿； 3、乙方同意，在本协议期限内，乙方及乙方的关联方在没有得到甲方的书面认可情况下，不能再代理销售或销售第三方与甲方“爱奇艺会员”业务相竞争的产品或服务（包括但不限于优酷、腾讯、搜狐，等企业的竞争性产品，前述企业为简称），如乙方违反本条款，甲方有权随时直接取消乙方“业务服务商”的资格，收回授权证书而无须承担任何违约或赔偿责任，并不退还其保证金； 4、不能擅自通过二级代理商（包括二级代理商可能单方设立的下一级代理商，下同）开展爱奇艺会员相关业务；在取得爱奇艺书面正式同意的情况下，才可以通过二级代理商发展爱奇艺会员业务。 | 造成的损失，由乙方自行承担； 2、甲方授权乙方以爱奇艺“会员业务服务商”的名义在本合同约定的渠道内开展市场活动，并依乙方申请，向乙方出具相关授权文件； 3、甲方授予乙方成为会员业务服务商的权利及上述宣传推广的权利为非独家、可撤销的授权，且未经甲方书面同意不可转授权； 4、甲方可根据乙方的销售情况及自身的运营计划调整乙方的授权渠道或终止本合同，且无需承担任何责任； 5、甲方享有对自身会员卡及相关产品的独立定价权。在双方合作期限内，甲方可根据自身运营及市场销售需求调整前述产品的销售价格。未经甲方确认，乙方不得擅自调整甲方会员卡及相关产品的售价。 | | | |
| 芒果TV | 2018年度 | 河北移动、浙江移动、安徽移动、陕西移动、湖北移动、云南移动、辽宁移动、内蒙移动、贵州移动、广东移动、福建 | 12个月 | 1、乙方负责：协议项下约定的市场推广、基础支撑、售后服务等工作； 2、乙方负责对本协议涉及合作业务内容进行宣传和推广，并保证其合法性，如果宣传推广内容涉及甲方，应经甲方事先书面确认。否则，甲方有权单方解除协议，给甲方造成损失的，乙方应承担赔偿责任且由此产生的纠纷及法律 | 1、甲方承诺准确依据本协议项下合作运营商的运营数据及结算单金额作为结算依据来计算与乙方的收益分配； 2、甲方负责合作内容中所涉及的内容资源的合法性，如内容资源出现任何法律纠纷，由甲方承担一切的法律责任和损失，与乙方无关。协议涉及 | 分成模式。由网络视频方直接向运营商用户交付 | 发行人协助芒果“TV”在运营商渠道销售 | 甲方从本协议项下合作通信运营商收到的实际金额（简称实际到账）进行分成。甲方实际到账后和乙方对账，对账无误后，在收到乙方 |

| 产品类型 | 报告期 | 授权代理的范围 | 授权期限（注） | 双方的权利责任划分 | | 交货方式 | 销售模式 | 资金结算周期 |
|------|-----------|--|---------|---|--|------|------|--------------------------------|
| | | | | 发行人 | 网络视频商 | | | |
| | | 移动、甘肃移动、河南移动、广西移动、中移在线服务有限公司、中移互联网有限公司（区域） | | <p>责任由乙方自行处理并承担。甲方应提前三个工作日书面向乙方发出单方解除协议通知，通知自乙方确认后生效，非经乙方查实确认，解除协议通知不生效；</p> <p>3、乙方负责协议涉及合作业务的客服处理工作，针对授权合作区域的运营商用户投诉等展开客服相关工作，对投诉进行监控，处理投诉相关事项。</p> | <p>合作业务推广过程中涉及的品牌是甲方单独拥有，未经甲方授权，乙方在本合同合作范围外不得直接向最终用户提供服务 and 进行业务宣传；</p> <p>3、甲方与运营商针对协议约定区域的促销活动、推广方案达成一致后，由甲乙双方共同协商执行；</p> | | | 开具的增值税专用发票后的5个工作日内通过银行转账方式进行支付 |
| 芒果TV | 2019年度 | 河北移动、广东移动、中移互联网（不包含其他分省业务）渠道等 | 12个月 | <p>4、同时甲方需配合乙方的产品市场推广工作，包括产品上市营销资料设计、产品上市新闻和评测、官方网站和微博宣传、线下营销物料制作等，并实施有效的增值应用推广；</p> <p>5、乙方负责按甲方需求提供给甲方日常运营数据，甲方提前1天书面向乙方提出需求；</p> | <p>4、乙方如在甲方上线之日起三个月内未取得本协议项下第一个合作业务实质性的进展，甲方有权利将本协议项下合作区域的业务交由其他合作方拓展，且其他合作方拓展的该区域合作业务不计入本协议中的保底考核指标；</p> | | | |
| 芒果TV | 2020年1-6月 | 广东移动、河北移动、中移互联网 | 12个月 | <p>6、乙方应确保甲方与本协议项下运营商的合作业务在授权区域价格不低于甲方政策要求，否则甲方有权要求乙方补足差额，并解除合同，同时，有权取消乙方在授权区域代理权，造成甲方相应损失的乙方需赔偿。</p> | <p>5、若因甲方原因（包括但不限于甲方与授权省份运营商在本合同签订前未具备业务上线条件）造成乙方未能在合同期间内完成指标，则指标完成时间同期顺延，乙方无需补足当季度指标差额。</p> | | | |

注：1、授权期限存在3-14个月不等的情况，主要系各年度公司与运营商及其下属子公司之间合作是分步签约开展业务，并非一次性全部签约，因此视频方相应授权书的开始时间不同，而视频方授权书截止时间爱奇艺一般为各年末，优酷一般为各年3月31日，故导致授权书期限不同。2、主要产品

及采购折扣、考核任务及完成率及激励返点已申请豁免披露。

由上表，公司销售考核指标完成度较好，2019、2020年1-6月，在有考核指标的情况下，公司均超额完成考核任务。

发行人核心管理层具备多年运营商工作经验，并拥有多年虚拟商品运营经验，对运营商商业模式及用户的虚拟商品需求有较为深刻认识和理解；发行人具备较强的平台化技术支撑能力、融合产品设计能力、营销推广能力及运营支撑服务能力，协助运营商及视频商完成融合产品套餐设计方案、营销推广方案等。报告期内，发行人协助设计“学霸卡”、“连续包月”等多款热门套餐产品，迅速形成大规模用户市场。目前，发行人是爱奇艺2018年、2019年运营商渠道第一大的合作代理商，是优酷、芒果TV在运营商渠道的重要战略合作伙伴，与运营商及网络视频商建立了良好稳定的合作关系，在行业内具有一定的先发优势，发行人持续获取视频商授权代理的不确定性较小。

公司在代理爱奇艺产品的同时，亦代理优酷和芒果TV相关业务。经公司与爱奇艺书面确认，爱奇艺已知悉蜂助手代理优酷、芒果TV等相关业务的情况，前述情况不违反爱奇艺与蜂助手及其子公司签署的合作合同，双方自合作以来，合作良好，不存在任何纠纷及潜在纠纷。

发行人的竞争优势、未来获取网络视频商授权的持续性的详细情况详见本题“（四）融合运营业务的竞争壁垒、自身的主要竞争优势、主要竞争对手、是否存在运营商和视频权益商直接合作影响发行人该业务的风险、是否存在未获取授权对持续经营能力造成重大影响的风险”之相关回复。

（四）融合运营业务的竞争壁垒、自身的主要竞争优势、主要竞争对手、是否存在运营商和视频权益商直接合作影响发行人该业务的风险、是否存在未获取授权对持续经营能力造成重大影响的风险。

1、行业竞争壁垒

融合运营业务是产品、技术、运营、客户订购关系全方位管理，以及运营商省、地市资源多层次商务关系的合作模式，并非简单的资源代理型业务。具体而言：

融合运营业务是一项“重运营”业务，具有较高的综合能力门槛。融合运营业务对融合服务商或代理商的综合能力要求较高，需要其具备专业的虚拟商品交易服务经验、运营商渠道运营经验，深刻理解运营商融合业务商业模式和虚拟商

品用户需求，具备较强的融合产品设计能力、运营商渠道资源协调能力、营销推广能力、平台化技术支撑能力及交易处理能力，该等综合能力的要求使得行业存在较高的进入门槛。

此外，在融合运营业务开展过程中，运营商、网络视频商与融合服务商或代理商建立合作关系之后，转换服务商或代理商带来的技术切换、客户群迁移、售后维护的转换成本较高，三方具有较强合作粘性，先行进入该行业的服务商或代理商在无重大服务能力欠缺前提下，被其他竞争对手取代的可能性较小，亦使得该项业务具有较高的竞争壁垒。

2、发行人自身竞争优劣势

(1) 竞争优势

1) 先发优势。发行人是行业内较早开展运营商产品与网络视频会员融合业务的企业，2018年、2019年，公司视频融合运营服务收入分别为3,845.11万元和13,667.98万元，2019年公司视频权益融合运营服务收入较2018年增长255.46%。自2018年开展该项业务，发行人取得了较为突出的业绩成绩，是爱奇艺2018年、2019年运营商渠道第一大的合作代理商，是优酷、芒果TV在运营商渠道的重要战略合作伙伴，获得“优酷VIP会员最佳合作伙伴奖”荣誉，与运营商及网络视频商建立了良好稳定的合作关系，在行业内具有一定的先发优势。

2) 运营商领域经验优势。发行人管理团队核心成员在运营商领域拥有十几年工作经验，对运营商商业模式、渠道资源、用户需求有深刻认识和理解，具备较高的敏感性和前瞻性，善于分析市场，持续创新迭代融合产品把握业务机会。

3) 虚拟商品运营优势。通过多年运营经验积累及沉淀，公司具备较强技术支撑能力、产品设计能力、营销方案策划能力等，协助运营商设计了多款热门套餐产品，如2018年公司与广东移动联合推出视频权益融合产品“学霸卡”，并同步策划线上、线下营销活动，迅速在高校市场达到百万级用户规模；2018年年底，开始在广东移动、内蒙古移动推出“连续包月”产品，充分利用运营商在线渠道、视频平台的关键入口开展联合运营，持续开展运营活动活跃客户使用产品、续订产品，形成强大的月卡销售转化能力；利用视频权益流量包促成客户低门槛的消费习惯，在运营商在线渠道形成营销漏斗，融合1天卡、7天卡的产品使得终端用户对短期消费活跃，消费频次提高。

(2) 竞争劣势

1) 资金短缺。目前，公司融合运营业务向上游视频平台采购资源通常为预付款模式，而下游运营商与公司结算模式采取后付款模式，结算模式差异导致对公司流动资金的大量占用，随着后续该类业务的发展，公司资金需求较大。

2) 专业管理人才缺乏。融合业务需要管理人员具备较强协调、运营等综合能力，运营涉及协调运营商、网络视频商双方资源，对资源进行深度整合，对后续产品设计、营销推广落地亦有较高专业能力要求。目前融合业务形态较新，行业中既了解运营商商业模式又对虚拟商品具备专业运营能力的专业人才相对不足。

3、主要竞争对手及行业竞争格局

根据公司从视频商的供应商大会上了解到的信息，行业内主要竞争对手情况如下：

(1) 浙江广腾科技有限公司

浙江广腾科技有限公司成立于 2018 年初，总部位于杭州国家高新技术产业开发区（滨江），公司定位为链接运营商和互联网公司的内运营伙伴，构建泛权益、泛内容、泛渠道为基础的大数据运营营销支撑体系。

(2) 杭州盛迈通信技术有限公司

杭州盛迈通信技术有限公司成立于 2014 年 12 月，公司位于杭州市余杭区，是一家从事互联网电信增值服务业务的高新技术企业。

(3) 联动优势电子商务有限公司

联动优势电子商务有限公司成立于 2011 年 1 月，为海联金汇（股票代码 002537）旗下企业，是国内首年获得由中国人民银行颁发牌照的第三方支付公司，也是国内领先的金融科技企业。

目前，全国范围内开展视频流量融合业务的运营商省份约 10 多个省份，尚有很多新省份待开拓；公司经营的市场区域份额足够主导该模式规模化发展，尚有很大的运营增长空间，远未达到推广瓶颈。基于 2019 年我国付费视频会员用户已突破 2.5 亿，目前通过运营商流量视频融合产品订购占比较低，充分发挥运营商的话费代计费的便利性、流量资源的成本优势和强大的渠道销售能力，将带来融合业务较大增长空间。公司将通过设计更多有价格优势的融合产品，持续推

广连续包月产品等模式，进一步提升运营商流量视频融合产品订购占比。

4、是否存在运营商和视频权益商直接合作影响发行人该业务的风险、是否存在未获取授权对持续经营能力造成重大影响的风险。

(1) 运营商和视频权益商直接合作对发行人该业务的影响风险

在融合业务中，各家网络视频商在不同运营商省市渠道拥有不同的合作代理商或服务商。合作代理商或服务商通过获得网络视频商的代理授权，向运营商供应视频会员权益并提供融合运营支撑服务，获取视频会员购销差价或分成佣金。

运营商与网络视频商双方之间直接合作的可能性较小，主要原因如下：

1) 该业务需要设计贴合运营商用户需求的套餐产品，联合运营商各地市渠道资源开展营销活动，提供专业运营支撑服务、技术服务及售后服务，是一项需要较强资源和综合实力的“重运营”业务，并非单纯的视频会员销售，视频商与运营商直接开展上述工作需要耗费大量人力物力，不符合效益原则，而代理商或服务商凭借专业能力可高效高质量开展业务。

融合业务代理商或服务商需要提供持续的运营服务及技术支撑服务，具体而言：为运营商 BOSS 平台（业务运营支撑系统）接口对接提供技术支撑服务，为网络视频商供货接口对接提供技术服务，利用安全稳定、高并发的交易处理系统，确保订单信息流的正常传递及交易请求的及时处理；完成交易界面交互设计、开发服务、更新维护服务；完成数据报表对账，运营数据分析、新增及留存用户提升分析等运营支撑服务；针对合作区域的运营商用户投诉等开展客服相关工作，对投诉进行监控，处理投诉相关事项等售后客户服务工作。

2) 视频权益商的会员推广渠道合作条件一般包含业绩指标要求及罚则条款，对合作商起到激励和约束作用，以促成满足其业绩指标考核。运营商作为垄断行业国企，接受严格考核条款的难度较大，而代理商或服务商可接受考核并促成其销售任务达成，合作效率高。

3) 视频权益商供货重视资金回款，一般采取预付款模式进行销售。受内部经营政策及坏账风险控制政策限制，运营商进行大规模预付的难度较大。

4) 视频权益商的会员推广侧重于自有渠道，一般外部渠道运营人员较少，如果将三大运营商全国所有省市渠道全部覆盖，则视频商需要投入成本建立专门运营商渠道团队，经济效益比低。如果采取代理商或服务商模式，挑选拥有较强

运营商资源及虚拟商品运营经验的专业代理商开展合作，则只需要进行简单的合作伙伴管理，商业可行性高。

综上，运营商和网络视频商直接合作的可能性较小，对公司相关业务的影响风险较小。

(2) 发行人未来获取网络视频商授权的持续性及相关风险

基于融合运营业务分省授权代理模式具有较强的商业可行性，且目前已经市场验证，合作关系稳定性高，发行人持续获得授权代理的不确定性较小，具体如下：

1) 业务模式持续性高。视频类 APP 是消耗流量的重要场景，网络视频商的用户体系与运营商通信用户具有天然的重合性。视频商需要拓展除了主站以外其他渠道，采取分省授权代理模式布局运营商渠道，可令自身品牌更有效的渗透和拓展用户。公司作为专业代理商将运营商、视频平台各自的优秀资源融合，三方共同投入资源推广，可快速提升产品的销售规模，该业务具有较强的商业可行性，业务模式持续性高。

2) 发行人过往合作表现突出。公司在虚拟商品运营领域经营多年，对虚拟商品运营及商业模式有着深刻理解，具有成熟的平台化技术经验，在行业内开展运营商产品与视频会员融合业务后，迅速取得了较为突出的业绩，2018 年、2019 年发行人融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元，2019 年较 2018 年增长 255.46%，为合作运营商及网络视频商带来可观的业务增量，连续超额完成销售指标，具有先发优势，具备持续获得授权代理的实力。

3) 运营商、网络视频商与服务代理商的合作粘性强。融合产品的会员信息、交易数据，以及订购关系由服务代理商管理，一旦网络视频商，运营商转换融合服务商，须承担技术切换成本、大量续订用户交易关系迁移成本、以及由此可能带来的存量用户未能成功续订的售后维护成本、投诉及品牌声誉损失，转换成本高，网络视频商与融合服务商在无重大分歧的情形下，一般双方之间的合作关系具有高稳定性。

综上，运营商和视频权益商直接合作的可能性较小，公司持续获得授权代理的不确定性较小，对公司该项业务的影响较小。发行人已在《招股说明书》补充披露了相关风险提示。

(五) 融合运营主要套餐种类、内容及对应的销售收入及占比、销售渠道、终端消费群体；视频权益融合业务与视频会员业务在营销方式、销售渠道、定价、采购方式及成本等方面的差别，视频权益融合业务规模及增长幅度远大于视频会员业务的原因及合理性。

1、发行人融合运营主要套餐种类

公司视频权益融合产品的主要套餐种类可分为连续包月、学生卡套餐及单次购买三种类型，具体情况如下：

单位：万元

| 套餐类别 | 内容 | 销售收入及占比 | | | | | | 主要销售渠道 | 终端消费群体 |
|------|---|---------------|---------|------------|---------|------------|---------|---|--------|
| | | 2020年 1-6月 | 占比 | 2019 年度 | 占比 | 2018 年度 | 占比 | | |
| 单次购买 | 每次订购一个融合产品,产品有明确的有效时间限制,有效期结束后产品需另行订购方能继续生效;按次订购包括天卡、周卡,月卡、年卡等。比如客户订购“7天优酷权益1G流量包”则优酷视频会员自动延续7天,7天后优酷视频会员不再有效。 | 1,499.61 | 22.23% | 4,131.03 | 39.60% | 735.82 | 26.39% | (1)运营商自有线上、线下渠道; (2)视频平台APP线上专区; (3)发行人自有或者第三方推广渠道。 | 个人用户 |
| 连续包月 | 每次开通业务后,中间若不主动取消,则每月将自动为客户延续一个月的有效期。比如客户订购爱奇艺连续包月套餐(首月2.99元、次月起19.8元/月),首月开通,即刻为客户发放一个爱奇艺视频会员月卡,次月之前若客户不退订,则次月运营商会扣取19.8元话费,同时继续为客户发放一个爱奇艺视频会员月卡。 | 4,897.18 | 72.59% | 2,243.86 | 21.51% | 256.87 | 9.21% | (1)运营商自有线上、线下渠道; (2)视频平台APP线上专区; (3)发行人自有或者第三方推广渠道。 | 个人用户 |
| 学生卡 | 视频平台专门针对年轻学生群体提供的一种比普通会员价格便宜、享受权益受一定限制的收费会员。 | 349.66 | 5.18% | 4,057.12 | 38.89% | 1,795.34 | 64.39% | (1)运营商自有线上、线下渠道; (2)视频平台APP线上专区; (3)发行人自有或者第三方推广渠道; (4)线下校园推广。 | 学生群体 |
| 合计 | | 6,746.45 | 100.00% | 10,432.01 | 100.00% | 2,788.03 | 100.00% | | - |

注：上表中所列收入为购销模式下爱奇艺、优酷会员收入。

如上表所示，公司“连续包月”产品增长较快，主要系引导用户首次订购后，用户若不退订，后续将自动持续为用户续购，从而为公司、运营商及视频平台带来持续的收入。基于该产品特征，公司积极引导各视频平台增加连续包月产品的投入，为连续包月产品提供更多的营销资源，引导用户购买，从而有助于提升该产品的销售规模，促进销售收入的提升。

2、视频权益融合业务与视频会员业务的差异

公司视频权益融合业务与视频会员业务在营销方式、销售渠道、定价、采购方式及成本等方面的差别具体如下表：

| 项目 | 视频权益融合业务 | 视频会员业务 |
|------|--|--|
| 营销方式 | 1、通过与运营商流量或者特定套餐进行组合，重构为融合产品； 2、运营商、视频平台及公司共同投入推广资源进行产品推广 | 与银行、物业管理等渠道合作销售视频会员，阶段性推出特惠促销方案开展销售 |
| 销售渠道 | 主要通过运营商和视频平台两大渠道进行销售 | 1、公司自有平台； 2、合作入口渠道，如中国建设银行、碧桂园等银行、物业等渠道 |
| 定价 | 运营商、视频平台及公司联合投入资源，共同为产品定价 | 以公司自行定价为主 |
| 采购方式 | 公司一般向视频平台采购视频会员，遵循视频平台的定价策略 | 公司可在各种合作商采购会员，由于市场供货方很多，一般由价格低者、接口比较稳定的供货商向公司供货 |
| 成本 | 公司视频权益融合业务主要向官方（视频平台）采购，其签署框架协议时即约定采购价格，协议期内采购价格稳定，同时，依据采购总量及营销活动，公司可获得一定的现金及资源返利，公司采购成本主要受采购数量的影响 | 公司视频会员业务中除爱奇艺、芒果TV主要向官方采购外，其他视频品类主要向非官方进行采购，非官方采购不涉及返利，采购价格受市场供需关系及供应商营销策略等因素影响，不同时期，采购价格波动较大，采购成本受市场波动因素影响较大。 |

