



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
第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



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二轮审核问询函》（上证科审（审核）〔2022〕121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	2
目 录	3
1.关于合规经营	4
2.关于数据	24
3.关于 B 端业务	76
4.关于 C 端业务	85
5.关于上海找齐	140
6.关于收入	152
7.关于信息系统核查	246
8.关于股份支付	291
9.关于其他	300

1.关于合规经营

根据首轮问询回复：（1）合合信息、苏州贝尔塔的企业征信 C 端业务已于 2018 年 12 月迁移至上海生腾，新增业务后续亦由上海生腾来开展，C 端业务完成相关整改；（2）公司企业征信 B 端业务亦持续进行整改，2021 年 6 月 1 日后所有新增征信类业务均由上海生腾与客户签订协议或上海生腾、合合信息/苏州贝尔塔、客户签订三方协议开展执行，剩余 3 份存量未整改的合同能在《征信业务管理办法》规定的整改期内完成整改；（3）上海找贝和上海生腾在报告期内曾涉及未取得增值电信业务经营许可证而开展增值电信业务的情形；（4）公司投资设立 CCI 及转让 CCI 股权未履行境外投资备案手续且无法补办，CCI 仅用于对接 GooglePlay 平台以解决境外用户的收款问题，发行人通过将 CCI 全部业务迁移至 CamSoft 来解决此法律瑕疵，公司正在着手履行 CCI 相关注销程序。

请发行人披露：关于征信业务整改完成计划的具体承诺。

请发行人说明：（1）发行人未及时取得征信备案和增值电信业务经营许可证、未履行境外投资备案手续的原因；（2）结合《征信业务管理办法》中关于整改完毕的相关要求等，说明发行人征信业务的整改措施、整改程序和整改结果是否符合监管要求，是否需要、已经或可以通过主管机关的验收，发行人是否完成整改及认定依据；（3）报告期初至 CCI 业务迁移前，CCI 的收款对象、对应产品、收款金额，未履行境外投资备案对该期间相关业务的影响，发行人通过业务转移的方式进行解决整改是否符合监管要求；（4）CCI 的注销进展情况，目前的存续状态是否符合监管要求。

请保荐机构、发行人律师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）核查 LABL INFORMATION PTE. LTD.成立时是否履行了境外投资相关审批程序；（3）对发行人报告期内所有存在的不合规情形是否构成重大违法违规、是否构成发行上市障碍逐一发表明确核查意见。

回复：

一、请发行人披露：关于征信业务整改完成计划的具体承诺。

发行人在招股说明书“第五节 业务和技术”之“五、与发行人业务相关的资产情况”之“（四）发行人的生产经营资质证书”部分补充披露如下：

“报告期内公司及子公司苏州贝尔塔存在未取得企业征信机构备案而从事征信业

务的情形。

根据《征信业务管理办法》（中国人民银行令〔2021〕第4号，2022年1月1日起施行）（以下简称“《征信业务管理办法》”）第五十一条规定，未取得个人征信业务经营许可或者未进行企业征信机构备案但实质从事征信业务的机构，应当自该办法施行之日（2022年1月1日）起18个月内完成合规整改。截止本招股说明书签署日，公司已在规定整改期限内完成全部整改工作。

就上述事宜，公司实际控制人承诺：‘本承诺人将积极采取一切有效措施敦促发行人及其子公司按照《征信业务管理办法》的要求及时完成征信业务整改。如发行人或其子公司因该业务资质方面的法律瑕疵遭受任何处罚或损失，本承诺人将就此向公司或其子公司全额补偿并承担相关费用。’”

截至本反馈回复出具之日，发行人已自行完成整改，所有征信业务均由完成企业征信机构备案的上海生腾开展，相关整改措施、整改程序和整改结果符合监管要求。

二、请发行人说明：（1）发行人未及时取得征信备案和增值电信业务经营许可证、未履行境外投资备案手续的原因；（2）结合《征信业务管理办法》中关于整改完毕的相关要求等，说明发行人征信业务的整改措施、整改程序和整改结果是否符合监管要求，是否需要、已经或可以通过主管机关的验收，发行人是否完成整改及认定依据；

（3）报告期初至 CCI 业务迁移前，CCI 的收款对象、对应产品、收款金额，未履行境外投资备案对该期间相关业务的影响，发行人通过业务转移的方式进行解决整改是否符合监管要求；（4）CCI 的注销进展情况，目前的存续状态是否符合监管要求。

（一）发行人未及时取得征信备案和增值电信业务经营许可证、未履行境外投资备案手续的原因

1、未及时取得企业征信机构备案的原因

公司早期业务并不涉及企业征信业务，后续在业务拓展的过程中开发的“启信宝”业务涉及企业征信业务，但公司在运营管理的过程中，由于具体业务经办人员未认识到“启信宝”涉及企业征信业务，同时对企业征信业务涉及的相关法律规定认识不足，从而未能及时完成办理企业征信机构备案手续，就该等事项发行人及其子公司不存在规避法律法规的故意。后经发行人主动整改，发行人子公司上海生腾已在中国人民银行上海分行（以下简称“人行上海分行”）完成企业征信机构备案。

2、未及时取得增值电信业务经营许可证的原因

公司早期业务不提供经营性互联网信息服务，后续公司在业务开拓的过程中，逐步开发了“启信宝”、“找到”APP等业务，该等业务涉及增值电信业务中的“信息服务业务”，应取得相应的增值电信业务经营许可证。但由于具体业务经办人员将相关业务简单理解为软件销售，对涉及增值电信业务经营许可管理的法律法规认识不足，未能及时办理增值电信业务经营许可证，就该等事项发行人及其子公司不存在规避法律法规的故意。后经发行人主动整改，上海找贝、上海生腾均已取得《增值电信业务经营许可证》。

3、未履行境外投资备案手续的原因

2017年3月，发行人在美国设立子公司CCI用于对接境外Google Play平台以解决名片全能王和扫描全能王APP部分境外版本的收款问题。CCI设立后仅作为发行人的境外Google Play平台的名片全能王免费下载版¹APP及扫描全能王免费下载版APP业务收款主体，无其他经营业务。CCI设立时，具体业务经办人员对涉及境外投资管理的法律规定认识不足，误认为未向境外实际汇出资金即无须办理投资备案手续，就该等事项发行人及其子公司不存在规避法律法规的故意。2021年7月23日，CCI的业务已全部迁移完成。2022年4月19日，CCI完成注销手续。

（二）结合《征信业务管理办法》中关于整改完毕的相关要求等，说明发行人征信业务的整改措施、整改程序和整改结果是否符合监管要求，是否需要、已经或可以通过主管机关的验收，发行人是否完成整改及认定依据

1、《征信业务管理办法》中关于整改的相关要求

《征信业务管理办法》自2022年1月1日起施行，根据《征信业务管理办法》第五十一条，“本办法施行前未取得个人征信业务经营许可或者未进行企业征信机构备案但实质从事征信业务的机构，应当自本办法施行之日起18个月内完成合规整改。”该办法对未进行企业征信机构备案但实质从事征信业务的机构的合规整改仅有时间要求，即自2022年1月1日起18个月内完成，未有其他细化规定。

根据中国人民银行就《征信业务管理办法》答记者问的相关内容，《征信业务管

¹扫描全能王、名片全能王免费下载版APP是指：相对扫描全能王、名片全能王APP的其他付费版本，免费下载版APP在下载应用程序时无需付费，但若需使用付费功能时，需购买相关会员服务。

理办法》充分考虑互联网平台、数据公司等机构与金融机构业务合作模式的调整，对该办法施行前未取得征信业务资质但实质从事征信业务的市场机构给予了一定的业务整改过渡期，过渡期为《征信业务管理办法》施行之日至 2023 年 6 月底。过渡期内，中国人民银行将加强对相关机构的业务指导，分步骤推动实现平稳过渡。

2、发行人征信业务的整改程序、措施和结果

发行人按照《征信业管理条例》《征信业务管理办法》等法律法规要求采取的具体整改程序、措施及结果如下：

（1）由上海生腾申请并完成企业征信机构备案

发行人结合法规对申请企业征信机构备案主体的要求以及实际业务开展情况，确定由子公司上海生腾办理企业征信机构备案并统一开展征信类业务。2020 年 4 月 21 日，人行上海分行发布关于对上海生腾企业征信机构备案的公示；2020 年 7 月 24 日，人行上海分行发布关于完成对上海生腾的企业征信机构备案的公告。根据人行上海分行网站公示信息，2017 年 10 月 9 日至 2020 年 7 月 24 日，人行上海分行未发布任何其他完成企业征信机构备案的公告信息，即上海生腾为上海 **2017 年至 2020 年**近三年时间内第一家取得企业征信机构备案的机构。

（2）发行人 C 端及 B 端征信业务将全部迁移至上海生腾，并已在法规规定的整改期内整改完毕

发行人及子公司存在未取得资质从事企业征信业务的情形，曾从事企业征信业务的主体包括合合信息、苏州贝尔塔以及上海生腾。

企业征信 C 端业务中，合合信息、苏州贝尔塔的 C 端业务已于 2018 年 12 月迁移至上海生腾，新增业务后续由上海生腾来开展，完成相关整改。

企业征信 B 端业务中，新增征信类业务自 2021 年 6 月起均由上海生腾与客户签订协议、或上海生腾、合合信息/苏州贝尔塔、客户签订三方协议开展，新增征信类业务已于 2021 年 6 月 1 日完成整改；存量征信类业务由合合信息/苏州贝尔塔与客户签订终止协议，或由上海生腾与客户签订协议、或由上海生腾、合合信息/苏州贝尔塔、客户签订三方协议开展。其中，签订三方协议的主要原因为客户内部出于对供应商准入的管理要求，合同主体需体现合合信息/苏州贝尔塔，但企业征信业务的服务均由上海生腾提供，存量类征信业务已于 2022 年 6 月 29 日完成整改。

截至本反馈回复出具之日，发行人 C 端及 B 端征信业务中所有不合规的征信业务均已终止，不存在由未办理备案的任何主体从事征信业务的情形。除上海生腾，发行人及其他子公司均不再作为征信类合同项下提供征信服务的义务主体，该等不合规行为已整改完毕。

(3) 发行人及其实际控制人已出具承诺

发行人实际控制人镇立新已出具承诺，如发行人及其子公司因业务资质方面的法律瑕疵遭受任何处罚或损失，其将就此向发行人或其子公司全额补偿并承担相关费用。

(4) 上海市经济和信息化委员会（以下简称“市经信委”）对于发行人 B 端商业大数据业务整改的意见

根据《上海市数据条例》第五条的规定，市经济信息化部门负责协调推进本市公共数据开放、社会经济各领域数据开发应用和产业发展，统筹推进信息基础设施规划、建设和发展，推动产业数字化、数字产业化等工作。

2022 年 3 月 28 日，上海市静安区金融服务办公室组织召开关于合合信息科创板上市审核中重要关注问题的专题会议，市经信委、上海数据交易所、发行人及保荐机构、发行人律师参会。市经信委介绍，中华人民共和国工业和信息化部（以下简称“工信部”）是国家层面大数据产业的主管部门，上海市经信委负责上海市社会经济各领域数据开发应用和产业发展。市经信委认为，发行人的商业大数据业务中仅面向相关金融机构的数据业务属于征信业务。尽管市经信委认为发行人向客户提供的商业大数据服务并不全部属于企业征信业务，但发行人仍严格按照《征信业管理条例》《征信业务管理办法》的要求，将全部存量商业大数据类业务进行了整改。

3、发行人的整改措施、整改程序和整改结果是否符合监管要求，是否需要、已经或可以通过主管机关的验收，发行人是否完成整改及认定依据

(1) 根据发行人征信业务整改的具体情况，发行人的整改措施、整改程序和整改结果符合监管要求，主管部门未就是否需要验收等提出具体指导建议

2022 年 1 月 1 日施行的《征信业务管理办法》仅在第五十一条规定了涉及整改的期限要求，即“本办法施行前未取得个人征信业务经营许可或者未进行企业征信机构备案但实质从事征信业务的机构，应当自本办法施行之日起 18 个月内完成合规整

改”，对于具体整改措施、程序以及整改完成后是否需要主管机关验收及如何验收等细化要求，相关法律法规未有明确规定。

为向主管部门进一步了解整改要求，2022年2月11日，上海市静安区金融服务办公室及发行人赴人行上海分行，与金融服务二部征信管理处就合合信息科创板IPO上市相关工作进行沟通。根据上海市静安区金融服务办公室2022年2月11日出具的《关于合合信息征信业务相关问题协调工作的情况说明》，“合合信息董事会秘书刘忱介绍了公司科创板IPO上市部分审核关注问题，汇报公司开展企业征信业务及相关问题整改情况。与会人员讨论后明确：1、上海生腾已于2020年7月24日取得企业征信机构备案；且上海生腾截止目前未受到中国人民银行上海分行的行政处罚。2、根据《征信业管理条例》（国务院令 第631号）的相关规定，经营企业征信业务的征信机构未办理备案的，由征信业监管部门责令限期改正，逾期不改正的则将面临处罚风险；根据《征信业务管理办法》（中国人民银行令[2021]第4号）的相关规定，在该办法实施前未进行企业征信机构备案但实质从事征信业务的机构，应当自该办法实施之日（2022年1月1日）起18个月内完成合规整改。”

公司已通过上述协调工作会议向人行上海分行汇报了征信业务合规整改情况。人行上海分行出具情况说明，确认2017年8月1日至**2023年1月31日**期间，人行上海分行对上海生腾未作出过行政处罚。截至本反馈回复出具之日，发行人及其子公司未受到征信主管部门的任何处罚。

（2）以业务转移作为合规整改依据的相关案例

截至本反馈回复出具之日，中国人民银行总行及其36家分支机构官方网站、拟上市公司及上市公司公开披露的信息中，不存在根据《征信业务管理办法》等法律法规完成合规整改的案例。以业务转移作为合规整改依据的相关案例如下：

公司	资质瑕疵	相关法律法规规定	整改依据及结果
联盛化学 (301212.SZ)	联盛化学及其子公司联盛进出口未取得《危险化学品经营许可证》销售危险化学品，存在超出资质范围开展经营的情形	《危险化学品经营许可证管理办法（2015修正）》规定，经营危险化学品的企业，应当取得危险化学品经营许可证。未取得经营许可证，任何单位和个人不得经营危险化学品。未取得经营许可证从事危险化学品经营的，依照《中华人民共和国安全生产法》有关未经依法批准擅自生产、经营、储存危险物品的法律责任条款并处罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任	联盛化学及其子公司联盛进出口已终止运营所有危险化学品，将所有危化品运营转移至具有《危险化学品经营许可证》的子公司舟山联盛进行运营。联盛化学及联盛进出口超许可范围经营危险化学品的行为未造成危害后果并已改正

公司	资质瑕疵	相关法律法规规定	整改依据及结果
		该管理办法施行前已取得经营许可证的企业，在其经营许可证有效期内可以继续从事危险化学品经营；经营许可证有效期届满后需要继续从事危险化学品经营的，应当依照该管理办法的规定重新申请经营许可证	
工大科雅 (301197.SZ)	工大科雅未取得《供热经营许可证》提供供热服务	《河北省供热用热办法》规定，从事供热经营活动应当取得省住房城乡建设主管部门核发的供热企业经营许可证。没有取得供热企业经营许可证从事供热经营活动的，由供热主管部门给予警告，责令限期改正；逾期不改正的，处以一万元以上二万元以下的罚款；造成损失的，依法予以赔偿 相关法律法规未明确规定资质瑕疵的整改要求	工大科雅与第三方公司签订了《志诚华府小区供热项目转让合同》，并已于2020年10月将志诚华府小区供热项目的供热资产及供热经营权转让给该公司，工大科雅自2020-2021年供热季已不再负责向志诚华府小区提供供热服务。此后，工大科雅将不再从事供热运营业务。前述未取得许可从事相关业务的瑕疵完成整改

如上表所示，实践中存在通过终止相关业务或将业务转移至有资质主体的方式作为合规整改完成依据的相关案例。发行人所有征信业务全部迁移至完成企业征信机构备案的子公司上海生腾，且后续新增业务均由上海生腾开展，并以此作为合规整改完成的依据，具有合理性。符合中国人民银行就《征信业务管理办法》答记者问中有关整改过渡期内分步骤推动实现平稳过渡的要求。

综上，《征信业务管理办法》中未明确整改措施、整改程序，亦无要求整改后需通过主管机关验收的相关条款。根据上海市静安区金融服务办公室2022年2月11日出具的《关于合合信息征信业务相关问题协调工作的情况说明》，发行人已就企业征信业务的整改方案向主管机关进行了汇报。

截至本反馈回复出具之日，发行人已自行完成整改，所有征信业务均由完成企业征信机构备案的上海生腾开展，相关整改措施、整改程序和整改结果符合监管要求。

(三) 报告期初至 CCI 业务迁移前, CCI 的收款对象、对应产品、收款金额, 未履行境外投资备案对该期间相关业务的影响, 发行人通过业务转移的方式进行解决整改是否符合监管要求

1、报告期初至 CCI 业务迁移前, CCI 的收款对象、对应产品、收款金额, 未履行境外投资备案对该期间相关业务的影响

报告期内, CCI 业务对应的产品仅有扫描全能王免费下载版 APP。报告期初至 CCI 业务迁移前, CCI 的对应产品、收款对象 (即 APP 付费用户) 数量、以及通过 CCI 对接 Google Play 平台完成的收款金额和占比如下文所示。

Google Play 平台的扫描全能王免费下载版 APP 的收款渠道已于 2021 年 7 月 23 日由 CCI 迁移至 CamSoft, 因此通过 CCI 收款的期间仅为 2020 年 1 月 1 日至 2021 年 7 月 23 日。具体收款对象及对应金额如下:

单位: 人民币万元, 人

对应付费收款对象及收款金额	2021 年	2020 年
Google Play 平台的扫描全能王免费下载版 APP 付费用户数量①	209,876 (注 1)	568,550
扫描全能王 APP 全平台的付费用户数量②	4,343,633 (注 2)	3,641,383
①/②	4.83%	15.61%
对应产品的收款金额③	5,159.05 (注 3)	7,360.84
③/当期营业收入	6.40%	12.73%

注 1: 指 2021 年 1 月 1 日至 7 月 23 日的付费用户数量。

注 2: 指 2021 年全年付费用户数量。

注 3: 收款金额未按照产品年限进行分摊, 因此高于当年相应营业收入, 收款金额区间为 2021 年 1 月 1 日至 7 月 23 日。

2020 年、2021 年, Google Play 平台的扫描全能王免费下载版 APP 付费用户数量分别为 568,550 人及 209,876 人, 占扫描全能王 APP 全平台的付费用户数量的比重为 15.61%及 4.83%; 收款金额为 7,360.84 万元及 5,159.05 万元, 占发行人当期营业收入的比重为 12.73%及 6.40%, 整体占比不大。

CCI 已与 Google Play 平台签署开发者协议, 按开发者协议中的税务条款以及美国当地税收政策, 每年填写 Form-1120 表格 (美国所得税申报表) 申报纳税。CCI 已与合合信息签订了服务协议, 定期将销售收入以美元形式汇入合合信息指定的境内账

户。合合信息收到外汇收入后在外汇管理局网上服务平台进行涉外收入申报，并定期结汇。

综上所述，报告期内，CCI 是发行人境外 Google Play 平台的扫描全能王免费下载版 APP 的收款平台，未有任何其他经营业务，且该期间的相关业务的收款金额占当期营业收入比例不大，且 CCI 的收款汇入境内已按要求履行相关手续。因此 CCI 设立时在法律程序上的瑕疵对 CCI 作为收款平台及 CCI 收取的款项划至发行人境内主体及相关业务的开展未有不不利影响。发行人已根据法律法规要求积极自行整改，且于 2022 年 4 月 19 日完成了 CCI 的注销手续，不合规的情况已经终止，CCI 的境外投资备案手续的瑕疵不存在影响公司正常运营的法律风险，对发行人的业务开展不构成重大不利影响。

2、发行人通过业务转移的方式进行解决整改是否符合监管要求

(1) 发行人根据上海市科学技术委员会组织召开的专题会议精神，确认将 CCI 原有业务转移至新设境外企业

2021 年 3 月，发行人向上海市商务委提交了《关于上海合合信息科技股份有限公司及其控股子公司境外投资合规性的请示》，就 CCI 相关事宜进行了汇报。2021 年 4 月 20 日，在上海市科学技术委员会的组织协调下，上海市静安区政府等相关政府部门召开了合合信息拟申报科创板上市工作专题会议，并就 CCI 事宜进行了讨论：由于无法为 CCI 补办《企业境外投资证书》及《境外投资项目备案通知书》，公司决定通过报批新设境外企业，将 CCI 原有的业务转移至新设境外企业的方式来解决此法律瑕疵。

(2) CCI 已将其全部业务迁移至新设境外企业 CamSoft

2021 年 5 月 26 日，上海临冠的全资子公司上海又冠取得中国（上海）自由贸易试验区管理委员会出具的“沪自贸管境外备[2021]65 号”《境外投资项目备案通知书》、“境外投资证第 N3109202100095 号”《企业境外投资证书》，完成美国子公司 CamSoft 的相关境内审批程序。2021 年 5 月 27 日，CamSoft 在特拉华州设立。2021 年 6 月 1 日，上海又冠取得了国家外汇管理局上海分局出具的《业务登记凭证》，完成外汇备案。2021 年 7 月 23 日，CCI 当时的全部业务迁移至依法新设的美国子公司 CamSoft。在此之后，CamSoft 已代替 CCI 成为公司境外 Google Play 平台的扫描全能

王免费下载版 APP 的收款主体，公司后续通过 CamSoft 收取相关款项，经营正常。

(3) 上海市静安区金融服务办公室及上海市静安区科学技术委员会已出具《情况说明》确认 CCI 的业务转移事宜及注销进展

根据上海市静安区金融服务办公室及上海市静安区科学技术委员会于 2022 年 3 月 21 日出具的《情况说明》，经上述部门与上海市商务委、上海市发改委沟通协调，确认合合信息在发现 CCI 存在法律瑕疵后及时进行了整改，CCI 业务已由合合信息子公司 CamSoft 承接，且 CamSoft 在设立时依法履行了相应的境内审批程序。上述事宜未对国家境外投资管理造成重大不利影响，因此不构成重大违法违规。

综上，CCI 的全部业务已于 2021 年 7 月 23 日全部迁移至 CamSoft，因此 CCI 的境外投资备案手续瑕疵不影响公司正常运营。此外，公司已将投资设立 CCI 未履行境外投资备案手续事宜向政府部门进行了汇报，发行人通过将 CCI 的业务转移至 CamSoft 的方式进行解决整改符合监管要求。

(四) CCI 的注销进展情况，目前的存续状态是否符合监管要求

1、CCI 已于 2022 年 4 月 19 日完成注销手续

CCI 已于 2022 年 4 月 19 日完成注销手续。美国律师事务所 Squire Patton Boggs (US) LLP 已出具专项法律意见书，对 CCI 注销程序的合法合规性进行了确认。

2、CCI 已完成注销程序，目前的状态符合监管要求

CCI 自设立到注销，仅作为发行人境外 Google Play 平台的名片全能王免费下载版 APP 及扫描全能王免费下载版 APP 业务的收款平台，未有任何其他经营业务。目前，CCI 已完成注销程序，发行人已主动停止实施该等存在程序性瑕疵的境外投资行为，未能办理境外投资备案手续的不合规情况已终止。截至本反馈回复出具之日，发行人未因上述境外投资事宜受到相关主管部门的任何处罚。

公司已将投资设立 CCI 未履行境外投资备案手续事宜向政府部门进行了汇报，发行人未因投资 CCI 未履行境外投资备案手续受到主管部门的行政处罚，目前 CCI 的业务转移、注销进展等事宜符合相关监管要求。

三、请保荐机构、发行人律师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）核查 LABL INFORMATION PTE. LTD.成立时是否履行了境外投资相关审批程序；（3）对发行人报告期内所有存在的不合规情形是否构成重大违法违规、是否构成发行上市障碍逐一发表明确核查意见。

（一）对上述事项进行核查并发表明确意见

1、核查程序

（1）针对企业征信机构备案相关问题，保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

1）获取并查阅发行人及发行人实际控制人出具的《关于征信业务整改计划的承诺函》；

2）访谈公司相关业务负责人，了解发行人未及时取得企业征信机构备案的原因；

3）查阅《征信机构管理办法》《企业征信机构备案管理办法》《征信业务管理办法》等相关法律法规，了解征信业务合规及整改的要求，核实企业征信机构备案的流程及所需材料；

4）查阅《中国人民银行有关负责人就<征信业务管理办法>答记者问》的具体内容；

5）检索人行上海分行网站（<http://shanghai.pbc.gov.cn>）中关于企业征信机构备案的公示情况；

6）查阅上海生腾的企业征信机构备案情况，获取并查阅上海生腾在人行上海分行受理征信备案申请时提交的申报资料及补充材料；

7）获取并查阅相关商业合同及整改过程相关协议、确认函，确认公司的征信业务开展的主要内容及整改的进展；

8）获取并查阅《关于上海合合信息科技股份有限公司科创板上市审核中重要关注问题的专题会议纪要》，了解市经信委对合合信息商业大数据业务所涉及监管主体和资质要求的判断；

9）获取并查阅上海市静安区金融服务办公室于 2022 年 2 月 11 日出具的《关于合合信息征信业务相关问题协调工作的情况说明》，了解并核实发行人与人行上海分行

就发行人开展企业征信业务及相关整改事宜所进行的专项沟通情况；

10) 获取并查阅人行上海分行分别于 2020 年 10 月 14 日、2021 年 5 月 20 日、2021 年 10 月 11 日、2022 年 6 月 21 日及 **2023 年 2 月 8 日** 出具的《情况说明》，确认 2017 年 8 月 1 日至 **2023 年 1 月 31 日** 期间，人行上海分行对上海生腾未作出过行政处罚；

11) 查阅中国人民银行总行及其 36 家分支机构、拟上市公司及上市公司公开披露信息，确认截至本反馈回复出具之日，不存在根据《征信业务管理办法》等法规完成合规整改的案例；

12) 查阅以业务转移作为合规整改依据的相关案例；

13) 检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网、中国人民银行官网、信用中国、企查查、天眼查等网站，确认发行人及其子公司未因未及时取得企业征信机构备案受到主管部门的处罚。

(2) 针对增值电信业务经营许可证相关问题，保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

1) 访谈公司相关业务负责人，了解发行人未及时取得增值电信业务经营许可证的原因；

2) 获取并查阅发行人、苏州贝尔塔、上海找贝、上海生腾等主体的《增值电信业务经营许可证》。

(3) 针对境外子公司 CCI 相关问题，保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

1) 访谈公司相关业务负责人，了解发行人未履行境外投资备案手续的原因；

2) 查阅报告期内 CCI 的具体收款对象、对应产品、收款金额；

3) 获取并查阅 CCI 与 Google Play 平台签署的开发者协议、CCI 与合合信息签署的服务协议；

4) 获取并查阅 CCI 境外纳税申报的相关材料；

5) 获取并查阅美国律师事务所 Clifton Larson Allen LLP 针对 CCI 纳税申报出具的

税务咨询报告；

6) 获取并查阅上海市科学技术委员会出具的《关于上海合合信息科技股份有限公司拟申报科创板上市专题会议纪要》（市科委专题会议纪要 2021 年第 8 期）；

7) 获取并查阅上海市静安区金融服务办公室及上海市静安区科学技术委员会于 2022 年 3 月 21 日出具的《情况说明》；

8) 获取并查阅发行人境外子公司 CamSoft 设立时的境内主管部门审批备案材料、CCI 向 CamSoft 进行业务迁移的资料；

9) 获取并查阅 CCI 注销的相关底稿资料；

10) 获取并查阅发行人向上海市商务委提交的《关于上海合合信息科技股份有限公司及其控股子公司境外投资合规性的请示》；

11) 获取并查阅 Squire Patton Boggs (US) LLP 出具的 CamSoft 法律意见书；

12) 获取并查阅 Squire Patton Boggs (US) LLP 针对 CCI 注销事宜出具的专项法律意见书；

13) 获取并查阅发行人实际控制人出具的《关于承担境外投资程序相关责任的承诺》；

14) 检索国家发展和改革委员会网站 (<https://www.ndrc.gov.cn/>)、商务部网站 (<http://www.mofcom.gov.cn/>)、国家外汇管理局网站 (<http://www.safe.gov.cn/safe/whxzcfxxcx/index.html>)、信用中国网站 (<https://www.creditchina.gov.cn/>)、中国裁判文书网 (<http://wenshu.court.gov.cn/>)、中国执行信息公开网 (<http://zxgk.court.gov.cn/>)、上海市商务委网站 (<https://sww.sh.gov.cn/>)、上海市发改委网站 (<https://fgw.sh.gov.cn/>)、国家外汇管理局上海市分局网站 (<http://www.safe.gov.cn/shanghai/>) 等网站，确认不存在相关处罚。

2、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

(1) 发行人存在未及时办理企业征信机构备案、未及时取得增值电信业务经营许可证、未履行境外投资备案手续的情形。由于当时具体业务经办人员对企业征信业务、增值电信业务经营许可证管理、境外投资管理的相关法律规定认识不足，因而未及时申请办

理前述资质、未及时办理境外投资主管部门备案手续，就前述事项发行人及其子公司不存在规避法律法规的故意。

(2) 发行人结合《征信业务管理办法》中关于合规整改的相关要求，已自行完成整改。相关法律法规中未有需通过主管机关验收的条款。发行人所有征信业务通过终止或全部迁移至上海生腾的方式进行整改、后续新增业务均由上海生腾开展，结合法律法规、相关政府部门意见和相关案例，发行人征信业务的整改措施、整改程序和整改结果符合监管要求。

(3) CCI 自设立到注销，收款产品及收款对象为 Google Play 平台的名片全能王免费下载版 APP 及扫描全能王免费下载版 APP 及其付费用户。报告期内其收款金额占当期营业收入比例不大。发行人未履行境外投资备案未对该期间相关业务造成不利影响。发行人已通过业务转移的方式完成整改，发行人通过业务转移的方式进行解决整改符合监管要求。

(4) CCI 已于 2022 年 4 月 19 日完成注销。CCI 注销的解决方式、目前状态符合监管要求。

(二) 核查 LABL INFORMATION PTE. LTD.成立时是否履行了境外投资相关审批程序

1、LABL INFORMATION PTE. LTD.成立时已履行了境外投资相关审批程序

2021 年 8 月 24 日，上海又冠取得了中国（上海）自由贸易试验区管理委员会出具的“境外投资证第 N3109202100155 号”《企业境外投资证书》，同意上海又冠以新设的方式在新加坡设立 LABL INFORMATION PTE. LTD.。

2021 年 8 月 25 日，上海又冠取得了中国（上海）自由贸易试验区管理委员会出具的“沪自贸管境外备[2021]121 号”《境外投资项目备案通知书》，同意对上海又冠在新加坡新设成立 LABL 项目予以备案。

2021 年 10 月 12 日，LABL INFORMATION PTE. LTD.在新加坡设立。2022 年 1 月 4 日，上海又冠取得了国家外汇管理局上海市分局出具的《业务登记凭证》，载明的业务类型为 ODI 中方股东对外义务出资。

综上，LABL INFORMATION PTE. LTD.成立时已履行完毕境外投资主管部门的境

内审批程序，并在成立后完成外汇备案。

2、核查程序及核查结论

(1) 核查程序

保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

1) 获取并查阅境外子公司 LABL INFORMATION PTE. LTD.的《企业境外投资证书》《境外投资项目备案通知书》《业务登记凭证》；

2) 获取并查阅新加坡律师事务所 Quadrant Law LLC 出具的新加坡子公司法律意见书。

(2) 核查结论

保荐机构、发行人律师认为：LABL INFORMATION PTE. LTD.成立时履行了境外投资相关审批程序。

(三) 对发行人报告期内所有存在的不合规情形是否构成重大违法违规、是否构成发行上市障碍逐一发表明确核查意见

发行人及其子公司报告期内的不合规情形包括未及时取得企业征信机构备案、未及时取得增值电信业务经营许可证、CCI 境外投资审批手续存在瑕疵、未按期办理纳税申报、启信宝 APP 超范围收集信息，具体如下：

1、报告期内未及时取得企业征信机构备案

(1) 基本情况

发行人及子公司苏州贝尔塔、上海生腾在报告期内存在未取得企业征信机构备案即从事企业征信业务的情形。详见本回复“1. 关于合规经营”之“二、请发行人说明：（1）发行人未及时取得征信备案和增值电信业务经营许可证、未履行境外投资备案手续的原因；（2）结合《征信业务管理办法》中关于整改完毕的相关要求等，说明发行人征信业务的整改措施、整改程序和整改结果是否符合监管要求，是否需要、已经或可以通过主管机关的验收，发行人是否完成整改及认定依据”。

(2) 核查程序

详见本回复“1. 关于合规经营”之“三、请保荐机构、发行人律师：（1）对上述

事项进行核查并发表明确意见”之“（1）针对企业征信机构备案相关问题，保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序”。

（3）核查结论

保荐机构、发行人律师认为：报告期内未及时取得企业征信机构备案不构成重大违法违规，不会对发行人业务开展造成重大不利影响，也不构成发行人本次发行上市的障碍。

2、未及时取得增值电信业务经营许可证

（1）基本情况

发行人子公司上海找贝和上海生腾存在未取得增值电信业务经营许可证而开展增值电信业务的情形。具体详见保荐工作报告“二、项目存在问题及其解决情况”之“（二）尽职调查发现的主要问题及解决情况”之“3、关注问题三：部分期间未取得增值电信业务经营许可证问题”。

根据上海市静安区金融服务办公室及上海市静安区科学技术委员会于 2022 年 3 月 21 日出具的《情况说明》，经上述部门与上海市通信管理局沟通协调，就上海生腾、上海找贝曾存在未办理《增值电信业务经营许可证》即开展相关业务的情形，确认鉴于上海生腾、上海找贝已自行整改并取得《增值电信业务经营许可证》，未对国家增值电信业务管理造成重大不利影响，因此上述事宜不构成重大违法违规，上海市通信管理局也未因此对合合信息、上海生腾、上海找贝进行任何立案调查或行政处罚。

（2）核查程序

保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

- 1）获取并查阅上海找贝、上海生腾的《增值电信业务经营许可证》；
- 2）获取并查阅工业和信息化部司局简函《关于为拟上市企业开具合规证明相关问题的复函》（工信管函[2020]1658 号）；
- 3）获取并查阅《关于上海合合信息科技股份有限公司拟申报科创板上市专题会议纪要》（市科委专题会议纪要 2021 年第 8 期）；
- 4）访谈中国信息通信研究院华东分院数字经济研究部主任，确认：上海生腾、上海找贝曾存在未取得增值电信业务经营许可证从事超出资质规定范围开展业务的情

况，但通过业务经营合规性自查，及时发现了相关问题，并按照业务主管部门相关规定先后取得了《增值电信业务经营许可证》，至今合规开展相关业务，原则上不会受到进一步行政处罚；

5) 取得控股股东、实际控制人出具的《关于承担业务资质相关责任的承诺》；

6) 获取并查阅上海市静安区金融服务办公室及上海市静安区科学技术委员会于2022年3月21日出具的《情况说明》。

(3) 核查结论

综上，保荐机构、发行人律师认为：**发行人**未及时取得增值电信业务经营许可证不构成重大违法违规，不会对**发行人**业务开展造成重大不利影响，不构成**发行人**本次发行上市的障碍。

3、境外投资审批手续存在瑕疵

(1) 基本情况

发行人存在境外子公司 CCI 境外投资审批手续瑕疵的情形。详见本回复“1. 关于合规经营”之“二”之“（三）报告期初至 CCI 业务迁移前，CCI 的收款对象、对应产品、收款金额，未履行境外投资备案对该期间相关业务的影响，发行人通过业务转移的方式进行解决整改是否符合监管要求”和“（四）CCI 的注销进展情况，目前的存续状态是否符合监管要求”。

(2) 核查程序

详见本回复“1. 关于合规经营”之“三、（一）、1、（3）针对境外子公司 CCI 相关问题，保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序”。

(3) 核查意见

保荐机构、发行人律师认为：CCI 未履行境外投资备案手续的事宜不属于重大违法违规，不会对本次发行上市造成障碍。

4、启信宝 APP 超范围收集信息

(1) 基本情况

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。工信部信息通信管理局要求须在 2021 年 11 月 9 日前完成整改，逾期不整改或整改不到位的，将依法依规进行处置并予以行政处罚。

公司根据工信部信息通信管理局的要求，在全国 APP 技术检测平台（按工信部工作部署建立的检测平台）申领整改通知并查阅《启信宝 APP 检测问题列表》。根据《启信宝 APP 检测问题列表》：启信宝 APP 在华为应用市场的 8.1.1.0 版本运行时，未向用户告知且未经用户同意，在用户点击“首页、我”功能时，存在每点击一次至少收集一次“IMEI”（IMEI 为移动设备识别码，可作为唯一识别码标记每一台独立的移动设备）的行为。此行为非服务所必需且无合理应用场景，超出实现产品或服务的业务功能所必需的最低频率。因此被要求进行整改。

根据工信部信息通信管理局的整改要求，企业“在收到整改通知后的规定时间内，应将更新版本在原分发平台公开上架”；企业“可在全国 APP 技术检测平台（APP 公共服务系统）（<http://app.caict.ac.cn>）注册账号，待审核通过后，及时提交复测版本、整改报告和企业自律承诺函。”

（2）核查情况

经保荐机构及发行人律师核查，启信宝 APP 在华为应用市场的 8.1.1.0 版本中，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，从而保障用户账号在网络访问和应用运行时的安全性，以及控制业务风险。同时，公司也使用 AES-128 加密算法对 IMEI 字段进行了加密处理。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。发行人已就工信部信息通信管理局通报情况采取整改措施：彻底取消启信宝 APP 在所有应用平台中获取用户手机 IMEI 的功能，更换为使用发行人自研算法生成随机 ID，用随机 ID 标记用户使用 APP 时的身份并保障安全及控制业务风险。

公司根据工信部信息通信管理局的整改要求，已在全国 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。

根据工信部 2020 年 7 月 24 日发布的《工业和信息化部关于开展纵深推进 APP 侵害用户权益专项整治行动的通知》（工信部信管函〔2020〕164 号）：工信部上线全国 APP 技术检测平台管理系统，中国信息通信研究院要大力推进全国 APP 技术检测平台管理系统建设。工信部要求各地通信管理局要结合实际开展检查工作，每月 15 日前将违规线索录入全国 APP 技术检测平台管理系统，并按照部工作要求开展相关问题处置。因此，全国 APP 技术检测平台是根据工信部工作部署而建立的官方检测平台。发行人已积极采取整改措施，启信宝 APP 已通过全国 APP 技术检测平台的复测、完成整改，符合工信部信息通信管理局的整改要求。

截至本反馈回复出具之日，发行人未因此受到工信部或其他任何主管部门的行政处罚。发行人也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的情形。

（3）核查程序

1）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》；

2）查阅工信部 2020 年 7 月 24 日发布的《工业和信息化部关于开展纵深推进 APP 侵害用户权益专项整治行动的通知》（工信部信管函〔2020〕164 号），确认全国 APP 技术检测平台为根据工信部工作部署而建立的官方检测平台；

3）获取并查阅启信宝 APP 在华为应用市场的 8.1.1.0 版本的隐私政策；

4）查阅全国 APP 技术检测平台的启信宝 APP 检测问题列表《启信宝 APP 复测问题列表》；

5）获取并查阅发行人 2021 年 11 月 8 日通过全国 APP 技术检测平台提交的《整改报告》及上海生腾出具的《企业自律承诺函》。

（4）核查意见

保荐机构、发行人律师认为：启信宝 APP 超范围收集信息事宜已通过全国 APP 技

术检测平台的复测，已在规定期限内完成整改，符合工信部信息通信管理局的整改要求，不构成重大违法违规行为，不构成发行人本次发行上市的障碍。

综上，保荐机构、发行人律师认为：发行人及其子公司**曾存在的**不合规情形，即未及时取得企业征信机构备案、未及时取得增值电信业务经营许可证、CCI 境外投资审批手续存在瑕疵、未按期办理纳税申报、启信宝 APP 超范围收集信息，均不构成重大违法违规，不构成发行人本次发行上市的障碍。

2.关于数据

2.1 关于数据交易

根据首轮问询回复：（1）公司 C 端、B 端各项业务可获取、储存、使用用户的注册信息、登录信息、上传文档、实名认证数据、企业信息、支付信息等数据；（2）发行人存在销售数据的情形，销售的是对原始数据加工、处理后的标准化产品；（3）公司的工商数据供应商主要为凭安征信和人民数据，公司向凭安征信采购数据的单价为 0.039 元/条，向人民数据采购数据的单价为 0.100 元/条。

请发行人说明：（1）以表格形式列示，发行人各项业务中所获取的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途，是否存在超出数据获取协议或隐私政策的情形；（2）以表格形式列示，发行人各项业务中所销售或交换的各类信息数据的内容、来源、加工处理方式、交付产品形态、客户类型；（3）广告换数据、数据换数据的业务模式是否符合行业惯例，数据交易对手方是否具有获取、使用、销售数据的资质，该等数据来源是否合法，该类业务模式是否合规；（4）向凭安征信和人民数据采购单价差异的原因及合理性。

请保荐机构、发行人律师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）核查发行人是否取得了从事数据服务所需的全部资质、许可或备案，并发表明确核查意见；（3）核查发行人是否从事境外数据业务，是否存在向境外主体提供或销售数据产品及服务的情形，并就该类业务是否合法合规发表明确核查意见。

回复：

一、请发行人说明：（1）以表格形式列示，发行人各项业务中所获取的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途，是否存在超出数据获取协议或隐私政策的情形；（2）以表格形式列示，发行人各项业务中所销售或交换的各类信息数据的内容、来源、加工处理方式、交付产品形态、客户类型；（3）广告换数据、数据换数据的业务模式是否符合行业惯例，数据交易对手方是否具有获取、使用、销售数据的资质，该等数据来源是否合法，该类业务模式是否合规；（4）向凭安征信和人民数据采购单价差异的原因及合理性。

（一）以表格形式列示，发行人各项业务中所获取的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途，是否存在超出数据获取协议或隐私政策的情形

发行人开展 C 端和 B 端业务前，通过数据供应商采购/互换、自动化访问的方式获取各类信息数据。发行人在开展 C 端业务时，通过扫描全能王 APP、名片全能王 APP、启信宝 APP3 款核心产品获取各类信息数据；发行人开展 B 端业务时，通过智能文字识别和商业大数据 B 端业务获取各类信息数据。下文将按此分类进行阐述。

1、发行人开展 C 端及 B 端业务前所获取的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途，是否存在超出数据获取协议或隐私政策的情形

（1）发行人开展 C 端及 B 端业务前所获取、使用的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途

发行人开展智能文字识别业务前无需获取数据，开展商业大数据业务前需获取数据。该类数据的来源系从数据供应商采购/互换、或通过自动化访问获取。具体如下：

发行人各项业务		从供应商采购/互换、自动化访问获取、使用的各类数据	存储方式	数据保存期限	数据来源	数据权属	使用及用途
商业大数据	C 端 APP（启信宝）	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	存储于发行人的第三方云平台数据库	永久保存	发行人向供应商采购、互换的数据；发行人从法院官网、政府部门官网等公开网站进行自动化采集数据	对于发行人向供应商采购、互换的数据，数据权属为发行人；对于发行人自动化访问获取的数据，相关法律法规并未	为 C 端启信宝 APP 用户查询企业信息及单次报告服务提供数据支撑
	B 端基础数据服务						为 B 端客户通过 API 接口、数据包查询企业信息服务提供数据支撑
	B 端标准化服务						为启信宝企业版 SaaS 软件的 B 端客户标准化服务提供数据支撑

发行人各项业务	从供应商采购/互换、自动化访问获取、使用的各类数据	存储方式	数据保存期限	数据来源	数据权属	使用及用途
B 端场景化解决方案					对通过自动化采集获取的数据的权属进行界定。发行人属于该类数据的处理者	为构建 B 端客户场景化解决方案服务提供数据支撑

该类数据主要用于商业大数据的 C 端及 B 端服务，即：为 C 端用户提供启信宝 APP 上的企业信息查询服务；为 B 端客户提供数据查询或推送的期间段服务。该类数据存储在发行人的第三方云平台数据库中并永久保存。

（2）发行人开展 C 端及 B 端业务前所获取、使用的各类信息数据的主要来源及合规性

对于直接采购的数据，发行人对数据进行清洗、处理后在数据库中进行标记。截至 2023 年 3 月 1 日，发行人的数据库中直接向数据供应商采购、数据换数据、广告换数据、自动化访问获取的数据按类型划分后的数量占比统计如下表²：

数据类型	直接采购比例	数据换数据、广告换数据、自动化访问获取的比例	四种方式的分布情况
工商信息：企业基本的工商数据	1.14%	98.86%	主要为自动化访问获取的数据，直接向供应商采购的数据作为辅助
上市信息：上市公司的相关数据	100.00%	0.00%	从东方财富信息股份有限公司等数据供应商直接采购
经营信息：企业招投标、招聘、舆情等数据	0.02%	99.98%	主要为数据换数据，自动化访问获取作为辅助
司法信息：司法、诉讼、诚信数据	0.00%	100.00%	主要为从全国各级法院官网、各省法律文书网、各级人民银行官网自动化访问获取的数据
知识产权信息：企业专利、商标等知识产权数据	0.58%	99.42%	主要为从国家及各省食药监局官网、各许可证资格、专利、版权等信息公开网站自动化访问获取的数据
合计	1.70%	98.30%	—

²公司数据库存量数据庞大，不同类型数据内容和形式差异较大，数据库处于实时更新状态，无法以报告期末作为截止时点进行期间统计

发行人在开展 C 端及 B 端业务前所获取、使用的各类信息数据的来源主要为自动化访问、数据直接采购、数据换数据和广告换数据，其中数据直接采购、数据换数据和广告换数据的重要性不断凸显：报告期内计入营业成本的数据直接采购、互换的金额分别为 643.36 万元、1,036.20 万元及 **814.30 万元**。

报告期内，公司主要从东方财富信息股份有限公司、上海凭安征信服务有限公司、人民数据管理（北京）有限公司等行业内权威性较高的供应商获取数据，从而保证及时准确的提供企业的相关信息。从数据供应商采购、互换成为发行人数据获取、使用数据的日益重要的来源。

发行人主要通过如下措施确保数据供应商提供数据的合法合规性：

1）在与数据供应商洽谈过程中，发行人要求数据供应商签署含数据来源合法合规确认条款的数据合同。该等合同中较多约定“承诺提供数据均来自于公开、合法渠道，否则由数据提供方承担一切法律责任”、承诺其“提供的数据信息来源合法有效，且有权就该等数据信息提供对应合同项下的数据服务”等类似条款。

2）若数据合同中未特意作出相关约定的，相应数据提供商提供《数据信息使用确认书》，确认提供的数据信息来源合法有效，且有权就该等数据提供合作协议项下的数据服务。从而向发行人确认其数据来源及开展业务的合法合规性，保障发行人数据采购、互换的合法合规性。

根据《关于上海合合信息科技股份有限公司科创板上市审核中重要关注问题的专题会议纪要》，市经信委确认，“除征信业务外，其他数据业务没有资质、许可或备案要求。”因此，从上述数据供应商采购、互换而来的数据不涉及企业征信业务，相关数据供应商无需取得资质、许可或备案。报告期内，发行人与数据供应商进行数据采购、互换过程中也未出现任何法律纠纷或潜在纠纷，也不存在违反数据安全相关法律法规的情形。

（3）发行人已对历史上存在的数据合规瑕疵进行了整改。截至本回复出具之日，发行人开展 C 端及 B 端业务前所获取、使用的各类信息数据不存在超出数据获取协议的情形，也不存在违反相关法律法规的情形

1）对于通过与数据供应商签署数据采购/互换协议获取、使用的数据：采购前，

发行人根据《供应商准入制度》《数据采集管理规范》，审核评估采购数据的类型、范围、目的、用途等。发行人已与数据供应商在合同及确认书中明确约定数据供应商提供的数据具体类型、范围、确认数据来源的合法合规性等条款，签署合同后，数据供应商通过 API 接口或数据包的形式为发行人提供数据。发行人不存在获取、使用的数据超出相关协议或条款约定的情形，与数据供应商不存在纠纷或潜在纠纷。

2) 对于通过自动化访问获取、使用的数据：发行人在自动化访问前对被采集网站进行综合评估，包括拟自动化访问获取数据的类型、范围、目的、用途等；被采集网站是否为政府公开网站、是否具备 Robots 协议或公示条款限制自动化访问；被采集网站是否具备自动化访问限制措施等。发行人完成自动化访问的评估后，严格按照 Robots 协议或公示条款正式开始数据采集。另外，发行人会对被采集网站定期检查，如以上因素发生变化，及时进行相应调整，确保自动化访问符合被采集网站的 Robots 协议或公示条款。发行人不存在获取、使用的数据超出相关协议或条款约定的情形，与被采集网站及相关主体不存在纠纷或潜在纠纷。

2、发行人开展 C 端业务中所获取的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途，是否存在超出数据获取协议或隐私政策的情形

(1) 发行人 C 端业务中所获取、使用的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途

C 端业务主要为扫描全能王 APP、名片全能王 APP、启信宝 APP3 款核心产品，C 端业务中所获取、使用的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途如下表所示：

发行人各项业务		从用户获取、使用的各类数据	存储方式	数据保存期限	数据来源	数据权属	使用及用途
智能文字识别 C 端业务	C 端 APP（扫描全能王、名片全能王）	用户的注册信息、登录信息	存储于发行人的本地服务器数据库、第三方云平台数据库	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	注册信息、登录信息仅用于为用户提供注册、登录服务
		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	保存直至用户自主删除；或用户申请注销账号、注销完	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	仅用于为用户提供文字、图像识别服务

发行人各项业务		从用户获取、使用的各类数据	存储方式	数据保存期限	数据来源	数据权属	使用及用途
				成后删除	主上传或输入		
		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	永久保存	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	仅用于为用户提供开具增值服务电子或纸质发票的服务
		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	永久保存	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	仅用于用户购买订单状态确认、以及 APP 自身订单数据的底稿留存
		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	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，通过第三方组件采集	用户同意被采集的数据，权属归 C 端 APP 用户	仅用于为用户提供一键登录服务
		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	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除；或用户取消实名认证授权后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	仅用于用户实名认证服务
		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、大数据数仓平台、第三方云平台数据库	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	仅用于保障用户网络访问和服务的基本安全，形成用户画像和相关风控记录，为用户提供个性化推荐服务（根据 APP 隐私政策，用户可在 APP
		用户的网络状态数据	存储于发行人的本地服务器数据库、大数据数仓平台		在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	

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

发行人各项业务		从用户获取、使用的各类数据	存储方式	数据保存期限	数据来源	数据权属	使用及用途
					主上传或输入		端内自主关闭个性化推荐选项)
		用户的第三方注册信息、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	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，通过第三方组件采集	用户同意被采集的数据，C端APP用户	仅用于为用户提供第三方账号快速登录服务
商业大数据C端业务	C端APP（启信宝）	用户的注册信息、登录信息	存储于发行人的本地服务器数据库、第三方云平台数据库	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归C端APP用户	注册信息、登录信息仅用于为用户提供注册、登录服务
		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	永久保存	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归C端APP用户	仅用于为用户提供开具增值服务电子或纸质发票的服务
		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	永久保存	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归C端APP用户	仅用于用户购买订单状态确认、以及APP自身订单数据的底稿留存
		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	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，通过第三方组件采集	用户同意被采集的数据，权属归C端APP用户	仅用于为用户提供一键登录服务
		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	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除；或用户	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自	用户自主上传、输入的数据，权属归C端APP用户	仅用于用户实名认证服务

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

发行人各项业务	从用户获取、使用的各类数据	存储方式	数据保存期限	数据来源	数据权属	使用及用途
			取消实名认证授权后删除	主上传或输入		
	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	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	仅用于保障用户网络访问和服务的基本安全，形成用户画像和相关风控记录，为用户提供个性化推荐服务（根据 APP 隐私政策，用户可在 APP 端内自主关闭个性化推荐选项）
	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		在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	
	用户的第三方注册信息、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	保存直至用户申请注销账号、注销完成后删除	在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主上传或输入	用户自主上传、输入的数据，权属归 C 端 APP 用户	仅用于为用户提供第三方账号快速登录服务

（2）发行人已对历史上存在的数据合规瑕疵进行了整改。截至本回复出具之日，发行人 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

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。

1）内控制度方面，发行人制定了《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

内控方面，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。公司在各产品的隐私政策中声明了公司在履行法律法规的义务时须配合公安机关处理与个人信息相关的执法需求。

2) 业务开展方面，发行人已在隐私政策中明确数据采集的内容及用户授权方式

C 端业务开展过程中，发行人分别在扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 产品的隐私政策中明示了对用户个人信息的收集和处理、个人信息的传输与共享、个人信息的存储和销毁、个人信息主体权利的实现机制以及个人信息安全保护措施等相关内容。发行人已对历史上存在的数据合规瑕疵进行了整改。截至本回复出具之日，发行人获取、使用的数据类型不存在超出隐私政策的情形。

发行人基于合法、正当、必要的原则在各产品的隐私政策中列示了个人信息主体的规则，其中包括：收集和使用个人信息的目的、业务功能和类型、收集方式和频率、存放地域、存储期限、自身的数据安全能力、对外共享、转让、公开披露的有关情况、关于儿童隐私保护指引和第三方服务商清单。各产品的隐私政策等协议中设置了目录摘要，对协议内容进行了概述，以确保用户能够快速了解个人信息保护政策的主要组成部分和个人信息控制者所作声明的核心要旨。

根据三款 APP 的隐私政策，扫描全能王、名片全能王和启信宝 APP 的业务功能分为基本业务功能和扩展业务功能。基本业务功能是 APP 必备的业务功能，扩展业务功能是基于 APP 基本业务扩展的相关服务及其他第三方服务。具体如下表：

C 端 APP 隐私政策列明的相关业务功能			
业务功能	扫描全能王	名片全能王	启信宝
基本业务功能	账号注册；团队版账号申请；文档扫描；文档读取和管理；账号、网络访问和服务的基本安全	账号注册；名片扫描；名片存储、读取及管理；账号、网络访问和服务的基本安全	用户注册；企业信息查询；账号、网络访问和服务的基本安全；服务可靠性和稳定性
扩展业务功能	OCR 识别功能；证件模式扫描；支付结算；账户昵称及功能设置；搜索推荐等	OCR 识别功能；电子名片功能；通讯录导入功能；企业认证等	通讯录导入；企业认证；支付结算；推荐企业等

在启用不同业务功能前，公司要求用户分别授权。

①对于 C 端 APP 的基本业务功能：对于扫描全能王、名片全能王和启信宝三款 APP，公司在各版本产品的用户注册流程中嵌入了隐私政策和用户、服务协议勾选确认的机制。若用户不主动勾选并接受隐私政策和用户、服务协议，则无法完成用户注册流程。

对于扫描全能王、名片全能王和启信宝 APP 的 OCR 识别功能，公司提供单张授权或全集授权机制，用户授权后，APP 才可访问相关内容，扫描全能王、名片全能王和启信宝 APP 不会读取图片库中其他图片信息。对于名片全能王和启信宝 APP 的通讯录信息导入功能，产品提供了通讯录信息的单个联系人授权或全集授权机制，用户授权后，APP 才可访问相关内容，名片全能王和启信宝 APP 不会读取通讯录中其他联系人信息。

②对于 C 端 APP 的扩展业务功能：公司提供了隐私政策授权、手机权限设置和第三方隐私政策弹窗授权这三种方式，以供用户接受并授权同意扩展业务功能收集个人信息的请求。若用户不主动勾选并接受隐私政策，则无法使用对应的扩展业务功能。同时，针对扩展业务功能所收集的个人信息建立了限制处理措施，当数据主体拒绝信息收集时，公司会立即停止对相关数据的收集和处理。

3) 对 C 端 APP 的隐私政策进行专项评估

发行人分别聘请了上海市瑛明律师事务所、北京市中伦律师事务所对发行人的三款产品扫描全能王、名片全能王和启信宝 APP 的隐私政策进行了专项评估。

①对于 C 端境内产品：将全国信息安全标准化技术委员会制定的《个人信息安全规范》，以及中国信息通信研究院、电信终端产业协会（TAF）制定的《APP 用户权益保护测评规范》，电信终端产业协会发布的《APP 收集使用个人信息最小必要评估规范》作为对标，梳理报告期内扫描全能王、名片全能王和启信宝 APP 所使用的隐私政策与作为对标依据的法律法规和国家标准之间的合规对标关系。

②对于 C 端境外产品：基于《通用数据保护条例》（General Data Protection Regulation, (EU) 2016/679 号法规，以下简称“GDPR”）的要求，参考国际信息系统审计协会（ISACA）于 2019 年发布的《GDPR 审计矩阵》，针对境外产品扫描全能王（境外版）、名片全能王（境外版）的数据保护及隐私管理制度进行高阶评估，上

海市瑛明律师事务所、北京市中伦律师事务所分别出具了《关于上海合合信息科技股份有限公司数据保护及隐私管理的尽职调查报告》。根据 GDPR 的相关规定，公司在截至 2021 年 9 月 30 日、**2022 年 12 月 31 日**的数据保护及隐私管理制度经高阶评估没有整改建议。

4) 发行人采取了一系列措施应对不断调整、日益变化的行业政策

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。具体请见本回复“1.关于合规经营”之“三、请保荐机构、发行人律师说明”之“（三）对发行人报告期内所有存在的不合规情形是否构成重大违法违规、是否构成发行上市障碍逐一发表明确核查意见”之“5、启信宝 APP 超范围收集信息”。

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。为此，发行人进一步采取了如下措施：

①与从事信息安全评估检测服务的权威机构合作，定期进行数据合规安全检测评估：发行人与相关从事信息安全评估检测服务的单位签署了服务合同，定期对发行人的扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 产品进行安全及个人信息合规检测，根据评估及检测结果不断更新 APP 版本，满足不断调整、日益变化的行业政策及行业标准：

单位名称	备注	合同名称	签署时间	合同内容
中国信息通信研究院	工信部直属科研事业单位	咨询服务合同	2023 年 5 月	对名片全能王 APP 的技术方案进行检测和验证，并提供建议咨询服务
		咨询服务合同	2023 年 3 月	对启信宝 APP 的技术方案进行检测和验证，并提供建议咨询服务
		咨询服务合同	2022 年 9 月	对扫描全能王 APP 的技术方案进行检测和验证，并提供建议咨询服务
上海映涵信息科技有限公司	上海市通信管理局 2021 年网络安全支撑单位	信息安全测试委托合同	2022 年 9 月	对扫描全能王 APP、名片全能王 APP、启信宝 APP 进行 APP 个人隐私权限年度测试
北京智游网安科技有限公司		APP 收集使用个人信息合规评估服务	2022 年 11 月	对扫描全能王 APP、名片全能王 APP、启信宝 APP 提供 APP 收集使用个人信息合规评估服务

②**持续关注行业政策的变化，不断加强数据合规相关的内控体系建设：**发行人的安全与合规管理委员根据不断更新的数据行业监管、个人隐私保护政策，统筹规划合规与信息安全管理制度的维护与持续运作；安全与合规部根据行业与公司业务发展和监管环境变化情况，牵头开展研究工作，包括法律法规、行业政策标准等，基于工作成果，对公司相关经营管理制度中的数据安全、隐私保护等方面的合规性持续进行评估和更新，从内控层面提升公司数据安全与合规管理能力；

③**不断加强员工的安全与合规意识教育：**安全与合规部组织推动对员工的安全与合规意识教育，牵头定期开展公司内部安全与合规培训工作，包括但不限于行业法律法规、政策标准、信息安全知识、用户隐私保护等，加强各级管理人员和员工的数据合规意识。

因此，发行人已对历史上存在的数据合规瑕疵进行了整改。截至本回复出具之日，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。

5) 完善招股书风险提示

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“（三）政策变化的风险”中对该风险提示内容进行了更新：

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》《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。

3、发行人开展 B 端业务中所获取的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途，是否存在超出数据获取协议或隐私政策的情形

（1）发行人 B 端业务中所获取、使用的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途

发行人 B 端业务中所获取、使用的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途具体如下表：

发行人各项业务		从客户获取、使用的各类数据	存储方式	数据保存期限	数据来源	数据权属	使用及用途
智能文字识别 B 端业务	基础技术服务	企业用户自主上传的证照、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	永久保存。若客户主动要求删除则进行删除	B 端企业客户	从 B 端企业客户获取的数据，权属归 B 端企业客户	仅用于为 B 端企业用户提供智能文字识别基础技术服务
			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	不涉及	B 端企业客户	从 B 端企业客户获取的数据，权属归 B 端企业客户	
	标准化服务（名片全能王企业版 SaaS 软件服务）	企业用户自主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	永久保存。若客户主动要求删除则进行删除	B 端企业客户	从 B 端企业客户获取的数据，权属归 B 端企业客户	仅用于为 B 端企业客户提供名片全能王企业版 SaaS 软件服务
	场景化解决方案	企业用户自主上传的证照、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	永久保存。若客户主动要求删除则进行删除	B 端企业客户	从 B 端企业客户获取的数据，权属归 B 端企业客户	仅用于为客户提供场景化解决方案
			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	不涉及	B 端企业客户	从 B 端企业客户获取的数据，权属归 B 端企业客户	
商业大数据 B 端业务	基础数据服务	企业客户的注册信息以及登录信息	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	保存直至企业用户申请注销账号、注销完成后删除	B 端企业客户	从 B 端企业客户获取的数据，权属归 B 端企业客户	注册及登录信息仅用于提供启信宝企业版 SaaS 服务的注册和登录服务；企业用户查询记录用于定向提供具体的基础数据、标准化
	标准化服务（启信宝 SaaS 软件服务）	企业客户的注册、登录信息、查询记录	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	保存直至企业用户申请注销账号、注销完成后删除	B 端企业客户	从 B 端企业客户获取的数据，权属归 B 端企业客户	

发行人各项业务	从客户获取、使用的各类数据	存储方式	数据保存期限	数据来源	数据权属	使用及用途
						服务
场景化解决方案	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	不涉及	B 端企业客户	从 B 端企业客户获取的数据，权属归 B 端企业客户	仅用于为客户提供 B 端场景化解决方案

(2) 发行人 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

1) 截至本回复出具之日，智能文字识别 B 端业务获取、使用的各类信息数据不存在超出相关协议的情形，也不存在违反相关法律法规的情形

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证照、票据、名片等样本图片，以便发行人提供证照、银行卡、名片、通用文本、表格等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。

智能文字识别 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。因此发行人在智能文字识别 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，与智能文字识别 B 端客户不存在纠纷或潜在纠纷。

2) 截至本回复出具之日，商业大数据 B 端业务获取、使用的各类信息数据不存在超出相关协议或隐私政策的情形，也不存在违反相关法律法规的情形

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。

商业大数据 B 端业务中的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。因此，截至本回复出具之日，发行人在商业大数据 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的情形，发行人按相关协议要求履行合同，与商业大数据 B 端客户不存在纠纷或潜在纠纷，也不存在违反相关法律法规的情形。

（二）以表格形式列示，发行人各项业务中所销售或交换的各类信息数据的内容、来源、加工处理方式、交付产品形态、客户类型

发行人各项业务中所销售或交换的各类信息数据的内容、来源、加工处理方式、交付产品形态、客户类型如下表所示：

发行人主营业务		销售或交换的信息数据内容	数据具体来源	加工处理方式	交付产品形态	客户类型
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）、场景化解决方案	不涉及销售或交换的信息数据内容				
商业大数据	C 端 APP（启信宝）	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	向供应商采购/互换；从法院官网、政府部门官网等政府公开网站中进行自动化访问获取数据	数据挖掘、数据清洗、数据结构化处理	按期收费的 VIP 会员、付费报告	启信宝 C 端个人用户
	B 端基础数据服务、标准化服务、场景化解决方案				提供给企业客户的基础数据服务、标准化 SaaS 软件、场景化解决方案	B 端企业客户

公司智能文字识别业务为 C 端用户和 B 端客户提供的服务主要为文档扫描与文字、图片识别服务，不涉及销售数据。

智能文字识别 C 端业务为扫描全能王与名片全能王 APP，所获取、使用的各类信

息数据均为在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主输入或通过第三方组件采集，并根据用户自主上传的文档、图片等数据从而提供文字、图像识别服务，不涉及交换信息数据。智能文字识别 B 端所获取、使用的各类信息数据为根据协议具体内容、由 B 端企业客户自主提供企业信息，以便发行人提供文档扫描与文字识别服务，不涉及交换信息数据。

公司的商业大数据 C 端和 B 端业务涉及的销售或交换的信息数据内容主要为工商信息、司法诉讼、法院公告、经营信息等企业数据，不涉及个人数据。数据的具体来源为发行人向供应商采购或互换和从法院官网、政府部门官网等公开网站自动化访问获取。待发行人对前述数据进行数据挖掘、数据清洗、数据结构化处理等加工后，分别在 C 端形成按期收费的 VIP 会员、付费报告产品，以及在 B 端形成给企业客户提供基础数据服务、标准化服务、场景化解决方案。发行人不存在将从供应商采购/互换的以及自动化访问获取、使用的原始数据直接销售给第三方的情形，前述数据均符合供应商合作协议及网站公开数据处理规范。

（三）广告换数据、数据换数据的业务模式是否符合行业惯例，数据交易对手方是否具有获取、使用、销售数据的资质，该等数据来源是否合法，该类业务模式是否合规

1、广告换数据、数据换数据的业务模式是否符合行业惯例

公司在商业大数据业务开展过程中，对外提供包括工商、股权、司法涉诉、失信、舆情、资产等超过 1,000 个数据维度。公司通过购买、自动化访问获取、数据互换等方式获取原始数据，并对原始数据进行加工、处理，形成标准化产品或解决方案后对外出售。公司广告换数据和数据换数据业务的数据供应商大部分不直接对外销售公司所需要的原始数据，因此双方采取互换的形式进行合作，根据对方的需求提供公司的数据或广告服务。换入数据维度主要有经营信息如招投标、招聘、投融资等，该类信息细分维度多且缺乏统一的数据来源，故用互换的方式来获取相关数据。公司在选择互换数据供应商时，一般选择行业内规模较大、资质较好的公司进行合作，确保数据的准确性。

