

北京市通商律师事务所

关于

北京汉仪创新科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（四）

通商律師事務所  
COMMERCE & FINANCE LAW OFFICES

二〇二一年九月

# 通商律師事務所

COMMERCE & FINANCE LAW OFFICES

中国北京市建国门外大街甲 12 号新华保险大厦 6 层 100022

6/F, NCI Tower, A12 Jianguomenwai Avenue, Beijing 100022, China

电话 Tel: +86 10 6569 3399 传真 Fax: +86 10 6569 3838

电邮 Email: beijing@tongshang.com 网址 Web: www.tongshang.com

## 北京市通商律师事务所

### 关于北京汉仪创新科技股份有限公司

### 首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（四）

致：北京汉仪创新科技股份有限公司

本所接受北京汉仪创新科技股份有限公司（“发行人”或“公司”）的委托，作为发行人在中华人民共和国（为本补充法律意见书之目的，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区以及台湾地区）境内首次公开发行 A 股股票并在深圳证券交易所创业板上市（“本次发行上市”）的专项法律顾问，根据《证券法》、《公司法》、《创业板首发注册管理办法》、《证券法律业务管理办法》、《证券法律业务执业规则》、《12 号规则》等有关法律、法规和证券监管机构的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，已于 2020 年 12 月 22 日出具《北京市通商律师事务所关于北京汉仪创新科技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》（“《律师工作报告》”）和《北京市通商律师事务所关于北京汉仪创新科技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》（“《法律意见书》”），于 2021 年 6 月 8 日出具《北京市通商律师事务所关于北京汉仪创新科技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）》（“《补充法律意见书（一）》”），于 2021 年 6 月 8 日出具《北京市通商律师事务所关于北京汉仪创新科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》（“《补充法律意见书（二）》”），于 2021 年 7 月 23 日出具《北京市通商律师事务所关于北京汉仪创新科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）》（“《补充法律意见书（三）》”）。

根据深圳证券交易所（“深交所”）上市审核中心于 2021 年 8 月 27 日出具的《关于北京汉仪创新科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（审核函[2021]011068 号）（“《第三轮审核问询函》”）的要求，本所出具本补充法律意见书（“本补充法律意见书”）。

除非上下文另有说明，本补充法律意见书中使用的定义与《律师工作报告》、《法律意见书》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》相同，本所在《律师工作报告》、《法律意见书》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》中所作出的声明同样适用于本补充法律意见书。

本补充法律意见书为本所已出具的法律意见书不可分割的组成部分，并仅

供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用作任何其他用途。本所同意将本补充法律意见书作为发行人本次发行上市的申报文件进行申报，并依法对本补充法律意见书承担责任。

本所根据《证券法》、《证券法律业务管理办法》和《证券法律业务执业规则》的要求，按照中国证监会《12号规则》的相关规定，对因出具本补充法律意见书而需要提供或披露的有关文件和事实进行了核查和验证，现出具补充法律意见如下：

### 一、《第三轮审核问询函》问题 1：关于版权服务商

根据申报材料及审核问询回复：

(1) 报告期内，字库软件授权业务中由版权服务商实现收入占比分别为 86.19%、75.61%和 75.76%。

(2) 发行人版权服务商主要为个体工商户，经营规模较小，且主要为发行人服务。

(3) 报告期内，版权服务商对应的主要客户包含国泰君安、交通银行、中信银行等大型集团公司。

请发行人：

(1) 结合版权服务商模式发展的历史沿革、同行业可比公司的对比情况，进一步说明发行人采用版权服务商模式的必要性。

(2) 说明版权服务商销售的对象为集团公司总部还是其下属子、分公司，由版权服务商向大型集团客户提供销售居间服务的原因及合理性。

(3) 说明各期服务商成立时间及开始合作的项目及时间，较多版权服务商刚成立即合作且合作金额较大的原因及合理性，各期刚成立不久即合作的版权服务商分成收入及对应收入。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，详细说明对相关版权服务商的核查方法、比例，对相关业务真实性及合理性的针对性核查措施及其充分性、有效性。

回复：

(一) 结合版权服务商模式发展的历史沿革、同行业可比公司的对比情况，进一步说明发行人采用版权服务商模式的必要性

公司于 2008 年底在销售活动中引入版权服务商模式，是为应对行业发展模式和经营逻辑的变化而做出的经营决策。

2008 年左右，字库行业发展模式发生变化。当时行业下游目标市场为印刷、出版行业和广告行业，主要客户群体为报社、出版社和广告公司，在我国经济快速增长和市场竞争环境日趋激烈的背景下，广告行业正蓬勃发展，各类商业主体的广告宣传需求不断攀升，具备较大的市场开发潜力。但在当时行业模式下，字库企业向广告公司而非终端企业用户销售字库软件产品，而广告公司的购买能力有限，大多数情况下只针对单一广告设计文案