3、视频权益融合业务规模及增长幅度远大于视频会员业务原因及合理性

一方面视频权益融合业务销售的产品主要系运营商流量与视频权益的产品组合，主要在运营商和视频平台两大渠道上同步推广销售，公司、运营商及视频平台及共同投入推广资源进行产品的销售；另一方面，运营商通信用户与视频平台用户具有天然的重合性，手机视频是流量消耗的重要场景，该场景客户对于融合产品的需求更高，因此，视频权益融合业务从客户需求、渠道覆盖、产品组合方面均更具竞争力，更容易获得头部效应，实现快速规模增长。视频会员业务主要系通过公司自身平台及银行、物业等合作渠道面向客户进行推广销售，需求相

对较少，资源投入及渠道覆盖远不及融合业务，因此增长速度相对落后于视频权益融合业务，具有合理性。

（六）结合具体案例，用通俗易懂的语言描述物联网应用解决方案的三种类型，说明提供的具体服务内容、运营、销售、采购及盈利模式，不同类型的关键差异；说明物联网应用解决方案相关产品或服务与物联网的融合情况、将其定义为物联网相关业务是否合适、是否真实准确反映了业务内容及实质，与其他同类业务公司对该业务的描述是否一致，请根据业务实质进行客观准确平实的信息披露，避免误导投资者。

1、结合具体案例，用通俗易懂的语言描述物联网应用解决方案的三种类型，说明提供的具体服务内容、运营、销售、采购及盈利模式，不同类型的关键差异。

（1）具体模式举例

目前，公司物联网应用解决方案业务包括流量解决方案、硬件解决方案及场景解决方案，三类业务模式具体举例说明如下：

| 举例客户 | 业务类型 | 服务内容 | 运营模式 | 销售模式 | 采购模式 | 盈利模式 |
|----------------------------|--------|---|--|--|---|--|
| 北京友宝科斯科贸有限公司 (以下简称“友宝”) | 流量解决方案 | 提供 500M/月流量套餐和物联网卡流量管理平台服务, 实现设备连接服务及流量管理服务。 | 1、友宝的自动售货机通过物联网卡流量套餐实现无线上网连接, 进行交易数据传输, 与后台通信等, 满足日常运行; 2、通过提供物联网卡管理平台服务实现对卡的管理、运营。①流量监控: 实时监控每张卡使用情况, 及时处理异常情况, 保证自助设备正常运作; ②告警: 到期提醒, 及超流量告警, 及时通知到位; ③充值: 超流量时叠加充值流量; ④到期续费: 到期流量进行再次续费处理, 避免欠费停用。 | 针对友宝解决上网连接及平台管理的需求, 按照友宝的上网流量套餐需求, 以约定套餐价格进行销售, 并同步提供物联网卡平台管理服务。 | 公司按照友宝的上网流量套餐需求, 向电信运营商或第三方采购对应的物联网卡流量套餐。 | 通过销售流量套餐, 获取流量套餐价差。 |
| 广州艾美网络科技有限公司 (以下简称“艾美”) | 硬件解决方案 | 提供物联网融合调度集成模块和上网流量, 实现低成本的流量进行上网连接, 降低其运营成本外, 确保运营网络的稳定性。 | 1、艾美的唱歌机设备通过内嵌搭配公司提供的物联网融合调度集成模块实现上网连接, 公司提供物联网融合调度集成模块及流量套餐; 2、公司组建流量池, 自行分配流量套餐并进行统一管理和运营; 3、提供物联网流量平台管理服务, 包括: ①流量监控: 对每台设备流量使用进行统计; ②充值: 流量用尽叠加流量套餐恢复使用; ③续费: 到期进行再次续费, 避免欠费停机; ④停开机: 灵活对设备流量进行停开, 及时处理异常; ⑤套餐变更: 根据设备需求流量情况可对当前流量套餐进行更改; ⑥流量查询: 实时查询设备流量使用情况。 | 物联网模组+流量组合一体销售模式, 向其销售。 | 1、公司向电信运营商采购对应的物联网卡大流量, 组建流量池; 2、向模组厂商采购模组装配物联网融合调度集成模块; 3、研发部门负责模组集成及调试。 | 1、硬件销售利润; 2、流量利润 (通过自组流量池的方式对销售的流量进行数据分析, 设计最优套餐, 利润最大化)。 |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|---------------|--|--|--|---|--|
| <p>广州珠城物业管理有限公司 (以下简称“珠城物业”)</p> | <p>场景解决方案</p> | <p>与珠城物业共同运营“广州平云路 169 号智能停车场”，蜂助手向其提供智慧停车系统整体解决方案，包括：提供硬件、软件、工程施工、客户培训、售后服务、运维服务、咨询服务等。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1、蜂助手与珠城物业双方共同投资，共享收益； 2、蜂助手负责停车场建设及运维工作，建设智慧停车综合运营管理平台，提供高效停车、车位管理、精准计费、快捷支付、车辆服务的全无线物联网软硬件综合方案； 3、支撑人员定期或不定期现场进行设备维护或应急现场维护支撑； 4、远程运营由技术人员不定期进行远程巡检与系统设备维护。 | <p>整体解决方案销售，销售内容包括硬件、软件、及实施、培训、售后、运维等服务。</p> | <p>智慧停车平台系统为公司自主研发产品；硬件及系统所需的材料向硬件厂商采购。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1、蜂助手与珠城物业共同承担场地租金，其中蜂助手承担 55.00%、珠城物业承担 45.00%； 2、珠城物业每月支付给蜂助手的服务费为当月停车场收入的 55%； |
|--------------------------------------|---------------|--|--|--|---|--|

(2) 三类业务的关键差异

发行人物联网业务三种类型业务关键差异主要为服务内容差异及盈利模式差异，具体情况如下：

1) 服务内容差异。流量解决方案提供物联网流量套餐及平台管理服务，而硬件解决方案搭载融合调度集成模块与物联网流量组合体，并提供平台管理服务，物联网场景解决方案依托自身物联网流量运营能力、平台技术能力、基础服务能力，为城市级智慧停车等应用场景的客户提供配套软硬件设备、综合运营平台及运营支撑服务的一站式整体解决方案。

2) 盈利模式差异。对于物联网流量解决方案，公司向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理软件系统解决方案获取服务收入，相关成本主要为向电信运营商采购物联网卡及套餐的采购成本、运营过程中的相关成本，公司兼顾公司利润及市场竞争因素进行定价来获取利润。对于硬件解决方案，公司向客户提供物联网融合调度集成模块及流量套餐，相关成本主要为采购物联网流量等虚拟商品的采购成本、相关硬件成本、销售渠道成本等，公司通过硬件销售收入及后续物联网流量运营的持续性收入来获取利润。对于物联网场景解决方案，以智慧停车场景为例，依照双方约定运营方式，公司主要盈利包括：
①模式一：项目销售模式，盈利包括硬件利润、软件费用及其它服务费用；②模式二：联合运营模式，一般每月按收入分成，或自营类停车场盈利为每月净利润；③模式三：系统租赁模式，每月按固定租金回报。

(3) 物联网应用解决方案相关产品或服务与物联网的融合情况

物联网是利用局部网络或互联网等通信技术把传感器、控制器、机器、人员和物等通过新的方式联在一起，形成人与物、物与物相联，实现信息化、远程管理控制和智能化的网络，可以分为网络层、平台层、和应用层。公司物联网流量解决方案和硬件解决方案正是解决网络层的问题，通过流量和硬件的接入，降低客户的网络连接成本和平台管理成本；而公司物联网场景解决方案基于物联网、互联网技术，研发应用系统运营管理平台解决方案，解决应用层问题。截至本补充法律意见书(一)出具之日，公司已获授权的物联网业务相关发明专利包括《一种物联网卡智能充值监控系统和控制方法》《一种基于物联网短信的智能设备控制方法及系统》《一种基于物联网的智能硬件设备监控系统》《机顶盒的登录方法、装置、机顶盒管理系统及存储介质》《一种机顶盒及其通信方法》五项。因

此，公司物联网应用解决方案相关产品或服务与物联网紧密融合，公司将其定义为物联网相关业务合适、真实准确反映了该业务的内容及实质。

(4) 与其他同类业务公司对物联网业务的描述对比

公司与其他同类业务公司对该业务的描述基本一致，具体对比如下：

| 其他同类业务公司 | 相关业务描述 | 对应本公司业务 | 本公司业务描述 |
|------------------------------|--|-----------|--|
| 阿里云计算有限公司 | 致力于将传统通信业务和能力与互联网相结合，其物联网无线连接服务是向物联网设备提供蜂窝连接服务，包括公网、定向以及智能选网等功能，提供优质稳定网络以及一站式管理服务。 | 物联网流量解决方案 | 通过公司自主研发的蜂助手物联网流量运营管理平台对物联网卡进行统一管理及运营，向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理软件系统解决方案。 |
| 上海移远通信技术股份有限公司(股票代码：603236) | 移远物联网模组作为全联接世界核心部件已经渗入到物联网应用的各个领域，涵盖车载运输、智慧能源、无线支付、智慧城市、无线网关、智慧工业、医疗健康、农业环境等领域，具有易于集成，长期使用性及在恶劣环境中超高的稳定性，各网络制式的全面覆盖，轻松实现 2G、3G 与 4G 网络之间的无缝切换。 | 物联网硬件解决方案 | 向客户提供“硬件模块+软件能力+流量服务”PaaS 赋能型无线上网的物联网大流量融合调度集成模块。该模块可直接嵌入对连接到各类大流量场景所对应的物联网设备中，将多运营商网络融合调度。公司已将该模块成功应用于与腾讯合作的腾讯极光 CPE 机顶盒。公司 CPE 机顶盒技术可实现无线 2G/3G/4G/5G 网络多模多频，自动择优链接运营商的不同无线网络。 |
| 广东安居宝数码科技股份有限公司(股票代码：300155) | 基于云平台的智慧停车管理系统是利用物联网和云计算技术，利用移动互联网通信技术，建设城市一体化停车管理平台，管理城市内位于不同区域、位置的各种类型的停车场。 | 物联网场景解决方案 | 为城市级智慧停车、商户聚合支付等物联网场景提供全无线的物联网软硬件综合解决方案。通过蜂助手智慧停车综合运营平台可提供停车管理、高效寻车、车位管理、精准计费、自助无感缴费支付服务。 |

(七) 发行人将物联网业务列为重要业务板块之一，报告期内研发投入也有所侧重并设立汉鼎蜂助手负责 CPE 机顶盒产品的运营，但报告期内该业务营收贡献不大，结合物联网业务的前景、业务及客户开拓情况，就是否存在投入较大不能取得预期收益的风险，进行有针对性的风险揭示。

1、物联网业务的市场前景

(1) 物联网流量业务市场前景

根据GSMA的报告显示，截至2019年，全球物联网设备连接数量达到110亿个，其中消费物联网终端数量达到60亿，工业物联网终端数量达到50亿。根据

GSMA的预测，2025年全球物联网终端连接数量将达到250亿个。在供给侧和需求的双重推动下，5G、低功耗广域网等基础设施加速构建，数以万亿计的终端设备将接入物联网并产生海量数据及巨大的流量需求。公司物联网流量运营服务向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务及管理系统，解决物联网终端设备之间的信息交互、无线传输等需求，物联网终端连接数量高速增长，为公司物联网流量运营服务奠定了庞大的市场基础。

(2) 物联网硬件业务市场前景

2019年6月6日，工业和信息化部正式向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放5G商用牌照，标志着我国正式进入5G商用元年。5G正式商用，从根本上解决了物联网发展的网络瓶颈，将迎来物联网大连接、高带宽、高可靠、低时延的跨越式发展，尤其以智能家居、安防监控、车载互联、广告媒体为代表的大流量应用场景对移动大流量宽带业务需求旺盛，解决大流量稳定传输、费用高等问题成为现实需要。公司物联网硬件解决方案提供的无线上网的物联网大流量融合调度集成模块，可直接嵌入对接到各类大流量场景所对应的物联网设备中，将多运营商网络融合调度，实现因不同区域因运营商网络差、信号覆盖不全的无缝切换和衔接，解决行业用户受环境和运营商信号不稳定无法上网、网络不稳定及资费贵等痛点，将迎来良好的市场发展机遇。此外，公司物联网大流量融合调度集成模块已成功应用于与腾讯联合推出的腾讯极光CPE机顶盒中。根据GSMA的预测，2025年全球物联网终端连接数量将达到250亿个，其中企业市场将占据物联网终端设备连接数一半以上的份额，就增速和规模而言，消费者市场中，智能音箱和联网家用设备将引领增长。随着市场需求及规模的快速增长，公司CPE机顶盒业务亦将迎来良好的发展机遇。

(3) 物联网场景业务市场前景

智慧停车是物联网应用的重要场景。根据公安部的数据统计，截至2019年底，全国汽车保有量达2.6亿辆，与2018年底相比，增加2,122万辆，增长8.83%。随着城市机动车保有量快速增长，庞大的汽车数量表现出了我国经济发展强劲，但同时也引起了一系列的交通问题，尤其是“停车难”已成为困扰城市管理的一个民生问题。物联网场景下的智慧停车通过将无线通信技术、移动终端技术等综合应用于城市停车位的采集、管理、查询、预订与导航服务，实现停车位资源的实时更新、查询、预订与导航服务一体化，使得停车位资源利用率的最大化及车

主停车服务的最优化，能够极大的提高城市停车效率。公司物联网场景解决方案中提供的智慧停车综合运营管理平台，可为停车场场景提供高效停车、车位管理、精准计费、快捷支付、车辆服务的全无线物联网软硬件综合方案，能够集中解决在停车过程中遇到的停车难、找车难、通行速度缓滞、缴费方式单一等一系列问题，相比传统停车模式，智慧停车令停车管理、便捷，实现停车位资源优化配置，具有良好的市场前景。

2、发行人的物联网业务及客户开拓情况

报告期内，公司物联网应用解决方案收入分别为227.39万元、843.63万元、1,490.95万元和458.36万元，2017年至2019年年均复合增长率为156.06%。2020年1-6月公司物联网应用解决方案收入较2019年同期增长33.51%。

发行人提供的物联网应用解决方案分为物联网流量解决方案、物联网硬件解决方案、物联网场景解决方案三种类型。

(1) 物联网流量解决方案

主要通过公司自主研发的蜂助手物联网流量运营管理平台对物联网卡进行统一管理及运营，向客户提供不同应用场景下的设备上网连接服务以及物联网流量管理软件系统解决方案。流量解决方案三网覆盖，能大批量稳定供货采用专用号段和独立网元物联网流量卡，套餐灵活，支持共享流量池，支持无线数据高速传输，具备统一完善的售后解决方案及一定的成本优势。截至目前，发行人物联网流量解决方案的客户数量目前已开发的客户数量达100多家，开卡数量已达200多万张，涉及服务的领域包括金融、新零售行业、车联网、广告传媒、安防监控、监测等多个行业，覆盖领域广。

(2) 物联网硬件解决方案

1) 客户开拓情况

物联网硬件解决方案主要向客户提供“硬件模块+软件能力+流量服务”PaaS赋能型无线上网的物联网大流量融合调度集成模块。该模块可直接嵌入对接到各类大流量场景所对应的物联网设备中，将多运营商网络融合调度。目前，公司物联网大流量融合调度集成模块已应用至监控场景以及各类移动式大流量场景中，其中监控场景系以摄像头为核心监控设备的场景，包括：道路监控，天眼工程、雪亮工程、违章拍照、机场/高铁站/办公大楼等的监控，对视频大流量传输的需求市场巨大，公司已开拓杭州凯旗科技有限公司等客户，其户外监控摄像通过搭

载硬件解决方案，解决户外无需接有线宽度实现视频监控传输。移动式大流量场景方面，公司已开拓广州艾美网络科技，其旗下咪哒唱歌机迷你 ktv 系商场内较为常见休闲娱乐设施，公司的大流量融合调度模块解决了该产品互联网模式下运行，全网自动升级，更新歌库，录歌上传等功能。此外，公司还开拓了广州绿葆网络发展有限公司、广州磐众智能科技有限公司、广州市双照电子科技有限公司、湖南屹立智能科技有限公司、深圳易思智科技有限公司 5 家客户，满足其内容更新、视频传输、实时监控、网络互动等的移动式大流量需求场景。

目前，公司已将大流量融合调度模块成功应用于与腾讯联合推出的腾讯极光 CPE 机顶盒中，公司 CPE 机顶盒的销售拥有线上京东、天猫、拼多多，亦签约茂名市通汇电信器材有限公司、联通华盛通信有限公司（框架采购数量 4 万台）2 家客户，并积极开拓银行、运营商等渠道。目前运营商渠道已推广至中国联通广东分公司、湖北分公司、重庆分公司渠道。除此之外，湖南广电、湖北广电等广电传媒集团也陆续推广落地，销售网络随之铺开。

2) 智能 CPE 网络机顶盒的未来发展情况

公司自 2019 年 6 月与腾讯联合推出腾讯极光智能 CPE 网络机顶盒，销售情况及对净利润贡献情况如下表：

| 项目 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 |
|----------|--------------|---------|
| 销售数量（台） | 3,183 | 3,013 |
| 销售收入（万元） | 88.85 | 70.48 |
| 毛利金额（万元） | -48.02 | -289.75 |

备注：销售收入包括 CPE 机顶盒硬件、机顶盒物联网流量、视频会员收入。

2019 年 6 月，蜂助手腾讯极光智能 CPE 机顶盒首发试销售，基于销售策略，公司前期主要为提升产品知名度及培育用户群体，促销力度较大，推广价格较为优惠，导致毛利金额为负。后续，随着产品知名度提升，及“王卡宽带”融合家庭套餐用户基础的建立，其盈利能力将得到改善。

(3) 物联网场景解决方案

该业务主要为智慧停车整体解决方案，公司依托自身物联网流量运营能力、平台技术能力、基础服务能力，为城市级智慧停车应用场景的客户提供配套软硬件设备、智慧停车综合运营平台及运营支撑服务的一站式整体解决方案。截至目前，公司已为多个停车场提供服务，包括广州平云路 169 号公共停车场、佛山市

中山公园地下停车场、佛山市岭南大道枢纽站停车场等，提供车位数量累计达1,300余个；此外，受疫情影响，2020年上半年智慧停车业务拓展不及预期，目前已逐渐恢复，正在拓展跟进的停车场数量5个，预计涵盖立体停车位400余个，室内停车位2,000余个。

3、是否存在投入较大不能取得预期收益的风险

为服务公司物联网业务发展，公司前期投入主要为研发投入，包括物联网流量解决方案管理平台研发、融合调度集成模块软、硬件研发及智慧停车管理平台研发等，报告期内研发投入共计2,933.45万元，已形成了相应研发成果，物联网流量解决方案已获授权2项发明专利、硬件解决方案已获授权2项发明专利、场景解决方案已获授权1项发明专利，均为自主研发取得。

前期投入效益将在后期逐步释放，报告期内公司的物联网流量经营的技术积累，客户的积累、渠道的推广落地、产品化的成熟应用已经起步，公司三类物联网业务紧密贴合客户需求及物联网行业趋势，互为协同，亦将带动公司相关业务发展。

基于物联网业务的发展前景、公司已经沉淀的技术成果、运营经验、渠道积累等因素，公司物联网业务前期投入较大而不能取得预期收益的风险较低。发行人已在《招股说明书》中补充披露了相关风险提示。

(八)“王卡宽带”融合家庭套餐产品的内容、运营服务流程、中国联通与腾讯的分成方式及比例；腾讯将流量费用结算给发行人的原因、发行人与中国联通结算流量费用的计费方法、结算周期、结算金额是否与腾讯结算的流量费用一致；结合具体案例，用通俗易懂的语言描述发行人合作开发腾讯极光CPE机顶盒的盈利模式，补充披露该业务在报告期内的销售收入、毛利率，未来该业务的发展趋势。

1、“王卡宽带”融合家庭套餐具体合作模式及盈利模式

(1)“王卡宽带”融合家庭套餐产品内容

“王卡宽带”产品是腾讯公司将发行人研发的腾讯极光CPE机顶盒产品与腾讯视频整合为“无线宽带+腾讯视频会员”一体化产品，腾讯公司通过该产品与中国联通的“腾讯王卡”个人套餐产品结合，形成“王卡宽带”融合家庭套餐产品。中国联通通过各省联通推广“98元/月、138元/月”两款家庭套餐产品，发展“王卡宽带”家庭套餐客户，满足家庭无线宽带使用场景需求。

小FUN盒

宽带 fun | 视频 fun | 会员 fun



生活就要有fun儿!