根据公开渠道检索，查询到案例公司与第三方进行战略合作或数据互换情况如下：

公司主体	交易对手方	合作内容/业务模式	信息来源
企查查	平安证券	企查查与平安证券在深圳签署《战略合作协议》。根据协议，平安证券与企查查将在资本市场业务、数据应用、金融科技等领域开展全面合作，并将牵头协助推动双方各兄弟单位的全面深入合作。	来源网站：东方网 http://caijing.chinadaily.com.cn/a/202001/17/WS5e216d3fa3107bb6b579a8f5.html?from=timeline 发布时间:2020-01-17 标题：企查查与平安证券战略合作，深化金融科技服务
企查查	FellowPlus	国内一级市场研究与咨询机构 FellowPlus 与大数据分享平台企查查正式宣布达成深度战略合作，共建一级市场数据中心，推动市场信息化。	来源网站：DoNews https://www.donews.com/news/detail/2/2957460.html 发布时间:2017-06-20 标题：FellowPlus 与企查查达成战略合作 共建一级市场数据中心
天眼查	博雅云图	博雅云图与天眼查达成战略合作，共同为国内各类企业提供大数据服务。该合作业务包括为企业提供口碑风险治理、企业品牌监测、竞争情报分析、突发事件网络舆情监测预警以及危机公关等综合服务，提升企业网络风险治理和危机公关水平，助力企业高效、健康、良性发展。	来源网站：博雅云图 https://zhuanlan.zhihu.com/p/343251550 发布时间:2021-01-10 标题：博雅云图与天眼查达成战略合作
天眼查	知呱呱	天眼查与知呱呱正式达成战略合作。双方将在“互联网+知识产权”的背景下，全面整合有效资源，大力延伸品牌价值，共同推动知识产权行业的建设和发展。	来源网站：DoNews https://baijiahao.baidu.com/s?id=1581686295529008904&wfr=spider&for=pc 发布时间: 2017-10-19 标题：天眼查与知呱呱达成战略合作 共同推动知识产权行业建设
天眼查	中招联合	中招联合与天眼查拟在由中招联合主导的电子招标采购平台系统展开深度合作。天眼查将支持中招联合实现中国最大的第三方电子招标采购平台的建设工作，提供深度的数据和技术支持。	来源网站：中国网 http://m.jrj.com.cn/madapter/biz/2016/07/27153121240241.shtml 发布时间:2016-07-27 标题：中招联合与天眼查签署战略合作协议 共筑中国最大第三方电子招标采购平台建设
新华网	各商业网站	在新华网《首次公开发行 A 股股票招股说明书》中第六节 业务和技术 三、我国互联网行业的基本情况介绍，商业网站新闻信息类业务的运作模式：为了合法合规转载使用传统媒体的新闻稿件，商业网站一般通过两种模式获取新闻稿件：一是商业购买。二是资源互换。商业网站通过版面管理、流量导入等方式与供稿媒体进行资源互换以获得授权内容。及在介绍商业网站转载新闻信息费用标准等相关信息时表示“目前商业网站转载新闻网站的新闻信息采取以资源互换为主，商业购买为辅的方式。”	来源网站：巨潮咨询 http://www.cninfo.com.cn/new/fulltextSearch?notautosubmit=&keyWord=%E6%96%B0%E5%8D%8E%E7%BD%91 时间：2016-10-17 标题：《首次公开发行 A 股股票招股说明书》

综上，数据互换的业务模式符合行业惯例。

2、数据交易对手方是否具有获取、使用、销售数据的资质，该等数据来源是否合法，该类业务模式是否合规

1) 数据交易对手方无需具备获取、使用、销售数据的资质

《网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》（以下简称“《数据安全法》”）《个人信息保护法》等数据相关法律法规中，对广告换数据、数据换数据业务模式的数据交易对手方并没有明确规定其在获取、使用、销售数据的资质要求。

为进一步明确该数据交易对手方的资质问题，2022年3月28日，上海市静安区金融服务办公室组织召开关于合合信息科创板上市审核中重要关注问题的专题会议，市经信委、上海数据交易所、发行人及保荐机构、发行人律师参会。根据《关于上海合合信息科技股份有限公司科创板上市审核中重要关注问题的专题会议纪要》，市经信委认为，“除此类受到中国人民银行直接监管的征信业务外，监管层面对应其他数据业务没有涉及资质、许可或备案要求”，且“根据《上海市数据条例》第十五条规定，自然人、法人和非法人组织可以依法开展数据交易活动。法律、行政法规另有规定的除外。因此，自然人、法人和非法人组织（以下简称“相关主体”）均可从事数据类服务、数据交易，不存在法律法规禁止相关主体从事数据交易活动的情况。”

因此，根据《上海市数据条例》及市经信委的确认，与发行人进行数据采购、数据互换（包括广告换数据、数据换数据）的交易对手方无需具备获取、使用、销售数据的资质。

2) 该等数据来源是否合法，该类业务模式是否合规

从数据来源来看，经保荐机构、发行人律师查阅发行人与数据供应商签署的合同及《数据信息使用确认书》，发行人已要求数据供应商通过签署协议条款或者出具《数据信息使用确认书》等方式，从而保障发行人数据采购的合法合规性，并且发行人换入的数据类型都是工商、企业等公开信息，不存在获取个人隐私、敏感信息或非公开信息的情形。

从该等业务模式来看，根据《关于上海合合信息科技股份有限公司科创板上市审核中重要关注问题的专题会议纪要》，市经信委及上海数据交易所认为，数据日常交易中，常见的是数据采购、数据互换或以其他资源与数据进行互换的商业模式。目前

国家鼓励倡导数据交易，除在数据交易所进行场内数据交易外，场外数据交易允许对公开渠道获得的数据进行加工，加工所形成的数据产品或服务可进行交易。合合信息通过数据采购或者数据互换等方式获取数据后经过加工对外销售，符合法律法规规定和行业惯例。

因此，广告换数据、数据换数据的业务模式符合行业惯例，数据交易对手方无需具有获取、使用、销售数据的资质，该等数据来源合法，该类业务模式合规。

（四）向凭安征信和人民数据采购单价差异的原因及合理性

在分析发行人向个人供应商采购数据的价格公允性时，采购个人供应商工商数据的期间为 2018 年，公司与凭安征信和人民数据签订工商数据采购合同的期间分别为 2019 年和 2020 年，采用不同期间的工商数据价格进行对比的原因为：①除该个人供应商外，2019 年以前公司的工商数据主要来源为自动化访问获取，没有相似可比的同类供应商，公司与凭安征信和人民数据开始建立密切合作时间分别为 2019 年和 2020 年；②工商数据市场价格较为稳定，定价与供应商的品牌影响力、提供数据准确性、数据维度等因素相关，同一供应商不同期间的数据价格无明显波动，因此使用不同期间的工商数据价格进行公允性的对比具备合理性。

公司的工商数据供应商主要为上海凭安征信服务有限公司（以下简称“凭安征信”）和人民数据管理（北京）有限公司（以下简称“人民数据”），两家供应商的基本信息如下：

单位：万元

供应商名称	股权结构	实际控制人	公司简介	数据采购金额（注）		
				2022 年	2021 年	2020 年
凭安征信	上海凭安网络科技有限公司（100%）	杨茂江	凭安征信是第三方征信机构，主要提供企业信用征信服务，软件开发，信息系统集成服务，已于 2015 年 1 月 24 日获得人行上海分行企业征信备案。	226.42	226.42	209.23
人民数据	北京人民在线网络有限公司（100%）	人民日报社	人民数据致力于构建全方位的大数据运营生态系统，以承建国家大数据灾备中心、国家应急数据中心、智慧党建数据中心等国家大数据项目为契机，打造安全、高效、开放、	317.85	396.77	106.13

供应商名称	股权结构	实际控制人	公司简介	数据采购金额（注）		
				2022 年	2021 年	2020 年
			共享的国家级大数据平台。在配合国家制定大数据标准的同时，还面向全社会提供数据存储、数据运用、数据交易、人员培训等多种服务。			

注：数据采购金额包含数据更新服务的费用，凭安征信的数据采购金额包含对上海凭安网络科技有限公司的数据采购金额。

报告期内，公司向凭安征信和人民数据采购的内容均为工商类数据，其中向人民数据采购单价高于向凭安征信的采购单价，主要系：（1）人民数据系人民日报社、人民网旗下的平台，依托人民日报、人民网强大的信息化建设和大数据领域所储备的技术实力和优势搭建起“国家云”，在配合国家制定大数据标准的同时，还面向全社会提供数据存储、数据运用、数据交易、人员培训等多种服务。人民数据提供的数据权威、可靠、稳定性强，具有较好的认可度，因此其具有一定的品牌溢价；（2）人民数据提供的数据维度中，包括了一些包括凭安征信在内的其他供应商未能提供的数据维度，具体包括如：股东出资、主要人员、股权出质、股权冻结、动产抵押、经营异常、抽查检查、行政处罚、简易注销等信息。因此人民数据的采购单价高于凭安征信具有合理性。

二、请保荐机构、发行人律师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）核查发行人是否取得了从事数据服务所需的全部资质、许可或备案，并发表明确核查意见；（3）核查发行人是否从事境外数据业务，是否存在向境外主体提供或销售数据产品及服务的情形，并就该类业务是否合法合规发表明确核查意见。

（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）获取并查阅发行人《安全与合规管理制度》《数据管理规定》《数据采购管理规范》《隐私政策管理规范》等与数据合规相关内控制度，了解发行人各项业务中获取数据的内部流程及管理要求；

(2) 获取并查阅发行人提供的有关业务模式的说明材料；

(3) 走访数据类供应商，获取了数据供应商的基本资料，包括营业执照、相关资质证书，对其成立时间、运营规模、主营业务、双方合作的背景、交易的具体情况、交付及结算情况、是否存在纠纷等进行确认；**在公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等渠道公开检索前十大数据类供应商的情况，确认前十大数据类供应商与发行人不存在纠纷或潜在纠纷；核查前十大数据类供应商提供的数据是否存在违规的情形；**

(4) 获取并查阅发行人 C 端 APP（扫描全能王、名片全能王、启信宝）的隐私政策；

(5) 获取并查阅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》《关于上海合合信息科技股份有限公司数据保护及隐私管理的尽职调查报告》；

(6) 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；

(7) 审阅发行人提供的与数据类供应商签订的合同、数据确认书等文件；

(8) 查阅《上海市数据条例》等相关法律法规及规范性文件；

(9) 获取并查阅发行人数据互换交易的合同，查看交易内容、交易双方的权利义务等，并抽查报告期内大额的互换交易的交付内容，确认与合同的一致性；

(10) 访谈公司业务负责人，了解互换交易的交易背景及商业合理性，是否具有行业普遍性；

(11) 对数据换数据和数据与广告互换业务的供应商走访及函证。在数据供应商走访过程中，确认供应商提供数据的来源合法有效合规，确认数据互换的目的及频率，互换数据是否价值相当，是否存在实际的款项支付和发票开具，是否涉及个人信息，或签署提供《数据信息使用确认书》，对数据信息的来源、使用范围、使用方式和使用许可期限进行确认；

(12) 网络检索同行业的战略合作信息、并查找互换交易的案例，确认互换交易是否具有行业普遍性；

(13) 获取并查阅市经信委和上海数据交易所的《专题会的会议纪要》；

（14）检索国家企业信用信息公示系统、人民数据官方网站等公开渠道，查阅凭安征信与人民数据的工商信息、基本简介，确认两家供应商的具体背景和资质情况；

（15）对比人民数据和凭安征信提供数据的具体情况，分析两家供应商提供的数据维度，分析不同供应商提供数据之间存在的差异；

（16）获取并查阅启信宝 APP 在华为应用市场的 8.1.1.0 版本的隐私政策；

（17）获取并查阅发行人与中国信息通信研究院、上海映涵信息科技有限公司、北京智游网安科技有限公司签署的相关合同。

2、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）**发行人已对历史上存在的数据合规瑕疵进行了整改。截至本回复出具之日**，发行人开展 C 端及 B 端业务前、开展业务中所获取、使用的各类信息数据均不存在超出相关数据协议或隐私政策的情形。

（2）**截至本回复出具之日**，发行人开展 C 端及 B 端业务前、开展业务中所获取、使用的各类信息数据均不存在违反相关法律法规的情形；发行人与数据供应商进行数据采购、互换过程不存在任何法律纠纷或潜在纠纷，也不存在违反数据安全相关法律法规的情形，**报告期各期前十大数据类供应商不存在违规获取数据，也不存在向发行人提供不合规数据的情形，前十大数据类供应商与发行人不存在纠纷或潜在纠纷。**

（3）广告换数据、数据换数据的业务模式符合行业惯例，数据交易对手方无需具有获取、使用、销售数据的资质，该等数据来源合法，该类业务模式合规。

（4）向凭安征信和人民数据采购单价差异的原因主要系供应商背景和数据维度差异，价格差异具有合理性。

（二）核查发行人是否取得了从事数据服务所需的全部资质、许可或备案，并发表明确核查意见

1、发行人从事的数据业务分为企业征信业务及其他数据类业务。对于企业征信业务，上海生腾已取得企业征信机构备案；对于其他数据类业务，发行人无需取得相关资质、许可或备案

发行人的 C 端业务主要为通过扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 三款核心产品为个人用户提供 C 端服务；发行人的 B 端业务主要为面向企业客户提供以智能文字识别、商业大数据为核心的服务。其中，智能文字识别业务主要为将用户所需的文件内容进行识别、处理，不涉及企业征信类业务。

对于不属于征信类业务的数据业务，《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等数据相关法律法规中，未明确数据业务经营者的资质要求。根据《关于上海合合信息科技股份有限公司科创板上市审核中重点关注问题的专题会议纪要》，市经信委确认，“除征信业务外，其他数据业务没有资质、许可或备案要求。”因此，发行人其他不涉及企业征信业务的数据类业务，无需取得资质、许可或备案。

发行人从事的数据业务中涉及企业征信业务的，由发行人全资子公司上海生腾开展。上海生腾已于 2020 年 7 月 24 日获得企业征信机构备案，符合《征信业管理条例》《征信业务管理办法》等法规的规定。

2、核查程序及核查结论

（1）核查程序

保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

1) 审阅发行人提供的有关业务模式的说明材料；

2) 查阅《征信业管理条例》《征信业务管理办法》《上海市数据条例》等相关法律法规，确认现行法规中对从事数据服务的资质、许可和备案的规定；

3) 获取并查阅上海市静安区金融服务办公室出具的《关于上海合合信息科技股份有限公司科创板上市审核中重点关注问题的专题会议纪要》。

（2）核查结论

综上，保荐机构及发行人律师认为：发行人从事的数据业务分为企业征信业务及

其他数据类业务。对于企业征信业务，上海生腾已取得企业征信机构备案；对于其他数据类业务，目前数据业务的监管层面对于其他数据业务没有涉及资质、许可或备案要求，发行人无需取得相关资质、许可或备案。因此，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。

（三）核查发行人是否从事境外数据业务，是否存在向境外主体提供或销售数据产品及服务的情形，并就该类业务是否合法合规发表明确核查意见

1、发行人为日本、美国的 C 端用户提供除中国外的全球企业数据报告服务

2021 年 11 月和 2022 年 3 月，发行人的名片全能王 APP（境外版）分别在日本、美国上线数据报告服务，为 C 端客户提供数据报告，该业务属于境外数据业务。

具体业务模式为：名片全能王 APP（境外版）通过 Company Search Incorporated（美国企业，主要提供企业数据库及数据报告，以下简称“CSI”）提供的数据报告接口服务（API），向日本、美国本土的 C 端用户提供除中国外的全球企业数据报告。报告内容为除中国外的全球企业的概况、财务信息、股东及董事会等公开信息。截至本反馈回复出具之日，该等业务仍处于用户测试阶段。

2、发行人不存在向境外主体提供或销售境内数据相关产品及服务的情形

发行人为日本、美国的 C 端用户提供数据报告的服务，报告内容均为除中国外的全球企业的企业概况、财务信息、股东及董事会等公开信息，不涉及向境外主体提供或销售境内数据产品或服务的情形。

此外，发行人在欧美、东亚等主要国家与地区，针对境外客户的不同偏好与需求进行 C 端产品及 B 端服务的销售。发行人的 C 端产品中，启信宝 APP 不存在境外版本，存在境外版本的为名片全能王 APP（境外版）、扫描全能王 APP（境外版），相关 APP 境外版本中存在的数据均为在获取用户通过弹窗方式明示同意隐私政策后，用户自主输入或通过第三方组件采集的数据，不涉及销售数据，因此不涉及向境外主体提供或销售境内数据产品或服务的情形。B 端境外业务主要为客户提供互联网广告推广服务、手机厂商技术授权业务的服务，不涉及数据业务，不存在向境外主体提供或销售数据产品或服务的情形。

3、发行人从事的境外数据业务合法合规

根据北京炜衡（东京）律师事务所出具的《法律意见书》，发行人向日本本土名片全能王 APP（境外版）用户提供除中国外的全球企业数据报告服务的业务模式在日本合法合规。鉴于现行日本法下对信息提供者没有强制性的资质或准入要求，发行人提供数据服务中的信息均属于企业公开信息，因此发行人可以进行收集、处理、分析、提供等活动，更不涉及将中国境内数据跨境传输至境外的情形。

根据美国律师事务所 Yao Legal Group LLC 出具的《法律意见书》，发行人向美国本土名片全能王 APP（境外版）用户提供除中国外的全球企业数据报告服务的业务模式在美国合法合规。鉴于发行人提供数据服务中的信息均属于公共信息或可通过适当渠道获得的业务公开信息，因此发行人不需要从美国联邦或任何州政府获得任何全国性或全州范围的许可，更不涉及将中国境内数据跨境传输至境外的情形。

另外，为避免发行人未来在从事境外业务时或出现数据流出的情况，在业务管控方面，公司通过用户的登录 IP 地址判断用户分组（**中国大陆，欧盟地区，境外（含港澳台）非欧盟地区**），并根据分组路由流量至对应服务器，以确保境内用户访问境内互联网时，其流量不被路由到境外。在内控制度方面，公司根据《个人信息安全规范》，制定了《数据管理规定》，规定若境外机构向发行人要求调取存储于中华人民共和国境内的数据，公司的安全与合规部必须严格向公安机关、网信部门等主管机关报告，只有获得审批后方可按主管机关的要求提供。

4、核查程序及核查结论

（1）核查程序

保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

1）获取并查阅上海市璞明律师事务所、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》及分别出具的《关于上海合合信息科技股份有限公司数据保护及隐私管理的尽职调查报告》；

2）获取并查阅发行人提供的有关业务模式的说明材料；

3）查阅《个人信息安全规范》等相关法律法规；

4）获取并查阅发行人《数据管理规定》等内控制度；

- 5) 获取并查阅北京炜衡（东京）律师事务所出具的《法律意见书》；
- 6) 获取并查阅美国律师事务所 Yao Legal Group LLC 出具的《法律意见书》。

(2) 核查结论

综上，保荐机构和发行人律师认为：截至本反馈回复出具之日，发行人存在从事境外数据业务的情形。发行人不存在向境外主体提供或销售境内数据产品及服务的情形。该类业务合法合规。

2.2 关于个人供应商

根据首轮问询回复：报告期内公司存在向自然人采购数据的情形，主要为企业历史工商数据和个体工商户数据，约 2,300 万条。该个人供应商曾在百度研发中心工作，曾经通过自动化采集等手段获取了国家工商公示系统对外公示的工商信息。公司于 2018 年 4 月向该个人供应商支付 160 万元采购数据，占 2018 年数据采购金额的比例为 47.13%。

请发行人说明：（1）上述个人供应商的相关数据来源是否合法、数据内容是否准确，该个人供应商是否具有出售数据的资质，发行人采购行为是否符合公司关于供应商管理的内控制度和流程；（2）发行人从上述个人供应商处获取的数据量占发行人数据量的比例，发行人对该等数据的验证及使用情况，使用或出售该等数据及该等数据形成的产品是否合法合规；（3）报告期内发行人是否存在获取、使用、销售不合法数据的情形。

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）上述个人供应商的相关数据来源是否合法、数据内容是否准确，该个人供应商是否具有出售数据的资质，发行人采购行为是否符合公司关于供应商管理的内控制度和流程；（2）发行人从上述个人供应商处获取的数据量占发行人数据量的比例，发行人对该等数据的验证及使用情况，使用或出售该等数据及该等数据形成的产品是否合法合规；（3）报告期内发行人是否存在获取、使用、销售不合法数据的情形。

（一）上述个人供应商的相关数据来源是否合法、数据内容是否准确，该个人供应商是否具有出售数据的资质，发行人采购行为是否符合公司关于供应商管理的内控制度和流程

1、上述个人供应商的相关数据来源是否合法

发行人在报告期内不存在该等向个人供应商采购数据的情形。

在 2018 年及以前，公司关于数据的自动化访问获取逻辑是动态采集最新的数据，获取新的数据之后将覆盖原有旧的数据，变更历史未充分留存。但在业务开展过程中，用户仍然存在查询企业变更信息（如企业股权的演变过程、董监高历史变化情况）或个体工商户信息的需求，且公司竞争对手有提供这方面的信息。由于公司的工商历史数据和个体工商户信息的数据有一定缺失，也未能通过已有供应商或自动化访问获取到该等数据，会导致公司的大数据整体业务的整体竞争力变弱，因此选择对外进行采购。

该个人供应商向发行人出售的数据是企业 and 个体户的工商公示信息，主要包括公司名称、注册资本、成立时间、工商变更及股东信息等，以及该等信息历史变化情况。数据来源为国家企业信用信息公示系统（以下简称“公示系统”）等公开信息网站。

根据国家工商行政管理总局发布的《国家企业信用信息公示系统使用运行管理办法（试行）》第十四条第一款，“工商部门依法有序开放公示系统企业信息资源，鼓励社会各方合法运用企业公示信息，促进社会共治。”该办法第十八条规定，“工商部门应当为社会各方广泛使用公示系统提供相应的技术条件，扩大企业信息在公共服务领域中的应用。”

因此，国家工商行政管理总局鼓励发挥公示系统在服务社会公众和加强事中事后

监管中的作用，相关工商数据对外展示，未限制以自动化访问获取的方式采集工商数据。

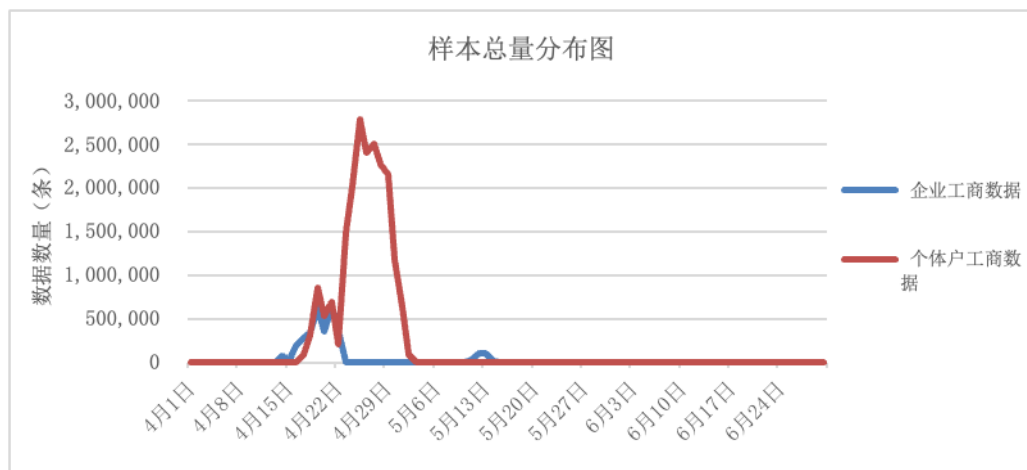
综上，上述个人数据供应商的相关数据来源为公示系统等公开信息网站，数据来源合法合规。

2、相关数据内容是否准确

公司向该个人供应商采购数据并入库后，未将历史入库数据的验证程序留痕。公司于 2022 年 3 月对该等数据进行了二次验证，具体验证情况如下：

（1）抽取总工商数据并识别和确认异常数据期间

公司按日汇总 2018 年 4 月 1 日到 2018 年 6 月 30 日期间企业和个体户的工商数据量，根据企业工商数据和个体户工商数据数量情况绘制分布图如下：



正常情况下，企业工商数据的日均入库量一般在数百至数千条，个体户工商数据的入库量一般在数十至数百条。如图所示，对于企业工商数据，在 2018 年 4 月 14 日至 2018 年 4 月 22 日期间数据创建或采购的数据量较多；对于个体户工商数据，在 2018 年 4 月 17 日至 2018 年 5 月 2 日期间数据创建或采购的数据量较多。通过进一步对企业工商数据和个体户工商数据的入库数据量进行测算，预估入库数据总量为 23,017,940 条。

单位：条

企业工商数据 入库期间:2018/4/14~2018/4/22			个体户工商数据 入库期间: 2018/4/17~2018/5/2			预估入库数据总量 (C+F)
入库期间数据总量 (A)	预估入库期间正常数据量 (B)	预估入库数据量 (C=A-B)	入库期间数据总量 (D)	预估入库期间正常数据量 (E)	预估入库数据量 (F=D-E)	
2,895,007	66,690	2,828,317	20,194,540	4,917	20,189,623	23,017,940

注：预估入库期间正常数据量=入库天数*非入库期间的平均数据量

(2) 基于入库期间抽样与工商数据比对及复核程序

根据历史入库的数据情况，2018年4月17日至4月30日为入库高峰，该期间入库的个人供应商数据量占其向公司提供总数据量比例为95.43%。为保证抽样的准确性，因此选择2018年4月17日至4月30日作为抽样数据期间。

从抽样数据期间2018年4月17日至2018年4月30日中随机抽取200万条数据，将3条公司名称为“*”的数据视为脏数据剔除后，将1,999,997条数据逐一与公示系统进行比对，匹配成功数量为1,164,145条，占比为58.21%，匹配失败数据为835,852条，占比为41.79%。抽取的200万条数据匹配存在差异，主要原因为该批采购数据内容为历史工商信息，目前公示系统中历史信息可能已下线或已变更，因此匹配失败，针对匹配失败的数据，以第三方竞品天眼查和企查查的数据信息为参照，进行人工抽样复核，抽样复核成功比例为98.52%。

具体步骤及资料说明如下：

1) 抽取数据

从抽样数据期间2018年4月1日至2018年4月30日中随机抽取200万条数据，筛选创建时间在2018年4月17日00:00:00至2018年4月30日00:00:00的数据，由于查询数据是基于大数据平台的同步顺序来排序的，并非按实际入库时间来筛选，因此该查询存在随机性，不会产生抽取数据聚集的情况。

2) 与公示系统比对

剔除3条无效数据后，将1,999,997条数据逐一与公示系统数据进行比对，匹配成功数量为1,164,145条，占比为58.21%，匹配失败数据为835,852条，占比为41.79%。

3) 复核程序

从未能与公示系统数据成功匹配的数据中抽取 10,000 条数据，剔除其中 6 条因 excel 自动处理导致失效的数据后，将 9,994 条数据与第三方竞品天眼查和企查查的数据信息进行了比对，其中存在 9,846 条数据比对成功，占比 98.52%，148 条数据比对失败，占比 1.48%，整体匹配成功率较高。

4) 整体采购数据入库比例分析

基于上述步骤，发行人在预估入库数据总量 23,017,940 条中，抽取 200 万条数据与公示系统数据进行比对时，与公示系统匹配成功数据占比为 58.21%，与公示系统匹配失败数据占比为 41.79%。同时，发行人针对与公示系统匹配失败的数据，抽样执行与第三方竞品数据比对的程序，98.52%的抽样数据可与第三方竞品数据比对成功。因此，抽样核查的 200 万条数据的准确率约为： $58.21\% + 41.79\% \times 98.52\% = 99.38\%$ ，向个人供应商采购数据的准确率较高。

综上所述，通过针对向个人供应商采购的数据进行二次验证，数据的整体准确率预估达到 99.38%，向个人供应商采购的相关数据准确。

3、该个人供应商是否具有出售数据的资质

根据《数据安全法》，国家保护个人与数据相关的权益，鼓励个人合法有效利用数据；根据《上海市数据条例》，自然人可以合法取得数据，并依法开展数据交易活动。

法律/法规名称	相关条款
《中华人民共和国数据安全法》	第七条 国家保护个人、组织与数据有关的权益，鼓励数据依法合理有效利用，保障数据依法有序自由流动，促进以数据为关键要素的数字经济发展。
	第三十二条 任何组织、个人收集数据，应当采取合法、正当的方式，不得窃取或者以其他非法方式获取数据。
《上海市数据条例》	第十四条 自然人、法人和非法人组织对其合法取得的数据，可以依法使用、加工。法律、行政法规另有规定或者当事人另有约定的除外。
	第十五条 自然人、法人和非法人组织可以依法开展数据交易活动。法律、行政法规另有规定的除外。
	第五十七条 从事数据交易活动的市场主体可以依法自主定价。

根据对上海市经信委和上海数据交易所的访谈，市经信委认为：自然人、法人和非法人组织均可从事数据类服务、数据交易，不存在法律法规禁止相关主体从事数据

交易活动的情况。对于自然人而言，在不涉及提供征信服务的情况下，通过公开渠道获取合法的数据后对外销售，无需取得采集、整理、加工或出售数据的资质，只要其从事数据业务的行为符合《数据安全法》《网络安全法》等法律法规的要求即可。

个人供应商销售给公司的数据均为公开的基本工商信息，主要包括名称、注册资本、成立时间、工商变更及股东信息等，以及该等信息历史变化情况。

综上，该个人供应商出售数据内容系工商基本信息，均属于公开数据，不存在违反《数据安全法》《网络安全法》等法律法规的情形，不需要获得出售数据的相关资质。

4、发行人采购行为是否符合公司关于供应商管理的内控制度和流程

发行人已建立了相对完善的内控制度，制定了《供应商准入制度》《采购管理制度》《数据采购管理规范》等与供应商管理相关的内控制度，对供应商的选择标准、合同审批与签订、采购内容的交付及验收、付款审批等关键节点进行控制，严格管控数据采购工作流程。在向该个人供应商进行采购时，主要履行的审批流程如下：

（1）确认需求并进行充分评估：根据业务部门的需求，由于公司的企业工商历史数据和个体工商户历史数据有一定缺失，也未能通过自动化访问获取到该等数据，因此选择对外采购。在业务部门提交需求后，公司审核评估采购数据类型范围、目的、用途、时间，经过市场询价，确认该等个人供应商的数据可满足业务部门需求，报价亦为市场公允价格；

（2）内部履行充分的采购流程管理：针对个人供应商及其数据来源进行评估，了解并评估该个人供应商的技术背景，确认个人供应商不存在重大违法、违规、行政处罚记录、重大法律纠纷或相关负面报道，数据来源合法，并将相关信息记录于《供应商基础信息调查表》。完成对个人供应商的基础尽调和合同审批后，发行人与个人供应商签订采购合同、廉洁协议和《数据信息使用确认书》，确认提供的数据信息来源合法有效；

（3）与个人供应商进行对接合作：由该个人供应商提供发行人所需的工商数据，发行人将数据进行入库。经后续验证，发行人提供的数据符合公司需求。

综上，发行人采购行为按照公司内控制度和流程执行，符合公司关于供应商管理的内控制度和流程的要求。

（二）发行人从上述个人供应商处获取的数据量占发行人数据量的比例，发行人对该等数据的验证及使用情况，使用或出售该等数据及该等数据形成的产品是否合法合规

1、从上述个人供应商处获取的数据量占发行人数据量的比例

公司从上述个人供应商处获取的数据是企业基本的工商数据，截至 2022 年 4 月 1 日，占比情况主要如下：

数据类型	占发行人工商数据量比例	占发行人总数据量比例
向个人供应商采购的数据	0.4%	0.3%

2、发行人对该等数据的验证及使用情况

公司针对该等数据的验证情况具体请参见本反馈回复“2.关于数据”之“2.2 关于个人供应商”之“一、（一）、2、相关数据内容是否准确”。

公司购买该等数据并进行验证后，通过对数据进行清洗加工，利用自然语言处理、大数据挖掘等核心技术将采购数据应用于公司的商业大数据业务，针对不同类型用户特点开发垂直化场景的功能，将相关数据转化成具有业务价值的信息，为 B 端和 C 端客户提供所需的服务。

通过此次数据采购，公司解决了之前自动化访问时获取新的数据之后将覆盖原有旧的数据，变更历史未充分留存的问题，弥补了工商历史数据和个体工商户信息的缺失，进一步完善了数据库，增强商业大数据整体业务的竞争力。公司数据采购和自动化访问等方式保持对工商数据的实时更新，不断完善数据库，从而满足用户查询企业变更信息、历史数据更新服务（如企业股权的演变过程、董监高历史变化情况）的需求。

3、使用或出售该等数据及该等数据形成的产品是否合法合规

根据《数据安全法》的相关规定，国家保护个人、组织与数据有关的权益，鼓励数据依法合理有效利用，保障数据依法有序自由流动，促进以数据为关键要素的数字经济发展。任何组织、个人收集数据，应当采取合法、正当的方式，不得窃取或者以其他非法方式获取数据。

根据《上海市数据条例》的相关规定，自然人、法人和非法人组织在使用、加工

等数据处理活动中形成的法定或者约定的财产权益，以及在数字经济发展中有关数据创新活动取得的合法财产权益依法受到保护。自然人、法人和非法人组织对其合法取得的数据，可以依法使用、加工。自然人、法人和非法人组织可以依法开展数据交易活动。

(1) 发行人严格遵守相关法律法规开展相关业务

发行人严格遵守《数据安全法》等法律法规处理、使用上述个人供应商销售的数据，相关业务开展合法合规。此外，发行人制定了《供应商准入制度》《数据采购管理规范》等一系列数据合规内控管理制度，规范并进一步加强采购业务的合规性开展。

(2) 该等数据形成的产品不涉及个人信息、个人隐私以及涉密信息

根据《网络安全法》《个人信息保护法》和《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》的相关规定，任何组织、个人不得窃取或以其他非法方式收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息；不得从事危害国家安全、公共利益的个人信息处理活动。

根据《上海市数据条例》的相关规定，“本市鼓励数据交易活动，有下列情形之一的，不得交易：（一）危害国家安全、公共利益，侵害个人隐私的；（二）未经合法权利人授权同意的；（三）法律、法规规定禁止交易的其他情形。”

公司使用或出售的上述数据均为公开数据，主要为企业和个体工商户的工商公示信息，内容包括工商公示的企业和个体工商户的最新工商基本信息，包括公司名称、注册号、社会信用代码、经营范围、股东列表、行政处罚、股权出质情况等，以及该等信息历史变化情况，包括历史名称、历史股权出质记录、历史股东等公开信息。该等通过自动化访问手段获取的公示系统对外公示的工商信息，不涉及《网络安全法》《个人信息保护法》等法律法规所定义的个人信息、《民法典》所定义的个人隐私，以及《保密法》等法律法规所定义的涉密信息。

(3) 发行人及该个人供应商均未就获取或出售前述信息受到处罚

该个人供应商销售给公司的数据均为公开数据，且不存在因获取并出售上述数据受到过任何形式的追责、索赔或者处罚。

根据 2023 年 2 月 9 日与上海市公安局静安分局网络安全保卫支队访谈，确认公司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。

根据对市经信委和上海数据交易所的访谈，合合信息通过数据采购或者数据交换等方式获取数据后经过加工对外销售，符合法律法规规定和行业惯例。

综上，发行人使用或出售该等数据合法合规，基于该等数据形成的产品亦合法合规。

（三）报告期内发行人是否存在获取、使用、销售不合法数据的情形

发行人在报告期内不存在该等向个人供应商采购数据的情形。报告期内，发行人获取、使用、销售数据的具体情况请见本反馈回复意见“2.关于数据”之“2.1 关于数据交易”之“一、（一）以表格形式列示，发行人各项业务中所获取的各类信息数据的具体储存方式及期限、使用方式及用途，是否存在超出数据获取协议或隐私政策的情形”、“（二）以表格形式列示，发行人各项业务中所销售或交换的各类信息数据的内容、来源、加工处理方式、交付产品形态、客户类型”。

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。

发行人在业务开展过程中获取的数据依据适用的法律法规及监管规定进行管理和运用。发行人制定了《安全与合规管理制度》《用户个人信息安全管理规定》《隐私政策管理规范》《数据采购管理规范》等贯穿业务全流程的信息安全管理制度，覆盖数据全生命周期的各项合规要求。

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。

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》，报告期内发行人数据采集、

使用、销售的过程未见异常，在所有重大方面符合《网络安全法》等所涉法规的相关规定，发行人不存在获取、使用、销售不合法数据的情形。

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。具体请见本回复“1.关于合规经营”之“三、请保荐机构、发行人律师说明”之“（三）对发行人报告期内所有存在的不合规情形是否构成重大违法违规、是否构成发行上市障碍逐一发表明确核查意见”之“5、启信宝APP超范围收集信息”。

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。

1、核查程序

针对上述问题，保荐机构及发行人律师执行了如下核查程序：

（1）访谈个人数据供应商，确认供应商的相关数据来源，确认与发行人不存在任何的争议或纠纷，确认该供应商不存在因出售上述数据受到过任何形式的追责、索赔、诉讼或者处罚；

（2）对公司2018年4月1日到2018年6月30日入库的个人供应商相关数据利用IT审计手段进行抽样验证，对于因公司名称变更等原因导致无法在公示系统上确认的数据，抽样与天眼查和企查查进行数据比对；

（3）访谈上海市经信委和上海数据交易所，确认对于自然人而言，在不涉及提供征信服务的情况下，通过公开渠道获取合法的数据后对外销售，无需取得采集、整理、加工或出售数据的资质，只要其从事数据业务的行为符合《数据安全法》《网络安全法》等法律法规的要求即可；合合信息通过数据采购或者数据交换等方式获取数据后经过加工对外销售，符合法律法规规定和行业惯例；

（4）获取并查阅发行人《供应商准入制度》《采购管理制度》《数据采购管理规范》等与采购数据合规相关内控制度及审核评估底稿，了解数据采购及供应商管理相关内部控制流程，确认发行人向个人供应商采购数据履行了相应的内控程序；

（5）取得发行人工商数据量和总数据量信息，计算来自个人供应商数据量占比；

（6）获取并查阅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》；

(7) 审阅发行人提供的有关业务模式的说明材料及对公司管理层的进行业务访谈；

(8) 访谈上海市公安局静安分局网络安全保卫支队；

(9) 获取并查阅发行人《安全与合规管理制度》《数据管理规定》《数据采购管理规范》等与数据合规相关内控制度；

(10) 登录国内相关行政、司法信息公开网站，查询发行人数据采购相关的涉诉、行政处罚等情形。

2、核查结论

综上，保荐机构及发行人律师认为：

(1) 公司向个人供应商采购系偶发行为，报告期内发行人不存在向个人供应商采购数据的情况。个人供应商的相关数据来源合法，数据内容准确，个人供应商对外出售工商数据，无需取得出售数据的资质，发行人采购行为符合公司关于供应商管理的内控制度和流程。

(2) 发行人从该个人供应商处获取的数据量占发行人截至 2022 年 4 月 1 日的工商数据量及数据总量的比例分别为 0.4%、0.3%，该等数据的验证结果准确，并已实际应用到发行人业务中，使用或出售该等数据及该等数据形成的产品合法合规。

(3) 报告期内发行人不存在向个人供应商采购数据的行为，亦不存在获取、使用、销售不合法数据的情形。

2.3 关于数据管理

根据首轮问询回复：(1) 发行人曾存在数据使用、数据储存等方面管理不完善的情形，发行人均已整改完毕。但发行人列示的相关整改措施中，未见针对“未单独存储密钥，且未进行密钥的定期变更管理及定期检查”、“用户隐私政策中未包含使用范围、免责条款”等具体不完善情形的对应整改情况；(2) 发行人数据类案件涉及履行义务的均已完成。

请发行人说明：(1) 发行人的整改措施与数据管理不完善情形的对应关系，发行人是否已完全整改了不完善情形及其他类似事项；(2) 发行人数据类纠纷案件的

主要情况、解决方式及对发行人的影响，该等案件中发行人存在的问题（如有）及整改措施。

请保荐机构、发行人律师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）对发行人业务是否符合数据安全和信息保护的相关要求，发行人数据信息管理是否符合法律法规规定及相关监管要求，发表明确核查意见。

回复：

一、请发行人说明：（1）发行人的整改措施与数据管理不完善情形的对应关系，发行人是否已完全整改了不完善情形及其他类似事项；（2）发行人数据类纠纷案件的主要情况、解决方式及对发行人的影响，该等案件中发行人存在的问题（如有）及整改措施。

（一）发行人的整改措施与数据管理不完善情形的对应关系，发行人已完全整改了不完善情形及其他类似事项

整改前，发行人在数据管理、数据合规方面已有较为完善的内控制度以及数据采集、使用、存储的管理流程，如对自动化访问数据采集方面提前进行合法、合理性评估；对与第三方数据供应商签署合同中已规范数据来源合法及保密等相关责任等。但严格对标《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等数据相关法律法规，报告期内曾经存在少许不完善的情形。发行人曾经存在的数据管理不完善情形及整改措施的对应关系如下：

类型	不完善情形的具体内容	整改措施
内控制度	发行人已建立《安全与合规管理制度》《数据采购管理规范》《安全漏洞运营管理规范》等一系列数据合规制度，但未建立系统性的数据管理相关制度，如未针对个人信息保护设立专职的部门和负责人、未在数据安全或个人信息保护的方针、政策或相关文档中对负责人或工作机构规定相应职责	已制定并完善覆盖全部数据生命周期的数据生命周期安全管理制度，包括数据采集、数据使用、数据访问权限控制、数据导出和数据删除相关的制度，并设计了相应的管理流程，实现全数据生命周期的管理，并明确了安全与合规管理委员会在业务合规、网络安全、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、项目组的职责
	未将个人信息处理活动的重要决策直接向组织主要负责人进行报告	公司制定了《用户个人信息安全管理规定》，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
数据采集	对于被自动化访问的对象，仅在初次自动化访问前审阅被采集对象的用户协议以及法律	公司设计了外部数据的采集管理流程，使用监控平台对自动化访问的运行进行监测和告

类型	不完善情形的具体内容	整改措施
	声明，缺少定期的用户协议审阅	警，定期检查自动化访问目标网站的 Robots 协议、网站声明和内容安全
	公司《供应商管理细则》中暂未规定由法务和个人信息保护负责人进行确认的相关条款，部分第三方供应商提供的数据与信息的合法性暂未在合同中确认	对未在合同条款中确认数据来源合法合规的第三方数据供应商，公司全部与其补充签署了《数据信息使用确认书》，确保其提供的数据来源合法、合规
数据使用	未在移动端应用提供站内运营通知和推荐企业功能（个性化展示）的关闭选项	公司制定了《用户个人信息安全管理规定》以规范个性化展示的使用要求，提供简单直观的退出或关闭个性化展示模式的选项
	未对涉及到用户个人敏感信息的岗位进行关于个人敏感信息数据安全的针对性培训	安全与合规部定期牵头开展公司内部安全与合规相关培训工作，内容包括但不限于行业相关法律法规普及、信息安全知识、数据安全红线、用户隐私保护、信息安全技能、内部相关管理制度、内部相关流程等
数据存储	产品数据库中用于字段加密的密钥均存储在代码中，未单独存储密钥，且未进行密钥的定期变更管理及定期检查	公司制定了《密钥变更管理规范》，以规范 SSL 证书的密钥全生命周期的管理机制，并要求每年对密钥的管理情况进行检查以及加密后的数据与密钥需进行隔离存储。公司规范了不同安全等级的数据在传输和存储中的加密要求以及密钥的全生命周期管理机制
合规管控	公司有个人信息保护相关的方针、政策，但是在操作流程方面应进一步标准化	公司制定了《用户个人信息安全管理规定》，规定了个人信息查询、更正、删除、撤回授权同意、注销、获取个人信息副本和投诉请求的判断标准、操作流程和响应时间
	公司未在数据安全等方面的方针、政策或相关文档中对负责人或工作机构规定相应职责	制定《用户个人信息安全管理规定》，明确安全与合规管理委员会对个人信息安全负全面领导责任
用户信息	未针对已建立的个人信息保护政策和数据保护措施建立定期审核机制，如每半年对现有隐私保护措施的执行情况进行审核并确认是否同隐私政策内称述的个人信息保护内容保持一致	公司制定了个人信息安全评估流程，其中明确了个人信息安全评估的适用场景、评估内容以及定期审阅机制，规定每半年对现有隐私保护措施的执行情况进行审核并确认是否同隐私政策内称述的个人信息保护内容保持一致
用户隐私政策	隐私政策中未完全标注所有第三方提供的服务与 SDK	扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 的《隐私政策》中已列示《第三方列表》并写明所有第三方提供的服务与 SDK
	未在隐私政策中列出委托的第三方收集使用个人信息的目的、方式范围等，如第三方清单中未列明短信验证码第三方	扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 的《隐私政策》中已列出委托的第三方收集使用个人信息的目的、方式范围等相关信息
	隐私政策中未包含“安全责任约定与免责条款”，督促提醒用户对自己的网络行为负责、加强自律，对于用户通过社交网络转发他人制作的信息	扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 的《隐私政策》中已提示用户，与履行法律法规规定的义务相关、与国家安全、国防安全、公共安全相关的、响应个人信息主体的请求将导致个人信息主体或其他个人、组织的合法权益受到严重损害的等等情形，发行人无法响应用户需求

就上述事项，发行人已根据自身的实际情况及业务发展需要完成了整改。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》，根据《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》及其他上述报告中所列明的尽职调查中所对标的所涉法律法规和相关指南，截至评估基准日 2021 年 9 月 30 日、2022 年 12 月 31 日，发行人在所有重大方面符合了尽职调查所涉法律法规的相关规定。

此外，公司对扫描全能王、名片全能王等 APP 产品进行了检测和整改。公司发现相关 APP 的部分版本中存在违反必要原则，收集与其提供的服务无关的用户权限等待整改的情况。

就上述情形，公司比对《App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》（国信办秘字〔2019〕191 号，以下简称“《认定方法》”），对扫描全能王、名片全能王等 APP 产品存在的问题进行了整改并重新上架、及对其他部分产品采取主动下架并终止提供相关 APP 的网络服务等措施。公司整改完成后不存在《认定方法》所认定的 APP 违法违规收集使用个人信息行为。前述事项不构成公司重大违法违规行为，不构成发行人本次发行上市的障碍。

中国电子技术标准化研究院赛西实验室于 2022 年 12 月 28 日出具了《数据安全保护能力自评估报告》，经对合合信息旗下产品及业务系统进行的全方位评估，合合信息已根据标准要求，在个人信息保护影响评估（PIA）的执行周期、以及对接口安全规范的鉴权信息传输方面的低风险问题进行了整改，并建立了完整的覆盖数据全生命周期的数据安全管理制度规范体系；已开展了数据分级分类工作，明确各类数据的敏感程度与安全保护需求，已配备了数据加密、数据脱敏等数据安全保护技术，以保障合合信息各个系统在数据全生命周期的安全；定期对数据安全风险进行检测，对数据接口采取了严格的保护措施，在接口口令认证、数据暴露面、访问权限、高危操作方面暂未发现安全风险。

（二）发行人数据类纠纷案件的主要情况、解决方式及对发行人的影响，该等案件中发行人存在的问题（如有）及整改措施

1、发行人数据类纠纷案件的主要情况、解决方式及对发行人的影响

截至本反馈回复出具之日，发行人及其子公司涉及数据类纠纷案件为启信宝产品

展示公开信息产生的纠纷，案由主要是“名誉权纠纷”、“侵权责任纠纷”，涉案金额从 2,000 元到 110 万元之间不等。截至本反馈回复出具之日，除金山兴盛一案（（2021）京 73 民终 3418 号）**二审开庭尚未判决**（具体详见下表），其他相关案件均已审结，发行人涉及的履行义务均已完成。

（1）展示相关公开信息引起纠纷

报告期内，发行人产品展示信息中存在企业相关失信被执行人、诉讼相关案件等从中国裁判文书网、中国执行信息公开网获取的公开信息。部分相对方以侵犯名誉权等为由起诉。相关案件的主要情况、解决方式如下表：

序号	案由	案号	原告/上诉人/申请人	被告/被上诉人/被申请人	事实及诉讼请求	审结情况及责任认定
1	名誉权纠纷	（2022）苏 0506 诉前调 6898 号、 （2022）苏 0506 民初 9421 号	原告-中科院生态科技园区	被告-上海生腾	原告主张被告产品擅自展示原告涉诉信息且展示内容不完整，侵犯其商业信誉并造成其业务损失，因此诉请判令被告更正网站及产品展示的原告执行信息，在报纸上刊登致歉声明，并赔偿经营损失和维权产生的合理支出合计 3 万元	调解结案。上海生腾对启信宝网站及启信宝 APP 上涉原告相关信息作调整，原告放弃其他诉讼请求
2	名誉权纠纷	（2021）沪 0115 民初 93453 号	原告-前锦网络信息技术（上海）有限公司	被告-上海生腾	原告主张被告产品展示信息展示了原告失信人信息，提出删除被告网站上的原告失信人标签、停止发布原告公司相关信息、赔偿损失 10 万元并承担诉讼费用	调解结案。上海生腾支付原告人民币 2 万元
3	网络侵权责任名誉权纠纷	（2021）川 7101 民初 2919 号、 （2021）川 71 民终 132 号	原告、上诉人-成都荣盛建设有限公司	被告、被上诉人-上海生腾	原告主张被告产品展示的原告涉诉信息侵害其名誉权及商誉，要求立即删除被告产品网站上关于原告公司的全部涉诉案件信息	一审胜诉，已驳回原告全部诉讼请求； 二审胜诉，维持原判
4	名誉权纠纷	（2021）川 7101 民初 2671 号	原告-成都双流亿瑞鑫贸易有限公司	被告-上海生腾、合合信息	原告主张被告产品展示的原告涉诉信息侵害其名誉权及商誉，要求立即删除被告产品网站上关于原告公司的全部涉诉案件信息	一审胜诉，已驳回原告全部诉讼请求
5	网络侵权责任纠纷	（2021）川 7101 民初 3262 号	原告-四川宏诚峰尚商贸有限公司	被告-上海生腾、合合信息	原告主张被告产品展示的原告涉诉信息侵害其名誉权及商誉，要求立即删除被告产品网站上关于原告公司的全部涉诉案件信息	一审胜诉，已驳回原告全部诉讼请求
6	网络侵权责任纠纷	（2021）沪 0112 民初 19485 号	原告-上海无极网络科技有限公司	被告-上海生腾	原告主张被告产品展示信息侵犯其名誉权，诉请被告删除侵权信息、赔礼道歉、恢复名誉、赔偿损失 1.5 万元及承担其律师费用 0.5 万元	原告已撤诉

序号	案由	案号	原告/上诉人/申请人	被告/被上诉人/被申请人	事实及诉讼请求	审结情况及责任认定
7	名誉权纠纷	(2021)新0103民初4112号	原告-德汇置业集团有限公司	被告-苏州贝尔塔	原告主张被告在原告企业公示信息内命名并添加“自身风险条”等警示及贬义性信息项目,放大原告不实信息,诉请被告删除平台显示的侵权内容,赔礼道歉、刊发无风险声明并赔偿名誉损失费1万元	原告已撤诉
8	名誉权纠纷	(2021)苏0509民特240号	原告-罗毓华	被告-上海生腾	原告主张被告产品展示信息侵犯其名誉权,要求赔偿经济损失名誉损失和精神损害赔偿共计1万元	调解结案。上海生腾支付原告人民币2,000元
9	不正当竞争纠纷	(2019)京0106民初38118号、(2021)京73民终3418号	原告-北京金山兴盛展览有限公司	被告-苏州贝尔塔、上海生腾、北京百度网讯科技有限公司	原告以不正当竞争为由起诉,主张在被告搜索引擎上搜索原告名称出现“裁判文书-失信被执行人”标题;且被告在其网站未经其认证即在原告公司名称后标注“认证企业”并标注风险信息,且擅自传播与其相关的裁判文书,因此请求其停止侵害、消除影响、公开赔礼道歉并赔偿损失及误工费	一审胜诉,驳回原告全部诉讼请求;二审已开庭,尚未判决
10	名誉权纠纷	(2019)渝0107民初10100号、(2020)渝05民终1414号	原告、上诉人-重庆慧瀚教育咨询有限公司	被告、被上诉人-苏州贝尔塔	原告主张被告未与其确认即将赌博网站标为其官网的行为使得其名誉严重受损,因此请求判决被告赔偿名誉损失费5万元并当庭赔礼道歉	一审胜诉,驳回原告全部诉讼请求;调解结案,向上诉人书面道歉

关于二审尚未审结的金山兴盛不正当竞争纠纷((2019)京0106民初38118号、(2021)京73民终3418号),原告北京金山兴盛展览有限公司以不正当竞争纠纷为由起诉苏州贝尔塔、上海生腾及北京百度网讯科技有限公司(以下简称“百度公司”)。原告主张:1)在百度搜索引擎上搜索原告企业名称时出现“北京金山兴盛展览有限公司-法律诉讼-判决书-失信被执行人-启信宝”标题,该信息也在启信宝网站上展示。原告认为这是百度公司提供网络平台技术帮助启信宝网站,共同制作发布了此标题。原告认为前述事项在互联网上构成“共同勾结对原告实施恶意侵害”的行为;2)未经原告认证,启信宝网站在原告公司名称后标注了“认证企业”及相关风险信息,传播与原告相关的裁判文书;3)此举违反了《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》《反不正当竞争法》等法律法规规定。因而原告告诉请要求三被告消除侵害、承担不正当竞争侵害责任、联合发布声明并在人民日报

发表公开道歉的声明等。

根据一审判决书（（2019）京 0106 民初 38118 号），北京市丰台区人民法院经审理后认为：1）启信宝网站和百度信誉网站展示的金山兴盛公司相关信息来自公共数据，是国家机关依照法律规定在履行职能过程中采集、制作、生产或获取，并通过一定形式记录、保存的数据资源，公共数据本质上已具有公共属性；2）通过百度搜索引擎搜索后出现“北京金山兴盛展览有限公司-法律诉讼-判决书-失信被执行人-启信宝”标题，该标题并未明确表述金山兴盛公司系失信被执行人，点击进入相应链接网站后，相关内容为金山兴盛公司的企业信息，未显示金山兴盛公司为失信被执行人，且无证据证明这些信息内容与实际情况不符。因此前述标题仅起到检索作用，启信宝网站呈现的信息未侵犯金山兴盛公司的合法权益，不构成不正当竞争；3）百度信誉网站显示的相关内容启信宝网站显示内容基本一致，亦无证据证明百度信誉网站呈现的有关金山兴盛公司的企业信息与实际情况不符，也不构成不正当竞争。4）三被告的涉案行为并非单独针对金山兴盛公司，主观上没有故意损害金山兴盛公司以增强自身竞争优势的主观故意，客观上没有降低金山兴盛公司的社会评价、影响其市场竞争优势，因此不构成不正当竞争。

根据一审判决书（（2019）京 0106 民初 38118 号），北京市丰台区人民法院驳回原告金山兴盛展览有限公司诉讼请求，案件受理费由原告承担。金山兴盛展览有限公司已于 2021 年 7 月 7 日就该案提起上诉，截至本反馈回复出具之日，该案二审尚在审理过程中。

综上，该案系原告以不正当竞争纠纷为由诉苏州贝尔塔、上海生腾及北京百度网讯科技有限公司，实则为数据展示引起的纠纷。根据法院一审判决，苏州贝尔塔和上海生腾在本案中不构成不正当竞争。

（2）自动化访问获取引起的纠纷

发行人通过自动化访问获取企业工商、司法诉讼等公开信息。发行人虽设置了自动化访问定期检查机制，但由于被采集网站实时更新、变化，该种采集方式存在一定滞后性，因此发行人未及时更新产品展示信息，导致信息更新不及时而引起纠纷。另外，发行人通过自动化访问获取数据时，也存在个别数据采集与实际情况不匹配的情形。**报告期内**，相关案件的主要情况、解决方式如下表：

序号	案由	案号	原告/上诉人/申请人	被告/被上诉人/被申请人	事实及诉讼请求	审结情况及责任认定
1	名誉权纠纷	(2021)浙0192民初203号	原告-杭州福坤实业发展有限公司	被告-上海生腾	原告主张被告产品展示信息有误,致其失去商机,诉请判令被告停止侵权、赔礼道歉并赔偿经济损失18万元及为制止侵权行为的合理支出2万元	一审胜诉,已驳回原告诉讼请求
	名誉权纠纷	(2021)浙0192民初166号	原告-杭州福坤实业发展有限公司	被告-合合信息	原告主张被告产品展示的原告涉诉信息有误,要求被告赔偿并赔礼道歉	
2	名誉权纠纷	(2020)苏1202民初4726号	原告-江苏奥锦钢化玻璃有限公司	被告-上海生腾	原告主张被告网站显示的错误处罚信息导致其与客户合同的解除,诉请删除不实信息、赔礼道歉并赔偿名誉权损失10万元及预期利益损失54.63万元	调解结案,上海生腾向江苏奥锦钢化玻璃有限公司给付6万元
3	名誉权纠纷	(2019)苏0591民初7784号、(2020)苏05民终409号	原告-博亿科技有限公司; 上诉人-苏州贝尔塔	被告-苏州贝尔塔; 被上诉人-博亿科技有限公司	原告主张被告产品显示的四份法院公告与其无关,故诉至法院请求其澄清事实、消除影响、赔礼道歉并赔偿各项损失共96万元	一审败诉; 二审败诉,苏州贝尔塔赔偿博亿科技有限公司21,500元,驳回其他诉讼请求
4	网络侵权责任纠纷	(2022)沪0106民初45724号	原告-阿鑫实业	被告-上海生腾	原告主张被告产品公示的原告信息不实,侵害其名誉权并造成损失,因此诉请判令被告在媒体及产品上公开刊登声明、赔礼道歉,赔偿经济损失110万元和合理费用9,000元,并承担诉讼费用	原告已撤诉
5	网络侵权责任纠纷	(2022)沪0106民初45725号	原告-铜林矿业	被告-上海生腾	原告主张被告产品公示原告信息不实,侵害其名誉权并造成损失,因此诉请判令被告在媒体及产品上公开刊登声明、赔礼道歉,赔偿经济损失110万元和合理费用9,000元,并承担诉讼费用	原告已撤诉

2、该等案件中发行人存在的问题（如有）及整改措施

上述案件均为展示信息产生的纠纷，发行人的具体情况及解决措施如下：

对于展示相关公开信息引起的纠纷：根据《征信业管理条例（国务院令 第 631 号）》第二十一条：“征信机构可以通过信息主体、企业交易对方、行业协会提供信

息，政府有关部门依法已公开的信息，人民法院依法公布的判决、裁定等渠道，采集企业信息。”启信宝 APP 展示的信息系发行人基于提供企业征信服务的目的而从公开渠道获取的企业数据，启信宝 APP 的运营主体上海生腾作为经人行上海分行备案的企业征信机构，收集并展示相关企业的信息符合法律法规的规定。

对于自动化访问获取引起的纠纷：为减少启信宝信息展示更新不及时、个别数据采集与实际情况不匹配的情况，发行人在数据合规纠纷方面制定了相关纠纷解决机制：

1) 自动化访问数据采集方面：发行人制定了《通过自动化访问获取数据操作规范》，评估被采集网站从而保证数据的准确性。在数据采集前会做综合评估，评估因素包括自动化访问数据的主要类型、被采集网站是否为政府信息公开网站或商业性网站、被采集网站是否具备 Robots 协议或公示条款限制自动化访问、网站是否具备自动化访问限制措施、自动化访问数量及频率是否影响采集对象网站的正常运行等核心因素。在评估通过之后，发行人才会正式开始数据采集。同时，发行人会对被采集网站做定期检查，如以上因素发生变化，即做相应调整，确保数据采集符合综合评估。发行人制定了相关的管理制度及流程以管理自动化访问采集工具。当新增或者下线自动化访问采集要求时，须经适当审批后由发行人启信宝 APP 数据技术人员负责日常维护自动化访问采集网站清单。通过对自动化访问采集工具的代码扫描，以识别是否存在正在运行的自动化访问工具所实际访问的网站范围超出公司自行维护的自动化访问采集网站清单的情况。若存在不一致的情形，评估该类网站是否为合法合规的信息披露平台，从而减少数据信息不准确的问题。

2) 数据采购方面：除自动化访问，发行人还通过数据采购的方式对相关信息进行补充及确认。数据采购方面，发行人对数据供应商进行了尽职调查，确保数据来源合法，不存在任何信息、数据权属及知识产权争议，不存在与数据获取相关的争议、纠纷或相关负面报道，并且在采购合同中约定数据合规事宜和纠纷解决、实施的数据安全措施条款和数据处理（包括数据类型、频率、处理方法等）等相关条款。

3) 个人信息安全及网络安全方面：根据公司制定的《网络安全事件应急预案》《个人信息安全事件应急预案》，当发生网络安全或个人信息安全相关纠纷或诉讼时，该事件涉及的系统产品团队负责人、研发负责人、运营负责人，以及公司法务、安全、公共关系处理团队将临时组成应急响应团队，根据事件的四个级别（特别重

大、重大、较大、一般）于 2 至 24 小时内制定应急方案并实施，尽可能在规定时间内解决纠纷、减少对用户和产品的影响。

截至本反馈回复出具之日，除金山兴盛一案（（2021）京 73 民终 3418 号）**二审开庭尚未判决**，其他发行人数据类案件涉及履行义务的均已完成，发行人也不存在因开展数据业务而受到主管部门的行政处罚的情形。

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 12 月 31 日**，发行人已制定并完善了《安全与合规管理制度》《用户个人信息安全管理规定》《隐私政策管理规范》《数据采集管理规范》等覆盖数据全生命周期的内控机制，在所有重大方面符合上述报告中所列明的尽职调查中所对标的所涉法律法规和相关指南的要求。

二、请保荐机构、发行人律师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）对发行人业务是否符合数据安全和信息保护的相关要求，发行人数据信息管理是否符合法律法规规定及相关监管要求，发表明确核查意见。

（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）获取并查阅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》；

（2）获取并查阅报告期内发行人的数据业务相关诉讼文件；

（3）获取并查阅发行人营业外支出明细，验证纠纷赔偿金额的完整性；

（4）获取并查阅发行人《通过自动化访问获取数据操作规范》《网络安全事件应急预案》《个人信息安全事件应急预案》等相关内控制度；

（5）获取并查阅上海市市场监督管理局及人行上海分行出具的合规证明文件；

（6）检索国家发展和改革委员会网站（<https://www.ndrc.gov.cn/>）、商务部网站（<http://www.mofcom.gov.cn/>）、国家外汇管理局网站（<http://www.safe.gov.cn/safe/whxzcfxxcx/index.html>）、信用中国网站

(<https://www.creditchina.gov.cn/>)、中国裁判文书网 (<http://wenshu.court.gov.cn/>)、中国执行信息公开网 (<http://zxgk.court.gov.cn/>)、上海市商务委网站 (<https://swwww.sh.gov.cn/>)、上海市发改委网站 (<https://fgw.sh.gov.cn/>)、国家外汇管理局上海市分局网站 (<http://www.safe.gov.cn/shanghai/>) 等网站, 确认发行人不存在因开展数据业务而受到主管部门处罚的情况。

2、核查结论

经核查, 保荐机构、发行人律师认为:

(1) 发行人已根据自身的实际情况及业务发展需要进行并完成了整改, 并已完全整改了不完善情形及其他类似事项。

(2) 报告期内, 发行人及其子公司存在数据类纠纷案件, 均为启信宝 APP 产品展示公开信息、自动化访问获取数据产生的纠纷。截至本反馈回复出具之日, 除金山兴盛一案 ((2021) 京 73 民终 3418 号) **二审开庭尚未判决**, 其他相关数据类纠纷案件均已审结, 发行人数据类案件涉及履行义务均已完成。上述案件对开展数据业务及发行人的声誉不存在重大不利影响。发行人已制定了相关数据纠纷解决机制, 从而减少数据信息不准确的问题。

(二) 对发行人业务是否符合数据安全和信息保护的相关要求, 发行人数据信息管理是否符合法律法规规定及相关监管要求, 发表明确核查意见

1、发行人业务符合数据安全和信息保护的相关要求, 发行人数据信息管理符合法律法规规定及相关监管要求

根据上海市瑛明律师事务所出具的两份《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两份《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 3 月 31 日、2021 年 9 月 30 日、2022 年 3 月 31 日及 **2022 年 12 月 31 日**, 其将数据安全和信息保护、数据管理相关的法律法规、行业规范及标准与发行人的数据安全的具体情况进行了对标, 涉及的法律法规、行业标准具体如下:

序号	数据安全及信息保护的法律法规
1	《中华人民共和国网络安全法》
2	《中华人民共和国个人信息保护法》

序号	数据安全及信息保护的法律法规
3	《中华人民共和国数据安全法》
4	《信息安全技术-个人信息安全规范》
5	《信息安全技术移动智能终端个人信息保护技术要求》
6	《移动互联网应用程序信息服务管理规定》（2022年8月1日起实施）
7	《互联网用户账号信息管理规定》（2022年8月1日起实施）
8	《APP用户权益保护测评规范》10项系列标准： ◆ T/TAF 078.1-2020 APP用户权益保护测评规范 超范围收集个人信息 ◆ T/TAF 078.2-2020 APP用户权益保护测评规范 定向推送 ◆ T/TAF 078.3-2020 APP用户权益保护测评规范 个人信息获取行为 ◆ T/TAF 078.4-2020 APP用户权益保护测评规范 权限索取行为及更新的 T/TAF 078.4-2021 APP用户权益保护测评规范 第4部分：权限索取行为 ◆ T/TAF 078.5-2020 APP用户权益保护测评规范 违规使用个人信息 ◆ T/TAF 078.6-2020 APP用户权益保护测评规范 违规收集个人信息 ◆ T/TAF 078.7-2020 APP用户权益保护测评规范 下载分发行为及更新的 T/TAF 078.7-2021 APP用户权益保护测评规范 第7部分：欺骗诱导强迫行为 ◆ T/TAF 078.8-2020 APP用户权益保护测评规范 移动应用分发平台管理 ◆ T/TAF 078.9-2020 APP用户权益保护测评规范 移动应用分发平台信息展示及更新的 T/TAF 078.9-2021 APP用户权益保护测评规范 第9部分：移动应用分发平台信息展示 ◆ T/TAF 078.10-2020 APP用户权益保护测评规范 自启动和关联启动行为
9	《APP收集使用个人信息最小必要评估规范》8项系列标准： ◆ T/TAF 077.1-2022 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 总则 ◆ T/TAF 077.2-2020 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 位置信息 ◆ T/TAF 077.3-2020 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 图片信息及更新的 T/TAF 077.3-2022 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 第3部分：图片信息 ◆ T/TAF 077.4-2020 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 终端通讯录 ◆ T/TAF 077.5-2022 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 设备信息 ◆ T/TAF 077.6-2020 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 软件列表 ◆ T/TAF 077.7-2020 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 人脸信息 ◆ T/TAF 077.8-2022 APP收集使用个人信息最小必要评估规范 录像信息

