

INTSIG

合 合 信 息

关于上海合合信息科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的
第三轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）

 **CICC 中金公司**

北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层

上海证券交易所：

贵所《关于上海合合信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第三轮审核问询函》（上证科审（审核）〔2022〕224号，以下简称“审核问询函”）已收悉。

根据贵所的要求，上海合合信息科技股份有限公司（以下简称“合合信息”、“发行人”或“公司”）会同中国国际金融股份有限公司（以下简称“中金公司”、“保荐机构”）、上海市锦天城律师事务所（以下简称“锦天城”或“发行人律师”）、众华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“众华”或“申报会计师”）等中介机构对审核问询函中所提问题逐项核查，具体回复如下，请予审核。

说 明

如无特别说明，本回复使用的简称与《上海合合信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》中的释义相同。

审核问询函所列问题	黑体
对审核问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修订、补充及反馈回复的更新	楷体（加粗）

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

说 明	3
目 录	4
1.关于合规经营	5
2.关于启信宝市场地位	27

1.关于合规经营

根据二轮问询回复：（1）发行人相关 APP 产品不存在涉嫌违反反垄断法及反不正当竞争法的情形；（2）发行人已取得了从事数据服务所需的全部资质、许可或备案，已完全整改数据管理不完善的情形。

请发行人说明：（1）近期发行人接受上海市市场监督管理局调查核实的具体情况、进展及影响，该事项是否构成本次发行上市的实质障碍；（2）发行人是否提供互联网信息服务及相关业务开展的具体情况，是否涉及科技伦理敏感领域。发行人关于数据安全、个人信息保护的具体制度、流程措施、内部控制执行情况及其有效性，是否符合相关法律法规和政策文件的规定。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查并发表明确意见。

回复：

一、请发行人说明：（1）近期发行人接受上海市市场监督管理局调查核实的具体情况、进展及影响，该事项是否构成本次发行上市的实质障碍；（2）发行人是否提供互联网信息服务及相关业务开展的具体情况，是否涉及科技伦理敏感领域。发行人关于数据安全、个人信息保护的具体制度、流程措施、内部控制执行情况及其有效性，是否符合相关法律法规和政策文件的规定。

回复：

（一）近期发行人接受上海市市场监督管理局调查核实的具体情况、进展及影响，该事项是否构成本次发行上市的实质障碍

截至本反馈回复出具之日，发行人不存在被市场监督管理部门采取立案调查的记录。国家市场监督管理总局未就调查采取立案等进一步措施，发行人亦未因此受到任何处罚。

因此，发行人接受上海市市场监督管理局调查核实的事项不构成本次发行上市的实质障碍。

(二) 发行人是否提供互联网信息服务及相关业务开展的具体情况，是否涉及科技伦理敏感领域。发行人关于数据安全、个人信息保护的具体制度、流程措施、内部控制执行情况及有效性，是否符合相关法律法规和政策文件的规定。

1、发行人是否提供互联网信息服务及相关业务开展的具体情况

(1) 法律法规的规定

结合目前互联网信息服务相关的法律法规，《互联网信息服务管理办法》（2011年1月8日修订）（以下简称“《管理办法》”）主要规范在境内从事的互联网信息服务活动。《管理办法》第二条规定：“互联网信息服务是指通过互联网向上网用户提供信息的服务活动”；第三条规定：“互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。经营性互联网信息服务，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。非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。”

(2) 发行人的具体情况

智能文字识别业务：智能文字识别 C 端业务通过扫描全能王 APP、名片全能王 APP 及相关小程序，为 C 端用户提供各类文档图像的智能扫描及文字识别服务；智能文字识别 B 端业务通过 SaaS 软件、网页、应用程序接口(API)，或者通过线下的本地私有化方案等方式，为 B 端客户提供各类文档图像的智能扫描及文字识别服务。智能扫描及文字识别服务不涉及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，也不涉及通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动，因此，该业务未提供《管理办法》中所定义互联网信息服务。

商业大数据业务：商业大数据 C 端业务通过启信宝 APP 及相关小程序，为 C 端用户提供企业商业信息查询服务；商业大数据 B 端业务通过 SaaS 软件、网页、应用程序接口(API)，或者通过线下的本地私有化方案等方式，为 B 端客户提供各类商业大数据服务。商业大数据业务存在通过互联网向上网用户提供信息服务的情形，因此提供了《管理办法》所定义的互联网信息服务。尽管如此，公司在向客户提供该业务时仅利用了互联网作为基础设施的属性，该业务的核心价值是通过大数据挖掘、知识图谱、自然语言处理等核心技术，提供知识图谱的构建与计算、数据分析与挖掘等技术服

务，实现风险管理、供应链管理等服务价值。

互联网广告推广业务：该业务为 B 端广告客户提供广告营销服务，以 C 端 APP 产品为主要载体展示开屏广告等不同类型的广告，免费用户会看到公开的广告信息，涉及向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动，因此该业务提供了《管理办法》中所定义的互联网信息服务。

手机厂商技术授权业务：该业务将文字识别技术模块授权给手机厂商、集成在其手机产品中。向手机厂商授权文字识别技术模块不涉及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，也不涉及通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动，因此该业务未提供《管理办法》中所定义互联网信息服务。

(3) 发行人不属于互联网企业

1) 发行人的智能文字识别或商业大数据服务业务中的部分业务虽基于互联网作为基础设施来开展，但发行人不具有互联网企业的典型特征。

2) 从业务模式角度分析，发行人不属于互联网企业

互联网已成为社会发展、企业经营业务的基础设施，与经济社会各领域深度融合，因此公司部分业务在实际经营过程中不可避免会利用互联网基础设施：

在人工智能领域，公司的智能文字识别业务 C 端业务通过扫描全能王 APP、名片全能王 APP 及相关小程序，为 C 端用户提供各类文档图像的智能扫描及文字识别服务；除线下本地化交付之外，智能文字识别 B 端业务也通过 SaaS 软件、网页、应用程序接口(API)等方式，为 B 端客户提供智能文字识别服务。

在大数据领域，公司的商业大数据 C 端业务通过启信宝 APP 及相关小程序，为 C 端用户提供企业商业信息查询服务；除线下本地化交付之外，商业大数据 B 端业务也通过 SaaS 软件、网页、应用程序接口(API)等方式，为 B 端客户提供商业大数据服务。尽管该业务提供了《管理办法》定义的互联网信息服务，但其为通过互联网、即利用互联网作为基础设施提供商业信息查询服务。提供互联网信息服务的企业和互联网企业不是同等概念，由于互联网是基础设施，各行业越来越多的企业会采用互联网基础设施开展业务，以软件行业为例，一些软件企业会通过互联网销售、交付软件产

品，可能通过互联网向上网用户提供信息服务，但提供互联网信息服务的企业不一定是互联网企业，不具有互联网企业的典型特征。

发行人智能文字识别与商业大数据业务为根据客户需求选择不同的技术服务提供方式：C端用户需要随时随地对文档图片进行扫描/文字识别或者查询企业商业信息，所以针对用户需求，公司通过互联网作为媒介提供智能文字识别或商业大数据技术服务；部分B端客户需要通过API方式调取文字识别技术模块或者调用企业数据，所以针对客户需求，公司通过互联网作为媒介提供智能文字识别或者商业大数据技术服务；部分B端客户明确要求在非联网状态下、用线下本地化方式提供智能文字识别或者商业大数据服务，则公司针对客户需求，选择不通过互联网来提供技术服务。

结合公司的业务实质，公司提供的产品和服务仅以互联网作为基础设施。公司的业务本质为销售软件和技术服务，即通过销售软件和技术服务来获取收入及利润，与线上交易撮合、互联网社交、互联网搜索引擎等典型互联网企业的商业模式存在实质性差异，公司不属于互联网企业。

3) 从行业分类角度分析，发行人不属于互联网企业

报告期内，发行人的业务收入构成如下表所示：

单位：万元

项目		2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
智能文字识别	B端服务	2,871.66	6.39%	6,782.50	8.42%	5,412.40	9.36%	4,734.10	13.91%
	C端APP-扫描全能王	28,936.44	64.42%	49,325.74	61.21%	33,343.21	57.66%	15,125.35	44.44%
	C端APP-名片全能王	983.46	2.19%	1,883.05	2.34%	1,667.80	2.88%	1,278.71	3.76%
	小计	32,791.56	73.00%	57,991.29	71.97%	40,423.41	69.91%	21,138.16	62.10%
商业大数据	B端服务	4,154.82	9.25%	6,821.29	8.47%	5,028.77	8.70%	3,400.50	9.99%
	C端APP-启信宝	3,816.02	8.50%	7,315.43	9.08%	6,758.80	11.69%	4,896.54	14.39%
	小计	7,970.84	17.74%	14,136.72	17.54%	11,787.57	20.39%	8,297.04	24.38%
互联网广告推广		3,805.73	8.47%	7,823.82	9.71%	4,155.71	7.19%	2,540.96	7.46%
手机厂商技术授权		239.17	0.53%	517.29	0.64%	803.32	1.39%	1,493.57	4.39%
其他业务		111.82	0.25%	109.05	0.14%	654.63	1.13%	569.21	1.67%

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	44,919.11	100.00%	80,578.16	100.00%	57,824.64	100.00%	34,038.94	100.00%

公司业务所对应的行业分类如下表所示：

项目		《上市公司行业分类指引（2012年修订）》 ¹	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016）》	《战略性新兴产业分类（2018）》
智能文字识别	B端服务	I65 软件和信息技术服务业	1.5.2 人工智能软件	“1、新一代信息技术产业”之“1.5.1 人工智能软件开发”
	C端 APP-扫描全能王			
	C端 APP-名片全能王			
商业大数据	B端服务	I65 软件和信息技术服务业	1.2.3 大数据服务	“1、新一代信息技术产业”之“1.4.3 云计算与大数据服务”
	C端 APP-启信宝			
互联网广告推广		L72 商务服务业	8.1.3 数字文化创意内容制作	“8、数字创意产业”之“8.4.0 数字创意与融合服务”
手机厂商技术授权		I65 软件和信息技术服务业	1.5.2 人工智能软件	“1、新一代信息技术产业”之“1.5.1 人工智能软件开发”