一步安装 | N种功能 | 家里/家外自由使用

| 月费 (元) | 套餐内容 | | | | |
|-----------|----------------------|-------|------|----|--|
| | 国内流量 (5G速率) | 国内语音 | 无线宽带 | 副卡 | 热门会员 月月随心换 |
| 98 | 40GB专属流量 20GB全国流量 | — | 轻包月 | — | 腾讯视频、王者荣耀、QQ音乐、爱奇艺、优酷、芒果TV、哔哩哔哩、优酷会员、腾讯视频会员、王者荣耀会员、QQ音乐会员、爱奇艺会员、优酷会员、芒果TV会员、哔哩哔哩会员 |
| 138 | — | 300分钟 | 金包月 | 2张 | 腾讯视频、王者荣耀、QQ音乐、爱奇艺、优酷、芒果TV、哔哩哔哩、优酷会员、腾讯视频会员、王者荣耀会员、QQ音乐会员、爱奇艺会员、优酷会员、芒果TV会员、哔哩哔哩会员 |

享12个月腾讯视频SVIP (电视、手机、pad、电脑通用) *一次性充值200元话费

腾讯视频SVIP 12个月

目前推广的“98 元/月、138 元/月”两款家庭套餐产品所包含的服务内容为：

| 套餐规格 | 套餐内容 |
|---------|---|
| 98 元/月 | 开通套餐的手机卡包含： (1) 30GB/月定向流量，20GB 全国通用流量、互联网权益会员多选一； (2) 一次性预存 200 元可获得 12 期腾讯视频 SVIP； (3) 手机卡捆绑的小 FUN 盒享受 150GB 无线宽带流量。 |
| 138 元/月 | 开通套餐的手机卡包含： (1) 30GB/月定向流量，20GB 全国通用流量，互联网权益会员多选一； (2) 2 张亲情卡月费（共享主卡流量语音）； (3) 一次性预存 200 元可获得 12 期腾讯视频 SVIP； (4) 手机卡捆绑的小 FUN 盒享受无线宽带包月流量（超过 300G 流量限速）。 |

(2) “王卡宽带”融合家庭套餐产品运营服务流程

“王卡宽带”融合家庭套餐产品运营服务流程具体如下：发行人将腾讯极光 CPE 机顶盒销售给联通华盛（中国联通下属终端公司），并与联通华盛结算机顶盒硬件销售款；后由联通华盛将机顶盒销售给中国联通，并通过中国联通各省公司进行推广。用户办理“王卡宽带”融合家庭套餐后，套餐中所包含的机顶盒无线

宽带物联网流量由发行人提供，腾讯视频会员由腾讯提供并激活。中国联通每月收取用户的套餐费用，按照约定方式，与腾讯进行机顶盒流量及视频会员费用结算；腾讯收到结算款后，按照发行人与腾讯之间的合同约定，与发行人结算广告分成、视频会员分成，并按固定结算价格结算套餐所对应的机顶盒流量费用。

(3) 中国联通与腾讯的分成方式及比例

基于“王卡宽带”融合家庭套餐产品的业务模式，中国联通与腾讯单独签订机顶盒流量、视频会员供货合同，发行人无法得知中国联通与腾讯所签订合同的具体内容及中国联通与腾讯的分成方式及比例。

(4) 腾讯将流量费用结算给发行人的原因

在该业务中，中国联通采用整体采购的模式，向腾讯统一采购王卡宽带融合套餐所需要的机顶盒物联网流量及视频会员，并与腾讯统一打包结算；腾讯提供视频会员的同时，将机顶盒所需物联网流量向蜂助手采购，中国联通并不单独就机顶盒流量向蜂助手采购及结算。因此，中国联通与蜂助手之间不产生流量费用结算，腾讯向蜂助手按双方合同约定的流量套餐固定价格结算。由于中国联通与腾讯单独签订合作合同，发行人无法得知中国联通与腾讯所签合同中约定的机顶盒流量费用结算金额以及该金额是否与腾讯向发行人所结算的流量费用一致。

发行人 CPE 机顶盒并非使用单独一家运营商的流量，而是中国联通、中国移动、中国电信三大运营商的流量均使用，主要系不同位置环境下，不同运营商的网络质量不一样，在同一个位置，同一个运营商的网络在不同的时间也会随着接入设备的多寡而波动，只支持单个运营商网络的设备可能因该运营商覆盖欠佳导致无法正常上网。发行人通过共享流量池及物联网流量调度技术提供物联网流量使用管理服务，实现多运营商网络的融合调度及网络的准无盲区覆盖，通过全网通数据接入，实时动态识别运营商网络质量，选择最优网络，充分保证网络质量和使用效果。

在该业务过程中，发行人提供的服务及相关费用结算情况如下：

1) 通过自有的运营管理系统，将中国联通经腾讯传输至发行人的联通用户号码信息与对应机顶盒进行绑定，以便准确交付套餐内机顶盒流量，并提供系统管理服务；

2) 每月月初收到中国联通经过腾讯传输至发行人的用户套餐订购信息，向用户交付相应的机顶盒流量套餐；

3) 发行人根据机顶盒内置的腾讯视频客户端活跃用户数，向腾讯结算广告分成，并按双方合同约定的固定结算价格结算套餐对应的流量费用，亦通过客户端销售视频会员获得部分分成。

综上，基于上述各方之间的商务合作关系及发行人 CPE 机顶盒产品特点，发行人与中国联通不结算法顶盒流量费用以及腾讯将机顶盒流量费用结算给发行人的原因合理。

(5) 发行人腾讯极光 CPE 机顶盒盈利模式举例

以用户订购“138 元/月”套餐为例，发行人的主要盈利模式为：

1) 获取机顶盒硬件销售价差。依据发行人与联通华盛通信有限公司于 2020 年 9 月签订的《购销合同》，公司将腾讯极光 CPE 机顶盒硬件向联通华盛销售，由联通华盛向公司支付机顶盒硬件款，公司获取机顶盒硬件销售价差；

2) 获取每月广告分成、视频会员分成及机顶盒物联网流量差价。用户购买“138 元/月”的王卡宽带融合家庭套餐后，可获得 30GB/月定向流量，20GB 全国通用流量，互联网权益会员多选一，以及手机卡所捆绑的 CPE 机顶盒享受无线宽带包月流量（超过 300G 流量限速）。每月，中国联通收取用户支付的套餐费用 138 元后，按照与腾讯之间合同约定，向腾讯结算；腾讯收取相关费用后，向发行人按合同约定的固定结算价格结算套餐内机顶盒的物联网流量费用，发行人根据机顶盒内置的腾讯视频客户端活跃用户数，收取腾讯的广告分成，并通过客户端销售视频会员获得部分分成。

(6) 该业务在报告期内的销售收入、毛利率

公司与联通华盛、腾讯关于“王卡宽带”融合家庭套餐产品的合作发生于 2020 年 6 月之后，报告期内无销售收入。

(7) 未来该业务的发展趋势

2019 年以来，个人通信业务逐步趋于饱和，以家庭为单位进行大规模推广成为吸引新用户的有效手段。在家庭入口，无线机顶盒产品可作为有线宽带的有效补充，未来随着 5G 的商用，无线替代有线的趋势将加速。王卡宽带融合家庭套餐中的无线宽带 CPE 机顶盒产品，实现了“一个机顶盒=无线宽带+CPE 路由器+腾讯视频平台”三合一，能够实现无线上网、浏览流媒体、无线 Wi-Fi 热点分享，可有效契合家庭场景对于无线网络及视频娱乐的需求。目前运营商渠道已推广至中国联通广东分公司、湖北分公司、重庆分公司等渠道。除此之外，湖南广电、

湖北广电等广电传媒集团也陆续推广落地，预计未来该业务具有一定的市场发展空间。

该王卡宽带融合家庭套餐的模式下，用户不解除套餐，发行人可以持续获得每月套餐所产生的机顶盒物联网流量费用、广告分成及视频会员分成，获取持续性收入，盈利模式较为稳定。另外，公司还可以持续获得销售机顶盒硬件所带来的收入，该模式将有助于公司未来盈利能力的进一步提升。

（九）非核心服务外包对应的工作范围；不同类型业务中，自有员工和劳务外包方从事工作的差异情况，包括但不限于工作内容、所需资质、专业水平、难易度等；报告期内外包服务采购金额、占当期相关业务成本的比重。

1、发行人外购服务情况

（1）外购服务范围

报告期内，在物联网应用解决方案及技术服务过程中，发行人将部分的非核心服务通过服务采购的方式解决。公司涉及外购服务的业务包括智慧停车整体解决方案及技术服务，其中智慧停车整体解决方案涉及外购服务的工作范围为部分智慧停车场施工建设部分；技术服务涉及外购服务的工作范围为部分开发及维护调试服务。

（2）发行人和外购服务方从事工作的差异情况

1) 智慧停车整体解决方案业务

| 项目 | 发行人从事的工作 | 外购服务方从事的工作 |
|--------|-----------------------------------|--------------|
| 主要工作内容 | 项目规划设计方案、系统集成、软件平台业务定制、开通服务、运营支撑等 | 施工实施、劳务服务等 |
| 所需资质 | 系统集成、软件企业 | 施工劳务资质 |
| 专业水平 | 熟练 | 熟练、掌握相关规则和流程 |
| 难易度 | 中 | 中 |

2) 技术服务业务

报告期内，发行人提供技术服务项目具有定制化特点，故项目服务/开发内容具有差异性。公司涉及外购服务的主要技术服务项目为“互联网基地客户端框架产品采购项目”及“云城区创建广东省推进教育现代化先进区信息化教育装备及配套系统集成项目”，发行人和外购服务方从事工作的差异情况如下：

①互联网基地客户端框架产品采购项目

| 项目 | 发行人从事的工作 | 外购服务方从事的工作 |
|--------|---|---|
| 主要工作内容 | H5 及 TV 端登录模块设计及开发，产品安全测试，系统安装，软件定制，系统集成，运营支撑等核心工作。 | H5 及 TV 端软件架构设计及开发等部分系统开发工作以及产品后期维护等工作。 |
| 所需资质 | ISO9001 证书,ISO27001 证书，CMMI3 证书 | ISO9001 证书 |
| 专业水平 | 熟练 | 熟练、掌握相关规则和流程 |
| 难易度 | 中 | 中 |

②云城区创建广东省推进教育现代化先进区信息化教育装备及配套系统集成项目

| 项目 | 发行人从事的工作 | 外购服务方从事的工作 |
|--------|----------------|----------------------------|
| 主要工作内容 | 平台界面与功能的设计及开发； | 部分系统功能开发、设备硬件的采购、为项目提供客服支撑 |
| 所需资质 | 无 | 无 |
| 专业水平 | 熟练 | 熟练、掌握相关规则和流程 |
| 难易度 | 中 | 中 |

(3) 报告期内外购服务采购金额、占当期相关业务成本的比重

1) 智慧停车整体解决方案业务

单位：万元

| 项目 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|------|--------------|---------|---------|---------|
| 采购金额 | 66.27 | 549.28 | 0.55 | - |
| 营业成本 | 80.52 | 570.29 | 0.55 | - |
| 占比 | 82.30% | 96.32% | 100.00% | - |

注：占比是指采购金额占相关业务营业成本额的比例。

智慧停车业务外购服务整体占比较高，主要系公司智慧停车业务主要包括软件、硬件、停车场建设投入，软件主要为公司自主研发的智慧停车管理系统，该软件所产生的研发费用前期已费用化，后期投入使用无相关成本。报告期内，公司开展智慧停车业务成本主要为硬件、停车场建设所产生的成本，为提高经营效率，该等部分主要采取外购服务的形式，故外购服务占营业成本比例较高具有合理性。

2) 技术服务业务

单位：万元

| 项目 | 2020年1-6月 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年度 |
|------|-----------|----------|--------|--------|
| 采购金额 | 124.93 | 1,329.18 | 918.40 | 117.30 |
| 营业成本 | 136.45 | 1,378.19 | 950.30 | 147.25 |
| 占比 | 91.55% | 96.44% | 96.64% | 79.66% |

注：占比是指采购金额占相关业务营业成本额的比例。

报告期内，公司提供的技术服务方式主要为以自主研发、已成熟的技术为依托。对于由一系列开发模块组成的技术服务项目，由于开发周期较长，为保障该项目订单交付的时效性，公司外购部分开发服务，外购服务方完成相应的开发任务后交付给公司，公司结合自身开发部分进行技术集成，向客户交付。由于公司前期相关技术研发费用已费用化，后期投入使用无相关成本。故公司提供的技术服务的成本主要为外购开发服务所产生的成本，使得其外购服务占营业成本的比例较高具有合理性。

（十）发行人含数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案及技术服务三大板块，虚拟商品综合运营服务包括的聚合运营服务、融合运营服务、分发运营服务三类业务，披露各板块及类别的业务发展的内在联系，相关协同效应的具体体现和实例，结合数字化虚拟商品运营业务及物联网业务客户开拓、销售情况、行业发展趋势等，说明发行人主营业务收入是否存在大幅下滑风险，是否会对发行人的持续盈利能力产生重大不利影响。

1、发行人含数字化虚拟商品综合运营服务、物联网应用解决方案及技术服务三大板块，虚拟商品综合运营服务包括的聚合运营服务、融合运营服务、分发运营服务三类业务，披露各板块及类别的业务发展的内在联系，相关协同效应的具体体现和实例

（1）业务发展的内在联系

公司2012年成立，主要从事移动应用APP的分发运营业务，帮助移动应用开发者推广APP、把控移动互联网入口，帮助运营商实现培养客户使用手机移动应用APP、提升流量消耗的目的。2015年至2018年，APP的广泛应用使得用户对移动数据流量的需求大幅爆发，同时，各大互联网公司纷纷推出线上会员卡、礼品卡、优惠券、折扣券等数字化虚拟商品。公司业务从移动应用APP分发运营服务，延伸到电信运营商流量运营服务，并逐步扩展到多品类数字化虚拟商品

的聚合运营服务，形成了多元的虚拟商品及渠道体系。与此同时，通过多年虚拟商品运营经验积累沉淀以及持续的自主研发投入，公司在平台开发、软件开发、运营技术支撑等方面积累了大量的技术开发经验，建立了一支高素质、研发经验丰富的技术研发团队，亦开始面向信息技术及通信领域客户提供相关技术服务。2018年，公司探索虚拟商品资源和渠道整合，将运营商流量与视频会员打通融合，推出视频权益融合运营服务新模式；此外，运营商先后启动了物联网网络的建设和全面商用，物联网应用落地进程随着产业链日渐完善而逐步加快，物联网终端设备以及大流量应用场景对低费率无线网络稳定传输的需求大幅增长，公司探索从手机流量运营拓展到物联网流量运营，将业务布局从移动互联网向物联网领域延伸，积极培育物联网业务新增长点。

综上，在经营发展过程中，公司把握市场机遇，不断丰富业务板块、完善服务体系，有效避免了单一业务的短板，使得营收来源多元化，提升了经营的稳健性，各业务板块存在紧密的内在联系。

(2) 业务发展的相关协同效应

公司各业务板块及服务类别之间具有一定内在关联性，技术、销售、客户等部分资源可共享，从而使公司得以更充分利用现有资源拓展新的发展空间，实现协同效应。

第一，技术协同方面，公司提供的各类虚拟商品运营服务源自公司云平台管理能力。公司自主研发的综合服务云平台为公司业务的开展提供了技术工具及平台化支撑，伴随业务的发展，公司逐步将相关业务整合，通过业务抽象建模解决绝大部分共性工作，并保持系统架构的开放性解决少量个性化工作，建立统一运营平台，通过平台化管理降低综合运营成本，保证各项业务的高效开展。

第二，销售协同方面，公司不同业务板块可相互促进发展。例如，公司物联网硬件解决方案中，通过将腾讯极光 CPE 机顶盒内置物联网流量，同时与视频会员权益绑定，可为公司运营商流量、视频会员等虚拟商品的销售提供新的载体及渠道，同时，公司可将各类生活服务产品及其他虚拟商品服务集成于 CPE 机顶盒中，同步销售视频融合产品及其他虚拟商品，与视频融合业务、虚拟商品聚合运营业务形成闭环整合，反哺相关业务发展。此外，公司通过发展物联网智慧停车解决方案业务，有效聚合了支付、语音、话务等基础服务能力，并进一步促进了物联网流量的销售。

第三，客户资源协同方面，公司充分挖掘客户需求，向积累及沉淀的客户提供更加全面的服务。以报告期各期前十大客户为例，公司早期向中国移动提供 APP 分发运营服务，培养运营商客户使用手机移动应用 APP 从而提升流量消耗；随着业务领域的不断拓展，逐渐向其增加了视频融合服务，帮助运营商实现从用户通信服务到内容服务的深度运营，达成流量增量、业务增收的目标；亦凭借自身积累和沉淀的成熟技术向运营商提供技术服务，不断拓展合作内容，增强合作粘性。此外，公司向腾讯提供微信读书等 APP 的分发运营服务，提升其 APP 的用户覆盖数量；同时，亦向腾讯提供流量运营服务，满足其微信入口的用户流量充值需求；并与腾讯合作推出“腾讯极光”CPE 机顶盒，开展物联网硬件及流量的业务合作。公司向科大讯飞股份有限公司、广东天宸网络科技有限公司（VIVO 手机运营商）、咪咕数字传媒有限公司提供 APP 分发运营服务的同时，亦向其提供流量运营服务，满足其流量营销、用户充值及自身业务的需求。公司向湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司提供视频融合运营服务，提升视频会员用户规模，同时，亦向其提供流量运营服务满足其流量营销赠送需求。公司客户协同战略的纽带作用使得公司与优质客户的合作加深，客户粘性得到了增强，提升了经营的稳健性。

2、结合数字化虚拟商品运营业务及物联网业务客户开拓、销售情况、行业发展趋势等，说明发行人主营业务收入是否存在大幅下滑风险，是否会对发行人的持续盈利能力产生重大不利影响

报告期内，通用流量运营服务、视频权益融合运营服务及分发运营服务收入合计占营业收入比重分别为 93.07%、77.79%、84.68%和 83.96%，与公司的整体经营业绩具有较强的相关性。此外，公司积极布局物联网相关业务，作为公司未来新的盈利支撑点和增长点。

（1）通用流量运营服务业务总体分析

公司优化调整客户结构，终端行业客户或者直接服务终端行业的服务商客户占比提升，带来了流量分发业务收入的回升。目前，通用流量业务占比降低至 30%左右，对发行人盈利能力的影响大幅降低。此外，在三大运营商全面停止价格战，转向高质量发展，流量市场回归稳定发展，有利于发行人通用流量运营服务业务的健康稳定发展，发行人通用流量服务收入进一步下滑的风险较小。

通用流量收入波动具体情况参见本题“（二）结合市场规模及竞争情况、自

身竞争优势、业务规模、主要竞争对手等，说明发行人在流量代理、分发行业中的地位、是否存在被上下游企业替代的可能和风险；在“提速降费”大背景下，发行人通用流量收入规模整体呈萎缩趋势，说明未来是否存在进一步下滑的风险，是否对持续经营能力产生重大不利影响。”之相关回复。

(2) 融合运营服务业务总体分析

移动视频属于激发流量消耗的重要应用场景，公司把握业务机遇，联合运营商、视频权益方共同推出网络视频商会员权益+运营商产品的融合产品。该产品迅速得到了消费者的认同，公司视频权益融合运营服务自 2018 年推出后业务收入规模快速提升，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司视频权益融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元和 7,716.50 万元，2019 年较 2018 年增长 255.46%，2020 年 1-6 月较 2019 年同期增长 10.38%。

目前，国内互联网视频行业呈现“爱奇艺、优酷、腾讯视频”三足鼎立，芒果 TV、哔哩哔哩等代表的第二梯队高速发展的多元竞争格局，随着网络视频的付费习惯逐渐养成，各大视频商订阅用户快速增长，蜂助手视频权益融合运营服务收入与国内互联网视频行业发展情况一致。根据工信部披露的信息显示，截至 2020 年 6 月末，国内移动电话用户全年总数达 15.95 亿户，移动电话用户普及率达 113.9 部/百人，运营商拥有巨大的用户群体，公司与三大运营商中的中国移动、中国电信合作，引入国内头部视频商，在用户消费习惯形成后，运营商稳定的用户群体能够为融合运营服务带来持续的增量收入。

(3) 分发运营服务业务总体分析

报告期内，公司分发运营业务收入分别为 9,208.40 万元、7,402.06 万元、7,561.99 万元和 4,114.88 万元，因 APP 推广资源不同导致分发运营服务收入出现波动。总体来说，分发运营服务收入与分发的应用的数量、应用开发者的资金实力、推广力度及 APP 受欢迎的程度有关，若公司参与的分发项目越多、开发者的资金实力越强、推广力度越大、APP 受欢迎程度高，则公司的应用分发收入越高，目前公司分发运营业务收入整体稳定。

电子政务、电子商城、网上外卖、网约车、游戏、短视频等等丰富的应用 APP 渗透到人们生活的方方面面，应用分发市场规模较大。自公司成立起即开始从事运营分发业务，经过多年行业运营沉淀，积累了大量优质分发渠道，发行人拓展了支付宝入口、银行类渠道入口以及与大量互联网分发商建立了合作关系，

渠道资源丰富。凭借优质的服务能力，发行人为众多知名 APP 提供运营服务，包括 10086APP、微信读书、抖音、支付宝等。随着公司分发运营服务更加侧重向优质 APP 资源集中，分发运营服务业务前景良好。

（4）物联网业务总体分析

报告期内，公司物联网流量经营的技术及客户的积累、渠道的推广落地、产品化的成熟应用已经起步，公司三种业务紧密贴合客户需求及物联网行业趋势，基于物联网的广阔前景，亦将带动公司相关业务发展。