数据安全和信息保护、数据管理相关的法律法规、行业规范及标准范围广、内容较多。根据《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》及《个人信息安全规范》等，对应的数据安全规范及具体类别、法律法规要求以及发行人的具体情况如下表所示：

数据安全 安全管理	具体类别	法律法规要求	发行人数据安全和信息保护管理的 具体情况
组织架构与 管理体系	数据与信息 安全组织 架构	◆ 《个人信息保护法》第五十条、第五十二条、第五十三条 ◆ 《网络安全法》第二十一条 ◆ 《数据安全法》第二十七条 ◆ 《个人信息安全规范》第十一章	◆ 公司成立了安全与合规管理委员会，对扫描全能王、名片全能王、启信宝APP的用户个人信息安全负有全面的领导责任，并建立了合规与信息安全的组织架构，以明确各部门在业务合规、网络安

数据安全 安全管理	具体类别	法律法规要求	发行人数据安全和信息保护管理的 具体情况
		第一节	全、数据安全和用户个人信息保护等方面的责任
	合规与信息安全管理体系	◆《网络安全法》第二十一条、第四十条 ◆《个人信息保护法》第四十一条、第五十一条 ◆《数据安全法》第二十七条、第三十四条	◆ 公司制定了数据生命周期管理制度，包括数据采集、数据使用、数据访问权限控制、数据导出和数据删除相关的制度，并设计了相应的管理流程，涵盖全数据生命周期的管理 ◆ 公司在扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 的隐私政策中明示了对用户个人信息的收集和处理、个人信息的传输与共享、个人信息的存储和销毁、个人信息主体权利的实现机制以及个人信息安全保护措施等相关内容。公司制定了隐私政策管理规定，其中包括隐私政策的制定、内容展示、审阅和更新流程
人员安全管理	人员安全管理	◆《个人信息保护法》第五十条、第五十一条 ◆《数据安全法》第二十七条 ◆《个人信息安全规范》第十一章第六节	◆ 公司制定了个人信息安全相关的制度，要求新入职员工签署保密协议且通过入职培训。公司制定了个人信息敏感岗位清单以定位可接触个人敏感信息的工作岗位，并对该清单定期更新。针对个人信息敏感岗位清单涉及的员工进行背景调查，并定期开展个人信息安全的专业化培训和考核 ◆ 公司制定了离职员工的账号删除管理流程，及时删除对应的离职员工账号
数据生命周期管理	数据采集	◆《网络安全法》第二十二条、第四十一条 ◆《数据安全法》第三十二条 ◆《个人信息保护法》第五条、第六条、第七条、第十四条、第十七条、第十八条、第二十三条、第二十六条、第二十九条、第三十条、第三十一条、第四十四条、第四十六条、第四十七条、第五十条、第五十一条、第五十八条、第五十九条、第六十一条 ◆《个人信息安全规范》第五章第一节、第五章第二节、第五章第三节、第五章第四节、第五章第五节、第七章第三节、第十一章第七节	◆ 公司分别设计了用户自主输入的数据采集、自动化数据采集和数据采购的管理流程和技术实施方案。对于用户自主输入的数据采集，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“同意范围内的”数据 ◆ 对于自动化数据采集，公司制定了自动化访问获取外部数据的管理流程，使用监控平台对爬虫的运行进行监测和告警，并定期检查自动化访问目标网站的 Robots 协议、网站声明和内容安全。对于数据采购，公司制定了数据采购的管理流程，包括数据供应方的尽职调查和数据采购合同的评审流程
	数据传输和存储	◆《个人信息保护法》第十九条、第四十条、第四十七条 ◆《网络安全法》第二十一条 ◆《数据安全法》第二十七条 ◆《个人信息安全规范》第六章第一节、第六章第二节、第六章第三	◆ 公司对通过 API 接口的数据传输进行加密和保护 ◆ 公司向用户列示了可能会传输或共享用户个人信息的第三方服务，并获取个人信息主体的单独同意。公司制定了数据

数据安全 安全管理	具体类别	法律法规要求	发行人数据安全和信息保护管理的 具体情况
		节、第六章第四节、第九章	安全与保密协议的标准模板，要求数据接收方在采集个人信息时，事先告知并获得授权许可，并且按照协议在处理个人信息的过程中履行对个人信息的保护责任 ◆ 公司制定了数据接收方的尽职调查流程以及涉及数据交互和个人信息处理的数据接收方管理流程，并建立了数据接收方责任的约束机制
	数据处理	◆ 《个人信息保护法》第十四条、第二十四条、第四十七条 ◆ 《网络安全法》第二十一条 ◆ 《数据安全法》第二十七条、第三十二条 ◆ 《个人信息安全规范》第七章第一节、第七章第二节、第七章第三节、第七章第四节、第七章第五节、第七章第六节、第七章第七节、第十一章第七节	◆ 公司制定了用户个人信息的使用限制以及数据分析需求的处理流程，制定了访问授权流程，在权限管理中遵循职责分离原则 ◆ 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
	数据更正与数据删除	◆ 《个人信息保护法》第二十四条、第四十四条、第四十六条、第四十七条 ◆ 《网络安全法》第四十三条 ◆ 《个人信息安全规范》第八章第二节、第八章第三节、第八章第五节、第八章第七节	◆ 公司定义了个人信息的存储方式、存储期限，以及个人信息的到期删除或匿名化处理标准 ◆ 公司制定了个人信息的删除流程，在接收用户注销申请后，扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 的数据库和后台支持系统对用户个人信息进行物理删除
数据主体权利	数据主体权利规范	◆ 《个人信息保护法》第十五条、第十六条、第二十七条、第四十四条、第四十五条、第四十六条、第四十八条 ◆ 《网络安全法》第四十九条 ◆ 《互联网用户账号信息管理规范》第十九条	◆ 公司制定了数据主体权利相关的管理制度，明确需响应的数据主体权利，包含个人信息查询、更正、删除、撤回授权同意、注销、获取个人信息副本和投诉请求 ◆ 公司在扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 的隐私政策中列明了用户主体权利相关的渠道方式，并在用户/服务协议中对用户个人主体的行为与责任进行了声明
	数据主体权利响应	◆ 《个人信息安全规范》第八章第一节、第八章第四节、第八章第五节、第八章第六节、第八章第七节、第八章第八节	◆ 在扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 的客服流程中，公司规定了个人信息查询、更正、删除、撤回授权同意、注销、获取个人信息副本和投诉请求的判断标准、操作流程和响应时间

数据安全 安全管理	具体类别	法律法规要求	发行人数据安全和信息保护管理的 具体情况
内容 安全	用 户 分 享 和 发 布 内 容 安 全	◆ 《个人信息保护法》第十条 ◆ 《网络安全法》第二十四条、第四十七条	◆ 公司制定了数据安全相关的管理制度，明确了数据分级分类的标准和不同类型数据的保护要求，并定期实施数据资产的分级分类梳理及标注
	内 部 内 容 安 全 管 理	◆ 《数据安全法》第二十七条、第三十二条 ◆ 《互联网用户账号信息管理规定》第七条、第八条、第十五条、第十七条	
数据安 全管理	数 据 分 级 分 类 保 护	◆ 《个人信息保护法》第五十一条 ◆ 《网络安全法》第二十一条、第四十二条 ◆ 《数据安全法》第二十七条 ◆ 《个人信息安全规范》第十一章第五节	◆ 公司制定了个人信息安全评估流程，其中明确了个人信息安全评估的适用场景、评估内容以及定期审阅机制。公司规范了不同安全等级的数据在传输和存储中的加密要求以及密钥的全生命周期管理机制，对扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 涉及的个人信息均使用了加密算法进行去标识化处理 ◆ 公司制定了内容安全相关的审核机制，规范了内容安全人工审核的标准流程和审阅标准，以及违法有害信息的应急响应流程和处置程序
	数 据 安 全 监 控 及 漏 洞 管 理	◆ 《个人信息保护法》第五十一条 ◆ 《网络安全法》第二十五条 ◆ 《数据安全法》第二十九条 ◆ 《个人信息安全规范》第十章第一节、第十章第二节	
	安 全 审 计	◆ 《个人信息保护法》第五十条 ◆ 《网络安全法》第二十一条 ◆ 《个人信息安全规范》第十一章第七节	
安全事 件管理	网 络 安 全 事 件 管 理	◆ 《个人信息保护法》第五十一条、第五十五条 ◆ 《网络安全法》第二十二条、第二十五条 ◆ 《数据安全法》第二十七条、第二十九条 ◆ 《个人信息安全规范》第十章第一节、第十章第二节、第十一章第二节、第十一章第三节、第十一章第四节	◆ 公司规范了安全漏洞的分级标准、漏洞的处理流程以及涉及个人信息保护措施有效性的内部审核流程。公司制定了扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 引入第三方组件管理流程和产品的安全开发管理流程 ◆ 公司个人信息保护负责人负责评估产品功能需求和第三方组件的安全合规性，安全与合规部及各产品业务部门每季度对产品进行内部漏洞扫描，并定期聘请外部专业机构对产品进行渗透测试。公司制定了安全事件管理相关的制度，规范了安全事件的应急响应流程，并定期对网络安全事件和个人信息安全事件进行应急响应演练
	个 人 信 息 安 全 事 件 管 理		
供应 商管理	合 同 评 审 流 程	◆ 《个人信息保护法》第二十三条、第二十四条、第三十八条、第四十一条、第四十七条、第五十九条 ◆ 《数据安全法》第二十七条、第三十二条、第三十三条、第三十六条 ◆ 《个人信息安全规范》第五章第四节、第九章第二节、第九章第七节	◆ 公司制定了供应商管理相关的管理制度，其中包括当第三方产品或服务涉及到个人信息收集时，须要求第三方建立响应个人信息主体请求和投诉等机制，以供个人信息主体查询和使用，并列明了内部员工及第三方外包员工对个人信息保护的要求 ◆ 公司制定了数据安全与保密协议的标准模板，以要求供应商需对采集个人信
	供 应 商 责 任 约 束		

数据安全 安全管理	具体类别	法律法规要求	发行人数据安全和信息保护管理的 具体情况
			息数据的情况进行事先告知和获得授权许可、获取数据不得侵犯第三方权益等合规事项，并规定供应商需保证数据来源合法和信息保密相关的责任。公司与第三方签订的外包合同中列示了第三方服务人员的保密义务及公司审计的权利

因此，根据上海市瑛明律师事务所出具的两份《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两份《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 3 月 31 日、2021 年 9 月 30 日、2022 年 3 月 31 日及 **2022 年 12 月 31 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》及《数据安全法》等**尽职调查**所涉法律法规和相关指南的规定。

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而受到行政处罚或因涉嫌违法违规而被立案调查。

2、核查程序及核查结论

（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《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》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；

2) 获取并查阅发行人《安全与合规管理制度》《数据安全管理规定》《通过自动化访问获取数据操作规范》等相关内控制度；

3) 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、应急响应演练记录等相关底稿材料；

4) 获取并查阅报告期内发行人的数据业务相关诉讼文件；

5) 登录国内相关行政、司法信息公开网站，查询发行人数据采购相关的涉诉、行

政处罚等情形；

6) 获取并查阅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》；

7) 访谈上海市公安局静安分局网络安全保卫支队，确认公司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；

8) 获取并查阅扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 的隐私政策。

9) 查阅国家互联网信息办公室、工信部、公安部、市场监管总局联合制定的《认定方法》，对扫描全能王、名片全能王等 APP 产品的功能及权限情况进行核查；

10) 获取并查阅相关 APP 的功能及相关版本的整改情况、公司申请新版本重新上架的外部证据，确认公司对扫描全能王、名片全能王等 APP 产品的存在的问题进行了整改并重新上架、对其他部分产品采取主动下架并终止提供相关 APP 的网络服务等措施。

(2) 核查结论

综上，保荐机构、发行人律师认为：发行人的业务符合《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等数据安全和信息保护法律法规的相关要求，发行人数据信息管理符合法律法规规定及相关监管要求。

3.关于 B 端业务

根据首轮问询回复：（1）公司 B 端业务可分为基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案；（2）报告期内，公司 B 端服务收入占比为 52.59%、36.07%、26.76%、25.74%，其中应用于泛金融领域的 B 端服务占全部 B 端服务收入比例为 32.32%、34.01%、35.15%、43.38%；（3）发行人与人民数据签约成立了“人民金融数据中心”，为郑州银行研发“大数据风控平台”，并在泛金融领域获得过最佳银行业金融科技解决方案奖等金融科技类奖项。

请发行人说明：（1）发行人在泛金融领域提供的基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案的具体内容，该等服务服务在泛金融客户产品和业务中的作用、重要程度，发行人提供的服务是否属于金融产品或金融服务的一部分；（2）结合发行人泛金融领域 B 端业务实质、收入情况、所获奖项等因素，进一步说明发行人是否属于金融科技企业，是否符合科创板定位。

请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。

一、请发行人说明：（1）发行人在泛金融领域提供的基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案的具体内容，该等服务服务在泛金融客户产品和业务中的作用、重要程度，发行人提供的服务是否属于金融产品或金融服务的一部分；（2）结合发行人泛金融领域 B 端业务实质、收入情况、所获奖项等因素，进一步说明发行人是否属于金融科技企业，是否符合科创板定位。

（一）发行人在泛金融领域提供的基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案的具体内容，该等服务在泛金融客户产品和业务中的作用、重要程度，发行人提供的服务是否属于金融产品或金融服务的一部分；

1、泛金融领域提供的基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案服务的具体内容

报告期内，公司在泛金融领域开发的客户主要指银行、证券等金融客户。报告期内，按照基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案划分，公司智能文字识别 B 端业务在银行、证券等金融领域提供的具体服务内容如下：

类别	公司智能文字识别 B 端服务矩阵	具体介绍	代表性客户举例
B 端基础 技术服务	证照、银行卡、名片等智能文字识别的基础技术服务	超过 100 种证照识别、多国家的名片和银行卡的智能文字识别基础技术服务	中国银联股份有限公司、中国太平洋保险（集团）股份有限公司、东风标致雪铁龙汽车金融有限公司
B 端标准 化服务	名片全能王企业版 SaaS 软件服务	提供面向企业的名片识别、客户名片管理、CRM 客户关系管理等基于公有云的服务	平安科技（深圳）有限公司、上海申银万国证券研究所有限有限公司、上海自贸区股权投资基金管理有限公司
B 端场景 化解决方案	智能文字识别 AI 机器人	对财报、票据、合同、表单等与业务场景紧密结合的文档提供智能文字识别服务，并进一步提供差异比对、指标分析等智能分析服务	中国人民保险集团股份有限公司、招银金融租赁有限公司
	AI 训练平台	AI 训练平台可通过自学习、自完善来持续提高图像处理及文字识别的准确性	重庆农村商业银行股份有限公司、广发证券股份有限公司

报告期内，按照基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案划分，公司商业大数据 B 端业务在银行、证券等金融领域提供的具体服务内容如下：

类别	公司商业大数据 B 端服务矩阵	具体介绍	代表性客户举例
B 端基础数 据服务	启信宝数据 API、数据包服务	数据 API：通过 API 接口与客户的系统对接，提供数据查询或推送的期间段服务 数据包：为客户查询并导出特定条件的企业数据，进行单次交付	申万宏源证券有限公司、苏州银行股份有限公司、浙商银行股份有限公司上海分行
B 端标准化 服务	启信宝企业版 SaaS 软件服务	提供背景调查、关联关系分析、风险监控与舆情预警等数据服务及深度报告下载服务	中国工商银行、郑州银行股份有限公司、广发银行股份有限公司
B 端场景化 解决方案	金融风险知识图谱解决方案	通过构建知识图谱对海量数据进行数据挖掘，帮助客户发现隐藏在复杂网络之下的风险和隐性关联关系，为金融风险管理等多种场景提供解决方案	招商银行、海通证券、郑州银行、江苏昆山农商行等
	启信宝商业全景数据库服务	将企业内部数据与外部商业大数据进行融合，实现数据同步更新，为企业客户构建全景数据库	中国太平洋财产保险股份有限公司、平安科技（深圳）有限公司、深圳证券信息有限公司等

2、该等服务在泛金融客户产品和业务中的作用、重要程度，发行人提供的服务是否属于金融产品或金融服务的一部分

根据人民银行、工信部和银保监会等国家七部委联合推出的《金融产品网络营销

管理办法（征求意见稿）》，金融产品是指金融机构设计、开发、销售的产品和服务，包括但不限于存款、贷款、资产管理产品、保险、支付、贵金属等。根据东盟 10 国和中国等 15 个亚太国家签署的《区域全面经济伙伴关系协定》附件之一的《金融服务》，金融服务包括所有保险和保险相关服务，以及所有银行和其它金融服务（保险除外）。

根据百度百科，金融产品一般指各种具有经济价值，可进行公开交易或兑现的非实物资产，也叫有价证券，如现金、汇票、股票、期货、债券、保单等。金融服务一般包括银行、证券、信托、保险等服务类型，具体包括提供金融的存贷、社会资金收缩、扩放，金融领域消费的管理和设计，对金融产品设计，对消费支付方式提供和创新。

（1）智能文字识别 B 端服务

发行人智能文字识别 B 端服务基于自身研发的复杂场景文字识别、智能图像处理、自然语言处理技术，通过批量扫描识别多种非标准化文档、智能录入各类表单、文档及工单等文档，简化了在银行、证券等金融客户的部分业务流程，降低了部分业务流程对人工的依赖，实现降本增效，因此该等服务在银行、证券等金融客户业务流程中的作用和重要性主要为解决相关领域存在海量未电子化的文档数据的痛点，提高文档处理准确度，提高工作效率，助力客户进行数字化转型。

比照前述金融产品或金融服务的定义，发行人提供的智能文字识别 B 端服务不属于金融产品或金融服务的一部分。

（2）商业大数据 B 端服务

发行人的商业大数据 B 端服务基于自身研发的知识图谱、大数据挖掘等技术，通过清洗、整合企业的大数据，包括外部工商、司法、关联关系及客户内部的数据，为金融企业的资质审查、客户准入、招投标等决策提供依据，提高风控的有效性，因此该等服务在银行、证券等金融客户业务流程中的作用和重要性主要为解决金融行业数据量大但数据价值未完全挖掘的痛点，助力客户进行数字化转型。

比照前述金融产品或金融服务的定义，发行人提供的商业大数据 B 端服务不属于金融产品或金融服务的一部分。

综上所述，发行人提供的技术服务对于银行、证券等金融客户业务流程的数字化

转型具有一定的作用和重要性，但发行人提供的服务不属于金融产品或金融服务的一部分。

(二) 结合发行人泛金融领域 B 端业务实质、收入情况、所获奖项等因素，进一步说明发行人是否属于金融科技企业，是否符合科创板定位。

1、泛金融领域 B 端业务实质、收入情况、所获奖项

(1) 业务实质

银行、证券等金融领域是发行人 B 端业务重要的应用场景之一。公司的 B 端服务针对不同行业客户的痛点问题，在多元化的行业均建立了标杆客户、积累了丰富的技术落地案例，已在包括银行、证券等以及其他多个领域（政府、物流、制造、地产、零售等）中的近 30 个细分行业实现应用。

如下表所示，公司为各行业客户提供的智能文字识别服务具有相似的业务实质，即在需要对证照、合同、票据、报表等各类纸质文档存在分类、录入、校对、解析等人工环节存在数字化转型需求的行业，为 B 端客户提供基于人工智能技术的服务，解决需要降本增效的业务痛点。公司为银行、证券等金融行业客户提供的智能文字识别技术服务的业务实质与其他多元行业不存在重大差别。

下游行业	行业客户痛点	公司智能文字识别技术赋能
银行、证券等金融行业	- 大量业务流程仍依赖员工或者用户的人工操作，效率较低，用户体验亟待优化 - 存在海量未电子化的文档数据，未能打通各业务环节文档数据，实现数据价值	- 多终端文档、图像信息的自动采集，批量扫描识别多种非标准化文档 - 各类表单、文档及工单等文档的智能录入、分类、核验、解析，简化业务流程，降本增效
政府	- 业务处理流程繁杂、所需时间较长，用户体验亟待优化 - 机构设置繁杂，机构间缺少协同运营	- 自动识别、录入各类证件、申请表格等，赋能政务自动化转型 - 无纸化办公，提升各机构间协同效率 - 数字化用户体验，提升办事效率，提高用户满意度
物流	- 竞争加剧，利润承压，急需降低成本，提升效率 - 运单版式多样、经手频次高、人工效率低且易出错	- 自动识别不同版式的快递单据，并将运单信息高效录入系统，完成核验 - 自动识别快递信息，进行智能分拣，优化流程
制造业	- 信息化程度较低，大量文档数据未有效管理与利用 - 上下游涉及企业较多，缺乏有效协同运作体系	- 自动识别、录入各类合同、票据等文件 - 自动识别、录入各类识别编码、日期等信息，赋能设备、生产原材料管理等 - 数字化企业运营，上下游协同工作、流程自动化
地产	- 业务处理流程繁杂，用户体验较差 - 上下游涉及企业较多，缺乏	- 自动识别、录入用户的各类证件，包括房产证、不动产权证等，并自动将信息录入至对应系统，完成核验 - 数字化用户服务，提升办事效率，提高用户满意度

下游行业	行业客户痛点	公司智能文字识别技术赋能
	有效协同运作体系	• 数字化企业运营，上下游协同工作，实现流程自动化

如下表所示，公司为各行业客户提供的商业大数据服务具有相似的业务实质，即在需要对和企业相关的规模庞大、多种来源、非结构化的数据进行打通、处理、挖掘的行业，为 B 端客户提供基于大数据技术的服务，解决降本增效、改善风控等业务痛点。公司为银行、证券等行业客户提供的商业大数据技术服务的业务实质与其他多元行业不存在重大差别。

下游行业	行业客户痛点	公司商业大数据技术服务赋能
银行、证券等金融行业	• 上下游信息不对称，风控难度大，依赖风控人员的经验，尽调成本高 • 数据量大，但数据未打通、数据质量低、数据价值未完全挖掘	• 清洗、整合目标企业的大数据，包括外部工商、司法、关联关系及内部财务数据 • 监控目标企业舆情，构建信息分析模型，实现风险实时监测和控制 • 为企业资质审查、信贷准入、招投标等决策提供依据，提高风控的有效性
制造业	• 数据量大，且数据源繁杂，但数据标准度不高、数据应用难、数据价值未完全挖掘	• 应用信息化系统，进行生产全周期管理 • 赋能供应链管理，优化供应商寻源及准入制度，管理合作方风险动态
政府	• 掌握多源社会数据，但政府部门设置繁杂，部门间数据未打通，数据价值亟待挖掘 • 决策依赖经验，容易出错	• 打破数据孤岛，实现不同地域及部门数据融合，提升各机构间协同效率 • 形成政府数据统一开放平台，赋能管理决策，助力城市管理
地产	• 购房者资料、楼盘信息、交易记录等非结构化数据繁杂，数据未有效管理，无法进行价值挖掘 • 竞争激烈，获客成本逐渐升高	• 对区域人口数量、消费水平、环境数据、当前市场供需等进行大数据分析 • 全方位分析客户画像，赋能精准营销，潜客推荐，以降低获客成本 • 赋能投测分析，优化地产估值与投资决策
物流	• 供应链复杂，但信息化程度较低，上下游信息不对称 • 竞争加剧，利润承压，急需降低成本，提升效率	• 赋能供应链协同管理，包括需求预测、资源配置、设备管理、渠道优化、生产作业计划、采购计划等 • 优化物流供给与需求匹配，实现车货智能匹配、库存预测等

综上所述，公司为银行、证券等金融行业客户提供的 B 端服务的业务实质为提供带来降本增效、改善风控等附加价值的技术服务，此业务实质与公司为其他多元行业客户提供的服务不存在重大差别。

（2）收入情况

公司 B 端服务按照下游应用主要细分领域的收入金额及占比如下表所示。

单位：万元

公司 B 端服务收入类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占公司总收入比重	金额	占公司总收入比重	金额	占公司总收入比重
银行、证券等金融行业客户	10,711.47	10.84%	9,456.98	11.74%	5,439.40	9.41%
软件和信息技术服务业	9,297.73	9.41%	7,669.89	9.52%	6,850.52	11.85%
制造业	823.75	0.83%	995.64	1.24%	527.74	0.91%
其他行业	5,009.15	5.07%	3,931.43	4.88%	2,657.48	4.60%
合计	25,842.09	26.14%	22,053.94	27.37%	15,475.14	26.76%

注：“软件和信息技术服务业”具体包括电商、其他软件科技等细分类型；“制造业”包括钢铁、电力、汽车、化工等细分类型；“其他行业”包括政府、医药医疗、教育、地产、物流、航空、建筑、传媒等细分类型，下同

如上表所示，报告期内，公司银行、证券等金融领域 B 端业务分别实现收入 5,439.40 万元、9,456.98 万元、**10,711.47 万元**，占相应期间公司营业收入总额比例分别为 9.41%、11.74%和 **10.84%**，整体占比呈波动趋势。

2、发行人是否属于金融科技企业，是否符合科创板定位

2021 年 4 月，中国证监会发布《关于修改<科创属性评价指引（试行）>的决定》，明确规定，限制金融科技企业、模式创新企业在科创板上市，禁止房地产和主要从事金融、投资类业务的企业在科创板上市。上述规定中未明确金融科技企业的定义。

根据蚂蚁科技集团股份有限公司（以下简称为“蚂蚁集团”）曾公开披露的招股说明书，蚂蚁集团是中国最大的移动支付平台支付宝的母公司，也是领先的金融科技开放平台。数字支付与商家服务、数字金融科技平台业务的合计收入比重在其报告期内超过 99%，数字支付与商家服务业务以“支付宝”为消费者及商家提供数字支付服务，盈利来源主要为按照交易规模的一定百分比收取的交易服务费；数字金融科技平台业务助力金融机构有效触达更广泛的客群，并提供包括消费信贷、小微经营者信贷、理财及保险在内的各类服务，盈利来源主要为基于其平台促成金融机构合作伙伴的业务规模而收取一定比例的技术服务费；除此之外，蚂蚁集团持有金融牌照的控股子公司直接提供了部分数字化的信贷、资产管理及保险等服务。

根据京东数字科技控股股份有限公司（以下简称为“京东数科”）曾公开披露的招股说明书，其在 2015 年 10 月于行业内首次提出“金融科技”定位，致力于为金融机构提供科技服务，推动中国“互联网金融”行业整体向“金融科技”升级，金融机构数字化解决方案、商户与企业数字化解决方案的合计收入比重在其报告期内超过 90%，金融机构数字化解决方案包括信贷科技、信用卡科技、保险科技、资管科技等，盈利来源主要为基于其促成金融机构合作伙伴的业务规模而收取一定比例的服务费；商户与企业数字化解决方案包括信用消费产品“京东白条”、商户收单及会员管理服务、票据贴现平台服务等，盈利来源主要为其促成合作伙伴的业务规模而收取一定比例的服务费。

蚂蚁集团、京东数科作为代表性的金融科技企业，主要业务收入来自于基于一些创新技术的金融产品和服务，同时其主要盈利模式为按照金融产品或服务产生的收益进行分成或收取一定比例的服务费。

与之相比，发行人 B 端业务收入主要来自其提供的科技产品或服务，具体为基于复杂场景文字识别、智能图像处理、自然语言处理、知识图谱、大数据挖掘技术提供的智能文字识别或商业大数据技术服务，盈利模式为从 B 端客户收取软件授权费、使用费或者技术支持服务费。发行人 B 端技术服务具有多种行业的普适性，已在包括银行、证券等金融以及其他多个领域（政府、物流、制造、地产、零售等）中的近 30 个细分行业实现应用，非专为金融业服务，发行人为金融机构提供的服务不属于金融产品或金融服务的一部分，因此发行人不属于金融科技企业。

发行人之所以曾经荣获一些金融领域客户或者组织办法的包含“金融科技”表述的奖项，主要是为金融客户提供科技服务。

金融行业的企业客户由于信息化水平较高、IT 资源更为丰富、具有较高的业务数字化转型需求，且软件付费意识较强，因此金融行业客户一般为软件类企业的重要付费客户。科创板已上市公司中与发行人同处于软件和信息技术服务业公司，其底层技术在包括金融行业在内的多个行业都有一定应用场景，具体案例如下表所示：

科创板上市公司	主营业务	底层技术	主要应用行业	金融行业客户收入占比情况
亚信安全 (688225.SH)	中国网络安全软件代表性企业，致力于成为在 5G 云网时代，守护云、网、	网络通信、计算科学、数据应用、人工智能、密码技术、行为科学等网络安全技	客户主要分布在运营商、金融、政府、制造业、能源、	报告期内（2018 年度-2021 年 1-6 月），公司金融客户收入分别为 7,361.60 万元、7,814.58

科创板上市公司	主营业务	底层技术	主要应用行业	金融行业客户收入占比情况
	边、端的安全智能平台企业。 亚信安全金融行业安全中台产品荣获《金融电子化》“2020 年度金融科技产品创新突出贡献”奖	术	医疗、交通等行业，行业覆盖广泛	万元、11,833.16 万元和 5,051.84 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 8.43%、7.25%、9.28%和 10.39%
新点软件 (688232.SH)	专注于为智慧城市中的智慧招采、智慧政务及数字建筑三个细分领域提供以软件为核心的智慧化整体解决方案	WEB 应用开发平台、移动应用开发平台、PaaS 应用支撑、一体化运维监控、人工智能技术及大数据治理和分析应用技术等项技术	客户主要集中在政府、中建、金融、信息技术集成商、电信运营商等行业	报告期内（2018 年度-2021 年 1-6 月），公司金融客户收入分别为 4,295.76 万元、3,658.38 万元、9,158.54 万元和 3,620.92 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 3.61%、2.40%、4.31%和 3.99%
格灵深瞳 (688207.SH)	专注于将先进的计算机视觉技术和大数据分析技术与应用场景深度融合，提供面向城市管理、智慧金融、商业零售、体育健康、轨交运维等领域的人工智能产品及解决方案	计算机视觉领域的核心算法技术，已形成了基于深度学习的模型训练与数据生产技术、3D 立体视觉技术、自动化交通场景感知与事件识别技术、大规模跨镜追踪技术和机器人感知与控制技术等五大技术方向	客户主要集中在城市管理、智慧金融和商业零售三大应用领域	报告期内（2018 年度-2021 年 1-6 月），公司金融领域收入分别为 808.81 万元、2,473.76 万元、7,650.71 万元、2,100.14 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 16.17%、34.88%、31.53%和 29.09%

根据《关于上海合合信息科技股份有限公司科创板上市审核中重要关注问题的专题会议纪要》，上海市经信委认为，合合信息 B 端业务面向的客户涉及各行各业，服务内容不涉及任何金融业务，不属于金融科技业务，合合信息不属于金融科技企业。

综上所述，发行人不属于金融科技企业，符合科创板定位。

二、请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述问题，保荐机构执行了如下核查程序：

1、获取了发行人在银行、证券等金融领域提供的基础技术服务、标准化服务和场景化解决方案服务的代表性客户合同，获取了发行人关于不属于金融科技企业的说

明；

2、访谈上海市经信委和上海数据交易所，并形成会议纪要，确认发行人不属于金融科技企业；

3、分析了金融科技代表性企业蚂蚁集团、京东数科的招股说明书，将其主要产品和服务内容与发行人进行比较；

4、查找了软件和信息技术服务业科创板上市企业的主营业务、底层技术、下游客户行业分布情况、金融行业客户情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、发行人提供的技术服务对于泛金融客户业务流程的数字化转型具有一定的作用和重要性，但发行人提供的服务不属于金融产品或金融服务的一部分。

2、结合发行人泛金融领域 B 端业务实质、收入情况、所获奖项等因素，发行人不属于金融科技企业，符合科创板定位。

4.关于 C 端业务

4.1 关于月活用户

根据首轮问询回复：（1）C 端产品的月活用户数的统计口径为当月有过设备活跃记录（活跃行为包括启动、访问、浏览、点击等动作）的用户，按月去重后取平均；（2）公司 C 端产品的月活用户数的数据来源包括公司内部后台系统、微信小程序管理后台、三方软件系统友盟、百度小程序管理后台、百度等，各渠道月活无法去重，因此月活合计数为各渠道月活直接相加。

请发行人说明：（1）上述月活统计口径和定义是否符合行业惯例；（2）各渠道月活无法去重的原因，将各渠道月活直接相加计算的准确性和合理性、是否存在误导性陈述，在无法去重计算的情况下有无其他替代指标或处理方式。

请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。

一、请发行人说明：（1）上述月活统计口径和定义是否符合行业惯例；（2）各渠道月活无法去重的原因，将各渠道月活直接相加计算的准确性和合理性、是否存在误导性陈述，在无法去重计算的情况下有无其他替代指标或处理方式。

（一）上述月活统计口径和定义是否符合行业惯例

发行人	旗下 APP 名称	月活的定义	统计口径、数据来源
合合信息	扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP	当月有过设备活跃记录（活跃行为包括启动、访问、浏览、点击等动作，下同）的用户，包括 APP 月活与小程序月活，按月去重后取平均	对于名片全能王和扫描全能王，除了微信小程序渠道以外的月活数据来源是公司内部后台系统，微信小程序渠道的月活数据来自 <u>微信小程序管理后台</u> ；对于启信宝，APP 渠道的月活数据来源是第三方软件系统 <u>友盟</u> ，出于业务开展角度考虑，启信宝调整了友盟统计触发的场景，导致友盟月活统计口径相比之前有明显差异，因此 APP 渠道月活统计口径从 2022 年 8 月开始调整为公司内部后台系统统计，微信小程序渠道的月活数据来自 <u>微信小程序管理后台</u> ，百度小程序渠道的月活数据来自 <u>百度小程序管理后台</u> ，Web 渠道（主要基于电脑浏览器的网页版）、m 站渠道（主要基于手机浏览器的网页版）月活数据来源为 <u>百度</u> ，各渠道月活无法去重，因此月活合计数为各渠道月活直接相加
金山办公 (688111.SH)	WPS APP	月度活跃用户数（MAU）每月至少一	报告期内，WPS Office 桌面版及移动版（Android）月活数据主要取自发行人自有

发行人	旗下 APP 名称	月活的定义	统计口径、数据来源
		次使用软件产品的用户数量	服务器；WPS Office 移动版（IOS）月活数据主要取自 <u>第三方平台 Flurry</u> 。考虑到自有服务器数据便于全球去重，并与第三方数据例如 <u>友盟</u> 、小米统计等不存在明显差异，因此 WPS Office 桌面版（主要应用于电脑端，根据适配系统的不同，可以分为 WPS Office Windows 版、WPS Office Linux 版、WPS Office Mac 版）及移动版（Android）月活数据以自有数据去重后为准；同时，由于 IOS 用户行为数据隐私管理限制，WPS Office 移动版（IOS）以第三方平台 Flurry 为准
值得买 (300785.SZ)	值得买 APP	每月内至少访问一次网站或移动客户端的独立用户 月活跃用户为全年月活跃用户的 <u>平均值</u>	根据 <u>Google Analytics</u> 和 <u>友盟</u> 统计
浩辰软件	浩辰 CAD 看图王 APP	统计时段内启动过一次浩辰 CAD 看图王移动版的用户即视为活跃用户 各自自然月活跃用户为去重后	<u>友盟</u> 数据统计
美柚股份	美柚 APP	每月至少一次使用软件产品的用户数量	<u>友盟</u> 数据统计

注：数据来源为上述企业公开披露的公告

用户如要使用 APP，第一个步骤为启动 APP，之后再进行访问、浏览、点击等不同动作，因此发行人将用户活跃记录定义成包括启动、访问、浏览、点击等动作具有合理性，由上表可见，发行人与上述 APP 类企业对月活用户的定义虽在表述上有轻微差异，但本质相同。因此发行人月活定义符合行业惯例。

发行人在列示年度月活时，为将各月的月活取平均值，上述 APP 类企业除值得买之外没有详细说明年度月活的计算方法，值得买的月活跃用户为全年月活跃用户的平均值，与发行人的统计方法一致。

在月活的统计口径及数据来源方面，公司启信宝 APP 接入了友盟数据监测系统 SDK，扫描全能王、名片全能王 APP 未接入友盟数据监测系统 SDK，因此启信宝 APP 的月活数据来源为友盟。根据公开信息，友盟为第三方数据服务平台，为移动应用运营商提供专业的数据统计分析、开发和运营组件服务，根据其官方网站，友盟已累计

为 230 万个移动应用和 950 万家网站，提供十余年的专业数据服务。因此发行人 APP 月活的统计口径及数据来源符合行业惯例。出于业务开展角度考虑，启信宝调整了友盟统计触发的场景，导致友盟月活统计口径相比之前有明显差异，因此 APP 渠道月活统计口径从 2022 年 8 月开始调整为公司内部后台系统统计。

上述 APP 类企业未披露微信小程序、百度小程序、Web 渠道、m 站渠道的月活数量或统计口径，发行人启信宝产品在微信小程序、百度小程序、Web 渠道、m 站的月活数据来源自渠道官方平台（微信小程序渠道的月活数据来自微信小程序管理后台，百度小程序渠道的月活数据来自百度小程序管理后台）或者知名的第三方平台（Web 渠道、m 站渠道月活数据来源为百度），因此发行人月活统计口径合理，符合行业惯例。

（二）各渠道月活无法去重的原因，将各渠道月活直接相加计算的准确性和合理性、是否存在误导性陈述，在无法去重计算的情况下有无其他替代指标或处理方式

1、各渠道月活无法去重的原因，将各渠道月活直接相加计算的准确性和合理性

APP 产品	渠道	月活数据来源
扫描全能王	APP 月活	公司内部后台系统（因为未接入友盟数据监测系统 SDK）
	微信小程序月活	微信小程序管理后台
名片全能王	APP 月活	公司内部后台系统（因为未接入友盟数据监测系统 SDK）
	微信小程序月活	微信小程序管理后台
启信宝	APP 月活	第三方友盟平台（因为历史上接入了友盟数据监测系统 SDK），出于业务开展角度考虑，启信宝调整了友盟统计触发的场景，导致友盟月活统计口径相比之前有明显差异，因此 APP 渠道月活统计口径从 2022 年 8 月开始调整为公司内部后台系统统计
	微信小程序月活	微信小程序管理后台
	百度小程序月活	百度小程序管理后台
	Web（主要基于电脑端浏览器的网页版启信宝）月活	百度统计平台
	m 站（主要基于移动端浏览器的网页版启信宝 m.qixin.com）月活	百度统计平台

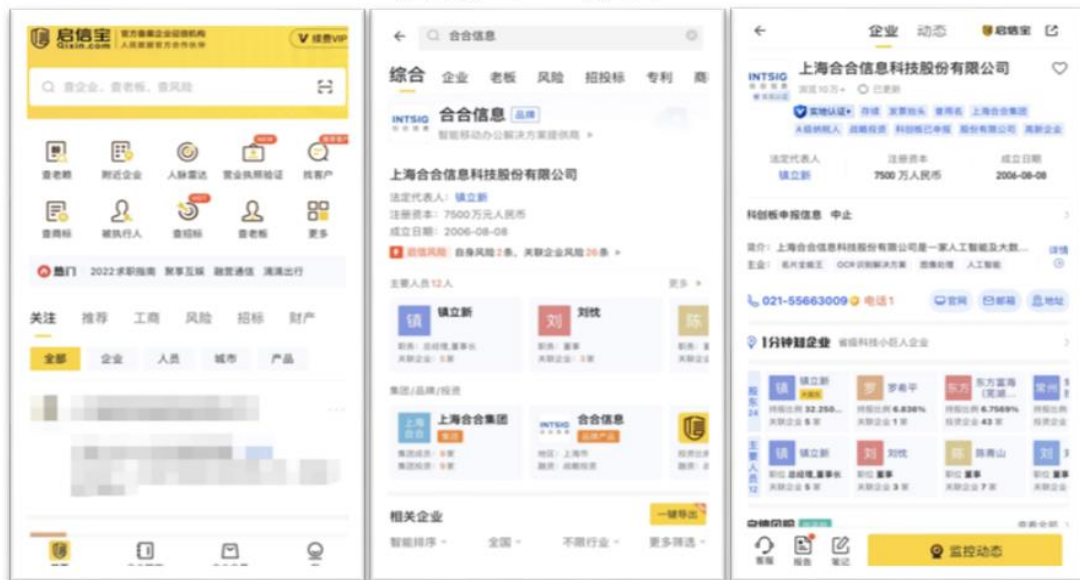
对不同渠道（APP、微信小程序、百度小程序、Web 端及 m 站）的月活进行去重操作的前提是：可以通过用户唯一标识对相同的活跃用户进行识别。然而，公司仅能

够从微信小程序管理后台、百度小程序管理后台、百度统计平台获取月活数量的结果，但上述平台对外提供月活数据时仅提供月活总数，因此公司无法从上述渠道获取带有用户唯一标识的明细数据，导致公司无法通过用户唯一标识对公司统计的各渠道月活进行去重操作，因此将各渠道月活直接相加计算，发行人已在招股说明书中对月活各渠道的统计口径进行了详细披露。

2、是否存在误导性陈述

Web端、m站、小程序等渠道是发行人C端产品除了APP之外的重要用户使用渠道，产品界面及适用的用户使用场景具有一定差别。以启信宝为例：

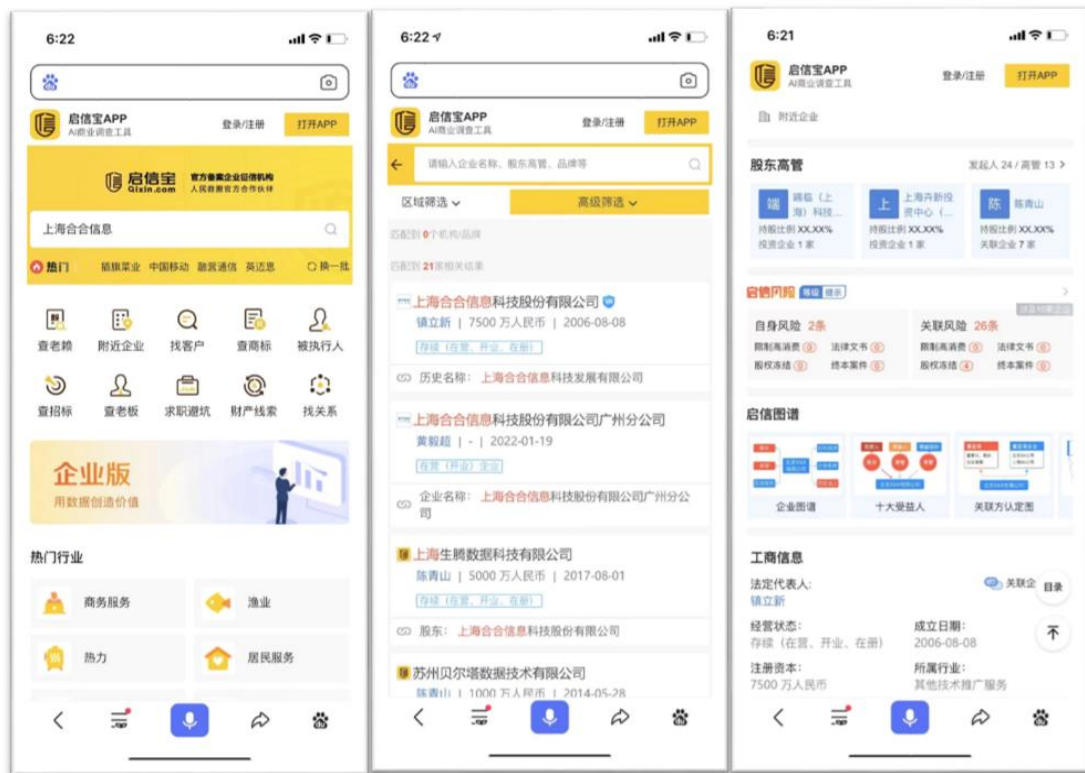
启信宝APP界面



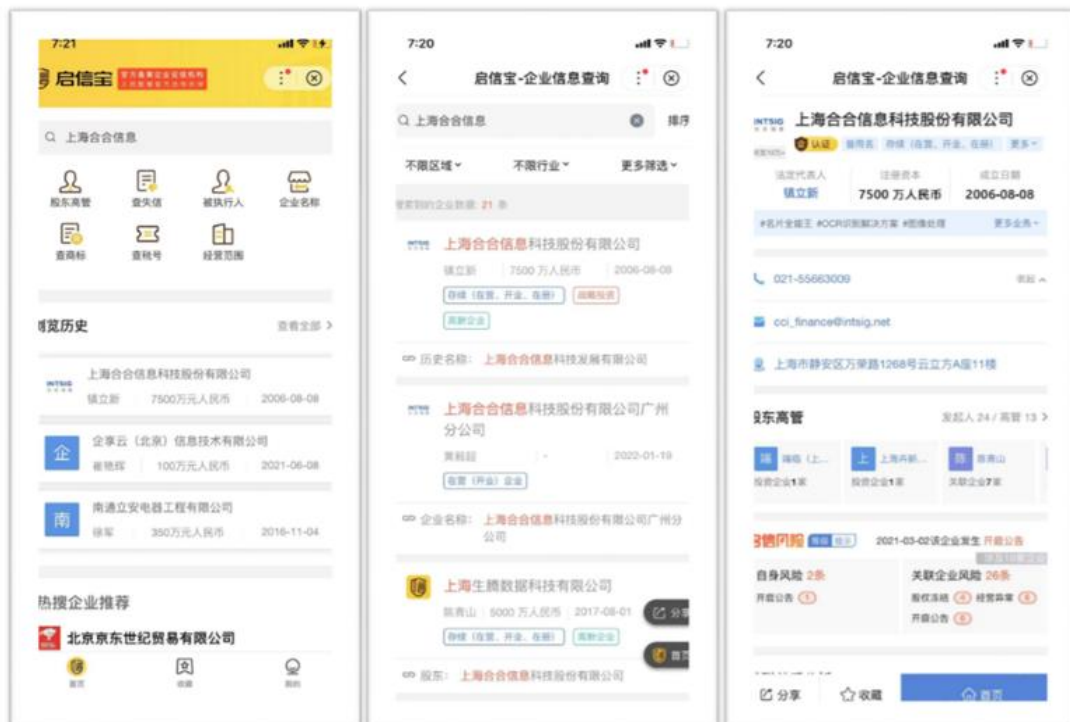
启信宝Web端（qixin.com）界面



启信宝m站（移动端网页版m.qixin.com）界面



启信宝微信小程序界面



如上图所示，由于电脑界面空间更大、鼠标操作，所以启信宝 Web 端界面功能设计与布局更符合电脑办公场景，陈列的信息相对其他渠道来说更为详尽，适用于在习

惯在电脑端办公场景查询企业信息用户；与之相比，m 站、小程序、APP 因为在手机端，手机界面空间小，因此适用于习惯移动端办公或查询信息的用户；与 APP 相比，m 站、小程序的功能和展示的企业信息有限，适用于尚未下载 APP 或者具有基础查询需求的用户。

发行人已在招股说明书之“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、营业收入按产品或服务分类”披露了启信宝各渠道月活明细及直接相加计算的过程、各渠道月活变化趋势的分析：

启信宝（万个）	APP 月活用户	Web 月活用户	m 站 月活用户	微信 小程序月活	百度小程序 月活	月活合计
2020 年月活均值	285.01	489.40	508.19	22.64	36.15	1,341.38
2021 年月活均值	228.14	388.01	320.81	19.11	82.90	1,038.97
2022 年月活均值	173.37	225.66	237.76	47.35	108.44	792.59

注：月活均值为各期间内所有月份月活的平均值；Web 月活用户为电脑端网页版启信宝月活用户，m 站月活用户为移动端网页版启信宝的月活（m.qixin.com）；各渠道月活无法去重，因此月活合计数为各渠道月活直接相加

由上表可见，报告期内启信宝整体月活 2021 年和 2022 年出现下降的趋势。分渠道来看：

1) APP 渠道、微信小程序渠道：2021 年 APP 渠道、微信小程序渠道的月活均值有一定下降的主要原因是 2020 年 8 月百度上线了自有的企业查询平台“爱企查”加剧了商业大数据 C 端 APP 的市场竞争；2022 年，启信宝 APP 月活延续小幅下降趋势，但微信小程序月活出现大幅上升的主要原因是用户在微信搜索框中检索某个企业名称时，检索结果会展示启信宝微信小程序的检索结果（微信未公开该等搜索规则或算法逻辑），用户可以从检索结果快速进入启信宝微信小程序。

2) m 站、Web、百度小程序渠道：导致启信宝整体月活出现下降的主要原因是由于 m 站和 Web 渠道的月活 2021 年和 2022 年有所下滑，这主要是由于 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，对启信宝 m 站和 Web 渠道的月活带来一定影响。另外启信宝在手机端“百度搜索”的流量原来主要是跳转到 m 站（m.qixin.com），后来百度小程序快速发展，具有早期流量红利，因此

公司将原先部分跳转到 m 站的流量切换了一部分到百度小程序，部分导致启信宝 m 站月活 2021 年、2022 年有所下降，同时百度小程序的月活增长较快。

发行人已在招股说明书之“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、营业收入按产品或服务分类”披露了名片全能王 APP 与微信小程序月活变化趋势的分析，并补充披露了名片全能王各渠道月活明细及直接相加计算的过程：

报告期内，名片全能王各渠道月活明细如下：

名片全能王（万个）	APP 月活	微信小程序月活	月活合计
2020 年月活均值	254.59	92.66	347.25
2021 年月活均值	188.14	117.89	306.03
2022 年月活均值	148.74	121.97	270.71

注：各渠道月活无法去重，因此月活合计数为各渠道月活直接相加

如上表所示，近几年，微信等社交软件迅速崛起，部分用户使用社交软件交换联系方式来替代交换纸质名片，导致名片全能王的 APP 月活出现小幅下降。应对此挑战，2017 年 5 月开始，公司利用快速崛起的微信小程序渠道，开发便于用户在微信小程序使用的功能，借助微信小程序便于分享、传播的优势，利用小程序打通 APP 用户与微信名片全能王用户的连通，如上表所示，微信小程序月活快速增长。另外，从 2019 年初开始，名片全能王境内新增注册用户中，小程序渠道的新增注册用户已经超过 APP 渠道的新增注册用户，成为注册用户增长的重要动力。

发行人在招股说明书之“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、营业收入按产品或服务分类”补充披露了扫描全能王各渠道月活明细及直接相加计算的过程、各渠道月活变化趋势的分析：

报告期内，扫描全能王各渠道月活明细如下：

扫描全能王（万个）	APP 月活	微信小程序月活	月活合计
2020 年月活均值	8,861.94	905.61	9,767.55
2021 年月活均值	9,691.20	1,178.57	10,869.78
2022 年月活均值	10,622.23	1,103.52	11,725.74

注：各渠道月活无法去重，因此月活合计数为各渠道月活直接相加

如上表所示，报告期内扫描全能王的 APP 月活保持增长趋势，2022 年扫描全能王微信小程序月活有轻微下降的原因是为提升用户的微信文档分享体验，从 2022 年 5 月份起对微信分享文档功能做了调整，将原本分享优先通过小程序链接分享改成了优先按照文档格式进行单独文件的分享，因此下半年小程序月活有明显下降，2022 年 1-6 月的月平均月活为 1,359 万，2022 年 7-12 月的月平均月活为 848 万，导致小程序 2022 年全年月活较 2021 年出现轻微下降。

发行人在招股说明书之“第五节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品和服务情况”之“（一）主营业务、主要产品或服务的基本情况”以及“二、公司所处行业的基本情况”及“公司竞争地位”之“（四）行业竞争格局、公司在行业中的竞争地位及主要竞争对手”、“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”补充披露了各渠道月活为直接相加、无法去重：

截至 2022 年 12 月末，公司扫描全能王、名片全能王、启信宝 3 款 APP 在 App Store 与 Google Play 应用市场的全球用户累计首次下载量合计超过 8 亿，2022 年 12 月的各渠道月活合计超过 1.3 亿（各渠道月活为直接相加、无法去重，即在多个渠道活跃的同用户可能被重复计算），其中 APP 渠道的月活合计超过 1.1 亿，小程序、Web 端等其他渠道月活合计约 0.2 亿。

综上所述，发行人已详细的补充披露 C 端产品各渠道月活的明细、直接相加计算的过程，不存在误导性陈述。

3、在无法去重计算的情况下有无其他替代指标或处理方式

发行人在无法去重计算的月活的情况下没有其他合适的替代指标，如上一问所述，处理方式为补充披露 C 端产品各渠道月活的明细、直接相加计算的过程，并披露了各渠道月活变动趋势合理性的分析。

二、请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。

（一）核查程序

保荐机构针对上述事项进行了如下核查：

1、获取了报告期内发行人 C 端 APP 各渠道月活明细，获取了发行人关于 C 端 APP 各渠道月活的数据来源、统计口径的说明；

2、查找了 APP 类企业对月活用户的定义、数据来源及统计口径并与发行人进行比较；

3、查阅公司 C 端 APP 各渠道的主要功能及相关区别，分析不同渠道下的用户使用场景；

4、获取了公司关于各渠道月活无法去重的原因、没有其他合适的替代指标的说明。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、发行人月活统计口径和定义符合行业惯例。

2、各渠道月活无法去重的原因合理，发行人已补充披露了 C 端产品各渠道月活的明细、直接相加计算的过程，因此不存在误导性陈述，发行人在无法去重计算的月活的情况下没有其他合适的替代指标，处理方式补充披露 C 端产品各渠道月活的明细、直接相加计算的过程，并披露了各渠道月活变动趋势合理性的分析。

4.2 关于 APP 产品

根据首轮问询回复：（1）发行人扫描全能王的非注册用户也可进行付费；（2）扫描全能王和名片全能王分免费版与付费版，主要差别是付费版需要先支付费用才能下载，付费版无广告；扫描全能王、名片全能王在华为应用市场只有免费版，扫描全能王在 APP Store 只有免费版，名片全能王在 Google play 市场只有付费版；（4）2019 年及 2020 年扫描全能王的月 VIP 平均续费率持续下降，主要原因系发行人主推年费 VIP，以及部分临时需求的价格敏感客户不再续费；（5）2019 年、2020 年以及 2021 年 1-9 月扫描全能王的年 VIP 续费率持续下降，主要原因为发行人推广年 VIP 订阅第一年价格优惠方案，部分价格敏感的用户在首期 VIP 到期后选择不再续订。

请发行人说明：（1）名片全能王、启信宝的用户是否必须注册才能付费获取会员服务，如是，该模式与扫描全能王非注册可付费的模式存在不同的原因；（2）对于扫描全能王产品，非注册用户和注册用户分别在免费使用和购买会员上是否存在差异，非注册用户的付费行为是否存在刷单情形及依据；（3）付费版 APP 是否一经下

载即可永久使用，一个付费版 APP 是否可以登录不同账号使用；报告期内付费版、免费版的扫描全能王和名片全能王的下载数量，付费版产品的收入金额及收入确认政策；（4）免费版与付费版在不同应用市场存在差异的原因，下载免费版 APP 并购买会员是否可以无广告，不同版本设置情况对扫描全能王和名片全能王在不同应用市场的客户拓展、收入增长、以及对应的广告业务的影响；（5）发行人扫描全能王产品收入增长主要依靠增量客户还是续费客户，未来客户续费率是否存在进一步下降的可能，发行人的应对措施，并结合实际情况完善相关风险提示。

请保荐机构对上述事项、申报会计师对上述事项（3）进行核查并发表明确意见。

请保荐机构、发行人律师就发行人相关产品是否涉嫌违反反垄断法及反不正当竞争法发表明确核查意见。

一、请发行人说明：（1）名片全能王、启信宝的用户是否必须注册才能付费获取会员服务，如是，该模式与扫描全能王非注册可付费的模式存在不同的原因；（2）对于扫描全能王产品，非注册用户和注册用户分别在免费使用和购买会员上是否存在差异，非注册用户的付费行为是否存在刷单情形及依据；（3）付费版 APP 是否一经下载即可永久使用，一个付费版 APP 是否可以登录不同账号使用；报告期内付费版、免费版的扫描全能王和名片全能王的下载数量，付费版产品的收入金额及收入确认政策；（4）免费版与付费版在不同应用市场存在差异的原因，下载免费版 APP 并购买会员是否可以无广告，不同版本设置情况对扫描全能王和名片全能王在不同应用市场的客户拓展、收入增长、以及对应的广告业务的影响；（5）发行人扫描全能王产品收入增长主要依靠增量客户还是续费客户，未来客户续费率是否存在进一步下降的可能，发行人的应对措施，并结合实际情况完善相关风险提示。

（一）名片全能王、启信宝的用户是否必须注册才能付费获取会员服务，如是，该模式与扫描全能王非注册可付费的模式存在不同的原因

报告期内，启信宝的用户必须注册才能付费获取会员服务。

扫描全能王参考行业内部分 APP 产品的案例，为精简用户购买会员的操作步骤、降低用户的使用门槛，因此在 2016 年之后陆续在境内外 App Store、境外 Google Play 应用市场与境内安卓应用市场开设了无需注册也可付费的功能，境内 OPPO 与 Vivo 安

卓应用市场分别于 2018 年、2021 年下架了非注册付费功能。报告期内，扫描全能王的非注册付费用户的数量及金额占比如下表所示：

单位：万个	2022 年	2021 年	2020 年
非注册付费用户数量	101.77	105.27	57.83
总付费用户数量	508.19	434.36	364.14
占比	20.03%	24.23%	15.88%

单位：万元	2022 年	2021 年	2020 年
非注册付费用户付费金额	20,559.48	17,399.23	9,729.34
总付费用户金额	97,128.06	73,255.42	54,642.52
占比	21.17%	23.75%	17.81%

2022 年，扫描全能王的非注册付费用户的数量及金额占比均较 2021 年有所下降的原因是，针对国内用户，扫描全能王在 2022 年 1 月开始逐步增加付费用户的注册提醒机制，在用户第一次付费后会连续两次提醒用户选择是否注册登入，此外对于历史上的付费未注册用户，再下一次启动扫描全能王的时候也会提示用户选择是否注册登入，从而导致非注册付费用户的比例出现下降。

名片全能王参考扫描全能王及行业内部分 APP 产品的案例，为精简用户购买会员的操作步骤、降低用户的使用门槛，于 2020 年在境内外 App Store、境外 Google Play 应用市场与境内安卓应用市场开设了无需注册也可付费的功能，2022 年初名片全能王已将境内全部应用市场的非注册付费功能下线。报告期内，名片全能王的非注册付费用户的数量及金额占比均低于 3%：

单位：万个	2022 年	2021 年	2020 年
非注册付费用户数量	0.20	0.24	0.21
总付费用户数量	8.43	8.28	8.24
占比	2.40%	2.95%	2.53%

单位：万元	2022 年	2021 年	2020 年
非注册付费用户付费金额	63.22	78.57	67.82
总付费用户金额	2,680.68	2,711.52	2,444.77

单位：万元	2022 年	2021 年	2020 年
占比	2.36%	2.90%	2.77%

扫描全能王、名片全能王开设无需注册也可付费的功能的原因主要为：对于部分用户来说，其只需本机本地使用 APP、无需分享/联机使用/使用云空间等注册方可使用的功能，因此注册与否对其免费与付费功能使用差别不大，注册反而增加了用户使用 APP、付费购买会员的步骤和门槛。

非注册也可付费这一特点在扫描工具类 APP 中较为普遍，尤其是境外用户为主的 APP，同时在其他类型的 APP 上也可观察到，详见下表：

无需注册也可付费的 APP（不完全举例）	APP 类型
iScanner	扫描工具类
genius scan	扫描工具类
TinyScan	扫描工具类
TapScanner	扫描工具类
SwiftScan	扫描工具类
Scan Hero	扫描工具类
美图秀秀	图像处理工具类
爱奇艺	长视频类

启信宝未开放无需注册也可付费的功能的原因是：启信宝的用户主要为国内用户，国内用户先注册再付费的使用习惯相对境外更为成熟，另外启信宝的主要竞争对手天眼查、企查查也为先注册再付费的功能设置。

因此与启信宝相比，扫描全能王与名片全能王开设无需注册也可付费的功能的原因主要为参考行业内同类企业做法、精简用户购买会员的操作步骤、降低用户的使用门槛。

从运营管理角度，公司后台系统会对设备 ID 进行记录，非注册用户和注册用户均可通过唯一识别码设备 ID 进行统一管理。非注册用户付费购买 VIP 会员之后，其 VIP 会员将与设备 ID 进行一一绑定，非注册用户在同一设备中将 APP 卸载之后重新下载后仍可使用该 VIP 会员；同一非注册付费用户在更换新设备之后，无法直接使用老设备购买的 VIP 会员；同一设备 ID 不可在同一期间内重复购买多个非注册 VIP 会员。

从收入确认的角度，非注册和注册付费用户不存在差别。如付费用户购买的是VIP会员，公司根据用户购买的会员服务期间分期确认收入；如付费用户单独购买指定的功能或素材（如一次性服务等），公司于用户完成购买后一次性确认收入。公司收入确认主要基于提供服务的模式。对于非注册用户及注册付费用户，公司提供服务模式是一致的，均为购买会员增值服务或购买指定的功能或一次性服务，故非注册用户及注册用户在收入确认上不存在差别。

从收入回款核查角度，非注册和注册付费用户不存在差别。无论是非注册还是注册付费用户，通过获取 App Store、Google Play、支付宝、微信等第三方平台的账单及第三方平台转入公司账户的银行流水，核查回款是否真实发生。

从 IT 审计核查角度，对于注册和非注册用户，均执行了：（1）信息应用控制层面的核查，核查其购买信息是否通过设备 ID 被后台系统准确记录；（2）业务数据真实性层面的核查，进行了同一支付账号为多个用户支付、用户下单时间分布、用户订单累计付费金额分层（即是否存在同一个设备 ID 购买多个付费产品的异常行为）的分析。由于注册用户相比非注册用户在后台记录有 IP 地址和注册账号信息，因此注册用户相比非注册用户执行了下单 IP 集中度、下单用户地域分布的分析。2021 年 3 月开始，发行人对记录扫描全能王非注册付费用户行为数据的方式进行优化后可以对非注册付费用户的活跃 IP 地址进行匹配，因此对 2021 年 3 月之后的非注册用户额外执行了区分境内外的用户下单时间的分析，并分析相关 IP 地址是否有来自发行人自有 IP 地址下单的情况。名片全能王自 2020 年开通非注册用户付费的功能，名片全能王的商品存在特定标识，可以对非注册用户的订单区分境内外进行下单时间的分析。

（二）对于扫描全能王产品，非注册用户和注册用户分别在免费使用和购买会员上是否存在差异，非注册用户的付费行为是否存在刷单情形及依据

1、对于扫描全能王产品，非注册用户和注册用户分别在免费使用和购买会员上是否存在差异

对于扫描全能王产品，非注册用户和注册用户在购买会员的定价方面无差异，在免费功能、VIP 付费功能使用方面上存在差异如下表所示：

扫描全能王	注册用户	非注册用户
免费使用方面的功能、限额差异	200M 免费云空间，支持文档同步 在线 OCR，国内用户 10 次/月；境 外用户 4 次/月	无云空间，文档不可同步 在线 OCR，2 次/月
购买会员	定价无差别	定价无差别
VIP 付费功能的差异	10GB 云空间，支持文档云端同步	无云空间，文档不可云端同步

除了上表中列示的在云空间、文档云端同步（这些功能非注册用户在本机本地无法使用）的功能差别之外，非注册用户和注册用户购买 VIP 会员之后可使用的功能没有其他差别。

2、对于扫描全能王产品，非注册用户的付费行为是否存在刷单情形及依据

报告期内，扫描全能王非注册用户的付费订单金额占付费用户付费订单金额的比例分别为 17.81%、23.75%和 **21.17%**，相较于注册用户的付费订单金额占比较小。

针对扫描全能王非注册用户的付费行为，主要对以下方面进行了核查：

（1）同一支付账号为多个非注册用户支付分析

报告期内，境内支付平台第三方账单中包含用户支付账号信息，App Store、Google Play 支付的第三方账单中未包含用户支付账号信息。通过汇总境内支付平台各年度使用 1 个支付账号为 2 个及以上非注册用户进行支付的账号数量，结果如下：

年份 \ UID 数量	2 个	3 个	大于 3 个	用户支付金额 (元)	总金额比例
2020 年	110	2	2	17,944.00	0.01%
2021 年	356	5	4	100,080.40	0.05%
2022 年	791*	14	2	157,800.44	0.05%

注：以表格中（*）数据为例，说明 2022 年有 791 个支付账号为 2 个不同的非注册用户进行了支付。

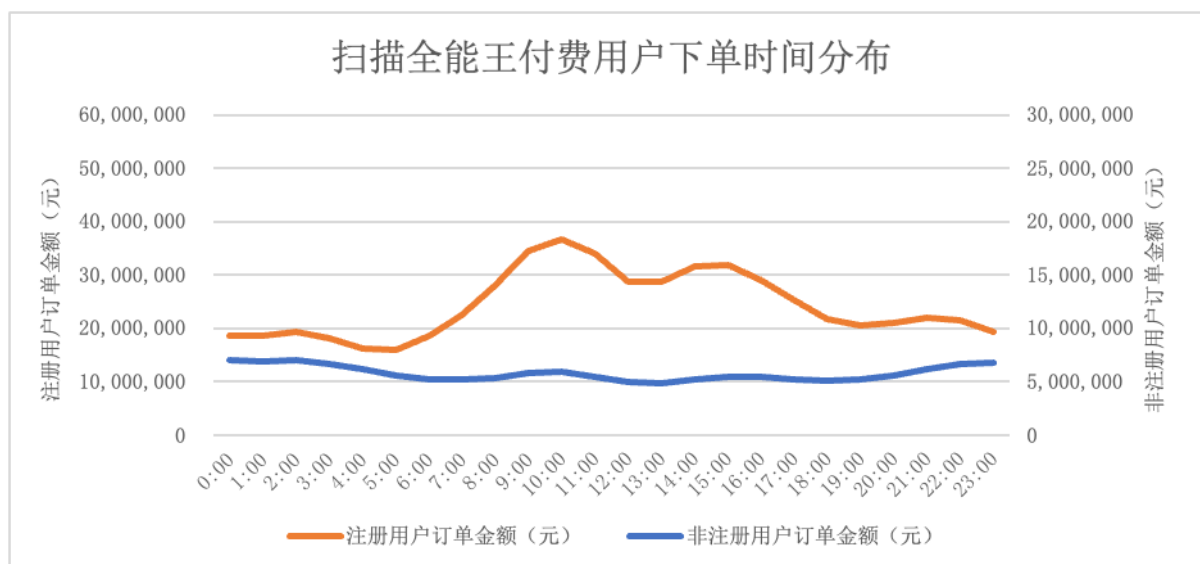
从上表可知，同一支付账号为 2 个及以上非注册用户付费的金额占比极低，付费行为无明显异常。