根据《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于 50%，则将其划入该业务相对应的行业。智能文字识别业务、商业大数据业务和手机厂商技术授权业务在报告期各期的营业收入之和的比重分别为 90.86%、91.68%、90.16%和 91.28%，均远大于 50%。

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，前述业务属于“I65 软件和信息技术服务业”，不属于“I64 互联网和相关服务”；根据国家发改委《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016）》，前述业务属于“1、新一代信息技术产业”之“1.5.2 人工智能软件”和“1.2.3 大数据服务”，不属于“1.2.2 ‘互联网+’应用服务”；根据国家统计局《战略性新兴产业分类（2018）》，前述业务属于“1、新一代信息技术产业”之“1.5.1 人工智能软件开发”和“1.4.3 云计算与大数据”。

¹中国证监会于 2022 年 8 月 12 日发布了《关于废止部分证券期货规范性文件的规定（2022）》，其中现行《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》已被废止，将由新的规则予以规范。截至本反馈回复出具之日，中国证监会暂未发布新的相关指引。

据服务”，不属于“1.4.2 互联网平台服务（互联网+）”，因此将发行人划入该等业务相对应的行业。

公司的互联网广告业务采用 C 端 APP 产品作为广告媒介，为 B 端客户提供广告服务，属于《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》的“L72 商务服务业”，不属于“I64 互联网和相关服务”，属于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016）》的“8.1.3 数字文化创意内容制作”，不属于“1.2.2 ‘互联网+’应用服务”，属于《战略性新兴产业分类（2018）》的“8、数字创意产业”之“8.4.0 数字创意与融合服务”，不属于“1.4.2 互联网平台服务（互联网+）”。

4) 发行人的行业分类与可比公司一致

与发行人业务模式相似的可比公司金山办公、福昕软件均在招股书中披露了其根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，属于“I65 软件和信息技术服务业”，行业分类均与发行人一致：

公司名称	主营业务的业务模式	公司所属行业分类
金山办公 (688111.SH)	C 端产品主要包括：WPS Office 办公软件和金山词霸等； B 端服务主要包括：基于其产品及相关文档的增值服务以及互联网广告推广服务等	根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司从事的行业属于“I65 软件和信息技术服务业”
福昕软件 (688095.SH)	同时面向 C 端用户和 B 端客户销售的产品及服务主要包括：PDF 编辑器与阅读器产品、开发平台与工具、PDF 工具及在线服务； 只面向 B 端客户销售：企业文档自动化解决方案	根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司从事的行业属于“I65 软件和信息技术服务业”

注：金山办公、福昕软件的招股书未披露归属于《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016）》、《战略性新兴产业分类（2018）》的具体分类。

从上表可见，金山办公、福昕软件作为软件企业，其销售模式也有通过互联网销售的 C 端产品，以及由此衍生的互联网广告服务，发行人的销售模式符合软件企业的特点。

公司是人工智能与大数据领域的软件企业，截至 2022 年 6 月 30 日，针对公司的 C 端 APP、B 端基础服务、SaaS 产品和定制化解决方案等产品或服务，公司及其子公

司发行人共取得 127 件软件著作权证书。

综上所述，公司属于软件和信息技术服务业，不属于互联网和相关服务行业。公司为 C 端用户和 B 端客户提供技术服务，因此发行人不属于互联网企业。

5) 从核心技术角度分析，发行人不属于互联网企业

公司核心技术为智能图像处理、复杂场景文字识别、NLP、大数据挖掘与知识图谱等技术，报告期内核心技术相关业务收入占营业收入比例达 90% 以上，前述核心技术的形成及研发不依赖互联网，发行人系凭借长期积累的核心技术实现线上及线下多种方式向客户提供基于软件的技术服务，互联网仅为公司向部分客户输出智能文字识别或商业大数据技术服务的媒介。

6) 提供互联网信息服务的企业与互联网企业不是同等概念

综上，结合互联网企业的典型特征，从核心技术、业务模式、行业分类及可比公司角度综合分析，发行人不属于互联网企业。

2、发行人是否涉及科技伦理敏感领域

(1) 法律法规的规定

法律法规规定	具体条款
《关于加强科技伦理治理的意见》（以下简称“《意见》”）	指导思想： 坚持促进创新与防范风险相统一、制度规范与自我约束相结合，强化底线思维和风险意识，建立完善符合我国国情、与国际接轨的科技伦理制度，塑造科技向善的文化理念和保障机制，努力实现科技创新高质量发展与高水平安全良性互动，促进我国科技事业健康发展，为增进人类福祉、推动构建人类命运共同体提供有力科技支撑
	健全科技伦理治理体制： 压实创新主体科技伦理管理主体责任。高等学校、科研机构、医疗卫生机构、企业等单位要履行科技伦理管理主体责任，建立常态化工作机制，加强科技伦理日常管理，主动研判、及时化解本单位科技活动中存在的伦理风险；根据实际情况设立本单位的科技伦理（审查）委员会，并为其独立开展工作提供必要条件。从事生命科学、医学、人工智能等科技活动的单位，研究内容涉及科技伦理敏感领域的，应设立科技伦理（审查）委员会
	严肃查处科技伦理违法违规行： 任何单位、组织和个人开展科技活动不得危害社会安全、公共安全、生物安全和生态安全，不得侵害人的生命安全、身心健康、人格尊严，不得侵犯科技活动参与者的知情权和选择权，不得资助违背科技伦理要求的科技活动

法律法规规定	具体条款
中华人民共和国科技部对《意见》的解读 ²	科研单位和科技人员在开展科技活动前首先要主动进行科技伦理的风险评估，对于涉及科技伦理风险的，达到了科技伦理审查规范要求的，必须及时开展科技伦理审查； 科技部选定了一些高风险的科技伦理领域，目前重点关注的主要是生命科学领域、医药健康领域、人工智能领域等

(2) 发行人的具体情况

发行人所处行业是人工智能产业中的智能文字识别细分行业、大数据产业中的商业大数据细分行业，其中人工智能产业虽属于《意见》提到的重点领域，但是发行人智能文字识别业务的核心技术及提供的产品服务主要是将多语言、多版式、多样式等复杂场景下的文档和图片进行文字识别，涉及 C 端或 B 端客户提供的文档及图片，并不涉及对人类的语音、指纹、脸部特征等敏感的生物信息的识别，不需要按照《意见》设立科技伦理（审查）委员会。另外，发行人开展的业务活动不存在危害社会安全、公共安全、生物安全和生态安全的情形，也不存在侵害人的生命安全、身心健康、人格尊严、侵犯科技活动参与者的知情权和选择权，以及资助违背科技伦理要求的科技活动的情形。

综上，发行人的业务不涉及科技伦理敏感领域。

3、发行人关于数据安全、个人信息保护的具体制度、流程措施、内部控制执行情况及其有效性，是否符合相关法律法规和政策文件的规定

(1) 发行人关于数据安全、个人信息保护的具体制度、流程措施、内部控制执行情况及其有效性

1) 发行人已建立并完善一系列的数据安全、个人信息保护内部控制制度

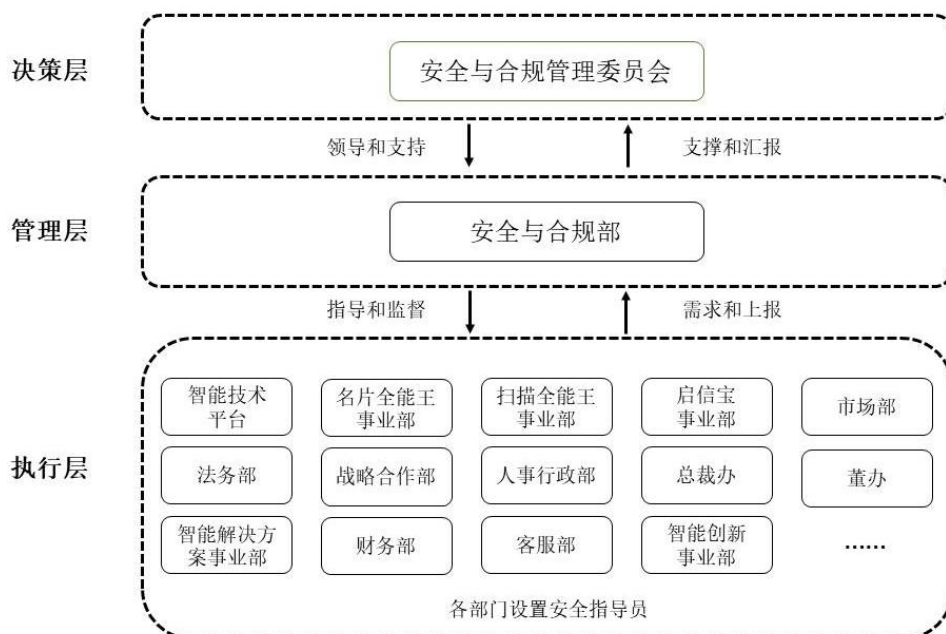
发行人制定了覆盖整个数据生命周期管理的数据安全、个人信息保护相关制度，并设计了相应的管理流程，实现全数据生命周期的管理。具体如下：