来采购字库软件产品，所购买的字体款数较少，授权期限较短，订单金额较小；同时，在当时版权保护环境较为薄弱的背景下，市场上存在较为普遍的使用盗版字库产品的情形。上述情况导致字库企业难以扩大经营规模，行业发展情况不佳。为充分开拓市场，字库企业借鉴了微软、Adobe 等知名软件企业的商业模式和经验，将业务模式改变为直接向终端企业用户进行授权，以此拓展市场。但受制于当时的经营规模，字库企业仅依靠自身力量难以同时接触大量客户并迅速打开市场，因此在销售模式上，字库企业同样借鉴了微软、Adobe 等知名软件企业的方式，引入了版权服务商作为主要销售力量，例如同行业可比公司方正字库在 2008 年开始采用版权服务商模式。

2008 年底，公司借鉴了同行业经验，开始采用版权服务商模式，并应用至今。在公司的发展历程中，版权服务商模式发挥了重要和积极的作用：

#### 1. 在行业变革期，借鉴同行业模式使公司快速拓展市场，奠定行业地位

在行业变革期，公司需要紧跟行业变化趋势，将目标客户转变为终端企业用户，但面对数量众多、布局分散的终端企业用户市场，公司若在当时建立大规模直销团队，可能因新建团队的胜任力不足而错失市场机会。而当时字库行业内已存在版权服务商模式，且同行业企业运用效果良好。因此，公司借鉴了该模式，选择拥有相关行业背景的团队作为版权服务商。事实证明，有行业背景的销售团队帮助公司抓住了市场变革机遇，使得公司奠定了在字库软件授权行业的市场地位。

#### 2. 应对劳动密集型销售工作，采用版权服务商模式有利于控制成本

国民经济各行业的企事业单位基本都存在使用字库软件的需求，但是不同行业、类型、区域的客户以及客户内部不同的人员对字库软件产品和版权认识程度不同，公司需要以较多销售资源来开展沟通对接、推进流程、跟踪签订合同及收款开票等繁杂工作，这一过程存在工作量大、时间跨度长、沟通难度大、反复性强、客户转化率低等特征。采用版权服务商模式，由于按照其销售业绩进行分成结算，避免了固定的销售费用支出，有利于减低公司风险。

版权推广工作通常分为寻找潜在客户、确定客户内部负责人、与客户沟通合作方案等环节：

##### (1) 寻找潜在客户

销售推广人员需要从报纸、杂志、产品包装物、各类网站、微信和微博等新媒体浏览筛选市场宣传资料，判断相关市场主体是否具有潜在用字需求。在信息化时代，各类传播媒介和传播内容层出不穷，销售人员需要在大量的原始资料中寻找和辨别有效信息，定位潜在客户。

##### (2) 确定和联系客户内部相关负责人

在选定潜在客户后，销售人员需要寻找其内部相关负责人，主要通过电话、邮件、发送商洽函等各种方式。在实际业务中，寻找客户

内部负责人是与客户建立联系的第一步和关键环节，而在这一步中，由于客户内部的管理层级、部门分工、对外联系沟通机制、不同人员的重视程度等各方面原因，销售人员需要耗费较多时间精力，往往存在着多次发送邮件和商洽函而客户无回复、客户电话总机拒绝转接、找到的客户内部人员并非负责该项业务、客户内部需要层层转达等各式各类情况。该过程存在波折反复的特征，销售人员在经常遭受拒绝的情况下，需要具备较强承受能力，不断尝试与客户联系，或接受失败而寻找其他潜在客户。

### (3) 沟通合作方案

与客户内部人员建立联系后，销售人员开始与其沟通合作方案。在这一过程中，销售人员需要结合客户的特定需求、购买力等因素向客户提出产品方案，并根据客户的要求进行不断调整修改。在实际工作中，往往会出现以下情况：销售人员虽与客户内部负责人建立联系，但相关负责人可能对字库软件产品的认识不足或根本无购买意向，销售人员为应对推诿、拖延、不回复、拒绝再次沟通等情况，往往需要长时间、反复地与其沟通交流，以此逐渐加深其对字库产品的理解，或者寻找其他客户内部人员重新尝试进行对接。

在实践中，字库软件授权业务本身存在客户转化率低的特征，同时，公司理解国内版权环境的改善需要时间，将销售活动重心放在客户用字需求的开发方面，而非针对部分客户未经授权使用而追责，主要采用以沟通为主的销售方式，该方式相对柔和，但也给销售工作带来更大挑战，销售人员在付出上述时间和努力后，仍无法达成销售的情况较为普遍。以 2020 年主要版权服务商南宁市通途计算机信息咨询服务部（包括合并计算的 3 家主体）、自贡市高新区兴茂科技经营部（包括合并计算的 4 家主体）、丰泽区众智软件技术服务部为例，其客户转化率情况如下：