（2）非注册用户下单时间分布

报告期内，自 2020 年 1 月至 2021 年 3 月，由于扫描全能王的付费非注册用户订

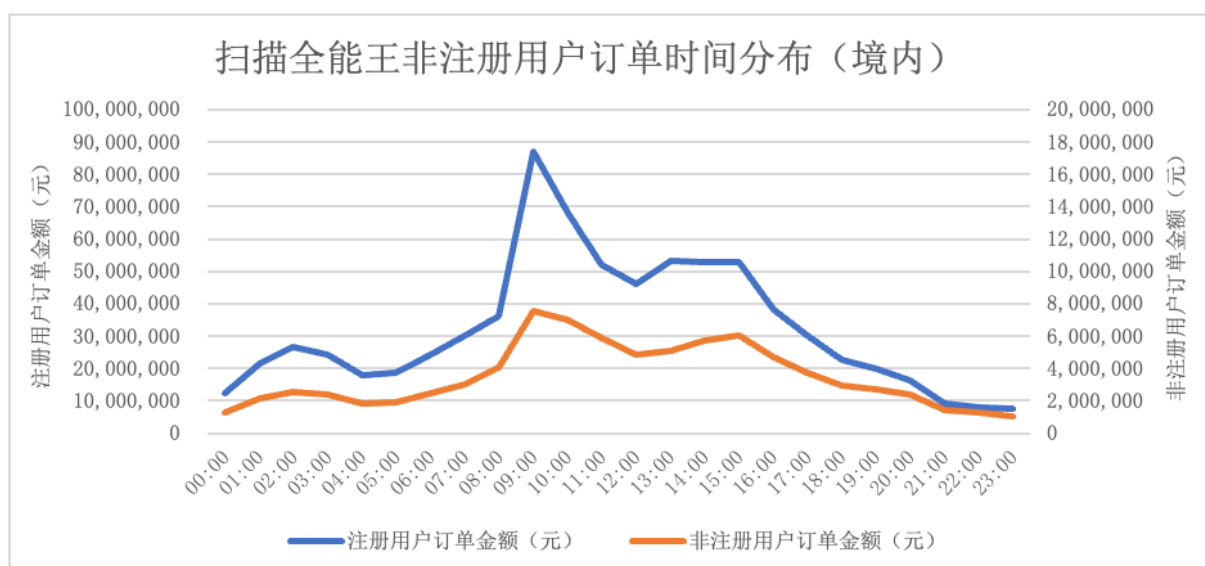
单不记录下单 IP 地址，且订单无法与付费非注册用户的行为数据一一匹配，因此无法对该期间内扫描全能王付费非注册用户订单进行划分境内外的下单时间分析。

自 2020 年 1 月至 2021 年 3 月，扫描全能王注册用户与非注册用户付费订单金额的下单时间段（已统一换算为北京时间）分布如下图所示：



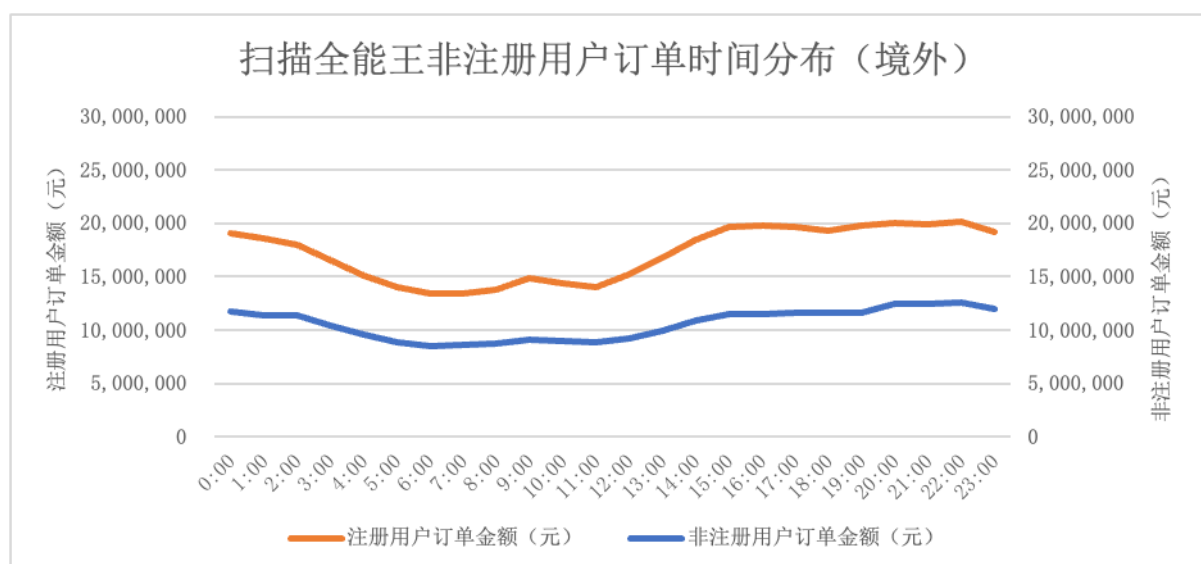
扫描全能王属于全球范围使用的商务办公应用，注册用户境内外订单的付费金额相对集中在 9:00-12:59 以及 14:00-16:59。这主要是由于境内注册用户的付费金额占比高于境外注册用户。同时，由于各国时差的因素，非注册用户付费在全天不同时段付费金额相对稳定，与注册用户付费订单的下单时间趋势基本一致，未出现较大波动与付费时间集中的情况。

自 2021 年 4 月至 2022 年 12 月，发行人对记录扫描全能王付费非注册用户行为数据的方式进行优化，使得非注册用户行为数据与订单数据能够一一匹配，因此可以使用付费非注册用户的活跃 IP 地址以匹配付费非注册用户的订单数据，通过 IP 地址匹配地域信息来划分境内外的下单时间分析。自 2021 年 4 月至 2022 年 12 月，扫描全能王注册用户与非注册用户境内付费订单金额的下单时间段分布如下图所示：



扫描全能王境内非注册用户高峰时段为 9:00-12:59 以及 14:00-16:59，低谷时段为 23:00-次日 07:59，与注册用户的下单时间分布基本一致，且符合日常商业活动的活跃时间段的情形。

自 2021 年 4 月至 2022 年 12 月，扫描全能王注册用户与非注册用户境外付费订单金额的下单时间段（已统一换算为北京时间）分布如下图所示：



扫描全能王非注册用户境外付费订单的下单时间与注册用户境外付费订单的下单时间趋势基本一致，由于各国时差因素，没有明显的高峰与低谷时段。

综上所述，通过对扫描全能王报告期内非注册用户下单时间分布进行分析，非注册用户下单时间的付费行为具备合理性。

（3）非注册用户订单累计付费金额分层

报告期内，按非注册用户年订单累计付费金额区间统计了非注册用户数及年订单累计付费金额的分层情况，如下表所示：

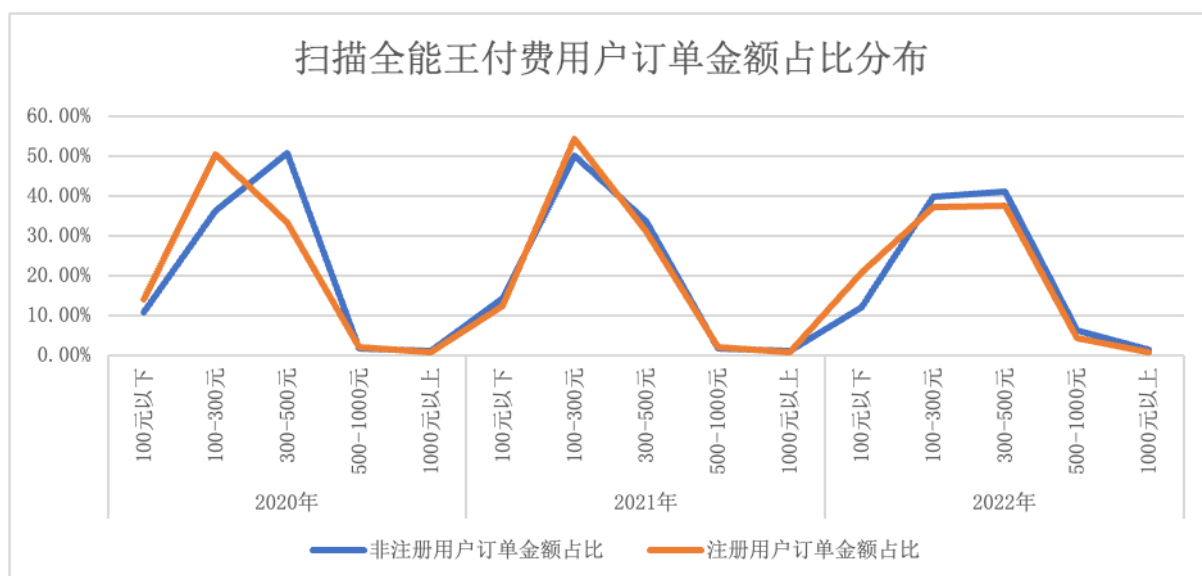
交易年份	金额分层	用户数量 (个)	付费订单金额 (元)	付费订单金额 占比	平均每用户金 额(元)
2020 年	100 元以下	271,832	10,258,245.84	10.54%	37.74
	100-300 元	157,432	35,141,349.22	36.12%	223.22
	300-500 元	145,764	49,236,962.75	50.61%	337.79
	500-1,000 元	2,584	1,704,344.27	1.75%	659.58
	1,000 元以上	678	952,513.01	0.98%	1,404.89
2021 年	100 元以下	487,101	24,521,319.36	14.09%	50.34
	100-300 元	399,579	86,764,708.78	49.87%	217.14
	300-500 元	160,564	58,213,542.64	33.46%	362.56
	500-1,000 元	3,975	2,635,189.46	1.51%	662.94
	1,000 元以上	1,448	1,857,548.49	1.07%	1,282.84
2022 年	100 元以下	393,211	24,266,618.34	11.80%	61.71
	100-300 元	374,676	81,896,119.65	39.83%	218.58
	300-500 元	224,959	84,158,473.10	40.93%	374.11
	500-1,000 元	23,381	12,855,956.67	6.25%	549.85
	1,000 元以上	1,491	2,417,597.62	1.18%	1,621.46

如上表所示，2021 年 300-500 元区间的非注册付费用户的金额占比下降、100-300 元区间的金额占比上升，主要是因为公司在巴基斯坦、伊朗、阿根廷等 100 余个境外国家根据当地的消费水平将 Google play 渠道的年费 VIP 定价由 49.99 美金（对应 300-500 元区间）下调至 19.99-39.99 美金（对应 100-300 元区间），目的主要是提高境外非发达国家的用户付费转化率与会员费收入。2022 年 300 元以下区间的非注册付费用户的金额占比下降，主要是由于公司优化了国内用户付费后注册登入的流程，提高了国内用户的注册率，而国内月 VIP 属于 100 元以下区间、年 VIP 属于 100-300 区间，因此未注册付费的用户的 300 元以下区间的占比下降。2022 年 300 元以上的非注册付费用户的金额占比上升，主要是由于公司考虑到海外用户使用习惯、未对付费后注册

登入流程进行优化，同时海外用户的支付金额主要集中在 300 元以上区间（参考美国地区年 VIP 为\$49.99-\$59.99/年），所以导致 300 元以上区间的未注册付费金额占比提升。

报告期内，非注册用户订单金额在 500 元以上的占比最高不超过 8%，占比较低，其中 500-1,000 元的非注册用户购买的主要是连续购买按周续费 VIP 会员（均价约 25 元/周），1,000 元以上的非注册用户购买的主要是一次性购买终身 VIP 会员（均价约 2,000 元）或者年费 VIP 会员组合消耗类产品（点券、传真页数等以消耗数量计价的产产品），非注册用户平均每付费订单金额与扫描全能王的商品价格基本相符，累计付费金额合理。

同时，按照以上年订单累计付费金额区间的分层方式汇总了扫描全能王的注册用户的年订单累计付费金额区间的分层情况，非注册用户与注册用户的累计付费金额分层的占比与变化趋势基本一致。自 2021 年 4 月至 2022 年 12 月（仅此期间记录了下单 IP 地址可以分辨境内外），其中 2021 年 4 月至 2021 年 12 月，扫描全能王的非注册付费用户中的境外用户金额占比为 72%，而注册付费用户中的境外用户金额占比为 38%，境内外分布的差异导致两者的付费金额分层表现稍有差别：对于非注册用户，300-500 元区间的金额占比在 2021 年下降，同时 2021 年 100-300 元区间的金额占比上升，主要原因前文已解释与境外年费 VIP 的推广与定价策略变化有关；对于注册用户，由于境内 VIP 的定价属于 100-300 元区间（连续包年 258 元），公司在境内也主推年费 VIP，因此 100-300 元区间的注册付费用户的金额占比基本呈现上升趋势；2022 年各区间的订单金额占比相比 2021 年基本保持稳定。



综上所述，扫描全能王非注册用户的付费行为不存在刷单情形。

3、对于名片全能王产品，非注册用户和注册用户分别在免费使用和购买会员上是否存在差异

对于名片全能王产品，非注册用户和注册用户在购买会员的定价方面无差异，在免费功能、VIP 付费功能使用方面上存在差异如下表所示：

名片全能王	注册用户	非注册用户
免费使用方面的功能、限额差异	云同步、名片分享和企业信息查询	不支持云同步、名片分享和企业信息查询
购买会员	定价无差别	定价无差别
VIP 付费功能的差异	名片精准识别、通讯录备份、创建多张名片、高级企业信息查询	不支持名片精准识别、通讯录备份、创建多张名片、高级企业信息查询

除了上表中列示的在名片精准识别、通讯录备份、创建多张名片、高级企业信息查询（这些功能均需要使用云服务或联网功能，因此非注册用户在本机本地无法使用）的功能差别之外，非注册用户和注册用户购买 VIP 会员之后可使用的功能没有其他差别。

4、对于名片全能王产品，非注册用户的付费行为是否存在刷单情形及依据

报告期内，名片全能王非注册用户的付费订单金额占付费用户付费订单金额的比例分别为 2.77%、2.90%和 2.36%，所占比例较小。

针对名片全能王非注册用户的付费行为，主要对以下方面进行了核查：

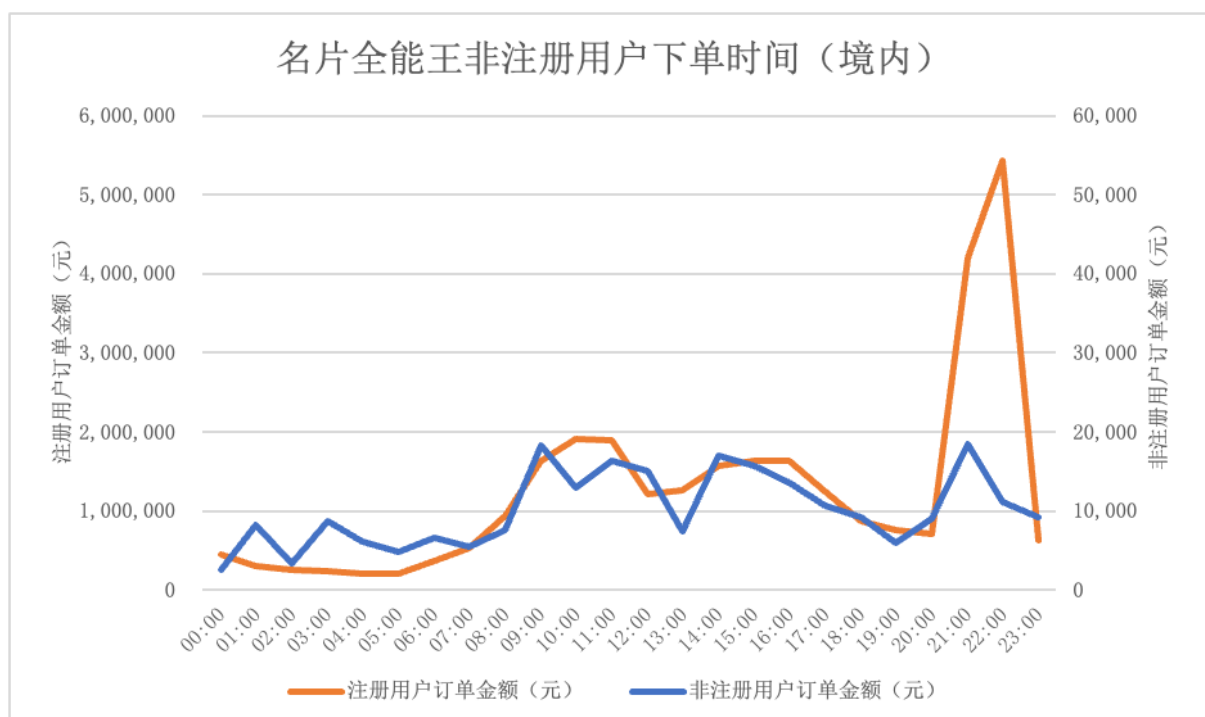
（1）同一支付账号为多个非注册用户支付分析

报告期内，境内支付平台第三方账单中包含用户支付账号信息，App Store、Google Play 支付的第三方账单中未包含用户支付账号信息。通过汇总境内支付平台各年度使用 1 个支付账号为 2 个及以上非注册用户进行支付的账号数量，名片全能王仅在 2020 年存在 1 个支付账号为 2 个非注册用户付款的情况，合计支付金额为 676 元，占总金额比例 0.01%，占比极低，付费行为无明显异常。

（2）非注册用户下单时间分布

报告期内，名片全能王自 2020 年开通非注册用户付费的功能，由于名片全能王境内外使用不同的商品 ID 进行发布，因此通过商品 ID 特有的标识对订单划分境内外进行下单时间的分析。

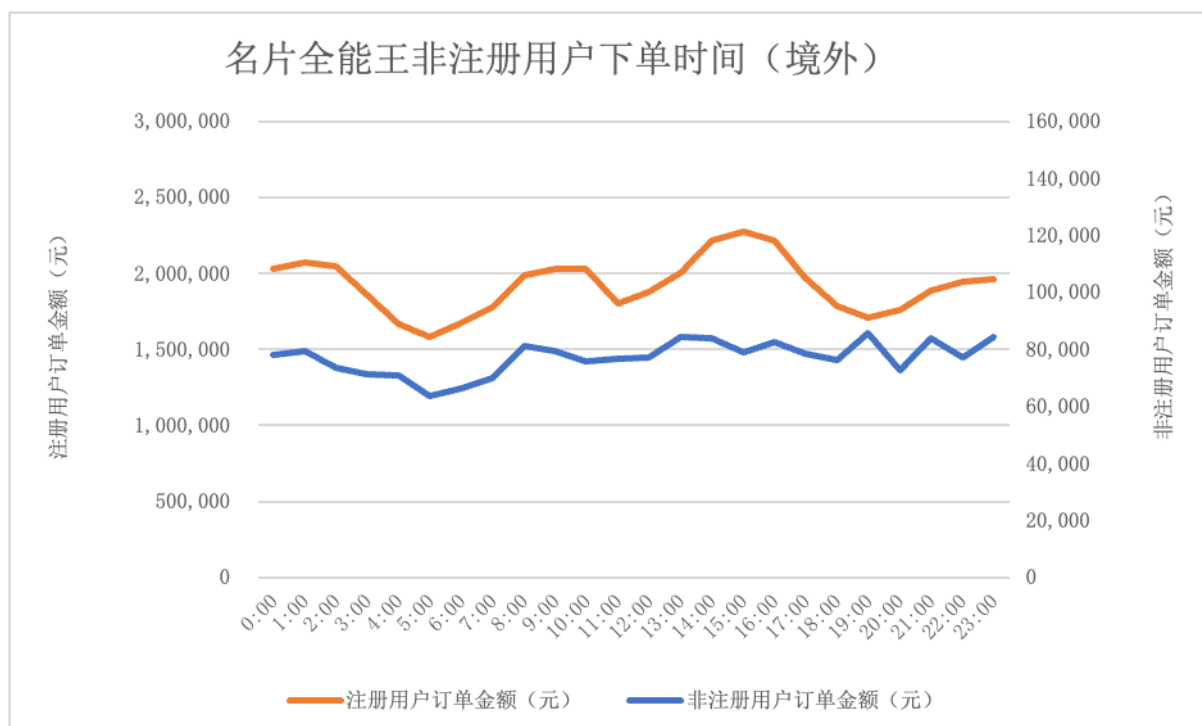
报告期内，名片全能王注册用户与非注册用户对应境内付费订单的下单时间分布如下图所示：



名片全能王境内非注册用户高峰时段 9:00-22:59，低谷时段为 00:00-06:59，与注册用户的下单时间分布基本一致，其中注册用户的付费集中在 22:00 点是由于支付

宝、微信平台会在 22:00 进行自动续费，与名片全能王日常商业活动的活跃时间基本相符。

报告期内，名片全能王注册用户与非注册用户对应境外付费订单的下单时间分布如下图所示：



名片全能王非注册用户境外付费订单的下单时间与注册用户境外付费订单的下单时间趋势基本一致，由于各国时差因素，没有明显的高峰与低谷时段。

综上所述，对名片全能王报告期内注非注册用户下单时间分布进行分析，非注册用户下单时间的付费行为具备合理性。

（3）非注册用户订单累计付费金额分层

报告期内，按非注册用户年订单累计付费金额区间统计了非注册用户数及年订单累计付费金额的分层情况，如下表所示：

交易年份	金额分层	用户数量 (个)	付费订单金额 (元)	付费订单金额 占比	平均每用户金 额 (元)
2020 年	100 元以下	109	6,102.50	0.90%	55.99
	100-300 元	483	128,218.35	18.91%	265.46
	300-500 元	1,404	473,523.92	69.82%	337.27

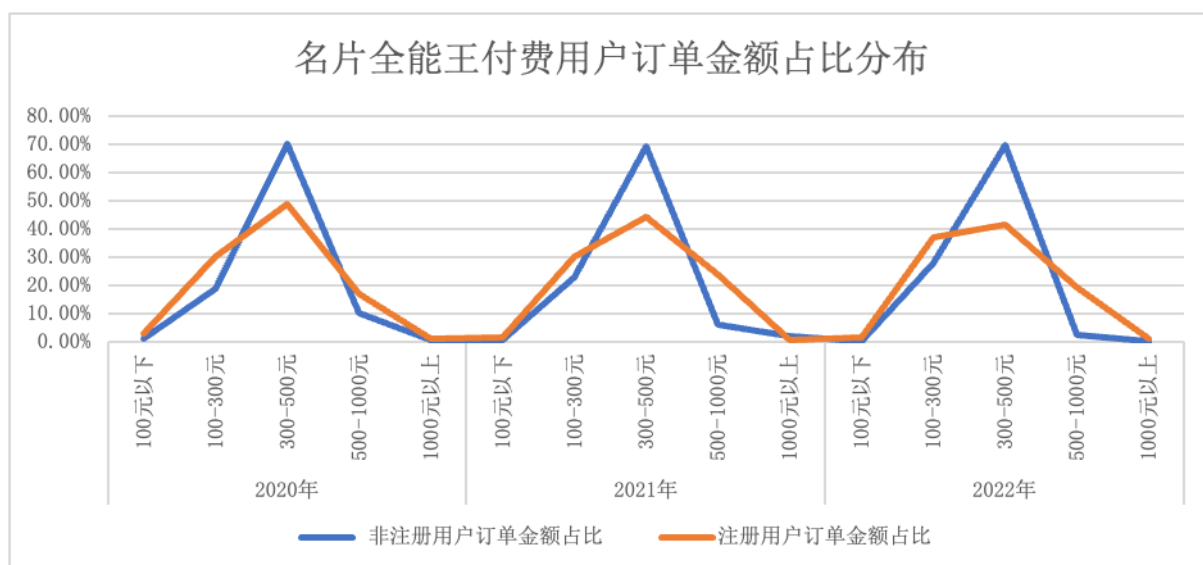
交易年份	金额分层	用户数量 (个)	付费订单金额 (元)	付费订单金额 占比	平均每用户金 额(元)
	500-1,000 元	87	67,294.44	9.92%	773.50
	1,000 元以上	2	3,039.58	0.45%	1,519.79
2021 年	100 元以下	68	3,852.63	0.49%	56.66
	100-300 元	651	178,872.31	22.77%	274.77
	300-500 元	1,657	542,776.23	69.08%	327.57
	500-1,000 元	65	45,998.08	5.85%	707.66
	1,000 元以上	4	14,169.97	1.80%	3,542.49
2022 年	100 元以下	23	991.24	0.16%	43.10
	100-300 元	618	176,529.38	27.92%	285.65
	300-500 元	1,360	440,485.69	69.68%	323.89
	500-1,000 元	21	14,173.61	2.24%	674.93
	1,000 元以上	-	-	-	-

注：名片全能王自 2020 年开通非注册用户付费的功能

2020 年度、2021 年度和 2022 年度，名片全能王非注册用户订单金额在 300-500 元的金额占比最高，分别为 69.82%、69.08%和 69.68%，原因是名片全能王境内年 VIP（连续包年为 338 元，单年为 388 元）和境外年 VIP（46.99 美元）均处于 300-500 元区间。2020 年度、2021 年度和 2022 年度，名片全能王非注册用户订单金额在 500 元以上的占比分别为 10.37%、7.66%和 2.24%，其中 500-1,000 元以上的非注册用户购买的主要是一次性购买三年期 VIP 会员（均价约 780 元），1,000 元以上的非注册用户购买的主要是一次性购买多笔三年期 VIP 会员（均价约 780 元），2021 年度由于 App Store 渠道订单的偶发错误导致部分非注册用户的设备号丢失（目前该问题已修复，合计付费金额为 9,390.24 元），除此情况外非注册用户平均每付费订单金额与名片全能王的商品价格基本相符，累计付费金额合理。2022 年度非注册用户订单各区间的金额占比相较 2021 年均出现一定波动的主要原因是，公司出于鼓励用户注册名片全能王的考虑，在 2022 年初关闭了新增非注册用户购买部分产品的选项，因此 2022 年非注册付费用户主要为续费用户。

同时，按照以上期间订单累计付费金额区间的分层方式汇总了名片全能王的注册用户的订单累计付费金额区间的分层情况，非注册用户与注册用户的累计付费金额分层的占比与变化趋势基本一致，2020 年、2021 年及 2022 年，300-500 元区间（境内外

年费 VIP 均属于 300-500 元）非注册付费用户的订单金额占比高于注册付费用户，主要是因为 300-500 元区间的非注册付费用户中境外用户更多（2020 年 300-500 元区间的非注册、注册付费用户中境外用户金额占比分别约为 75%、53%，2021 年 300-500 元区间的非注册、注册付费用户中境外用户金额占比分别约为 91%、57%，**2022 年度**，300-500 元区间的非注册、注册付费用户中境外用户金额占比分别约为 **95%、66%**），而境外用户更多选择年费 VIP 产品（2020 年境外、境内的年费订单金额占比约 95%、72%，2021 年境外、境内的年费订单金额占比约 83%、67%，**2022 年**境外、境内的年费订单金额占比约 **87%、61%**）。



综上所述，名片全能王非注册用户的付费行为不存在刷单情形。

（三）付费版 APP 是否一经下载即可永久使用，一个付费版 APP 是否可以登录不同账号使用；报告期内付费版、免费版的扫描全能王和名片全能王的下载数量，付费版产品的收入金额及收入确认政策

1、付费版 APP 是否一经下载即可永久使用

上述付费版 APP 一经下载即可永久使用。

2、一个付费版 APP 是否可以登录不同账号使用

一个付费版 APP 与用户付费下载时使用的应用市场账号一一绑定，用户使用同一个应用市场账号可以再次免费下载，若更换不同的应用市场账号，需重新付费下载使用

用。对于同一应用市场账号下载的付费版 APP，用户可以登录不同的注册账号使用。对于同一个免费版 APP，用户也可登录不同的注册账户使用，可切换不同注册账户使用的特点与付费版和免费版无关，此特点在境内外其他类型的 APP 中较为常见。

3、报告期内付费版、免费版的扫描全能王和名片全能王的下载数量

报告期内付费版、免费版的扫描全能王均在 App Store、Google Play 和华为应用市场上架，各应用市场付费版、免费版的扫描全能王的首次下载量如下表所示，其中付费版占比极低（付费版/付费版与免费版合计数**不超过 0.2%**）：

扫描全能王各期的首次下载 (万次)	App Store		Google Play		华为应用市场	
	免费版	付费版	免费版	付费版	免费版	付费版
2020 年	3,078.32	20.13	10,726.42	0.35	1,571.80	6.41
2021 年	2,995.27	15.31	9,513.26	0.23	1,725.73	2.52
2022 年	2,978.39	8.79	8,608.28	0.15	2,277.15	1.71

报告期内付费版名片全能王仅在 Google Play 应用市场上架，未在 App Store 和华为应用市场上架，各应用市场付费版、免费版名片全能王的首次下载量如下表所示，其中付费版占比极低（付费版/付费版与免费版合计数约 2%）：

名片全能王各期的首次下载 (万次)	App Store		Google Play		华为应用市场	
	免费版	付费版	免费版	付费版	免费版	付费版
2020 年	105.85	-	102.63	5.85	36.15	-
2021 年	94.51	-	75.63	4.49	21.66	-
2022 年	84.41	-	61.92	3.58	12.80	-

4、付费版产品的收入金额及收入确认政策

报告期内，付费版产品的收入确认政策为于用户完成购买后一次性确认收入。

报告期内，扫描全能王在境内外应用市场均开设了付费版，付费版需要先支付 0.99 美元（境外 App Store 用户）或 1.99 美元（境外 Google Play 用户）或 1 元人民币（境内用户）才能下载。如下表所示，报告期各期扫描全能王付费版在用户下载付费环节产生的收入占比极低，未超过当期扫描全能王产品收入的 **0.2%**：

单位：万元

扫描全能王 APP 产品收入结构	2022 年	2021 年	2020 年
VIP 会员付费	63,024.42	48,949.07	32,159.41
付费版下载时的付费	27.75	32.04	50.80
除此之外的其他付费（点券等单次付费产品）	235.69	344.63	1,133
合计	63,287.86	49,325.74	33,343.21

报告期内付费版名片全能王仅在 Google Play 应用市场上架，未在 App Store 和华为应用市场上架，付费版需要先支付 0.99 美元才能下载。如下表所示，报告期各期名片全能王付费版在用户下载付费环节产生的收入占比极低，未超过当期名片全能王产品收入的 0.2%：

单位：万元

名片全能王 APP 产品收入结构	2022 年	2021 年	2020 年
VIP 会员付费	2,029.12	1,873.28	1,655.10
付费版下载时的付费	1.40	2.18	2.96
除此之外的其他付费	50.43	7.59	9.74
合计	2,080.95	1,883.05	1,667.80

（四）免费版与付费版在不同应用市场存在差异的原因，下载免费版 APP 并购买会员是否可以无广告，不同版本设置情况对扫描全能王和名片全能王在不同应用市场的客户拓展、收入增长、以及对应的广告业务的影响

1、免费版与付费版在不同应用市场存在差异的原因

移动互联网行业经历了数年的用户付费培养阶段，一次性付费下载的模式为移动互联网行业早期阶段 APP 的收费模式，后来逐渐演变为“订阅制”付费模式（按月/年收费）。

名片全能王与扫描全能王在 2009 年、2010 年分别上线之后，发展早期阶段为积累用户规模、保证用户体验，所以主打免费版，同时也设有付费门槛较低的一次性付费下载的付费版、单次付费功能吸引一部分付费用户、培养用户付费习惯。之后移动互联网兴起“订阅制”付费模式，名片全能王与扫描全能王逐步在境内外推出了 VIP

会员付费模式（付费版和免费版 APP 用户均可在 APP 内部购买 VIP 会员）。

境外	扫描全能王	名片全能王
免费版	2010 年上线	2009 年上线
付费版（一次性付费下载）	2010 年上线	2010 年上线
VIP 付费会员	2014 年上线	2018 年上线

境内	扫描全能王	名片全能王
免费版	2010 年上线	2009 年上线
付费版（一次性付费下载）	2010 年上线	2009 年上线，2017 年下线
VIP 付费会员	2014 年上线	2017 年上线

报告期内付费版、免费版的扫描全能王均在境内外 App Store、境外 Google Play 和境内华为应用市场上架，不同应用市场上不存在差异，各应用市场同时存在免费版与付费版的原因是，扫描全能王仍有较大数量的付费版用户（报告期内扫描全能王付费版的新增首次下载量合计为 56 万次），为了不干扰此类用户的用户体验，公司继续保留了付费版。

2017 年之前，名片全能王在境内外的 App Store、境外的 Google Play 均设置了付费版和免费版，2017 年，名片全能王下线了境内外 App Store 的付费版，考虑到相关用户数量相对不多，可通过迁移至免费版、补偿用户一定期间的 VIP 会员的方式进行转换。报告期内付费版名片全能王仅在境外 Google play 应用市场上架，报告期内合计的首次下载量为 14 万次。

《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首轮审核问询函的回复》之“6.关于市场地位”之“一、（一）发行人各 C 端 APP 在 App Store 及其他主要应用市场的下载量及排名”以及招股说明书之“第五节业务和技术”之“三、公司销售情况及主要客户”之“（一）主要经营数据和财务数据情况”部分中的表格所列的“NA”一部分代表该版本 APP 未进入 2022 年 12 月 31 日当天的应用市场榜单，一部分代表该版本未在该应用市场上线。已在表格中将“NA”替换为了具体解释。

2、下载免费版 APP 并购买会员是否可以无广告

下载免费版 APP 并购买会员可以享有无广告的权益。

报告期内付费版、免费版的扫描全能王均在境内外 App Store、境外 Google Play 和境内华为应用市场上架。扫描全能王免费版、付费版、VIP 会员之间的主要权益差别如下表所示，付费版与 VIP 会员在无广告、无水印等方面两者的权益相同，而免费版用户不具有前述权益；在一些服务增值率更高的功能方面，免费版、付费版 APP 用户与 VIP 会员之间存在一些使用次数和使用权限的显著差别：

用户权益	免费版扫描全能王 (未购买 VIP 会员情况下)	付费版扫描全能王 (未购买 VIP 会员情况下)	扫描全能王 VIP 会员 (付费版和免费版用户 均可在 APP 内部购买)
APP 内无广告、生成 PDF 无水印、拼图、加防盗用水印、pdf 加密、高清画质	-	√	√
在线 OCR	10 次/月	100 次/月	1,000 次/月
照片修复	10 次/天	10 次/天	1,000 次/月
拍题识别	3 次	3 次	不限次数
pdf 转 excel	1 次/月	1 次/月	不限次数
书籍模式	10 页/天	10 页/天	不限次数
pdf 转 word pdf 转 PPT 证件模式 pdf 签名 转长图去水印	-	-	√

由于报告期内付费版名片全能王仅在境外 Google Play 应用市场上架，未在其他应用市场上架，因此我们仅比较境外用户在下述三类情境的权益差别。名片全能王免费版、付费版、VIP 会员之间的主要权益差别如下表所示，付费版与 VIP 会员在在无广告、名片识别保存张数无限制这两项权益方面相同，而免费版用户不具有前述权益：

用户权益	免费版名片全能王 (未购买 VIP 会员情况下)	付费版名片全能王 (未购买 VIP 会员情况下)	名片全能王 VIP 会员 (付费版和免费版用户 均可在 APP 内部购买)
去广告、名片识别保存张数无限制	-	√	√
通讯录备份	-	-	无限制
名片精准识别	-	-	200 张/月

3、不同版本设置情况对扫描全能王和名片全能王在不同应用市场的客户拓展、收入增长、以及对应的广告业务的影响

如前所述，扫描全能王与名片全能王在不同应用市场存在免费版与付费版的设置主要系付费模式的历史演变结果，在行业内“订阅制”付费模式兴起之前，发展早期阶段设有付费门槛较低的一次性付费下载的付费版，之后逐步在境内外推出了VIP会员付费模式，扫描全能王之后一直保留了付费版，名片全能王在2017年下架了部分应用市场的付费版。报告期内，VIP会员付费为扫描全能王与名片全能王的主要收费模式，扫描全能王与名片全能王的VIP会员费收入占该产品收入比重均超过95%，付费版APP下载时的付费收入占该产品收入比重均低于0.2%，保留付费版的目的是为了不干扰此类用户的用户体验，而不是为了促进客户拓展、收入增长。

由于用户下载付费版、购买VIP会员均可享有无广告的权益，因此付费版APP、VIP会员均不产生广告收入，公司主要针对免费版APP中的免费用户采用“免费+广告”的盈利模式；考虑到报告期内扫描全能王、名片全能王的付费版用户首次下载量占比极低，因此保留付费版APP对公司广告业务不存在重大影响。

综上所述，付费版、免费版的设置情况对扫描全能王和名片全能王在不同应用市场的客户拓展、收入增长、以及对应的广告业务不存在重大影响。

（五）发行人扫描全能王产品收入增长主要依靠增量客户还是续费客户，未来客户续费率是否存在进一步下降的可能，发行人的应对措施，并结合实际情况完善相关风险提示

1、发行人扫描全能王产品收入增长主要依靠增量客户还是续费客户

如《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首轮审核问询函的回复》中第5大题之“5.2 关于C端业务”之“二、（二）1、报告期各C端APP源于存量客户和当年新增客户的收入贡献金额及比例”中解释，由于App Store、Google Play平台的第三方账单无法与订单进行一一匹配，无法区分存量客户和当年新增客户，而收入金额是根据账单金额分期摊销确认的，因此公司无法将总收入拆分为存量客户和当年新增客户的收入金额，因此公司以业务系统中记录的订单金额为替代口径。

类别	本轮问询函中的定义	首轮审核问询函中的定义
续费用户	往期付费并持续在本期付费的用户	存量付费用户
增量付费用户	当期首次付费的老用户：往期首次登录并在当期首次购买的用户	
	当期新增付费用户：当期首次登录并在当期购买的用户	新增付费用户

	扫描全能王	订单金额（万元）	订单金额占比
2020 年	续费用户	21,241.13	34.95%
	增量付费用户	39,526.39	65.05%
	-当期首次付费的老用户	13,283.76	21.86%
	-当期新增付费用户	26,242.63	43.19%
2021 年	续费用户	33,332.52	38.99%
	增量付费用户	52,164.49	61.01%
	-当期首次付费的老用户	20,678.81	24.19%
	-当期新增付费用户	31,485.68	36.83%
2022 年	续费用户	45,512.01	38.09%
	增量付费用户	73,968.41	61.91%
	-当期首次付费的老用户	35,376.05	29.61%
	-当期新增付费用户	38,592.36	32.30%

报告期内，公司续费用户订单金额占比从 2020 年的 34.95% 小幅上升至 2022 年的 38.09%，增量付费用户订单金额占比从 2020 年的 65.05% 小幅下降至 2022 年的 61.91%，主要是由于：2019 年开始扫描全能王通过首期优惠等策略，促进更多用户转化为付费用户，但增量付费用户客单价有所降低，因此增量付费用户订单金额在绝对值保持高速增长的同时，占比的相对值有小幅下滑。扫描全能王针对增量用户采用首期优惠等策略的原因是，其处于高速增长期，主要目标是扩大付费用户的基数，因此需要吸引并促使更多的增量用户转化为长期续费客户以贡献更长周期的付费收入，从而达到付费用户的基数持续扩大，续费及增量用户收入均保持高速增长的目标。

扫描全能王增量付费用户贡献的订单金额从 2020 年的 39,526.39 万元提升到 2022 年的 73,968.41 万元，年复合增长 37%；续费用户贡献的订单金额从 2020 年的 21,241.13 万元提升到 2022 年 45,512.01 万元，年复合增长 46%。扫描全能王续费和增量付费用户均保持高速的增长，持续增长的增量付费用户不仅扩大了付费用户的总

体基数，也有望转化为持续留存的续费用户，高粘性的续费用户贡献了稳定性强、可持续性强的业务发展基础。

综上所述，报告期内，发行人扫描全能王产品收入增长同时依靠增量客户和续费客户，其中增量客户的订单金额占比相对更高，续费用户的订单金额占比呈小幅上升趋势，金额增速相对较快。

2、未来客户续费率是否存在进一步下降的可能，发行人的应对措施，并结合实际情况完善相关风险提示

扫描全能王	月 VIP 平均续费率
2020 年	73.20%
2021 年	77.28%
2022 年	82.65%

注：月 VIP 平均续费率当期各月份月 VIP 续费率平均值，月 VIP 续费率=本月续费月 VIP 客户数量/本月到期月 VIP 客户数量

扫描全能王	本期年 VIP 到期用户数量（个）	本期年 VIP 到期中选择续费的用户数量（个）	年 VIP 续费率
2020 年	488,726	224,448	45.93%
2021 年	1,232,260	542,753	44.05%
2022 年	2,498,028	984,827	39.42%

注：年 VIP 续费率=本期年 VIP 到期中选择续费的用户数量/本期年 VIP 到期用户数量

（1）扫描全能王的用户续费率小幅下降的原因

扫描全能王 2020-2022 年的年 VIP 用户续费率小幅下降的原因主要为：1）报告期内增量付费用户订单金额的快速扩大，增量付费用户订单金额从 2020 年的 39,526.39 万元快速增长至 2022 年的 73,968.41 万元，年复合增长约为 37%，用户场景从办公场景为主扩展到包含财会、行政、销售、教师、学生、家庭等不同办公与生活场景，部分增量用户可能对移动扫描与文字识别的需求具有临时性，亦或对 APP 持续付费具有价格敏感性，因此未选择续费；2）2019 年开始，扫描全能王通过首期优惠（首年订购价给予一定折扣，第二年及之后恢复原价）等拉新策略，促进更多的新用户转化为付费用户，部分价格敏感的用户在首期 VIP 到期后选择不再续订，导致续费率有所下降。

2020-2022 年扫描全能王的月 VIP 用户续费率出现回升，主要是由于公司近几年主推年费 VIP 的引导策略，比如在新用户购买时以鲜明的对比形式告知年 VIP 折算成月单价后相比月 VIP 售价可以节省的费用，引导用户转化为年 VIP 用户，部分导致月 VIP 的用户规模增长放缓、**2022 年出现小幅下降**，2019 年、2020 年、2021 年、2022 年各期的平均月 VIP 用户规模分别为 38 万、59 万、59 万、**48 万**。尽管月 VIP 的用户规模出现小幅下降，但在过去几年时间中持续留存的用户价格敏感度低且相对粘性较高，因此 2021 年及 2022 年的月 VIP 平均续费率相对以前年度有所回升。

（2）扫描全能王的发展阶段与发展策略

现阶段，扫描全能王正处于高速成长期，主要目标是扩大用户群体基数，用户群体仍有较大的拓展空间，例如在南美国家等境外一些发展中国家，移动办公 APP 的渗透率与付费率仍有较大的提升空间，具有较大的新用户增长潜力。因此在用户群体基数不断扩大的过程中，不可避免会有一部分价格敏感、或者对扫描或文字识别具有临时性需求的新用户在使用之后不再续费，导致续费率出现下降，因此短期内 VIP 用户续费率存在进一步下降的可能。

尽管 **2020-2022 年**之间扫描全能王的年 VIP 续费率有小幅下降，但从绝对金额看，整体上扫描全能王 2020 年、2021 年和 **2022 年**续费用户的订单金额约为 21,241.13 万元、33,332.52 万元和 **45,512.01 万元**，年复合增长率为 **46%**，续费用户的订单金额依然保持较高的增速。因此短期内年 VIP 用户续费率的下降没有对扫描全能王的收入增长造成重大不利影响。

中长期，扫描全能王经过高速成长期之后步入生命周期的成熟期，主要目标将由扩大用户群体基数变更为提升用户付费转化、加大商业化变现程度，则此阶段留存在扫描全能王的用户将主要为对扫描或文字识别具有一定使用频率或者刚性需求、具有持续付费意愿的用户，预计此阶段扫描全能王的续费率将保持在稳定的水平。由于名片全能王与扫描全能王均为扫描及文字识别类 APP，业务模式也较为相似，所以可以参照名片全能王的情况，名片全能王正处于生命周期的成熟期，年 VIP 续费率处于平稳上升期：

名片全能王	年 VIP 续费率
2020 年	55.57%
2021 年	61.32%

名片全能王	年 VIP 续费率
2022 年	64.05%

注：月 VIP 平均续费率当期各月份月 VIP 续费率的平均值，月 VIP 续费率=本期续费月 VIP 客户数量/本期到期月 VIP 客户数量年 VIP 续费率=本期年 VIP 到期中选择续费的用户数量/本期年 VIP 到期用户数量

（3）扫描全能王面临的行业竞争

从行业竞争角度来看，扫描全能王面临来自多个包含扫描功能或文字识别功能的移动端 APP 的竞争，包括一些文档编辑类软件（WPS、福昕等）、云存储类软件（百度网盘、夸克等）、通讯协作类软件（钉钉、QQ、企业微信、微信等）均包含扫描与文字识别功能，未来竞争的加剧可能会导致扫描全能王 VIP 用户续费率的下降。

扫描与文字识别功能不是前述文档编辑类、云存储类、通讯协作类软件的主打功能，前述软件的功能种类繁多，其研发资源、市场推广资源将首先投入到其主打功能，对扫描与文字识别功能投入的人力、物力资源有限，用户对其的品牌认知非专业从事扫描与文字识别；与之相比，1）扫描全能王在智能文字识别技术领域的研发投入已超过十年，识别精准率行业领先，构建了较高的技术壁垒；2）扫描全能王具有更专业的品牌定位，优秀的用户体验构建了较高的品牌壁垒，从 App Store 的搜索关键词来看，截至 2022 年 12 月，“扫描全能王”的搜索热门程度高于“扫描”或者“扫描文档”，说明从用户角度扫描全能王一定程度上已成为扫描的代名词，3）截至 2022 年 12 月末，公司扫描全能王事业部共计约 189 人（此人数不包含底层算法研发团队），扫描全能王业务是公司发展的重心，公司在底层算法研发、产品开发测算、产品运营、市场运营到售后等各环节投入人才，贴合用户需求和痛点进行技术和用户体验的优化，推动扫描全能王付费用户数、用户付费率等各项用户指标的提升。

（4）发行人的应对措施

发行人制定并实施了一系列提升扫描全能王用户付费率、增强产品竞争力的应对措施：1）通过“基于深度学习的智能扫描系统增强与优化”等在研项目，持续投入研发资源，继续优化扫描全能王的底层算法、智能图像处理、文字识别能力，进一步提升扫描全能王的技术水平与产品能力，为付费用户提供更加智能化的服务、更加优质的体验；2）研发创新功能，针对不同的人群场景挖掘用户痛点，提供针对不同垂直场景的高增值服务，优化不同行业付费用户的体验；3）打通手机、电脑、平板等多终

端，支持不同终端更多场景的业务应用，为付费用户提供一体化的服务；4）针对不同国家或地区，重点优化用户本地化的体验，推出更契合当地市场和用户使用习惯的付费功能。

（5）完善相关风险提示

发行人已在招股书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“（一）市场竞争加剧的风险”中补充扫描全能王 APP 业务面临的竞争和续费率可能下降的风险：

（一）市场竞争加剧的风险

...在智能文字识别业务方面，（1）扫描全能王面临来自多个包含扫描功能或文字识别功能的移动端 APP 的竞争，包括一些文档编辑类软件（WPS、福昕等）、云存储类软件（百度网盘、夸克等）、通讯协作类软件（钉钉、QQ、企业微信、微信等）均包含扫描与文字识别功能，未来竞争的加剧可能会导致扫描全能王 VIP 用户续费率及收入的下降；...

综上分析，扫描全能王产品收入增长同时依靠续费客户和增量客户，报告期内用户基数快速扩大，新增用户付费转化率持续提升，用户续费率虽出现小幅下降，但没有对扫描全能王的收入增长造成重大不利影响，现阶段扫描全能王正处于高速成长期，主要目标是扩大用户群体基数，短期内 VIP 用户续费率存在进一步下降的可能，中长期步入成熟期之后，续费率将保持在稳定的水平。发行人已在招股说明书中补充披露了扫描全能王 APP 业务面临的竞争和续费率可能下降的风险。

二、请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。

（一）核查程序

保荐机构针对上述事项进行了如下核查：

（1）获取公司关于扫描全能王、名片全能王非注册付费模式的说明以及启信宝未开放非注册付费功能的原因的说明；

（2）查找了采用非注册也可付费模式的 APP 案例；

（3）获取了众华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《信息系统审计报告》，在 IT 审计团队支持下，采用以下方式对扫描全能王、名片全能王非注册用户的付费行

为是否存在刷单情形进行核查：1）获取支付订单数据中的第三方支付账号信息，与非注册用户 ID 进行关联匹配，检查使用同一个支付账号为多个不同的非注册用户 ID 购买的合理性；2）获取扫描全能王和名片全能王的非注册用户的下单时间、付费金额等信息，对境内外下单时间分布、非注册用户订单累计付费金额分层的合理性进行分析，确认是否存在大量或集中支付的情况，以及订单金额分层是否符合产品实际使用情况；3）对比注册用户和非注册用户的下单时间、付费金额分布等相关用户行为，确认两类用户的用户行为不存在明显差异，符合产品的商业逻辑；

（4）访谈公司 APP 产品人员了解扫描全能王、名片全能王的付费版 APP 的上线时间、运营模式，了解付费版 APP 和免费版 APP 的功能差异；

（5）登录第三方平台，同时重新下载第三方平台报告期内的账单资料，并向业务人员询问了解账单中与付费版 APP 相关的商品名称字段信息，根据商品名称字段信息重新统计在第三方平台账单中付费版 APP 的报告期内交易额；

（6）借助 IT 审计，获取了扫描全能王、名片全能王的付费版 APP 的下载数量、收入金额，由 IT 审计提取公司业务后台付费版 APP 交易数据，并与第三方平台账单数据进行比较；

（7）了解付费版 APP 的收费模式并分析用户付费后享有的权利义务，对照新收入准则确认付费版 APP 的收入确认政策；

（8）获取了公司关于免费版与付费版在不同应用市场存在差异的原因、不同版本设置情况对扫描全能王和名片全能王在不同应用市场的客户拓展、收入增长、以及对应的广告业务的影响的说明；

（9）获取了公司报告期末存量付费用户及新增付费用户的订单金额占比、新增付费转化率、用户续费率数据，获取了公司关于扫描全能王产品收入增长主要驱动力、未来客户续费率分析的说明；

（10）查询了智能文字识别行业报告，分析了扫描全能王所处的竞争环境。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、与启信宝相比，扫描全能王与名片全能王开设无需注册也可付费的功能的原因

主要为参考行业内同类企业做法、精简用户购买会员的操作步骤、降低用户的使用门槛，此原因具有合理性。

2、对于扫描全能王和名片全能王产品，非注册用户和注册用户在购买会员的定价方面无差异，在免费功能、VIP 付费功能使用方面上存在的差异具有合理性，非注册用户的付费行为不存在刷单情形。

3、付费版 APP 一经下载即可永久使用，一个付费版 APP 与用户付费下载时使用的应用市场账号绑定，报告期内付费版产品的收入确认政策为于用户完成购买后一次性确认收入，符合会计准则的规定。

4、下载免费版 APP 并购买会员可以享有无广告的权益，付费版、免费版的设置情况对扫描全能王和名片全能王在不同应用市场的客户拓展、收入增长、以及对应的广告业务不存在重大影响。

5、扫描全能王产品收入的增长同时依靠续费客户和增量客户，报告期内用户基数快速扩大，新增用户付费转化率持续提升，用户续费率虽出现小幅下降，但没有对扫描全能王的收入增长造成重大不利影响，现阶段扫描全能王正处于高速成长期，主要目标是扩大用户群体基数，短期内 VIP 用户续费率存在进一步下降的可能，中长期步入成熟期之后，续费率预计将保持在稳定的水平；发行人已制定并实施了一系列提升扫描全能王用户付费率、增强产品竞争力的应对措施；发行人已在招股说明书中补充披露了扫描全能王 APP 业务面临的竞争和续费率可能下降的风险。

三、请申报会计师对上述事项（3）进行核查并发表明确意见。

（一）核查程序

申报会计师针对上述事项（3）进行了如下核查：

1、访谈公司 APP 产品人员关于付费版 APP 的运营模式，了解付费版 APP 和免费版 APP 的功能差异；

2、登录第三方平台，同时重新下载第三方平台报告期内的账单资料，并向业务人员询问了解账单中与付费版 APP 相关的商品名称字段信息，根据商品名称字段信息重新统计在第三方平台账单中付费版 APP 的报告期内交易额；

3、借助 IT 审计，由 IT 审计提取公司业务后台付费版 APP 交易数据，并与第三方

平台账单数据进行比较；

4、了解付费版 APP 的收费模式并分析用户付费后享有的权利义务，对照新收入准则确定付费版 APP 的收入确认政策。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为报告期内付费版产品的收入确认政策符合会计准则的规定。

四、请保荐机构、发行人律师就发行人相关产品是否涉嫌违反反垄断法及反不正当竞争法发表明确核查意见。

（一）发行人相关产品不存在涉嫌违反反垄断法的情形

发行人旗下的扫描全能王、名片全能王、启信宝不存在《中华人民共和国反垄断法》（以下简称“《反垄断法》”）及相关法律法规规定的垄断行为，具体分析如下：

《反垄断法》等相关法律法规规定的垄断行为	发行人具体情况
经营者达成垄断协议	发行人扫描全能王、名片全能王、启信宝在运营过程中，与客户、供应商之间的交易定价系基于市场化原则确定，不存在与具有竞争关系的经营者或交易相对人达成排除、限制竞争的协议、决定或其他协同行为的情形。详见后文分析。
经营者滥用市场支配地位	发行人扫描全能王、名片全能王、启信宝不具有《反垄断法》所定义的“市场支配地位”，不存在滥用市场支配地位的行为。详见后文分析。
具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中	发行人不存在达到《国务院关于经营者集中申报标准的规定》的申报标准，而未向反垄断执法机构进行申报的行为。详见后文分析。

1、发行人相关产品不存在达成垄断协议的情形

（1）关于垄断协议的规定

根据《反垄断法》《禁止垄断协议规定》等相关法律法规规定，垄断协议是指排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。禁止具有竞争关系的经营者达成下列垄断协议：1）固定或者变更商品价格；2）限制商品的生产数量或者销售数量；3）分割销售市场或者原材料采购市场；4）限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品；5）联合抵制交易；6）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。禁止经

营者与交易相对人达成下列垄断协议：1) 固定向第三人转售商品的价格；2) 限定向第三人转售商品的最低价格；3) 国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。

(2) 发行人不存在就相关 APP 产品与相关主体达成垄断协议的情形

1) 发行人不存在就相关 APP 产品与具有竞争关系的经营者达成垄断协议的情形

发行人主营业务包括面向个人用户的 C 端 APP 产品与面向企业客户的 B 端服务，其中 C 端业务主要包括扫描全能王、名片全能王、启信宝三大核心产品。

经核查发行人签署的协议、合同等材料，并经发行人确认，截至本反馈回复出具之日，发行人不存在就相关 APP 产品与具有竞争关系的经营者达成固定价格、限制产量或销量、分割市场、限制新技术或产品、联合抵制等的协议、决定或其他协同行为的情形。

2) 发行人不存在就相关 APP 产品与交易相对人达成垄断协议的情形

在采购模式方面，根据经营需要，公司对外采购内容主要包括服务器服务、短信登录验证服务、广告宣传服务及数据等。公司建立了采购询价体系，形成了较为完善的供应商管理体系，并就不同的采购内容制定了不同的采购流程。根据公司通常的采购流程，公司的采购事项统一通过 OA 系统进行审批和管理，由业务部门负责采购需求和数量确认，由采购部门负责合同谈判与采购询价，采购合同需经法务部门预审，法务部门主要对合同条款是否真实、有效表达合作内容，以及权利责任义务的分配是否合理合法、公平公正进行审核与提示，包括关注相关条款是否涉嫌排除、限制竞争的情形。采购合同经供应商交付验收后，再由财务部门完成结算，相关服务的价格均系按照市场化原则协商确定。

在销售模式方面，发行人的核心 C 端产品扫描全能王、名片全能王、启信宝的盈利来源主要为按期间收费的 VIP 会员及按次付费产品，公司主要通过 APP 或者 Web 端直接面向个人用户销售该等产品，该等产品的标准定价主要参考市场同类产品价格设置。

截至本反馈回复出具之日，发行人不存在与其供应商、客户达成固定转售价格或限定转售价格的协议、决定或者其他协同行为的情形。

综上，发行人在运营过程中，与客户、供应商之间的交易定价系基于市场化原则

确定，交易价格公平、合理，不存在与具有竞争关系的经营者或交易相对人达成排除、限制竞争的协议、决定或其他协同行为的情形。

2、发行人相关 APP 产品不存在滥用市场支配地位的情形

根据《反垄断法》第二十二条，滥用市场支配地位是指具有市场支配地位的经营者从事该条所列举的滥用市场支配地位的行为。发行人相关 APP 产品不具有《反垄断法》所称市场支配地位，亦不存在滥用市场支配地位的情形。

（1）互联网 APP 市场的特点

在互联网 APP 领域，不同于其他传统行业产品，互联网 APP 产品是一种技术含量高、技术更新迭代快的产品。在 APP 产品研发期间，经营者需要投入较多的资金，并提供较强的技术支撑；在 APP 产品营销期间，因互联网用户对基础服务的价格非常敏感，用户的付费习惯需要逐步形成，经营者通常会采用基础服务免费的方式进行竞争；在用户对 APP 产品有更多个性化的需求，或者需要高增值服务时，用户可以选择付费购买。

互联网 APP 行业是一个动态竞争的市场，具有较强竞争力的 APP 产品往往是企业技术创新的结果，如果互联网 APP 产品经营者不能紧跟用户需求进行技术创新，则经营者已取得的竞争优势可能会在较短期限内发生变化。

另外，行业内成功的 APP 产品在一定程度上存在被其他企业模仿的可能，在模仿者具备一定的技术积累和资金投入的情况下，其将可能进入该市场，进而对于该市场的现有竞争格局产生影响。

跨界竞争是互联网企业的一个明显特点。在互联网领域，互联网产品除了面临垂直细分领域的产品的竞争，还可能面临其他领域企业的跨界竞争。

（2）相关市场的准入资质与竞争壁垒

在准入资质方面，发行人旗下的扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 产品属于手机软件，在经营者提供该类软件产品时，无须取得特定的准入性审批资质。因启信宝涉及企业征信业务，启信宝需按照《征信业管理条例》的规定进行企业征信机构备案。

如该产品在业务运行过程中涉及网络安全、信息安全等方面内容，则该产品需符

合国内对于手机软件相关法规的要求，具体包括：①如在网络环境下运行需符合网络安全方面，如《网络安全法》等的要求；②维护软件运作的硬件安全需符合信息安全方面，如《信息安全等级保护管理办法》等的要求；③如手机软件涉及从事经营性互联网信息服务，还须符合《互联网信息服务管理办法》要求，并按要求取得《增值电信业务经营许可证》等。

除上述资质之外，扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 所处的相关市场具有一些在其他科技行业的细分领域均存在的竞争壁垒（比如 WPS 的母公司金山办公在其招股书中也披露了类似的品牌壁垒、技术壁垒、经验壁垒），具体如下：

1) 技术与人才壁垒

发行人相关 APP 产品所处行业具备技术密集的特点，需要大量的优秀研发人员进行底层算法与应用模型的研究，在实际应用场景上的商业化落地。

发行人通过市场化的机制招募研发人员，无法控制或限制其他同业企业招募此领域的优秀人才或者通过外采形式获取相关技术。发行人的相关专利均为多年技术积累自主研发，不存在通过并购等方式垄断行业专利的情形。

2) 品牌及用户壁垒

先行进入市场的企业，已积累大量用户，形成了品牌效应，拥有较高用户粘性，新进入企业难以短时间内建立其品牌认知度。同时，市场中的企业也需要投入一定宣传费用、采取一些宣传推广方式来吸引新的用户。

发行人旗下 APP 产品的宣传推广方式主要为在一些流量型 APP 的部分页面展示广告，在百度、华为等搜索引擎按照平台规则购买关键词形成的广告位，该宣传方式是移动互联网常见的流量推广形式，符合相关平台规则，属于市场化的公开竞争。

产品名称	发行人 APP 产品的宣传推广方式为市场化的竞争方式	同行业其他经营者类似的宣传推广案例
扫描全能王	竞价搜索广告平台的竞价规则是由平台客观独立制定的，扫描全能王无法操纵平台的竞价规则，无法控制或限制其他经营者不得投放“扫描全能王”、“扫描”、“文字识别”等与业务宣传相关的核心关键词。其他经营者可通过投放上述关键词的竞价搜索广告进行市场化的公开竞争。	当用户搜索“扫描全能王”，会在应用市场的搜索结果中看到进行了竞价搜索广告投放的看到其他经营者的产品介绍

产品名称	发行人 APP 产品的宣传推广方式为市场化的竞争方式	同行业其他经营者类似的宣传推广案例
		
名片全能王	名片全能王无法操纵平台的竞价规则，无法控制或限制其他经营者不得投放“名片全能王”、“名片管理”、“名片识别”等与业务宣传相关的核心关键词。其他经营者可通过投放上述关键词的竞价搜索广告进行市场化的公开竞争。	当用户搜索“名片全能王”，会在应用市场的搜索结果中看到进行了竞价搜索广告投放的看到其他经营者的产品介绍 
启信宝	启信宝无法操纵平台的竞价规则，无法控制或限制其他经营者不得投放“启信宝”、“查企业”、“商业大数据”等与业务宣传相关的核心关键词。其他经营者可通过投放上述关键词的竞价搜索广告进行市场化的公开竞争。	当用户搜索“启信宝”，会在应用市场的搜索结果中看到进行了竞价搜索广告投放的看到其他经营者的产品介绍 

如上表所示，业内其他经营者可通过市场化的公开竞争，加大宣传营销投入来快速建立品牌知名度。用户可根据自身的需求、喜好或使用习惯自主下载其他具有相似功能的 APP 产品。

综上所述，在扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 产品所处相关市场，尽管发行人经过多年积累具备一定的竞争优势，但相关市场均为充分竞争、市场化程度高的领域，各市场参与者之间能够具备平等的准入门槛，可以公平地参与市场竞争，且在领域内拥有充分的竞争空间。发行人无法控制或限制其他经营者相关产品的价格、数量或者其他交易条件，亦不能阻碍、影响其他经营者进入相关市场。

（3）扫描全能王不存在市场支配地位

扫描全能王的具体功能如下表所示：

扫描全能王的功能	功能介绍
扫描功能	将纸质文档转变为扫描仪效果的 PDF 文件或图片
智能文字识别功能	图片/pdf 转 word、图片/pdf 转 excel、图片/pdf 转 ppt、曲面矫正、智能去除杂乱背景、试卷还原等创新功能，支持识别 41 种语言的文档
其他办公辅助功能	作为用户的个人文档管理中心，扫描全能王还具有 PDF 加密、PDF 编辑修改、添加电子签名/水印、文档归档、文档共享、云空间备份、多终端同步等办公辅助功能

扫描全能王面临来自多个包含扫描功能或文字识别功能的移动端 APP 的竞争，其中 WPS 为竞争对手中用户规模较为领先的产品：

产品名称	功能简介	月活维度数据比较
扫描全能王	核心功能包括扫描功能、文字识别功能，同时有其他办公辅助功能	根据 APP Annie 数据，其在 2022 年 12 月中国地区手机渠道的月活为 2,553 万
WPS	核心功能是文档编辑，包含扫描与文字识别功能	根据 APP Annie 数据，其在 2022 年 12 月中国地区手机渠道的月活为 8,038 万；根据金山办公 2022 年年报披露，2022 年 12 月 WPS Office 移动版月度活跃用户数超过 3.28 亿，2022 年其境内收入占比为 97%

如上表所示，根据 APP Annie 数据，WPS 在国内的活跃用户规模超过了扫描全能王的 3 倍，尽管文档扫描与文字识别功能不是其文档编辑软件产品的首要功能，但与扫描全能王的构成了一定的竞争关系，根据灼识咨询 2022 年 1 月对 1,000 个在过去 1 个月中使用 WPS 手机端产品的随机用户调研数据，过去 1 个月中有约 30% 的用户使用

过 WPS 手机端的扫描与文字识别功能。

WPS 凭借种类更为繁多的办公辅助功能、更为丰富的使用场景积累了规模更大的用户群体，扫描全能王凭借更专业的品牌定位、精确的识别效果和优秀的用户体验、十余年的技术积累也构建了自身的竞争壁垒。

其次，扫描全能王也面临着其他多重因素的跨界竞争：

1) 一些通讯协作类软件也包含扫描或文字识别功能，例如钉钉、QQ、企业微信、微信等软件，其核心功能为即时通讯、办公协作，扫描或文字识别功能是其种类繁多的功能中的一类。

2) 苹果、华为、小米等部分智能手机厂商设备自带文档扫描功能，以苹果手机为例，2017 年，苹果在 iOS 11 版本中首次推出备忘录中的扫描功能，目前苹果手机扫描功能主要为基础的文本扫描、编辑（裁剪、旋转、拖拽边框）及发送功能。

3) 多终端也是互联网产品的常见特性。用户使用移动端或电脑端软件主要取决于其使用场景和习惯，例如，对于将图片/扫描件/PDF 等文档转换为 Word/Excel/PPT 的需求，如果用户是在电脑端收到该等文档文件，则使用电脑端的软件进行文字识别处理的可能性更高；如果用户是用手机摄像头拍摄图片、或者用手机收到了图片/扫描件/PDF 等文件，则使用移动端的软件进行文字识别处理的可能性更高。由于笔记本电脑便携程度高，文档也可在手机和电脑之间进行快速传输，因此在文字识别的场景下，也存在一些用户使用电脑端的识别软件，该等电脑端的识别软件对上述手机移动端 APP 产品存在一些竞争关系。

4) 扫描硬件设备在部分情况下对扫描类软件也会存在一定的替代。扫描硬件是一种能够把相片、印刷或手写文件等对象扫描转化成高清数字图像的器材。台式扫描仪一般需安置在一个固定场所，且需要在有固定电源的情况下使用，用户不能随时使用，台式扫描仪的单价在数百元到上千元不等。如果用户主要的扫描场景是办公室场景、且办公室已安装扫描仪的情况下，则用户在移动端下载扫描全能王等扫描类软件的可能性较低。因此，扫描硬件在部分情况下对扫描类软件会存在一定的替代。

综上分析，合合信息注重智能图像识别、复杂场景下文字识别、NLP 等核心技术的持续研发、产品功能和用户体验的不断优化，扫描全能王 APP 在行业内具有先发优势、较高的品牌知名度和技术壁垒。但考虑到互联网产品的特性，除了垂直领域的主

要细分产品外，市场上仍然存在其他包含扫描或文字识别功能的软件产品以及存在潜在替代关系的产品。

此外，从经营者控制市场的能力来看，扫描全能王所在的相关市场为充分且公平竞争、市场化程度高的市场，扫描全能王不具有控制相关产品的价格、数量或者其他交易条件的能力。

因此，综合互联网产品市场的特点以及相关市场进入的难易程度，基于目前的市场竞争情况和客观事实，扫描全能王不具有控制或限制相关产品的价格、数量或者其他交易条件的能力，亦不能阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力，扫描全能王不具有《反垄断法》所定义的市场支配地位。