上海合合信息科技股份有限公司现行数据制度	
制度级别	制度名称

² 中华人民共和国科技部于 2022 年 3 月 23 日举行《关于加强科技伦理治理的意见》新闻发布会

上海合合信息科技股份有限公司现行数据制度	
第一级：制度大纲	大纲： 《安全与合规管理制度》
第二级：管理规定	数据管理： 《数据管理规定》 个人信息保护管理： 《用户个人信息安全管理规定》 信息安全管理： 《信息保密管理规定》《信息资产安全管理规定》《办公场所信息安全管理规定》《人员信息安全管理规定》《信息安全奖惩管理规定》 《IT系统信息安全管理规定》
第三级：操作层面的规范文件	数据来源、采购规范： 《数据采集管理规范》《通过自动化访问获取数据操作规范》 数据使用、安全规范： 《网络安全事件应急预案》《数据库安全管理规范》 《密钥变更管理规范》《数据资源申请规范》 个人信息保护规范： 《隐私政策管理规范》《个人信息安全事件应急预案》 《用户个人权利响应管理规范》 系统开发管理规范： 《产品开发与设计流程合规规范》《第三方组件引入流程规范》 《系统日志管理规范》《安全漏洞运营管理规范》 其他管理规范： 《违法和不良信息管理规范》《运营推广管理规范》《内容安全指南》

发行人制定的《安全与合规管理制度》中，规定了公司合规与信息安全的组织架构，明确了安全与合规管理委员会在数据安全和用户个人信息保护等方面的责任以及安全与合规部和各事业部的职责，并规定了数据安全和个人信息保护等相关责任机构的汇报层级要求。如下图所示：



发行人设立安全与合规管理委员会，为公司内合规与信息安全相关事务的最高决

策机构。安全与合规管理委员会由董事长担任委员会主席，由大数据技术负责人、AI技术负责人等组成委员会委员。董事长为安全与合规管理委员会第一负责人。安全与合规管理委员会对公司产品的用户个人信息安全负有全面的领导责任。

安全与合规管理委员会下设安全与合规部，负责公司合规与信息安全管理日常工作，贯彻安全与合规管理委员会的相关决议，监督、协调和规范公司的合规与信息安全工作。各事业部是合规与信息安全的执行机构，负责执行相关管理要求，落实具体工作。

数据获取、使用、处理、信息安全等过程工作开展及相关数据制度执行过程中，发行人按照“谁主管、谁负责”的原则，根据国家的法律法规，明确数据获取、使用、处理等环节的第一责任人，实施覆盖整个数据生命周期管理的责任管理制。

2) 发行人已针对数据安全、个人信息保护采取了一系列的流程措施

对于数据安全和个人隐私的保护措施与手段，发行人采取了一系列流程措施。发行人在数据来源、数据存储、数据使用和持续管理四大流程方面与主营业务的对应关系具体如下：

①数据来源方面的流程及内控措施

发行人在开展 C 端及 B 端业务前通过数据供应商采购、互换和自动化访问获取的方式获取数据。具体流程为数据采购、自动化访问获取；数据清洗及数据打标处理及数据入库。基于前述业务流程，发行人在开展 C 端及 B 端业务前获取的数据及相应的内控措施如下：

发行人各项业务	具体流程	具体数据	数据供应商采购/数据互换	自动化访问获取	内控是否有效	
商业大数据	C 端 APP (启信宝)	(1) 数据采购、自动化访问获取；	工商信息、司法诉讼、法院公告、经营信息、行政及环保处罚、新闻舆情、知识产权、许可认证	(1) 内控制度：建立《数据采购管理规范》，审核评估采购数据类型范围、目的、用途、时间、授权函；调查数据供应商资质、数据来源的合法性，调查供应商不存在任何信息、数据权属及知识产权争议，调查供应商不存在违法、违规、行政处罚记录、重大法律纠纷或相关	(1) 内控制度：建立《通过自动化访问获取数据操作规范》，法务负责人和 个人信息保护负责人 评估采集目标网站的Robots协议、网站声明和目标网站的内容安全，评估完成后，相关负责人在协同办公系统中完成采集需求的审批，数据开发人员完成自动化访问程序开发并提交测试数据，获取测试	是
	B 端基础数据服务	(2) 数据清洗及数据打标处理；				是

发行人各项业务		具体流程	具体数据	数据供应商采购/数据互换	自动化访问获取	内控是否有效
	B端标准化服务	(3) 数据入库	以及招投标数据、知识产权数据以及企业关系挖掘数据	负面报道 (2) 内控措施：发行人在与数据供应商洽谈过程中，要求数据供应商通过签署协议条款或者出具确认书等方式，向发行人确认其数据来源的合法合规性、开展业务的合规性等，以进一步保障发行人数据采购的合法合规性	结果后，将新增的目标网站更新至数据采集网站清单中	是
	B端场景化解方案				(2) 内控措施：数据开发人员完成自动化访问程序开发并提交测试数据，测试人员测试完成后通过邮件反馈测试结果至数据技术人员。在获取测试结果后，数据技术人员上线自动化访问程序并将新增的目标网站更新至数据采集网站清单中，并对对被采集网站做定期检查，以确保所有自动化访问网站均在公司入册的数据自动化访问网站清单的范围内、且均为公开信息	是
智能文字识别	发行人开展智能文字识别业务前无需获取数据					

发行人在开展 C 端及 B 端业务前获取的数据均按照《数据采集管理规范》《通过自动化访问获取数据操作规范》进行管理，相关流程及内控措施得到有效执行。

②C 端数据存储方面的内控及流程措施

发行人在开展 C 端业务过程中，C 端业务主要为扫描全能王、名片全能王、启信宝 3 款核心产品，对于扫描全能王和名片全能王，主要的流程包括用户注册；用户登录；上传、扫描文档及图片；购买付费产品或服务。对于启信宝，主要的业务流程包括用户注册、登录、查询、购买付费产品或服务。基于前述业务流程，C 端业务获取的数据及相应的内控措施如下：

发行人的各项业务		具体流程	获取、使用的数据	存储方式	内控措施	内控是否有效
智能文字识别C端业务	C端APP (扫描全能王、名片全能王)	用户注册	用户的注册信息及用户的第三方注册信息	存储于发行人的本地服务器数据库、第三方云平台数据库	(1) 内控制度: 发行人制了《用户个人信息安全管理规定》和《数据库安全管理规范》，确定安全与合规部为个人信息保护负责人岗位，组织制定个人信息保护计划并督促落实、开展个人信息安全影响评估，并向安全与合规管理委员会报告 (2) 数据权限管理: 公司获取用户勾选并授权同意隐私政策后，方可主动采集用户的数据 (3) 数据存储管理: 制定了《数据库安全管理规范》，个人数据在传输、存储和使用过程中的保密机制，规定了应用系统中个人数据应加密存储，并且不与其他应用系统、外部系统进行共享和交换，对数据库中存储的应用系统的账户口令、密钥、鉴别信息进行加密存储。公司通过权限管理对扫描全能王、名片全能王、启信宝APP的应用系统及后台支撑系统的访问权限进行限制，以保护用户个人信息免受未经授权访问、公开披露、使用、修改、损坏或丢失。公司制定了数据资源的申请审批流程，并限制了数据库的访问授权。境内用户数据全部存储于中国	是
			用户的实名认证数据 ³	存储于发行人的本地服务器数据库		是
		用户登录	用户的登录信息及用户的第三方登录信息	存储于发行人的本地服务器数据库和第三方云平台数据库		是
			用户的联系方式、设备信息	存储于发行人的本地服务器数据库、大数据平台、第三方云平台数据库		是
			用户的一键登录信息、设备信息、日志信息、联系方式	存储于发行人的本地服务器数据库		是
		上传、扫描文档及图片	用户自主上传文档、自主上传图片等数据	存储于发行人的第三方云平台文件存储服务器		是
		购买付费产品或服务	用户的订单开票数据	存储于发行人的第三方云平台文件存储服务器		是
			用户的订单支付数据	存储于发行人的本地服务器数据库和第三方云平台数据库		是
		其他	用户的网络状态数据	存储于发行人的本地服务器数据库、大数据平台		是
商业大数据C端业务	C端APP (启信宝)	用户注册	用户的注册信息及用户的第三方注册信息	存储于发行人的本地服务器数据库、第三方云平台数据库	是	
			用户的实名认证数据 ⁴	存储于发行人的本地服务器数据库	是	

³ 国家互联网信息办公室发布的《移动互联网应用程序信息服务管理规定》（2022年8月1日起施行）中第六条规定：“应用程序提供者为用户提供信息发布、即时通讯等服务的，应当对申请注册的用户进行基于移动电话号码、身份证件号码或者统一社会信用代码等方式的真实身份信息认证。”发行人按要求对C端APP（属应用程序）中的用户进行后台实名认证并收集相关数据

⁴ 国家互联网信息办公室发布的《移动互联网应用程序信息服务管理规定》（2022年8月1日起施行）中第六条规定：“应用程序提供者为用户提供信息发布、即时通讯等服务的，应当对申请注册的用户进行基于移动电话号码、身份证件号码或者统一社会信用代码等方式的真实身份信息认证。”发行人按要求对C端APP（属应用程序）中的用户进行后台实名认证并收集相关数据

发行人的各项业务		具体流程	获取、使用的数据	存储方式	内控措施	内控是否有效
	用户登录	用户的登录信息及用户的第三方登录信息	存储于发行人的本地服务器数据库和第三方云平台数据库	境内，境外的用户数据按照《通用数据保护条例》存储在公司的云服务商亚马逊公司在美国的数据中心，并实行异地备份 (4) 严格管理存储用户数据的本地服务器数据库、大数据平台： 本地服务器数据库设置安全员，定期对数据库运行状态进行巡检、日志分析和权限管理；大数据平台权限申请需通过邮件获取大数据平台负责人的审批，仅有大数据管理平台内部团队可以访问报表数据， 不能下载报表数据，不可以直接访问元数据 (5) 严格管理存储用户订单支付、开票数据的第三方云平台： 安全与合规管理委员会负责每年会对云服务商的SOC 安全资质报告进行审查，以检验云服务商的数据安全能力；云平台的数据进行严格保密	是	
		用户的联系方式、设备信息	存储于发行人的本地服务器数据库、大数据平台、第三方云平台数据库		是	
		用户的一键登录信息、设备信息、日志信息、联系方式	存储于发行人的本地服务器数据库		是	
	查询	用户使用产品时的查询记录	存储于发行人的本地服务器数据库、大数据平台		是	
	购买付费产品或服务	用户的订单开票数据	存储于发行人的第三方云平台文件存储服务器		是	
		用户的订单支付数据	存储于发行人的本地服务器数据库和第三方云平台数据库		是	
	其他	用户的网络状态数据	存储于发行人的本地服务器数据库、大数据平台		是	