序号	单位名称	2020 年完成销售的客户家数 (a)	2020 年报备且实质性沟通的客户家数 (b)	客户转化率 (a/b)
1	南宁市通途计算机信息咨询服务部	380	18,834	2.02%
	南宁市中益计算机信息咨询服务部			
	南宁市西乡塘区浩厚计算机技术咨询服务部			
2	自贡市高新区兴茂科技经营部	300	13,662	2.20%
	自贡市高新区上世图文经营部			
	自贡市高新区晶科电脑经营部			
	自贡市高新区力诚电脑经营部			
3	丰泽区众智软件技术服务部	88	2,879	3.06%

另外，2020 年完成的销售中存在部分客户系之前年度报备并开始沟

通，若考虑此因素后客户转化率将进一步降低。

综上所述，针对销售活动所具有的工作量大、转化率低的特征，公司选择运用版权服务商模式，以此避免大规模的人员投入而带来的财务风险。

### 3. 使公司集中资源，开拓新业务、新技术

公司采用版权服务商模式，能够以此集中资源，开展附加值更高的业务活动，从事新业务、新技术的开发。

公司于 2013 年开拓出互联网授权业务板块，其盈利水平较高，为公司创造了丰厚收益。交互类平台和非交互类平台的字体业务分别在 2013 年至 2017 年和 2015 年至 2020 年实现了较快的增长，互联网平台授权业务曾经一度超过传统字体授权业务成为公司第一大收入来源，因此公司制定了将互联网平台授权业务作为公司另一发展引擎的战略规划，但该类业务运营需要较多的运营和产品制作员工提供支持，在公司总体规模较小、能够承担的人力成本有限的前提下，公司将人力资源优先配置在这一业务上。

近年来，在版权环境逐步改善，字体应用方式和字体识别技术不断发展、字体应用场景不断丰富背景下，公司投入了大量的资源和人力进行字由业务和字体识别技术的研发，公司研发人员数量持续增加。在新业务需要持续投入的情况下，传统 B 端业务需要保持稳定发展，为公司提供充沛的现金流，而采用已经较为成熟的版权服务商模式，能够保持该业务的稳定发展，为公司的新业务发展提供有力支持。

### 4. 为直销团队的建设提供基础

公司当前正在积极建设直销团队，提升直销实力是公司长期发展战略之一，但直销团队的建设并非一蹴而就的过程，直销实力的体现不仅仅是直销人员数量的简单增加，更重要的是形成直面市场的竞争能力。由于版权推广工作艰巨繁重，客户转化率较低，在当前阶段公司继续使用版权服务商模式，一方面，能够为直销团队完成对新增成员胜任能力的培养和团队的整合建设留出时间，平衡直销团队扩充节奏和公司近期业务稳定性之间的关系；另一方面，在公司的统一管理之下，直销团队和版权服务商之间能够形成一定程度的良性竞争关系，有助于直销团队尽快形成和强化直面市场的竞争能力。

综上所述，从行业发展历史、公司发展过程及公司经营的角度来看，公司使用版权服务商模式具有合理性与必要性。

上述内容经精简后，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(一) 主要服务情况”之“2、不同销售模式的收入构成和占比情况”和“四、采购情况和主要供应商”之“(三) 版权服务商采购情况”之“10、公司向版权服务商采购的主要内容”中补充披露。