（4）名片全能王不存在市场支配地位

名片全能王的具体功能如下表所示：

名片全能王的功能	功能介绍
扫描功能	将纸质名片转变为扫描仪效果的图片
智能文字识别功能	精准识别纸质名片图像上的所有联系信息，自动判别联系信息的类型，支持批量识别名片、批量导出名片信息
人脉管理功能	一秒将纸质名片信息保存至手机通讯录，并提供多渠道分享名片、查看名片访客详情、人脉管理等增值功能

从市场竞争情况来看：1）首先，市场上存在的包含扫描功能或文字识别功能的移动端 APP 产品基本均具有扫描或识别纸质名片的功能。2）华为、小米等部分智能手机厂商设备自带文档（包含名片）扫描及识别功能，以华为手机为例，在通讯里中，可以选择扫名片、进行名片识别及管理。3）由于名片全能王的人脉管理、名片分享功能具有一定的社交属性，因此一些即时通讯 APP 产品（比如微信、钉钉）也会与名片全能王产生竞争。近几年来，由于纸质名片的携带便利性不高，或单独开启名片识别软件交换/保存名片信息不符合部分用户即时便利的使用习惯，部分用户会使用微信、钉钉等即时通讯软件交换名片照片、或者交换联系方式来替代交换纸质名片，对名片全能王的纸质名片识别场景带来部分替代性竞争，导致名片全能王的月活出现一定下降，具体请参见首轮反馈回复“5.2 关于 C 端业务”之“一、（二）名片全能王”的详细分析。



名片全能王与微信的对比分析	功能简介	月活维度数据比较
微信	国民级的手机通讯应用，包括聊天、朋友圈等多元化的功能	根据 APP Annie 数据，其在 2022 年 1-12 月中国地区手机渠道的平均月活为 105,945 万
名片全能王	精准识别纸质名片的所有信息并保存至手机通讯录，可多渠道分享名片、管理人脉	根据 APP Annie 数据，其在 2022 年 1-12 月中国地区手机渠道的平均月活为 51 万

如上表所示，根据 APP Annie 数据，名片全能王与微信之间用户规模差距巨大，尽管名片分享、人脉管理不是微信的首要功能，但与名片全能王的构成了一定的竞争关系。微信凭借种类繁多的功能、更为丰富的使用场景以及网络效应积累了庞大的用户群体，名片全能王凭借更专业的品牌定位、精确的识别效果和优秀的用户体验、十余年的技术积累也构建了自身的竞争壁垒。

综合分析，发行人注重智能图像识别、复杂场景下文字识别、NLP 等核心技术的持续研发、产品功能和用户体验的不断优化，名片全能王 APP 在行业内具有先发优势、较高的品牌知名度和技术壁垒。但考虑到互联网产品的特性，除了智能文字识别垂直领域的细分产品外，市场上仍然存在其他即时通讯类的软件产品以及部分自带名片识别功能的智能手机存在潜在替代关系。

此外，从经营者控制市场的能力来看，名片全能王所在的相关市场为充分且公平竞争、市场化程度高的市场，名片全能王不具有控制相关产品的价格、数量或者其他交易条件的能力。

因此，综合互联网产品市场的特点以及相关市场进入的难易程度，基于目前的市场竞争情况和客观事实，名片全能王不具有能够控制相关产品的价格、数量或者其他交易条件的能力，亦不能阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力，名片全能王不具有《反垄断法》所定义的市场支配地位。

(5) 启信宝不存在市场支配地位

启信宝是一款企业商业信息查询 APP，具体功能如下表所示：

启信宝的功能	功能介绍
企业数据查询功能	汇集境内 2.3 亿家企业等组织机构的超过 1,000 亿条实时动态商业大数据，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
企业数据挖掘功能	可对数据进行深度挖掘，为客户提供企业关联图谱、舆情监控（情感及语义分析等）、风险监控（经营异常、司法涉诉等）、商标及专利信息、深度报告（信用报告、投资及任职报告、股权结构报告）等多种数据查询、挖掘和智能分析服务

商业大数据 C 端 APP 市场的头部参与者主要为启信宝、企查查、天眼查与百度旗下的爱企查，这些头部参与者凭借各自的数据与服务特色，积累了大量用户，并形成品牌效应。此外，市场上还存在与启信宝具有紧密替代关系的企业信息查询软件产品，比如小蓝本、企查查 APP 等，另外国家企业信用信息公示系统也存在基础的企业信息查询功能，因此与启信宝具有一定的紧密替代关系。

启信宝、企查查、天眼查与爱企查 APP 的主要对比情况如下表所示：

APP 名称	数据覆盖度	产品功能	业务模式	技术路线
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 1,000 个数据特征标签	可对数据进行深度挖掘，为客户提供企业关联图谱、舆情监控（情感及语义分析等）、风险监控（经营异常、司法涉诉等）、商标及专利信息、深度报告（信用报告、投资及任职报告、股权结构报告）等多种数据查询、挖掘和智能分析服务	C 端 APP 产品的营收以 VIP 会员费为主	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	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	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	C 端 APP 产品的营收以 VIP 会员费为主	大数据挖掘、深度学习、特征抽取和图构建、NLP 等技术
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	以公开数据为切入点、以关系为核心，主要提供专业的企业信息查询、企业关系挖掘服务，在帮助传统企业或个人降低成本、	C 端 APP 产品的营收以 VIP 会员费为主	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

APP 名称	数据覆盖度	产品功能	业务模式	技术路线
	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）	防范化解金融风险方面提供了产品化的解决方案		业信息实现统一表征
爱企查	共覆盖 2 亿+主体，130+项数据维度	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免费查询服务，为用户提供多角度解析企业风险与机遇	2020 年 8 月上线初期未采用 VIP 付费模式，定位为“专业免费的企业信息查询平台”，后于 2022 年 5 月上线 VIP 付费产品	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。

产品名称	月活维度数据比较	市场营销投入
启信宝	根据 APP Annie 数据，其在 2022 年 1-12 月中国地区手机渠道的平均月活为 88 万	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，报告期内各期启信宝广告宣传费分别为 7,095.48 万元、6,384.77 万元和 2,204.43 万元
企查查	根据 APP Annie 数据，其在 2022 年 1-12 月中国地区手机渠道的平均月活为 302 万	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 
天眼查	根据 APP Annie 数据，其在 2022 年 1-12 月中国地区手机渠道的平均月活为 1,291 万	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 

产品名称	月活维度数据比较	市场营销投入
		
爱企查	根据 APP Annie 数据，其在 2022 年 1-12 月中国地区手机渠道的平均月活为 62 万	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免费查询服务；后于 2022 年 5 月上线 VIP 付费产品。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，另外爱企查也在地铁站等位置投放了线下广告 

如上表所示，商业大数据 C 端 APP 市场存在一定的同质化竞争情况，前述主要参与者的主体数据来源于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、产品付费功能、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，相似度较高，用户切换成本相对较低，因此需要通过加大宣传推广的方式提高品牌认知度来保持用户规模 and 市场份额。综上分析，发行人注重大数据挖掘、知识图谱、NLP 等核心技术的持续研发、产品功能和用户体验的不断优化，启信宝具备先发优势，凭借自身数据与服务特色，积累了大量用户，并形成品牌效应。但商业大数据 C 端 APP 市场竞争较为激烈，基于目前的市场竞争情况和客观事实，启信宝不具有能够控制相关产品的价格、数量或者其他交易条件的能力，亦不能阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力，启信宝不具有《反垄断法》所定义的市场支配地位。

综上，鉴于“具备市场支配地位”是“滥用市场支配地位”的前提条件，发行人

旗下的扫描全能王、名片全能王、启信宝 APP 并未形成《反垄断法》定义下的相关市场中的“市场支配地位”，所以也不存在“滥用市场支配地位”的行为。

3、发行人相关 APP 产品不存在具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中情形

(1) 关于经营者集中的规定

根据《反垄断法》第二十五条，“经营者集中是指下列情形：（一）经营者合并；（二）经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权；（三）经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。”根据《国务院关于经营者集中申报标准的规定（2018 修订）》第三条，“经营者集中达到下列标准之一的，经营者应当事先向国务院商务主管部门申报，未申报的不得实施集中：（一）参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 100 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币；（二）参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 20 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币。”

根据《国务院关于经营者集中申报标准的规定（2018 修订）》第四条，“经营者集中未达到本规定第三条规定的申报标准，但按照规定程序收集的事实和证据表明该经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，国务院反垄断执法机构应当依法进行调查。”

(2) 发行人不存在具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中情形

经保荐机构、发行人律师查阅发行人提供的财务报表、发行人以增资或受让股权的方式进行交易的相关材料以及发行人的说明，截至本反馈回复出具之日，发行人相关 APP 产品不存在具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中情形。

综上所述，发行人不存在《国务院关于经营者集中申报标准的规定（2018 修订）》规定的需要进行经营者集中申报的情形，发行人及相关 APP 产品不存在具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中情形。

（二）发行人相关产品不存在涉嫌违反反不正当竞争法的情形

发行人旗下的扫描全能王、名片全能王、启信宝不存在《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称“《反不正当竞争法》”）等相关法律法规规定的不正当竞争行为，具体分析如下：

《反不正当竞争法》等相关法律法规规定的不正当竞争行为	发行人具体情况
混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系	发行人使用自身拥有的商标、商品名称、域名，不存在使用他人商标、商品名称、域名等相同或者近似的标识的情形，不存在混淆行为。详见后文分析。
采用财物或者其他手段贿赂单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势	发行人已建立销售管理制度，规范销售费用支出，杜绝发生商业贿赂行为。报告期内发行人及其董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在因商业贿赂而受到行政或刑事处罚的情形。详见后文分析。
虚假或引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者	发行人通过 APP 应用市场、公司网站、专业媒体、参加展会等方式对公司及产品进行宣传，宣传材料均系公司和产品的客观介绍，不存在虚假宣传的情形。详见后文分析。
侵犯商业秘密	发行人上述产品及服务均系自主研发，不涉及在其他单位的职务发明，不存在侵犯他人商业秘密的情形。详见后文分析。
欺骗性有奖销售	发行人通过招投标、竞争性谈判、询价等方式获取业务合同，不存在欺骗性有奖销售行为。详见后文分析。
编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉等	发行人获取业务合同的过程中，通过技术优势、售后服务等取得竞争优势，不存在损害竞争对手的商业信誉、商品声誉等情形。详见后文分析。
利用技术手段实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为	发行人上述产品不会在未经其他经营者或用户同意的情况下，在其他经营者的网络产品或服务中插入链接或强制进行目标跳转，不会强制修改、关闭、卸载或恶意不兼容其他经营者的网络产品或者服务，不存在利用技术手段实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。详见后文分析。

1、发行人不存在实施混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的情形

根据《反不正当竞争法》的规定，经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：（1）擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；（2）擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）；（3）擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；（4）其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

根据发行人确认，发行人不存在使用他人商标、商品名称、域名等相同或者近似

的标识的情形，不存在《反不正当竞争法》规定的混淆行为。

2、发行人不存在采用财物或者其他手段贿赂单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势的情形

根据《反不正当竞争法》的规定，经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势：（1）交易相对方的工作人员；（2）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；（3）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

根据发行人确认，发行人已建立销售管理制度，对销售人员的销售行为、销售费用支出等进行规范。此外，发行人与主要客户、供应商签署的业务合同通常会附加廉洁协议或反商业贿赂协议，以规范公司经营行为，杜绝发生商业贿赂。截至本反馈回复出具之日，发行人不存在采用财物或者其他手段贿赂单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势的情形。

根据相关主管部门开具的合规证明及董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的无犯罪记录证明，并经检索公示系统、信用中国、中国裁判文书网等公开网站，报告期内发行人及其董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在因商业贿赂而受到行政或刑事处罚的情形。

3、发行人不存在作虚假或引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者的情形

根据《反不正当竞争法》的规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》，经营者具有下列行为之一，足以造成相关公众误解的，可以认定为反不正当竞争法第九条第一款规定的引人误解的虚假宣传行为：（1）对商品作片面的宣传或者对比；（2）将科学上未定论的观点、现象等当作定论的事实用于商品宣传；（3）以歧义性语言或者其他引人误解的方式进行商品宣传的。

根据发行人确认，发行人通过 APP 应用市场、公司网站、专业媒体、参加展会等合法合规方式对公司及产品进行宣传，宣传材料均系对公司和产品的客观介绍，相关商业宣传真实、准确，不存在作虚假或引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者的情

形。

4、发行人不存在侵犯他人商业秘密的情形

根据《反不正当竞争法》的规定，经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：

（1）以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密；（2）披露、使用或者允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密；（3）违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；（4）教唆、引诱、帮助他人违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，获取、披露、使用或者允许他人使用权利人的商业秘密。

根据发行人确认，发行人的扫描全能王、名片全能王、启信宝及相关服务均系发行人自主研发，并形成相应软件著作权及多项发明专利，不涉及在其他单位的职务发明。经发行人确认并经检索公示系统、中国裁判文书网等公开网站，发行人不存在因侵犯他人商业秘密而被主管部门处罚或因侵犯他人商业秘密导致诉讼的情形。

5、发行人不存在欺骗性有奖销售的情形

根据《反不正当竞争法》的规定，经营者进行有奖销售不得存在下列情形：（1）所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确，影响兑奖；（2）采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售；（3）抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。

根据发行人确认，发行人主要通过招投标、竞争性谈判、询价等方式获取业务合同，不存在欺骗性有奖销售行为。

6、发行人不存在编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉的情形

根据《反不正当竞争法》的规定，经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

根据发行人确认，发行人获取业务合同的过程中，主要通过技术优势、售后服务等取得竞争优势，不存在损害竞争对手的商业信誉、商品声誉的情形。

7、发行人不存在利用技术手段实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行情形

根据《反不正当竞争法》的规定，经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为：（1）未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；（2）误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；（3）恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；（4）其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

根据发行人确认，发行人的扫描全能王、名片全能王、启信宝等产品不会在未经其他经营者或用户同意的情况下，在其他经营者的网络产品或服务中插入链接或强制进行目标跳转，不会强制修改、关闭、卸载或恶意不兼容其他经营者的网络产品或服务，不会对其他经营者的网络产品或服务产生其他妨碍或破坏。因此，发行人的该等产品不存在利用技术手段实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或服务正常运行的行为。

关于尚未审结的不正当竞争纠纷的诉讼，原告北京金山兴盛展览有限公司以不正当竞争纠纷为由起诉苏州贝尔塔、上海生腾及北京百度网讯科技有限公司（（2019）京 0106 民初 38118 号、（2021）京 73 民终 3418 号）。根据法院一审判决，苏州贝尔塔和上海生腾在本案中不构成不正当竞争。具体详见本反馈回复“2. 关于数据”之“2.3 关于数据管理”之“（一）请发行人说明”之“（二）发行人数据类纠纷案件的主要情况、解决方式及对发行人的影响，该等案件中发行人存在的问题（如有）及整改措施”。

经保荐机构、发行人律师公开检索国家市场监督管理总局反垄断局网站，不存在发行人涉嫌违反《反不正当竞争法》等相关法律法规规定的信息。

保荐机构、发行人律师于 2021 年 11 月 11 日走访了上海市市场监督管理局反不正当竞争处，经接待人员确认，据该处了解，合合信息不存在被立案调查的记录。后续对方也通过反不正当竞争处的系统对合合信息及其境内所有子公司进行了查询，未查询到主管部门处罚或立案调查的情形。

上海市静安区市场监督管理局 2022 年 3 月 28 日出具《证明》，确认：“截至本证明出具之日，我局收到的关于上海合合信息科技股份有限公司及其子公司（上海临冠数据科技有限公司和上海生腾数据科技有限公司）投诉举报咨询件，不构成重大违法违规行为，目前无正在立案调查和行政处罚的事项。”

综上，发行人不存在涉嫌违反反不正当竞争法的情形。

（三）核查程序及核查结论

1、核查程序

保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

（1）查阅发行人与竞争对手签署的合作协议及发行人与主要客户、供应商之间的相关业务合同，查看其中是否涉及违反《反垄断法》及相关规定的条款；

（2）获取并查阅发行人的财务报表、说明文件、相关增资协议和股东协议等交易文件及相关会议文件；

（3）访谈发行人管理层、相关业务负责人，了解发行人经营模式及相关产品或服务是否存在相关法律法规规定的垄断行为及不正当竞争行为；

（4）查阅《反垄断法》《禁止垄断协议规定》《禁止滥用市场支配地位行为规定》《经营者集中审查规定》《反不正当竞争法》等相关法律法规；

（5）获取并查阅发行人出具的关于不存在垄断协议、不存在违反反不正当竞争及反垄断等相关法律法规规定、不存在因该等事项被相关主管部门立案调查的情形的说明；

（6）获取并查阅发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所属公安部门出具的无犯罪记录证明；

（7）走访上海市市场监督管理局反不正当竞争处，了解合合信息及相关子公司是否存在被相关主管部门处罚或立案调查的情形；

（8）获取并查阅上海市静安区市场监督管理局 2022 年 3 月 28 日出具的关于无正在立案调查和行政处罚的《证明》；

（9）登录公示系统、中国裁判文书网、信用中国、国家市场监督管理总局反垄断

局网站等公开网站，查询发行人及其境内子公司关于反垄断或反不正当竞争的诉讼及行政处罚情况；

（10）查阅了智能文字识别、商业大数据的相关行业研究报告；

（11）公开查询了公司 C 端 APP 与可比 APP 的用户数据、业务情况对比等信息；

（12）查阅了百度、华为等搜索引擎平台的竞价投放规则，分析了公司 C 端 APP 与可比 APP 的宣传推广方式。

2、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为，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。

5.关于上海找齐

根据首轮问询回复：（1）北京微梦投资上海找齐系看好“找到”APP 的业务发展；（2）上海找齐的股东协议中约定的北京微梦享有的回购权、共同出售权、领售权等特殊权利条件成就时，由创始股东张栋承担相应义务，实现上述特殊权利；（3）张栋曾为发行人员工，现在仍是发行人员工持股平台上海目一然的有限合伙人。

请发行人说明：（1）报告期至今上海找齐的经营情况及主要财务数据，引入北京微梦后的业绩变化情况，进一步说明该次投资的商业合理性；（2）结合张栋的任职经历、持股情况、资产状况等，说明由张栋作为创始股东承担上述特殊权利条款义务的原因，其是否具有承担义务的能力，发行人与张栋是否存在其他权益约定，发行人是否实际承担该等义务；（3）结合上海找齐股东协议及各项特殊权利条款中关于发行人义务的规定等，进一步说明该等情况对发行人的影响。

请保荐机构对上述事项、发行人律师对上述事项（2）（3）进行核查并发表明确意见。

回复：

一、请发行人说明：（1）报告期至今上海找齐的经营情况及主要财务数据，引入北京微梦后的业绩变化情况，进一步说明该次投资的商业合理性；（2）结合张栋的任职经历、持股情况、资产状况等，说明由张栋作为创始股东承担上述特殊权利条款义务的原因，其是否具有承担义务的能力，发行人与张栋是否存在其他权益约定，发行人是否实际承担该等义务；（3）结合上海找齐股东协议及各项特殊权利条款中关于发行人义务的规定等，进一步说明该等情况对发行人的影响。

（一）报告期至今上海找齐的经营情况及主要财务数据，引入北京微梦后的业绩变化情况，进一步说明该次投资的商业合理性

1、报告期至今上海找齐的经营情况及主要财务数据，引入北京微梦后的业绩变化情况

“找到”业务的发展主要分为三个阶段：剥离前在发行人体内进行孵化培育发展，剥离后引入新的投资人整合资源进一步发展，业务发展不佳协商进行解散清算，具体如下：

(1) “找到”业务剥离前

2018年1月1日至2020年9月30日，“找到”业务的收入成本如下：

单位：万元

财务数据	2020年1-9月	2019年度	2018年度
营业收入	579.69	461.55	102.94
营业成本	73.74	141.64	75.08

发行人于2018年3月上架了“找到”APP的付费商品，为在产品推出初期增加市场知名度，获取新增用户，发行人投入了大量费用用于营销推广，2018年间合合信息及上海找贝为孵化推广“找到”业务，共支出广告宣传费4,665.26万元，主要费用由合合信息承担。

张栋原就职于Google、百度等知名互联网公司，在互联网运营方面具有一定的从业背景，公司与张栋多次洽谈沟通，双方对“找到”产品运营及产品的后续发展规划想法契合，公司邀请张栋加入公司并负责“找到”业务运营。2019年4月，张栋入职合合信息并开始负责“找到”业务运营。公司仍然维持了对“找到”业务一定程度的推广，2019年合合信息及上海找贝合计为“找到”业务支付广告宣传费为1,430.34万元，尽管“找到”业务的营业收入，用户数据有所改善，但“找到”业务的发展仍不及预期。

由于“找到”业务仍处于业务及盈利模式的探索阶段，实现成长需大量的研发投入及推广费用，未来发展也具有一定不确定性，总体尚在业务及盈利模式的探索阶段，与发行人整体业务未来发展方向存在一定的差异，故决定将该块业务剥离；张栋预计“找到”业务未来在中国市场拥有较大的潜力，便为“找到”业务寻找投资方继续发展“找到”业务。2020年8月设立上海找齐，独立发展“找到”业务。2020年10月“找到”业务拟引入新的战略投资方北京微梦，整合各方优势资源继续独立发展“找到”业务。

(2) “找到”业务剥离后

2020年10月至2022年3月31日（上海找齐已于2022年11月18日完成注销），上海找齐主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2022 年 3 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
流动资产	19,310.33	19,278.16	8,122.26
总资产	19,316.00	19,284.53	8,128.98
流动负债	271.17	303.70	104.04
总负债	271.17	303.70	104.04
净资产	19,044.82	18,980.83	8,024.94
财务数据	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年 10-12 月
营业收入	129.58	484.23	75.82
营业成本+期间费用	66.61	1,522.68	146.33
净利润	64.00	-1,044.11	-75.06

注：2022 年 3 月 25 日，上海找齐临时股东会决议解散上海找齐。

2020 年 8 月上海找齐设立以后，原“找到”经营团队 21 人入职上海找齐，主要系客户端、产品运营、web 开发等人员。此后，上海找齐陆续招聘财务、人事行政、市场运营、总经办、销售、测试等 19 人，并投入各项资源持续发展业务。上海找齐在原有客户群体及产品功能上，希望通过进一步优化“找到”用户体验和产品功能，以口碑效应实现增长，因此 2020 年 10-12 月与 2021 年投入的研发费用分别为 96.15 万元和 813.26 万元。

上海找齐为“找到”在 2020 年 10-12 月、2021 年与 2022 年 1-3 月投入的推广费用分别为 3.18 万元、0 万元和 0 万元，推广费用金额较少。

经历约一年的运营，虽然上海找齐及各股东投入了较多资源支持“找到”业务发展，但运营效果并不理想，营业收入未见显著提升。2021 年 9 月，上海找齐陆续遣散相关人员。截至 2021 年 12 月底，上海找齐仅有留下 2 名员工负责“找到”业务的基本运营。

（3）上海找齐解散清算

2022 年 3 月 25 日，北京微梦、张栋、合合信息与澄迈新日就解散上海找齐达成一致意见，同意签署《解散框架协议》。

北京微梦于 2020 年 11 月以人民币 20,000 万元认缴上海找齐 53.85 万元新增注册资本，该等资金在支付职工薪酬、公司日常等开支后，所剩金额全部分配给北京微梦。截至 2022 年 3 月 31 日，上海找齐净资产约为 1.9 亿元，扣除预留约 1,000 万元作为上海找齐清算期费用后，预计北京微梦获得清算款项约为 1.8 亿元。

截至本反馈回复出具之日，上海找齐已完成注销。

2、进一步说明该次投资的商业合理性；

“找到”是一款商务信息搜索 APP，为 C 端用户提供商务信息搜索服务，用户可在平台上进行多种商务信息的搜索，用于发掘资源或商机。用户在“找到”APP 内通过姓名、企业名称、行业、区域等关键词，与潜在的目标合作伙伴进行商业社交，也可直接通过服务或产品关键词直接寻求业务资源，促成商业合作的达成。在“找到”产品剥离之前，由张栋负责运营，张栋在互联网运营方面具有相关从业背景，具体从业经历请参见“5.关于上海找齐”之“一、（二）结合张栋的任职经历、持股情况、资产状况等，说明由张栋作为创始股东承担上述特殊权利条款义务的原因，其是否具有承担义务的能力，发行人与张栋是否存在其他权益约定，发行人是否实际承担该等义务”的具体描述。

公司经过审慎评估，并与北京微梦友好接洽后，北京微梦看好“找到”APP 的业务发展模式，亦信赖张栋的运营产品能力，北京微梦及张栋预计“找到”APP 未来在中国市场拥有较大的潜力，占领商业社交的细分领域。由于新浪微博希望能够从娱乐社交媒体领域扩展至商业领域，微博大量用户存在寻找人脉和商业机会的需求，因此北京微梦认为“找到”APP 业务能够为新浪微博带来用户数量增长，与原有业务模式结合，形成业务上的协同效应，带来多赢的局面。因此，北京微梦与公司及张栋达成协议，共同出资设立上海找齐，由上海找齐整合各方优势资源独立运营找到业务。上海找齐成立后，尽管各方共同协力发展业务，但受限于市场环境、竞争激烈等多重因素，业务始终没能得到有效突破，经各方商议，于 2022 年 3 月同意解散上海找齐。

将“找到”业务引入北京微梦是基于资源整合的一次商业尝试，尽管未能将“找到”业务有效发展，但该等市场仍有较大业务机会，并逐步涌现了头部企业，如脉脉（累计下载量已超过 8.7 亿次）。

综上，该次投资是基于“找到”业务所处行业的发展前景，各方所拥有的相关资

源进行的一次商业尝试，投资具有商业合理性。

3、发行人对持有上海找齐股权的会计处理及科目影响

发行人持有上海找齐的股权比例超过 20%，且对上海找齐派出董事，具有重大影响，按《企业会计准则》规定计入长期股权投资，并采用权益法进行后续计量。以下分年度说明发行人对上海找齐的会计处理（单位：万元）：

（1）2020 年度

1) 2020 年 8 月，设立上海找齐时-初始计量

借：长期股权投资-成本 46.15

贷：银行存款 46.15

2) 2020 年 11 月，北京微梦对上海找齐增资 8,000.00 万元，合合信息针对溢价增资部分对应确认资本公积

借：长期股权投资-其他权益变动 2,388.83

贷：资本公积-其他资本公积 2,388.83

3) 2020 年 8 月-12 月，根据上海找齐的盈利状况进行损益调整

借：长期股权投资-损益调整 -27.76

贷：投资收益 -27.76

（2）2021 年

1) 2021 年 4 月，北京微梦对上海找齐进行增资 12,000.00 万元，合合信息对应确认资本公积

借：长期股权投资-其他权益变动 3,599.62

贷：资本公积-其他资本公积 3,599.62

2) 2021 年度，根据上海找齐的盈利状况进行损益调整

借：长期股权投资-损益调整 -313.20

贷：投资收益 -313.20

（3）2022 年 1-3 月

2022年3月25日，上海找齐临时股东会决定解散公司，针对北京微梦获得优先清算款的部分，视为股东撤资处理，按长期股权投资的投资成本比例调减长期股权投资及资本公积。截至2022年3月31日，上海找齐净资产为19,044.82万元，剩余的净资产合合信息不再享受分配权，因此合合信息相应的会计处理如下：

1) 2022年1-3月，根据上海找齐的盈利状况进行损益调整：

借：长期股权投资-损益调整 19.20

贷：投资收益 19.20

2) 2022年1-6月上海找齐清算处理：

借：资本公积-其他资本公积 5,988.45

贷：长期股权投资-成本 46.15

贷：长期股权投资-其他权益变动 5,988.45

贷：长期股权投资-损益调整 -321.76

贷：投资收益 275.61

(二) 结合张栋的任职经历、持股情况、资产状况等，说明由张栋作为创始股东承担上述特殊权利条款义务的原因，其是否具有承担义务的能力，发行人与张栋是否存在其他权益约定，发行人是否实际承担该等义务

1、张栋的任职经历、持股情况及资产状况

(1) 任职经历

序号	起止时间	任职公司（单位）	职务	持股比例（如有）
1	2007年至2009年	Google Inc.	研究员	无
2	2009年至2011年	百度在线网络技术（北京）有限公司	凤巢系统架构师	无
3	2012年至2014年	北京万博科思征信服务有限公司（曾用名：北京万博科思信息技术有限公司）	经理	20%
4	2014年至今	北京机器学习科技有限公司	执行董事兼总经理	90%
5	2019年至2020年	上海合合信息科技股份	找到业务负责人	0.5788%（注）

		有限公司		
6	2020年8月至2022年11月	上海找齐科技有限公司	董事长兼总经理	20%

注：张栋持有发行人股东上海卉新 1.67%的财产份额，持有发行人员工持股平台上海目一然 13.04%的财产份额，合计间接持有发行人 0.5788%的股权。

（2）持股情况及资产状况

经张栋确认，其具体持股情况如下：

序号	企业名称	注册资本 (万元)	职务	持股比例
1	北京机器学习科技有限公司	100	法人、经理、执行董事	100.00%
2	深圳前海数数科技有限公司	2,000	监事	99.00%
3	北京机器学习信息技术有限公司	10,000	法人、经理、执行董事	90.00%
4	上海目一然投资中心 (有限合伙)	50	无	13.04%
5	湖南十安科技有限公司	5,000	董事	10.00%
6	绮思妙享(北京)餐饮管理有限 公司	123.46	监事	4.50%
7	深圳市创梦互娱科技有限公司	100	无	3.70%
8	上海卉新投资中心(有限合伙)	60	执行事务合伙人	1.6667%
9	北京慧达天下科技有限公司	226.0882	董事	1.5513%
10	北京酷奇天下信息技术有限公司	46.7	董事	19.2719%

张栋资产状况良好，中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站不存在其涉及重大经济诉讼纠纷的记录，亦不存在个人所负债务到期未清偿的记录，且不属于失信被执行人及限制消费人员。

2、由张栋作为创始股东承担上述特殊权利条款义务的原因，其是否具有承担义务的能力，发行人与张栋是否存在其他权益约定，发行人是否实际承担该等义务

上海找齐设立后主要开展互联网商业社交业务，因张栋具备一定的资产实力以及丰富的互联网运营经验，且在上海找齐运营中负责公司具体业务的经营，故北京微梦与发行人、张栋、澄迈新日约定由张栋承担特殊权利条款的相应义务。

张栋已访谈确认其具有承担特殊权利义务的能力，详见本反馈回复“5. 关于上海找齐”之“一（二）结合张栋的任职经历、持股情况、资产状况等，说明由张栋作为

创始股东承担上述特殊权利条款义务的原因，其是否具有承担义务的能力，发行人与张栋是否存在其他权益约定，发行人是否实际承担该等义务”之“1、张栋的任职经历、持股情况及资产状况”。

张栋、北京微梦已访谈确认发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员与张栋、北京微梦彼此之间不存在抽屉协议，不存在除《股东协议》《增资协议》《解散框架协议》外的其他利益安排。

发行人与张栋不存在其他权益约定，不存在张栋将其所承担的义务转嫁给发行人承担的情形。

（三）结合上海找齐股东协议及各项特殊权利条款中关于发行人义务的规定等，进一步说明该等情况对发行人的影响

根据北京微梦入股上海找齐时的《股东协议》第三条关于“投资方的特别权利”的相关约定，特殊权利条款的条件成就时，由创始股东张栋及上海找齐对北京微梦承担相应义务，上述主要条款涉及需发行人承担义务的情形具体如下：

特殊权利条款	条款主要内容	涉及发行人义务的相关约定
清算优先权	3.1 (c) 公司所有股东应采取一切符合适用中国法律的有效措施，确保投资方以符合适用中国法律的方式从可分配清算财产中获得上述清算优先金额，如投资方未能足额获得上述财产，则创始股东有连带义务不可撤销地以其清算所得财产向其补偿差额，但补偿金额以创始股东获得的可分配清算财产为限。	应采取一切符合适用中国法律的有效措施，确保投资方以符合适用中国法律的方式从可分配清算财产中获得上述清算优先金额
售出事件中的优先分配权	3.2.2 目标公司所有股东及目标公司应采取一切有效措施确保投资方获得上述售出优先金额，包括但不限于（1）目标公司按照投资方同意的方案分配股息及红利，（2）创始股东用从售出对价中获得的财产或价款补偿该投资方，（3）创始股东及/或目标公司按照届时各方协商确定的价格收购或回购该投资方的全部或部分股权，（4）法律允许的其他方式。未足额获得优先分配金额的投资方有权选择具体方式，且目标公司所有股东及目标公司对该投资方选择确定的方式有义务予以充分配合，包括但不限于在股东会上投赞成票、促使其委派的董事在董事会上投赞成票，签署一切相关法律文件，取得内部及外部相关方的同意等，目标公司承担相应的成本及税费（如有）。如投资方因任何原因未能足额获得上述全部或部分款项，创始股东及目标公司有连带的义务以现金形式根据本第 3.2 条约定的顺序向投资方补偿相应的差额，但补偿金额以创始股东及目标公司获得的售出对价为限。	应采取一切有效措施确保投资方获得上述售出优先金额，包括但不限于（1）目标公司按照投资方同意的方案分配股息及红利，（2）创始股东用从售出对价中获得的财产或价款补偿该投资方，（3）创始股东及/或目标公司按照届时各方协商确定的价格收购或回购该投资方的全部或部分股权，（4）法律允许的其他方式。 未足额获得优先分配金额的投资方有权选择具体方式，且目标公司所有股东及目标公司对该投资方选择确定的方式有义务予以充分配合，包括但不限于在股东会上投赞成票、促使其委派的董事在董事会上投赞成票，签署一切相关法律文件，取得内部及外部相关方的同意

特殊权利条款	条款主要内容	涉及发行人义务的相关约定
		等
回购权	3.3 根据本轮投资人的书面回购通知，目标公司和原始股东应当、并且原始股东应促使其委派董事作出相关的决议，由创始股东或目标公司以法律允许的方式赎回本轮投资人要求回购的其在目标公司中持有的全部或者部分本轮股权。	应当、并且原始股东应促使其委派董事作出相关的决议
反稀释	3.4.4 为实现本条以上第 3.4.2 条所述投资方反稀释调整后的权益比例，可以由目标公司以人民币 1 元的名义价格或法律允许的最低对价向本轮投资人发行股权，或由创始股东以人民币 1 元的名义价格或其他法律允许的最低价格向本轮投资人转让调整所需的股权，本轮投资人综合考虑在税务成本最低的情况下选择任一上述方案完成所需的股权调整，在上述两种选择均无法完成的情况下，由目标公司及创始股东以现金形式补偿本轮投资人并同意本轮投资人用于对目标公司的增资，股权调整过程中相应的成本及税费由目标公司承担，目标公司和创始股东对前述股权调整承担连带责任。在该调整完成前，目标公司不得实施该次新增注册资本或增发新的与股权相关的任何证券（包括但不限于可转债）。	/
优先认缴权	3.5.1 如目标公司计划新增注册资本（或发行人股份或以可转换债券或其他可转换为股权的证券票据等方式进行后续融资），投资方（就本第 3.5 条约定，就投资方而言，应包括其关联方）、上海合合（与投资方合称“优先认缴权股东”），有权但没有义务按照按其届时在目标公司的持股比例优先认缴该注册资本或新发行股权、股份（“优先认缴权”），以保持投资方在目标公司的持股比例。为避免疑义，就届时优先认缴权股东选择行权的新增注册资本或新发行股权、股份，创始股东及澄迈新日在此明确放弃其根据适用中国法律、公司章程或基于任何其他事由可享有的优先认缴权及可能存在的其他任何权利。	/
优先购买权	3.6.1 未经投资方（包括投资方权利义务承继方）一致事先书面同意，创始股东（“限制转让人”）不得以转让或其他任何方式处置其直接或间接持有的目标公司部分或全部股权或在该等股权之上设置质押等任何权利负担。在上述期限内，经投资方同意之股权转让的受让人或限制转股人的合法继承人，也将受到本条款的转让限制。	3.6.2 为避免疑义，就届时优先购买股东选择行使优先购买权的公司股权，公司其他股东在此明确放弃其根据适用中国法律、公司章程或基于任何其他事由可享有的优先购买权及可能存在的其他任何权利。
共同出售权	3.7.2 虽有前述规定，除非发生上述 3.2.3 所述之除外情形，如创始股东转让股权导致全部创始股东直接或间接持有的目标公司的股权比例合计低于 20%且丧失实际控制人的地位，则投资方有权（但无义务）行使共同出售权的股权数额为投资方持有的目标公司全部股权。	/
领售权	3.8 在本次交易完成后五年内或者下一轮融资之前（以二者孰早为准），投资方有权（但没有义务）	3.8 在不违反本条前述规定的前提下，如因某一或全部目标公司其他

特殊权利条款	条款主要内容	涉及发行人义务的相关约定
	将其持有的目标公司股权转让给其他任何有购买意向的第三方（“潜在收购方”），在对目标公司估值不低于人民币【30】亿元的情形下，如果该潜在收购方要求收购的股权多于投资方持有的目标公司股权的，且经目标公司代表三分之二以上表决权的股东表决通过（包括投资方的同意），则应投资方要求，创始股东应按相同条件出售其所直接或间接持有的目标公司股权以满足潜在收购方的要求，促使投资方的股权转让顺利完成（包括但不限于各方应投票同意并促使其提名的董事（如有）投票同意该收购，并采取一切必要措施（包括且不限于按照投资方与第三方协商确定的价格和条件转让其持有的目标公司全部或部分股权给该第三方及签署一切必要的文件以使得该收购得以实现）。	股东（即除了投资方之外的股东）或其委派的董事的原因导致收购无法完成，则该股东或该董事所代表的股东，有义务按本合同本条前述规定中第三方提出的收购价格购买投资方所持有的目标公司的全部股权。
最优惠待遇	3.10 除交易文件另有约定外，如果目标公司任何现有或未来股东享有比投资方在本协议、增资协议和公司新章程下享有的权利更为优惠或优先的权利，则投资方应自动享有同样的权利。目标公司及其届时股东应提供一切必要之配合，包括但不限于修改本协议、增资协议和公司新章程，以使得投资方享有前述更优惠或优先的权利。	应提供一切必要之配合，包括但不限于修改本协议、增资协议和公司新章程，以使得投资方享有前述更优惠或优先的权利

由上表可知，上述特殊权利条款涉及发行人的义务主要是配合北京微梦实现特殊权利，但不涉及发行人对北京微梦承担财产补偿义务。

2022年3月25日，张栋、发行人、北京微梦、澄迈新日签署了《有关上海找齐科技有限公司之解散框架协议》（以下简称“《解散协议》”），各方决定解散上海找齐。同日，上海找齐作出股东会决议，同意解散上海找齐科技有限公司，进行清算；上海找齐成立清算组，清算组成员由全体股东组成。根据《股东协议》第3.1条的规定，上海找齐分别支付清算费用、职工的工资、社会保险费用和法定补偿金，缴纳所欠税款，清偿公司债务后的剩余财产，北京微梦享有清算优先权。各方股东在《解散协议》中约定，如北京微梦最终所获得的清算金额低于《股东协议》所约定的清算优先金额，其他方股东无须为此差额向北京微梦承担补偿义务。

因此，《解散协议》不会触发北京微梦入股上海找齐时的《股东协议》第三条关于“投资方的特别权利”的相关约定及特殊权利条款的条件成就，张栋和发行人需配合进行上海找齐清算等事宜，除此以外，无需承担补偿责任在内的相关连带责任或对赌义务。

根据《解散协议》约定，《解散协议》自签署之日起生效。上海找齐已于 2022 年 11 月 18 日注销。

二、请保荐机构对上述事项、发行人律师对上述事项（2）（3）进行核查并发表明确意见。

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

（1）获取并查阅发行人、上海找齐财务报表、人员清单等资料，确认对“找到”产品的投入及业绩情况；

（2）公开检索脉脉等相似案例信息，确认“找到”业务所处行业的整体发展情况；

（3）对张栋、北京微梦进行访谈，确认张栋的工作背景和对外投资情况，了解由张栋承担特殊权利条款义务的原因及合理性，确认张栋存在承担该等义务的能力，了解投资上海找齐的背景原因；

（4）公开检索张栋对外投资企业的具体信息；

（5）对发行人签署协议、合同进行全面核查，确认发行人不存在实际承担特殊权利条款义务的情况；

（6）获取并查阅上海找齐的《股东协议》《增资协议》，确认特殊权利条款义务的承担方，不存在涉及发行人承担相关义务的情况；

（7）检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站，确认张栋非失信被执行人及限制消费人员；

（8）获取并查阅《解散协议》及上海找齐解散相关股东会决议、注销的《登记通知书》；

（9）访谈发行人、张栋及北京微梦，确认发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员与张栋、北京微梦彼此不存在抽屉协议，不存在除《股东协议》《增资协议》《解散协议》外的其他利益安排。

2、核查结论

经核查，保荐机构认为：

尽管引入北京微梦后，上海找齐业务无显著改善，但该次投资是基于“找到”业务所处行业的发展前景，各方所拥有的相关资源进行的一次商业尝试，投资具有商业合理性。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）张栋资产状况较好，具有承担特殊权利条款义务的能力。发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员与张栋、北京微梦彼此不存在抽屉协议，不存在除《股东协议》《增资协议》《解散协议》外的其他利益安排。发行人与张栋不存在其他权益约定，发行人不存在实际承担该等义务的情形。

（2）上海找齐股东协议中特殊权利条款条件成就时，由创始股东张栋及上海找齐承担相应义务，不涉及由发行人对北京微梦承担财产补偿义务，该事项不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响，故对发行人本次发行上市不构成障碍。

6.关于收入

6.1 关于 C 端收入真实性

根据申报材料：（1）对 C 端用户真实性的核查采用电话核查和 APP 推送核查的方式进行，两种核查方式的反馈比例较低，以扫描全能王为例，境内外电话核查及 APP 推送的反馈比例分别为 27.92%、1.34%和 0.05%，已反馈用户均为真实用户；

（2）保荐机构、申报会计师采用信息系统核查的方式对发行人是否存在自充值或刷单情形进行了核查；（3）保荐机构对发行人 C 端收入执行了驱动因素分析、IT 审计、用户真实性核查等程序，经核查，发行人 C 端收入真实、准确、完整。

请保荐机构、申报会计师说明：（1）已反馈用户和未反馈用户的具体情况，是否存在注册时间异常、用户行为异常等情形，对未反馈用户执行了何种替代性程序（如有），说明核查比例、核查证据及核查结论；（2）结合对发行人及其实控人、控股股东、董监高、关键岗位人员资金流水的核查情况，说明是否存在最终资金流向用于发行人自充值或刷单的情形；（3）对 C 端收入真实、准确、完整的核查情况、及核查证据是否充分，请保荐机构内核部门说明前述问题的核查情况并发表明确意见。

一、请保荐机构、申报会计师说明：（1）已反馈用户和未反馈用户的具体情况，是否存在注册时间异常、用户行为异常等情形，对未反馈用户执行了何种替代性程序（如有），说明核查比例、核查证据及核查结论；（2）结合对发行人及其实控人、控股股东、董监高、关键岗位人员资金流水的核查情况，说明是否存在最终资金流向用于发行人自充值或刷单的情形；（3）对 C 端收入真实、准确、完整的核查情况、及核查证据是否充分，请保荐机构内核部门说明前述问题的核查情况并发表明确意见。

（一）已反馈用户和未反馈用户的具体情况，是否存在注册时间异常、用户行为异常等情形，对未反馈用户执行了何种替代性程序（如有），说明核查比例、核查证据及核查结论

1、已反馈用户和未反馈用户的具体情况

抽样用户真实性核查的整体逻辑：基于发行人所有的 C 端用户，利用随机抽样的原则确定需要核查的总体用户数量，并针对性采取电话核查和 APP 推送核查的程序，

其中，将总体用户数量的 1%样本划分为电话核查样本，剩余 99%的样本作为 APP 推送核查样本，具体划分标准为：区分不同产品——同一产品区分是否付费——相同付费模式区分不同市场——同一市场区分不同金额或数量，每一层级均随机抽取该层级总体用户数量的 1%（向下取整）的用户作为电话核查样本，99%作为 APP 推送核查样本。由于电话核查和 APP 推送核查仅有部分用户反馈，存在一定比例的用户未反馈，针对电话核查及 APP 推送核查的所有用户（包含已反馈用户和未反馈用户），保荐机构及申报会计师将其按用户 ID 去重后，对于扫描全能王、名片全能王和启信宝分别从注册时间、注册 IP 集中度、交易金额分布、第三方支付账号与用户 ID 关系、App Store 和 Google Play 支付方式订单分析、启动次数、启动时间分布及用户反馈异常等方面进行了核查。

C 端用户核查样本的确定原则为：区分不同产品——同一产品区分是否付费——相同付费模式区分不同市场——同一市场区分不同金额或数量，再按照上述原则对用户进行分层抽样，抽样数量结合每款 APP 的收入总额确定。报告期各期，分别基于前述原则对用户进行抽样，因此核查样本数为各期抽样用户数量之和，核查用户总数达到约 51 万个（在新增一期核查的情况下，由于 2022 年 7-12 月的抽样用户于 2020 年-2021 年可能会存在付费等用户行为，因此导致 2020 年-2021 年的数据发生变化）。报告期内，保荐机构进行了多次 C 端用户核查，各核查方案内容对应的核查数量为报告期内历次核查的数量之和。不同产品抽样情况如下：

				单位：个
产品	用户类型	版本	核查方案内容	核查数量
扫描全能王	付费用户	境内 Android 版	对报告期内各期订单金额排名前 10,000 名的用户，全部进行抽查，每期抽查数量 10,000 个；	67,749
			对报告期内各期订单金额排名第 10,001-100,000 的用户，进行随机抽查，随机抽查比例 20%，每期抽查数量 18,000 个；	117,804
			对报告期内各期订单金额排名第 100,001 以后的用户，进行随机抽查，每期抽查数量 10,000 个；	60,718
			对单月内购买了 2 次及以上月费 VIP 会员的用户及单年内购买了 2 次及以上年费 VIP 会员的用户进行抽查，每种情况每期抽查 1,000 个；	9,080
			对于报告期内，境内 Android 版、Appstore 版、境外 Google Play 版的平台中，购买 VIP 产品且在 30 天内无活跃行为的用户，随机抽取 14,000 个。	36,782
		App Store	报告期内，每个月随机抽取 500 个，500 个中月费和年费会员数量按照月付费和年付费金额的比例确定；	13,955

产品	用户类型	版本	核查方案内容	核查数量	
名片全能王			对于报告期内，境内 Android 版、Appstore 版、境外 Google Play 版的平台中，购买 VIP 产品且在 30 天内无活跃行为的用户，随机抽取 14,000 个。	41,488	
		Google Play	报告期内，每个月随机抽取 500 个，500 个中月费和年费会员数量按照月付费和年付费金额的比例确定；	10,800	
			对于报告期内，境内 Android 版、Appstore 版、境外 Google Play 版的平台中，购买 VIP 产品且在 30 天内无活跃行为的用户，随机抽取 14,000 个。	5,393	
	未付费用户	-	对注册用户数在 TOP1-10 的 IP，抽查数量为每个 IP 抽 5 个；	322	
			对注册用户数在 TOP11-50 的 IP，抽查数量为每个 IP 抽 1 个；	270	
			对注册用户数 TOP51 到单个 IP 注册用户数至少 20 个 IP 的，按照随机抽 20 个 IP，每个 IP 抽 2 个用户；	258	
			对应注册用户数 10-20 个的 IP，抽取 10 个 IP，每个抽 2 个用户；	133	
			对应注册用户数 10 个以内的 IP，抽取 10 个 IP 的全部 UID。	117	
	小计				364,869
	付费用户	境内 Android 版	对报告期内各期订单金额排名前 5,000 名的用户，全部进行抽查，每期抽查数量 5,000 个；	34,926	
			对报告期内各期订单金额排名第 5,000-50,000 的用户，进行随机抽查，每期抽查比例 20%，抽查数量 9,000 个；	41,811	
			对报告期内各期订单金额排名第 50,000 以后的用户，进行随机抽查，抽查数量 5,000 个；	10	
			对单月内购买了 2 次及以上月费 VIP 会员的用户及单年内购买了 2 次及以上年费 VIP 会员的用户进行抽查，每种情况各抽查 1,000 个；	1,188	
对报告期内各期购买 VIP 产品且在 30 天内无活跃行为的用户，全部抽取。			14,927		
App Store		报告期内，每个月随机抽取 200 个，200 个中月费和年费会员数量按照月付费和年付费金额的比例确定；	7,153		
		对购买 VIP 产品且在 30 天内无活跃行为的用户，全部抽取。	9,908		
Google Play		报告期内，每个月随机抽取 200 个，200 个中月费和年费会员数量按照月付费和年付费金额的比例确定；	6,859		
		对购买 VIP 产品且在 30 天内无活跃行为的用户，全部抽取。	2,213		
未付费用户		-	对注册用户数在 TOP1-10 的 IP，抽查数量为每个 IP 抽 5 个；	322	
			对注册用户数在 TOP11-50 的 IP，抽查数量为每个 IP 抽 1 个；	252	
			对注册用户数 TOP51 到单个 IP 注册用户数至少 20	249	

产品	用户类型	版本	核查方案内容	核查数量
			个 IP 的，按照随机抽 20 个 IP， 每个 IP 抽 2 个用户；	
			对应注册用户数 10-20 个的 IP，抽取 10 个 IP， 每个抽 2 个用户；	127
			对应注册用户数 10 个以内的 IP，抽取 10 个 IP 的全部 UID。	87
小计				120,032
启信宝	付费用户	境内 Android 版	对报告期内各期订单金额排名前 50 名的用户，全部进行抽查，每期的抽查数量 50 个；	367
			对报告期内各期订单金额排名第 51-500 的用户，进行随机抽查，抽查比例 20%，每期的抽查数量 90 个；	682
			对报告期内各期订单金额排名 501 以后的用户，进行随机抽查，每期的抽查数量 20 个；	142
			对单月内购买了 2 次及以上月费 VIP 会员的用户及单年内购买了 2 次及以上年费 VIP 会员的用户进行抽查，每种情况各抽查 10 个；	203
			对购买 VIP 产品且在 30 天内无活跃行为的用户，全部抽取。	18,458
	未付费用户	-	对注册用户数在 TOP1-10 的 IP，抽查数量为每个 IP 抽 5 个；	350
			对注册用户数在 TOP11-50 的 IP，抽查数量为每个 IP 抽 1 个；	280
			对注册用户数 TOP51 到单个 IP 注册用户数至少 20 个 IP 的，按照随机抽 20 个 IP， 每个 IP 抽 2 个用户；	280
			对应注册用户数 10-20 个的 IP，抽取 10 个 IP， 每个抽 2 个用户；	140
			对应注册用户数 10 个以内的 IP，抽取 10 个 IP 的全部 UID。	96
小计				20,998
“找到”	付费用户	境内 Android 版	对订单金额排名前 10 名的客户，全部进行核查，核查数量 10 个；	10
			对订单金额排名 10 名以外的客户，进行随机抽查，核查数量 10 个；	10
			对单月内购买了 2 次及以上月费 VIP 会员的用户及单年内购买了 2 次及以上年费 VIP 会员的用户进行抽查，每种情况各抽查 5 个；	10
			对购买 VIP 产品且在 VIP 有效期内无活跃行为的用户，抽查 5 个。	5
	未付费用户	-	对注册用户数在 TOP1-10 的 IP，抽查数量为每个 IP 抽 5 个；	50
			对注册用户数在 TOP11-50 的 IP，抽查数量为每个 IP 抽 1 个；	40
			TOP 51 IP 到用户数 100 个的按照随机抽 20 个 IP，每个 IP 抽 2 个用户；	40
			用户数 10-20 抽 10 个 IP，每个抽 2 个用户；	20

产品	用户类型	版本	核查方案内容	核查数量
			用户数 10 以内，抽 10 个 IP 的全部 UID。	20
小计				205
合计				506, 104

(1) 电话核查

对于电话核查，由中介机构拨打电话或中介机构监督发行人客服拨打电话并全程录音，对用户是否购买会员、购买日期及时长、APP 功能了解程度等多个方面进行提问。遇到个别用户电话无法接通、无人接听的，对第一次拨打未接听的，3-5 天后再进行拨打，若仍未接听，不再重复拨打。针对不同产品的不同用户，如境内外用户，付费与免费用户，中介机构分别设置了问卷内容，各产品问卷内容基本一致，且电话核查问卷内容与 APP 推送核查问卷内容保持一致，以扫描全能王高级用户访谈问卷为例，问卷具体内容如下：

序号	问卷具体内容
1	请问您是本人参与该项调查、并填写该问卷吗？
2	请问您是本人注册并使用扫描全能王账户吗？
3	请问您是扫描全能王的高级用户吗？
4	请问您是本人购买（非代替他人购买）扫描全能王高级账户吗？
5	请问您首次购买扫描全能王高级账户的时间是？
6	请问您首次购买扫描全能王高级账户时支付的金额是？
7	您是否曾经短时间内多次购买（比如 1 个月内购买 2 次及以上的月会员，或者 1 年内购买 2 次及以上的年会员）扫描全能王的高级账户？
8	您短期内多次购买的原因是什么？
9	请问您是直接在扫描全能王 APP 上付款吗？
10	请问您的付款方式是？
11	请问您是否曾支付费用给扫描全能王指定的第三方机构？（比如客服联系您，要求您向某个银行账号付款）
12	请问您最近使用扫描全能王的频率是？
13	请问您通常在什么场合使用扫描全能王？
14	请问扫描全能王如何为您提供客服支持（如功能答疑、订单取消退款）？
15	售后服务有额外收费的情况吗？
16	您是否购买过扫描全能王的其他付费服务？
17	您购买过扫描全能王的哪些其他付费服务？
18	请问购买原因是？
19	请问您是否与扫描全能王存在：持股关系、与董事、监事、高管亲属的关联关系？
20	请问您与扫描全能王是否存在除购买产品以外的业务资金交易？
21	请问您是否与扫描全能王发生过法律层面纠纷或严重争议呢？

22	请问您对扫描全能王的哪个功能最满意？
23	请问您对扫描全能王的整体评价如何？
24	请问您未来是否会继续使用扫描全能王呢？
25	请问您是否有其他补充事项？

报告期内，保荐机构及申报会计师对发行人的主要 C 端产品用户进行了电话核查，境内外累计已反馈用户为 798 个，未反馈用户为 4,168 个，反馈比例为 16.07%。其中，扫描全能王、名片全能王、启信宝的境内外累计反馈比例分别为 18.09%、12.48%和 10.16%，具体情况如下：

单位：个、%

产品	境内			境外			合计		
	已反馈	未反馈	反馈比例	已反馈	未反馈	反馈比例	已反馈	未反馈	反馈比例
扫描全能王	612	2,552	19.34	1	223	0.45	613	2,775	18.09
名片全能王	133	825	13.88	-	108	-	133	933	12.48
启信宝	52	460	10.16	-	-	-	52	460	10.16
合计	797	3,837	17.20	1	331	0.30	798	4,168	16.07

针对电话核查的手段，经检索公开案例，案例公司的业务情况与发行人类似，均以 C 端业务为主。其中，蜂助手主要向 C 端用户销售数字化虚拟商品综合运营服务的通用流量、视频会员及其他虚拟商品；戎美股份主要向 C 端用户销售上衣、外套、裤类等，具体情况如下：

单位：万元、%

公司简称	主要 C 端产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		C 端收入	占比	C 端收入	占比	C 端收入	占比
蜂助手 (301382.SZ)	通用流量、视频会员、其他虚拟商品	60,953.99	69.38	42,403.39	59.31	22,467.00	44.54
戎美股份 (301088.SZ)	上衣、外套、裤类、裙类、皮草	88,195.33	92.95	80,122.97	91.85	78,558.79	92.27
平均值		74,574.66	81.17	61,263.18	75.58	50,512.90	68.41
发行人	扫描全能王、名片全能王、启信宝	73,004.09	73.86	58,524.22	72.63	42,349.50	73.24

数据来源：案例公司招股说明书，问询函回复、年度报告

对于核查比例及反馈比例，案例公司的平均核查比例为 **0.23%**，反馈比例为 **20.16%**，保荐机构及申报会计师对发行人电话核查比例为 **0.0005%**，主要系发行人的用户数量远高于案例公司，反馈比例为 **16.07%**，略低于案例公司平均水平，远高于蜂助手，具体情况如下：

公司简称	核查人数① (个)	反馈人数② (个)	总用户数③ (万人)	核查比例 ①/③	反馈比例 ②/①
蜂助手 (301382.SZ)	4,910	191	2,601	0.02%	3.89%
戎美股份 (301088.SZ)	6,675	2,431	150	0.44%	36.42%
平均值	5,793	1,311	1,376	0.23%	20.16%
发行人	4,966	798	107,556.83	0.0005%	16.07%

数据来源：案例公司招股说明书，问询函回复

(2) APP 推送核查

对于 APP 推送核查，中介机构通过第三方专业问卷调查平台“问卷星”制作了中、英文版调查问卷（境外用户也可打开问卷星链接），问卷内容与电话核查保持一致。在按照分层抽样中每层样本的 99% 选定用户后，通过扫描全能王（境内、境外版）、名片全能王（境内、境外版）、启信宝 APP 进行内部消息推送。用户打开消息框，点击链接跳转至问卷星平台填写。

报告期内，保荐机构及申报会计师对发行人的 C 端产品用户进行 APP 推送核查，累计已反馈用户为 **707** 个，未反馈用户为 **500,226** 个，反馈比例为 **0.14%**。其中，扫描全能王、名片全能王和启信宝的累计反馈比例分别为 **0.15%**、**0.14%** 和 **0.02%**，具体情况如下：

单位：个、%

产品	已反馈	未反馈	反馈比例
扫描全能王	532	360,949	0.15
名片全能王	171	118,795	0.14
启信宝	4	20,482	0.02
合计	707	500,226	0.14

针对 APP 推送的核查手段，暂无可比的市场案例，发行人具体情况如下：

单位：万人

核查人数①	反馈人数②	总用户数③	核查比例①/③	反馈比例②/①
50.09	0.07	107,556.83	0.05%	0.14%

经核查，发行人 C 端核查用户已反馈用户均为真实用户，不存在虚假用户。

针对所有已核查用户（包含已反馈用户和未反馈用户），为确保核查效果的真实、准确、完整，保荐机构及申报会计师执行了其他补充核查程序，包括注册时间、用户行为等方面核查。

2、电话核查及 APP 推送核查的用户是否存在注册时间异常、用户行为异常等情形

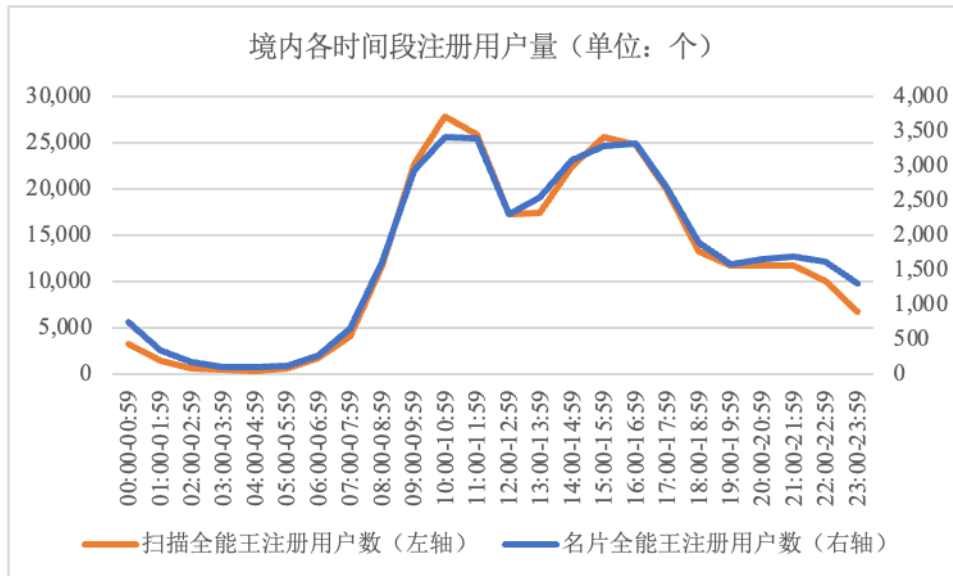
针对电话核查及 APP 推送核查的所有用户（包含已反馈用户和未反馈用户），保荐机构及申报会计师将其按用户 ID 去重后，对于扫描全能王、名片全能王和启信宝分别从注册时间、注册 IP 集中度、交易金额分布、第三方支付账号与用户 ID 关系、App Store 和 Google Play 支付方式订单分析、启动次数、启动时间分布及用户反馈异常等方面进行了核查。经核查，发行人不存在注册时间异常、用户行为异常的情形，具体核查内容如下：

（1）注册时间核查

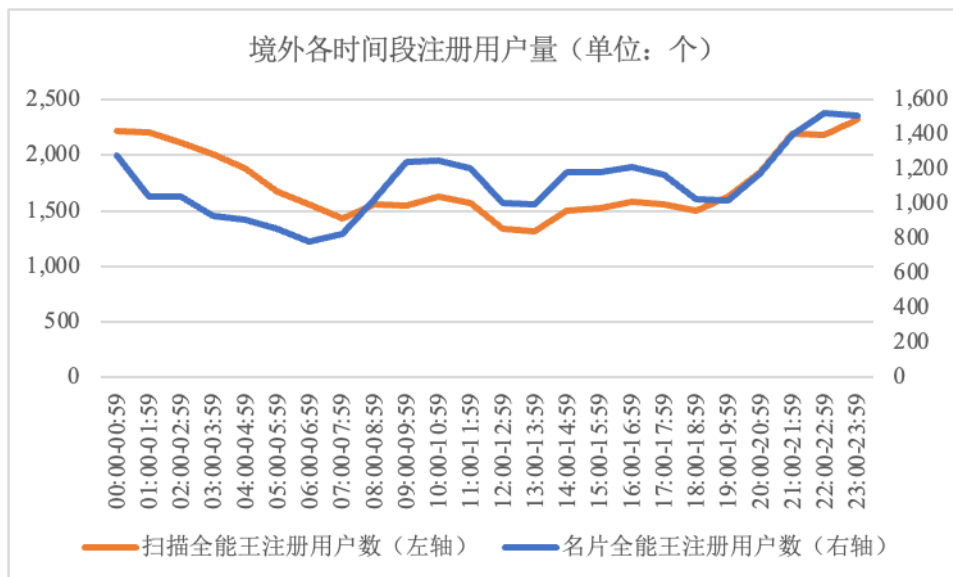
扫描全能王和名片全能王属于全球范围使用的商务办公应用，多在工作时间被使用，公司系统后台记录的用户注册时间为服务器时间（北京时间），与境外存在时差，因此分别对境内和境外的各时间段的注册用户数量进行分析。

1) 扫描全能王和名片全能王

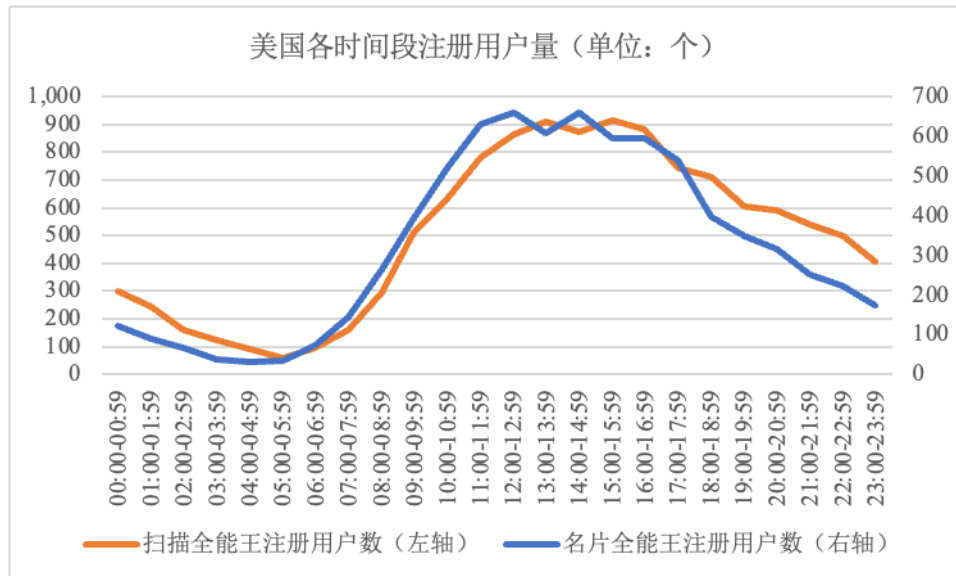
从境内来看，已核查的扫描全能王和名片全能王境内用户注册时间段基本一致，其注册高峰时段为 09:00-11:59 以及 14:00-16:59，低谷时段为 01:00-06:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，如下图所示：



对于已核查的境外用户，扫描全能王和名片全能王境外用户注册时间段基本一致，但由于各国时差因素，注册时间高峰与低谷时段无明显特征，如下图所示：



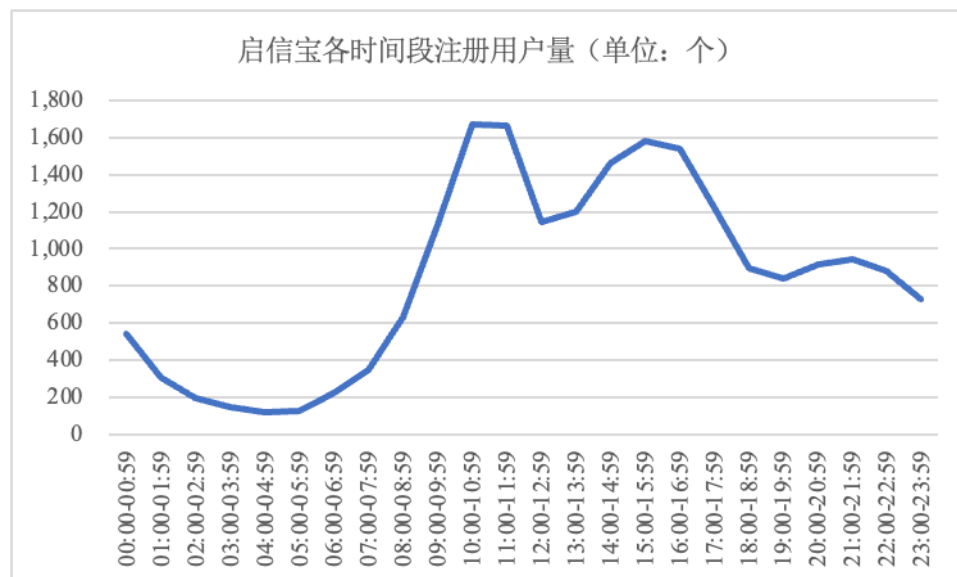
对于已核查的境外用户，由于扫描全能王和名片全能王均在美国的注册用户数量最多，通过进一步核查扫描全能王和名片全能王美国的注册用户，美国的注册高峰时段为当地时间的 11:00-16:59，低谷时段为当地 01:00-06:59，均与当地日常商业活动的活跃时间段保持一致，具体情况如下：