发行人在开展 C 端业务时获取的用户相关数据均按照《用户个人信息安全管理规定》和《数据库安全管理规范》进行管理。数据安全部分，发行人严格管理存储用户数据的本地服务器数据库、大数据平台以及存储用户订单支付、开票数据的第三方云平台。境内用户数据全部存储于中国境内，不存在将境内数据流转至境外的情形。境外用户数据按照《通用数据保护条例》存储在公司的第三方云平台在境外的数据中心，并实行异地备份。C 端数据存储相关流程及内控措施得到有效执行。

③B 端数据存储方面的流程及内控措施

发行人在开展 B 端业务过程中，B 端业务主要为智能文字识别 B 端业务和商业大数据 B 端业务，对于智能文字识别 B 端业务，主要的流程为用户使用公司的智能文字识别的产品扫描后上传证照、票据、名片等样本图片。对于商业大数据 B 端业务，用户需要进行注册及登录（若有）、调用数据/上传信息/查询信息等。基于前述业务流程，B 端业务获取的数据及相应的内控措施如下：

发行人各项业务		具体流程	从客户获取、使用的各类数据	存储方式	内控及流程措施	内控是否有效
智能文字识别 B 端业务	基础技术服务	用户上传证照、票据、名片等样本图片	企业用户上传的证照、票据等样本图片	若客户使用发行人提供的公有云服务：存储于发行人的本地服务器数据库和第三方云平台数据库	(1) 内控制度： 制定了《数据库安全管理规范》，确定安全与合规部为个人信息保护负责人岗位，组织制定个人信息保护计划并督促落实、开展个人信息安全影响评估，并向安全与合规管理委员会报告 (2) 对于智能文字识别 B 端业务： 协议中已列明 B 端企业客户提供的企业数据、业务资料，以及发行人提供的技术内容、形式及要求。同时，协议中也明确约定了发行人及 B 端企业客户双方的保密义务 (3) 对于商业大数据 B 端业务： 协议中已列明发行人提供的技术内容、形式及要求，并明确为 B 端企业客户提供的自身企业的	是
	若客户使用发行人提供的私有化部署服务：数据存储于客户自己的数据库			是		
	标准化服务（名片全能王企业版 SaaS 软件服务）		企业用户上传的名片样本图片	存储于发行人的本地服务器数据库和第三方云平台数据库		是
	场景化解决方案		企业用户上传的证照、票据等样本图片	若客户使用发行人提供的公有云服务：存储于发行人的本地服务器数据库和第三方云平台数据库 若客户使用发行人提供的私有化部署服务：数据存储于		是

发行人各项业务		具体流程	从客户获取、使用的各类数据	存储方式	内控及流程措施	内控是否有效
				客户自己的数据库	相关数据、信息和资料。同时，协议中也明确约定了发行人及B端企业客户双方的保密义务	
商业大数据B端业务	基础数据服务	用户注册	企业客户的注册信息	存储于发行人的本地大数据平台、第三方云平台数据库、文件存储服务器		是
		用户登录	企业客户的登录信息			是
		调用数据API接口或数据包	企业客户的调用接口或数据包记录			是
	标准化服务（启信宝SaaS软件服务）	用户注册	企业客户的注册信息	存储于发行人的本地大数据平台、第三方云平台数据库、文件存储服务器		是
		用户登录	企业客户的登录信息			是
		用户查询	企业客户的查询记录			是
	场景化解决方案	用户上传	企业用户使用企业知识图谱时上传和产生的信息	存储于客户自己的数据库		是

发行人在开展 B 端业务时获取的用户相关数据均按照《数据管理规定》《数据库安全管理规范》进行管理，严格按照与 B 端用户签署的协议获取相关数据，不存在超出协议范围的情形。B 端境内用户数据全部存储于中国境内，不存在将境内数据流转至境外的情形。B 端境外用户数据按照《通用数据保护条例》存储在公司的第三方云平台在境外的数据中心，并实行异地备份。B 端数据存储相关流程及内控措施得到有效执行。

④数据使用

发行人主营业务		具体流程	使用的数据	内控及流程措施	内控是否有效
智能文字识别	C端APP（扫描全能王、名片全能王）			不涉及销售或交换的信息数据内容	
	B端基础技术服务、标准化服务（名片全能王企业版SaaS软件服务）、场景化解			不涉及销售或交换的信息数据内容	

发行人主营业务		具体流程	使用的数据	内控及流程措施	内控是否有效
	决方案				
商业大数据	C端APP (启信宝)	用户注册; 用户登录; 用户查询	工商信息、司法诉讼、法院公告、经营信息、行政及环保处罚、新闻舆情、知识产权、许可认证以及招投标数据、知识产权数据以及企业关系挖掘数据	(1) 从数据供应商获取数据: 制定《供应商准入制度》, 规定供应商的尽职调查流程, 以及涉及数据交互和个人信息处理的供应商管理流程, 并对涉及数据交互和个人信息处理的供应商的违规场景及相应采取的措施进行了定义及说明	是
	B端基础数据服务、标准化服务、场景化解决方案	用户注册; 用户登录; 用户查询		(2) 自动化访问获取的数据: 以政府信息公开平台为主, 不存在恶意爬取并侵犯第三方著作权、个人隐私、商业秘密等情形 (3) 定期核查: 对相关数据及数据库进行定期检查和综合评估, 确保数据均为公开信息、不存在个人信息及个人隐私数据	是

发行人在对商业大数据进行数据使用方面均按照内控制度及措施进行管理。对于数据库中的数据进行定期检查和综合评估, 确保数据均为公开信息, 不存在个人信息及个人隐私数据。数据使用相关流程及内控措施得到有效执行。

⑤数据持续管理

此外, 发行人在开展 C 端和 B 端业务时持续对数据安全及个人信息保护进行管理。数据安全方面, 对于 C 端业务, 发行人依据相关法律、法规制定了《隐私政策管理规范》, 以规范隐私政策的制定流程、标准和展示方式, 并明确了产品隐私政策编制和修订的场景, 包括新产品发布、产品功能变更、集成的第三方业务或功能变更、产品隐私政策所载明的事项变化、法律法规和政策的变化以及业务模式、信息系统或运行环境的变化, 并持续对涉及三款 APP 的隐私政策依照法律法规进行更新和编制。对于 B 端业务, 公司制定了《数据管理规定》《数据库安全管理规范》, 规定每年至少对业务数据库的库表、字段及数据示例进行一次分类分级筛选, 确保数据库的数据符合与数据供应商、B 端用户签署的协议和网站 Robots 协议。

个人信息保护方面, 公司制定了《用户个人信息安全管理规定》, 其中规定安全与合规部须定期 (至少每年一次) 对属于个人信息敏感岗位的相关人员开展个人信息

安全的专业化培训和考核，其内容包含个人信息安全职责，以确保相关人员熟练掌握个人信息保护政策和相关规程。被培训人员在培训完成后均须通过培训考核。公司还定期开展数据保护及隐私合规培训。

(2) 发行人符合数据安全、数据合规相关法律法规和政策文件的规定

1) 发行人不属于关键信息基础设施的运营者，发行人的主营业务无需按规定进行安全背景审查和网络安全审查

①法律法规规定

法律法规规定	具体条款
《中华人民共和国数据安全法》 (2021年9月1日起施行)	第二十四条：国家建立数据安全审查制度，对影响或者可能影响国家安全的数据处理活动进行国家安全审查
《中华人民共和国网络安全法》 (2017年6月1日起施行)	第三十五条：关键信息基础设施的运营者采购网络产品和服务，可能影响国家安全的，应当通过国家网信部门会同国务院有关部门组织的国家安全审查
《关键信息基础设施安全保护条例》 (2021年9月1日起施行)	第二条：本条例所称关键信息基础设施，是指公共通信和信息服务、能源、交通、水利、金融、公共服务、电子政务、国防科技工业等重要行业和领域的，以及其他一旦遭到破坏、丧失功能或者数据泄露，可能严重危害国家安全、国计民生、公共利益的重要网络设施、信息系统等
	第十四条：运营者应当设置专门安全管理机构，并对专门安全管理机构负责人和关键岗位人员进行安全背景审查。审查时，公安机关、国家安全机关应当予以协助
《网络安全审查办法》 (2022年2月15日起施行)	第一条：为了确保关键信息基础设施供应链安全，保障网络安全和数据安全，维护国家安全，根据《中华人民共和国国家安全法》、《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《关键信息基础设施安全保护条例》，制定本办法
	第二条：关键信息基础设施运营者采购网络产品和服务，网络平台运营者开展数据处理活动，影响或者可能影响国家安全的，应当按照本办法进行网络安全审查

②公司基本情况

公司的主营业务中，智能文字识别业务为 C 端和 B 端客户提供基于自客户渠道获取的各类文档图像的智能扫描及文字识别服务，商业大数据业务为 C 端和 B 端客户提供基于公开或客户渠道获取的企业数据而提供大数据挖掘及分析服务，互联网广告推广业务为 B 端广告客户提供广告营销服务，手机厂商技术授权业务为手机厂商提供文