**(二) 说明版权服务商销售的对象为集团公司总部还是其下属子、分公司，由版权服务商向大型集团客户提供销售居间服务的原因及合理性**

#### 1. 报告期内主要版权服务商对应的大型集团类客户情况

报告期内，主要版权服务商对应的大型集团类客户示例如下：

序号	版权服务商名称	集团类客户品牌名称	签约主体	所属层级	收入确认时间	字库授权范围
1	南宁市通途计算机信息咨询服务部、南宁市中益计算机信息咨询服务部、南宁市西乡塘区浩厚计算机技术咨询服务部、丰泽区锋瑞软件技术服务部、丰泽区鑫宇软件技术服务部	中海地产	中海企业发展集团有限公司	集团总部	2020年	集团整体
		华润集团	华润知识产权管理有限公司	子公司	2019年	集团整体
		华侨城	华侨城集团有限公司	集团总部	2018年	集团整体
2	自贡市高新区力诚电脑经营部、自贡市高新区晶科电脑经营部、自贡市高新区兴茂科技经营部、自贡市高新区上世图文经营部；	交通银行	交通银行股份有限公司	集团总部	2020年	集团整体
		浦发银行	上海浦东发展银行股份有限公司	集团总部	2020年	集团整体
		华泰证券	华泰证券股份有限公司	集团总部	2020年	集团整体
3	丰泽区昌瑞软件技术服务部、丰泽区鼎宏软件技术服务部、丰泽区成融计算机软件服务中心、丰泽区智博计算机软件服务中心、四川吉泽晟网络科技有限公司、惠州市凯和信息技术有限公司	上海医药	上海医药集团股份有限公司	集团总部	2020年	集团整体
		中信银行	中信银行股份有限公司	分公司（信用卡中心）	2019年	信用卡中心
		碧桂园地产	碧桂园（天津）市场营销策划有限公司	子公司（下属营销公司）	2018年	集团下属营销公司
4	四川文亚科技有限公司	国泰君安	国泰君安证券股份有限公司	集团总部	2019年	集团整体
		诺华制药	北京诺华制药有限公司	中国总部	2020年	集团整体
5	丰泽区众智软件技术服务部、丰泽区联和软件技术服务部	农业银行	中国农业银行股份有限公司	集团总部	2019年	集团整体
		湖北中烟	湖北中烟工业有限责任公司	集团总部	2019年	集团整体

序号	版权服务商名称	集团类客户品牌名称	签约主体	所属层级	收入确认时间	字库授权范围
		仁和药业	仁和药业股份有限公司	集团总部	2020年	集团整体
6	丰泽区赢瑞软件技术服务部、丰泽区浩睿电子技术咨询服务部、丰泽区锋行电子技术咨询服务部	泰康保险	泰康保险集团股份有限公司	集团总部	2018年	集团整体
7	南京科汉堂信息科技有限公司	光线影业	北京光线影业有限公司	子公司	2018年	集团整体
8	沈阳合成信息技术服务有限公司	飞鹤乳业	黑龙江飞鹤乳业有限公司	集团总部	2018年	集团整体

## 2. 由版权服务商向大型集团类客户提供销售居间服务的原因及合理性

报告期内，公司通过版权服务商，与部分大型集团类客户建立合作关系。版权服务商能够对接大型集团类客户并最终达成销售的主要原因如下：

### (1) 公司对版权服务商的业务扩展范围并未设置限制

报告期内，公司字库软件授权业务主要通过版权服务商和直销团队进行营销拓展，对于上述两类销售渠道，公司基本实行一致的管理政策，未根据相关行业、市场区域、客户规模等方面对版权服务商设置限制性政策。因此，版权服务商能够在公司当前的管理政策范围内向大型集团类客户开展营销推广活动。

公司未对版权服务商对接大型集团类客户设置限制性条款。一方面，当前版权服务商为公司字库软件授权业务的重要销售渠道，销售覆盖范围较广，不对其设置限制性条款，有利于公司的字库授权业务的稳定发展。另一方面，公司目前正不断增强直销团队的建设力度，而直销团队建设的核心即为直面市场竞争的能力。在直销团队和版权服务商之间保持一致政策，能够形成良性竞争关系，促使直销团队尽快增强市场竞争力。

从实际业务情况来看，公司版权服务商和直销团队在基本一致的管理政策下，皆能与大型集团类客户进行业务对接，不存在偏向性。报告期内，公司直销团队所对接的部分大型集团类客户情况如下：

年度	集团类客户品牌名称	合同签订主体	所属层级	授权范围
2020年	链家地产、贝壳网	北京链家置地房地产经纪有限公司、贝壳找房（北京）科技有限公司	集团总部	集团整体
	昆仑能源	昆仑能源有限公司	集团总部	集团整体
	字节跳动	北京字节跳动科技有限公司	集团总部	集团整体

年度	集团类客户品牌名称	合同签订主体	所属层级	授权范围
2019年	可口可乐	可口可乐饮料（上海）有限公司	子公司	集团整体
	辉瑞公司	辉瑞投资有限公司	集团总部	集团整体
	招商银行	招商银行股份有限公司	集团总部	集团整体
2018年	中国金币	中国金币总公司	集团总部	集团整体
	国信证券	国信证券股份有限公司	集团总部	集团整体
	富国基金	富国基金管理有限公司	集团总部	集团整体

#### (2) 经公司授权，版权服务商代表公司进行销售工作

首先，为实现销售业务顺利开展，根据公司的授权，版权服务商均代表公司对外进行销售开拓，与客户进行具体的对接洽谈。

其次，销售关键环节均由公司管控，例如发送商洽函、签订合同等工作均为公司内部审核流程完成之后以公司印章签出。因此，对于客户来说，其谈判和交易的对象是公司而非版权服务商，客户的相关负责人也不会因版权服务商员工本身来自某个经营规模较小的公司而产生质疑。