物联网业务前景具体情况参见本题“（七）发行人将物联网业务列为重要业务板块之一，报告期内研发投入也有所侧重并设立汉鼎蜂助手负责 CPE 机顶盒产品的运营，但报告期内该业务营收贡献不大，结合物联网业务的前景、业务及客户开拓情况，就是否存在投入较大不能取得预期收益的风险，进行有针对性的风险揭示。”之相关回复。

综上所述，公司所处行业市场前景广阔，主营业务发展良好，公司主营业务收入大幅下滑的风险较小，对发行人持续盈利能力造成不利影响的风险较小。

（十一）核查过程

1、获取报告期内发行人主要合作的三大运营商代理商的合同、采购明细表、信息系统交易数据及实地访谈代理商，了解双方的权利责任划分、交货方式、资金结算周期、流量采购任务及完成率、采购折扣等内容；

2、访谈发行人管理人员及获取发行人出具的说明，了解一级代理和次级代理在资金结算、采购规模、采购折扣等方面的主要差异；了解发行人未直接与三大运营商合作的原因；

3、访谈发行人管理人员及获取发行人出具的说明，获取发行人收入明细表，了解 API 模式和 H5 模式的主要差异、不同模式贡献收入及金额、成本、毛利率，并详细说明不同模式对成本、毛利率的影响；

4、访谈发行人管理人员、获取发行人出具的说明及查阅行业资料，了解通用流量市场规模及竞争情况、发行人竞争优势、业务规模、主要竞争对手，发行人在流量代理、分发行行业中的地位，发行人是否存在被上下游企业替代的可能和风险；

5、访谈发行人管理人员及获取发行人出具的说明，查阅行业资料，了解在“提速降费”大背景下，发行人通用流量收入规模整体呈萎缩趋势，未来是否存

在进一步下滑的风险，是否对持续经营能力产生重大不利影响；

6、访谈发行人管理人员，获取发行人与爱奇艺、优酷和芒果 TV 三家头部网络视频商的交易合同、授权代理书，了解网络视频商对发行人授权代理的范围、期限、双方的权利责任划分、交货方式、销售模式、资金结算周期、产品及采购折扣、考核任务及完成率、激励返点等；

7、访谈发行人管理人员及获取发行人出具的说明，了解授权代理的持续性是否存在不确定性；

8、访谈发行人管理人员及获取发行人出具的说明，了解发行人同时代理爱奇艺、优酷和芒果 TV 相关业务，是否违反与爱奇艺的合作合同相关约定；

9、访谈发行人管理人员、获取发行人出具的说明及网络查询主要竞争对手情况，了解融合运营业务的竞争壁垒、发行人的主要竞争优势、主要竞争对手、是否存在运营商和视频权益商直接合作影响发行人该业务的风险、是否存在未获取授权对持续经营能力造成重大影响的风险；

10、访谈发行人管理人员及获取发行人出具的说明，了解融合运营主要套餐种类、内容及对应的销售收入及占比、销售渠道、终端消费群体；视频权益融合业务与视频会员业务在营销方式、销售渠道、定价、采购方式及成本等方面的差别，视频权益融合业务规模及增长幅度远大于视频会员业务的原因及合理性；

11、访谈发行人管理人员、发行人出具的说明及查阅可比上市公司或知名公司相关信息，了解物联网应用解决方案的三种类型具体服务内容、运营、销售、采购及盈利模式，不同类型的关键差异、物联网应用解决方案相关产品或服务与物联网的融合情况、将其定义为物联网相关业务是否合适、是否真实准确反映了业务内容及实质，与其他同类业务公司对该业务的描述是否一致；

12、访谈发行人管理人员、获取发行人出具的说明及查阅行业资料，了解物联网业务的前景、发行人业务及客户开拓情况，是否存在投入较大不能取得预期收益的风险；

13、访谈发行人管理人员、获取发行人出具的说明，了解“王卡宽带”融合家庭套餐产品的内容、运营服务流程、中国联通与腾讯的分成方式及比例、腾讯将流量费用结算给发行人的原因、发行人与中国联通结算流量费用的计费方法、结算周期、结算金额是否与腾讯结算的流量费用一致；

14、访谈发行人管理人员、获取发行人出具的说明，了解非核心服务外部采

购对应的工作范围；发行人不同类型业务中，发行人和外购服务方从事工作的差异情况；

15、访谈发行人管理人员及获取发行人出具的说明，了解发行人各板块及类别的业务发展的内在联系，相关协同效应。

（十二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人已补充披露主要合作的三大运营商代理商名称、双方的权利责任划分、交货方式、资金结算周期、流量采购任务及完成率、采购折扣等内容；已说明一级代理和次级代理在资金结算、采购规模、采购折扣等方面的主要差异及发行人较少直接与三大运营商合作的原因；已补充披露 API 模式和 H5 模式的主要差异、不同模式贡献收入及金额、成本、毛利率并说明不同模式对成本、毛利率的影响。

2、发行人在流量代理、分发行业中具有一定的竞争优势，被上下游企业替代的可能和风险较小；在“提速降费”大背景下，随着三大运营商全面停止价格战，转向高质量发展，流量市场回归稳定发展，随着流量市场整体稳步向好发展及发行人客户结构逐步优化，发行人通用流量服务收入进一步下滑的风险较小，对发行人持续盈利能力造成不利影响的风险较小。

3、发行人已补充披露爱奇艺、优酷和芒果 TV 三家头部网络视频商对发行人授权代理的范围、期限、双方的权利责任划分、交货方式、销售模式、资金结算周期、产品及采购折扣、考核任务及完成率、激励返点等内容；发行人持续获取视频商授权代理的不确定性较小；爱奇艺知悉公司代理优酷、芒果 TV 等相关业务的情况，前述情况不违反公司与爱奇艺的合作合同相关约定。

4、发行人已补充披露融合运营业务的竞争壁垒、自身的主要竞争优势、主要竞争对手；运营商和视频权益商直接合作的可能性较小，发行人持续获得授权代理的不确定性较小，对发行人该项业务的影响较小。

5、发行人已补充披露融合运营主要套餐种类、内容及对应的销售收入及占比、销售渠道、终端消费群体；视频权益融合业务与视频会员业务在营销方式、销售渠道、定价、采购方式及成本等方面的差别；视频权益融合业务规模及增长幅度远大于视频会员业务具有合理原因。

6、发行人已结合具体案例，用通俗易懂的语言描述物联网应用解决方案的

三种类型，已说明提供的具体服务内容、运营、销售、采购及盈利模式，不同类型的差异；已说明物联网应用解决方案相关产品或服务与物联网的融合情况；发行人将其定义为物联网相关业务较为合适、真实准确反映了业务内容及实质，与其他同类业务公司对该业务的描述基本一致。

7、发行人已披露物联网业务的前景、业务及客户开拓情况，发行人物联网业务前期投入较大不能取得预期收益的风险较低。

8、发行人已补充披露“王卡宽带”融合家庭套餐产品的内容、运营服务流程；基于“王卡宽带”融合家庭套餐产品的业务模式，中国联通与腾讯公司单独签订流量、视频会员供货合同，发行人无法得知所签订合同的具体内容，无法得知中国联通与腾讯的分成方式及比例；腾讯将流量费用结算给发行人的原因具有合理性；发行人已结合具体案例，用通俗易懂语言描述发行人合作开发腾讯极光CPE机顶盒的盈利模式；该业务合作发生于2020年6月30日之后，报告期内无销售；发行人已补充披露该业务在报告期内的销售收入、毛利率，及未来该业务的发展趋势。

9、发行人已补充披露非核心服务外部采购对应的工作范围；发行人已补充披露不同类型业务中，发行人自身和外购服务方从事工作的差异情况及报告期内外购服务采购金额、占当期相关业务成本的比重。

10、发行人已补充披露各板块及类别的业务发展的内在联系，相关协同效应的具体体现和实例；发行人已补充披露数字化虚拟商品运营业务及物联网业务客户开拓、销售情况、行业发展趋势；发行人所处行业市场前景广阔，主营业务发展良好，主营业务大幅下滑的风险较小，对发行人持续盈利能力造成不利影响的风险较小。

十二、《审核问询函》问题十五：关于主要客户

根据申报资料：（1）报告期内，发行人前五大客户销售金额分别为 1.2 亿元、1.14 亿元、2.3 亿元和 1.42 亿元，占当期营业收入的比例分别为 32.84%、39.04%、54.42%和 67.48%，集中度逐年增加。其中，中国移动及其下属公司收入占比分别为 10.65%、16.50%、26.90%及 38.17%，为公司第一大客户。报告期内，公司通过采购招投标及公开比选等方式与中国移动展开合作，为其直接

提供 10086 手机营业厅 APP、广东移动手机营业厅等应用程序的分发运营服务，并为多款热门应用类 APP、游戏类 APP 提供分发运营服务。2019 年发行人中国移动的收入主要来源于广东移动。（2）报告期内，发行人通用流量客户结构变动较大。企业客户主要为终端行业相关的企业或者其他同行业流量分发商，2017 年前五大客户中北京汇安融信息技术有限公司（以下简称“汇安融”）和普信天下（成都）商贸有限公司（以下简称“普信天下”）已退出流量市场，中大网视（北京）科技有限公司（以下简称“中大网视”）已破产；前五大企业客户收入占企业客户收入的比例分别为 49.56%、63.85%、74.3%和 86.92%。个人客户合作方主要是广东欢太科技有限公司（以下简称“欢太科技”），报告期内占个人客户收入的比例分别为 98.43%、95.93%、0%和 0%。

请发行人补充披露：

（1）结合业务结构、业务规模、发展情况、客户变动等，并对比同行业可比上市公司，说明客户集中度逐年增加的原因及合理性、是否符合行业特性，相关业务的合规性，是否具有稳定性以及可持续性。（2）报告期内，发行人通过各方式获取订单的收入金额及占比，发行人是否存在应履行招投标程序、政府采购程序但未履行的相关情况及程序瑕疵，如是请补充披露具体项目情况、收入占比，是否构成重大违法违规或不正当竞争行为。（3）通用流量客户结构发生较大变化的原因及合理性；说明汇安融、普信天下退出流量市场的原因，中大网视破产的时间、发行人对其销售款的回款情况，三家公司在 2017 年的经营情况，其采购额是否与其经营业绩、业务规模相匹配；发行人与欢太科技的合作模式及内容、合作期限、结算方式、改为 API 合作方式后 2019 年开始再无销售款的原因。（4）报告期内各类板块主要客户的基本情况，包括设立时间、合作历史及方式、服务内容、收入金额及占比、占对方同类业务采购金额的比例、信用期、期末欠款金额、期后还款金额、不能按时还款的原因；是否存在客户成立当年或次年即成为发行人主要客户的情形，如有，补充披露合作背景及原因。（5）结合（4），说明报告期内上述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在（潜在）关联关系，说明主要客户是否与发行人从事同一类业务、是否存在竞争关系、相关交易价格是否公允，是否存在利益输送，与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在非经营性往来。（6）报告期内各类业务主要客户变化的

原因；新增客户的拓展方式，每年新增客户的合作背景，新增客户对当年营业收入的影响程度。（7）与中国移动及其子公司的合作历史、合作方式，发行人与广东移动的关系和合作情况、合同期限及合作的可持续性，是否存在不正当竞争行为；对中国移动是否构成重大依赖，以及发行人拟采取的应对措施及有效性，中国移动与发行人不再合作对发行人持续经营能力的影响，请进行有针对性的风险提示。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【回复】

（一）结合业务结构、业务规模、发展情况、客户变动等，并对比同行业可比上市公司，说明客户集中度逐年增加的原因及合理性、是否符合行业特性，相关业务的合规性，是否具有稳定性以及可持续性。

1、报告期内客户集中度逐年增加的原因及合理性

报告期内，公司向前五大客户销售额占比分别为 32.84%、39.04%、54.42% 及 67.48%。公司客户集中度提高主要与融合运营业务迅速发展所致。2018 年公司把握业务机遇，联合运营商推出以流量+视频为代表的视频权益融合产品，有效促成了广东移动、内蒙古移动等多家公司引入第三方视频权益。2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司视频融合运营服务收入分别为 3,845.11 万元、13,667.98 万元和 7,716.50 万元，占各期营业收入的比例分别为 13.21%、32.28% 和 36.55%，业务规模和占比逐年提升。中国移动为公司开展融合运营服务的主要合作运营商，因此报告期内中国移动销售额占比逐年增加，从而导致公司客户集中度提升。

2、客户集中度是否符合行业特性

同行业可比上市公司前五大客户收入占比如下表所示：

| 序号 | 同行业公司名称 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|----|--------------|--------------|---------|---------|---------|
| 1 | 高鸿股份（000851） | - | 65.56% | 60.20% | 67.36% |
| 2 | 彩讯股份（300634） | - | 83.54% | 80.49% | 80.68% |
| 3 | 通鼎互联（002491） | - | 69.82% | 77.97% | 77.86% |
| 4 | 号百控股（600640） | - | 35.95% | 32.41% | 29.69% |

注：根据公开披露的年报信息统计。

同行业可比公司受到其自身业务结构、经营能力、发展阶段等影响，客户集中度的变化趋势存在差异。号百控股为中国电信的子公司，从事的主要业务为面

向公众用户的互联网文娱服务，面向政企用户的互联网内容文化集成服务，以及积分运营、商旅预订和酒店运营管理等业务，由于其直接来自终端用户的收入比例较高，因此前五大客户收入占比较低。除此之外，其他同行业可比上市公司前五大客户集中度均超过 60%。随着公司融合运营业务的发展，客户集中度有所提高，符合行业特征。

3、相关业务的合规性

发行人具备开展相关业务的资质，经营合法合规。相关业务的合规性详见本补充法律意见书（一）“问题九、关于业务资质”之回复内容。

4、客户的稳定性以及可持续性

公司客户群体具有较强的稳定性及可持续性，报告期各期主要客户的业务合作情况如下：

单位：万元

| 序号 | 客户名称/集团名称 | 2020年1-6月 | | 2019年度 | | 2018年度 | | 2017年度 | |
|----|------------------|-----------|--------|-----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| | | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 |
| 1 | 中国移动 | 8,059.69 | 38.17% | 11,389.13 | 26.90% | 4,802.80 | 16.50% | 3,896.85 | 10.65% |
| 2 | 深圳市东恒网络科技有限公司 | 2,220.79 | 10.52% | 5,403.83 | 12.76% | 38.79 | 0.13% | 2,680.23 | 7.33% |
| 3 | 科大讯飞股份有限公司 | 1,455.52 | 6.89% | 577.39 | 1.36% | 0.92 | 0.00% | 6.46 | 0.02% |
| 4 | 广东天宸网络科技有限公司 | 1,315.45 | 6.23% | 2,097.28 | 4.95% | 318.92 | 1.10% | - | - |
| 5 | 广东优世联合控股集团股份有限公司 | 1,195.50 | 5.66% | 1,553.53 | 3.67% | - | - | - | - |
| 6 | 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 128.92 | 0.61% | 2,427.25 | 5.73% | 2,561.50 | 8.80% | - | - |
| 7 | 长沙瑞联互动数码科技有限公司 | 867.07 | 4.11% | 1,725.70 | 4.08% | - | - | - | - |
| 8 | 华为软件技术有限公司 | 195.95 | 0.93% | 829.01 | 1.96% | 2,258.59 | 7.76% | - | - |
| 9 | 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 326.12 | 1.54% | 1,027.99 | 2.43% | 722.12 | 2.48% | 1,752.62 | 4.79% |
| 10 | 腾讯 | 118.40 | 0.56% | 631.02 | 1.49% | 838.15 | 2.88% | 261.23 | 0.71% |
| 11 | 湖南联盛网络科技股份有限公司 | - | - | 244.20 | 0.58% | 903.43 | 3.10% | 587.31 | 1.61% |

| 序号 | 客户名称/集团名称 | 2020年1-6月 | | 2019年度 | | 2018年度 | | 2017年度 | |
|----|---------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| | | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 |
| 12 | 北京汇安融信息技术有限公司 | - | - | - | - | - | - | 1,864.35 | 5.10% |
| 13 | 广东金朋科技有限公司 | - | - | - | - | 15.28 | 0.05% | 1,816.88 | 4.97% |
| 合计 | | 15,883.42 | 75.23% | 27,906.33 | 65.90% | 12,460.50 | 42.80% | 12,865.93 | 35.18% |

如上表所述,报告期各期,主要客户销售金额占各年收入比例分别为 35.18%、42.80%、65.90%及 75.23%,公司与大部分主要客户合作时间较长,合作关系较为稳定。湖南联盛网络科技股份有限公司为“白金岛系列游戏”的开发者,出于游戏生命周期的考虑,2020年结束了公司推广服务;北京汇安融信息技术有限公司为公司的流量业务客户,2018年后公司与其交易减少主要系受通用流量行业市场环境变化所致;广东金朋科技有限公司为微信直连供应商,2018年后公司与其交易减少主要系因为公司直接与腾讯计算机系统有限公司合作后,双方为避免竞争导致交易金额减少。与此同时,公司主营数字化商品综合运营服务,公司客户逐渐集中为终端行业客户及其服务商,对客户提供服务过程中形成了良好的口碑,近年来经营持续向好,主要客户均有长期合作意向。综上,发行人与主要客户交易具有稳定性和可持续性。

(二) 报告期内,发行人通过各方式获取订单的收入金额及占比,发行人是否存在应履行招投标程序、政府采购程序但未履行的相关情况及程序瑕疵,如是请补充披露具体项目情况、收入占比,是否构成重大违法违规或不正当竞争行为

1、报告期内,发行人通过各方式获取订单的收入金额及占比

报告期内,公司获取订单的方式、订单金额及占比如下:

单位:万元、%

| 销售模式 | 2020年1-6月 | | 2019年度 | | 2018年度 | | 2017年 | |
|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 |
| 公开招标 | 192.51 | 0.90 | 1,635.21 | 3.86 | 3,943.78 | 13.55 | 3,444.39 | 9.42 |
| 邀请招标 | 6,535.90 | 30.59 | 7,777.60 | 18.37 | 2,286.45 | 7.85 | - | - |
| 竞争性谈判 | 236.58 | 1.11 | 940.21 | 2.22 | 462.88 | 1.59 | 69.12 | 0.19 |
| 询价 | - | - | - | - | 28.68 | 0.10 | - | - |
| 直接委托 | 14,399.91 | 67.40 | 31,991.02 | 75.55 | 22,391.39 | 76.91 | 33,062.21 | 90.39 |

| | | | | | | | | |
|----|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| 合计 | 21,364.91 | 100.00 | 42,344.04 | 100.00 | 29,113.18 | 100.00 | 36,575.72 | 100.00 |
|----|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|

2、发行人是否存在应履行招投标程序、政府采购程序但未履行的相关情况 及程序瑕疵

根据《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《必须招标的工程项目规定》（国家发展和改革委员会令第16号）的规定，在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标：“（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目；（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。”工程建设项目，是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。

发行人所从事的移动互联网相关场景客户提供移动互联网数字化虚拟商品聚合运营、融合运营、分发运营等综合运营服务并不属于上述建设工程项目的范畴，报告期内发行人承接的业务，并不属于按照《中华人民共和国招标投标法》等相关法律法规依法必须履行公开招标程序的项目。

根据《中华人民共和国政府采购法》第二条、第二十六条规定，政府采购，是指各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。政府采购采用以下方式：（一）公开招标；（二）邀请招标；（三）竞争性谈判；（四）单一来源采购；（五）询价；（六）国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。公开招标应作为政府采购的主要采购方式。

经核查，报告期内，公司客户属于国家机关、事业单位和团体组织的情况如下：

单位：元

| 序号 | 合同签署日期 | 客户名称 | 项目名称 | 取得方式 | 合同金额 | 收入确认金额 |
|----|-----------|--------|--------------|------|------------|--------|
| 1 | 2020年6月1日 | 深圳市公安局 | 公务车辆管理可视化建设项 | 公开招标 | 917,800.00 | 0.00 |

| | | | 目 | | | |
|---|------------|--------------|-------------|------|----|------------|
| 2 | 2020年2月28日 | 大连医科大学附属第二医院 | 影视会员、娱乐充值服务 | 直接委托 | 注1 | 327,265.98 |
| 3 | 2018年7月27日 | 湛江市坡头区教育局 | 短信业务 | 直接委托 | 注2 | 124.58 |

注1：本项目合同为框架协议，未约定合同金额，根据大财采【2019】1259号-大连市财政局转发《辽宁省财政厅关于对2018-2019年度辽宁省政府集中采购目录及采购限额标准延期使用的通知》、大财采【2017】1016号《辽宁省财政厅关于对2018-2019年度辽宁省政府集中采购目录及采购限额标准延期使用的通知》，货物、服务类项目采购金额为200万元以下的，均不需公开招标。本合同有效期为：2020年2月6日至2022年12月31日，本项目尚在履行过程中。

注2：本项目合同为框架协议，未约定合同金额，本合同有效期为2018年7月27日当日，本项目已履行完毕。

根据发行人相关业务合同、发行人履行政府采购程序的有关资料及对相关公开信息的查询，结合前述政策的规定，报告期内发行人承接的业务不存在应履行公开招投标程序而未履行的情形，以公开招投标等方式承接业务时，均已按照《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规的规定履行了相应程序，不存在从招标方非法获取其他投标人情况或投标信息的情况，不存在与招标人、投标代理机构、其他投标人串通，贿赂招标人或评标委员会成员，以他人名义投标或其他弄虚作假骗取中标，未经投标而获取依法应招标项目等违反招投标相关法律法规的情形。