字识别技术模块授权服务。

公司的主营业务不属于《关键信息基础设施安全保护条例》所提的“公共通信和信息服务、能源、交通、水利、金融、公共服务、电子政务、国防科技工业等重要行业和领域”，也不属于“其他一旦遭到破坏、丧失功能或者数据泄露，可能严重危害国家安全、国计民生、公共利益的重要网络设施、信息系统等”领域，因此公司不属于关键信息基础设施的运营者，无需按照《关键信息基础设施安全保护条例》规定进行安全背景审查，也无需按照《数据安全法》《网络安全法》《网络安全审查办法》规定主动进行安全审查。

2) 发行人符合数据安全、数据合规相关法律法规和政策文件的规定

根据上海市瑛明律师事务所、北京市中伦律师事务所分别出具的《关于上海合合信息科技股份有限公司数据安全管理的尽职调查报告》，截至评估基准日 2021 年 9 月 30 日、**2022 年 6 月 30 日**，发行人在所有重大方面符合了《网络安全法》《个人信息保护法》《数据安全管理办法（征求意见稿）》《数据安全法》等上述所列明的法律法规和相关指南的规定。

发行人的 C 端业务三款 APP 获取、使用的数据均为用户自主输入或通过第三方组件采集。对于用户自主输入的注册信息、自主上传文档、自主上传图片信息、订单支付数据、一键登录信息、联系方式、设备信息等数据，前述数据均在 C 端 APP 的《个人信息收集清单》《第三方信息数据共享清单》《隐私政策》《儿童隐私保护指引》《用户协议》《应用权限说明》（以下统称“隐私政策”）中明确列示，发行人在用户勾选并授权同意隐私政策后方可采集。

2021 年 11 月 3 日工信部信息通信管理局通报 38 款 APP 超范围索取权限、过度收集用户个人信息等问题，启信宝 APP 在华为应用市场的 8.1.1.0 版本被指超范围收集个人信息。用户勾选并同意隐私政策后，发行人通过使用 IMEI 对用户账号和设备进行匹配，该信息收集并未超出启信宝 APP 在华为应用市场的 8.1.1.0 版本的隐私政策的范围。但由于 APP 数据合规相关的行业标准及执行口径不断调整、日益变化，使得发行人未能及时跟上行业检测标准在实践中的应用。因此，报告期内发行人在 C 端业务中所获取、使用的各类信息数据不存在超出隐私政策的情形，也不存在违反相关法律法

规的情形。

就上述事宜，公司已根据工信部信息通信管理局的整改要求在全国 APP 技术检测平台提交了 APP 复测版本；启信宝 APP 业务的运营主体上海生腾已按照要求出具《企业自律承诺函》，承诺定期进行 APP 的个人信息保护合规自查、保障用户权益、规范 APP 内共享信息的情况、严格上架审核等。发行人已于 2021 年 11 月 8 日通过全国 APP 技术检测平台提交《整改报告》，并于 2021 年 12 月 10 日收到《启信宝 APP 复测问题列表》。根据《启信宝 APP 复测问题列表》，复测结果为“整改完成”，即通过全国 APP 技术检测平台的复测，发行人已在工信部信息通信管理局的规定期限内完成整改。

发行人在智能文字识别 B 端业务中，与 B 端企业客户签订相关协议后，根据协议具体内容，由 B 端企业客户自主提供各类文档样本图片，以便发行人提供各类文档智能文字识别的基础技术服务、名片全能王企业版 SaaS 软件服务及场景化解决方案服务。

发行人商业大数据 B 端业务中，与 B 端企业客户签订相关协议后，根据协议具体内容基于公开或客户渠道获取的企业数据提供基础数据服务、标准化服务（启信宝 SaaS 软件服务）及场景化解决方案。商业大数据 B 端业务获取、使用的是 B 端企业用户的注册、登录信息以及使用服务时留存的查询记录。该信息仅作为 B 端企业用户注册及登录账号使用、便于发行人为客户定向提供具体的基础数据及标准化服务。

发行人的智能文字识别和商业大数据 B 端业务的协议中已列明 B 端企业客户提供的企业数据、业务资料，以及发行人提供的技术内容、形式及要求。同时，协议中也明确约定了发行人及 B 端企业客户双方的保密义务。因此发行人在 B 端业务获取、使用的数据不存在超出与 B 端企业客户签署协议范围外的情形，发行人按相关协议要求履行合同，与 B 端客户不存在纠纷或潜在纠纷。

保荐机构、发行人律师已访谈上海市公安局静安分局网络安全保卫支队，其已确认发行人在报告期内不存在因数据采集、购买、保管、使用、销售等事宜违反网络信息安全相关的法律、法规和规范性文件的情形，不存在因网络信息安全方面的违法违规行为而受到行政处罚或因涉嫌违法违规而被立案调查。发行人符合数据安全、数据合规相关法律法规和政策文件的规定，报告期内发行人在 C 端业务中所获取、使用的

各类信息数据不存在超出隐私政策的情形、发行人在 B 端业务中所获取、使用的各类信息数据不存在超出相关协议的情形，C 端和 B 端业务均不存在违反相关法律法规的情形。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、业务经营相关风险”之“（二）行业政策变化”补充披露如下：

公司所处行业具体细分领域为人工智能及大数据软件领域，国家颁布了《个人信息保护法》《数据安全法》《数据安全管理办法（征求意见稿）》《App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》《关于加强科技伦理治理的指导意见》等多项法律法规及产业政策，不断加强对数据安全、人工智能领域科技伦理治理的规范要求并提升对个人隐私的保护力度。虽然目前发行人的主营业务不涉及科技伦理敏感领域，若未来行业监管政策发生变化，或已有的行业政策及标准发生更新，而公司不能及时适应或满足未来可能更新或出台的监管政策标准，将对公司的持续经营及业务合规性产生不利影响。

二、请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查并发表明确意见。

（一）对上述事项进行核查并发表明确意见

1、核查程序

保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

（1）查阅《中华人民共和国行政处罚法》《市场监督管理行政处罚程序规定》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规的规定。

（2）查阅《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》《数据安全管理办法（征求意见稿）》等法律法规的规定及要求，并与发行人的数据管理情况进行对比。

（3）查阅《互联网信息服务管理办法》，确认发行人的商业大数据业务、互联网广告推广业务提供了互联网信息服务。

（4）查阅《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016）》《战略性新兴产业分类（2018）》，确认发行人的行业

分类情况。

(5) 查阅《关于加强科技伦理治理的意见》及中华人民共和国科技部《关于加强科技伦理治理的意见》的解读。

(6) 获取并查阅发行人《用户个人信息安全管理规定》《数据库安全管理规范》《安全与合规管理制度》《数据安全管理制度》《通过自动化访问获取数据操作规范》等相关内控制度。

(7) 获取并查阅公司数据安全管理的总结报告、信息安全培训资料、内部控制等相关底稿材料。

(8) 获取并查阅上海市瑛明律师事务所出具的《关于上海合合信息科技股份有限公司数据安全管理的尽职调查报告》，以及北京市中伦律师事务所出具的《关于上海合合信息科技股份有限公司数据安全管理的尽职调查报告》。

(9) 获取并查阅发行人 C 端 APP 中的《个人信息收集清单》《第三方信息数据共享清单》《隐私政策》《儿童隐私保护指引》《用户协议》《应用权限说明》。

(10) 获取并查阅发行人与报告期内前十大 B 端企业客户签署的相关合同及协议。

(11) 获取并查阅工信部信息通信管理局《关于 APP 超范围索取权限、过度收集用户个人信息等问题“回头看”的通报》及发行人提交的《整改报告》。

2、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

(1) 发行人接受上海市市场监督管理局调查核实的事项不构成本次发行上市的实质障碍。

(2) 发行人主营业务中的商业大数据和互联网广告推广业务提供了互联网信息服务，智能文字识别业务、手机厂商技术授权业务未提供互联网信息服务，发行人不属于互联网企业。发行人的业务及核心技术均不涉及科技伦理敏感领域。发行人关于数据安全、个人信息保护的具体制度、流程措施、内部控制进行了有效的执行，符合数据安全、个人信息保护等相关法律法规和政策文件的规定。报告期内发行人在 C 端业

务中所获取、使用的各类信息数据不存在超出隐私政策的情形、发行人在 B 端业务中所获取、使用的各类信息数据不存在超出相关协议的情形，C 端和 B 端业务均不存在违反相关法律法规的情形。

2.关于启信宝市场地位

根据二轮问询回复：商业大数据 C 端 APP 市场存在一定的同质化竞争情况，主要竞争对手天眼查与企查查近几年在广告宣传方面投入了较大力度的资源，竞争激烈，百度上线了自有的企业查询平台“爱企查”，进一步加剧了行业竞争。

请发行人披露：结合启信宝的市场占有率，与同类产品的功能、性能对比情况等，客观披露启信宝的市场地位和竞争劣势，完善相关风险揭示内容。

回复：

一、请发行人披露：结合启信宝的市场占有率，与同类产品的功能、性能对比情况等，客观披露启信宝的市场地位和竞争劣势，完善相关风险揭示内容。

（一）结合启信宝的市场占有率，与同类产品的功能、性能对比情况等，客观披露启信宝的市场地位和竞争劣势

1、启信宝 APP 的市场占有率、市场地位

根据灼识咨询，2021 年中国商业大数据 C 端产品市场规模为 33.4 亿元，可进一步分为一级市场商业信息查询 C 端 APP（以企查查、天眼查、启信宝、爱企查等企业为主，以下简称为“商业信息查询 C 端市场”）与二级市场大数据查询 C 端 APP（以同花顺、大智慧、东方财富等企业为主）两个细分市场，其中中国商业信息查询 C 端 APP 按照已实现收入角度统计，2021 年的市场规模已达到 10.4 亿元，预计 2021 至 2026 年年复合增速为 22.1%。近几年我国政府愈加重视第三方征信在社会信用体系建设的重要作用，随着社会整体信用意识的提升，个人用户在商业谈判、产品营销、求职、投资、采购等多种场景均对查询企业商业大数据具有需求，商业信息查询 C 端企业利用大数据挖掘技术，带来更丰富、深入的商业信息分析维度，商业信息查询 APP 的用户群体逐渐扩大，覆盖行业包括金融、律师、媒体、工业、零售等。根据灼识咨询研究，中国商业信息查询 C 端市场的用户规模正不断扩大，付费率正逐步提升，预估未来长期内的可触达市场（Total addressable market）接近 80 亿元⁵。