#### (3) 相关版权服务商具有较为丰富的推广经验

自引进版权服务商模式以来，版权服务商一直以来都是公司字库软件授权业务的重要合作伙伴，伴随公司发展壮大，相关版权服务商也在多年的实际业务中积累了较为丰富的销售推广经验。面对大型集团类客户，虽然其业务规模庞大、管理层级较多，从外部看往往显得难以接近，但相关版权服务商凭借多年销售经验，能够灵活运用销售方式和沟通技巧，与其进行对接，在进行沟通洽谈时，能较好的把握客户心理，根据客户需求提出相应产品方案及报价，最终达成销售。

另外，尽管较为丰富的销售经验能够帮助版权服务商提高针对大型集团类客户成功销售的可能性，但在实际业务中，向大型集团类客户销售推广产品依然具有成单难度较大、挑战性较高、持续时间较长的特征。

#### (4) 版权服务商开发大型集团类客户的案例

以 2021 年签约的海信集团为例：海信集团系由版权服务商四川吉泽晟网络科技有限公司所开发的客户。在寻找客户内部相关负责人的环节，版权服务商工作人员尝试多次拨打总机电话，说明情况并请求转接。经过较长时间反复拨打电话、遭到多次拒绝后，总机最终为其转接至该集团内的一位相关负责人。在沟通合作方案环节，版权服务商工作人员向其提出初步合作方案并尝试开展进一步沟通协商，但遇到该负责人的冷处理，之后连续几个月的沟通均无实质性进展，在此情况下，版权服务商工作人员判断该负责人并无推进采购流程的意向，希望以拖延处理的方式使其知难而退。为继

续推进该客户的开发工作，版权服务商工作人员转换各种方法尝试寻找该集团内其他相关负责人。最后，向该集团公共邮箱发送的邮件得到了回复，版权服务商工作人员借此联系到另一位内部负责人。后续，该负责人对关于合作方案的沟通商洽请求，同样态度较为冷淡，反应频率较低，但版权服务商工作人员判断该负责人对于字库产品具有一定认识，因此继续面向该负责人推进相关工作，经过反复不断的沟通协商后，当年 8 月海信集团最终确定合作意向，并与汉仪股份签订合同。

由上述客户开发案例可以看出，虽然版权服务商能够实现大型客户的开发，但相关客户的开发需要付出很多的时间和精力，开发过程较为曲折，销售成功率比较有限。

上述内容经精简后，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、采购情况和主要供应商”之“(三) 版权服务商采购情况”之“11、版权服务商开拓大型集团类客户的情况”中补充披露。

### (三) 说明上述转让价格差异的原因及合理性，是否存在利益输送的情形

#### 1. 报告期各期主要版权服务商的成立时间及开始合作的项目及时间

单位：万元

序号	版权服务商名称	相关主体最早成立时间	最早合作客户	收入确认时间	合同金额
1	南宁市西乡塘区浩厚计算机技术咨询服务部	2017年11月	好时（中国）投资管理有限公司	2017年12月	8.00
	南宁市中益计算机信息咨询服务部				
	南宁市通途计算机信息咨询服务部				
	丰泽区鑫宇软件技术服务部				
	丰泽区锋瑞软件技术服务部				
2	自贡市高新区兴茂科技经营部	2019年3月	北京嘀嘀无限科技发展有限公司	2019年3月	8.10
	自贡市高新区上世图文经营部				
	自贡市高新区晶科电脑经营部				
	自贡市高新区力诚电脑经营部				
3	惠州市凯和信息技术有限公司	2018年3月	深圳宏禧文化传播股份有限公司	2018年3月	1.53
	四川吉泽晟网络科技有限公司				
	丰泽区昌瑞软件技术服务部				
	丰泽区成融计算机软件服务中心				
	丰泽区智博计算机软件服务中心				

序号	版权服务商名称	相关主体最早成立时间	最早合作客户	收入确认时间	合同金额
	丰泽区鼎宏软件技术服务部				
4	丰泽区众智软件技术服务部 丰泽区联和软件技术服务部	2019年1月	东莞徐记食品有限公司	2019年1月	35.00
5	丰泽区赢瑞软件技术服务部 丰泽区浩睿电子技术咨询服务部 丰泽区锋行电子技术咨询服务部	2015年2月	施耐德电气(中国)有限公司	2015年4月	2.40
6	四川文亚科技有限公司	2018年1月	泉州雀儿喜生活用品有限公司	2018年1月	0.60
7	南京科汉堂信息科技有限公司	2016年1月	深圳小马青青财富管理有限公司	2016年2月	0.80
8	沈阳合成信息技术服务有限公司	2016年6月	西藏睿誉丰企业策划营销有限公司	2016年6月	1.40