注：横轴已将北京时间转换为美国当地时间（太平洋时间）

2) 启信宝

对于启信宝用户，从已核查用户注册时间段来看，其注册高峰时段为 10:00-11:59 及 14:00-16:59，低谷时段为 01:00-07:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，如下图所示：



(2) 注册 IP 集中度核查

报告期内，扫描全能王已核查用户注册 IP 集中度（单一 IP 地址内的注册用户数

量)分别为 1.13 个、1.13 个和 1.13 个,名片全能王已核查用户注册 IP 集中度分别为 1.09 个、1.09 个和 1.09 个,启信宝已核查用户注册 IP 集中度分别为 1.05 个、1.06 个和 1.06 个。扫描全能王、名片全能王和启信宝单一 IP 内已核查注册用户数均为 1 个左右,不存在用户注册 IP 集中的问题,具体情况如下:

单位:万人、万个

C 端产品	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	注册用户数	IP 数	集中度(个)	注册用户数	IP 数	集中度(个)	注册用户数	IP 数	集中度(个)
扫描全能王	33.08	29.29	1.13	30.96	27.42	1.13	24.11	21.38	1.13
名片全能王	6.16	5.67	1.09	5.70	5.24	1.09	5.06	4.66	1.09
启信宝	2.04	1.92	1.06	1.86	1.76	1.06	1.55	1.48	1.05

注 1:集中度=注册用户数(万人)/IP 数(万个),已剔除注册 IP 为空的情况。其中,注册用户数为已核查用户截至报告期各期注册的去重后数量,IP 数为已核查用户截至报告期各期注册的去重后 IP 数量;

注 2:首轮问询回复中,用户真实性核查中的各期付费用户数和非付费用户数之和,与本处各期注册用户数存在差异,主要原因为:首轮问询回复中,报告期各期,付费用户数为当期支付的用户数,非付费用户数为当期注册的用户数;此处注册 IP 集中度分析涉及的注册用户数,为截至报告期各期末的累计注册用户数。

尽管整体已核查用户的注册 IP 集中度较低,为确认是否存在单一 IP 注册用户数较高的情况,对已核查用户的前 100 大 IP 注册进行核查。报告期内,扫描全能王、名片全能王和启信宝的前 100 大注册 IP 集中度分别在 17 个,14 个和 6 个以内,具体情况如下:

单位:个

C 端产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	TOP100IP 注册用户数	集中度	TOP100IP 注册用户数	集中度	TOP100IP 注册用户数	集中度
扫描全能王	1,665	16.65	1,583	15.83	1,453	14.53
名片全能王	1,364	13.64	1,333	13.33	1,281	12.81
启信宝	505	5.05	453	4.53	345	3.45

其中,扫描全能王 TOP100 IP 注册集中度较高主要系:①注册用户数前 100 大 IP 中大多数是各地移动数据上网的公共出口,该等公共出口主要指用户使用的移动基站,或者是移动的公共 WIFI(如 ChinaNet),报告期各期,该情况已核查用户占前

100 大 IP 总用户数的比重分别为 **79.08%、70.63%和 63.90%**；②用户访问公众号并使用其功能时，会自动跳转到小程序，若未进行过注册，则默认注册的 IP 为公众号 IP。由于公众号渠道请求发起方为微信服务器，因此获取的 IP 为腾讯云 IP，从而导致用户的 IP 出现集中的情况，报告期各期，该情况已核查用户占前 100 大 IP 总用户数比重分别为 **0.00%、7.58%和 10.33%**；③报告期各期存在较多用户属于同一公司，因使用公司 WIFI 导致 IP 地址相同，报告期各期，该情况已核查用户占前 100 大 IP 比重分别为 **13.56%、11.81%和 11.95%**。剔除上述影响后，报告期各期，扫描全能王 TOP100 IP 注册集中度分别为 **1.07 个、1.58 个和 2.30 个**，不存在显著异常情形。

名片全能王 TOP100 IP 注册集中度较高主要系：①注册用户数前 100 大 IP 中大多数是各地移动数据上网的公共出口，报告期各期，该情况已核查用户占前 100 大 IP 总用户数比重分别为 **63.54%、59.94%和 59.38%**；②报告期各期存在大量集中注册在杭州阿里服务器的用户，经确认为公司春节发红包活动自动注册的用户。员工可以给自己名片夹中的名片发送打车红包券，名片夹对应的手机或邮箱会收到活动短信，未注册用户点击短信，手机红包便会进行注册和发放权益，因公司业务服务器为阿里服务器，所以获取的 IP 为杭州阿里服务器。报告期各期，该情况已核查用户占前 100 大 IP 总用户数比重分别为 **24.82%、23.86%和 23.31%**；③报告期各期存在较多用户属于同一公司，因使用公司 WIFI 导致 IP 地址相同，报告期各期，该情况已核查用户占前 100 大 IP 总用户数比重分别为 **5.85%、5.63%和 5.50%**。剔除上述影响后，报告期各期，名片全能王 TOP100 IP 注册集中度分别为 **0.74 个、1.41 个和 1.61 个**，不存在显著异常情形。

启信宝 TOP100 IP 注册集中度较高主要系：①注册用户数前 100 大 IP 中大多数是各地移动数据上网的公共出口，报告期各期，该情况已核查用户占前 100 大 IP 总用户数比重分别为 **59.71%、39.29%和 29.90%**；②报告期各期存在较多用户属于同一公司，因使用公司 WIFI 导致 IP 地址相同，报告期各期，该情况已核查用户占前 100 大 IP 总用户数比重分别为 **18.84%、24.72%和 24.36%**。剔除上述影响后，报告期各期，启信宝 TOP100 IP 注册集中度分别为 **0.74 个、1.63 个和 2.31 个**，不存在显著异常情形。

从交易金额来看，已核查的扫描全能王各期注册用户数前 100 大的 IP 交易金额占已核查交易总金额比重分别为 **0.63%、0.46%和 0.42%**，占比较低且不断下降。已核查的名片全能王各期注册用户数前 100 大的 IP 交易金额占已核查交易总金额比重分别为

1.95%、1.77%和 1.73%，占比较低且不断下降。已核查的启信宝各期注册用户数前 100 大的 IP 交易金额占已核查交易总金额比重分别为 1.46%、1.28%和 1.10%，占比较低且整体呈下降趋势。具体情况如下：

单位：万元，%

C 端产品	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	Top100 IP 交易金额	已核查交易总金额	占比	Top100 IP 交易金额	已核查交易总金额	占比	Top100 IP 交易金额	已核查交易总金额	占比
扫描全能王	20.47	4,872.23	0.42	23.24	5,022.96	0.46	20.13	3,213.06	0.63
名片全能王	23.95	1,387.67	1.73	25.13	1,419.44	1.77	22.12	1,136.47	1.95
启信宝	5.61	510.38	1.10	7.15	557.36	1.28	4.74	323.42	1.46

综上，已核查的 C 端用户样本的注册 IP 集中度和 TOP100IP 金额集中度无明显异常，具备真实性。

（3）交易金额分布核查

报告期内，针对扫描全能王、名片全能王和启信宝已核查用户的交易金额分布情况进行了核查。

以扫描全能王为例，报告期内，已核查的扫描全能王用户境内交易地区主要分布在华东地区、华南地区、华北地区和西南地区，各期交易金额合计分别为 2,085.36 万元、3,084.61 万元和 3,015.50 万元，占同期境内外交易总金额比重分别为 64.90%、61.41%和 61.89%；境外交易地区主要分布在北美洲和亚洲，各期交易金额合计分别为 292.69 万元、543.09 万元和 486.72 万元，占同期境内外交易总金额比重分别为 9.11%、10.81%和 9.99%，具体情况如下：

单位：万元，%

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内（不含港澳台）						
华东地区	1,210.82	24.85	1,214.49	24.18	807.50	25.13
华南地区	662.37	13.59	686.56	13.67	459.26	14.29
华北地区	606.52	12.45	633.10	12.60	440.78	13.72
西南地区	535.79	11.00	550.46	10.96	377.82	11.76

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华中地区	371.78	7.63	392.71	7.82	257.85	8.03
西北地区	320.04	6.57	327.22	6.51	219.39	6.83
东北地区	157.82	3.24	161.00	3.21	105.57	3.29
其他	252.84	5.19	221.78	4.42	76.27	2.37
小计	4,117.98	84.52	4,187.32	83.36	2,744.44	85.42
境外（含港澳台）						
北美洲	318.46	6.54	362.02	7.21	185.87	5.78
亚洲	168.26	3.45	181.07	3.60	106.82	3.32
欧洲	106.99	2.20	119.48	2.38	71.83	2.24
南美洲	85.63	1.76	91.80	1.83	55.69	1.73
大洋洲	26.24	0.54	30.51	0.61	16.08	0.50
港澳台	26.75	0.55	28.47	0.57	18.76	0.58
非洲	21.58	0.44	22.04	0.44	13.39	0.42
其他	0.35	0.01	0.25	0.00	0.19	0.01
小计	754.24	15.48	835.64	16.64	468.62	14.58
合计	4,872.23	100.00	5,022.96	100.00	3,213.06	100.00

注：境内外地区按交易 IP 所在地区归集；公司使用用户交易时的 IP 地址与从第三方购买的 IP 库匹配地区，未匹配到的地区列入“其他”。

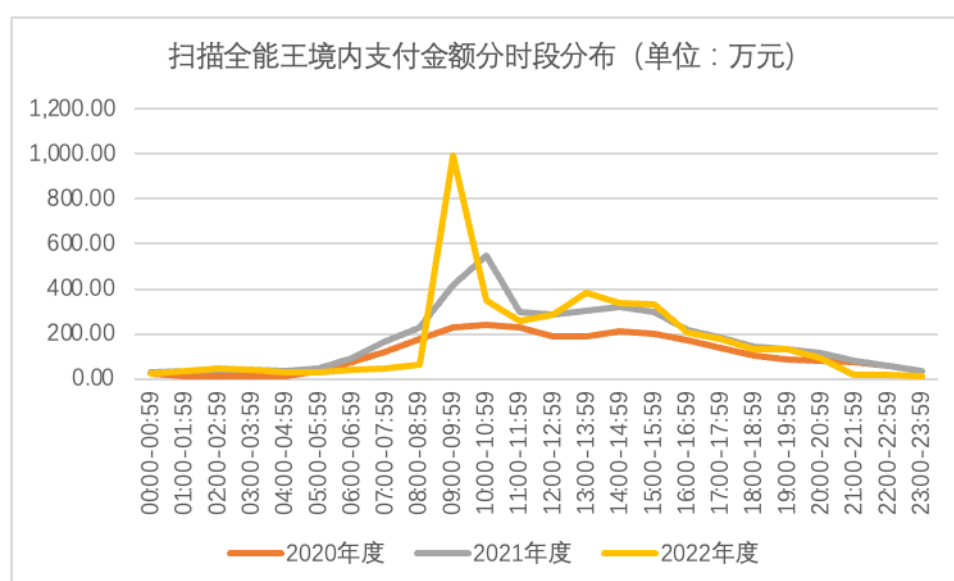
从交易季度分布来看，已核查的扫描全能王境内外用户在第四季度交易金额占比较高，主要系：受国内双十一、双十二和国外圣诞节、黑色星期五等节日影响，用户在第四季度付费意愿较高，且报告期内的付费用户数及平均付费金额整体处于上升趋势，因而分季度来看，第四季度交易金额占比较高。2020-2022 年度，已核查的扫描全能王用户境内外第四季度交易金额合计分别为 1,355.78 万元、1,506.19 万元和 1,438.93 万元，占同期交易总金额比重分别为 42.20%、29.99%和 29.53%，具体情况如下：

单位：万元，%

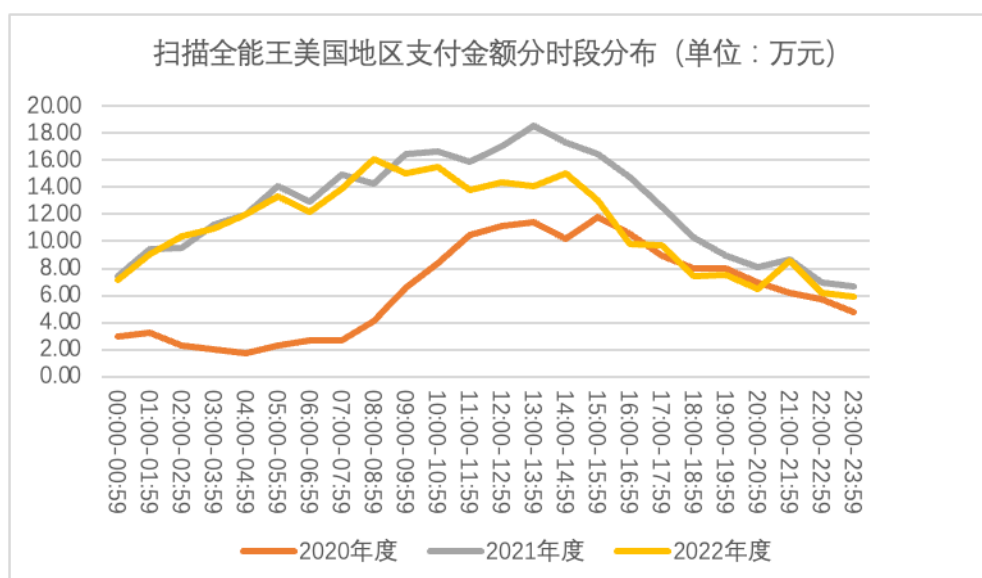
季度	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	1,122.67	23.04	1,328.54	26.45	601.30	18.71
第二季度	1,149.19	23.59	1,118.38	22.27	599.34	18.65

季度	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三季度	1,161.43	23.84	1,069.84	21.30	656.65	20.44
第四季度	1,438.93	29.53	1,506.19	29.99	1,355.78	42.20
合计	4,872.23	100.00	5,022.96	100.00	3,213.06	100.00

从交易时间段分布来看，已核查的扫描全能王用户在境内支付的高峰时段为 8:00-11:59 以及 14:00-15:59，低谷时段为 22:00-次日 05:59。2021 年度和 2022 年度，已核查的扫描全能王用户在境内 9:00-10:00 支付较为集中，主要系：2021 年第四季度，公司上线了首期试用产品，在 7 天试用后，公司后台进行集中扣费，扣费时间为 9 点开始，因此导致 2021 年度和 2022 年度的 9-10 点交易金额较为集中。除此之外，已核查的扫描全能王用户在境内支付时间段与日常商业活动的活跃时间段一致，无明显异常。



从境外来看，因公司系统后台记录的交易时间为服务器时间（北京时间），且各国时差不同，因而用户在境外交易时间无明显时段分布。但从国家来看，已核查的扫描全能王境外用户主要在美国交易，报告期各期交易金额分别为 153.26 万元、301.09 万元和 267.36 万元，占各期境外交易总金额比重分别为 32.77%、36.13%和 35.95%。已核查的扫描全能王用户在美国支付的高峰时段为当地 12:00-15:59，低谷时段为当地 02:00-07:59，与当地日常商业活动的活跃时间段一致，无明显异常。



注：横轴已将北京时间转换为美国当地时间（太平洋时间）

（4）第三方支付账号与用户 ID 关系核查

对于 App Store 和 Google Play，App Store 交易账单是每月按销售商品名称和国家/地区汇总的总数量及金额，无单笔订单明细信息，即无支付账号信息；Google Play 账单有单笔订单明细信息，但账单中订单号与公司的业务后台订单号存在格式的差别、账单中无支付账号信息。因此，App Store 和 Google Play 订单中的用户无法与账单进行逐一匹配。

对于 App Store 和 Google Play 以外的支付渠道，微信和支付宝可以将其记录的商户订单号与公司订单系统记录的商户订单号进行一一匹配，银联可以将其记录的订单号与公司订单系统记录的订单号进行一一匹配，百度钱包可以将其记录的第三方订单号与公司订单系统记录的第三方订单号进行一一匹配，从而匹配支付账号信息，且上述第三方支付账号主要用于境内支付。基于此，保荐机构及申报会计师主要对 App Store 和 Google Play 以外的支付渠道的第三方支付账号与用户 ID 关系核查。

以已核查的扫描全能王用户为例，保荐机构及申报会计师汇总了报告期内的支付金额并进行了分层处理（100 元以下，100-300 元，300-500 元，500-1,000 元，1,000 元以上），具体结果如下：

交易年份	金额分层	支付账号数量 (个)	支付总金额 (万元)	支付 总金额占比	平均每账号金 额(元)
2020 年度	100 元以下	34,482	143.34	5.73%	41.57

交易年份	金额分层	支付账号数量 (个)	支付总金额 (万元)	支付 总金额占比	平均每账号金 额(元)
	100-300 元	103,617	2,125.61	84.94%	205.14
	300-500 元	6,960	219.31	8.76%	315.10
	500-1,000 元	157	8.91	0.36%	567.76
	1,000 元及以上	34	5.41	0.22%	1,591.58
	合计	145,250	2,502.59	100.00%	172.30
2021 年度	100 元以下	59,013	371.64	9.97%	62.98
	100-300 元	126,824	2,869.01	76.98%	226.22
	300-500 元	14,396	457.13	12.27%	317.54
	500-1,000 元	311	17.78	0.48%	571.76
	1,000 元及以上	47	11.50	0.31%	2,445.92
	合计	200,591	3,727.06	100.00%	185.80
2022 年度	100 元以下	51,766	434.16	12.22%	83.87
	100-300 元	101,919	2,507.48	70.60%	246.03
	300-500 元	18,750	584.44	16.45%	311.70
	500-1,000 元	319	18.41	0.52%	577.11
	1,000 元及以上	37	7.33	0.21%	1,981.80
	合计	172,791	3,551.81	100.00%	205.56

注：金额分层指按支付账号对用户 ID 归集的总金额进行分层，支付总金额为各支付账号在当年累计支付金额。

由上表可知，付费金额较大的支付账号占比极低，其中 500-1,000 元的支付账号购买的主要是一次性购买多个年费会员（258 元），1,000 元及以上的支付账号购买的主要是一次性购买多个团队版 VIP（1,200 元）或者消耗类产品（点券、传真页数等以消耗数量计价的产品），平均支付金额与扫描全能王的商品价格基本相符。2021 年度，1,000 元及以上所在层级的平均每账号支付金额为 2,445.92 元，较 2020 年度增幅较大，主要系订单金额最高的支付账号为用户购买账号后对外转售（以下简称“转售账号”），导致整体平均值偏高，剔除该账户影响后该层级平均值为 2,037.74 元，相比剔除前的平均值，与 2020 年的差异显著缩小。目前公司通过新增技术手段对转售账号行为进行监测，当单支付账号购买次数超过设定的监测值，如单日支付满 5 单/单周满 10 单/单年满 30 单等，则进行熔断提醒，当触发二次熔断时会对账号进行永久封禁。2022 年度，各层级的支付金额及占比无明显异常。

同时，通过统计已核查的扫描全能王用户报告期各期使用 1 个支付账号为 2 个及以上用户 ID 进行支付的账号数量，具体结果如下：

单位：个

年份	2 个	3 个	大于 3 个	合计支付金额 (万元)	占总金额比例
2022 年度	1,130	52	8	38.87	1.09%
2021 年度	739*	29	17	30.24	0.81%
2020 年度	366	8	7	13.77	0.55%

注：以表格中（*）数据为例，说明 2021 年度有 739 个支付账号分别各自为 2 个不同的用户 ID 进行了支付。

根据上表，1 个支付账号为 2 个用户 ID 付费的情况较多，且报告期各期 1 个支付账号为 2 个及以上用户 ID 进行支付的金额占总金额比重分别为 0.55%、0.81% 和 1.09%，占比较低。

对于 1 个支付账号为 2 个用户 ID 付费的情况，主要由于扫描全能王未注册状态也可以进行 VIP 的购买，非注册用户购买时订单的用户 ID 记录是设备编码，若用户后续进行了注册，则会生成一个 8-10 位数字的用户 ID，此时设备上的权益会全部继承至注册用户上，用户再次购买 VIP 时，订单的用户 ID 则记录其 8-10 位数字的用户 ID，因此会形成一个支付账号为 2 个用户 ID 支付的情况。若用户在未注册的情况下，更换设备并进行了购买，同样也会形成一个支付账号为 2 个用户 ID 支付的情形。

对于 1 个支付账号为 3 个及以上用户 ID 付费的情况，主要系客户存在的代付需求。部分客户在已经存在为自己的 1 个或 2 个 ID 付费的情况下，同时用自身账户为第三方（如家人、朋友等）购买扫描全能王 VIP，这样形成了 1 个支付账户为 3 个或以上用户 ID 付费的情况。

此外，通过在发行人系统后台提取以上全部用户的行为记录，该等用户均有使用记录。

综上，发行人第三方支付账号与用户 ID 关系不存在异常。

（5）App Store 和 Google Play 支付方式订单核查

针对支付方式为 App Store 和 Google Play 的订单（启信宝不含支付方式为 App Store 和 Google Play 的订单），保荐机构及申报会计师从订单金额、用户高额购买和

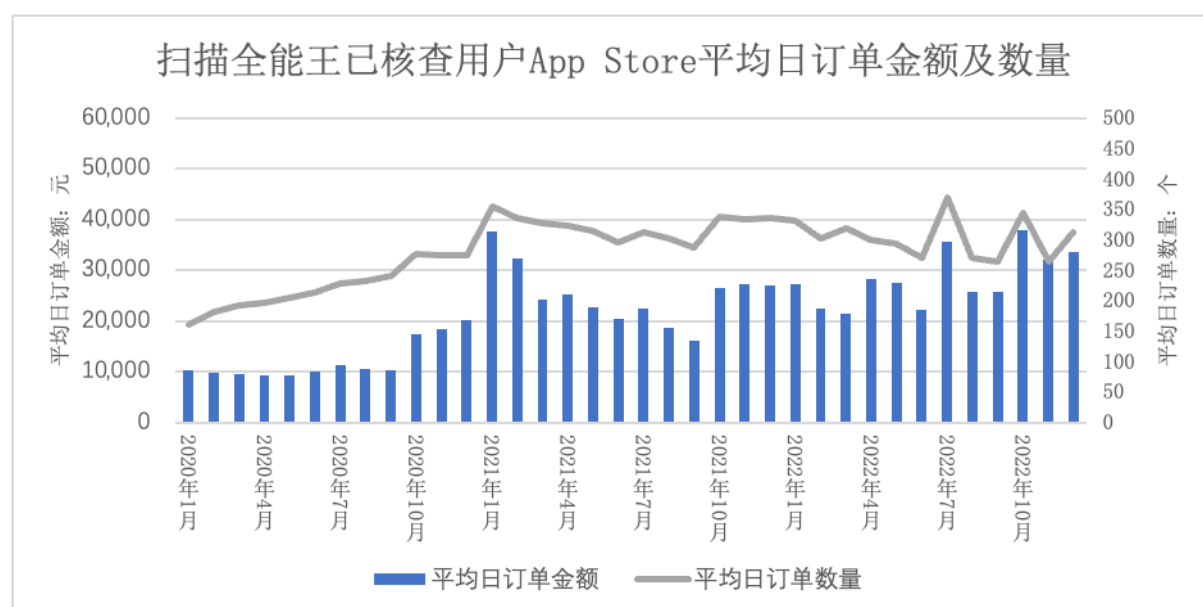
付费用户 IP 集中度三大维度进行了核查，以扫描全能王已核查用户为例，具体情况如下：

1) 订单金额核查

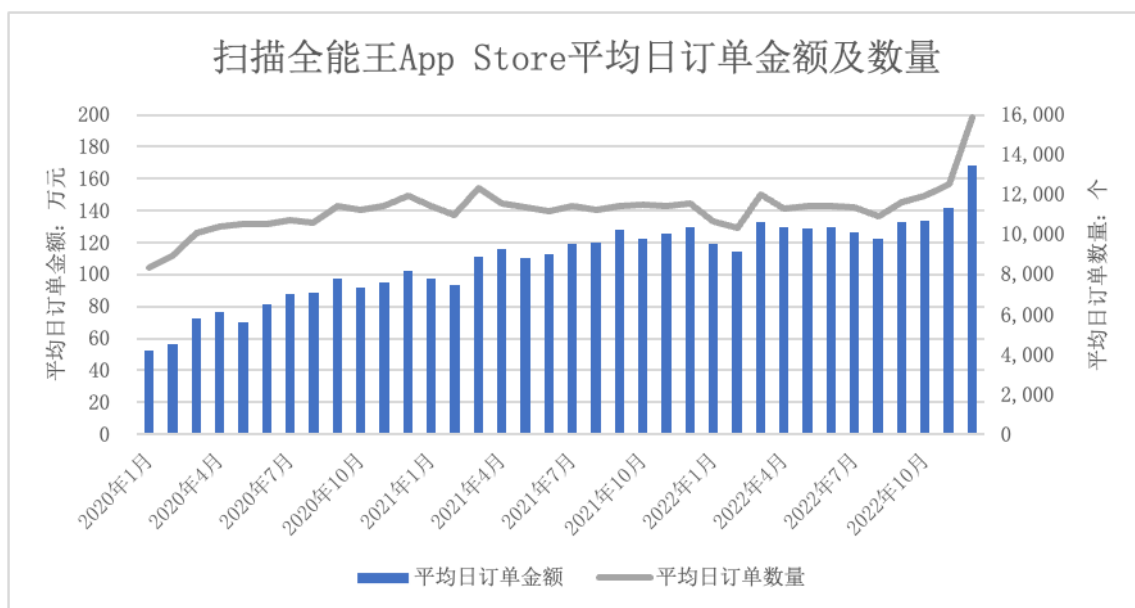
①扫描全能王已核查用户 App Store 订单

A. 平均日订单金额及数量分析

App Store 账单是由 Apple 公司按照其结算的账单期限汇总按月提供，账单期限是 35 天、28 天、28 天滚动，因此订单数量和金额存在波动。按照每月的账单天数对扫描全能王已核查用户的订单数据进行分拆计算，从而得出报告期内每月的平均日订单金额及数量，计算结果如下图所示：



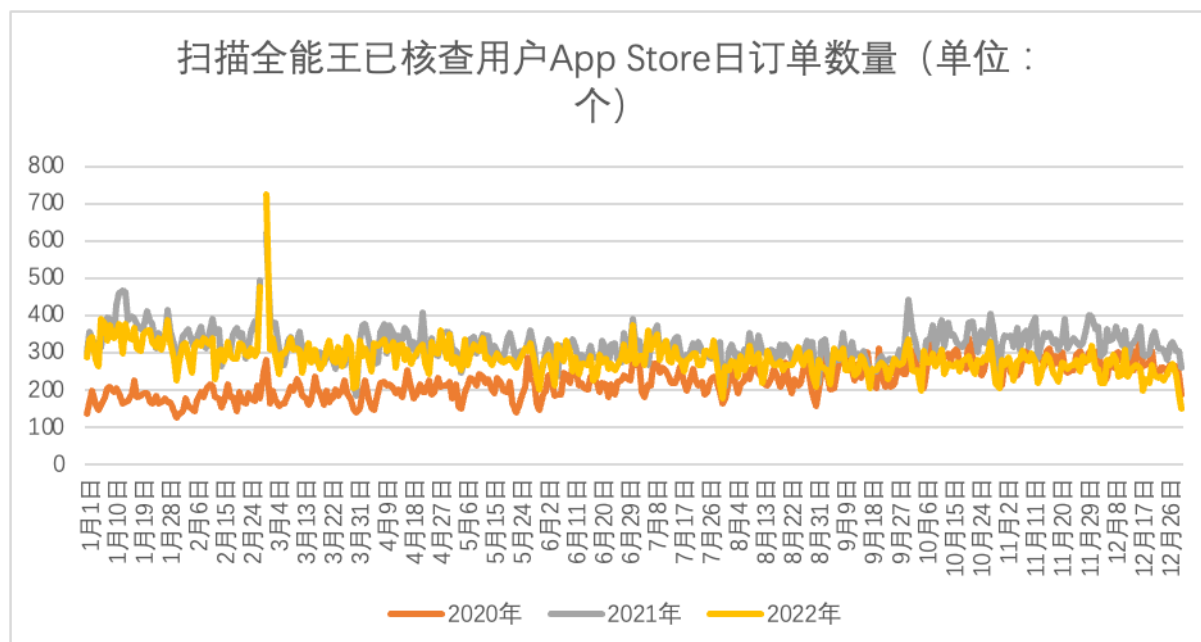
由上图可知，报告期内，扫描全能王已核查用户的订单数量在春节期间会有所下降，主要系用户办公需求降低。2021 年 1 月、2022 年 7 月和 2022 年 10 月，扫描全能王已核查用户的订单数量及金额较高，主要系抽样随机性影响，已核查用户在上述期间购买产品较多。对于扫描全能王全量付费用户，上述期间的 App Store 平均日订单金额及数量不存在显著偏高的情况，具体情况如下：



除上述情形以外，扫描全能王已核查用户报告期各月的 App Store 平均日订单金额及数量趋势变化合理，无明显异常。

B. 每日订单数量分析

报告期内，扫描全能王已核查用户的 App Store 支付方式的每日订单数量统计及分析结果如下：



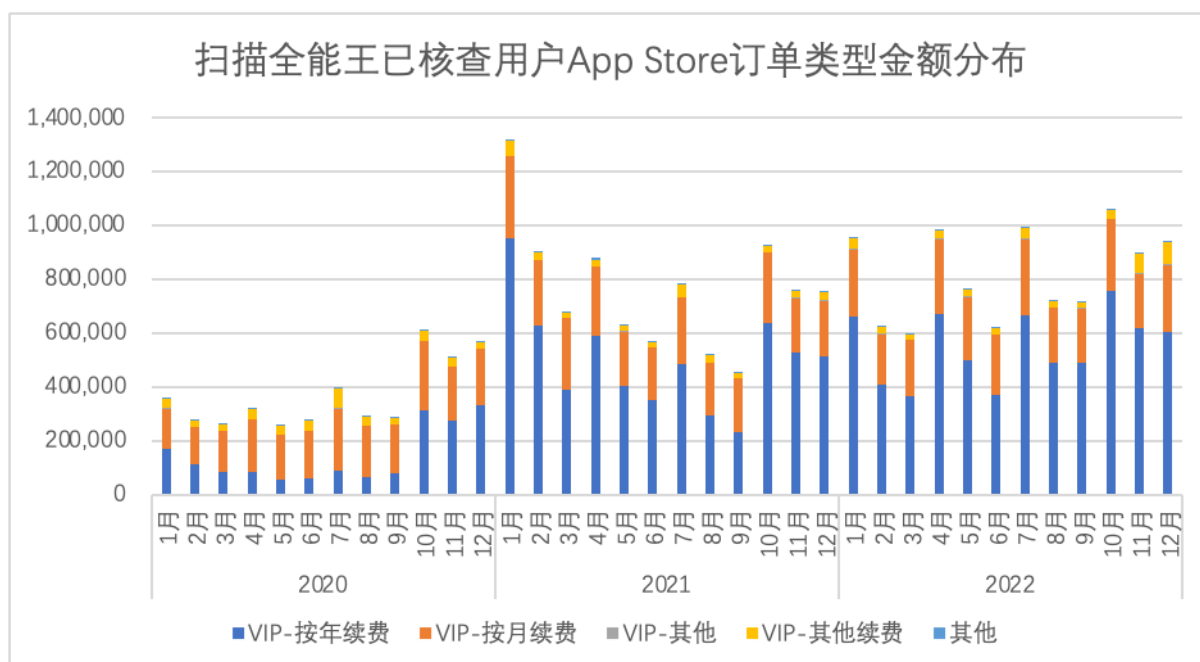
单位：个

统计维度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
总订单量	104,492	117,888	82,214
日均订单量	286	323	225
中位数	283	320	220
最大值	725	623	347
	3 月 1 日	3 月 1 日	12 月 17 日
最小值	150	185	128
	12 月 31 日	3 月 31 日	1 月 31 日

报告期各期，扫描全能王已核查用户的日订单数量最高值分别为 347 个、623 个和 725 个，2021 年度及 2022 年度均发生在 3 月 1 日，主要系扫描全能王当年 1 月 29-31 日订阅的订单无法在 2 月份（只有 28 天）进行续费，订单于 3 月 1 日进行续费。除此之外，报告期内，扫描全能王已核查用户的 App Store 每日订单数量合理，无明显异常。

C. 订单类型金额分布分析

报告期内，扫描全能王已核查用户 App Store 支付方式的订单类型金额分布如下图所示：



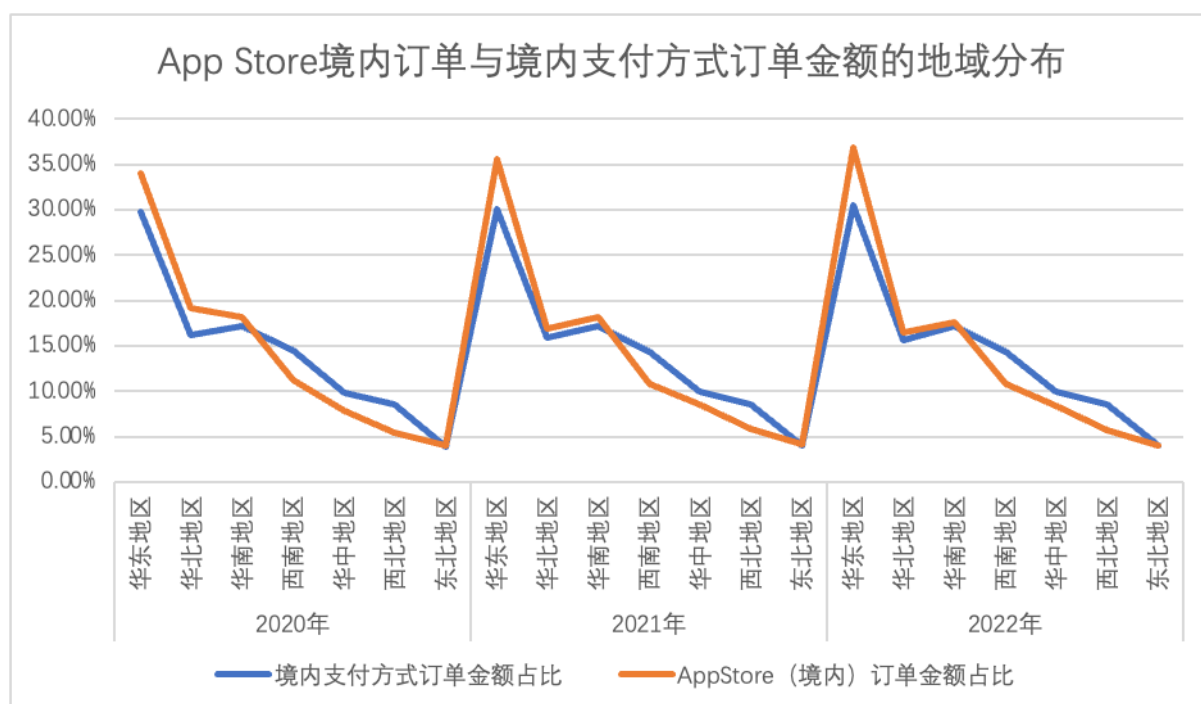
App Store 支付方式的订单主要为续费订单，2020 年度，扫描全能王已核查用户以按月续费的订单为主，主要系抽取已核查用户样本时的月费和年费会员数量按照月费和年费金额的比例确定。自 2019 年起，公司引导用户按年付费，并在年费商品上制定了较多运营策略，因此按年续费的订单呈现上升趋势。2021 年 1 月，按年续费订单金额较高，主要系抽样随机性影响，已核查用户在 2021 年 1 月购买年费产品的较多。除上述情形外，扫描全能王已核查用户 App Store 订单类型金额分布的整体趋势变化合理。

D.订单金额地域分布分析

报告期内，通过获取发行人系统后台记录的 App Store 支付方式的订单对应 IP 地址，匹配扫描全能王已核查用户订单所在地区的金额分布，App Store 境内订单金额的地域分布占比如下表所示：

地区 \ 年份	2022 年度	2021 年	2020 年
华东地区	36.82%	35.58%	34.02%
华北地区	16.43%	16.91%	19.17%
华南地区	17.61%	18.10%	18.16%
西南地区	10.82%	10.85%	11.29%
华中地区	8.44%	8.52%	7.86%
西北地区	5.78%	5.89%	5.48%
东北地区	4.09%	4.16%	4.02%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

扫描全能王已核查用户各年度 App Store 境内订单金额的地域分布与境内支付方式订单金额的地域分布趋势如下图所示：

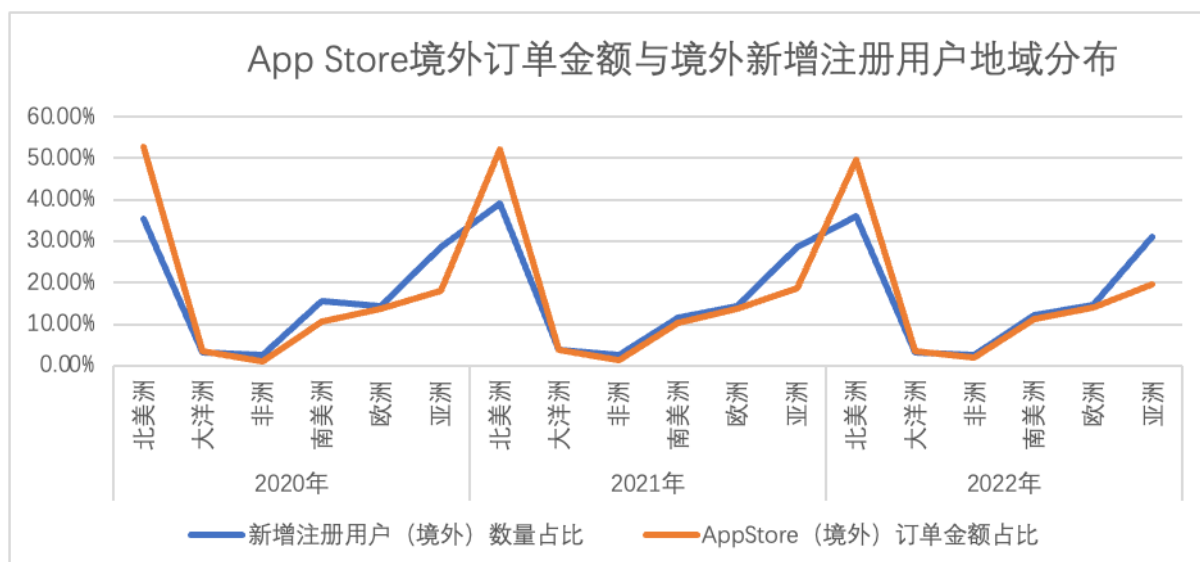


由上图可知，扫描全能王已核查用户各年度 App Store 境内订单金额的地域分布与境内支付方式订单金额的地域分布较为相似，各年度占比变化较小，比例分布合理。

报告期内，扫描全能王已核查用户 App Store 的境外订单金额地域分布占比如下表所示：

地区 \ 年份	2022 年度	2021 年	2020 年
北美洲	49.61%	52.10%	52.90%
大洋洲	3.44%	3.83%	3.57%
非洲	1.90%	1.51%	0.97%
南美洲	11.19%	10.23%	10.69%
欧洲	14.12%	13.61%	13.81%
亚洲	19.74%	18.72%	18.06%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

扫描全能王已核查用户各年度 App Store 境外订单金额的地域分布与境外新增注册用户地域分布趋势如下图所示：

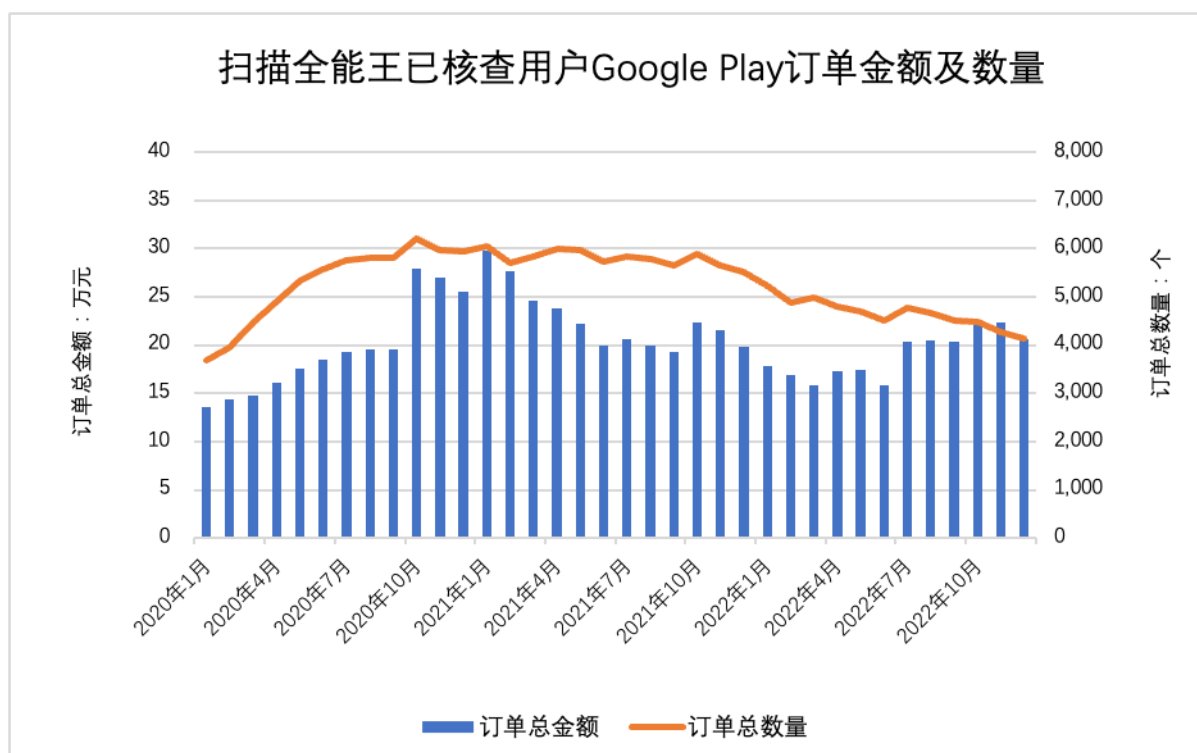


报告期内，扫描全能王已核查用户的 App Store 境外订单金额地域分布与境外新增注册用户地域分布占比有偏差，主要系境外新增注册用户量最大的印度地区付费率较低所致，同时北美洲的付费率较高，整体比例分布较为合理。

②扫描全能王已核查用户 Google Play 订单

A. 订单金额及数量分析

对于扫描全能王已核查用户的 Google Play 版本，由于仅境外能够使用，各国存在时差，因此无法进行工作日与非工作日的趋势分析。按月汇总的 Google Play 的订单数量和金额如下图所示：

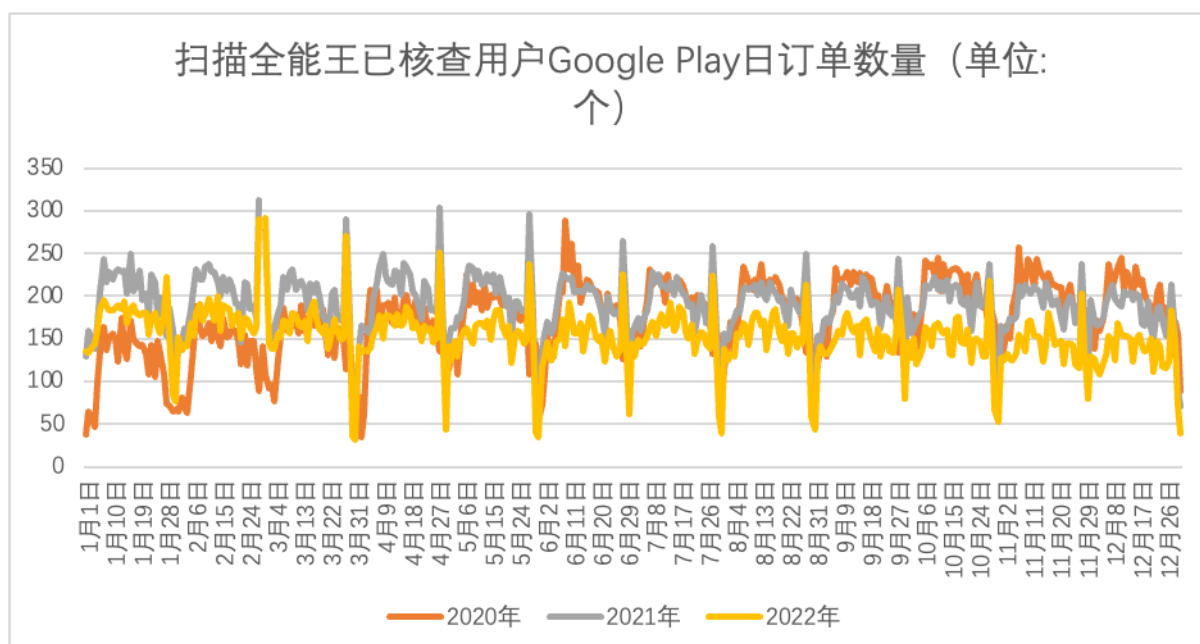


报告期内，扫描全能王已核查用户 Google Play 订单存在少量波动，其中，2021 年底开始持续下降，主要系根据产品运营调整，2021 年 12 月、2022 年 7-8 月以及 2022 年 11 月分别在 Google Play 部分发展中国家及地区下架了部分付费功能，由于发展中国家及地区的产品定价较低，因此整体订单金额影响较小，订单数量下降较为明显。

总体而言，报告期内扫描全能王已核查用户的 Google Play 订单金额及数量趋势变化合理。

B.每日订单数量分析

报告期内，扫描全能王已核查用户的 Google Play 每日订单数量的统计及分析结果如下图所示：



单位：个

统计维度	2022 年	2021 年	2020 年
总订单量	55,878	69,603	63,396
日均订单量	153	191	173
中位数	155	195	176
最大值	292	312	288
	3 月 1 日	2 月 28 日	6 月 9 日
最小值	32	36	34
	3 月 31 日	3 月 30 日	4 月 2 日

2022 年的日订单数量最高值为 292 个，发生在 3 月 1 日，主要系抽样随机性影响，全量用户日订单数量最高值发生在 2 月 28 日，相差仅一天。

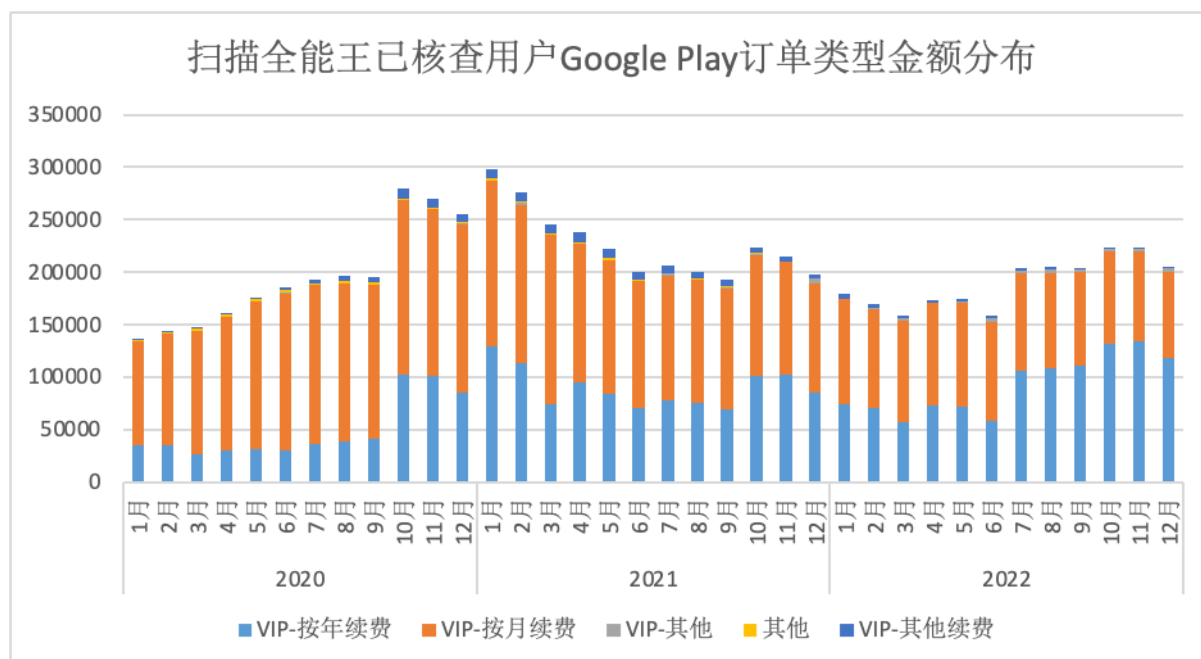
2021 年的日订单数量最高值为 312 个，发生在 2 月 28 日，主要系当年 1 月 28 日-1 月 31 日购买的订单于 2 月 28 日集中生成续费订单，与 App Store 存在差异。与此类似，其他年份 2 月底的订单数量也处于较高的水平。

2020 年订单数量最高值为 288 个，发生在 6 月 9 日，主要系：2020 年上半年居家办公等原因使得对扫描等需求的提升。

综上，报告期内，扫描全能王已核查用户的每日 Google Play 订单数量合理，无明显异常。

C. 订单类型金额分布分析

报告期内，扫描全能王已核查用户的 Google Play 订单类型如下图所示：



扫描全能王已核查用户的 Google Play 订单以按月续费订单为主，主要系抽取已核查用户样本时的月费和年费会员数量按照月费和年费金额的比例确定。此外，按年续费订单的占比逐渐增加，主要系 2019 年开始，扫描全能王通过首期优惠（首年订购价给予一定折扣，第二年及之后恢复原价）等拉新策略，促进更多的新用户转化为付费用户，金额及趋势变动合理。

D. 订单金额地域分布分析

由于 Google Play 渠道仅支持境外用户进行购买，通过获取发行人系统后台记录的扫描全能王已核查用户的 Google Play 订单对应 IP 地址，并对 Google Play 订单金额地域分布进行对比，结果如下表所示：

地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
北美洲	37.20%	36.61%	35.81%
大洋洲	2.44%	2.37%	2.47%
非洲	2.87%	2.60%	2.58%
南美洲	14.57%	15.32%	15.34%
欧洲	14.97%	15.61%	16.70%

地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
亚洲	27.94%	27.48%	27.10%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，扫描全能王已核查用户的 Google Play 订单金额地域分布与上文分析的 App Store 境外订单的地域的分布情况相似，无明显异常。

2) 用户高额购买核查

报告期内，汇总扫描全能王已核查用户 App Store 和 Google Play 支付方式订单各期付费金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额以及其占 App Store 和 Google Play 支付方式订单总金额的比例如下：

单位：万元

金额排名	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1-10	2.28	0.19%	2.34	0.20%	2.29	0.33%
11-100	9.45	0.79%	10.22	0.86%	7.51	1.10%
101-500	29.66	2.47%	27.52	2.30%	22.23	3.25%
501-1,000	28.24	2.35%	26.81	2.24%	21.50	3.14%
1,001-2,000	49.70	4.14%	46.46	3.89%	37.64	5.50%
>2,000	1,082.13	90.07%	1,081.84	90.52%	593.18	86.68%
合计金额	1,201.47	100.00%	1,195.18	100.00%	684.34	100.00%

报告期内，扫描全能王已核查的 App Store 和 Google Play 付费用户数量分别为 27,837 个、48,406 个和 43,035 个，由于付费用户数量和总订单金额的增加，付费金额前 2,000 名的用户的金额占比整体呈下降趋势。

报告期内，购买金额前 10 的用户主要为购买 VIP 会员搭配消耗类产品（点券、传真）。

综上，扫描全能王已核查用户 App Store 和 Google Play 支付方式订单各期付费金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额及内容无明显异常。

3) 付费用户 IP 集中度核查

报告期内，汇总扫描全能王已核查用户各年度 App Store 和 Google Play 支付方式的付费用户数量最多的前 100 个 IP，匹配已核查的所有 App Store 和 Google Play 支付方式的订单，付费用户数量和订单金额的占比均较低，相关结果如下表所示：

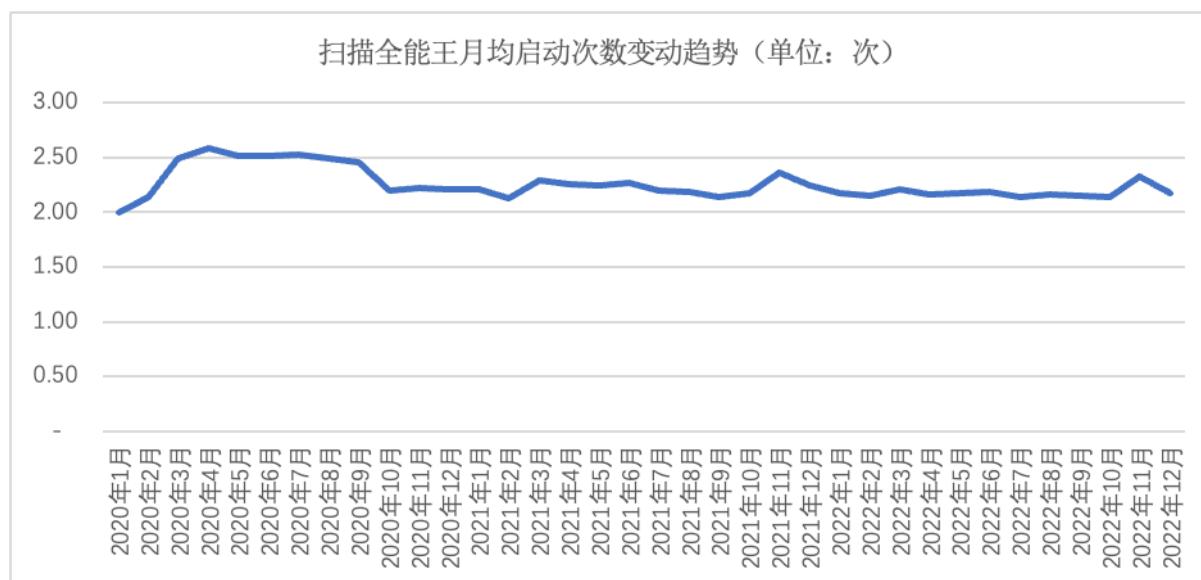
年份	2022 年	2021 年	2020 年
前 100IP 付费用户数量（个）	229	260	237
前 100IP 付费用户数量占总已核查的 App Store 和 Google Play 付费用户数量的比例	0.53%	0.54%	0.85%
前 100IP 订单金额（元）	56,406.05	64,491.44	49,318.35
前 100IP 付费用户订单金额占总已核查的 App Store 和 Google Play 付费用户订单金额的比例	0.47%	0.54%	0.72%

由上表可知，扫描全能王已核查用户各年度 App Store 和 Google Play 支付方式的 Top100IP 付费用户在用户数量集中度及金额集中度方面均较低，无明显异常。

（6）启动次数与启动时间核查

1）扫描全能王

报告期内，扫描全能王已核查用户月均启动次数总体稳定在 2 次左右。



注：月均启动次数为当月每日每用户平均启动次数的算术平均值

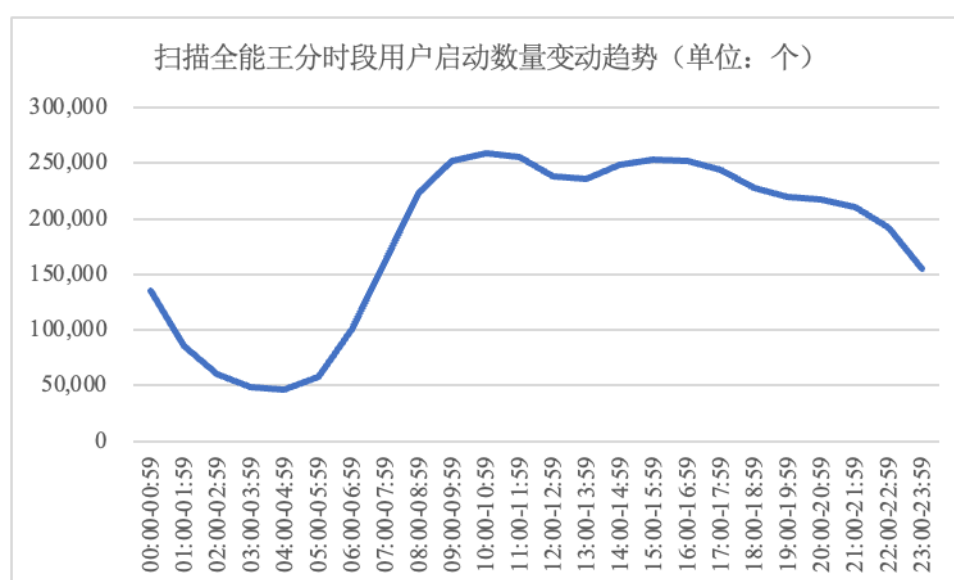
2020 年初，扫描全能王已核查用户月均启动次数整体呈现上升趋势，主要系：2019 年底，**外部环境**影响下，线上远程办公成为主要工作模式，扫描全能王的文档在

线管理、远程分享、协作、传真等功能适应在线办公需求，用户量及使用频率均较 2020 年以前有所上升。

报告期各期，扫描全能王已核查用户在 2 月平均启动次数较低，主要系春节影响，用户办公需求降低。

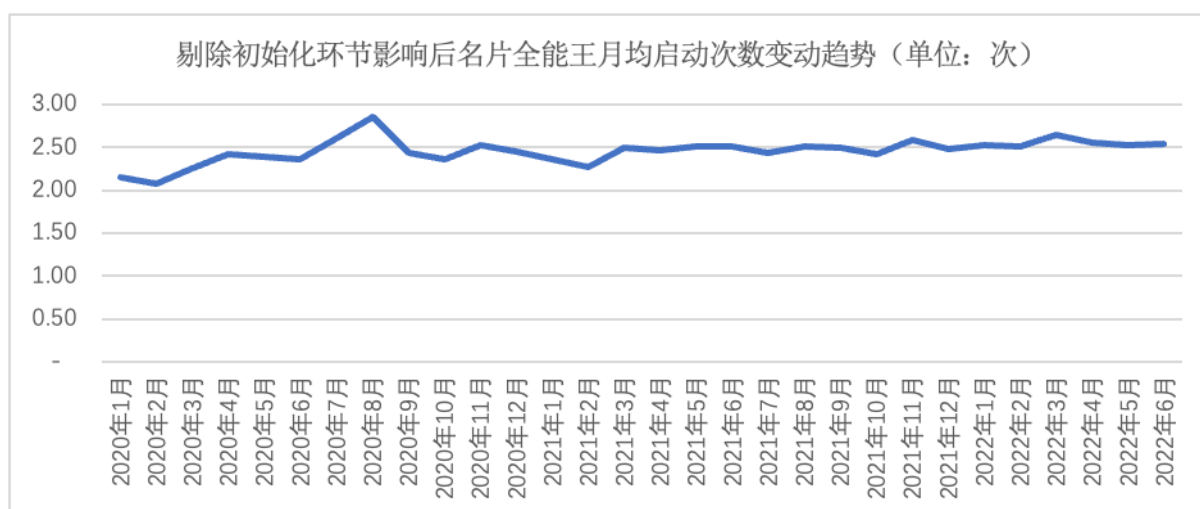
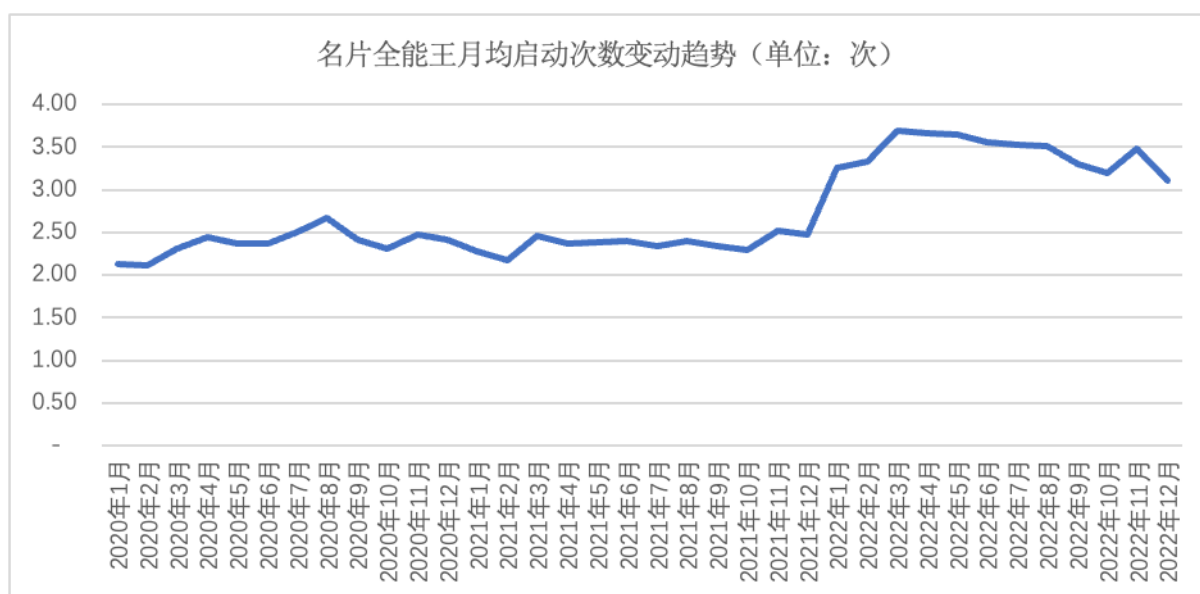
除上述情形外，报告期内，扫描全能王已核查用户月均启动次数变动趋势合理。

从用户使用时间段来看，报告期内，发行人系统后台仅记录了用户启动扫描全能王的总次数、首次启动时间及最后一次启动时间。以首次启动时间为例，已核查用户首次启动扫描全能王的高峰时段为 09:00-11:59 以及 14:00-16:59，低谷时段为 01:00-06:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，无明显异常。



2) 名片全能王

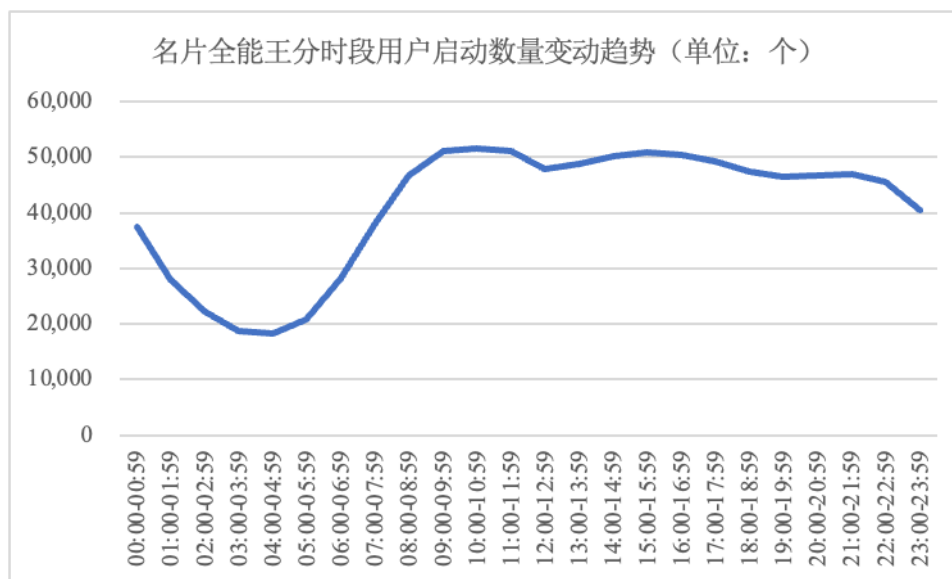
报告期内，名片全能王已核查用户月均启动次数稳定在 2.5 次左右。其中，**2022 年**平均启动次数偏高，主要系发行人于 2021 年 12 月 27 日发布了名片全能王的 Android 7.88.2 版本，该版本下用户可由部分其他路径（如分享、OpenApi、Web 跳转等）直接指定打开名片全能王的特定页面，而非从手机桌面点击图标进入，从而会跳过初始化环节，因此发行人在名片全能王主页额外进行了一次初始化操作，以防止上述情况导致的初始化失败，从而导致平均启动次数偏高。剔除上述原因影响后，名片全能王 **2022 年**平均启动次数不存在显著异常。