由于商业大数据行业的大数据挖掘、知识图谱等技术壁垒较高，且数据采集投入较高，并且商业大数据企业如果涉足商业信息查询 C 端领域，需要通过一定的营销推

⁵基于 2021 年市场总月活约 4 亿、预计未来长期可达到的月活付费率 5.5%、平均客单价为 360 元/年而估算

广和用户积累树立公正、可信赖、具有知名度的品牌形象，因此商业信息查询 C 端市场竞争格局相对集中。根据灼识咨询，APP 市场集中度较高，2021 年中国商业信息查询 C 端市场中市场占有率前三名分别为企查查、天眼查、启信宝三家，三家合计的市场占有率超过 85%，其中启信宝的市场占有率约为 7%。中国商业信息查询 C 端 APP 领域其他参与者收入规模均较小（百度旗下的爱企查于 2022 年 5 月上线付费会员，之前以免费策略为主），其余单个最大企业的市场占有率不超过 2%。

2、启信宝 APP 与同类产品的功能、性能等方面的对比情况

	业务模式	技术路线
启信宝	C 端与 B 端业务的营收相对均衡，C 端 APP 产品以 VIP 会员费为主，在 B 端基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案已积累了近 30 个行业的客户案例，已经在 B 端业务方面探索出了成熟的路径，头部客户资源丰富	多源异构的超大规模动态知识图谱构建技术、超大规模知识图谱推理与挖掘技术、大数据搜索与分析技术等
企查查	营收以 C 端 APP 产品的 VIP 会员费为主，同时也在布局 B 端服务，提供数据 API、定制数据等服务	大数据挖掘、深度学习、特征抽取和图构建、NLP 等技术
天眼查	营收以 C 端 APP 产品的 VIP 会员费为主，同时也在布局 B 端服务，提供数据 API、企业版、金融领域定制化解决方案等服务	通过 NLP、统计学习等方法，对企业数据进行实体抽取、消歧、对齐与推理，将分散的商业信息实现统一表征
爱企查	主营业务以 C 端 APP 为主，2022 年 5 月之前未采用 VIP 付费模式，定位为“专业免费的企业信息查询平台”，2022 年 5 月上线 VIP 付费会员	依托百度的人工智能和大数据技术

注：上述信息来自企业官网、百度百科等公开渠道查询信息

如上表所示，除了在 B 端业务方面有一定差别之外，企查查、天眼查、爱企查在 C 端业务的业务模式、技术路线等方面相较启信宝具有可比性，因此将企查查、天眼查、爱企查的 C 端业务作为启信宝 APP 的同类产品进行具体的横向对比。

在性能方面，数据覆盖度、数据准确性、数据查询速度是影响商业信息查询 APP 使用体验与服务质量的重要因素，但由于各家企业未公开披露口径一致的信息，所以发行人仅可通过公开信息横向比较启信宝与同类企业的数据覆盖度，如下表所示，各家企业的统计口径有一定差异：

	C 端产品的数据覆盖度
启信宝	汇集境内 2.3 亿家企业等组织机构的超过 1,000 亿条实时动态数据，提供包括工商、股权、司法涉诉、失信、舆情、资产等超过

	C 端产品的数据覆盖度
	1,000 个数据特征标签
企查查	根据新京报 2020 年初报道，企查查已涵盖 2 亿家企业数据，汇集了目前国内市场上的 80 个产业链，8,000 个行业，6,000 个市场以及 4 亿的全球企业数据
天眼查	根据官网，天眼查已覆盖 300 余种数据维度，涵盖企业背景、实际控制人、对外投资、融资历史、股权结构、法律诉讼等角度，汇集了 2.8 亿家社会实体（含企业、事业单位、基金会、学校、律所等）
爱企查	共覆盖 2 亿+主体，130+项数据维度

注：上述信息来自企业官网、百度百科等公开渠道查询信息

在功能方面，多元维度的数据查询功能与增值服务功能是影响商业信息查询 APP 使用体验与服务质量的重要因素，前述 APP 产品付费会员可使用的主要功能比较如下：

C 端产品的主要功能比较	启信宝	企查查	天眼查	爱企查
查询关联企业	√	√	√	√
查询股权穿透信息	√	√	√	√
查询最终受益人	√	√	√	√
查询所属集团信息	√	√	√	√
查询疑似实控人	√	√	√	√
查询司法案件	√	√	√	√
查询招投标信息	√	√	√	√
查询融资信息	√	√	√	√
查询知识产权信息	√	√	√	√
查供应链信息	√	√	√	√
高级搜索	√	√	√	√
企业风险扫描	√	√	√	√
持续监控公司信息	√	√	√	√
批量导出企业信息	√	√	√	√
导出企业深度报告	√	√	√	√
同行竞品分析	√	√	√	√

注：上述信息来自四款 APP 产品 2022 年 6 月初的公开信息

如前述表格所示，中国商业信息查询 C 端 APP 市场存在一定的同质化竞争情况，

前述企业的主体数据来源均采取工商司法等公开披露的企业信息，虽然在数据覆盖度、特色数据库、APP 技术路线方面存在差异化的细节，但从用户感知角度来说，在产品功能方面的相似度较高，均为用户提供多元维度数据查询、挖掘和分析服务，用户切换成本相对较低，市场竞争激烈。

3、启信宝 APP 面临的市场竞争及主要竞争劣势

中国商业信息查询 C 端市场竞争激烈，因此行业内企业需要通过加大推广的方式提高用户影响力、品牌认知度来保持用户规模 and 市场份额，如下表所示：

产品名称	市场营销投入
启信宝	<p>启信宝未聘请代言人，主要采取流量推广等方式进行宣传推广，2017年、2018年、2019年、2020年、2021年、2022年1-6月各期启信宝广告宣传费分别为525.93万元、930.29万元、5,925.35万元、7,095.48万元、6,384.77万元和1,585.39万元</p>
企查查	<p>企查查近几年在广告宣传方面投入了较大力度的资源，比如聘请了代言人、电梯广告投放等</p>  <p>The image shows a blue advertisement for Qichacha. At the top, it says '企查查-专业的商业信息服务平台 官方' (Qichacha - Professional Business Information Service Platform Official). Below that, a man in a suit is shown with the text '首席查询官' (Chief Query Officer). The main text reads '查企业上企查查 信息更全更专业' (Check companies on Qichacha, information is more complete and more professional). At the bottom, there are three images of Qichacha elevator advertisements.</p>
天眼查	<p>天眼查近几年在广告宣传方面投入了较大力度的资源，比如聘请了代言人、地铁广告投放等。根据公开信息检索，天眼查在2017年至2019年期间在全国各地投入近2亿元资金通过地铁广告、微信推送、影视植入等线上、线下方式大范围宣传和推广天眼查</p>  <p>The image shows a blue advertisement for Tianyancha. At the top, it says '天眼查：更专业的商业查询平台 官方' (Tianyancha: More professional business query platform Official). Below that, four people are shown holding a smartphone with the Tianyancha logo. The main text reads '查商业 用天眼查' (Check business, use Tianyancha). Below that, it says '国家中小企业发展子基金旗下, 3亿用户在用的商业查询平台, 提供免费的商业查询服务' (Under the National Small and Medium Enterprise Development Sub-fund, 300 million users use the business query platform, providing free business query services). At the bottom, there is an orange button that says '进入官网' (Enter official website).</p>

产品名称	市场营销投入
	
<p style="text-align: center;">爱企查</p>	<p>2020年8月百度上线了自有的企业查询平台“爱企查”，面向C端用户提供企业信息查询服务。在“百度搜索”中搜索某家企业的全称，爱企查的导流链接一般位于搜索结果的前列，基于百度在网页版搜索引擎的流量优势，爱企查用户的发展速度较快</p> 

尽管启信宝在市场中起步较早，产品经过多年打磨用户体验优良，位居中国商业信息查询 C 端 APP 市场第三名，建立了一定用户规模和品牌效应，但其主要竞争对手或在近年不断加大市场营销投入、或凭借大型互联网搜索平台的用户流量优势因此获客成本较低，启信宝相比主要竞争对手的主要竞争劣势是：

(1) 启信宝在商业信息查询 C 端市场的市场占有率与行业前两名存在一定差距，主要是由于启信宝 C 端 APP 收入占发行人比重较小，且未能在确定竞争格局的早期阶段大规模进行营销推广，与之相比，商业信息查询 C 端业务是企查查、天眼查的核心业务，在营销资金的投入方面最为优先，其在发展早期阶段在广告宣传方面投入了大量资金。报告期内启信宝 APP 仅为公司多元化业务矩阵中的一项业务（2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月启信宝 C 端 APP 收入占公司总收入比重约为 14.39%、11.69%、9.08%、8.50%），在营销资金投入的优先级方面公司需要综合考虑其他业务的资金需要。启信宝 2015 年上线后，在商业信息查询 C 端市场逐步确定竞争

格局的关键时期（2017-2019年），启信宝市场营销投入与企查查、天眼查存在较大差距（2017-2019年启信宝广告宣传费用合计为7,381.57万元，根据公开信息检索，天眼查在2017-2019年期间在全国各地投入近2亿元资金进行宣传推广），导致启信宝在初期用户积累方面存在一定劣势，市场占有率位居行业第三名且与行业前两名存在一定差距，报告期月活水平、新增付费转化率及付费用户比例呈下降趋势，未来存在品牌知名度下降、用户流失或转移至其他竞品的风险；