综上，报告期内，公司应履行招投标程序的项目，均按照相关法规履行了招投标程序。其他不属于相关法规规定应履行招投标程序的项目，公司根据客户方不同采购方式，也按照相关规定履行了公开招投标程序、邀标程序或竞争性谈判。公司报告期内不存在应招标未招标的情形。不存在构成重大违法违规或不正当竞争行为。

（三）通用流量客户结构发生较大变化的原因及合理性；说明汇安融、普信天下退出流量市场的原因，中大网视破产的时间、发行人对其销售额的回款情况，三家公司在2017年的经营情况，其采购额是否与其经营业绩、业务规模相匹配；发行人与欢太科技的合作模式及内容、合作期限、结算方式、改为API合作方式后2019年开始再无销售额的原因

1、通用流量客户结构发生较大变化的原因及合理性

消费者进行通用流量网络充值时，除了使用电信运营商手机营业厅之外，主要会选择各大品牌手机自带的手机钱包、微信、支付宝或者天猫、淘宝等电商平台进行充值。除此之外，银行、保险公司等拥有较大的客户人群的行业，会因为营销活动等原因产生较大的通用流量需求（以上除电信运营商之外的其他拥有较大用户人群的企业下文简称为“终端行业”）。因此，公司通用流量企业客户主要为终端行业相关的企业或者服务商。报告期内，公司的企业客户逐渐由同行业分发商、电商等转变至终端行业客户和终端行业的服务商，主要原因如下：

(1)“提速降费”对通用流量分发市场形成了冲击，部分客户流量业务萎缩。

2017年，在运营商“提速降费”“不限量套餐”的背景下，流量单价下降、用户群减少及用户交易频次降低等因素共同导致通用流量服务市场受到冲击，流量分发市场竞争加剧，部分企业流量业务萎缩。经查询公开披露信息，同行业上市及拟上市公司存在2018年流量业务萎缩或者退出市场的情形：①彩讯股份（300634），根据彩讯股份（300634）披露的《彩讯科技股份有限公司2018年度报告》，对其主要流量经营业务主体即深圳腾畅科技有限公司计提商誉减值677.13万元。②通鼎互联（002491），根据通鼎互联（002491）披露的《通鼎互联信息股份有限公司2018年年度报告》，其“流量及数据营销业务”2018年收入金额同比下滑-31.14%。③其他经营流量业务的上市公司，经查询银之杰（300085）披露的《深圳市银之杰科技股份有限公司2018年年度报告》，其“移动流量业务”2018年收入金额同比下滑91.73%；经查询《关于无锡线上线下通讯信息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的回复》，其关于流量业务的回复如下：“2017年，公司曾短暂开展流量业务，受到市场竞争激烈，政策环境变化的影响，公司及时调整经营策略，停止继续开展流量业务，专注于短信业务的发展”。

2017年为公司主要客户，而2018年非公司主要客户的深圳市东恒网络科技有限公司、汇安融、中大网视和普信天下，主要系受“提速降费”“不限量套餐”等行业环境变化所致。

(2) 微信、支付宝与三大运营商直连，减少了第三方采购金额

微信和支付宝由于各自内部政策调整，逐渐收紧分发商流量接入政策，增加直接向运营商采购规模。同时，天猫开设了通用流量自营店，对传统以微信、支付宝、电商为主要出口的通用流量分发企业形成了较大冲击。受上述因素影响，

部分客户不再为公司通用流量主要客户。其中，深圳市腾讯计算机系统有限公司（微信）2019年非公司主要客户，主要系微信内部政策调整所致。广东金朋科技有限公司2018年非公司主要客户主要系因为公司直接与腾讯合作后，双方为避免竞争导致交易金额减少。南京易充网络科技有限公司、江苏卡池电子商务有限公司2019年非公司通用流量主要客户，主要系支付宝与运营商直连及天猫开设了通用流量自营店所致。

(3) 公司执行“开拓终端行业客户”的发展战略，积极开拓终端行业客户

公司自2018年起执行“开拓终端行业客户”的发展战略，集中自身资源，聚焦与终端行业客户直接交易，并出于经济可行性和风险管理的需要，根据不同客户的毛利率、销售单价和历史回款情况对客户结构进行调整。2018年公司成为湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司（芒果TV）的营销流量供应商，并建立了与广东天宸网络科技有限公司（VIVO手机运营商）的合作关系。公司2019年主要客户中，深圳市东恒网络科技有限公司为银行业服务商，江苏东顾商业服务有限公司为保险业服务商，广东优世联合控股集团股份有限公司为朗源股份（300175）子公司，2020年1-6月主要客户中，浙江三合通信科技有限公司为支付宝营销服务商。除广东天宸网络科技有限公司采购流量主要向用户销售外，上述其他企业采购流量服务主要用于终端营销需求，会因为预算、活动安排等因素导致各期营销流量需求发生变化，从而导致公司通用流量主要客户发生变动。

综上所述，公司流量客户结构的变化主要原因为行业变化及公司自身战略和经营的主动调整所致。

2、汇安融、普信天下退出流量市场的原因，中大网视破产的时间、发行人对其销售额的回款情况，三家公司在2017年的经营情况，其采购额是否与其经营业绩、业务规模相匹配

汇安融、普信天下、中大网视的业务情况如下：

| 客户名称 | 注册资本 (万元) | 业务规模 | 退出流量市场的原因 | 申请破产的时间 |
|------|--------------|------|-----------|---------|
| | | | | |

| | | | | |
|------|-----------|--|-------------------|-------------------------------|
| 汇安融 | 500 | 四川汇安融信息技术服务有限公司（2017 年为北京汇安融的控股股东）是一家面向全国性市场提供 B2B2C 营销信息化服务、金融科技服务、企业数字化服务的国家高新技术企业。公司成立于 2014 年，净资产过亿，在北京、上海、广东、陕西、江西、吉林、辽宁等多省设立办事机构。目前产品覆盖商户超过 20 万家，累计服务用户接近 2000 万。（2017 年四川汇安融信息技术服务有限公司为北京汇安融信息技术服务有限公司母公司） | 流量市场环境变化，导致业务规模萎缩 | - |
| 普信天下 | 1000 | 公司的主要业务是通过整合供应链与销售平台，为企业和个体采购搭建 B2B2C 商贸平台，将线上订单与线下商圈落地，为商户提供虚拟卡券的委托销售服务。 根据普信天下出具的书面说明，其在 2017 年的资产总额过亿，营收规模接近一个亿。 | 流量市场环境变化，导致业务规模萎缩 | - |
| 中大网视 | 1042.1032 | 根据 2016 年 4 月搜狐新闻公开报道，中大网视是全球最大的手机系统级别内置（预装）聚合生活服务提供商。公司自成立以来，一直致力于智能手机应用的研究，以领先的产品和强大的技术打造全球最具影响力的移动增值服务品牌。已经和国内智能手机的顶尖品牌签订了排他的中长期合作协议，公司已与华为、联想、酷派、中兴（包括努比亚）、vivo、oppo、阿里云等大部分国内手机厂商以及方案商签约。 | - | 2020 年 3 月被先知数据科技（深圳）有限公司申请破产 |

2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，中大网视回款金额分别为 704.39 万元、0.00 万元、15.08 万元、0.00 万元。公司于 2018 年发现中大网视回款困难，已于 2018 年对应收中大网视通用流量款全额计提了减值准备。

上述企业 2017 年业务规模较大，其向公司采购金额与其经营业绩、经营规模相匹配。

3、与欢太科技的合作模式及内容、合作期限、结算方式、改为 API 合作方式后 2019 年开始再无销售额的原因

报告期内，公司与欢太科技合作情况如下：

| 合作模式 | 合作内容 | 合作期限 | 结算方式 |
|------|-------------------|-------------------|---------------------------|
| H5 | 通用流量运营（用于向终端用户销售） | 2015年12月至2018年12月 | 根据每月销售金额向欢太科技支付佣金 |
| API | 话费（用于营销赠送） | 2016年8月至今 | 月结 |
| | 通用流量（用于营销赠送） | 2015年12月至2018年12月 | 月结 |
| 其他 | 分发运营 | 2019年2月-2020年2月 | 根据在OPPO应用市场上线的游戏可分配收益进行分成 |

报告期内，公司与欢太科技主要通过 H5 模式合作通用流量充值服务，同时公司还通过 API 模式为欢太科技提供营销流量/话费服务（金额相对较小）。2018 年欢太科技与蜂助手结束通用流量 H5 模式合作后，采取招标形式引入供应商，因为市场竞争原因，蜂助手不再为其提供常规通用流量服务。

2019 年后，公司与欢太科技之间的业务合作主要集中在分发运营服务和话费（收入金额较小），双方依然保持合作关系。

(四) 报告期内各类板块主要客户的基本情况，包括设立时间、合作历史及方式、服务内容、收入金额及占比、占对方同类业务采购金额的比例、信用期、期末欠款金额、期后还款金额、不能按时还款的原因；是否存在客户成立当年或次年即成为发行人主要客户的情形，如有，补充披露合作背景及原因。

1、包括设立时间、合作历史及方式、服务内容、收入金额及占比、占对方同类业务采购金额的比例、信用期、期末欠款金额、期后还款金额；是否存在客户成立当年或次年即成为发行人主要客户的情形，如有，补充披露合作背景及原因

(1) 报告期内公司数字化虚拟商品综合运营服务-聚合运营服务前 5 大客户

单位：万元

| 2020年1-6月 | | | | | | | | | | |
|------------------|-----------------|---------------|------------|----------------|--------------|-----------|-------|------------|-------------------------------|--------------------------------|
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款 余额 | 期后还款金额 (截至2020年 11月30日) | 是否设立当 年或次年即 为发行人主 要客户 |
| 深圳市东恒网络科技有限公司 | 2,215.16 | 27.90% | 2013.12.26 | 2014.12 | 通用流量、影视会员、话费 | 10.56% | 6个月 | 1,810.14 | 1,226.05 | 否 |
| 广东天宸网络科技有限公司 | 1,308.49 | 16.48% | 2014.2.24 | 2017.11 | 通用流量、话费 | 8.66% | 对账后次月 | 106.16 | 已全额回款 | 否 |
| 广东优世联合控股集团股份有限公司 | 1,195.50 | 15.06% | 2015.5.18 | 2019.06 | 通用流量 | 5.30% | 6个月 | 2,432.49 | 1,500.00 | 否 |
| 浙江三合通信科技有限公司 | 812.55 | 10.23% | 2010.7.20 | 2016.12 | 通用流量、影视会员 | 7.18% | 3个月 | 840.01 | 154.20 | 否 |
| 中国银行股份有限公司 | 487.18 | 6.14% | 1983.10.31 | 2019.06 | 通用流量、影视会员、卡券 | - | 对账后次月 | 273.73 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 6,018.87 | 75.81% | | | | - | | | | |

| 2019年 | | | | | | | | | | |
|------------------|------------------|---------------|------------|----------------|--------------|-------------------|----------|------------|-------------------------------|--------------------------------|
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同 类业务占 比 | 信用 期限 | 期末欠款 余额 | 期后还款金 额(截至2020 年11月30日) | 是否设立当 年或次年即 为发行人主 要客户 |
| 深圳市东恒网络科技有限公司 | 5,387.35 | 33.27% | 2013.12.26 | 2014.12 | 通用流量、影视会员、话费 | 14.22% | 6个月 | 6,992.14 | 已全额回款 | 否 |
| 广东天宸网络科技有限公司 | 1,962.84 | 12.12% | 2014.2.24 | 2017.11 | 通用流量 | 9.87% | 对账后次月 | 250.11 | 已全额回款 | 否 |
| 广东优世联合控股集团股份有限公司 | 1,553.53 | 9.59% | 2015.5.18 | 2019.06 | 通用流量 | 6.70% | 6个月 | 1,646.74 | 已全额回款 | 否 |
| 江苏东顾商业服务有限公司 | 1,448.28 | 8.94% | 2017.11.23 | 2019.08 | 通用流量 | 6.17% | 3个月 | 931.27 | 已全额回款 | 否 |
| 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 915.74 | 5.66% | 2006.5.26 | 2017.06 | 通用流量 | 12.17% | 对账后次月 | 156.52 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 11,267.74 | 69.59% | - | | | | | | | |
| 2018年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同 类业务占 比 | 信用 期限 | 期末欠款 余额 | 期后还款金 额(截至2020 年11月30日) | 是否设立当 年或次年即 为发行人主 要客户 |
| 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 1,504.42 | 12.07% | 2006.5.26 | 2017.06 | 通用流量 | 16.73% | 对账后次月 | 810.49 | 已全额回款 | 否 |
| 江苏卡池电子商务有限公司 | 552.78 | 4.43% | 2015.11.5 | 2016.03 | 通用流量 | 8.00% | 对账后次月 | - | - | 否 |

| 深圳市腾讯计算机系统有限公司 | 498.85 | 4.00% | 1998.11.11 | 2012年 | 通用流量 | - | 对账后次月 | 18.64 | 已全额回款 | 否 |
|-----------------|-----------------|---------------|------------|----------------|---------|---|-------|----------|---------------------------|----------------------|
| 安徽易众网络科技有限公司 | 360.76 | 2.89% | 2007.5.15 | 2018.01 | 卡券、视频会员 | - | 对账后次月 | - | - | 否 |
| 广东天宸网络科技有限公司 | 318.92 | 2.56% | 2014.2.24 | 2017.11 | 通用流量 | 12.45% | 对账后次月 | 171.55 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 3,235.74 | 25.95% | | | | - | | | | |
| 2017年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至2020年11月30日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 深圳市东恒网络科技有限公司 | 2,625.57 | 10.27% | 2013.12.26 | 2014.12 | 通用流量、短信 | 9.18% | 6个月 | 887.62 | 已全额回款 | 否 |
| 北京汇安融信息技术服务有限公司 | 1,864.35 | 7.29% | 2016.10.14 | 2017.06 | 通用流量 | - | 对账后次月 | 1,036.22 | 已全额回款 | 否(按照其母公司口径, 2014年设立) |
| 广东金朋科技有限公司 | 1,816.88 | 7.10% | 2006.11.2 | 2017.03 | 通用流量 | 母公司广东金朋采购占比为3.12%; 子公司广州彩旗占比2.8%; 子公司广州点博采购占比为1.86% | 对账后次月 | 12.10 | 已全额回款 | 否 |
| 中大网视(北京)科技有限公司 | 908.00 | 3.55% | 2005.7.4 | 2016.09 | 通用流量 | - | 对账后次月 | 448.39 | 15.08 | 否 |

| | | | | | | | | | | |
|----------------|----------|--------|-----------|---------|------|----------------------|-------|--------|-------|--|
| 普信天下（成都）商贸有限公司 | 826.10 | 3.23% | 2017.8.24 | 2017.10 | 通用流量 | 8.81%（按其提供的收入金额进行测算） | 对账后次月 | 295.66 | 已全额回款 | 是，双方合作主要是普信天下主营与B2B2C商贸平台相关，与通用流量相关性较强 |
| 合计 | 8,040.90 | 31.44% | - | | | | | | | |

备注：聚合运营服务主要客户中，中国银行股份有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司、安徽易众网络科技有限公司、北京汇安融信息技术服务有限公司、中大网视（北京）科技有限公司因涉及对方商业机密等原因，未提供服务占比情况。

（2）报告期内公司数字化虚拟商品综合运营服务-融合运营服务前5大客户

单位：万元

| 2020年1-6月 | | | | | | | | | | |
|----------------|----------|--------|-----------|------------|------|------------------|-------|----------|-----------------------|--------------------|
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史（起始时间） | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额（截至2020年11月30日） | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 中国移动 | 6,496.76 | 84.19% | 1999.7.22 | 2012年 | 融合运营 | - | 对账后次月 | 2,889.98 | 2740.72 | 否 |
| 长沙瑞联互动数码科技有限公司 | 841.13 | 10.90% | 2004.3.10 | 2017.09 | 融合运营 | 10.55% | 12个月 | 1,542.42 | 285.62 | 否 |
| 中国电信 | 221.33 | 2.87% | 2002.9.10 | 2016.01 | 融合运营 | 世纪龙采购占比10%，其他主体因 | 3个月 | 155.49 | 39.47 | 否 |

| | | | | | | 商业机密未提供占比 | | | | |
|------------------|------------------|---------------|-----------|------------|------|---------------------------|-------|----------|-----------------------|--------------------|
| 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 128.92 | 1.67% | 2006.5.26 | 2017.06 | 融合运营 | 1.25% | 对账后次月 | 179.64 | 11.52 | 否 |
| 优酷信息技术(北京)有限公司 | 22.68 | 0.29% | 2006.2.24 | 2017.11 | 融合运营 | 金额较小 | 3个月 | 24.04 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 7,710.83 | 99.93% | - | | | | | | | |
| 2019年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史(起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额(截至2020年11月30日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 中国移动 | 8,578.46 | 62.76% | 1999.7.22 | 2012年 | 融合运营 | - | 对账后次月 | 2,762.92 | 已全额回款 | 否 |
| 长沙瑞联互动数码科技有限公司 | 1,725.70 | 12.63% | 2004.3.10 | 2017.09 | 融合运营 | 12.68% | 12个月 | 1,829.24 | 已全额回款 | 否 |
| 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 1,510.27 | 11.05% | 2006.5.26 | 2017.06 | 融合运营 | 5.30% | 对账后次月 | 155.21 | 已全额回款 | 否 |
| 中国电信 | 1,365.78 | 9.99% | 2002.9.10 | 2016.01 | 融合运营 | 世纪龙采购占比10%，其他主体因商业机密未提供占比 | 3个月 | 80.18 | 已全额回款 | 否 |
| 广州市讯锋通信科技有限公司 | 456.86 | 3.34% | 2010.5.5 | 2019.01 | 融合运营 | 100% (广东地区) | 对账后次月 | 54.96 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 13,637.07 | 99.77% | - | | | | | | | |
| 2018年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售 | 设立时间 | 合作历史 | 服务 | 占对方同类业务 | 信用 | 期末欠款 | 期后还款金额 | 是否设立当 |

| | | 占比 | | (起始时间) | 内容 | 占比 | 期限 | 余额 | (截至 2020 年 11 月 30 日) | 年或次年即为发行人主要客户 |
|------------------|-----------------|----------------|-----------|---------|------|-------|-------|----------|-----------------------|---------------|
| 中国移动 | 2,744.59 | 71.38% | 1999.7.22 | 2012 年 | 融合运营 | - | 对账后次月 | 2,312.37 | 已全额回款 | 否 |
| 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 1,057.08 | 27.49% | 2006.5.26 | 2017.06 | 融合运营 | 3.26% | 对账后次月 | 865.87 | 已全额回款 | 否 |
| 河北石家庄索远商贸有限公司 | 43.44 | 1.13% | 2014.4.11 | 2018.06 | 融合运营 | 金额较小 | 3 个月 | 46.05 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 3,845.11 | 100.00% | | | | - | | | | |

备注：1、中国移动因涉及商业机密未提供采购占比；2、河北石家庄索远商贸有限公司为河北移动的代理商；3、优酷信息技术（北京）有限公司 2020 年 1-6 月收入为来自部分省份视频权益融合分成收益；4、广州市讯锋通信科技有限公司为中国电信的代理商；5、长沙瑞联互动数码科技有限公司为芒果 TV 的代理商。