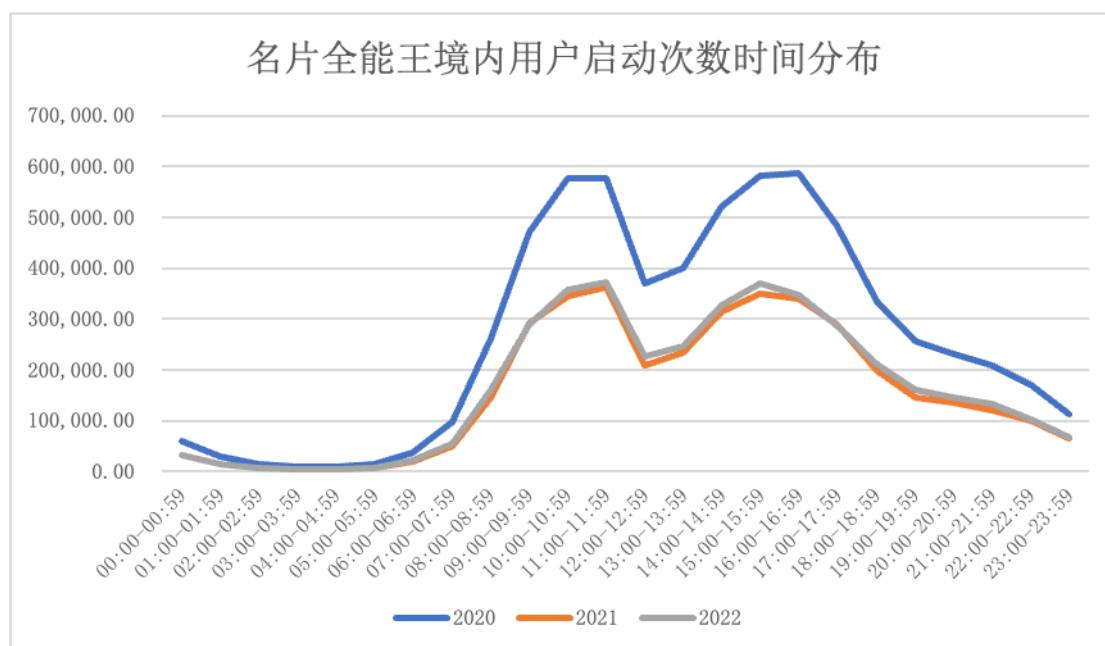
注：月均启动次数为当月每日每用户平均启动次数的算术平均值

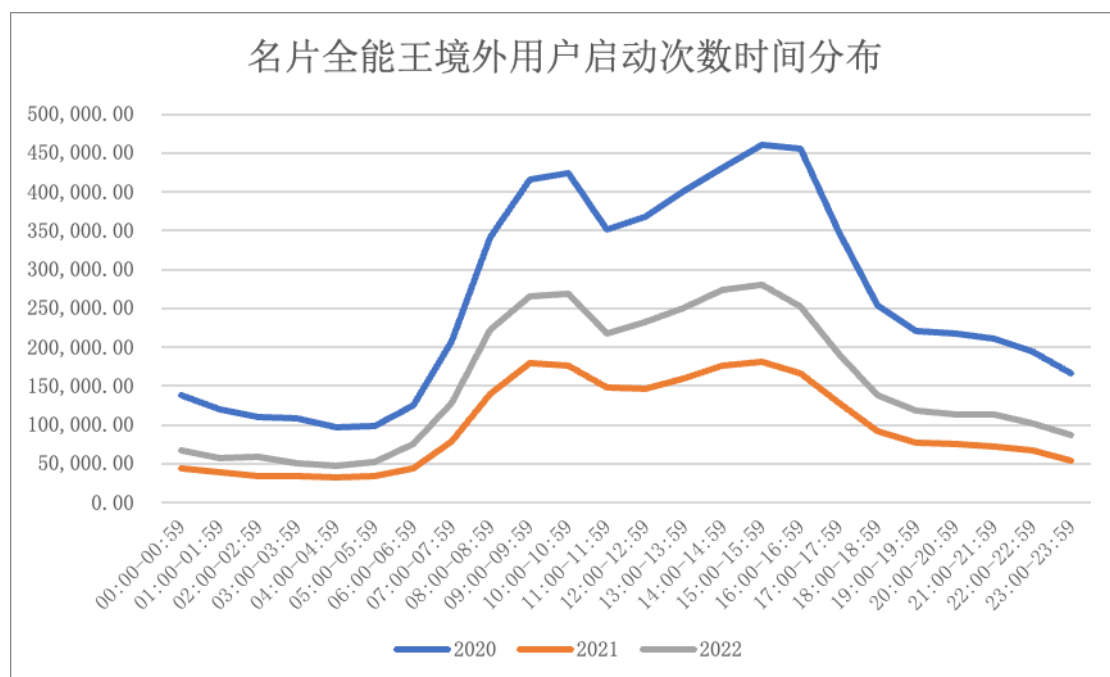
此外，除报告期各期 2 月平均启动次数较低系春节影响导致用户办公需求降低外，报告期内，名片全能王已核查用户月均启动次数变动趋势合理。

从用户使用时间段来看，报告期内，发行人系统后台仅记录了用户启动名片全能王的总次数、首次启动时间及最后一次启动时间。以首次启动时间为例，已核查用户首次启动名片全能王的高峰时段为 9:00-11:59 以及 14:00-16:59，低谷时段为 01:00-06:59，名片全能王已核查用户在晚间也存在一定程度商业活动，同时也受到抽取样本的影响。



报告期内，名片全能王全量的境内用户和境外用户的启动次数时间分布情况如下图所示：





由上图可知，名片全能王用户在夜间仍有一定程度的商业活动，但与名片全能王已核查用户启动次数的时间分布存在一定差异，主要系抽取样本的影响。经核查抽取样本的其他用户行为，不存在明显异常。

(7) 用户反馈异常核查

针对电话核查，对已拨通并配合回答（包括部分配合）的用户，核查到的异常情况及其实施的进一步核查程序如下：

异常情况	进一步核查结果
3 个 2020 年度购买的扫描全能王用户对“首次购买时间是什么时候？”回复“是 2021 年”	2 个用户拒接，无法核查；1 个用户接通后拒绝回答。 已通过公司后台系统获取 3 个用户的订单进行验证，首次购买时间为 2020 年。
2 个扫描全能王用户对“是您本人购买的扫描全能王年度/月度 VIP 会员吗？”回答“不是”	第二次拨打时用户拒接，无法核查。 已通过公司后台系统获取 2 个用户的订单截图进行验证，2 个用户均为付费用户，并进一步核查其启动时间及启动次数，核查结果无异常。
1 个扫描全能王用户对“请问您是否在扫描全能王存在例如持股、董事、监事、高管亲属的关联关系？是否存在除购买产品以外的业务资金交易？”回答“亲属”	第二次拨打时用户反馈不存在亲属关系，系首次拨打时用户对问题理解有误。 已通过公司后台系统获取该用户的行为数据，且报告期内交易总金额不足 100 元，核查结果无异常。
3 个名片全能王用户以及 2 个扫描全能王用户对“若有开具发票，名片全能王开票信息是否符合您的要求？”	已通过公司后台系统获取 5 个用户的行为数据，且报告期内交易总金额为 3,063.00

异常情况	进一步核查结果
回答“否”	元，核查结果无异常。

针对 APP 推送核查，对已收回的所有问卷，保荐机构及申报会计师针对其中的异常情况实施了进一步的核查程序，包括在发行人系统后台查询用户购买信息、用户行为数据，匹配用户电话并由中介机构拨打以进一步确认用户填写问卷的真实性和准确性等。经核查，结果无异常。

3、对未反馈用户执行了何种替代性程序（如有）

针对电话核查和 APP 推送核查中的未反馈用户，保荐机构及申报会计师从发行人系统后台获取了未反馈用户的订单日期时间、订单金额、启动日期时间、启动次数、注册 IP、交易 IP 等信息，并执行了多维度数据分析程序，具体包括：对该部分用户进行注册时间、注册 IP 集中度、交易金额分布、第三方支付账号与用户 ID 关系、App Store 和 Google Play 支付方式的订单分析、启动次数与启动时间、用户反馈异常等核查程序，具体核查内容请参见本题“一、（一）、2、电话核查及 APP 推送核查的用户是否存在注册时间异常、用户行为异常等情形”。

通过执行前述核查手段，该部分 C 端用户真实，有具体的用户使用记录和活跃行为，用户行为特征具有合理性，不存在明显异常情形。

4、说明核查比例、核查证据及核查结论

（1）核查比例及核查证据

针对 C 端用户真实性，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1) 按电话核查、APP 推送核查对已核查用户分别统计反馈情况。其中，境内电话核查累计已反馈用户 797 个，累计反馈比例为 17.20%；境外电话核查累计已反馈用户 1 个，累计反馈比例为 0.30%；APP 推送核查累计已反馈用户 707 个，累计反馈比例为 0.14%；

2) 分产品获取报告期内已核查 C 端用户的行为数据，包括注册 IP、注册地区、注册日期时间、启动次数及启动日期时间等，并进行多维度的数据分析；

3) 分产品获取报告期内已核查 C 端用户的交易明细表，并匹配 App Store 和

Google Play 以外的支付渠道的支付账号，从而进行交易金额分布地核查；

4) 访谈扫描全能王、名片全能王业务部门的主要负责人及大数据平台的主要负责人，了解已核查用户行为异常的原因，并获取相应支撑依据；

5) 在 IT 审计团队的支持下，获取发行人各 C 端产品已核查用户的原始行为数据，以保证数据来源的真实性，并对数据准确性进行校验；

6) 对已核查用户（包括电话核查和 APP 推送核查）的异常情况实施进一步的核查程序，包括在发行人系统后台查询并分析用户购买信息及行为数据，匹配用户电话并由中介机构拨打以进一步确认用户回答内容及填写问卷的真实性和准确性。

（2）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1) 通过采取电话核查、APP 推送和其他补充核查程序，并对少量回复存在异常的用户采取补充核查程序，确认**发行人 C 端核查用户已反馈用户均为真实用户，不存在虚假用户**，已反馈用户和未反馈用户不存在注册时间异常、用户行为异常等情形。

2) 对已反馈用户和未反馈用户执行的替代性程序主要为 IT 审计核查程序，经核查，该部分 C 端用户真实，用户行为特征具有合理性，不存在明显异常情形。

（二）结合对发行人及其实控人、控股股东、董监高、关键岗位人员资金流水的核查情况，说明是否存在最终资金流向用于发行人自充值或刷单的情形

1、核查程序

（1）法人资金流水核查情况：

1) 核查范围

针对发行人、实际控制人控制的企业及持股平台的资金流水，核查了报告期内合并范围内所有公司/有限合伙企业存在的银行账户（包括外币账户、已注销账户、保证金账户等）、发行人实际控制人控制的其他企业所有的银行账户，具体明细如下：

序号	账户所属主体	与发行人的关联关系
1	上海合合信息科技股份有限公司	-
2	苏州贝尔塔数据技术有限公司	子公司
3	上海临冠数据科技有限公司	子公司

序号	账户所属主体	与发行人的关联关系
4	上海生腾数据科技有限公司	子公司
5	上海找贝数据科技有限公司	子公司
6	上海盈五蓄数据科技有限公司	子公司
7	上海荃英荟信息科技有限公司	子公司
8	CC INTELLIGENCE CORPORATION	子公司
9	上海信湃信息科技有限公司	子公司
10	INTSIG PTE. LTD.	子公司
11	上海又冠信息科技有限公司	子公司
12	CAMSOFT INFORMATION CO., LTD.	子公司
13	LABL INFORMATION PTE. LTD.	子公司
14	上海狮吼投资管理有限责任公司	实际控制人持股 90%
15	上海垚信企业管理合伙企业 (有限合伙)	实际控制人曾任普通合伙人
16	上海机不可熙投资中心(有限合伙)	上海狮吼任执行事务合伙人
17	上海目一然投资中心(有限合伙)	上海狮吼任执行事务合伙人
18	端临(上海)科技发展合伙企业 (有限合伙)	上海狮吼任执行事务合伙人
19	上海融梨然投资中心(有限合伙)	上海狮吼任执行事务合伙人
20	上海顶螺投资中心(有限合伙)	上海狮吼任执行事务合伙人
21	上海卉新投资中心(有限合伙)	上海狮吼任执行事务合伙人

2) 核查程序

①确认银行账户的完整性和真实性

A.中介机构陪同发行人到各银行现场打印发行人及其子公司报告期内所有状态为正常的银行账户的对账单、企业信用报告、已开立银行账户清单，确保资金流水核查相关资料的真实性；

B.将陪同拉取的各主体银行对账单与《已开立银行账户清单》进行比对，同时将银行对账单上显示的对手方账户，与发行人账户清单信息进行交叉比对，不存在未列入清单的发行人账户；

C.对报告期内所有银行账户进行函证（包括报告期内注销的账户），核实获取各支行主体银行账户的完整性；

D.登录企业的第三方平台（如支付宝、财付通、App Store、Google Play 等）查看账户登记情况，检查对接的银行账号信息，查看是否有超出公司提供的银行账号清单中的账号情况，确保境内外账户已提供完备；

E.获取了公司的《银行账户完整性承诺函》，发行人对已经提供的银行对账单的真实性、准确性及完整性承担保证责任。

②对资金流水进行充分核查

A.针对发行人母公司单笔金额 50 万元以上的流水进行逐步核查，报告期各期核查金额占比不低于 90%（若低于 90%，增加单笔金额 50 万以下的核查样本）；子公司及实际控制人控制的企业依据具体情况流水核查标准为 1 万元至 30 万元不等，核查金额占比均不低于 85%；在针对具体科目执行核查时，若涉及与自然人、关联方等存疑往来时，会进行全面核查。中介机构针对发行人各经营主体报告期内的银行账户核查范围完备，按重要性水平所抽取的发行人报告期内银行流水对各个金额区间、各种交易类型覆盖范围全面，且数量上亦达到一定规模，核查范围具有代表性、全面性；

B.对满足上述标准的银行流水进行逐笔核查，核对内容如下：

- a、核查银行对账单和明细账的借贷方金额、摘要、交易对手方是否一致；
- b、核查银行对账单摘要信息与交易对手方信息的是否有异常；
- c、核查公司与关联方之间的资金往来情况，了解交易背景，获取相关证据，并判断上述是否构成资金拆借及关联交易，是否存在异常资金往来；
- d、核查大额资金往来是否存在重大异常，是否与发行人经营活动、资产购置、对外投资等不匹配；
- e、核查发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；
- f、核查主要客户、供应商及其股东或董监高与公司是否存在异常资金往来。

经核查，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在财务核算中全面反映的情况。报告期内法人主要的资金流水问题为：大额采购款退回、通过供应商发放高管薪酬（具体情况详见保荐工作报告“三、关于上海证券交易所常见问题的信息披露和核查要求自查表的核查情况”之“（三）关于财务类相关问题”之“3-15 资金流水核

查”），该等问题已在首次申报前整改完毕。除此以外，发行人流水核查不存在其他重大异常情况。

综上，发行人、实际控制人控制的企业及持股平台的资金流水不存在最终资金流向用于发行人自充值或刷单的情形。

（2）对自然人（实控人、控股股东、董监高、关键岗位人员）资金流水的核查情况：

1) 核查范围

中介机构结合公司的业务开展情况和岗位重要性水平，核查了发行人的实际控制人、董监高（不含外部董事和独立董事）、关键管理人员等 22 个自然人在报告期内的银行账户（包括报告期内销户的账户），并对上述人员的微信和支付宝流水进行核查，核查标准为 5 万元以上流水。具体范围如下：

序号	姓名	职务
1	镇立新	董事长、总经理
2	龙腾	董事、副总经理
3	陈青山	董事、副总经理
4	汤松榕	董事、战略发展负责人
5	罗希平	监事会主席
6	刘雅琴	监事、总经理助理
7	沈东辉	监事、数据事业部副总经理
8	陈飒	曾任副总经理
9	刘忱	董事、董事会秘书
10	叶家杰	财务总监
11	黄小娟	采购总监
12	李明	B 端业务销售负责人
13	张海燕	B 端销售副总裁
14	曹超阳	产品副总裁
15	王忠选	产品副总裁
16	洪光	产品副总裁
17	陈林茂	运维工程师
18	周华丽	资金总监
19	顾已瑜	出纳

序号	姓名	职务
20	黄玉青	出纳
21	高凤娟	出纳
22	刘彦	出纳（已离职）

2) 核查程序

①确认银行账户的完整性和真实性

A.与前述资金流水核查对象沟通访谈，了解其银行账户情况；

B.检查前述人员在支付宝及云闪付中查验范围内的银行绑卡开卡情况并进行录屏截图。查验的境内银行有 24 家，分别为工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、中国邮政储蓄银行、交通银行、招商银行、中信银行、光大银行、民生银行、兴业银行、浦发银行、平安银行、广发银行、上海银行、华夏银行、浙商银行、恒丰银行、渤海银行、北京银行、宁波银行、杭州银行、上海农商银行（若工作地点在上海）、苏州银行（若工作地点在苏州），如被核查人员具有境外从业或者学习等背景，补充查验 6 家境外银行：汇丰银行、渣打银行、东亚银行、花旗银行、恒生银行、星展银行；

C.获取并核查前述人员的个人征信报告，核查对前述人员的信用卡账户开通情况及贷款情况；

D.结合被核查人员提供的账户清单、支付宝及云闪付登记的开户情况以及个人征信报告中涉及到的信用卡信息，对有开卡记录的银行，中介机构均陪同被核查人员前往查验银行的柜台或银行的自助系统查询个人账户、获取报告期内的完整流水信息，进一步确认银行账户的完整性。对于核验范围内的银行若无法在支付宝及云闪付查看绑卡开卡，则直接由中介机构陪同被核查人员至该银行柜台核验账户情况，并获取不存在开卡情况的相关资料；

E.交叉检查已提供的银行账户流水，通过交易对手方信息核验是否存在未提供的银行账户，并获取被核查人员出具的“关于个人银行卡完整性的承诺函”，对已经提供的银行对账单的真实性、准确性及完整性承担保证责任；

②对资金流水进行充分核查

以 5 万元为测试线，核查范围为所有单笔金额 5 万元及以上的样本、以及虽低于 5 万元但异常的资金收支、相近时间相同交易对象连续多笔收支合计达到 5 万元及以上的资金流水。具体核查方式如下：

A. 针对核查范围内的流水，与被核查人员进行访谈，了解资金来源及支出用途，并获取相关证明文件，以确保交易真实性：（1）对于购买及赎回理财产品类流水，确认银行交易记录信息，并抽取大额理财获取其购买详细信息截图、理财协议；（2）对于工资奖金类流水，抽取部分与公司薪资发放记录、交易对手名称等进行交叉核对进一步确认；（3）对于买卖房产、购入车辆等大额生活类支出，获取购房合同、发票等；（4）对于股权转让及认购类流水，了解具体交易背景，与发行人历史沿革信息交叉印证，查询公开信息与股权转让或认购信息交叉印证，并获取相关股权交易协议；（5）与亲属及朋友间贷款/借款、转账类流水，确认亲属、朋友关系真实性，了解交易背景、分析其合理性，并获取借条或沟通记录；（6）取现存现类流水，了解具体资金来源或去向并分析其合理性；（7）对于消费类流水，获取购物清单或发票、实物照片、沟通记录；

B.对存疑的个人流水，向相关人员了解清楚交易对手方身份及交易原因，增加与交易对手方的访谈，并回收经交易对手确认的访谈问卷及相关资料；

C.将所有单笔金额 5 万元以上或相近时间累计连续多笔相同流入或流出达到 5 万的资金流水的交易对手，与发行人客户、供应商基本信息进行比对，确认是否与客户、供应商及其关联方存在异常资金往来等；将交易对手方与发行人员工花名册、关联方名单进行比对，确认是否与发行人员工、其他关联方存在异常资金往来等；通过比对核查确认不存在资金代垫情况、商业贿赂及虚增收入的情况；

D.查验个人卡的具体流水及明细情况，与公司工资奖金发放审批表及薪酬明细表核对相关数据是否一致；

E.获取被核查人员出具的承诺函，承诺“不存在以个人银行账户为公司实现收支账外结算，操纵公司的财务业绩或占用公司资金的情形，亦不存在替公司承担成本费用、虚增收入、调节利润或通过直接或间接的方法向公司客户、供应商输送经济利益等异常情形。若违反上述承诺，将自愿承担相应的法律责任及赔偿义务”；

经核查，资金流水核查人员的个人资金流水主要为理财收支、股权转让相关的收

入及对应的税金支出、支付的股权投资款项、对外借款、房贷及贷款利息、收到的工资、日常个人支出等。其中，对于理财收支、股权转让相关的收入及对应的税金支出、支付的股权投资款项、对外借款、房贷及贷款利息等此类大额支出，均获取相关的协议、说明，并根据协议进行重新计算，与流水中的收支金额进行匹配等；对于被核验人员收到的工资，检查交易对手方是否为发行人，并与发行人工资表进行比对核对一致性；对于个人的大额日常个人支出，均查看交易对手方的合理性，同时获取购物清单或发票、收据、说明等，并抽查购买的实物情况等。

经核查，报告期内自然人主要的资金流水问题为：陈飒银行流水问题（包括陈飒的大额现金支出、张海燕代陈飒胞妹陈翌取现、陈飒与陈翌的大额往来款、陈飒与廖晓琳的大额往来款）、为员工提供借款（具体情况详见保荐工作报告“三、关于上海证券交易所常见问题的信息披露和核查要求自查表的核查情况”之“（三）关于财务类相关问题”之“3-8 财务内控不规范情形”和“3-15 资金流水核查”），该等问题已在首次申报前整改完毕。除此以外，自然人资金流水核查不存在与客户、供应商及其关联方存在资金往来，替发行人代垫成本费用、虚增收入等异常情况。

综上，发行人实际控制人、控股股东、董监高、关键岗位人员资金流水不存在最终资金流向用于发行人自充值或刷单的情形。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人及其实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员、销售主管、采购主管、出纳等关键岗位人员个人账户资金流水无异常情形，不存在资金流向用于发行人自充值或刷单的情形。

（三）对 C 端收入真实、准确、完整的核查情况、及核查证据是否充分，请保荐机构内核部门说明前述问题的核查情况并发表明确意见

1、对 C 端收入真实、准确、完整的核查情况、及核查证据是否充分

报告期内，公司的 C 端收入的构成与变动情况如下：

单位：万元

产品类型	产品分类	2022 年度		2021 年		2020 年	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比

C 端	扫描全能王	63,287.86	86.69%	49,325.74	84.28%	33,343.21	79.83%
	名片全能王	2,080.95	2.85%	1,883.05	3.22%	1,667.80	3.99%
	启信宝	7,635.28	10.46%	7,315.43	12.50%	6,758.80	16.18%
	合计	73,004.09	100.00%	58,524.22	100.00%	41,769.81	100.00%

由上表可知，报告期内，公司的三款 APP 的营业收入均实现了有效增长，其中 C 端收入主要来源于扫描全能王。针对 C 端收入真实、准确、完整的问题，保荐机构执行的核查程序主要包括：

核查程序	核查逻辑	核查结论
C 端收入增长的驱动因素分析	分析 C 端收入增长的驱动因素，既包括移动互联网整体行业分析，说明 C 端收入增长与行业发展趋势相符，也包括基于各 APP 的具体情况，分析其细分行业的红利、功能的关键优化与技术创新、先发优势与龙头地位、以及营销投入对 C 端收入增长的驱动力。	各 C 端 APP 在报告期内收入保持快速增长具有商业合理性。
用户真实性核查	结合各 C 端 APP 的收入和用户情况，对其用户进行分层抽样，确保抽取样本能够满足全面性和有效性，并对抽取的样本执行电话核查、APP 推送核查以及针对注册时间、用户行为等维度的 IT 程序核查。	该部分 C 端用户真实，用户行为特征具有合理性，不存在明显异常情形。
IT 审计核查	针对报告期内的所有 C 端用户执行 IT 审计程序，包括：信息系统一般控制、信息系统应用控制、业务数据真实性核查，确保核查程序的完整性和有效性。	公司的信息系统一般控制及应用控制有效，业务数据真实性核查无明显异常。
资金流水核查	针对发行人及其实控人、控股股东、董监高、关键岗位人员资金流水进行核查，确保核查范围的完整性，核查标准的有效性，并对存在异常的银行流水采取进一步的补充核查程序。	发行人及其实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员、销售主管、采购主管、出纳等关键岗位人员个人账户资金流水无异常情形，不存在资金流向用于发行人自充值或刷单的情形。
其他财务核查维度	核查公司 C 端的具体业务情况和会计处理方式，自主获取并核查公司 C 端业务收入的入账依据，获取第三方平台的结算协议、开发者协议等，核查其具体的结算方式，对公司的业务系统和财务系统执行穿行测试程序。	公司收入确认政策符合企业会计准则规定，收入确认依据真实、准确、完整，业务系统和财务系统控制有效，符合公司业务实质。

以下针对上述核查程序进行说明：

（1）C 端收入增长的驱动因素分析

具体内容请参见保荐工作报告之“二、项目存在问题及其解决情况”之

“（二）、1、关注问题一：报告期内公司的 B 端和 C 端收入真实性核查”之“（2）、1）C 端收入增长的驱动因素分析”。

（2）用户真实性核查

针对 C 端用户真实性核查，请参见本题之“一、（一）已反馈用户和未反馈用户的具体情况，是否存在注册时间异常、用户行为异常等情形，对未反馈用户执行了何种替代性程序（如有），说明核查比例、核查证据及核查结论”。

（3）IT 审计核查

针对 C 端用户和收入的真实性核查，发行人和保荐机构分别聘请了众华 IT 审计和安永 IT 审计（以下简称“IT 审计团队”），对相关的信息系统整体控制环境、关键信息技术一般控制和信息技术应用控制进行评价，并针对业务数据真实性进行核查。此外，保荐机构与 IT 审计团队共同确定的信息技术一般控制、信息技术应用控制和用户行为相关的核查标准和核查维度，IT 审计团队从公司系统中获取了与 IT 审计相关的核查底稿，保荐机构与 IT 审计团队共同落实相关核查程序，并进行多维度数据分析，对分析结果存在的问题进行有效解决，具体情况如下：

核查维度		核查情况/结果
信息系统一般控制	系统开发变更管理	系统开发及重大变更、日常变更、环境隔离、数据修改均有效运行，无重大缺陷。
	系统安全和访问控制管理	一般系统安全设置、用户账号及权限管理、用户操作日志管理、密码策略设置均满足安全管理要求。
	系统运维管理	服务器安全管理策略可有效保护系统、备份与恢复能准确、完整地恢复数据。
信息系统应用控制	用户注册流程	系统控制有效。
	普通用户商品购买流程	控制为有效的，在 iOS 版本订单中由于网络波动、App Store 宽限期设置、系统代码不够完善等客观因素存在少量用户已付款成功但系统未记录到订单的情况，其中发行人通过技术手段已找回部分掉单。发行人各年针对掉单情况不断进行硬件和软件上的优化，掉单率逐年下降，且部署了订单监控程序，已尽可能减少掉单。
	测试用户商品购买流程	测试用户购买流程控制有效。
	用户商品退款流程	退款流程控制有效。
业务数据真实性核查	用户量核查	区分不同 APP，进行用户增量趋势分析、用户注册时间段分析、注册用户 IP 地址集中度分析、用户行为数据分析、IT 运维成本的匹配分析，确定发行人新增注册用户变动趋势合理，月活用户数与启动次数等变动趋势合理，发行人系统数据与第三方平台记录数据差异较小。
	订单数据一致性核查	区分不同 APP，进行境内支付方式订单核查（扫描全能王/名片全能王/启信宝）、APP Store 支付方式订单核查

核查维度	核查情况/结果
	(扫描全能王/名片全能王)、Google Play 支付方式订单核查(扫描全能王/名片全能王), 确认发行人系统记录的支付订单与第三方在线支付账单基本一致。
第三方支付账号与用户 ID 关系核查	区分不同 APP, 分析各年度境内支付金额分层合理性、单一账号同时为多个 user_id 支付的情况以及内部人员支付订单金额情况, 确认平均支付金额与产品定价相符, 不存在异常情形。
付费用户及订单数据分析	从 C 端产品各类型付费订单数量、用户的地域分布、购买金额、付费用户的活跃情况、未活跃用户数量等多维度对付费用户及订单量的合理性进行分析。
扫描全能王点券消耗数据核对	扫描全能王点券的消耗分为使用消耗和过期消耗, 经核查, 不存在干涉点券到期时间导致提前确认收入的情况, 无虚增点券订单以增加收入的情形
广告业务核查	针对第三方平台广告投放业务, 获取了第三方平台及发行人大数据平台记录统计的展示量、点击量数据, 执行对比后进一步对差异数量、差异比例、平均单价进行合理性分析。 针对自有平台广告投放业务, 从广告平台的后台数据库中批量提取报告期内的广告排期, 广告排期的展示时长合理。 针对信息引流业务, 获取了广告主提供的日期和结算金额, 核对并确认结算金额与发行人的收入金额相符。

针对信息系统一般控制、信息系统应用控制和业务数据真实性核查, 具体情况如下:

1) 信息系统一般控制

①核查程序

A.系统开发及变更

通过分别检查报告期内发生过开发及重大变更的信息系统, 确认范围内各系统的需求文档经过了开发部门负责人、业务部门负责人以及运维部门负责人的共同评审, 开发完成后, 经过了 UAT 测试、安全测试及上线审批。

其次, 检查各系统开发环境、测试环境及生产环境的网段及域名。对于系统日常变更, 按照抽样原则, 对系统日常变更流程中的各控制环节情况进行抽样测试。

此外, 检查堡垒机权限, 确认核查范围内各系统的开发、测试、发布人员均进行了有效的职责分离, 检查系统开发与变更流程的内部控制设计与执行情况。

B.系统安全和访问控制

检查服务器的防火墙配置策略、日志开启情况及数据库日志开启情况，确认防火墙配置有效，日志均按规定开启。按照抽样原则对核查范围内各系统及堡垒机的账号新增、修改的授权情况、账号设置过程中的职责分工情况进行抽样测试。

获取 VPN 以及核查范围内各系统的用户清单，并与人力资源部门提供的花名册进行比对，检查是否存在离职人员账号未禁用的情况。

检查核查范围内各系统管理员的权限设置情况，堡垒机的管理员账号由运维部门负责人持有，所有服务器操作系统及数据库的管理员账号均由运维部人员持有，核查范围内各系统管理员权限均由各系统负责人持有，其他员工无系统管理员权限。

检查核查范围内各系统的操作日志开启及审阅情况，确认均开启了用户操作日志功能，完整记录了操作人、操作时间、具体操作行为等信息。经检查，各系统均会至少每季度对操作日志进行审阅，并对异常操作进行追踪，以保证系统运行的安全和稳定。

C.系统运维

发行人制定了《IT 系统信息安全管理规定》，通过获取并检查该制度内容，确认制度内容符合内部控制的要求。

通过与运维部门负责人的访谈，发行人各信息系统部署在世纪互联纪蕴路数据中心、上海电信宝信数据中心以及无锡 XDC 国际数据中心、亚马逊云和阿里云上，其中，上海电信宝信数据中心以及无锡 XDC 国际数据中心是优刻得提供的混合云托管服务。世纪互联纪蕴路数据中心、上海电信宝信数据中心以及无锡 XDC 国际数据中心物理环境安全由托管机房服务商负责维护，并定期提供服务报告。若员工需进入机房，需由固定的运维部门人员提前向托管服务商提出申请并提供访问人员的姓名、身份证号和手机号，托管服务商会对机房的访问进行全程陪同。云机房由各云服务商提供物理环境安全保障；云主机通过各云服务平台的管理控制台对安全访问策略进行配置。

各系统均采用热备份数据中心。主数据中心承担生产业务，此时备数据中心对主数据中心进行实时备份，备数据中心可以自动接管主数据中心的业务，从而使业务不中断。每台数据库服务器每日定时进行本地备份，并保存 1 个月。每台服务器于每周进行异地备份，并保存 1 个月，保证系统运行的安全和稳定。

②核查结论

经核查，确认发行人业务系统的关键内部控制具有可靠性，无明显异常。

2) 信息系统应用控制

通过执行信息系统应用控制核查，核查发行人的各信息系统是否能够真实、准确、完整地记录各项经营活动，具体核查程序与核查结论如下：

①核查程序

A.用户注册流程

报告期内发行人各 C 端产品的用户注册流程如下：

扫描全能王和名片全能王均可以支持用户手机号和邮箱进行注册，无论手机号还是邮箱注册都需要输入系统发送出来的验证码，同 1 个手机号或邮箱都只能注册 1 个账号；还可以使用微信号进行关联注册，注册时也必须绑定手机号，若绑定的手机号已被注册，则需要将微信号与已注册的账号进行关联。

启信宝个人版可以使用手机号和邮箱进行注册，不论手机号还是邮箱注册都需要输入系统发送出来的验证码，同 1 个手机号或邮箱都只能注册 1 个账号；同时可使用微信号和 QQ 号进行关联注册，注册时必须绑定手机号码，若绑定的手机号已被注册，则微信号与已注册账号进行关联。

找到在进行用户注册时，用户必须使用手机号进行注册或者使用名片全能王账号进行授权登录，在找到 APP 和网页上模拟真实用户行为进行了测试，确认只有注册用户才能进行正常使用，且注册时必须使用手机号码验证或授权名片全能王账号。

B.普通用户商品购买流程

报告期内发行人各 C 端产品的普通用户商品购买流程如下：

扫描全能王和名片全能王的注册用户在 APP 端、官方网站或小程序中选择所需要购买的商品，生成订单并支付成功后，系统会自动将其所购买的商品权益记录到用户账号中；非注册用户进行了购买操作后，所购买的信息记录在设备 ID 名下，当同一设备登录了账号后，原设备 ID 名下的权益会自动转移至账号名下；同一个用户在购买并订阅了连续按月续费或其他连续续费类型的 VIP 商品后，在订阅有效期内不能再次进行订阅操作；后台系统记录的订单金额是由第三方支付平台返回的锁定结果，无法进

行人为修改。

启信宝个人版的注册用户在 APP 端、官方网站和小程序中选择所需要购买的商品，生成订单并支付成功后，系统会自动将其所购买的商品权益记录到用户账号中。后台系统记录的订单金额是由第三方支付平台返回的锁定结果，无法人为修改。

C.测试用户商品购买流程

报告期内发行人各 C 端产品的测试用户商品购买流程如下：

发行人在进行产品开发时，通常会由开发或测试人员在测试环境或正式环境进行付款测试以确保付款通道的有效性。根据各 C 端产品付款渠道的不同，分别有不同的付款测试机制，具体核查程序如下：

境内安卓渠道的扫描全能王和名片全能王以及找到全部版本的付款测试在正式环境中进行，通常将用于测试的用户 ID 加入特殊群组，则该订单提交后待支付金额自动变更为 0.01 元等极小金额，测试人员直接进行支付；若测试的用户 ID 未加入特殊群组，则与普通用户商品购买流程一致，购买后走退款流程将支付金额退回。

Google Play 和 App Store 渠道的扫描全能王和名片全能王的付款测试均在沙箱环境中进行，沙箱环境的订单不产生实际金额，平台方提供的账单中亦不会进行结算。

启信宝个人版的付款测试在测试环境中进行，测试环境的支付账号与正式环境一致，测试订单金额通常为 0.01 元等极小金额，若需要在正式环境测试，则与普通用户商品购买流程一致，后续走退款流程将支付金额退回。

D.用户商品退款流程

报告期内发行人的用户商品退款流程如下：

境内安卓渠道的扫描全能王和名片全能王以及找到的订单退款由用户联系新人客服进行，客服人员在 OA 系统上提出申请后，在客服平台上对订单进行操作，同时财务人员根据 OA 审批情况，在支付平台上将款项原路退回给客户。客服人员在客服平台上对订单点击“退款”后，系统后台将对应订单的状态修改为“退款”，同时将用户的 VIP 到期时间进行修改，以上修改过程由系统自动实现。

App Store 渠道的扫描全能王和名片全能王的订单退款由用户联系 App Store 的客服进行，App Store 核实支付情况后将款项退回给用户，在每月账单中提供当月退款订

单数量，发行人系统后台会将订单标记为退款并更新该用户的 VIP 到期时间。

Google Play 渠道的扫描全能王和名片全能王的订单退款由用户联系发行人客服进行，客服人员在 OA 系统提出申请后，在客服平台上对订单进行处理，处理后客服人员向 Google Play 后台发起退款。

启信宝个人版的订单退款由用户联系发行人客服进行，客服人员在 OA 系统上提出申请后，在客服平台上对订单进行处理，同时财务人员根据 OA 审批情况，通过各支付平台将款项原路退回至客户。客服人员在客服平台上对订单点击“退款”后，系统后台将对应订单的状态修改为“退款”，同时将用户的 VIP 到期时间进行修改，以上修改过程均为系统自动实现。

②核查结论

经核查，确认发行人业务系统能够真实、准确、完整地记录发行人的经营活动，无明显异常。

3) 业务数据真实性核查

通过开展业务数据真实性核查，针对报告期内发行人各项业务数据的真实性、准确性与完整性进行核查，以下将以扫描全能王为例进行说明，具体核查程序与核查结论如下：

① 用户量核查

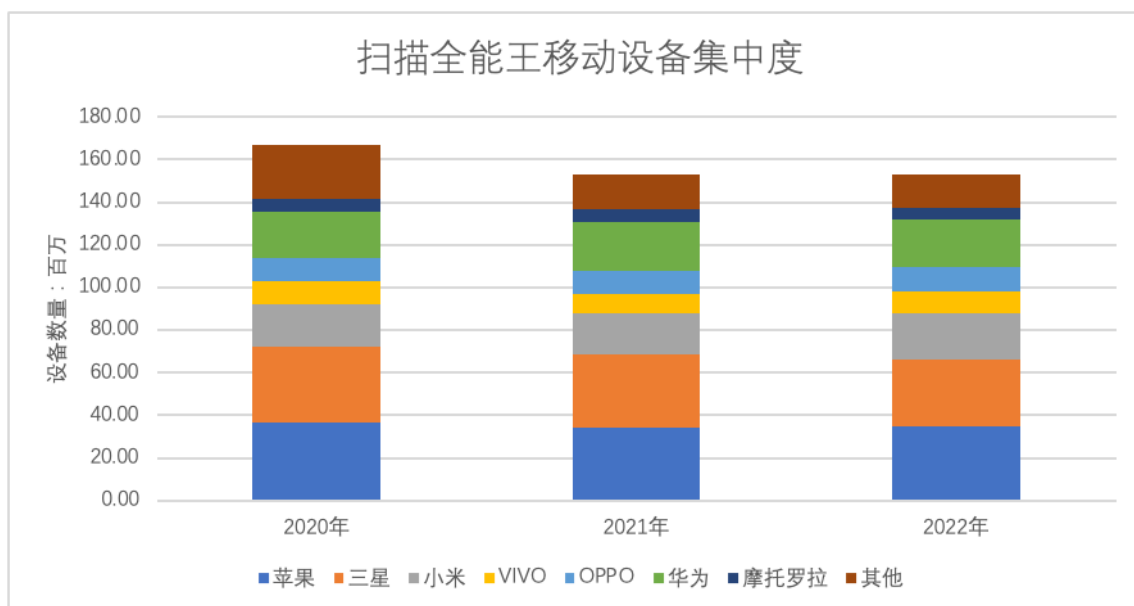
从发行人的生产环境中导出与用户量相关的业务数据，针对发行人产品注册用户增量趋势、用户注册的时间段、用户注册 IP 集中度、用户启动次数等开展合理性分析，并进一步对发行人 C 端收入的真实性进行验证，具体核查程序如下：

A. 核查程序

a. 获取报告期内发行人各 C 端产品的新增设备数量及设备型号、新增注册用户数量及地域分布、新增注册用户注册时段等数据，进行增量趋势分析；

i 新增设备数量及设备型号

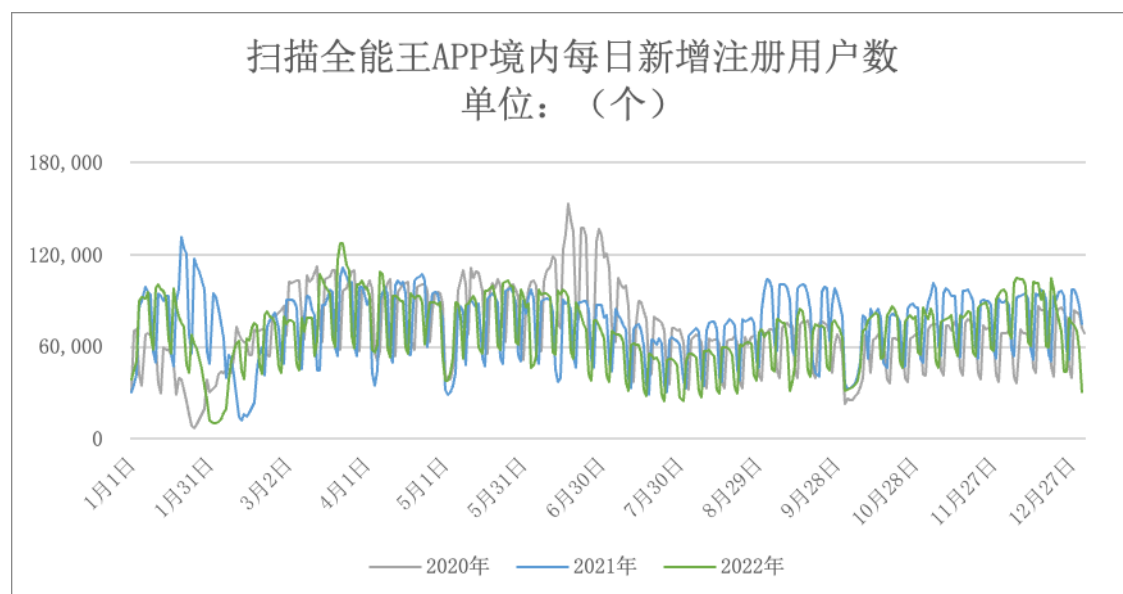
用户使用 APP 客户端时，会向公司系统返回用户的设备型号信息，通过设备型号对应的品牌，汇总报告期内扫描全能王新增设备品牌集中度，具体如下表所示：



报告期内，扫描全能王新增设备品牌的占有率中，苹果与三星的占有率最高，均为 20%以上，国产品牌如小米、华为、VIVO、OPPO 的占比逐年提升。报告期内各年度前 6 大品牌合计用户占比均高于 70%，且占比逐年提升，至 **2022 年末**已达到 **86.25%**，扫描全能王用户的手机品牌分布与全球手机品牌的市场占有率情况基本相符。

ii 新增注册用户数量分布

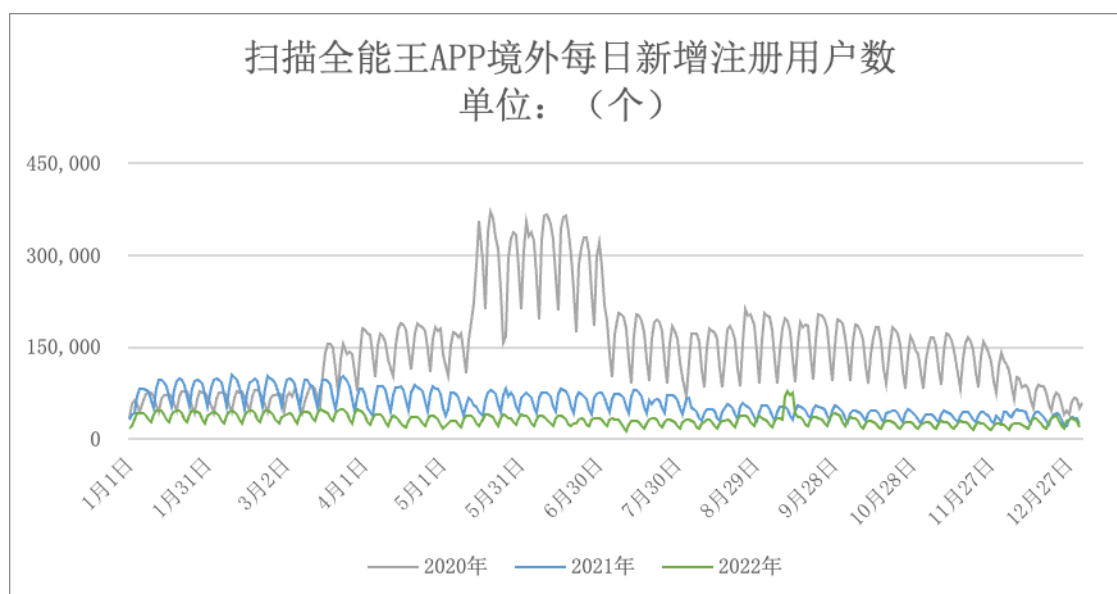
基于报告期内扫描全能王每日的 APP 境内、APP 境外注册用户数，并对其总量、日均量、最大值、最小值进行分析，扫描全能王 APP 境内每日新增注册用户数的分析结果如下：



数据	统计维度	2022 年	2021 年	2020 年
APP 境内新增注册用户数	总量（万个）	2,526.93	2,714.02	2,599.64
	日均量（个）	69,231	74,357	71,028
	最大值（个）	127,650 (3月23日)	131,965 (1月20日)	153,872 (6月17日)
	最小值（个）	10,144	11,766	7,151

针对 APP 境内新增注册用户，其在春节、国庆所在月份呈现增速偏低趋势，而在 7 月和 8 月受暑假假期影响，增速也有所放缓。2020 年，因线上办公趋势带来了扫描全能王用户需求的增加，导致 2020 年上半年新增注册用户数量有所提升，而在 2020 年 6 月发行人进行了 618 促销活动，并带来了较大的新用户增长。

APP 境外注册用户的分析结果如下：



数据	统计维度	2022 年	2021 年	2020 年
APP 境外新增注册用户数	总量（万个）	1,161.85	2,165.89	5,393.99
	日均量（个）	31,832	59,339	147,377
	最大值（个）	77,149 （9月10日）	104,392 （2月9日）	370,556 （5月19日）
	最小值（个）	13,776	21,942	34,629

针对 APP 境外新增注册用户，在 2020 年 2 月后由于**外部环境变化**，导致线上远程办公成为重要工作模式，扫描全能王的文档在线管理、远程分享、协作、传真等功能适应在线办公需求，用户量出现了大幅度增加。发行人从 2020 年 5 月起向 Tiktok、Facebook 等境外渠道投入了大量推广费用，也使得用户量出现明显增加。2020 年 6 月，印度政府以保护国家安全为由宣布封杀 59 款中国应用程序，导致扫描全能王产品在印度主流应用市场被迫下架，因此 2020 年 7 月后 APP 境外新增注册用户数下降较多。

iii 新增注册用户地域分布

报告期内，因少量用户系统无法获取到 IP 地址，或因系统 IP 库未能识别导致无法对应到地区导致存在未知区域，报告期内总体未知区域占总新增用户数比例在 4% 以下。通过对报告期内扫描全能王注册用户地域分布进行统计，具体分析结果如下：

扫描全能王境内注册用户：

地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
华东地区	24.83%	25.87%	27.74%
华南地区	12.92%	14.46%	14.79%
华北地区	14.33%	13.72%	14.44%
华中地区	12.99%	12.82%	13.30%
西南地区	9.46%	10.67%	11.02%
西北地区	8.89%	9.65%	8.51%
东北地区	5.78%	5.30%	6.09%
港澳台地区	0.54%	0.84%	1.43%
未知	10.26%	6.67%	2.68%
总计	100.00%	100.00%	100.00%

注：未知地区的用户数量占比逐年上升，主要系企业系统中的地区库表未更新，导致系统通过 IP 来划分用户时，未能划分地区。

由上表可知，境内注册用户主要分布在华东、华南、华北和华中地区，报告期内占比相对稳定。

扫描全能王境外注册用户：

地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
亚洲	53.79%	49.74%	54.25%
南美洲	14.74%	18.54%	19.33%
北美洲	11.47%	14.19%	12.15%
欧洲	9.10%	9.19%	8.51%
非洲	8.59%	7.06%	5.13%
大洋洲	0.75%	0.75%	0.55%
未知	1.56%	0.52%	0.08%
总计	100.00%	100.00%	100.00%

2020 年 6 月，印度政府以保护国家安全为由宣布封杀 59 款中国应用程序，导致扫描全能王产品在印度主流应用市场被迫下架，因此 2020 年 7 月后印度的新增注册用户量下降较多，导致亚洲地区的占比明显下降，其他地区占比均有所上升。

扫描全能王于 2018 年在境内推出微信小程序注册，报告期内微信小程序注册用户按照国内地区的分布占比如下表所示：

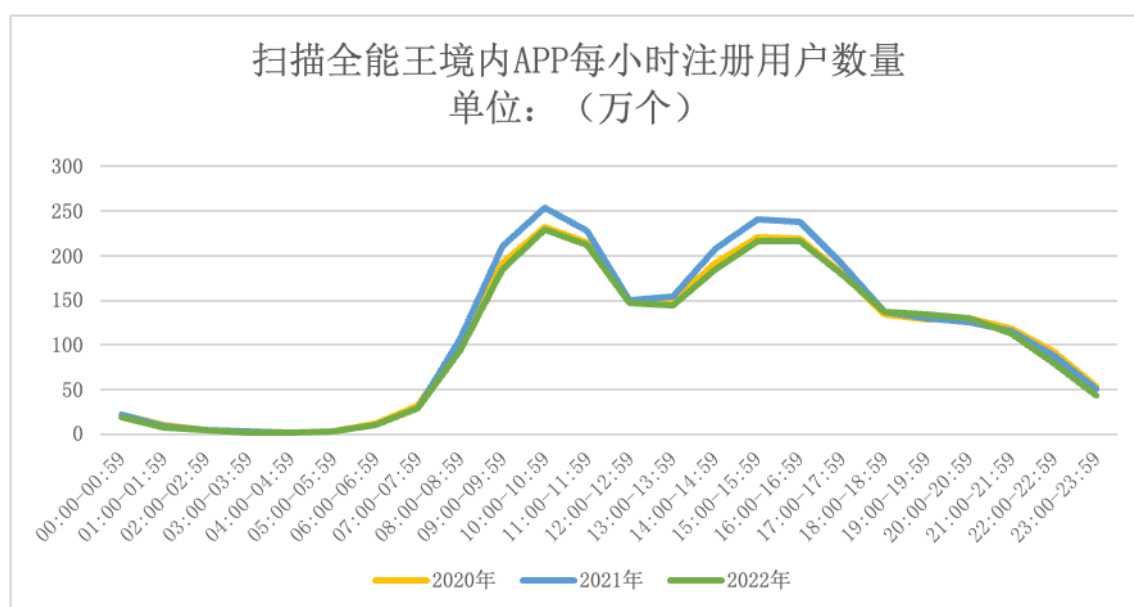
地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
华东地区	24.96%	25.32%	25.94%
华南地区	13.73%	15.02%	17.59%
华北地区	14.94%	14.19%	15.05%
华中地区	12.97%	12.30%	12.80%
西南地区	9.26%	10.37%	10.68%
西北地区	9.02%	9.62%	9.48%
东北地区	5.54%	4.97%	5.54%
港澳台地区	0.15%	0.16%	0.19%
未知	9.44%	8.05%	2.73%
总计	100.00%	100.00%	100.00%

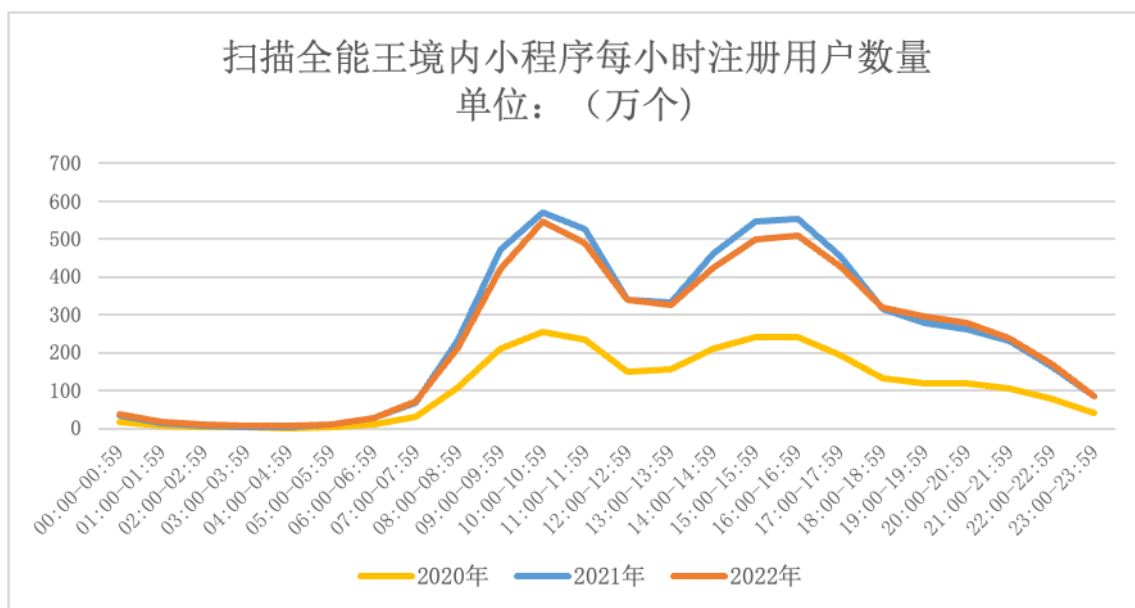
注：未知地区的用户数量占比逐年上升，主要系企业系统中的地区库表未更新，导致系统通过 IP 来划分用户时，未能划分地区。

由上表可知，报告期内，扫描全能王微信小程序新增注册用户也主要分布在华东、华南、华北和华中地区，地域分布无异常。

iv 新增注册用户注册时段分布

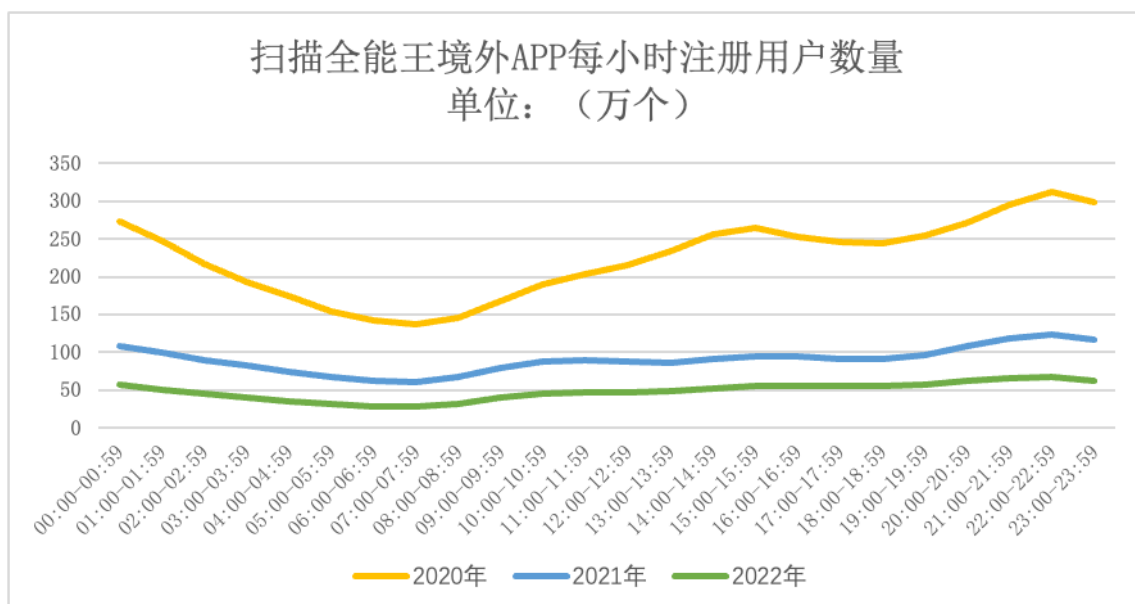
报告期内扫描全能王境内 APP 注册用户与微信小程序注册用户分析结果如下：





扫描全能王 APP 境内新增注册用户与小程序新增注册用户的高峰时段为 9:00-12:59 以及 14:00-16:59，低谷时段为 23:00-次日 07:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，无明显异常。

APP 境外注册用户由于各国时差因素，注册时段分布无明显的高峰与低谷时段，如下图所示：



b. 获取报告期内各 C 端产品的注册用户数量对应的 IP 地址数据，统计其中对应注册用户数量最多的前 100 个 IP 地址，并对上述 IP 地址对应的新增注册用户数量及订

单金额的集中度开展分析；

i TOP100 IP 注册用户的数量及地域分布

报告期内，扫描全能王 TOP100 IP 对应的用户数量及地域分布如下表所示：

单位：个

地址 \ 年份	2022 年		2021 年		2020 年	
	IP 数量	用户 ID 数量	IP 数量	用户 ID 数量	IP 数量	用户 ID 数量
华南地区	6	418,238	6	1,018,804	11	812,268
华北地区	11	22,318	36	78,687	41	62,765
西北地区	60	100,980	20	41,653	17	28,270
西南地区	-	-	22	34,799	-	-
华东地区	-	-	3	14,128	7	12,024
未知	-	-	1	5,970	-	-
本地	12	262,814	11	83,313	-	-
华中地区	5	8,992	-	-	4	7,584
东北地区	3	6,067	1	2,498	2	5,678
境外	3	10,873	-	-	18	25,269
前 100 大 IP 总计	100	830,282	100	1,279,852	100	953,858
占总数的比例	-	0.88%	-	1.17%	-	0.89%

注：未知地址 IP 为小程序错误导致的异常数据，目前该错误已经被修复

报告期内，前 100 大 IP 的用户 ID 数量有所波动，主要系：用户访问扫描全能王公众号并使用其功能时，会自动跳转到小程序，若未进行过注册，则默认注册的 IP 为公众号 IP。由于公众号渠道请求发起方为微信服务器，因此获取的 IP 为腾讯云 IP，从而导致用户的 IP 出现集中的情况。该情况下，报告期内 TOP100 IP 中，由公众号引流的小程序用户分别为 812,268 个、1,018,804 个和 418,238 个，是导致 TOP100 IP 所对应的用户占总用户数比例波动的主要原因。

本地 IP 出现的原因：2020 年无本地 IP，2021 年有 11 个本地 IP，2022 年有 12 个本地 IP，本地 IP 对应注册用户数量如下表所示：

年份	IP	用户数量（个）
2021 年	IP1	1,846

年份	IP	用户数量（个）
	IP2	1,894
	IP3-IP11	79,573
2022 年	IP12-23	262,814

2021 年共 11 个不同的合作方本地 IP：①IP1、IP2 主要系云服务商在 2021 年 8 月至 9 月期间存在服务异常，导致记录了网关层的机器 IP；②IP3-IP11 主要系由合作方进行联合营销活动赠送 VIP 会员返回的合作方服务器 IP 地址（截至报告期末该营销活动已下线）。

2022 年共 12 个不同的合作方本地 IP：主要系由合作方进行联合营销活动赠送 VIP 会员返回的合作方服务器 IP 地址。

除上述情况外，不存在其他本地 IP 的情形。

ii TOP100 IP 注册用户对应的订单金额

报告期内，扫描全能王各年度注册用户 TOP100 IP 下的用户通过微信、支付宝、银联支付渠道的对应的订单金额及在总金额中占比具体如下表所示：

单位：元

订单年份	微信	支付宝	银联	合计金额	占总金额比例
2020 年	97,826.50	23,116.00	-	120,942.50	0.02%
2021 年	46,214.20	14,786.00	-	61,000.20	0.01%
2022 年	19,879.00	150,750.00	-	170,629.00	0.01%

App Store、Google Play 平台的订单由于平台自身规则的原因，无法记录每个订单的具体金额，因此通过测算（根据第三方账单同类产品当月的总金额/总数量得出平均单价，用平均单价乘产品数量得出订单金额）TOP100 IP 付费用户中 App Store、Google Play 的对应订单金额，具体如下表所示：

单位：个，元

订单年份	App Store 数量	Google Play 数量	合计数量	测算金额	占总金额比例
2020 年	2,643	686	3,329	302,314	0.05%
2021 年	839	-	839	119,977	0.01%

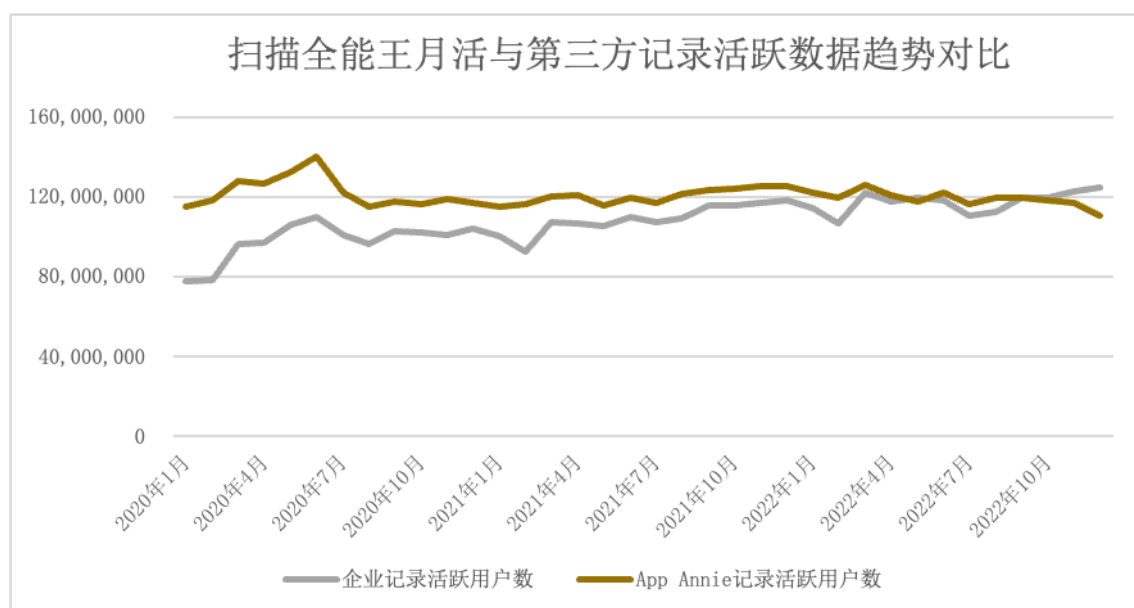
2022 年	1,951	389	2,340	549,353	0.05%
--------	-------	-----	-------	---------	-------

报告期各期，扫描全能王注册用户 TOP100 IP 的用户数量在当年总注册用户数量占比均在 1.5%以下，同时 TOP100 IP 用户付费金额占当年总订单付费金额比例在 0.1%以下，占比较低，因此 TOP100 IP 用户对扫描全能王注册用户数量及订单金额影响较小，无明显异常。

c. 获取报告期内各 C 端产品用户的月活数量、月均启动次数、日均使用时长、启动时间分布等用户行为数据并对其合理性开展分析；

i 用户的月活数量

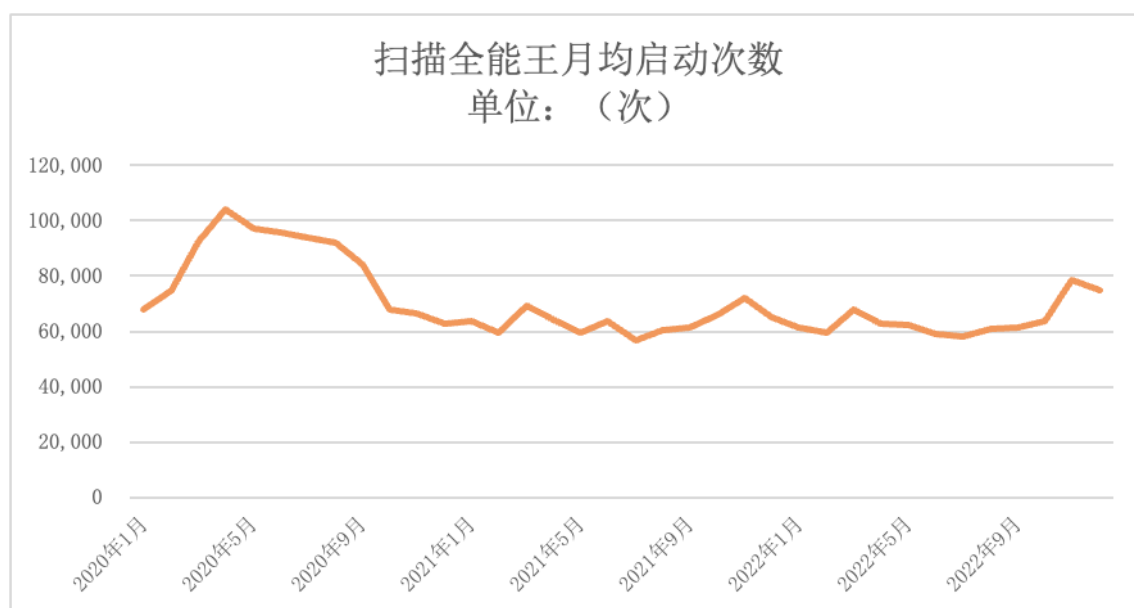
报告期内，发行人后台系统记录的月活跃用户数与第三方数据平台 App Annie 记录的月活跃用户数对比如下：



由上图可知，两者总体趋保持一致，无明显异常。

ii 月平均启动次数

报告期内，扫描全能王 APP 月活用户的月均启动次数（总启动次数/APP 月活用户数）如下：



2020 年初，扫描全能王月均启动次数整体呈现上升趋势，主要系：2019 年底，**外部环境影响下**，线上远程办公成为主要工作模式，扫描全能王的文档在线管理、远程分享、协作、传真等功能适应在线办公需求，用户量及使用频率均较 2020 年以前有所上升。

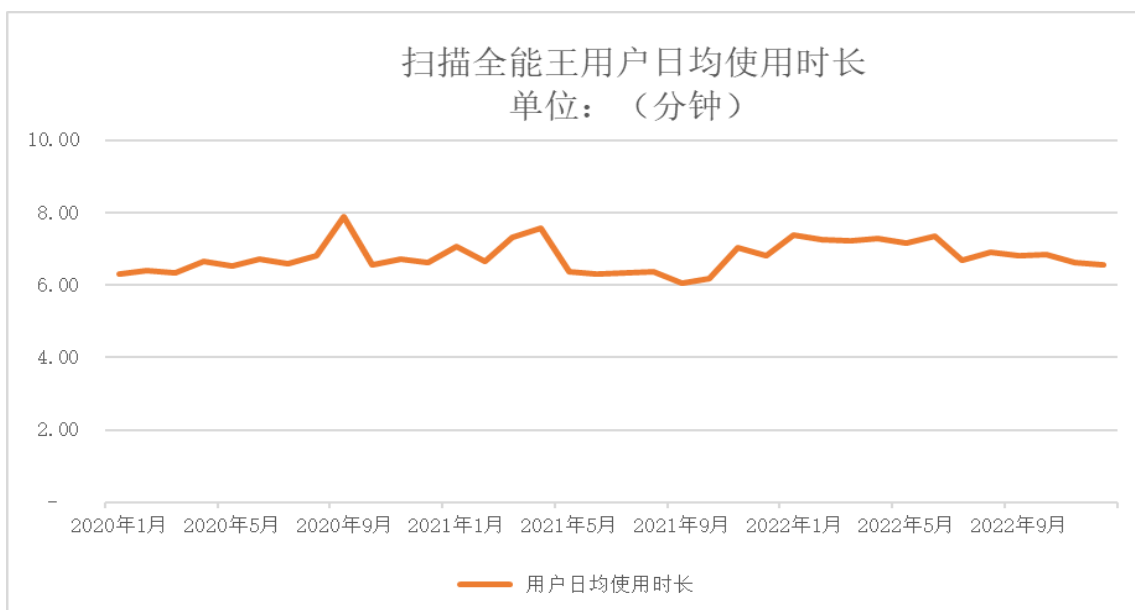
2022 年末，扫描全能王月均启动次数较高，主要系：**2022 年末**外部环境变化，国内居家办公增多导致需求量有所增加，新老用户使用量有所提高。