（2）启信宝在用户流量获取方面相较企查查具有劣势，具体表现为启信宝的广告宣传费与收入金额的规模较为接近，与之相比，企查查具有百度搜索引擎的导流优势。

考虑到启信宝的上述竞争劣势，且市场的同质化竞争预计将短期内持续存在，因此启信宝APP存在短期内无法盈利的风险。

尽管启信宝APP存在一定竞争劣势，且存在短期无法盈利的风险，但考虑到启信宝C端与B端业务的协同性，启信宝C端业务在发行人业务矩阵中具有重要意义：

（1）在研发投入方面，启信宝APP以商业大数据技术为核心，在算法打磨、实际应用场景的落地方面均形成深厚积累，为后续发展B端企业服务、将大数据技术在不同行业场景上实现真正的商业落地奠定了技术基础；（2）在营销方面，启信宝APP用户是公司商业大数据业务口碑的重要传播者，启信宝APP的忠诚用户可能是商业大数据B端客户的关键决策者，其在使用启信宝APP时可通过优质且流畅的用户体验对公司的技术能力、服务质量产生良好的印象，例如公司在启信宝企业版SaaS软件客户开发的过程中会遇到公司启信宝APP的忠实用户，而启信宝APP与企业版在底层技术、功能设计方面具有一定相似之处，因此B端客户可以迅速理解启信宝企业版的技术优势和服务价值。

发行人已将上述关于启信宝的市场占有率、市场地位、与同类产品的功能及性能对比情况、竞争劣势分析在招股说明书“第六节业务和技术”之“二、公司所处行业的基本情况”及“（五）行业竞争格局、公司在行业中的竞争地位及主要竞争对手”之“2、商业大数据行业”进行补充披露：

根据灼识咨询，2021年中国商业大数据C端产品市场规模为33.4亿元，可进一步分为一级市场商业信息查询C端APP（以企查查、天眼查、启信宝、企查查等企业为

主，以下简称为“商业信息查询 C 端市场”）与二级市场大数据查询 C 端 APP（以同花顺、大智慧、东方财富等企业为主）两个细分市场，其中中国商业信息查询 C 端 APP 按照已实现收入角度统计，2021 年的市场规模已达到 10.4 亿元，预计 2021 至 2026 年年复合增速为 22.1%。近几年我国政府愈加重视第三方征信在社会信用体系建设的重要作用，随着社会整体信用意识的提升，个人用户在商业谈判、产品营销、求职、投资、采购等多种场景均对查询企业商业大数据具有需求，商业信息查询 C 端企业利用大数据挖掘技术，带来更丰富、深入的商业信息分析维度，商业信息查询 APP 的用户群体逐渐扩大，覆盖行业包括金融、律师、媒体、工业、零售等。根据灼识咨询研究，中国商业信息查询 C 端市场的用户规模正不断扩大，付费率正逐步提升，预估未来长期内的可触达市场（Total addressable market）接近 80 亿元⁶。

由于商业大数据行业的大数据挖掘、知识图谱等技术壁垒较高，且数据采集投入较高，并且商业大数据企业如果涉足商业信息查询 C 端领域，需要通过一定的营销推广和用户积累树立公正、可信赖、具有知名度的品牌形象，因此商业信息查询 C 端市场竞争格局相对集中。根据灼识咨询，2021 年中国商业信息查询 C 端市场中市场占有率前三名分别为企查查、天眼查、启信宝三家，三家合计的市场占有率超过 85%，其中启信宝的市场占有率约为 7%。中国商业信息查询 C 端 APP 领域其他参与者收入规模均较小（百度旗下的爱企查于 2022 年 5 月上线付费会员，之前以免费策略为主），其余单个最大企业的市场占有率不超过 2%。

	业务模式	技术路线	C 端产品的营销与获客	C 端产品的数据覆盖度	C 端产品的主要功能比较
启信宝	C 端与 B 端业务的营收相对均衡，C 端 APP 产品以 VIP 会员费为主，在 B 端基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案已积累了近 30 个行业的客户案例，已经在 B 端业务方面探索出了成熟的路径，头部客户资源丰富	多源异构的超大规模动态知识图谱构建技术、超大规模知识图谱推理与挖掘技术、大数据搜索与分析技术等	未聘请代言人，主要采取流量推广等方式进行宣传推广，2017 年、2018 年、2019 年、2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月各期广告宣传费分别为 525.93 万元、930.29 万元、5,925.35 万元、7,095.48 万元和 6,384.77 万元和 1,585.39 万元	汇集境内 2.3 亿家企业等组织机构的超过 1,000 亿条实时动态数据，提供包括工商、股权、司法涉诉、失信、舆情、资产等超过 1,000 个数据特征标签	付费会员可使用的主要功能基本相似，主要包括： - 查询关联企业 - 查询股权穿透信息 - 查询最终受益人 - 查询所属集团信息 - 查询疑似实控人 - 查询司法案件 - 查询招投标信息 - 查询融资信息 - 查询知识产权
企查查	营收以 C 端 APP 产品的 VIP 会员费为主，同时也在布局 B 端服务，提供数	大数据挖掘、深度学习、特征抽取和图构建、NLP 等技术	近几年在广告宣传方面投入了较大力度的资源，比如聘请了代言人、电梯	根据新京报 2020 年初报道，企查查已涵盖 2 亿家企业数据，汇集了目前国	

⁶基于 2021 年市场总月活约 4 亿、预计未来长期可达到的月活付费率 5.5%、平均客单价为 360 元/年而估算

	业务模式	技术路线	C端产品的营销与获客	C端产品的数据覆盖度	C端产品的主要功能比较
	据 API、定制数据等服务		广告投放等	内市场中的 80 个产业链，8000 个行业，6000 个市场以及 4 亿的全球企业数据	信息 - 查供应链信息 - 高级搜索 - 企业风险扫描 - 持续监控公司信息 - 批量导出企业信息 - 导出企业深度报告 - 同行竞品分析
天眼查	营收以 C 端 APP 产品的 VIP 会员费为主，同时也在布局 B 端服务，提供数据 API、企业版、金融领域定制化解决方案等服务	通过 NLP、统计学习等方法，对企业数据进行实体抽取、消歧、对齐与推理，将分散的商业信息实现统一表征	近几年在广告宣传方面投入了较大力度的资源。根据公开信息检索，天眼查在 2017 年至 2019 年期间在全国各地投入近 2 亿元资金通过地铁广告、微信推送、影视植入等宣传和推广天眼查	根据官网，天眼查已覆盖 300 余种数据维度，涵盖企业背景、实际控制人、对外投资、融资历史、股权结构、法律诉讼等角度，汇集了 2.8 亿家社会实体（含企业、事业单位、基金会、学校、律所等）	
企查查	主营业务以 C 端 APP 为主，2022 年 5 月之前未采用 VIP 付费模式，定位为“专业免费的企业信息查询平台”，2022 年 5 月上线付费会员	依托百度的人工智能和大数据技术	依托百度搜索引擎的流量优势，在“百度搜索”中搜索某家企业的全称，企查查的导流链接一般位于搜索结果的前列	共覆盖 2 亿+主体，130+项数据维度	

注：上述信息来自企业官网、百度百科等公开渠道查询信息；各家企业对数据覆盖度的统计口径有一定差异，发行人仅可通过公开信息横向比较；主要功能信息截至 2022 年 6 月初

如上表所示，除了在 B 端业务方面有一定差别之外，企查查、天眼查、爱企查在 C 端业务的业务模式、技术路线等方面相较启信宝具有可比性，因此将企查查、天眼查、爱企查的 C 端业务作为启信宝 APP 的同类产品进行具体的横向对比。在 C 端产品方面，前述企业存在一定的同质化竞争情况，主体数据来源均采取工商司法等公开披露的企业信息，虽然在数据覆盖度、特色数据库、APP 技术路线方面存在差异化的细节，但从用户感知角度来说，在产品功能方面的相似度较高，均为用户提供多元维度数据查询、挖掘和分析服务，用户切换成本相对较低，市场竞争激烈。因此行业内企业需要通过加大宣传推广的方式提高用户影响力、品牌认知度来保持用户规模和市场份额。

尽管启信宝在市场中起步较早，产品经过多年打磨用户体验优良，位居中国商业信息查询 C 端 APP 市场第三名，建立了一定用户规模和品牌效应，但其主要竞争对手或在近年不断加大市场营销投入、或凭借大型互联网搜索平台的用户流量优势因此获客成本较低，启信宝相比主要竞争对手的主要竞争劣势是：（1）启信宝在商业信息查

询 C 端市场的市场占有率与行业前两名存在一定差距，主要是由于启信宝 C 端 APP 收入占发行人比重较小，且未能在确定竞争格局的早期阶段大规模进行营销推广，与之相比，商业信息查询 C 端业务是企查查、天眼查的核心业务，在营销资金的投入方面最为优先，其在发展早期阶段在广告宣传方面投入了大量资金；（2）启信宝在用户流量获取方面相较企查查具有劣势，具体表现为启信宝的广告宣传费与收入金额的规模较为接近，与之相比，企查查具有百度搜索引擎的导流优势，具体详见招股说明书“第六节业务和技术”之“二、公司所处行业的基本情况”及“公司竞争地位”之“（六）公司的竞争优势与劣势”之“2、竞争劣势”。考虑到启信宝的上述竞争劣势，且市场的同质化竞争预计将短期内持续存在，因此启信宝 APP 存在短期内无法盈利的风险。