## 2. 较多版权服务商刚成立即合作且合作金额较大的原因及合理性

报告期内，主要版权服务商中刚成立即合作且金额较大的版权服务商及其最早成立时间情况如下：

丰泽区锋瑞软件技术服务部等合并口径的 5 家主体（“丰泽区锋瑞”）中最早的成立时间为 2017 年 11 月；自贡市高新区力诚电脑经营部等合并口径的 4 家主体（“自贡市力诚”）中最早的成立时间为 2019 年 3 月；丰泽区鼎宏软件技术服务部等合并口径的 6 家主体（“丰泽区鼎宏”）中最早成立时间为 2018 年 3 月；丰泽区联和软件技术服务部等合并口径的 2 家主体（“丰泽区联和”）中最早成立时间为 2019 年 1 月；四川文亚科技有限公司成立于 2018 年 1 月。

上述版权服务商中，丰泽区锋瑞、自贡市力诚、丰泽区鼎宏、丰泽区联和 4 家系自“合作共创”团队中独立出来的版权服务商。“合作共创”团队原系公司的重要版权服务商，其与公司的合作关系可追溯至 2012 年，在报告期内，“合作共创”团队通过丰泽区赢瑞、丰泽区浩睿、丰泽区锋行 3 家主体与公司进行合作。自 2018 年开始，“合作共创”团队开始逐步分立，其业务骨干带领相关业务人员陆续自“合作共创”团队中独立出来，成立新的主体，开展版权推广业务。

由于丰泽区锋瑞、自贡市力诚、丰泽区鼎宏、丰泽区联和 4 家版权服务商的主要人员均来自合作共创团队，本身在版权推广服务方面拥有较为丰富的经验和客户资源，因此上述 4 家版权服务商在其相关主体完成工商注册后不久即与公司建立合作关系，并于合作之初即产生较大金额收入。另外，报告期内，四川文亚科技有限公司于 2018 年 1 月完成工商注册，当年即于公司建立合作关系，但在成立当年其销售规模较小，其

销售佣金占比仅为 0.67%，不属于刚成立即合作且合作金额较大的版权服务商。

### 3. 各期刚成立不久即合作的版权服务商分成收入及对应收入

单位：万元

序号	名称	相关主体成立时间	开始合作时间	开始合作时间当年的业绩情况	
				销售佣金(含税)	对应当期销售业绩(含税)
1	南宁市西乡塘区浩厚计算机技术咨询服务部	2019/7/31	2018年		
	南宁市中益计算机信息咨询服务部	2019/6/4			
	南宁市通途计算机信息咨询服务部	2019/5/31			
	丰泽区鑫宇软件技术服务部	2018/3/12		332.08	874.14
	丰泽区锋瑞软件技术服务部	2017/11/15		381.85	1,006.12
	<b>合计</b>			<b>713.93</b>	<b>1,880.26</b>
2	自贡市高新区兴茂科技经营部	2020/4/14	2019年		
	自贡市高新区上世图文经营部	2020/4/14			
	自贡市高新区晶科电脑经营部	2019/5/20		152.55	435.86
	自贡市高新区力诚电脑经营部	2019/3/26		200.65	580.67
	<b>合计</b>			<b>353.20</b>	<b>1,016.54</b>
3	惠州市凯和信息技术有限公司	2020/1/10	2018年		
	四川吉泽晟网络科技有限公司	2019/11/15			
	丰泽区昌瑞软件技术服务部	2018/9/13		189.04	500.63
	丰泽区成融计算机软件服务中心	2018/8/27		230.00	605.58
	丰泽区智博计算机软件服务中心	2018/8/27		229.07	603.24
	丰泽区鼎宏软件技术服务部	2018/3/13		301.96	801.17
	<b>合计</b>			<b>950.08</b>	<b>2,510.62</b>
4	丰泽区众智软件技术服务部	2019/1/22	2019年	248.46	697.37
	丰泽区联和软件技术服务部	2019/1/21		238.33	682.13
	<b>合计</b>			<b>486.79</b>	<b>1,379.49</b>
5	四川文亚科技有限公司	2018/1/8	2018年	23.64	68.10

上述内容经精简后，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、采购情况和主要供应商”之“（三）版权服务商采购情况”之“12、较多版权服务商刚成立即合作且合作金额较大的原因及合理性”中补充披露。

#### （四）核查程序和核查意见

##### 1. 核查程序

针对发行人使用版权服务商模式的必要性、版权服务商开发大型集团类客户的原因及合理性、部分版权服务商刚成立即与发行人合作且金额较大的原因及合理性等问题，本所律师执行了以下程序：