(3) 报告期内公司数字化虚拟商品综合运营服务-分发运营服务前 5 大客户

单位：万元

| 2020 年 1-6 月 | | | | | | | | | | |
|--------------|----------|--------|------------|-------------|----------|-----------|------|--------|------------------------------|--------------------|
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至 2020 年 11 月 30 日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 科大讯飞股份有 | 1,129.96 | 27.46% | 1999.12.30 | 2014.08 | 分发科大讯飞旗下 | 0.01% | 3 个月 | 617.26 | 已全额回款 | 否 |

| 限公司 | | | | | APP | | | | | |
|-----------------|-----------------|---------------|-----------|------------|------------------|-----------|-------|----------|-----------------------|-----------------------------|
| 中国移动 | 1,031.05 | 25.06% | 1999.7.22 | 2012.01 | 分发中国移动旗下APP | - | 对账后次月 | 1,165.96 | 已全额回款 | 否 |
| 南京爱火文化科技有限公司 | 395.71 | 9.62% | 2016.9.30 | 2019.05 | 分发腾讯系、字节跳动系列等APP | 17.12% | 3个月 | 219.46 | 已全额回款 | 否 |
| 浙江三合通信科技有限公司 | 368.05 | 8.94% | 2010.7.20 | 2016.12 | 分发中国移动旗下APP | 34.00% | 3个月 | 820.12 | 355.79 | 否 |
| 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 326.00 | 7.92% | 2009.11.2 | 2014.12 | 分发腾讯系APP等及手机预装 | 4.29% | 6个月 | 538.73 | 235.29 | 否 |
| 合计 | 3,250.77 | 79.00% | | | | - | | | | |
| 2019年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史(起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额(截至2020年11月30日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 中国移动 | 1,288.13 | 17.03% | 1999.7.22 | 2012年 | 分发中国移动旗下APP | - | 对账后次月 | 1,226.94 | 已全额回款 | 否 |
| 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 1,027.46 | 13.59% | 2009.11.2 | 2014.12 | 推广腾讯系APP及手机预装 | 5.89% | 6个月 | 581.56 | 已全额回款 | 否 |
| 南京两岸电竞体育管理有限公司 | 798.23 | 10.56% | 2018.5.11 | 2019.05 | 分发腾讯系、字节跳动系列等APP | 9.15% | 3个月 | 846.12 | 已全额回款 | 是，双方合作主要系对方APP产品资源丰富，具有一定优势 |
| 南京爱火文化科 | 699.18 | 9.25% | 2016.9.30 | 2019.05 | 分发腾讯系、字节跳 | 13.76% | 3个月 | 495.62 | 已全额回款 | 否 |

| 技有限公司 | | | | | 动系列等 APP | | | | | |
|-----------------|-----------------|---------------|------------|----------------|---------------------------|-----------|-------|--------|---------------------------------|--------------------|
| 科大讯飞股份有限公司 | 577.39 | 7.64% | 1999.12.30 | 2014.08 | 分发科大讯飞旗下 APP | 0.01% | 3 个月 | 427.66 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 4,390.39 | 58.06% | - | | | | | | | |
| 2018 年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至 2020 年 11 月 30 日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 中国移动 | 1,536.77 | 33.91% | 1999.7.22 | 2012 年 | 分发中国移动旗下 APP | - | 对账后次月 | 601.01 | 已全额回款 | 否 |
| 湖南联盛网络科技股份有限公司 | 903.43 | 12.21% | 2008.11.21 | 2016.01 | 分发白金岛系列 APP | 23.29% | 对账后次月 | 202.77 | 已全额回款 | 否 |
| 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 721.27 | 9.74% | 2009.11.2 | 2014.12 | 分发腾讯系 APP 及手机预装 | 9.27% | 6 个月 | 661.99 | 已全额回款 | 否 |
| 上海洁渠信息科技有限公司 | 607.81 | 8.21% | 2013.8.27 | 2015.05 | 分发忍者酷跑、甜心消消乐、微信读书、抖音等 APP | 6.85% | 对账后次月 | 257.15 | 已全额回款 | 否 |
| 上海云豆信息科技有限公司 | 419.81 | 5.67% | 2013.6.13 | 2018.08 | 分发一淘 APP | - | 对账后次月 | - | - | 否 |
| 合计 | 4,189.09 | 56.59% | - | | | | | | | |
| 2017 年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至 2020 年 11 月 30 日) | 是否设立当年或次年即为发行人主 |

| | | | | | | | | | 日) | 要客户 |
|-----------------|-----------------|---------------|------------|---------|---------------------------|--------|-------|----------|-------|-----|
| 中国移动 | 3,122.71 | 33.91% | 1999.7.22 | 2012年 | 分发中国移动旗下APP | - | 对账后次月 | 1,819.47 | 已全额回款 | 否 |
| 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 1,749.50 | 19.00% | 2009.11.2 | 2014.12 | 分发腾讯系APP及手机预装 | 10.26% | 6个月 | 671.55 | 已全额回款 | 否 |
| 湖南联盛网络科技股份有限公司 | 587.31 | 6.38% | 2008.11.21 | 2016.01 | 分发白金岛系列APP | 23.05% | 对账后次月 | 125.68 | 已全额回款 | 否 |
| 上海洁渠信息科技有限公司 | 520.71 | 5.65% | 2013.8.27 | 2015.05 | 分发忍者酷跑、甜心消消乐APP | 8.90% | 对账后次月 | 393.77 | 已全额回款 | 否 |
| 硅谷(中国)发展有限公司 | 442.86 | 4.81% | 1997.9.25 | 2016.11 | 分发爱阅读、咪咕游戏、咪咕阅读、免费小说快读APP | 9.50% | 对账后次月 | 423.67 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 6,423.08 | 69.75% | | | | - | | | | |

备注：中国移动各下属子公司、上海云豆信息科技有限公司因涉及对方商业机密等原因，未提供服务占比情况。

(4) 报告期内公司物联网应用解决方案前5大客户

单位：万元

| 2020年1-6月 | | | | | | | | | | |
|----------------|--------|--------|----------|------------|-------|-----------|-------|--------|-----------------------|--------------------|
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史(起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额(截至2020年11月30日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 北京友宝在线科技股份有限公司 | 113.21 | 24.70% | 2012.3.1 | 2017.05 | 物联网流量 | - | 对账后次月 | 35.14 | 已全额回款 | 否 |

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------|------------------|-------------|------------------------|---------------------|--|------------------|--------------------|---|---|
| 广州珠城物业管理 有限公司 | 39.61 | 8.64% | 2019.8.13 | 2019.09 | 智慧 停车场 | - | 对账后 次月 | 6.55 | 已全额回款 | 是, 双方合作 主要基于智 慧停车场合 作 |
| 广州永同动漫科 技有限公司 | 37.88 | 8.26% | 2017.5.9 | 2017.10 | 物联网流 量、物联 网硬件 | 子公司广州科 蝶采购占比为 0.00%; 子公司 广州智科采购 占比 0.00% | 对账后 次月 | 1.06 | 已全额回款 | 是, 双方合作 主要系对方 经营游艺娱 乐产品需要 相关物联网 支撑 |
| 佛山市禅城区汇 驿停车场投资管 理有限公司 | 17.52 | 3.82% | 2010.2.3 | 2018.12 | 智慧 停车场 | - | 按进度 验收 | 4.25 | 已全额回款 | 否 |
| 深圳市证通电子 股份有限公司 | 13.86 | 3.02% | 1993.9.4 | 2018.04 | 物联网 流量 | 股份公司采购 占比为 0.00%; 子公司证通金 信采购占比为 0.15% | 对账后 次月 | - | - | 否 |
| 合计 | 222.08 | 48.45% | | | | - | | | | |
| 2019 年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售 占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务 内容 | 占对方同类业务 占比 | 信用 期限 | 期末欠 款余额 | 期后还款金 额(截至 2020 年 11 月 30 日) | 是否设立当 年或次年即 为发行人主 要客户 |
| 佛山市恒凯达科 技有限公司 | 533.02 | 35.75% | 2016.07.12 | 2019.12 | 智慧停车 场 | 20.00% | 按进度 验收 | 565.00 | 419.23 | 否 |
| 北京友宝在线科 技股份有限公司 | 190.16 | 12.75% | 2012.3.1 | 2017.05 | 物联网流 量 | - | 对账后 次月 | 28.63 | 已全额回款 | 否 |

| 广州永同动漫科技有限公司 | 76.80 | 5.15% | 2017.5.9 | 2017.10 | 物联网流量 | 子公司广州科蝶采购占比 38%； 子公司广州智科采购占比 20.00% | 对账后次月 | - | - | 是，双方合作主要系对方经营游艺娱乐产品需要相关物联网支撑 |
|---------------|---------------|---------------|------------|----------------|-------------|---|-------|--------|---------------------------------|------------------------------|
| 中移电子商务有限公司 | 60.27 | 4.04% | 2011.6.30 | 2016.06 | 聚合支付 | - | 对账后次月 | 36.93 | 已全额回款 | 否 |
| 上海讯联数据服务有限公司 | 57.89 | 3.88% | 2010.9.28 | 2019.04 | 聚合支付 | 子公司上海才汇采购占比 5.44%； 子公司上海讯闾采购占比 2.27% | 对账后次月 | 7.46 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 918.14 | 61.58% | - | | | | | | | |
| 2018 年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至 2020 年 11 月 30 日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 蚂蚁科技集团股份有限公司 | 280.69 | 33.27% | 2000.10.19 | 2013.01 | 聚合支付 | - | 对账后次月 | 46.21 | 36.22 | 否 |
| 财付通支付科技有限公司 | 161.22 | 19.11% | 2006.8.25 | 2015.06 | 聚合支付 | - | 对账后次月 | 37.35 | 已全额回款 | 否 |
| 广州永同动漫科技有限公司 | 109.68 | 13.00% | 2017.5.9 | 2017.10 | 物联网流量、物联网硬件 | 子公司广州科蝶采购占比 65%； 子公司广州智科采购占比 78.00% | 对账后次月 | - | - | 是，双方合作主要系对方经营游艺娱乐产品需要相关物联网支撑 |

| 广州声迅保安服务有限公司 | 46.21 | 5.48% | 2014.07.11 | 2017.05 | 物联网流量、物联网硬件 | - | 对账后次月 | 4.30 | 已全额回款 | 否 |
|------------------|---------------|---------------|------------|------------|-------------|-----------|-------|--------|-----------------------|--------------------|
| 深圳市东恒网络科技有限公司 | 38.79 | 4.60% | 2013.12.26 | 2014.12 | 物联网流量 | 0.5% | 6个月 | 4.11 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 636.58 | 75.46% | - | | | | | | | |
| 2017年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史(起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额(截至2020年11月30日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 深圳市东恒网络科技有限公司 | 47.95 | 21.09% | 2013.12.26 | 2014.12 | 物联网流量 | 0.50% | 6个月 | 6.29 | 已全额回款 | 否 |
| 中国民生银行股份有限公司广州分行 | 39.30 | 17.28% | 1996.12.30 | 2017.07 | 聚合支付 | - | 对账后次月 | 40.41 | 已全额回款 | 否 |
| 联动优势电子商务有限公司 | 25.32 | 11.13% | 2011.1.19 | 2016.06 | 聚合支付 | - | 对账后次月 | 14.95 | 已全额回款 | 否 |
| 广州声迅保安服务有限公司 | 10.81 | 4.76% | 2014.07.11 | 2017.05 | 物联网流量 | - | 对账后次月 | 3.52 | 已全额回款 | 否 |
| 广州市奥付云智助物联科技有限公司 | 7.88 | 3.47% | 2015.10.9 | 2017.01 | 物联网流量 | - | 对账后次月 | - | - | 否 |
| 合计 | 131.26 | 57.72% | - | | | | | | | |

备注：北京友宝在线科技股份有限公司、广州珠城物业管理有限公司、佛山市禅城区汇驿停车场投资管理有限公司、广州声迅保安服务有限公司、蚂蚁科技集团股份有限公司、财付通支付科技有限公司、中国民生银行股份有限公司广州分行、联动优势电子商务有限公司、广州市奥付云智助物联科技有限公司因涉及对方商业机密等原因，未提供服务占比情况。

(5) 报告期内公司技术服务前 5 大客户

单位：万元

| 2020 年 1-6 月 | | | | | | | | | | |
|------------------|---------------|----------------|-----------|----------------|--------------------------|-----------|-------|--------|---------------------------------|--------------------|
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至 2020 年 11 月 30 日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 华为软件技术有限公司 | 186.40 | 32.81% | 2005.9.7 | 2018.01 | 互联网基地客户端框架产品采购项目 | - | 按进度确认 | 197.58 | 已全额回款 | 否 |
| 北京微智信业科技有限公司 | 157.16 | 27.67% | 2003.10.9 | 2019.12 | 广东省佛山智能学堂服务 ICT 项目 | <1% | 按进度确认 | - | - | 否 |
| 广州极有汇科技有限公司 | 112.45 | 19.80% | 2015.3.13 | 2016.12 | 支付 POS 软件系统技术服务项目 | 5.00% | 按进度确认 | 298.00 | 120.00 | 否 |
| 广州力博企业管理顾问有限公司 | 112.08 | 19.73% | 2013.7.11 | 2019.09 | 微信公众号以及小程序运营技术服务 | - | 按进度确认 | - | - | 否 |
| 合计 | 568.09 | 100.00% | | | | - | | | | |
| 2019 年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至 2020 年 11 月 30 日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 联通系统集成有限公司广东省分公司 | 749.09 | 32.35% | 2011.7.19 | 2017.11 | 云城区创建广东省推进教育现代化先进区信息化教育装 | - | 按进度确认 | 474.93 | 116.25 | 否 |

| | | | | | 备及配套系统集成项目 | | | | | |
|---------------|----------|--------|-----------|----------------|--------------------|-----------|-------|----------|---------------------------------|--------------------|
| 华为软件技术有限公司 | 689.81 | 29.79% | 2005.9.7 | 2018.01 | 互联网基地客户端框架产品采购项目 | - | 按进度确认 | 449.21 | 已全额回款 | 否 |
| 北京微智信业科技有限公司 | 262.28 | 11.33% | 2003.10.9 | 2019.12 | 广东省佛山智能学堂服务 ICT 项目 | <1% | 按进度确认 | - | - | 否 |
| 广州极有汇科技有限公司 | 168.68 | 7.29% | 2015.3.13 | 2016.12 | 支付 POS 软件系统技术服务项目 | 10.00% | 按进度确认 | 178.80 | 120.00 | 否 |
| 广州硅米科技有限公司 | 141.51 | 6.11% | 2015.9.8 | 2017.12 | 互动娱乐机系统项目 | - | 按进度确认 | 150.00 | - | 否 |
| 合计 | 2,011.37 | 86.87% | | | | - | | | | |
| 2018 年 | | | | | | | | | | |
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至 2020 年 11 月 30 日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 华为软件技术有限公司 | 2,258.59 | 60.01% | 2005.9.7 | 2018.01 | 互联网基地客户端框架产品采购项目 | - | 按进度确认 | 1,534.07 | 已全额回款 | 否 |
| 广州硅米科技有限公司 | 566.04 | 15.04% | 2015.9.8 | 2017.12 | 互动娱乐机系统项目 | - | 按进度确认 | 150.00 | 已全额回款 | 否 |
| 广州极有汇科技有限公司 | 301.89 | 8.02% | 2015.3.13 | 2016.12 | 支付 POS 软件系统技术服务项目 | 24.00% | 按进度确认 | 220.00 | 已全额回款 | 否 |
| 广东欢太科技有限公司 | 299.29 | 7.95% | 2013.7.9 | 2015.12 | 流量、话费系统项目 | - | 按进度确认 | - | - | 否 |
| 深圳易普森科技股份有限公司 | 200.00 | 5.26% | 2011.6.28 | 2013.03 | 物联网流量平台开发项目 | - | 按进度确认 | - | - | 否 |
| 合计 | 3,625.81 | 96.28% | | | | - | | | | |

| 2017年 | | | | | | | | | | |
|--------------------|----------|--------|-----------|----------------|--------------------------------|-----------|-------|--------|---------------------------|--------------------|
| 客户名称 | 销售收入 | 销售占比 | 设立时间 | 合作历史 (起始时间) | 服务内容 | 占对方同类业务占比 | 信用期限 | 期末欠款余额 | 期后还款金额 (截至2020年11月30日) | 是否设立当年或次年即为发行人主要客户 |
| 广州极有汇科技有限公司 | 496.32 | 44.76% | 2015.3.13 | 2016.12 | 支付 POS 软件系统技术服务项目 / 流量营销系统开发项目 | 19.00% | 按进度确认 | 320.00 | 已全额回款 | 否 |
| 深圳市择众传媒股份有限公司 | 281.13 | 25.36% | 2008.3.20 | 2015.06 | 自媒体智能营销平台项目 | - | 按进度确认 | 18.00 | 已全额回款 | 否 |
| 中国移动 | 239.01 | 21.56% | 1999.7.22 | 2012.01 | 终端应用及技术支撑服务项目 | - | 按进度确认 | - | - | 否 |
| 中国联合网络通信有限公司广东省分公司 | 90.85 | 8.19% | 2000.12.1 | 2016.08 | 广东联通多媒体云展厅新建工程项目 | - | 按进度确认 | 9.63 | 已全额回款 | 否 |
| 合计 | 1,107.31 | 99.86% | | | | - | | | | |

备注：华为软件技术有限公司、广州力博企业管理顾问有限公司公司、联通系统集成有限公司广东省分公司、广州硅米科技有限公司、广东欢太科技有限公司、深圳易普森科技股份有限公司、深圳市择众传媒股份有限公司技因涉及对方商业机密等原因，未提供具体服务占比情况。

2、各类业务前五大应收客户的名称、应收金额、占比、账龄分布、信用期安排、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因、期后回款金额

报告期内，公司各类业务前五大应收客户期末余额占应收账款期末余额比例均在75%以上，同时，前五大应收客户期末余额回款情况良好，具体如下：

单位：万元

| 报表日时点 | 前五大应收客户期末余额 | 截至 2020 年 11 月 30 日回款金额 | 回款金额占前五大应收客户期末余额比例 |
|------------------|-------------|-------------------------|--------------------|
| 2020 年 6 月 30 日 | 15,870.41 | 9,721.68 | 61.26% |
| 2019 年 12 月 31 日 | 21,047.04 | 19,321.52 | 91.80% |
| 2018 年 12 月 31 日 | 10,510.98 | 10,076.11 | 95.86% |
| 2017 年 12 月 31 日 | 7,297.14 | 6,836.15 | 93.68% |

报告期内，公司各类业务前五大应收客户的名称、应收金额、占比、账龄分布、信用期安排、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因、期后回款金额如下：

(1) 聚合运营服务前5大应收客户情况

单位：万元

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至 2020 年 11 月 30 日回款金额 |
|-----------------|------------------|----------|---------|-------|------|--------------|--|-------------------------|
| 2020 年 6 月 30 日 | 广东优世联合控股集团股份有限公司 | 2,432.49 | 13.01% | 1 年以内 | 6 个月 | 是 | 受疫情影响，该客户信用期内资金紧张，回款进度较慢。 | 1,500.00 |
| | 深圳市东恒网络科技有限公司 | 1,810.14 | 9.68% | 1 年以内 | 6 个月 | 是 | 该客户下游合作商主要是银行，其结算周期长，公司回款进度较慢。 | 1,226.05 |
| | 浙江三合通信科技有限公司 | 840.01 | 4.49% | 1 年以内 | 3 个月 | 是 | 其下游客户营销活动未达预期，导致其在信用期内资金紧张，2019 年款项支付有延迟 | 154.20 |
| | 江苏东顾商业服务有限公司 | 489.85 | 2.62% | 1 年以内 | 3 个月 | 是 | 该客户下游合作商主要是保险企业，其结算周期长，公司回款进度较慢 | 已全额回款 |

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至 2020 年 11 月 30 日回款金额 |
|------------------|------------------|-----------|---------|--------------------------------|-------|--------------|---------------------------------------|-------------------------|
| | 中大网视（北京）科技有限公司 | 433.31 | 2.32% | 3 年以上 | 对账后次月 | 是 | 该客户已破产，已无法收回该笔货款，公司已于 2018 年全额计提坏账准备。 | - |
| | 合计 | 6,005.80 | 32.12% | | | | | 3,370.10 |
| 2019 年 12 月 31 日 | 深圳市东恒网络科技有限公司 | 7,178.98 | 29.90% | 1 年以内： 7,178.92 万元，剩余 1-2 年 | 6 个月 | 是 | 该客户下游合作商主要是银行，其结算周期长，公司回款进度较慢 | 已全额回款 |
| | 广东优世联合控股集团股份有限公司 | 1,646.74 | 6.86% | 1 年内 | 6 个月 | 是 | 该客户下游合作商主要是银行，其结算周期长，公司回款进度较慢 | 已全额回款 |
| | 江苏东顾商业服务有限公司 | 931.27 | 3.88% | 1 年内 | 3 个月 | 是 | 该客户下游合作商主要是保险企业，其结算周期长，公司回款进度较慢 | 已全额回款 |
| | 中大网视（北京）科技有限公司 | 433.31 | 1.80% | 2-3 年 | 对账后次月 | 是 | 该客户已破产，已无法收回该笔货款，公司已于 2018 年全额计提坏账准备。 | - |
| | 江西同心网络信息服务有限公司 | 373.44 | 1.56% | 1 年内 | 6 个月 | 是 | 该客户下游合作商主要是保险企业，其结算周期长，公司回款进度较慢 | 307.44 |
| | 合计 | 10,563.74 | 44.00% | | | | | 10,064.43 |
| 2018 年 12 月 31 日 | 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 810.49 | 6.06% | 1 年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 北京汇安融信息技术服务有限公司 | 636.22 | 4.75% | 1-2 年 | 对账后次月 | 是 | 信用期内资金紧张导致延期付款 | 已全额回款 |
| | 心有灵犀科技股份有限公司 | 454.31 | 3.40% | 1 年以内 | 1 个月 | 是 | 该客户将该笔债务转让给东顾商业，该款项已全部收回 | 已全额回款 |