商业大数据 B 端企业服务市场的集中度相对低于 C 端市场，参与者包括本土大数据企业以及跨国企业的国内子公司。本土商业大数据 2B 服务商主要由启信宝、企查查、天眼查、中数智汇以及一些垂直领域大数据服务商。商业大数据 B 端服务包括企业基础数据服务、标准化企业 SaaS 服务、场景化解决方案，在这三块子领域，合合信息的启信宝数据业务都有明显竞争优势，特别场景化解决方案优势非常明显，主要体现在业务规模、客户资源积累、行业多元化程度、B 端服务丰富度等方面，启信宝企业基础数据服务、标准化企业 SaaS 服务、场景化解决方案三个子领域服务在各重要行业如金融、制造、科技、政府等行业均积累了多个头部标杆性的客户案例，拥有不同行业的客户资源，具有较强的竞争力，领先于主要的竞争对手。跨国企业以邓白氏、益博睿为代表，跨国征信巨头的国际公信力更高、业务规模实力更强，目前在中国商业大数据领域主要服务国内头部大型机构与拥有涉外业务的企业客户，尽管其成立了国内子公司，但在国内分部经营自主权、国内数据获取等方面的竞争力相对不高，且收费价格相对较高。

公司在商业大数据行业内主要竞争对手如下：

公司名称	公司简介	在中国商业大数据领域的产品与服务
中数智汇	北京中数智汇科技股份有限公司是一家信用科技与大数据服务提供商，通过构建数据采集平台、智能大数据平台和面向客户的 BIdata 商业智能平台，为客户提供综合查询、风控反欺诈、关联洞察、反洗钱、商业智能和解决方案类服务。	通过服务平台以标准 API 接口为主的形式提供给银行、互联网、征信、保险、电信运营商等行业客户。 无 C 端 APP 产品。 2019 年总收入为 13,202.38 万元，净利润为 5,023.21 万元；

公司名称	公司简介	在中国商业大数据领域的产品与服务
		2020年1-6月总收入为6,765.52万元，净利润为2,796.51万元。
企查查	企查查科技有限公司成立于2014年，基于完全公开的全国工商信息、诉讼信息、知识产权信息等维度，为用户提供一站式查询服务。通过对数据的深度分析，挖掘企业、高管之间的关联关系，帮助普通用户详实了解合作公司，预防潜在风险。	营收以C端APP产品的VIP会员费为主，同时也在布局B端服务，提供数据API、定制数据等服务。
天眼查	北京金堤科技有限公司成立于2014年，专注于个人与企业信息查询，围绕企业提供多元数据维度的信息，构建了集数据采集、数据清洗、数据聚合、数据建模、数据产品化为一体的大数据解决方案。	营收以C端APP产品的VIP会员费为主，同时也在布局B端服务，提供数据API、企业版、金融领域定制化解决方案等服务。
爱企查	百度集团旗下的爱企查(海南)征信有限公司成立于2021年，依托百度的人工智能和大数据技术，通过对企业监管、经营行为、市场反馈、关系网络等信息的全面及时的专业解读，提供真实快速的企业信息查询服务，为用户多角度解析企业风险与机遇。	主营业务以C端APP为主，2022年5月之前未采用VIP付费模式，定位为“专业免费的企业信息查询平台”，2022年5月上线VIP付费会员。
邓白氏 (Dun & Bradstreet)	邓白氏集团成立于1841年，是国际征信巨头之一，拥有的九位数字企业身份标识码，被广泛应用于企业识别和商业信息的组织及整理。上海华夏邓白氏商业信息咨询有限公司是邓白氏在中国的子公司，主要经营商务咨询服务、企业征信服务等，通过高价值的商业洞察专注于企业运营风险管理，帮助企业提升营收、削减成本、管控风险以及实现业务转型，为客户提供及时、准确、富有洞察力的商业信息以及定制化的风险管理解决方案。	为数千家在华跨国集团及中国本土企业提供全球商业信息，以及定制化风险管理解决方案。 无C端APP产品。
益博睿 (Experian)	益博睿集团成立于1996年，是国际征信巨头之一，为遍布90多个国家的机构客户提供数据和决策分析服务。益博睿征信(北京)有限公司是其在中国的子公司，主要经营商务咨询服务、企业征信服务等，通过高价值的商业洞察专注于企业运营风险管理，帮助企业提升营收、削减成本、管控风险以及实现业务转型，为客户提供及时、准确、富有洞察力的商业信息以及定制化的风险管理解决方案。	提供企业尽职调查、企业信用调查、企业信用监控、决策分析、精准营销等B端服务。 无C端APP产品。
金电联行	金电联行(北京)信息技术有限公司的主要业务是通过基于大数据理论和云计算创建的客观信用评价体系为中小微企业提供信用融资授信服务，同时为金融机构提供量化风险管理、为政府社会信用体系建设提供服务的技术型高新科技企业。	提供企业征信、风控以及相关数据中台与技术中台等B端服务。 无C端APP产品。

注：除中数智汇外，上述企业的中国商业大数据业务无公开披露的财务数据，上述信息来自公开渠道查询信息；中数智汇的财务数据来自其招股说明书

尽管启信宝 APP 存在一定竞争劣势，且存在短期无法盈利的风险，但考虑到启信宝 C 端与 B 端业务的协同性，启信宝 C 端业务在发行人业务矩阵中具有重要意义：

(1) 在研发投入方面，启信宝 APP 以商业大数据技术为核心，在算法打磨、实际应用场景的落地方面均形成深厚积累，为后续发展 B 端企业服务、将大数据技术在不同行业场景上实现真正的商业落地奠定了技术基础；(2) 在营销方面，启信宝 APP 用户是公司商业大数据业务口碑的重要传播者，启信宝 APP 的忠诚用户可能是商业大数据 B 端客户的关键决策者，其在使用启信宝 APP 时可通过优质且流畅的用户体验对公司的技术能力、服务质量产生良好的印象，例如公司在启信宝企业版 SaaS 软件客户开发的过程中会遇到公司启信宝 APP 的忠实用户，而启信宝 APP 与企业版在底层技术、功能设计方面具有一定相似之处，因此 B 端客户可以迅速理解启信宝企业版的技术优势和服务价值。

发行人已将上述关于启信宝的竞争劣势分析在招股说明书“第六节业务和技术”之“二、公司所处行业的基本情况”及“（六）公司的竞争优势与劣势”之“2、竞争劣势”进行补充披露：

目前，公司在商业大数据 C 端 APP 市场的启信宝业务面临来自天眼查、企查查、爱企查等企业的竞争，启信宝相比主要竞争对手的主要竞争劣势是：

(1) 启信宝在商业信息查询 C 端市场的市场占有率与行业前两名存在一定差距，主要是由于启信宝 C 端 APP 收入占发行人比重较小，且未能在确定竞争格局的早期阶段大规模进行营销推广，与之相比，商业信息查询 C 端业务是企查查、天眼查的核心业务，在营销资金的投入方面最为优先，其在发展早期阶段在广告宣传方面投入了大量资金。报告期内启信宝 APP 仅为公司多元化业务矩阵中的一项业务（2019 年度、2020 年度、2021 年度、**2022 年 1-6 月**启信宝 C 端 APP 收入占公司总收入比重约为 14.39%、11.69%、9.08%、**8.50%**），在营销资金投入的优先级方面公司需要综合考虑其他业务的资金需要。启信宝 2015 年上线后，在商业信息查询 C 端市场逐步确定竞争格局的关键时期（2017-2019 年），启信宝市场营销投入与企查查、天眼查存在较大差距（2017-2019 年启信宝广告宣传费用合计为 7,381.57 万元，根据公开信息检索，天眼查在 2017-2019 年期间在全国各地投入近 2 亿元资金进行宣传推广），导致启信宝在初期用户积累方面存在一定劣势，市场占有率位居行业第三名且与行业前两名存在一

定差距，报告期月活水平、新增付费转化率及付费用户比例呈下降趋势，未来存在品牌知名度下降、用户流失或转移至其他竞品的风险；

(2) 启信宝在用户流量获取方面相较爱企查具有劣势，具体表现为启信宝的广告宣传费与收入金额的规模较为接近，与之相比，爱企查具有百度搜索引擎的导流优势。

考虑到启信宝的上述竞争劣势，且市场的同质化竞争预计将短期内持续存在，因此启信宝 APP 存在短期内无法盈利的风险。如果未来竞争对手投入过高水平的广告营销费用进行市场推广，或者采用大幅降价措施吸引用户，将对公司**商业大数据业务**的盈利能力和市场地位产生不利影响。

(二) 完善相关风险揭示内容

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“(一) 市场竞争加剧的风险”及“第四节 风险因素”之“二、业务经营相关风险”之“(三) 市场竞争加剧的风险”中完善相关风险揭示内容：

在商业大数据业务方面，启信宝所处的C端APP市场存在一定的同质化竞争，报告期内启信宝付费用户比例以及新增付费转化率持续下降主要系与主要竞争对手相比发行人营销推广投入较低，报告期内启信宝的广告宣传费分别为5,925.35万元、7,095.48万元、6,384.77万元和**1,585.39万元**。主要竞争对手天眼查、企查查近几年通过聘请代言人、线下广告等方式在广告宣传方面投入了较大力度的资源。2020年百度上线了自有的企业查询平台“爱企查”，主要面向C端用户提供企业信息免费查询服务，并于2022年5月上线付费会员，凭借其互联网搜索平台的用户流量优势，进一步加剧了行业竞争。启信宝相比主要竞争对手的竞争劣势是：未聘请代言人，上线至今市场营销投入有限，在早期用户积累、后续用户流量获取方面存在劣势，市场占有率与行业前两名存在一定差距，考虑到市场的同质化竞争将短期内持续存在，未来启信宝APP存在品牌知名度下降、用户流失或转移至其他竞品、短期内无法盈利的风险。

（此页无正文，为《关于上海合合信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之盖章页）



发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于上海合合信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》的全部内容，确认本审核问询函回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏、并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长、法定代表人：



镇立新



（此页无正文，为《关于上海合合信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：

冷小茂

冷小茂

刘文博

刘文博



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于上海合合信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》的全部内容，了解回复涉及问题的核查过程，本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长、法定代表人：_____



沈如军