- （1）访谈发行人实际控制人，了解发行人采用版权服务商模式的背景及原因、版权服务商模式发展的历史沿革情况；
- （2）访谈部分负责与大型集团类客户对接的版权服务商员工，了解版权服务商在实际工作中开发大型集团类客户的具体方式和过程；
- （3）检查版权服务商负责对接的大型集团类客户的销售合同、发票、银行回单；
- （4）对主要版权服务商进行走访或取得访谈记录，了解版权服务商与发行人之间业务开展情况，了解部分版权服务商刚成立不久即与发行人合作且合作金额较大的原因，报告期各期已走访或取得访谈记录的版权服务商分成金额占比均超过 80%；
- （5）取得对主要版权服务商的函证，报告期各期通过函证确认的版权服务商分成金额占比均超过 85%。

##### 2. 核查意见

经核查，本所律师认为：

- （1）发行人在当前阶段继续使用版权服务商模式，是在考虑整体发展战略考虑和直销团队建设进度的基础上做出的商业决策，具有合理性和必要性；
- （2）版权服务商经发行人授权，代表发行人对外开展业务，发行人并未就客户规模等方面对版权服务商设置限制性要求，使其能够有机会接触大型集团类客户，同时版权服务商在多年的销售推广业务中积累了较为丰富的经验，其具有大型集团类客户的销售开发能力；
- （3）部分版权服务商虽在工商注册完成不久即与发行人建立合作关系，但其核心团队系自原重要版权服务商“合作共创”团队中独立出来，相关人员具备较为丰富的行业经验和客户资源，因此在合作开始当年即取得较大销售业绩系真实情况，具有合理性；
- （4）对相关业务真实性和合理性的核查措施充分、有效。

## 二、《第三轮审核问询函》问题 3：关于平台经济领域反垄断

根据申报材料及审核问询回复：

发行人通过字由平台开展字库软件授权业务。字由平台采用会员模式，将传统的字体下载、字体安装、字体预览及字体使用等功能集成于客户端中。

(1) 说明发行人是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经营者”及判断依据，如属于，请说明是否符合相关规定。

(2) 结合《指南》相关规定，发行人具体业务开展过程、业务开展过程中与用户、设计师及其他字库软件授权企业等主体的关系，说明发行人在经营过程中是否存在《平台经济领域反垄断指南》所涉相关行为，包括但不限于达成或实施垄断协议、滥用市场支配地位、实施具有或可能具有排除、限制竞争效果的集中等情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

(一) 说明发行人是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经营者”及判断依据，如属于，请说明是否符合相关规定

根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（“《反垄断指南》”）第二条的规定，“平台，本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态”；“平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者”。

发行人子公司上海驿创经营的字由业务（包括字由网站和客户端，以下合称“字由”）主要包括字体授权功能、字体展示功能、AI 识字功能，结合《反垄断指南》上述规定以及字由目前业务模式和功能，具体分析如下：

### 1. 字体授权功能

关于字由的字体授权功能，注册用户可以免费使用字由上的免费字体；注册用户付费订阅会员服务后，可以在有效期内免费使用字由上的会员字体，会员服务费由用户直接支付给发行人。

上述会员字体来源于发行人自营字库产品，包括：（1）发行人自有字库产品；以及（2）发行人已获授权的字体产品，具体为：发行人子公司上海驿创与第三方独立设计师或字体厂商等合作方达成字库授权合作，该等合作方授权上海驿创于授权期限内于字由上使用授权字库，并许可上海驿创在字由上授权会员用户使用该等授权字库以及为会员用户提供相关服务，上述授权为非独家授权。

发行人未限制用户使用任何其他第三方网站或客户端等，亦未限制用户向任何其他第三方购买字体授权。

发行人提供字由的字体授权功能，系发行人自行向用户直接提供相关服

务，属于发行人线下销售的线上延伸，不涉及第三方通过字由向用户提供字体授权服务及收取相关费用，亦不涉及第三方通过字由与用户进行线上交流。

在上述情况下，发行人提供字由的字体授权功能，未为用户与字由合作方提供经营场所，未向用户与字由合作方提供交易撮合或信息交流服务，用户与字由合作方之间未通过字由建立相互依赖关系并进行交互，因此字由的字体授权功能不属于《反垄断指南》规定的“平台”，发行人提供字由的字体授权功能不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

## 2. 字体展示功能

关于字由的字体展示功能，用户可以浏览字由上展示的免费字体、会员字体和其他字体以及相关字体的应用案例。

上述其他字体来源于：（1）发行人自有字库产品；以及（2）第三方独立设计师或字体厂商等合作方授权发行人展示的字库产品，具体为：发行人子公司上海驿创与上述合作方达成字库推广和展示合作，该等合作方授权上海驿创于授权期限内于字由上展示其授权字库并向用户提供应用及预览服务，上述授权为非独家授权。