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至 2020 年 11 月 30 日回款金额 |
|------------------|-----------------|----------|---------|---------------------------------|-------|--------------|---------------------------------------|-------------------------|
| | 中大网视（北京）科技有限公司 | 448.39 | 3.35% | 1-2 年 | 对账后次月 | 是 | 该客户已破产，已无法收回该笔货款，公司已于 2018 年全额计提坏账准备。 | 15.08 |
| | 广东欢太科技有限公司 | 408.18 | 3.05% | 1 年以内 196.47 万元； 剩余 1-2 年 | 1 个月 | 是 | 双方同时存在应收账款与应付账款余额，未及时对账结算 | 已全额回款 |
| | 合计 | 2,757.59 | 20.61% | | | | | 2,324.28 |
| 2017 年 12 月 31 日 | 北京汇安融信息技术服务有限公司 | 1,036.22 | 10.67% | 1 年以内 | 对账后次月 | 是 | 信用期内资金紧张导致延期付款 | 已全额回款 |
| | 深圳市东恒网络科技有限公司 | 887.62 | 9.14% | 1 年以内 | 6 个月内 | 是 | 信用期内资金紧张导致延期付款 | 已全额回款 |
| | 中大网视（北京）科技有限公司 | 448.39 | 4.62% | 1 年以内 | 对账后次月 | 是 | 该客户已破产，已无法收回该笔货款，公司已于 2018 年全额计提坏账准备。 | 15.08 |
| | 中国电信 | 440.00 | 4.53% | 1 年以内 | 3 个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 深圳易普森科技股份有限公司 | 410.89 | 4.23% | 1 年以内 | 6 个月 | 是 | 客户延期回款，公司已积极催收货款 | 383.21 |
| | 合计 | 3,223.12 | 33.19% | | | | | 2,762.13 |

由上表可知，报告期内，前五大客户虽存在未按时付款的情形，但期后回款情况良好，截至2020年11月30日，剔除中大网视（已破产，全额计提减值准备），报告期各期末，前五大客户回款金额占其应收余额的比例分别为99.00%、100.00%、99.35%、61.10%。

（2）融合运营服务前5大应收客户情况

单位：万元

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至2020年11月30日回款金额 |
|-------------|------------------|----------|---------|------|-------|--------------|---------------------------------------|-------------------|
| 2020年6月30日 | 中国移动 | 2,889.98 | 15.46% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 2,740.26 |
| | 长沙瑞联互动数码科技有限公司 | 1,542.42 | 8.25% | 1年以内 | 12个月 | 否 | 不适用 | 285.62 |
| | 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 179.64 | 0.96% | 1年以内 | 对账后次月 | 是 | 分成模式下，由于其与运营商对账周期较长，回款相对较慢 | 11.52 |
| | 中国电信 | 155.49 | 0.83% | 1年以内 | 3个月 | 是 | 付款审批流程长 | 39.47 |
| | 优酷信息技术(北京)有限公司 | 24.04 | 0.13% | 1年以内 | 3个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 合计 | 4,791.57 | 25.63% | | | | | 3,100.91 |
| 2019年12月31日 | 中国移动 | 2,762.92 | 11.51% | 1年内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 长沙瑞联互动数码科技有限公司 | 1,829.24 | 7.62% | 1年内 | 12个月 | 是 | 分成模式下，其需要所有合作省份均完成结算后才会与公司结算，结算周期因此较长 | 1,464.04 |
| | 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 155.21 | 0.65% | 1年内 | 对账后次月 | 是 | 分成模式下，由于其与运营商对账周期较长，回款相对较慢 | 103.82 |
| | 中国电信 | 80.18 | 0.33% | 1年内 | 3个月 | 是 | 因客户付款审批流程长，公司回款进度较慢。 | 已全额回款 |
| | 河北石家庄索远商贸有限公司 | 17.91 | 0.07% | 1年内 | 3个月 | 是 | 客户延期回款，公司已积极催收货款。 | - |
| | 合计 | 4,845.46 | 20.18% | | | | | 4,410.96 |
| 2018年12月31日 | 中国移动 | 2,312.37 | 17.28% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至2020年11月30日回款金额 |
|-----|------------------|----------|---------|------|-------|--------------|----------------------------|-------------------|
| | 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 865.87 | 6.47% | 1年以内 | 对账后次月 | 是 | 分成模式下，由于其与运营商对账周期较长，回款相对较慢 | 已全额回款 |
| | 河北石家庄索远商贸有限公司 | 46.05 | 0.34% | 1年以内 | 3个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 合计 | 3,224.29 | 24.09% | | | | | 3,224.29 |

注：公司2018年开始开展融合运营服务。

由上表可知，报告期内，公司融合运营服务前五大应收客户未按合同约定时间付款。超期未回款的原因是客户下游合作商结算周期长。客户虽未按时付款，但期后回款情况良好，截至2020年11月30日，报告期各期末，前五大客户回款金额占其应收余额的比例分别为100.00%、91.03%、64.73%。

(3) 分发运营服务前5大应收客户情况

单位：万元

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至2020年11月30日回款金额 |
|------------|--------------|----------|---------|-------------------------|-------|--------------|-------------------------|-------------------|
| 2020年6月30日 | 中国移动 | 1,171.31 | 6.27% | 1年以内 1,155.96万元；剩余 1-2年 | 对账后次月 | 是 | 该客户集团内个别子公司结算周期长，导致回款较慢 | 1,157.66 |
| | 浙江三合通信科技有限公司 | 820.12 | 4.39% | 1年以内 | 3个月 | 是 | 该客户上游合作商结算周期长，导致回款较慢 | 355.79 |
| | 科大讯飞股份有限公司 | 617.26 | 3.30% | 1年以内 | 3个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至 2020 年 11 月 30 日回款金额 |
|------------------|-----------------|----------|---------|---------------------------|-------|--------------|------------------------|-------------------------|
| | 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 538.73 | 2.88% | 1 年以内 | 6 个月 | 是 | 该客户与上游的结算周期长, 公司回款进度较慢 | 235.29 |
| | 广东汇云电子商务有限公司 | 384.20 | 2.06% | 1 年以内 | 6 个月 | 是 | 该客户上游合作商结算周期长, 导致回款较慢 | 183.70 |
| | 合计 | 3,531.62 | 18.90% | | | | | 2,549.70 |
| 2019 年 12 月 31 日 | 中国移动 | 1,226.94 | 5.11% | 1 年内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 南京两岸电竞体育管理有限公司 | 846.12 | 3.52% | 1 年内 | 3 个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 670.27 | 2.79% | 1 年内 | 6 个月 | 是 | 该客户上游结算周期长, 导致回款较慢 | 已全额回款 |
| | 南京爱火文化科技有限公司 | 495.62 | 2.06% | 1 年内 | 3 个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 浙江三合通信科技有限公司 | 429.98 | 1.79% | 1 年内 | 3 个月 | 是 | 该客户上游合作商结算周期长, 导致回款较慢 | 352.20 |
| | 合计 | 3,668.93 | 15.27% | | | | | 3,591.15 |
| 2018 年 12 月 31 日 | 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 661.99 | 4.95% | 1 年以内 630.24 万元; 剩余 1-2 年 | 6 个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 中国移动 | 609.32 | 4.55% | 1 年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广州三创电子科技有限公司 | 303.31 | 2.27% | 1 年以内 | 6 个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 上海洁渠信息科技有限公司 | 257.15 | 1.92% | 1 年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至2020年11月30日回款金额 |
|-------------|-----------------|----------|---------|-------------------------|-------|--------------|----------------------------------|-------------------|
| | 湖南联盛网络科技股份有限公司 | 202.77 | 1.52% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 合计 | 2,034.54 | 15.21% | | | | | 2,034.54 |
| 2017年12月31日 | 中国移动 | 1,819.47 | 18.73% | 1年以内 1,782.85万元；剩余 1-2年 | 对账后次月 | 是 | 推广产品涉及多个子公司，合作前期对方内部流程不畅导致结算周期延长 | 已全额回款 |
| | 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 671.55 | 6.91% | 1年以内 | 6个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广州三创电子科技有限公司 | 423.67 | 4.36% | 1年以内 | 6个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 上海洁渠信息科技有限公司 | 393.77 | 4.05% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 北京广联互动传媒有限公司 | 181.51 | 1.87% | 1年以内 | 1个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 合计 | 3,489.97 | 35.92% | | | | | 3,489.97 |

由上表可知，报告期内，公司分发运营服务前五大部分应收客户未按合同约定时间付款。超期未回款的原因是客户上游合作商结算周期长。客户虽未按时付款，但期后回款情况良好，截至2020年11月30日，报告期各期末，前五大客户回款金额占其应收余额的比例分别为100.00%、100.00%、97.88%、72.20%。

(4) 物联网应用解决方案前5大应收客户情况

单位：万元

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至2020年11月30日回款金额 |
|-------------|------------------|--------|---------|------|-------|--------------|-----------|-------------------|
| 2020年6月30日 | 佛山市恒凯达科技有限公司 | 419.52 | 2.24% | 1年以内 | 按进度验收 | 否 | 不适用 | 273.75 |
| | 北京友宝在线科技股份有限公司 | 35.14 | 0.19% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 北京京东世纪贸易有限公司 | 23.38 | 0.13% | 1年以内 | 7天 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 支付宝(中国)网络技术有限公司 | 18.77 | 0.10% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 中国移动 | 7.34 | 0.04% | 1-2年 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 0.02 |
| | 合计 | 504.15 | 2.70% | | | | | 351.06 |
| 2019年12月31日 | 佛山市恒凯达科技有限公司 | 565.00 | 2.35% | 1年内 | 按进度验收 | 否 | 不适用 | 419.23 |
| | 中国移动 | 43.74 | 0.18% | 1年内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 北京京东世纪贸易有限公司 | 38.37 | 0.16% | 1年内 | 7天 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广州珠城物业管理有限公司 | 35.08 | 0.15% | 1年内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 北京友宝在线科技股份有限公司 | 28.63 | 0.12% | 1年内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 合计 | 710.82 | 2.96% | | | | | 565.05 |
| 2018年12月31日 | 蚂蚁科技集团股份有限公司 | 46.21 | 0.35% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 财付通支付科技有限公司 | 37.35 | 0.28% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 中国联合网络通信集团有限公司 | 12.42 | 0.09% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 中国民生银行股份有限公司广州分行 | 11.34 | 0.08% | 1-2年 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广州扬盛计算机软件有限公司 | 10.08 | 0.08% | 1年以内 | 对账后次月 | 是 | 金额小未加大催收力 | 8.52 |

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至2020年11月30日回款金额 |
|-------------|------------------|--------|---------|------|-------|--------------|------------------------------------|-------------------|
| | | | | | | | 度，公司已 于2019年6 月收回8.52 万元。 | |
| | 合计 | 117.40 | 0.88% | | | | | 115.84 |
| 2017年12月31日 | 中国民生银行股份有限公司广州分行 | 40.41 | 0.42% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 中国联合网络通信集团有限公司 | 14.95 | 0.15% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 深圳市东恒网络科技有限公司 | 6.29 | 0.06% | 1年以内 | 6个月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广州声迅保安服务有限公司 | 3.52 | 0.04% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 财付通支付科技有限公司 | 2.44 | 0.03% | 1年以内 | 对账后次月 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 合计 | 67.61 | 0.70% | | | | | 67.61 |

由上表可知，报告期内，公司物联网应用解决方案客户基本上按合同约定时间付款。

(5) 技术服务前5大应收客户情况

单位：万元

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至2020年11月30日回款金额 |
|------------|----------------|--------|---------|------|-------|--------------|---------|-------------------|
| 2020年6月30日 | 中国联合网络通信集团有限公司 | 387.99 | 2.08% | 1-2年 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 28.63 |

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至 2020 年 11 月 30 日回款金额 |
|------------------|----------------|----------|---------|-------|-------|--------------|--|-------------------------|
| | 广州极有汇科技有限公司 | 298.00 | 1.59% | 1 年以内 | 按项目进度 | 是 | 该客户信用期内资金紧张, 延期付款。该款项已于 2020 年 11 月收回 120.00 万元。 | 120.00 |
| | 华为软件技术有限公司 | 197.58 | 1.06% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广州三创电子科技有限公司 | 150.00 | 0.80% | 1-2 年 | 按项目进度 | 是 | 该客户信用期内资金紧张, 延期付款。 | - |
| | 东莞市浦基电子有限公司 | 3.70 | 0.02% | 1-2 年 | 按项目进度 | 是 | 金额小未加大催收力度。 | 已全额回款 |
| | 合计 | 1,037.27 | 5.55% | | | | | 349.91 |
| 2019 年 12 月 31 日 | 中国联合网络通信集团有限公司 | 475.61 | 1.98% | 1 年内 | 按项目进度 | 是 | 政府项目, 结算周期长导致回款进度慢 | 116.25 |
| | 华为软件技术有限公司 | 449.21 | 1.87% | 1 年内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广州极有汇科技有限公司 | 178.80 | 0.74% | 1 年内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 120.00 |
| | 广州三创电子科技有限公司 | 150.00 | 0.62% | 1 年内 | 按项目进度 | 是 | 该客户信用期内资金紧张, 延期付款。 | - |
| | 中国移动 | 4.47 | 0.02% | 1 年内 | 按项目进度 | 是 | 因客户原因项目进度较预期推迟, 延期付款。 | 已全额回款 |
| | 合计 | 1,258.09 | 5.23% | | | | | 689.93 |
| 2018 年 12 月 31 日 | 华为软件技术有限公司 | 1,534.07 | 11.46% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广州三创电子科技有限公司 | 600.00 | 4.48% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |

| 报告期 | 客户名称 | 应收金额 | 占应收金额比例 | 账龄 | 信用期 | 是否超过合同约定付款时间 | 超期未回款原因 | 截至 2020 年 11 月 30 日回款金额 |
|------------------|--------------------|----------|---------|-------|-------|--------------|---------|-------------------------|
| | 广州极有汇科技有限公司 | 220.00 | 1.64% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 深圳市择众传媒股份有限公司 | 18.00 | 0.13% | 1-2 年 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 中国移动 | 5.09 | 0.04% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 合计 | 2,377.16 | 17.75% | | | | | 2,377.16 |
| 2017 年 12 月 31 日 | 广州极有汇科技有限公司 | 320.00 | 3.29% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 广东宏科通信有限公司 | 159.80 | 1.65% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 深圳市择众传媒股份有限公司 | 18.00 | 0.19% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 中国联合网络通信有限公司广东省分公司 | 9.63 | 0.10% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 中国移动 | 9.01 | 0.09% | 1 年以内 | 按项目进度 | 否 | 不适用 | 已全额回款 |
| | 合计 | 516.44 | 5.32% | | | | | 516.44 |

由上表可知，报告期内，公司技术服务客户基本上按合同约定时间付款。

综上，报告期内，各业务前五大应收客户虽有部分客户未按时付款，但期后回款良好，整体回款比例较高。

(五) 结合(4)，说明报告期内上述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在(潜在)关联关系，说明主要客户是否与发行人从事同一类业务、是否存在竞争关系、相关交易价格是否公允，是否存在利益输送，与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在非经营性往来

公司开展数字化商品综合运营服务时，聚合运营服务和分发运营服务部分客户与发行人经营业务类似，聚合运营服务和分发运营服务主要客户情况如下：

| 业务类型 | 各业务客户名称 | 是否存在竞争关系 | 备注 |
|----------------|------------------|------------------|---|
| 聚合运营服务 | 深圳市东恒网络科技有限公司 | 经营类似业务 | 蜂助手开展聚合运营服务时，主要客户包括终端行业客户、终端行业服务商及其他分发商 |
| | 广东天宸网络科技有限公司 | 否 | |
| | 广东优世联合控股集团股份有限公司 | 否 | |
| | 浙江三合通信科技有限公司 | 否 | |
| | 中国银行股份有限公司 | 否 | |
| | 江苏东顾商业服务有限公司 | 否 | |
| | 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 否 | |
| | 江苏卡池电子商务有限公司 | 经营类似业务 | |
| | 深圳市腾讯计算机系统有限公司 | 否 | |
| | 安徽易众网络科技有限公司 | 经营类似业务 | |
| | 北京汇安融信息技术服务有限公司 | 经营类似业务，已退出通用流量市场 | |
| | 广东金朋科技有限公司 | 经营类似业务，已退出通用流量市场 | |
| | 中大网视(北京)科技有限公司 | 经营类似业务，已退出通用流量市场 | |
| 普信天下(成都)商贸有限公司 | 经营类似业务，已退出通用流量市场 | | |
| 分发运营服务 | 科大讯飞股份有限公司 | 否 | 蜂助手开展分发运营服务时，主要客户包括应用开发者及其他分发商 |
| | 中国移动 | 否 | |
| | 南京爱火文化科技有限公司 | 经营类似业务 | |
| | 浙江三合通信科技有限公司 | 经营类似业务 | |
| | 深圳市拓思创新通信技术有限公司 | 经营类似业务 | |
| | 湖南联盛网络科技股份有限公司 | 否 | |
| | 上海洁渠信息科技有限公司 | 经营类似业务 | |
| | 上海云豆信息科技有限公司 | 经营类似业务 | |
| | 硅谷(中国)发展有限公司 | 经营类似业务 | |

经对公司主要客户进行书面确认，除中国银行股份有限公司、深圳市腾讯计

计算机系统有限公司、北京汇安融信息技术服务有限公司、中大网视（北京）科技有限公司、中国移动各下属子公司未予回复之外，上述主要客户均认为与蜂助手之间不存在直接竞争关系。

报告期内，上述主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。公司部分主要客户与蜂助手经营类似业务，其向蜂助手进行采购的主要原因系，在虚拟商品运营行业，各分发商的资源竞争优势各异，需要通过互相采购以达到资源互补整合及利润最大化，当蜂助手资源更具优势时则向蜂助手进行采购，分发商之间比价采购的供应模式属于行业的惯常采购模式，具有商业合理性和必要性。公司向主要客户销售定价政策通常参考产品单位成本、合理利润水平、责任义务、市场需求和竞争状况、工期需求、市场开拓需求等综合因素确定。公司向主要客户的销售定价通常采用市场化报价，定价具有公允性，不存在利益输送情形。公司主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在非经营性往来。

（六）报告期内各类业务主要客户变化的原因；新增客户的拓展方式，每年新增客户的合作背景，新增客户对当年营业收入的影响程度

1、报告期内各类业务主要客户变化的原因

（1）聚合运营服务主要客户变化的原因

报告期内，公司聚合运营服务的核心品种为通用流量，主要客户变化的原因参见本题“（三）通用流量客户结构发生较大变化的原因及合理性；说明汇安融、普信天下退出流量市场的原因，中大网视破产的时间、发行人对其销售额的回款情况，三家公司在 2017 年的经营情况，其采购额是否与其经营业绩、业务规模相匹配；发行人与欢太科技的合作模式及内容、合作期限、结算方式、改为 API 合作方式后 2019 年开始再无销售额的原因”之“1、通用流量客户结构发生较大变化的原因及合理性”的回复内容。

（2）融合运营服务主要客户变化的原因

报告期内，公司融合运营服务的客户为中国移动及其服务商、中国电信及其服务商、芒果 TV 及其服务商，报告期内除 2018 年开始与中国电信建立融合运营合作关系之外，主要客户稳定，未发生重大变化。

（3）分发运营服务主要客户变化原因

报告期内，分发运营主要客户中，中国移动、深圳市拓思创新通信技术有限

公司一直为公司的主要客户，为其推广中国移动系列 APP、及腾讯系列 APP。其他主要客户发生变化主要系受客户的推广需求变化所致。公司分发运营服务的主要客户包括应用开发者及其他分发商，其中应用开发者可能会因为 APP 生命周期、用户饱和度等因素减少推广需求。应用分发商则会因承接上游的推广资源发生变化导致推广需求发生变化。2019 年后公司成功开拓了科大讯飞股份有限公司，以及拥有较多资源的南京爱火文化科技有限公司、南京两岸电竞体育管理有限公司。上述公司拥有或代理的 APP（如手机营业厅、抖音、头条）具有较强的竞争力，推广需求较为稳定，公司每年都可以获得稳定的订单。湖南联盛网络科技股份有限公司因“白金岛”系列游戏进入了生命周期晚期，减少了推广需求，2019 年不再为公司主要的分发运营客户。上海云豆信息科技有限公司与公司的合作主要为“一淘 APP”，公司除 2018 年为其投放华为应用市场外，后续在其他应用的合作较少。上海洁渠信息科技有限公司、硅谷（中国）发展有限公司主要系因为自身的推广资源发生了变化，后续业务合作较少。

（4）物联网应用解决方案主要客户变化原因

报告期内，公司物联网应用解决方案主要客户发生变化主要有两个原因，一方面，公司的物联网应用解决方案收入规模相对较小，当出现单个客户收入规模相对较大时，则会导致客户发生明显变化。另一方面，公司物联网应用解决方案业务随着细分板块的发展，也导致主要客户结构发生变化。

（5）技术服务业务主要客户变化的原因

报告期内，公司技术服务主要客户发生变化主要系受具体的技术服务项目所影响，当技术服务项目阶段跨度时间较长或者需提供后续连续开发时，则该客户会较为连续。项目服务周期较短则该客户不会连续成为主要客户。