发行人未限制用户使用任何其他第三方网站或客户端等，亦未限制用户向任何其他第三方购买字体授权或作品设计。

发行人提供字由的字体展示功能，不涉及第三方通过字由向用户提供字体授权或作品设计服务及收取相关费用，亦不涉及第三方通过字由与用户进行线上交流。

在上述情况下，发行人提供字由的字体展示功能，未为用户与字由合作方提供经营场所，未向用户与字由合作方提供交易撮合或信息交流服务，用户与字由合作方之间未通过字由建立相互依赖关系并进行交互，因此字由的字体展示功能不属于《反垄断指南》规定的“平台”，发行人提供字由的字体展示功能不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

## 3. AI 识字功能

关于字由的 AI 识字功能，用户在字由上传拟识别图片后，可以获取该等图片所含文字的字体识别结果。

发行人未限制用户使用任何其他第三方网站或客户端等，亦未限制用户向任何其他第三方购买该等服务。

发行人提供字由的 AI 识字功能，系发行人自行向用户直接提供相关服务，属于自身服务的线上延伸，不涉及第三方通过字由向用户提供相关服务及收取相关费用，亦不涉及第三方通过字由与用户进行线上交流。

在上述情况下，发行人提供字由的 AI 识字功能，未为用户与字由合作方提供经营场所，未向用户与字由合作方提供交易撮合或信息交流服务，用户与字由合作方之间未通过字由建立相互依赖关系并进行交互，因此字由的 AI 识字功能不属于《反垄断指南》规定的“平台”，发行人提供

字由的 AI 识字功能不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

综上所述，根据字由目前业务模式和功能，字由不属于《反垄断指南》规定的“平台”，发行人不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

**（二）结合《指南》相关规定，发行人具体业务开展过程、业务开展过程中与用户、设计师及其他字库软件授权企业等主体的关系，说明发行人在经营过程中是否存在《平台经济领域反垄断指南》所涉相关行为，包括但不限于达成或实施垄断协议、滥用市场支配地位、实施具有或可能具有排除、限制竞争效果的集中等情形**

发行人经营的字由业务目前具体业务开展过程、业务开展过程中与用户、设计师及其他字库软件授权企业等主体的关系，详见本题第（一）问回复。根据字由目前业务模式和功能，字由不属于《反垄断指南》规定的“平台”，发行人不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”，发行人经营字由业务不存在《反垄断指南》规定的平台经济领域相关行为（包括但不限于达成或实施垄断协议、滥用市场支配地位、实施具有或可能具有排除、限制竞争效果的集中等情形）。

### **（三）核查程序和核查意见**

#### **1. 核查程序**

针对字由是否属于《反垄断指南》规定的“平台”，发行人是否属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”，以及发行人经营字由业务是否存在《反垄断指南》所涉相关行为，本所律师执行了以下核查程序：

- （1）访问和使用字由网站和客户端，了解字由的业务结构和主要功能等；
- （2）访谈字由业务负责人，了解字由的业务模式、用户及会员服务模式、与合作方的合作模式等；
- （3）获取和查阅字由经营主体上海驿创与字由合作方之间的合作协议和确认，了解字由与该等合作方的合作模式、合作内容、相关权利和义务等；
- （4）获取和查阅字由的用户协议和会员服务协议，了解字由的用户及会员服务模式、会员权益、服务内容、付费方式等；
- （5）查阅《反垄断法》、《反垄断指南》、《禁止垄断协议暂行规定》、《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》、《经营者集中审查暂行规定》等相关法律法规；
- （6）查阅阿里巴巴集团控股有限公司、上海食派士商贸发展有限公司等公司垄断行为的行政处罚决定书；
- （7）查阅杭州平治信息技术股份有限公司、北京思维造物信息科技股份有限公司等公司公开披露文件中，关于《反垄断指南》规定的平台和平台经营者以及平台经济领域相关行为等事项的披露内容；
- （8）根据上述第(5)项至第(7)项查阅结果，结合发行人经营的字由业务

目前具体业务开展过程、业务开展过程中与用户、设计师及其他字库软件授权企业等主体的关系，判断字由是否属于《反垄断指南》规定的“平台”，发行人是否属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”，以及发行人经营字由业务是否存在《反垄断指南》规定的平台经济领域相关行为。

## 2. 核查意见

经核查，本所律师认为：

根据字由目前业务模式和功能，字由不属于《反垄断指南》规定的“平台”，发行人不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”，发行人经营字由业务不存在《反垄断指南》规定的平台经济领域相关行为（包括但不限于达成或实施垄断协议、滥用市场支配地位、实施具有或可能具有排除、限制竞争效果的集中等情形）。

本法律意见书正本一式五份，无副本。

（以下无正文）

(本页无正文，为《北京市通商律师事务所关于北京汉仪创新科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（四）》的签署页)



经办律师: 吴刚  
吴刚

经办律师: 詹越  
詹越

负责人: 孔鑫  
孔鑫

2024年9月2日