2、新增客户的拓展方式，每年新增客户的合作背景，新增客户对当年营业收入的影响程度。

报告期内，各类业务新增客户的拓展方式、合作背景对当年营业收入的影响程度情况如下：

| 业务类型 | 客户名称 | 新增为主要客户的年度 | 对当年营业收入的影响 | 拓展方式 | 合作背景 |
|--------|--------------|--------------|------------|------|-----------------------------|
| 聚合运营服务 | 浙江三合通信科技有限公司 | 2020 年 1-6 月 | 3.85% | 商务洽谈 | 浙江三合在支付宝上运营“手机营业厅”业务，因营销推广需 |

| 业务类型 | 客户名称 | 新增为 | 对当年 | 拓展方式 | 合作背景 |
|--------|------------------|-----------|-------|------|--|
| | | | | | 求通用流量。 |
| | 中国银行股份有限公司 | 2020年1-6月 | 2.31% | 公开招标 | 配合运营策划营销合作，提供多种虚拟商品 |
| | 广东优世联合控股集团股份有限公司 | 2019年 | 3.67% | 商务洽谈 | 优世联合主营云服务、IDC服务、大数据等，拥有较多的客户资源，其下游客户具备一定的营销流量需求。 |
| | 江苏东顾商业服务有限公司 | 2019年 | 3.42% | 商务洽谈 | 江苏东顾为保险业服务商类，其下游客户具有一定的营销流量需求。 |
| | 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司 | 2018年 | 5.17% | 商务洽谈 | 公司本身为芒果TV核心代理商，具备良好的合作基础及口碑，因芒果TV需要采购流量进行用户营销赠送，故双方洽谈达成合作。 |
| | 江苏卡池电子商务有限公司 | 2018年 | 1.90% | 商务洽谈 | 江苏卡池为流量分发企业，同时在天猫经营流量充值。因蜂助手在广东地区具有一定的资源优势，故向蜂助手采购通用流量。 |
| | 深圳市腾讯计算机系统有限公司 | 2018年 | 1.71% | 公开招标 | 微信钱包充值入口，经公开招标，公司成功入围。 |
| | 安徽易众网络科技有限公司 | 2018年 | 1.24% | 商务洽谈 | 安徽易众同为虚拟产品分发商，并在天猫经营虚拟商品充值。因蜂助手代理的影视会员产品资源丰富，经过双方商务洽谈，达成合作。 |
| | 广东天宸网络科技有限公司 | 2018年 | 1.10% | 商务洽谈 | VIVO手机运营商。VIVO从2017-2018年开始着手搭建手机钱包内各类充值服务业务，因公司与OPPO有较长时间合作经验，通过商务洽谈沟通，由公司协助VIVO开始搭建流量充值系统，并逐步开始向VIVO供应流量充值产品 |
| 融合运营服务 | 优酷信息技术（北京）有限公司 | 2020年1-6月 | 0.11% | 商务洽谈 | 公司为优酷的核心代理商，合作时间较长。因2020年开展融合运营服务对部分省份采取分成模式导致优酷成为了公司客户。 |
| | 长沙瑞联互动数码科技有限公司 | 2019年 | 4.08% | 商务洽谈 | 长沙瑞联为芒果TV的核心代理商之一，2019年6月开始与公司合作融合运营服务。 |
| | 中国电信 | 2019年 | 3.23% | 公开招标 | 中国电信部分省公司为更好的满足客户的需求，开展“视频+流量”业务，蜂助手成功入围 |
| | 广州市讯锋通信科技有限公司 | 2019年 | 1.08% | 商务洽谈 | 广州讯锋为中国电信的代理商。因技术连接的原因，公司 |

| 业务类型 | 客户名称 | 新增为 | 对当年 | 拓展方式 | 合作背景 |
|-----------|---------------------|-----------|-------|--------|---|
| | | | | | 初期与中国电信之间的融合运营服务由广州讯锋实施 |
| 分发运营服务 | 浙江三合通信科技有限公司 | 2020年1-6月 | 1.74% | 商务洽谈 | 浙江三合作为运营商产品核心代理商，代理范围涵盖了运营商所开发的APP，故双方开展分发合作。 |
| | 南京两岸电竞体育管理有限公司 | 2019年 | 1.89% | 商务洽谈 | 南京两岸代理的APP产品资源丰富，经商务洽谈，双方开展合作 |
| | 南京爱火文化科技有限公司 | 2019年 | 1.65% | 商务洽谈 | 南京爱火代理的APP产品资源丰富，经商务洽谈，双方开展合作 |
| | 科大讯飞股份有限公司 | 2019年 | 1.36% | 商务洽谈 | 科大讯飞为“个性彩铃”“语音遥控器”等一系列APP的开发者，具有APP的推广需求 |
| | 湖南联盛网络科技股份有限公司 | 2018年 | 3.10% | 商务洽谈 | 湖南联盛为“白金岛”系列游戏的开发者，具有推广需求 |
| | 上海云豆信息科技有限公司 | 2018年 | 1.44% | 商务洽谈 | 经商务洽谈，公司协助上海云豆代理的“一淘APP”在华为市场上投放 |
| 技术服务 | 广州力博企业管理顾问有限公司 | 2020年1-6月 | 0.53% | 商务洽谈 | 技术服务需求 |
| | 北京微智信业科技有限公司 | 2019年 | 0.62% | 商务洽谈 | 技术服务需求 |
| | 华为软件技术有限公司 | 2018年 | 7.76% | 公开招标 | 技术服务需求 |
| | 广州硅米科技有限公司 | 2018年 | 1.94% | 商务洽谈 | 技术服务需求 |
| | 广东欢太科技有限公司 | 2018年 | 1.03% | 商务洽谈 | 技术服务需求 |
| 物联网应用解决方案 | 广州珠城物业管理有限公司 | 2020年1-6月 | 0.19% | 商务洽谈 | 双方在智慧停车场开展合作 |
| | 佛山市禅城区汇驿停车场投资管理有限公司 | 2020年1-6月 | 0.08% | 公开招标 | 双方在智慧停车场开展合作 |
| | 深圳市证通电子股份有限公司 | 2020年1-6月 | 0.07% | 商务洽谈 | 物联网流量需求 |
| | 佛山市恒凯达科技有限公司 | 2019年 | 1.26% | 公开招标 | 双方在智慧停车场开展合作 |
| | 北京友宝在线科技股份有限公司 | 2019年 | 0.45% | 商务洽谈 | 物联网流量需求 |
| | 中移电子商务有限公司 | 2019年 | 0.14% | 商务洽谈 | 中移电子商务为收单机构，公司开展“聚合支付”业务与其进行合作 |
| | 上海讯联数据服务有限公司 | 2019年 | 0.14% | 商务洽谈 | 上海讯联经营同类业务，蜂助手与其合作可以拓广商务渠道 |
| | 蚂蚁科技集团股份有限公司 | 2018年 | 0.96% | 平台签约接入 | 蚂蚁为收单机构，公司开展“聚合支付”业务与其进行合作 |

| 业务类型 | 客户名称 | 新增为 | 对当年 | 拓展方式 | 合作背景 |
|------|--------------|-------|-------|--------|-----------------------------|
| | 财付通支付科技有限公司 | 2018年 | 0.55% | 平台签约接入 | 财付通为收单机构，公司开展“聚合支付”业务与其进行合作 |
| | 广州永同动漫科技有限公司 | 2018年 | 0.38% | 商务洽谈 | 物联网流量需求 |

(七) 与中国移动及其子公司的合作历史、合作方式，发行人与广东移动的关系和合作情况、合同期限及合作的可持续性，是否存在不正当竞争行为；对中国移动是否构成重大依赖，以及发行人拟采取的应对措施及有效性，中国移动与发行人不再合作对发行人持续经营能力的影响，请进行有针对性的风险提示。

1、发行人与中国移动及其子公司的合作历史及合作方式

2012年起，各大运营商及互联网企业为了提高自有APP产品的推广效果，提高客户黏度，实现流量提升的目的，在手机应用分发业务上有强烈的需求。因此，运营商在手机售前预装、手机销售过程中向客户推销应用、手机售后服务提供应用下载等环节，通过引入合作方进行手机应用推广项目。发行人通过公开招标等方式与中国移动及其子公司展开合作，根据其具体需求，为其量身定制应用推广的方案，定制开发应用分发平台，并提供运营支撑服务，为运营商达成应用推广目标，从而实现项目收入。此外，发行人通过自身平台提供的自助下载平台、门店助手、蜂助手PC版、蜂助手APP、应用盒等载体，为中国移动及其子公司提供分发运营服务，获取分成结算酬金。

2015年起，发行人开始提供流量分发服务，整合了包括中国移动在内的三大运营商的流量资源，通过蜂助手流量平台为企业客户提供一站式的流量营销服务。合作模式上，发行人通过与中国移动下属子公司进行API对接，向中国移动下属子公司采购流量，获取省级市级流量资源，以API或H5模式分发至企业客户及终端用户，赚取合理的利润差价。

2018年起，发行人融合中国移动及网络视频商资源，推出视频权益融合运营服务业务，探索运营商产品服务与互联网内容结合的新业态。发行人将爱奇艺、优酷、芒果TV的视频会员权益资源接入中国移动下属子公司，协助其将流量等通信产品服务与视频会员权益进行融合，向用户提供视频权益融合产品，获取视频会员销售收入或销售分成酬金。此外，发行人积极拓展物联网业务，发行人向中国移动下属子公司采购物联网卡及套餐，向客户提供不同应用场景下的设备上

网连接服务获取服务收入，赚取合理的利润差价。

2、发行人与广东移动的关系和合作情况、合同期限及合作的可持续性，是否存在不正当竞争行为

(1) 报告期内，公司向广东移动销售情况如下：

单位：万元

| 年度 | 主要服务类别 | 收入金额 | 收入占比 |
|-----------|-----------|----------|--------|
| 2020年1-6月 | 融合运营、分发运营 | 6,775.44 | 32.09% |
| 2019年 | 融合运营、分发运营 | 8,882.92 | 20.98% |
| 2018年 | 融合运营、分发运营 | 2,186.67 | 7.51% |
| 2017年 | 分发运营 | 104.87 | 0.29% |

注：上表中收入占比指该类业务销售金额占当期营业收入的比例；采购占比指该类业务采购金额占当期采购金额比例；广东移动包括其下属子公司及分公司。

(2) 公司与广东移动主要业务主要合同期限情况如下：

| 会计期间 | 序号 | 业务类别 | 合同期限 |
|-----------|----|------|--|
| 2020年1-6月 | 1 | 融合运营 | 2020.1.1 至 2020.12.31 |
| | 2 | 分发运营 | 2019.6.18 至 2020.6.30 2020.7.5 至 2022.12.31 |
| 2019年 | 1 | 融合运营 | 2019.4.26 至 2019.12.31 |
| | | | 2019.1.18 至 2019.12.31 |
| | 2 | 分发运营 | 2019.6.18 至 2020.6.30 |
| | 3 | 培训项目 | 2019.1.9 至 2019.12.31 |
| 2018年 | 1 | 融合运营 | 2018.8.10 至 2018.12.6 |
| | 2 | 培训项目 | 2017.10.1 至 2018.12.31 |
| 2017年 | 1 | 分发运营 | 2016.11.23 至 2017.4.30 |

注：公司与广东移动之间融合运营业务的新合同正在签署中。

报告期内，公司主要向广东移动提供融合运营服务，目前公司是合作视频商在广东移动范围内的开展融合业务的授权代理商，该分省授权代理模式具有较高的商业可行性，并经市场验证，取得了较突出的业绩，且转换服务商带来的切换成本高，公司与运营商合作稳定性高，因此该业务具有可持续性。公司亦向广东移动提供分发运营服务，该业务自公司成立起即开展，广东移动亦持续进行门户APP的分发推广，因此该业务具有可持续性。

报告期内，公司所获取的广东移动委托的项目均按照运营商政策通过招标、比选、询价、竞争性谈判、单一来源采购、内部采购及其他法律允许的方式取得。公司与广东移动签订的框架协议包括《商业诚信合同》《廉洁协议》。公司已取得所在地的市场监督管理局出具的相关证明，报告期内，公司未因商业贿赂、不正当竞争等受到行政处罚。

综上所述，发行人与广东移动的合作具有可持续性，合作关系合法合规，不存在不正当竞争的情形。

3、对中国移动是否构成重大依赖，以及发行人拟采取的应对措施及有效性，中国移动与发行人不再合作对发行人持续经营能力的影响，请进行有针对性的风险提示。

报告期内，公司来自前五大客户的营业收入分别占当期公司营业收入的比例分别 32.84%、39.04%、54.42%及 67.48%，其中，中国移动收入占比分别为 10.65%、16.50%、26.90%及 38.17%，为公司第一大客户，主要系公司客户较为分散所致。报告期内，公司对中国移动的总收入占当期公司营业收入的比例最高不超过 40.00%，不构成对单一客户的重大依赖。

与此同时，公司亦积极拓展与其他运营商的合作。公司自 2017 年与中国电信开展包括通用流量、影视会员和融合运营业务在内的业务合作，具体收入情况如下表：

单位：万元

| | 业务类型 | 2017 年度 | 2018 年度 | 2019 年度 | 2020 年 1-6 月 |
|----------|-----------|---------------|-------------|-----------------|---------------|
| 中国电 信 | 流量 | 96.92 | - | - | - |
| | 影视会员 | 415.09 | 1.06 | - | - |
| | 融合运营 | - | - | 1,822.64 | 221.33 |
| | 合计 | 512.01 | 1.06 | 1,822.64 | 221.33 |

此外，2020 年下半年以来，公司与联通华盛（中国联通的终端公司）、腾讯展开三方合作。公司将 CPE 机顶盒销售给联通华盛，由中国联通将腾讯王卡产品（中国联通与腾讯联合推出的号卡产品）与 CPE 机顶盒相结合，为腾讯王卡个人套餐客户提供“王卡宽带”融合家庭套餐产品，满足家庭无线宽带使用场景需求。截至本补充法律意见书（一）签署日，该模式已开始在中国联通广东分公司、湖北分公司、重庆分公司渠道进行试点推广。

公司自成立初期向中国移动提供分发运营服务，随着业务领域的不断拓展，

逐渐向其增加了聚合运营服务、融合运营服务、物联网硬件解决方案、技术服务等更加全面的服务，使得双方的合作加深，合作粘性增强，尤其是融合运营业务的迅速发展带来了双方之间的合作共赢，进一步增强了双方合作关系的持续性。因此，中国移动与发行人不再合作的可能性较低，从而对发行人持续经营能力产生重大影响的风险较低。

发行人已在《招股说明书》中补充披露相关风险提示。

（八）核查过程

1、查阅同行业可比上市公司的年度报告和招股说明书，针对公司主要客户集中的原因及合理性、主要客户交易的可持续性等事项访谈了公司相关管理人员；

2、查阅发行人及其控股子公司取得的资质证书、营业执照、公司章程；

3、查阅《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《必须招标的工程项目规定》等规范性文件；

4、取得发行人出具的书面说明；

5、就发行人的业务流程、项目承揽方式，访谈发行人的相关管理人员，并审阅发行人提供的财务数据，取得发行人收入明细表、发行人报告期内订单获取方式汇总表；

6、查阅发行人报告期内业务合同汇总表，筛选出报告期内签约对象为国家机关、事业单位和团体组织的合同，查验发行人提供的项目招标及投标文件；

7、对发行人报告期内的主要客户实地走访，并就发行人与该等客户的交易合作背景、项目取得方式、招标及投标程序的履行情况、是否存在商业贿赂、不正当竞争的情形等事项进行核实；

8、登录中国政府采购网进行查询；

9、对主要通用流量客户进行访谈、函证，对公司管理人员访谈并了解通用流量客户变动的原因；

10、获取并检查公司报告期内主要客户销售明细情况、回款情况；

11、通过企查查等第三方资信网站，查询公司主要客户的公开披露信息及所处行业信息，以了解公司主要客户的业务开展、客户市场地位情况；

12、对发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员报告期内的银行流水进行核查。

（九）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人已补充披露报告期内客户集中度逐年增加的原因及合理性。报告期内发行人集中度逐年增加符合行业特性，开展的相关业务的合规性、具有稳定性及可持续性；

2、发行人已补充披露报告期内发行人通过各方式获取订单的收入金额及占比。报告期内，发行人应履行招投标程序的项目，均按照相关法规履行了招投标程序。不存在应履行招投标程序、政府采购程序但未履行的相关情况，不存在程序瑕疵，不存在构成重大违法违规或不正当竞争行为；

3、发行人已补充披露报告期内通用流量客户结构发生变化的原因及合理性、汇安融、普信天下退出流量市场的原因、中大网视破产的时间、发行人对其销售额的回款情况、与欢太科技的合作情况。汇安融、普信天下、中大网视采购额与2017年其经营业绩、业务规模相匹配；

4、发行人已披露报告期内各类板块主要客户的基本情况、客户成立当年或次年即成为发行人主要客户的情形及背景原因；

5、公司主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在（潜在）关联关系。发行人与主要客户相关交易价格公允、不存在利益输送情形。主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在非经营性往来；

6、发行人已补充披露报告期内各类业务主要客户变化的原因、新增客户的拓展方式、合作背景及对当年营业收入的影响程度；

7、发行人已补充披露与中国移动及其子公司的合作历史、合作方式，发行人与广东移动的关系和合作情况、合同期限。发行人与广东移动的业务具有可持续性，不存在不正当竞争行为。发行人对中国移动不构成重大依赖。

十三、《审核问询函》问题二十一：关于第三方回款

根据申报资料，心有灵犀科技股份有限公司（以下简称“灵犀科技”）、江苏东顾商业服务有限公司（以下简称“东顾商业”）和广州助蜂签署三方《债务转让协议》约定：心有灵犀科技股份有限公司将需支付广州助蜂 236.84 万元话费款（债务）转移由江苏东顾商业服务有限公司承担。

请发行人补充披露东顾商业基本情况，包括设立时间、住所、注册资本、股权结构、合作历史、结算方式、报告期内交易金额及回款情况、坏账准备计提情况及是否充分；236.84 万元话费款产生的时间、背景、由东顾商业承担的原因、是否存在货款归属纠纷。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查上述情况，并发表明确意见。

【回复】

（一）请发行人补充披露东顾商业基本情况，包括设立时间、住所、注册资本、股权结构、合作历史、结算方式、报告期内交易金额及回款情况、坏账准备计提情况及是否充分；236.84 万元话费款产生的时间、背景、由东顾商业承担的原因、是否存在货款归属纠纷。

1、东顾商业基本情况，包括设立时间、住所、注册资本、股权结构、合作历史、结算方式、报告期内交易金额及回款情况、坏账准备计提情况

（1）江苏东顾商业服务有限公司基本情况如下：

| | | | | | |
|-----------------|---|--------------|----------|------------|--------|
| 公司名称 | 江苏东顾商业服务有限公司 | | 成立时间 | 2017/11/23 | |
| 注册资本 | 1,000 万元 | | | | |
| 住所 | 宿迁市湖滨新区数据中心知源楼 508 室 | | | | |
| 股东构成 | 股东名称 | | | 股权比例 | |
| | 刘小平 | | | 99.00% | |
| | 文迪 | | | 1.00% | |
| | 合 计 | | | 100.00% | |
| 合作历史 | 2018 年 1 月开始合作话费业务，后延伸至通用流量服务 | | | | |
| 结算方式 | 话费业务：预收款，按月对账； 通用流量业务：预收&授信，按月对账。授信情况下对账后 3 个月付款 | | | | |
| 交易内容及金额（不含税/万元） | 交易内容 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
| | 话费 | - | - | 458.96 | - |
| | 通用流量 | - | 1,448.28 | - | - |
| 回款情况（万元） | 交易内容 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
| | 话费 | - | - | 486.5 | - |
| | 通用流量 | 441.4 | 603.9 | - | - |
| | 截至 2020 年 11 月 30 日，江苏东顾商业服务有限公司已全额回款 | | | | |
| 坏账准备计提情况 | 按照账龄计提坏账，坏账准备计提充分 | | | | |

2、236.84 万元话费款产生的时间、背景、由东顾商业承担的原因、是否存

在贷款归属纠纷

由东顾商业承接的第三方回款金额为236.84万元,该款项由灵犀科技在2018年1-2月因营销需求产生。根据灵犀科技出具的说明,灵犀科技为保险科技的平台公司,主营业务为互联网金融电子商务代运营服务及第三方保险网络销售平台运营服务。东顾商业为灵犀科技分销代理商,主营业务包括汽车保险,汽车救援中的拖车服务、代驾服务、代办汽车年检服务等。在日常业务往来合作过程中,东顾商业与灵犀科技形成了债权债务关系,因此将所属债务转移给东顾商业。

截至2020年11月30日,蜂助手已全额收回了报告期内东顾商业、灵犀科技所产生的全部应收账款,三方之间不存在债务纠纷。

(二) 核查过程

- 1、了解和评价公司收款内控制度设计的合理性,并查阅控制测试文件;
- 2、获取并检查债务转让协议、东顾商业和灵犀科技出具的情况说明,了解发行人客户通过第三方支付的原因、必要性及商业合理性;
- 3、对交易金额和期末余额情况执行函证程序,确定交易金额和期末余额的准确性;
- 4、了解公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与东顾商业是否存在关联关系或其他利益安排;
- 5、检查东顾商业期后回款情况、逾期付款原因,查阅测算坏账准备计提文件。

(三) 核查意见

经核查,本所律师认为:

发行人第三方回款真实、完整,原因合理,第三方回款所对应的营业收入真实。发行人已按照坏账计提政策计提了坏账损失,坏账准备计提充分。

（本页无正文，为《北京大成律师事务所关于蜂助手股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》之签署页）

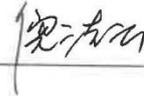
北京大成律师事务所（盖章）

负责人：彭雪峰

授权代表：

王隽

经办律师：



倪洁云



曾斯

2021年 1 月 20日