报告期各期，扫描全能王在 2 月平均启动次数较低，主要系春节影响，用户办公需求降低。

除上述情形外，报告期内，扫描全能王月平均启动次数变动趋势合理。

iii 日均使用时长

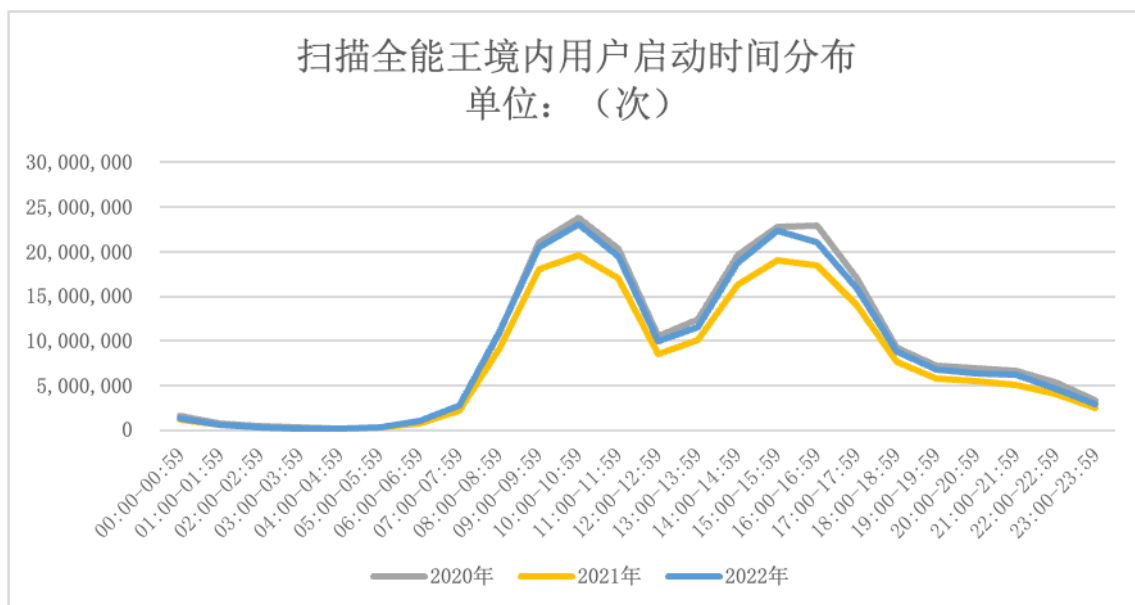
报告期内，扫描全能王用户日均使用时长情况如下：

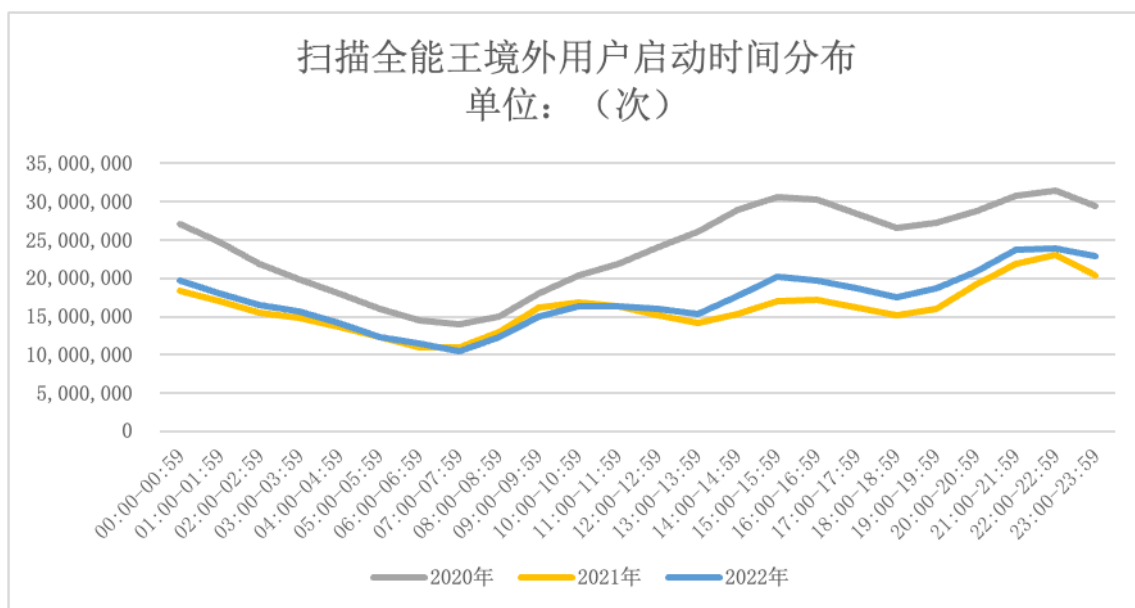


由上图可知，扫描全能王各时段用户平均使用时长无明显异常。

iv 启动时间分布

报告期内，扫描全能王境内用户和境外用户的启动时间分布情况如下：





由上图可知，境内用户的启动时间与日常商业活动时间相符，境外启动时间由于各国时差原因，未呈现明显特征，两者均无明显异常。

d.获取发行人在报告期内的各类 IT 运维成本，并将其与发行人业务规模进行匹配度分析。具体内容请参见首轮问询函回复“8、关于采购和供应商”之“一、（一）、1、服务器服务”。

B. 核查结论

经核查，通过对发行人各 C 端产品的注册用户增量趋势、用户注册的时间段和用户注册 IP 集中度以及 IT 运维成本匹配度进行分析，发行人 C 端产品在报告期内的新增用户数量变动趋势合理，无明显异常。

② 订单数据一致性核查

A. 核查程序

目前发行人系统后台根据 App Store、Google Play 和其他方式（微信、支付宝、银联、百度）对订单表进行区分。同时，发行人的扫描全能王、名片全能王支持的第三方在线支付方式包含了：微信、支付宝、银联支付、App Store 支付、Google Play 支付；而启信宝支持的第三方在线支付方式有：微信、支付宝、百度；找到支持的第三方在线支付方式有：微信、支付宝。不同支付方式能够取得的支付账单信息各不同。同时，针对不同支付渠道采用不同的核对方法来验证业务后台系统订单与第三方账单

的一致性，并统计相关的差异金额以及差异发生原因，从而对发行人 C 端收入的真实性、准确性与完整性开展核查。具体内容请参见首轮问询回复“10.关于信息系统核查”之“一、（三）、2、关于当业务系统与第三方账单数据出现不一致时如何录入财务系统及是否进行调整”。

B. 核查结论

经核查，通过将发行人系统记录的支付订单与第三方在线支付账单进行匹配，发行人业务系统记录的支付订单与第三方在线支付账单基本一致，无明显异常。

③ 第三方支付账号与用户 ID 关系核查

A. 核查程序

获取发行人各 C 端产品在报告期内的境内支付订单与第三方支付账单数据，首先分析订单数据的合理性并进行金额分层，再从第三方支付账单中获取各第三方支付账号，并与支付订单中的用户 ID 开展关系核查，以验证发行人 C 端收入的真实性与准确性，具体核查程序如下：

a. 汇总报告期内各产品用户支付金额，核查其支付最高金额是否合理，并对用户支付金额进行分层，并检查合理性；

b. 统计报告期内各年度使用 1 个支付账号为 2 个及以上用户 ID 进行支付的账号数量并判断其合理性；

具体内容请参见首轮问询回复“10、关于信息系统核查”之“二、（三）、2、用户收入异常”。

B. 核查结论

经核查，通过对发行人在报告期内的订单金额进行分层与合理性分析，并进行第三方支付账号与用户 ID 关系的核查，同时为多个用户 ID 进行支付的第三方支付账号数量较少，且对应的订单金额也较低，无明显异常。

④ 付费用户及订单数据分析

A. 核查程序

获取报告期内发行人 C 端产品的付费订单数量、用户的地域分布、购买金额、付

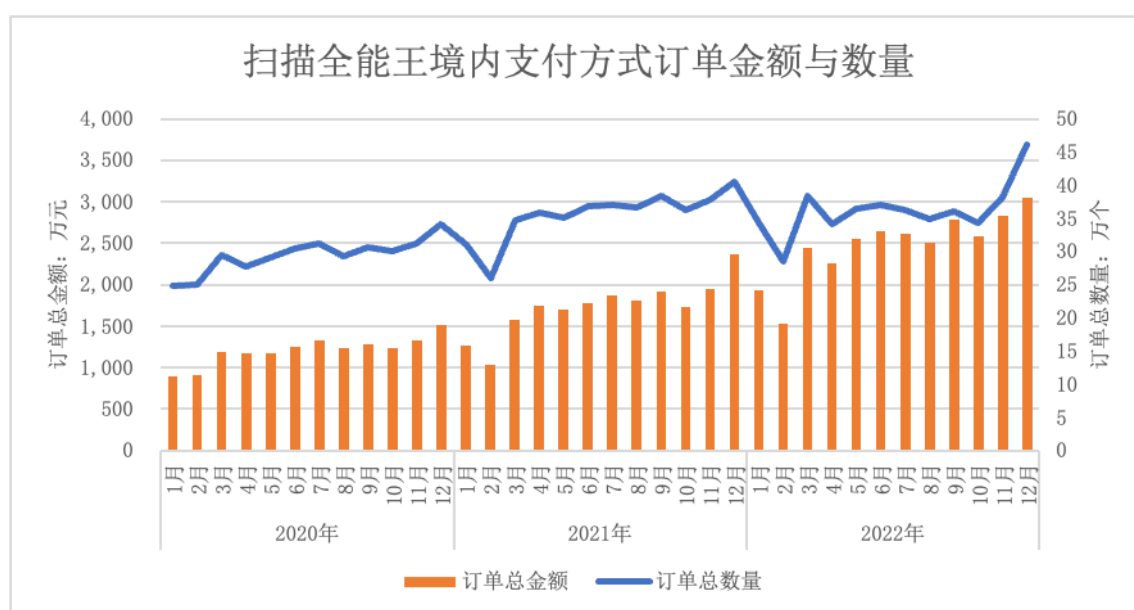
费用户的活跃情况等多维度数据，对发行人付费用户及订单量的合理性进行分析，具体核查程序如下：

a. 获取发行人 C 端产品的各类型付费订单数量、付费订单金额、消费频次、支付用户数数据，计算出发行人 C 端产品在报告期内的每付费用户付费金额（ARPPU），分析其变动趋势是否合理，具体内容请参见首轮问询回复“10、关于信息系统核查”之“二、（三）、2、用户收入异常”；

b. 按照境内外不同的支付渠道，对发行人 C 端产品的每日订单数量、订单类型等指标进行计算。同时，对订单数据按日进行汇总，分别计算日平均订单量与订单金额，分析其变动趋势是否合理；

i. 订单金额及数量分析

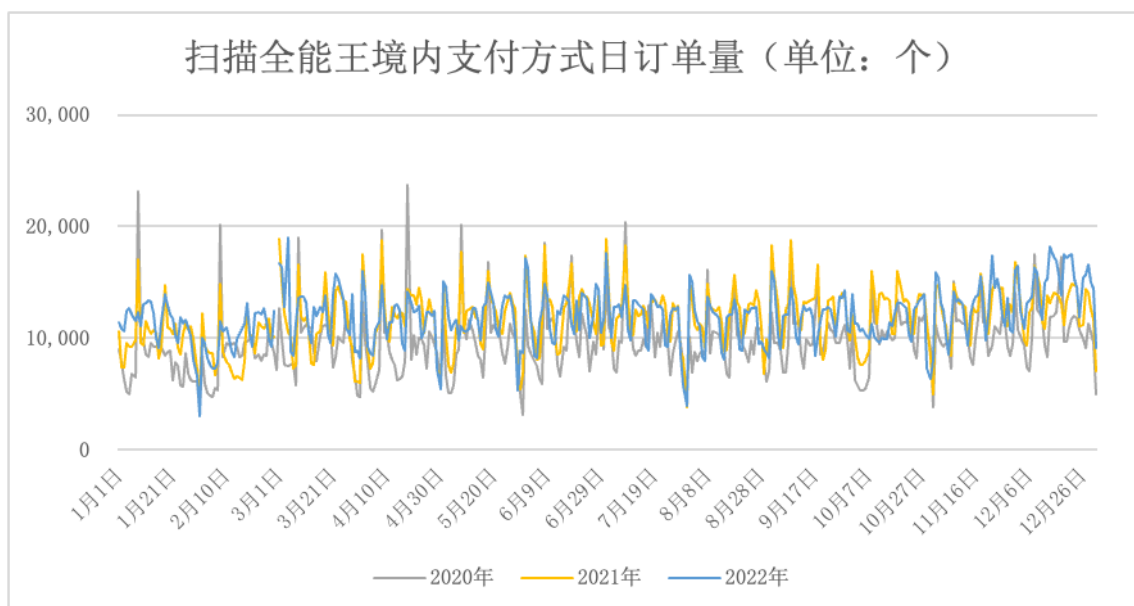
报告期内，扫描全能王境内支付方式的订单总数和金额的增长趋势基本一致，如下图所示：



每年 1-2 月期间，扫描全能王受春节因素影响，订单金额和订单数量有所下滑。2022 年 11-12 月订单数量升高主要系：支付宝渠道上架了首年 129 元/次年 258 元的包年产品，由于支付宝对周期扣款的额度限制为每个用户的单笔扣款不超过 100 元，所以该产品扣款时会分成两笔 64.5 元的订单，除此以外，不存在其他明显异常情形。

ii. 每日订单数量分析

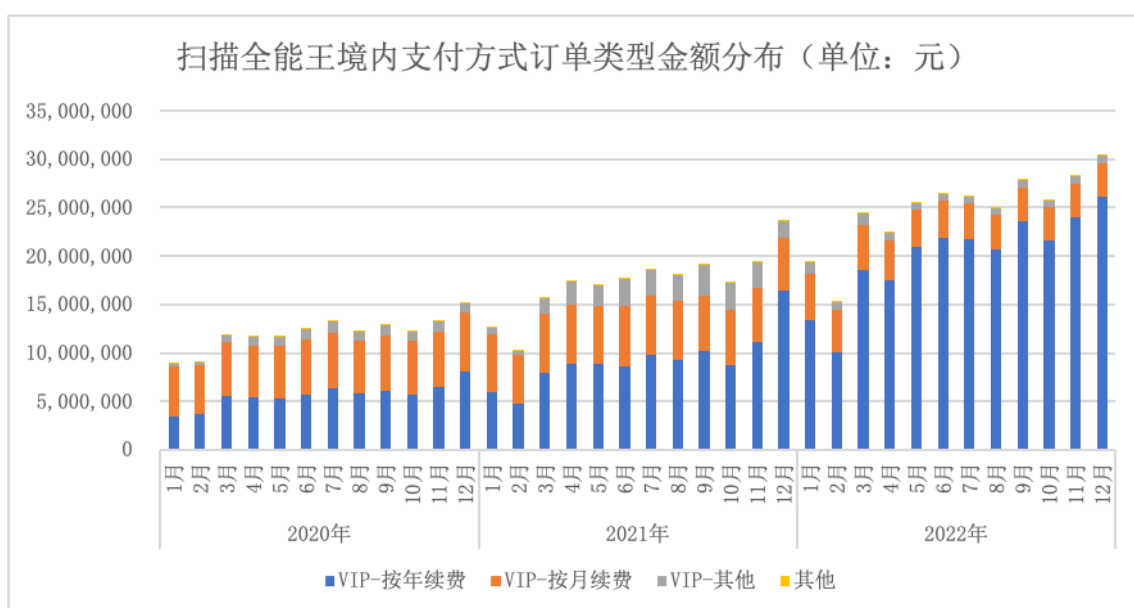
报告期内，扫描全能王产品的境内支付方式每日订单数量情况如下图所示：



2020年4月15-17日期间发生了扣费不成功的情况，公司于4月18日进行了批量补扣费，因此造成后续每月18日也是订单高峰期，公司已将造成以上掉单问题的扣费逻辑修复完善。

iii. 订单类型金额分布分析

报告期内，发行人的扫描全能王产品的境内支付方式订单类型如下图所示：



扫描全能王的境内支付方式订单以续费订单为主，自 2019 年起，公司引导用户按年付费，并在年费商品上制定了较多运营策略，因此按年续费的订单呈现上升趋势，整体趋势变化合理。

c. 将发行人 C 端产品的各支付渠道的支付订单按照用户注册 IP 地址进行匹配，计算得出支付订单金额的地区分布数据,分析其合理性；

报告期内，扫描全能王境内支付方式的订单金额地域分布如下表所示：

地区\年份	2022 年	2021 年	2020 年
国内	99.09%	98.83%	98.78%
华东地区	25.70%	26.48%	26.52%
华南地区	14.34%	15.27%	14.93%
华北地区	13.36%	13.79%	14.84%
西南地区	13.67%	13.38%	14.04%
华中地区	9.84%	9.51%	9.89%
西北地区	9.35%	8.56%	8.81%
东北地区	4.05%	4.00%	4.11%
港澳台地区	0.14%	0.18%	0.20%
未知	8.64%	7.68%	5.44%
国外	0.91%	1.17%	1.22%

注：未知地区主要是注册用户购买的订单，2021 年 4 月以前的非注册用户由于无法匹配 IP 地址，从而无法进行地区匹配（自 2021 年 4 月 1 日至报告期末，由于公司对记录扫描全能王付费非注册用户行为数据的方式进行优化，使得非注册用户行为数据与订单数据能够一一匹配）。

报告期内，所有区域的非注册用户购买的订单金额比例分别为 3.79%、12.53%、8.92%。2021 年增加了国内付费投放，针对付费投放带来的用户，公司会在用户使用扫描全能王产品时前置付费提醒功能，因此用户在非注册状态下付费的概率更高，导致 2021 年非注册用户购买的订单金额比例大幅提高。报告期内，扫描全能王的境内支付方式订单的地区分布占比与境内注册用户的地区分布占比基本相同。

App Store、Google Play 支付方式的具体核查内容请参见本轮问询回复“7、关于信息系统核查”之“一、（二）、2、说明针对境外订单关于用户收入潜在异常的核查情况，对发行人不存在异常的自充值或刷单情形的核查依据是否充分”。

d. 获取发行人 C 端产品各支付渠道的付费订单，汇总购买金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额及占比,分析其合理性;

报告期各期，扫描全能王境内支付方式中，购买金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额以及其占境内支付方式订单总金额的比例如下：

单位：万元

金额排名	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1-10	12.70	0.04%	8.37	0.04%	2.48	0.02%
11-100	7.93	0.03%	9.40	0.05%	7.32	0.05%
101-500	18.94	0.06%	20.06	0.10%	18.95	0.13%
501-1,000	19.57	0.07%	21.24	0.10%	21.32	0.15%
1001-2,000	36.17	0.12%	38.72	0.19%	38.70	0.27%
其他	29,662.63	99.68%	20,630.24	99.53%	14,432.66	99.39%
合计金额	29,757.93	100.00%	20,728.04	100.00%	14,521.43	100.00%

报告期内，由于付费用户数量和总订单金额不断增加，境内支付方式付费金额前 2,000 名的用户的金额占比分别为 0.61%、0.47%、**0.32%**，占比较低。

报告期内，单用户付费最高金额分别为 4,400 元、21,285 元和 74,052 元，2020 年购买金额前 10 的用户大多是购买了团队 VIP 会员和点券产品，2021 年金额前 10 用户较多购买 VIP 会员及点券产品，**2022 年**金额前 10 用户较多购买 VIP 会员及团队 VIP 会员，其中 2021 年、**2022 年**单用户付费最高金额较大主要系该账号为**转售账号**的行为，目前公司通过新增技术手段对**转售账号**行为进行监测，当单支付账号购买次数超过设定的监测值，如单日支付满 5 单/单周满 10 单/单年满 30 单等，则进行熔断提醒，当触发二次熔断时会对账号进行永久封禁。除此以外，报告期内用户付费最高金额无明显异常。

综上，扫描全能王境内支付方式订单各期购买金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额及内容无明显异常。

App Store、Google Play 支付方式的具体核查内容请参见“7、关于信息系统核查”之“一、（二）、2、说明针对境外订单关于用户收入潜在异常的核查情况，对发行人不存在异常的自充值或刷单情形的核查依据是否充分”。

e. 获取报告期内发行人 C 端产品的付费订单及 IP 地址，分别统计各年度的付费用户数量最多的前 100 个 IP 用户付费频次，分析其合理性。

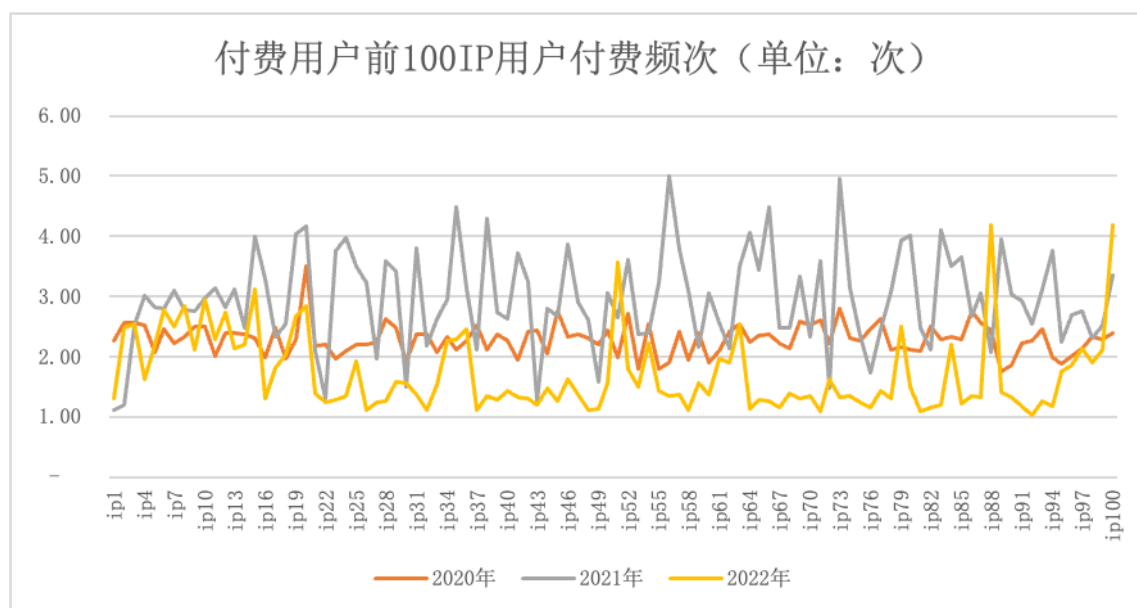
报告期内，扫描全能王付费用户的 IP 地址取自其首次活跃记录的 IP，或注册时的 IP 地址（自 2021 年 12 月 13 日起至报告期末订单均记录下单 IP 地址，故使用下单 IP 地址），部分付费用户为非注册用户，无法匹配其 IP 地址，自 2021 年 4 月 1 日至报告期末，由于公司对记录扫描全能王付费非注册用户行为数据的方式进行优化，使得非注册用户行为数据与订单数据能够一一匹配，因此使用非注册用户的活跃 IP 地址，另外有少量注册用户因系统埋点统计原因未能记录到 IP 地址，报告期内各年份付费用户 IP 地址记录情况具体如下：

年份	注册用户数量占比		非注册用户数占比
	有 IP	无 IP	
2020 年	83.93%	0.19%	15.88%
2021 年	75.17%	0.59%	24.23%
2022 年	78.65%	1.32%	20.03%

报告期内，汇总扫描全能王各年度的付费用户数量最多的前 100 个 IP，匹配其对应所有的订单。由于 App Store 和 Google Play 订单未记录订单金额，因此计算各年度付费用户数量前 100IP 的用户数量占总用户数量比例，及订单数量占总订单数量比例如下表所示：

年份	2022 年	2021 年	2020 年
前 100IP 用户数量（个）	8,597	8,374	13,728
前 100IP 用户数量占比	0.17%	0.19%	0.38%
前 100IP 订单数量（个）	15,010	24,589	31,601
前 100IP 订单数量占比	0.14%	0.23%	0.33%

扫描全能王付费用户数量前 100IP 中每个 IP 的用户付费频次，均在 1-5 次之间，用户付费频次无明显异常。



f.结合报告期内发行人 C 端产品的付费订单及活跃数据，分别统计各 C 端产品未活跃用户的数量及累计比例，分析其合理性，具体内容请参见首轮问询回复“10.关于信息系统核查”之“一、（五）、2、关于付费用户中是否存在僵尸用户或使用频率极低的用户及合理性”。

B. 核查结论

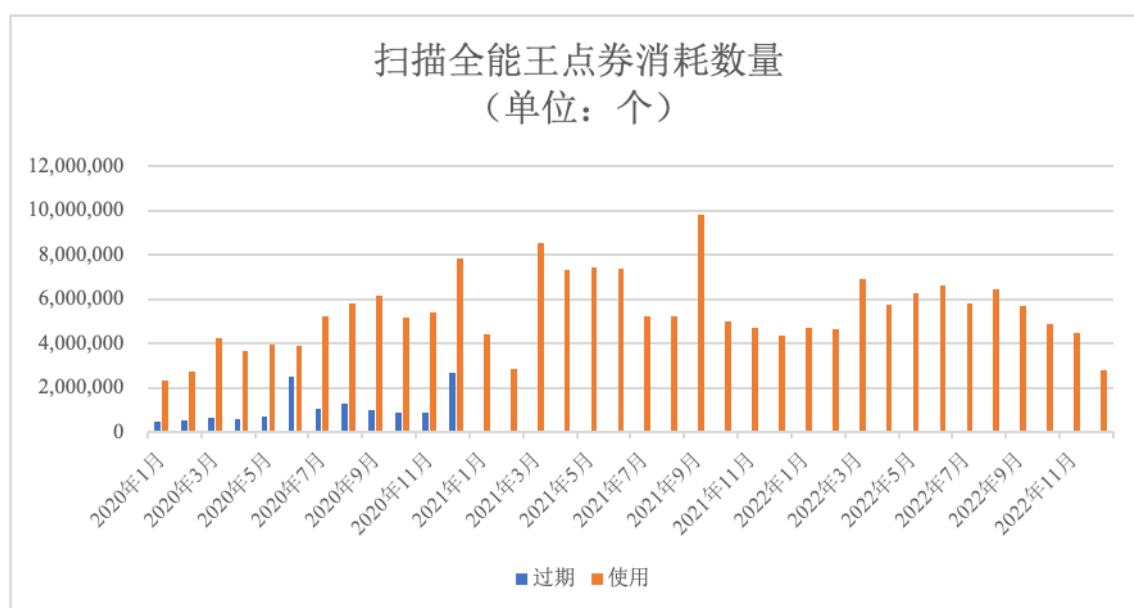
经核查，通过执行付费用户及付费订单数据分析，相关指标的数量及变动趋势合理，无明显异常。

⑤ 扫描全能王点券消耗数据核对

A. 核查程序

报告期内发行人存在点券充值的 C 端产品仅包含扫描全能王，扫描全能王点券的消耗分为使用消耗和过期消耗，点券商品在初始上线时未设置有效期，自 2018 年 2 月起发行人对点券设置了两年的有效期，过期时间设置为购买月份两年后的当月最后一天或次月的第一天，例如 2018 年 3 月购买的所有点券，大多在 2020 年 3 月 31 日过期，少量在 2020 年 4 月 1 日过期。业务后台分别记录了点券的购买、点券的消耗以及余额信息，但消耗与购买情况没有直接关联。通过余额表进行二次关联并进行核查，计算得出报告期内扫描全能王点券的使用消耗数量及过期消耗数量，并结合收入数据分析其合理性，进一步验证发行人 C 端收入的准确性与完整性。

报告期内，扫描全能王点券的消耗数量汇总如下图所示：



点券有效期为两年，2020年1月至报告期末，没有明显点券过期的情况，不存在通过干涉点券有效期，导致点券提前确认收入的情况。

同时针对点券未使用的情况，提取了2020年1月1日起购买了点券至过期都未使用的用户订单，合计点券数量为13,303,850个，点券标准单价为0.01元，因此这部分用户购买总金额约为133,038.50元，金额较低，且99.36%用户有活跃记录，公司没有虚增点券订单以增加收入的情形。

B. 核查结论

经核查，报告期内发行人的扫描全能王点券购买数量、使用数量及余额数量合理，无明显异常。

⑥ 广告业务核查

A. 核查程序

发行人所拥有的APP作为广告投放的媒体，可投放的方式通常为第三方广告平台对接、自有平台投放，以及信息引流。第三方广告平台对接是APP以API或SDK的形式外接第三方广告平台，如Google、Facebook、今日头条等，第三方平台有自己独立的广告系统，发行人在其广告系统上开立账号，查询广告效果及结算数据。自有平台由发行人内部开发，直接与APP对接，广告投放排期由运营人员在平台上进行配

置。信息引流是发行人在自有 APP 界面中上架外部链接，由广告主直接记录效果信息并提供结算单结算。具体核查程序如下：

a. 针对第三方平台广告投放业务，获取第三方平台的展示量、点击量数据，以及发行人大数据平台记录统计的展示量、点击量数据，执行对比后进一步对差异数量、差异比例、平均单价进行合理性分析；

b. 针对自有平台广告投放业务，从大数据平台中批量提取报告期内的广告排期，确认广告排期的展示时长合理；

c. 针对信息引流业务，获取由广告主提供的日期和结算金额，确认结算金额与发行人的收入确认金额相符。

②核查结论

经核查，发行人自有平台广告业务经营数据完整准确，第三方平台及引流业务经营数据与公司自行记录的数据能够匹配。不同的客户及结算方式的单价具有合理性。自有平台广告投放素材及点击量合理，投放真实。

（4）资金流水核查

对发行人及其实控人、控股股东、董监高、关键岗位人员资金流水进行核查，查看是否存在最终资金流向用于发行人自充值或刷单的情形。详细核查程序请见本题之“一、（二）结合对发行人及其实控人、控股股东、董监高、关键岗位人员资金流水的核查情况，说明是否存在最终资金流向用于发行人自充值或刷单的情形”。

（5）其他财务核查

1) 核查公司 C 端的具体业务情况和会计处理方式，确认 C 端业务在不同收费模式下的会计处理是否符合收入准则，C 端业务不同计费模式下收入的具体确认方法：

计费模式	产品类型	收入确认的具体方法
预收年费	VIP 会员 1 年、VIP 会员 2 年、VIP 会员 3 年、VIP 会员连续包年、钻石 VIP 会员 1 年、钻石 VIP 会员 3 年等产品	根据用户购买的会员服务期间分期确认收入
预收月费	VIP 会员 1 个月、VIP 会员 7 天、VIP 会员连续包月等产品	用户购买月一次性确认收入
单次收费	CS 传真、名片精准识别、企业信用报告、境外企业报告、企业数据导出等产品	用户完成购买后一次性确认收入
预充值	CS 点券（消耗点券可以取得获取云空间，文字识别，翻译，贺卡，证件模式，身份	用户实际消耗预充值金额时确认收入

计费模式	产品类型	收入确认的具体方法
	证验真等服务)	

2) 核查公司 C 端业务收入的入账依据, C 端入账依据主要为订单中心的业务账单及第三方平台账单: 订单中心每月月初提供上月的业务账单给财务部, 财务部将业务账单及第三方平台账单进行核对, 核对无误后将业务账单导入 Oracle Fusion 收入分摊系统中, 由 Oracle Fusion 自动摊销确认收入;

①通过财务部获取 C 端业务的第三方平台收款账号, 在 IT 审计团队的支持下从大数据后台使用代码方式获取业务后台的第三方平台的账号信息, 并将二者进行核对, 检查账号是否完整;

②登录第三方平台, 并检查在第三方平台登录的账号信息登记情况, 包括检查该账号下登记的公司信息是否为发行人或发行人子公司、账户管理人信息是否为公司员工、对接的银行账号信息是否属于发行人公司账户等, 同时重新下载获取报告期内账单资料, 并了解账单主要字段与内部业务系统中记录的订单的对应匹配关系。获取的账单资料如下:

第三方平台	获取的账单资料	交易账单主要字段
支付宝	交易账单 (包括账务明细、业务明细)、资产证明	业务流水号、商户订单号、订单时间、交易类型、商品名称、订单金额、手续费
微信	交易账单、资金账单、日终余额证明	微信订单号、商户订单号、交易时间、交易类型、商品名称、用户标识、订单金额、手续费
银联	交易账单	交易流水号、订单号、交易时间、交易状态、支付账号 (前 6 位+后 4 位)
App Store	交易账单、financial_report	Start Date (本期账单开始日期)、End Date (本期账单结束日期)、Vendor Identifier (商品类型)、Country Of Sale (销售国家/地区)、Quantity (商品数量)、Partner Share (本币单价)、Customer Currency (本币币种)、Extended Partner Share (本币金额)、Exchange Rate (本币转化原币汇率)、Proceeds (原币金额)、Withholding Tax (预扣税)
Google Play	交易账单	Description (交易流水号)、Transaction Date (交易日期)、Transaction Type (交易类型)、Product id、(产品名称)、Sku Id (内购商品名称)、Buyer Country (销售国家/地区)、Buyer Currency (本币币种)、Amount (Buyer Currency) (付款金额 (本币))、Currency Conversion Rate (本币转化原币金额)、Amount (Merchant Currency) (付款金额 (原币))
百度	交易账单	平台订单号、第三方订单号、订单创建时间、订单状态、支付金额、用户手机号 (前 3+后 4)

第三方平台	获取的账单资料	交易账单主要字段
华为	结算单、对账邮件	华为订单号、商户请求号、订单时间、商品名、业务类型、支付金额

③通过获取 App Store、Google Play、支付宝、微信等第三方平台的账单及第三方平台转入公司账户的银行流水，核查回款是否真实发生，核查比例达到 100%；

④获取 App Store、Google Play、支付宝、微信等第三方平台的结算协议、开发者协议等，核查其具体的结算方式，具体如下：

支付渠道	权利义务约定	公司结算方式
支付宝	公司委托支付宝将公司银行卡内的资金充值到公司的支付宝账户，或委托支付宝代为收取第三方向公司支付的款项。然后根据公司的指令，将该等款项的全部或部分实际入账到公司的银行账户或支付宝账户（含提现）。	所收取的会员服务款项实时进入公司支付宝账户，由公司财务自主选择提现时间及提现金额，在公司提现至公司银行账户时支付宝平台会收取一定比例的提现手续费，提现一般为实时到账。
微信	用户购买公司的商品或服务后，财付通在一定周期内将交易资金记账至公司的微信支付商户号，并根据协议约定和公司的设置，提现至公司的银行账户。	所收取的会员服务款实时进入公司的微信账户，由公司财务自主选择“T+1”或“T+7”模式自动提现，或选择手动提现到银行账户，在公司提现至公司银行账户时微信平台会收取一定比例的提现手续费。
App Store	在从任意最终用户收取的金额作为根据 App Store 协议交付给该最终用户的相应许可申请的价格，App Store 应扣除其有关该许可申请的全部佣金，以及 App Store 根据签订协议第 3.2 和 3.4 条收取的任何税款，并向公司汇款，或发出对公司有利的抵免，这些价格的剩余部分，包括以下内容：汇款支付（i）仅通过电汇方式支付；（ii）遵守月最低汇款限额；（iii）要求您在应用商店连接网站提供某些汇款相关信息；（iv）根据上述要求，将不迟于 App Store 从最终用户收到相应金额的月期结束后 45 天完成。	由 App Store 从最终用户收到相应金额的月期结束后 45 天内扣除服务费及税费后打款到公司银行账户。
Google Play	公司委托 Google Play 作为公司的代理或市场服务提供商，负责在 Google Play 中提供公司的产品。在向协议约定的国家/地区销售或提供的产品的记录中，Google Play 将作为公司（作为委托人）的代理方被设定为商家。在向除此之外的所有其他用户销售或提供的产品的记录中，公司是被设定为商家。公司设置的产品价格将决定公司能收到的付款金额。服务费将按售价收取。	由 Google Play 扣除服务费及税费后在次月打款至公司银行账户。

对于支付宝、微信平台：公司所收取的会员款项实时到账，公司可以自主选择提现时间，支付宝可以选择即时提现、微信可以选择 T+1 提现，提现周期短、时间快。

对于 App Store 及 Google Play 应用市场：公司与该等第三方收款平台在收款及结算方面存在一定的账期，通过该等平台所收取的会员款项先进入 App Store 及 Google Play 应用市场的账户，在账期结束后，App Store 及 Google Play 根据账单及合同约定的结算方式打款至公司银行账户，该模式为平台的常规结算模式。

3) 对公司的业务系统和财务系统执行穿行测试程序：①验证用户注册环节，确认后台系统准确记录用户注册信息，且用户注册时验证手机号或邮箱的唯一性；②验证用户购买环节，确认后台系统准确记录用户的订单信息，并为用户赋予其购买的对应权益；③验证测试用户购买环节，确认测试用户能够与普通用户购买进行区分；④验证用户退款环节，确认退款信息能够准确记录并自动修改用户权益。

经核查，公司收入确认政策符合企业会计准则规定，收入确认依据真实、准确、完整，业务系统和财务系统控制有效，符合公司业务实质。

2、保荐机构及申报会计师核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：C 端收入真实、准确、完整，核查证据充分。

3、保荐机构内核部门意见

保荐机构内核部门重点关注 C 端收入真实、准确、完整的核查情况进行了审核，履行的核查程序包括：

1、对项目组提交的有关 C 端收入尽职调查材料进行审核，包括但不限于：1) 审核了 C 端收入尽调程序；2) 审核了收入增长驱动因素的分析逻辑，与项目组沟通确认分析框架的严谨性和合理性；3) 审核了 IT 审计相关核查程序是否覆盖发行人的所有业务，并逐条核对是否满足《监管规则适用指引——发行类第 5 号》问题 5-13 通过互联网开展业务相关信息系统核查和问题 5-14 信息系统专项核查的所有要求；4) 与项目组沟通用户真实性核查抽样方法的科学性和有效性，对样本的核查维度提出了完善要求，针对反馈比例较低的情况要求补充开展替代核查程序等；

2、查阅了 C 端收入的外部确认底稿，包括 App Store, Google Play, 支付宝, 微

信等平台的结算账单等，查阅了 IT 审计报告，流水核查底稿等其他重要底稿。

保荐机构内核部门认为：结合发行人的业务模式和客户特征，保荐机构及申报会计师执行了适当的核查程序，同意前述核查结论。

6.2 关于收入变动及可持续性

根据首轮问询回复：（1）智能文字识别 B 端基础技术服务 2018-2020 年收入持续下降原因系市场竞争激烈，竞争对手进行低价竞争；标准化服务（名片全能王企业版）收入小幅下降原因系主要产品市场日本受疫情影响经济面临较大下行压力；（2）商业大数据 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；报告期内启信宝收入分别为 2,307.58 万元、4,896.54 万元、6,758.80 万元、5,500.72 万元，投向该产品的广告宣传费分别为 930.29 万元、5,925.35 万元、7,095.48 万元和 5,243.18 万元；（3）智能文字识别及商业大数据 B 端软件授权-期间授权、升级和更新及技术支持服务的收入确认依据为合同约定、交付邮件、业务后台记录的客户实际使用消耗表、结算单，存在 B 端业务收入确认依据为交付邮件的情形。

请发行人说明：（1）报告期内智能文字识别 B 端基础技术服务的客户数量、销售单价、平均单客户销售额的变动情况及原因；区分不同市场说明标准化服务的收入分布、销售数量及产品单价，并结合上述情况以及新老客户收入占比、在手订单情况等说明前述两类服务未来收入的变动趋势，是否会持续下降，并视情况完善相关风险揭示；（2）结合报告期各期对启信宝的营销投入及其收入、相关业务指标的变动情况说明营销推广效果，该业务未来发展规划及收入变动趋势，并视情况完善相关风险揭示；（3）结合不同业务类型及相应合同约定说明智能文字识别及商业大数据 B 端软件授权-期间授权、升级和更新及技术支持服务的收入确认方法和收入确认依据；以交付邮件作为收入确认依据的原因及合理性，上述收入确认方法和依据是否符合《企业会计准则》的规定及行业惯例。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见

一、请发行人说明：（1）报告期内智能文字识别 B 端基础技术服务的客户数量、销售单价、平均单客户销售额的变动情况及原因；区分不同市场说明标准化服务

的收入分布、销售数量及产品单价，并结合上述情况以及新老客户收入占比、在手订单情况等说明前述两类服务未来收入的变动趋势，是否会持续下降，并视情况完善相关风险揭示；（2）结合报告期各期对启信宝的营销投入及其收入、相关业务指标的变动情况说明营销推广效果，该业务未来发展规划及收入变动趋势，并视情况完善相关风险揭示；（3）结合不同业务类型及相应合同约定说明智能文字识别及商业大数据 B 端软件授权-期间授权、升级和更新及技术支持服务的收入确认方法和收入确认依据；以交付邮件作为收入确认依据的原因及合理性，上述收入确认方法和依据是否符合《企业会计准则》的规定及行业惯例。

（一）报告期内智能文字识别 B 端基础技术服务的客户数量、销售单价、平均单客户销售额的变动情况及原因；区分不同市场说明标准化服务的收入分布、销售数量及产品单价，并结合上述情况以及新老客户收入占比、在手订单情况等说明前述两类服务未来收入的变动趋势，是否会持续下降，并视情况完善相关风险揭示

1、报告期内智能文字识别 B 端基础技术服务的客户数量、销售单价、平均单客户销售额的变动情况及原因，结合上述情况以及新老客户收入占比、在手订单情况等说明智能文字识别 B 端基础技术服务未来收入的变动趋势，是否会持续下降，并视情况完善相关风险揭示

（1）智能文字识别 B 端基础技术服务客户数量、销售单价及平均单客户销售额分析

公司智能文字识别基础技术服务包含超过 100 种证照识别模块，包括不同国家的身份证、驾驶证、行驶证、结婚证、营业执照、税务登记证等，主要通过授权许可软件，以部署移动端 SDK 或公有云 API 方式交付给客户。

移动端 SDK 的销售定价主要采取协议定价的方式，公司会参考指导价格清单，根据产品的成本投入情况、后续预计维保成本，考虑客户体量和所在国家/地区的经济水平，参考友商定价，双方经过协商或商务谈判最终确定产品价格，并签订合同；公有云 API 交付的技术模块的销售定价主要为客户预充值后按照 API 调用次数收费，不同识别模块的单次调用价格有所不同。报告期内，发行人的指导价格清单和定价机制基本保持稳定，销售单价由客户采购的软件授权内容和调用 API 次数决定，导致针对不同客户的销售价格不具有绝对可比性。

报告期内智能文字识别 B 端基础技术服务客户数量及平均单客户销售额的变动分析如下表：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售收入（万元）	4,343.86	4,146.36	3,013.02
客户数量（个）	707	645	575
平均单客户销售额（万元/个）	6.14	6.43	5.24

注：客户的口径为已合并同一控制下企业后的口径

2020 年-2022 年，智能文字识别 B 端基础技术服务的销售收入呈上升趋势，主要是受客户数量不断增长拉动，平均单客户销售额有所下降主要是由于，2021 年开始，公司通过线上平台进一步优化基础技术服务的整体销售与客户购买流程，基于超过 100 种证照识别技术模块的优势，利用在线平台加大对长尾客户的开发力度，客单价低于 1 万元的客户数量从 2021 年的 292 家上升到 2022 年的 329 家。

（2）新老客户收入占比分析

单位：万元

项目	2022 年		2021 年度		2020 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
老客户	2,765.48	63.66%	2,507.74	60.48%	1,558.16	51.71%
新客户	1,578.38	36.34%	1,638.62	39.52%	1,454.86	48.29%
合计	4,343.86	100.00%	4,146.36	100.00%	3,013.02	100.00%

注：当期首次购买公司基础技术服务产生收入即为当期的新客户，该部分客户再次购买时被认定为老客户。

报告期内，公司智能文字识别 B 端基础技术服务的新客户、老客户收入占比，总体呈现老客户占比上升、新客户占比下降的趋势，老客户收入占公司智能文字识别基础技术服务收入的比例分别为 51.71%、60.48%和 **63.66%**，呈上升趋势的主要原因为该市场开发新客户的竞争较为激烈。未来公司将加大新客户开发力度，并积极服务和挖掘老客户的新需求。

（3）未来收入变动趋势

截至 2022 年底，发行人智能文字识别基础技术服务在手订单金额共计 **5,148.91**

万元（合同签署日在**2022年1月至2022年12月**之间的订单）。

综上，智能文字识别 B 端基础技术服务业务未来仍将保持可持续的发展：1）报告期内客户数量规模保持稳定，且呈现上升趋势，未来仍将保持对新客户的开发力度，客户数量的增加将对该部分收入增长做出贡献；2）公司老客户整体收入稳中有升，形成公司该部分收入的基本盘；3）从在手订单角度，截至**2022 年底**公司的在手订单金额已反映公司较强的订单获取能力。

发行人已在招股书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“（一）市场竞争加剧的风险”中补充智能文字识别 B 端基础技术服务业务面临的竞争：

（一）市场竞争加剧的风险

（3）公司报告期内智能文字识别 B 端基础技术服务业务分别实现收入 3,013.02 万元、4,146.36 万元、**4,343.86 万元**，占相应期间公司营业收入总额比例分别为 5.21%、5.15%、**4.39%**，主要是因为此领域产品偏向同质化，竞争较为激烈所致；百度、腾讯、阿里等综合型 AI 厂商均在其云平台提供智能文字识别标准化服务，加剧了公司智能文字识别 B 端业务所面临的行业竞争，**未来存在收入下降的风险**。

2、区分不同市场说明标准化服务的收入分布、销售数量及产品单价，结合上述情况以及新老客户收入占比、在手订单情况等说明智能文字识别 B 端标准化服务未来收入的变动趋势，是否会持续下降，并视情况完善相关风险揭示

（1）境内外收入分布、销售数量及产品单价分析

公司智能文字识别 B 端标准化服务为名片全能王企业版 SaaS 软件服务，是提供面向企业的名片识别、客户名片管理、CRM 客户关系管理等基于公有云的服务，目前主要销售至日本，境内收入占比较小。报告期内，日本地区的销售收入占该业务总体销售收入的 82.70%、77.64%和**69.02%**。

单位：万元

智能文字识别 B 端标准化服务销售收入	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内	64.43	69.57	75.59
境外	564.50	614.89	703.16
境内外合计	628.93	684.46	778.75

报告期内，名片全能王企业版在日本地区的销售收入主要凭借日本当地的经销商的销售资源进行推广，日本地区主要经销商对应的名片全能王企业版产品的收入情况如下表所示：

单位：万元

经销商	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Kingsoft Japan, Inc.	418.82	523.60	641.24
智能文字识别 B 端标准化服务 日本地区总收入	434.08	531.40	644.02

注：2021 年和 2022 年，除 Kingsoft 外，公司通过 Stripe 跨境收款平台和 Vector 应用平台进行小部分名片全能王企业版产品结算。

名片全能王企业版在境内外根据不同用户的多样化需求，推出基础版、高级版两类产品，按照企业客户购买的使用者 ID（下称“UID”）数量计价。报告期内，日本及境内地区名片全能王企业版产品的 UID 销售数量及平均销售单价情况如下表所示：

项目		2022 年	2021 年度	2020 年度
日本	UID 数量（个）	258,966	309,156	329,780
	平均销售单价（元/个）	16.76	17.19	19.53
	销售收入（万元）	434.08	531.40	644.02
境内	UID 数量（个）	10,076	16,043	17,030
	平均销售单价（元/个）	63.95	43.37	44.39
	销售收入（万元）	64.43	69.57	75.59

注：日本地区平均销售单价低于境内主要是由于日本销售模式为买断经销模式，销售单价为销售至经销商的单价，非终端售价；境内销售单价为销售至终端的单价。

报告期内，智能文字识别 B 端标准化服务境外收入呈下降趋势，主要系：1）日本经济面临较大下行压力。名片全能王企业版产品在日本市场推广受阻；2）发行人未在日本地区额外投入较多资源增加推广，日本地区整体销售收入增速有所下降；3）同时采购定价较低的基础版产品的客户增多，导致平均销售单价也有小幅下滑。

报告期内，智能文字识别 B 端标准化服务境内收入有所下滑，主要系：1）微信等社交软件迅速崛起，部分名片全能王企业版客户的员工使用社交软件交换联系方式来

替代交换纸质名片，导致名片全能王的 UID 数量及客户数量出现小幅下降；2）**外部环境变化**影响导致国内线下商务活动场景受阻，交换名片频率降低，整体行业需求受到负面影响。但其各期绝对金额低于 100 万元，占公司总收入比重低于 1%，非公司重点业务，因此对公司业绩影响有限。

（2）新老客户收入占比分析

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
老客户	605.29	96.24%	654.19	95.58%	714.58	91.76%
新客户	23.64	3.76%	30.27	4.42%	64.17	8.24%
合计	628.93	100.00%	684.46	100.00%	778.75	100.00%

注：当期首次购买公司智能文字识别 B 端标准化服务产生收入即为当期的新客户，该部分客户再次购买时被认定为老客户。经销销售以经销商口径统计，未穿透至终端销售客户。

报告期内，公司智能文字识别 B 端标准化服务的老客户收入分别为 714.58 万元、654.19 万元和 605.29 万元，占公司标准化产品收入的比例分别为 91.76%、95.58%和 96.24%，老客户贡献了发行人标准化产品主要收入，主要原因为，如前所述，日本经销商收入占智能文字识别 B 端标准化产品总体收入的 80%左右，而报告期内 Kingsoft Japan, Inc. 一直作为公司的经销商，其收入占标准化产品收入的比重分别为 82.34%、76.50%和 66.59%。未来公司将加大新客户开发力度，并积极服务和挖掘老客户的新需求。

（3）未来收入变动趋势

截至 2022 年 12 月底，发行人智能文字识别标准化服务在手订单金额共计 581.47 万元（合同签署日在 2022 年 1 月至 2022 年 12 月之间的订单）。

综上，智能文字识别 B 端标准化服务具有一定的可持续性：1）日本市场具有重视纸质名片管理的文化背景，市场需求相对稳定，公司通过经销商拓展了日本地区的标杆客户，服务质量已得到客户认可，报告期内日本市场产品销售数量有所波动，预计该部分收入未来将持续保持稳定；2）从新老客户角度，公司老客户整体收入保持稳定且有波动上升趋势，形成公司该部分收入稳定的基本盘；3）从在手订单角度，截至 2022 年 12 月公司的在手订单金额已反映公司稳定的订单获取能力。

报告期内，智能文字识别 B 端标准化服务业务分别实现收入 778.75 万元、684.46 万元和 628.93 万元，占相应期间公司营业收入总额比例分别为 1.35%、0.85%和 0.64%，由于报告期收入无明显波动，且占公司总收入比例未超过 2%，因此无需补充风险提示。

(二) 结合报告期各期对启信宝的营销投入及其收入、相关业务指标的变动情况说明营销推广效果，该业务未来发展规划及收入变动趋势，并视情况完善相关风险提示

1、结合报告期各期对启信宝的营销投入及其收入、相关业务指标的变动情况说明营销推广效果

报告期各期启信宝广告宣传费明细如下表所示：

单位：万元

启信宝 APP 广告宣传费	2022 年度	2021 年度	2020 年度
流量推广	1,471.91	4,956.58	5,476.52
短信营销	521.19	487.91	550.07
硬广	-	-	474.53
其他	211.33	940.28	594.36
合计	2,204.43	6,384.77	7,095.48

如上表所示，报告期内，启信宝主要以流量推广为主，短信营销主要目的为促进原有用户的活跃度，硬广主要为提升启信宝品牌知名度。

	2022 年度 金额 (万元)	2021 年度 金额 (万元)	2020 年度 金额 (万元)	2022 年度同 比增速	2021 年度同 比增速	2020 年度同 比增速
启信宝 APP 广告宣传费	2,204.43	6,384.77	7,095.48	-65.47%	-10.02%	19.75%
启信宝 APP 收入 (权责发生制口径)	7,635.28	7,315.43	6,758.80	4.37%	8.24%	38.03%
启信宝 APP 订单金 额 (业务收款口径)	8,048.13	8,965.02	9,359.88	-10.23%	-4.22%	21.93%

从上表启信宝 APP 广告宣传费与收入、订单金额的各期匹配性上可以看出启信宝营销推广效果的变化：从 2020 年开始，广告投放的结算模式从激活 APP 改为了注册成功，使得广告投放更加有效，收入增速及订单金额增速高于广告宣传费增速。

2020-2021 年，启信宝的广告宣传费虽与收入金额的规模较为接近，但 2020 年、2021 年启信宝的订单金额基本是广告宣传费金额的 1.3-1.4 倍，这主要是启信宝的运营策略是主推年费 VIP（一年 366 元、二年 596 元、三年 780 元会员费），并提升 2 年 VIP、3 年 VIP 的付费订单占比，将核心用户长期锁定，2022 年，公司优化了产品投放策略，故 2022 年订单金额提升至广告宣传费金额的 3.7 倍；另外，2021 年公司推出新产品 SVIP 会员（包含 1 年/2 年/3 年的选项），主要面向律师、风控、金融从业者等对企业工商信息查询、司法解析、关联关系分析、风险监控等功能具有高频使用需求的人群，增值功能较 VIP 会员更为丰富，定价也更高，SVIP 会员的订单金额在 2022 年出现较大的增长，2022 年 SVIP 会员的金额占比提升至 8.16%。报告期内，启信宝 APP 产品各类型产品订单金额占比如下表所示：

期间	1 年 VIP	2 年 VIP	3 年 VIP	SVIP 会员	其他类型订单	总计
2020 年	62.68%	5.55%	29.81%	0.00%	1.96%	100.00%
2021 年	57.81%	5.57%	32.95%	0.01%	3.65%	100.00%
2022 年	52.76%	5.31%	29.50%	8.16%	4.28%	100.00%

考虑到启信宝所处的竞争环境以及启信宝 C 端与 B 端业务的协同性，其保持一定的营销投入水平具有必要性与合理性：

（1）首先，商业大数据 C 端 APP 市场存在较好的发展机遇，值得启信宝进行较多资源的投入。一方面，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，发布多项支持政策推动社会整体信用意识的提升，促进商业大数据 C 端 APP 市场快速发展，政府数据的公开化、透明化趋势也为商业大数据 C 端 APP 提供了更完善的数据来源。另一方面，用户场景的拓宽驱动用户规模扩张，艾媒咨询数据显示，2020 年中国商业查询用户规模达到 4.79 亿人，2022 年有望增至 5.89 亿人。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。

（2）商业大数据 C 端 APP 市场存在一定的同质化竞争情况，行业内企业参与者的主体数据来源均采取工商司法等公开披露的企业信息，虽然在特色数据库、产品付费功能、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，相似度较高，用户切换成本相对较低，因此行业内企业的首要目标是获取大量的新用户、扩大

用户基数，需要通过加大品牌宣推的方式提高用户影响力、品牌认知度。

(3) 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。天眼查聘请了演员吴刚作为代言人，企查查聘请了演员林志颖作为代言人。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。与之相比，启信宝未聘请演员作为代言人，主要采取流量推广的方式进行宣传推广，与竞品相比公司的营销推广水平较低。

(4) 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免费查询服务，**后于 2022 年 5 月上线付费会员**。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。**另外爱企查也在地铁站等位置投放了线下广告。**

(5) 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。因此启信宝 APP 的营销投入可在一定程度上促进公司商业大数据业务的知名度，有利于商业大数据 B 端业务的发展。

综上所述，考虑到启信宝所处的竞争环境以及启信宝 C 端与 B 端业务的协同性，启信宝维持一定的营销投入水平具有必要性与合理性。

2、启信宝业务未来发展规划

启信宝未来将采取差异化竞争策略：

(1) 商业大数据行业对数据的真实性、有效性、可靠性极为重视，因此启信宝将数据合规作为经营发展的重要底线，从行业内权威性较高的数据供应商进行数据采购，将合规与可信度打造为企业品牌力的重要构成。启信宝已与人民数据、国家公共信用信息中心、凭安征信等业内权威机构达成长期深度合作，**并引入针对不同垂直场景的特色数据，建设数据生态体系。2022 年初，公司入选中国信息通信研究院云计算**

与大数据研究所牵头发起的“个人信息保护合规审计领航计划”参与单位之一，致力于推动个人信息保护合规审计工作不断发展，提升各行各业的个人信息保护水平。2023年3月，上海生腾成为首批中国信通院授予的“数据安全能力认证(DSMC)”企业。启信宝已建立了包括数据质量标准、数据治理流程标准、数据资产管理标准、数据业务服务标准在内的数据治理标准体系，并落实到启信宝日常数据治理流程中，未来启信宝目标持续建设合规且高价值的数据资产，搭建行业内领先的数据治理体系；

(2) 开发针对特定垂直场景的差异化增值功能，使得启信宝成为辅助不同行业用户通过数据分析提高运营效率的生产力工具。公司本次首次公开发行募集资金拟投入的项目“商业大数据 C 端产品及 B 端服务研发升级项目”中，计划在启信宝 APP 针对金融、政府、供应链、法律、媒体等垂直场景推出场景化的功能与界面，添加更丰富的功能模块。例如，银行客户经理是启信宝的高付费人群，但目前银行客户经理仍有很多未被满足痛点，比如数据分析报告的自动化生成、数据商机挖掘（根据投资、股东、担保、产业和交易等关系数据进行商机挖掘）等，启信宝计划通过开发差异化的功能，帮助银行客户经理挖掘高价值、易触达的企业客户，并提高尽职调查效率。

(3) 加强启信宝 B 端与 C 端业务之间协同，基于 B 端第一线接触不同行业的客户，反哺 C 端垂直行业场景的深度开发，为用户打造更有价值的产品体验。

3、启信宝未来收入变动趋势

从行业角度启信宝面临诸多利好因素，同时启信宝在数据合规、技术与产品创新等方面进行了差异化竞争壁垒的打造，但如前文分析，行业内存在一定同质化的竞争、且竞品在营销推广方面持续大力度投入，启信宝的市场占有率与竞争对手存在一定差距（根据灼识咨询，2022 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%），因此启信宝 C 端收入未来存在波动的可能性。

(1) 首先，行业角度的多重利好因素预计中短期内不会发生不利变化

1) 多重有利政策驱动商业大数据 C 端 APP 市场快速发展

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，发布多项支持政策推动社会整体信用意识的提升，促进商业大数据 C 端 APP 市场快速发展：

2017 年 10 月国家发改委发布了《关于引入第三方信用服务机构协同参与**多领域及特定领域**行业信用建设和信用监管工作的函》；2018 年 2 月国家发改委办公厅发出《关于充分发挥信用服务机构作用加快推进社会信用体系建设的通知》（发改办财金[2018]190 号）。另一方面，政府数据的公开化、透明化趋势也为第三方征信服务企业提供了更完善的数据来源。2020 年 4 月，《中共中央、国务院关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》正式公布，将“数据”列入五大生产要素范围中，并提出从推进政府数据开放共享、提升社会数据资源价值、加强数据资源整合和安全保护三方面加快培育数据要素市场；**2023 年 2 月，中共中央、国务院印发的《数字中国建设整体布局规划》提出“推动公共数据汇聚利用，建设公共卫生、科技、教育等重要领域国家数据资源库”，强调“释放商业数据价值潜能”。**

2) 用户场景的拓宽驱动用户规模扩张

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资料与信用数据具有需求，商业大数据 C 端 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。艾媒咨询数据显示，除了判断企业合作风险、投资参考等商业化用途有较多使用外，求职、理财、消费等出于个人需求而使用的场景也逐渐占据更加重要的地位，2020 年中国商业查询用户规模达到 4.79 亿人，2022 年有望增至 5.89 亿人。**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。**

3) 政策严格监管数据合规性，提高行业进入门槛

国家颁布了多项政策严格监管数据合规性，提高了商业大数据 C 端 APP 市场的进入门槛。2021 年 6 月 10 日，全国人民代表大会常务委员会发布了《中华人民共和国数据安全法》，是我国关于数据安全领域的首部基础性法律，为各行业数据安全提供监管依据。2021 年 11 月 1 日，《中华人民共和国个人信息保护法》正式生效。**2023 年 2 月 22 日，国家互联网信息办公室发布了《个人信息出境标准合同办法》，规定了个人信息出境标准合同的适用范围、订立条件和备案要求，明确了标准合同范本，为向境外提供个人信息提供了具体指引。随着主管部门持续健全我国数据合规方面的法律法规，细化数据安全方面的合规要求，健全个人信息保护工作体制机制，规范了行业发展，提高了行业进入门槛，有利于头部规范企业。**

(2) 相比于竞品将主要资源投入到外部广告宣传，启信宝更注重产品自身的竞争力的提升，采取差异化的竞争策略

如前所述，启信宝未来将采取多种差异化的竞争策略。

(3) 报告期内启信宝 C 端收入保持小幅稳定增长

从历史数据角度，启信宝 C 端收入从 2020 年的 6,758.80 万元提升到 2022 年 7,635.28 万元。尽管在竞对持续大力度进行广告投放的竞争环境下，启信宝 C 端业务依然保持了稳定的收入贡献。

综上所述，启信宝 C 端业务面临行业方面的诸多利好因素，而且其在数据合规、技术与产品创新等方面进行了差异化竞争壁垒的打造，但行业内存存在一定同质化的竞争、且竞品在营销推广方面持续大力度投入，因此启信宝 C 端收入未来存在波动的可能性。

与主要竞争对手企查查、天眼查的业务以 C 端为重心不同，公司商业大数据业务在 B 端与 C 端同时形成了规模化收入。2020 年-2022 年，商业大数据 B 端业务收入自 5,028.77 万元快速增长至 9,759.56 万元，年复合增长率为 39.31%，高于商业大数据 C 端业务的同期增长率 6.29%，同时 2022 年商业大数据 B 端业务收入绝对值已是 C 端业务收入的 1.3 倍。考虑到 C 端市场存在同质化竞争，而公司在 B 端业务已建立了“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”等差异化技术壁垒，在服务上海市经信委、上海工业互联网创新中心、常州大数据中心、中核集团、民生银行等政府和企业类大客户方面已建立先发优势，因此从业务战略角度，未来公司在商业大数据领域的投入资源将在短期内向 B 端有所侧重。

4、完善相关风险揭示

发行人已在招股书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“（一）市场竞争加剧的风险”中补充启信宝 APP 业务面临的竞争：

（一）市场竞争加剧的风险

...

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 7,095.48 万元、6,384.77 万元和 2,204.43 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，结合线下硬广等其他广告营销方式，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、收入下降、短期内无法盈利的风险。

...

综上所述，考虑到启信宝所处的竞争环境以及启信宝 C 端与 B 端业务的协同性，启信宝维持一定的营销投入水平具有必要性与合理性；启信宝 C 端业务面临行业方面的诸多利好因素，而且其在数据合规、技术与产品创新等方面进行了差异化竞争壁垒的打造，但行业内存在一定同质化的竞争、且竞品在营销推广方面持续大力度投入，因此启信宝 C 端收入未来存在波动的可能性；发行人已就启信宝 APP 业务面临的竞争完善了相关风险提示。

（三）结合不同业务类型及相应合同约定说明智能文字识别及商业大数据 B 端软件授权-期间授权、升级和更新及技术支持服务的收入确认方法和收入确认依据；以交付邮件作为收入确认依据的原因及合理性，上述收入确认方法和依据是否符合《企业会计准则》的规定及行业惯例

1、报告期内，智能文字识别及商业大数据 B 端软件授权-期间授权、升级和更新及技术支持服务的收入确认方法和收入确认依据的具体情况：

智能文字识别及商业大数据 B 端软件授权-期间授权的业务模式为：以接入公司标准 API 接口方式提供服务，或公司提供账号并对客户进行授权后以 SaaS 模式来提供服务；

升级和更新及技术支持服务的业务模式为：①服务期间的软件升级主要以提供更新 SDK、私有云授权软件安装包来实现软件升级；②更新服务主要涉及商业大数据业

务，主要系用 FISync 数据同步客户端软件完成数据更新服务；③技术支持服务主要系在服务期间对客户使用软件时产生的问题进行远程或现场支持。

智能文字识别及商业大数据 B 端软件授权-期间授权、升级和更新及技术支持服务，该类业务下的特点为：客户在公司履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益，满足在某一时段内履行履约义务的条件，故收入确认方式均为时段法。

以下针对不同业务类型及相应合同约定来说明收入确认方式及收入确认依据情况：

业务大类	二级分类	业务计费方式	主要合同条款	收入确认方法与时点	收入确认依据
智能文字识别	B 端基础技术服务	软件授权-期间授权	方式 1：自发行人正式提交授权许可软件的正式版之日起一年。 方式 2：合同约定授权的产品功能类别，如票据、证照、银行卡等，产品单价，预充值金额，许可期限；客户充值余额不足或使用完毕的，可直接充值，无须另行签订补充协议，客户在 10 个工作日内未续充费用的，许可软件权限自动终止。 方式 3：合同约定授权的产品类别，合作期限，费用结算标准和对账，如月度或季度，发行人向客户提供上个月/季度对账单，在双方确认数据无误后，客户按照结算单确认的金额支付服务费用。	方式 1：按照合同约定，在服务期间内分期确认收入 方式 2：按照当月客户实际使用量和约定单价进行结算并确认收入 方式 3：按照当月/当季客户实际使用量和约定单价进行结算，按双方确认无误的结算单并确认收入	方式 1：合同有约定验收条款时：验收报告；合同无验收条款：交付邮件 方式 2：业务后台记录的客户实际使用消耗记录表 方式 3：结算单
		升级和更新及技术支持服务	发行人提供自正式授权文件交付之日起 12 个月的免费技术支持，主要包括：软件升级、远程技术支持、远程咨询等。自正式授权之日的第二个授权年度（第 13 个月）起，发行人向客户按一定金额收取该年度的授权维护费。	按照合同约定，在服务期间内分期确认收入	按合同约定的服务期限条款
	B 端标准化服务	软件授权-期间授权	方式 1：按照季度或月度结算，双方按季度或月度结算的数据进行对账，在双方确认数据无误后，客户按照结算单确认的金额支付服务费用。 方式 2：合同约定开通 CCB 账户的个数，使用期限和提供服务的起始日期。 方式 3：自发行人正式提交授权许可软件的正式版之日起一年；本合同项下授权许可软件的授权许可费，按授权年度为计量单位。	方式 1：按照当月/当季客户实际使用量和约定单价进行结算，按双方确认无误的结算单并确认收入 方式 2、方式 3：按照合同约定，在服务期间内分期确	方式 1：结算单 方式 2：后台开通记录 方式 3：合同有约定验收条款时：验收报告；合同无验收条款：交付邮件

业务大类	二级分类	业务计费方式	主要合同条款	收入确认方法与时点	收入确认依据
				认收入	
	B 端场景化解决方案	升级和更新及技术支持服务	发行人提供自正式授权文件交付之日起 12 个月的免费技术支持，主要包括：软件升级、远程技术支持、远程咨询等。自正式授权之日的第二个授权年度（第 13 个月）起，发行人向客户按一定金额收取该年度的授权维护费。	按照合同约定，在服务期间内分期确认收入	按合同约定的服务期限条款
商业大数据	B 端基础数据服务	软件授权-期间授权	方式 1：发行人及客户双方同意并确认，软件使用许可有效期限为 1 年，自发行人为客户开通接口之日起算。 方式 2：合同约定授权的产品类别，合作期限，费用结算标准和对账，如月度或季度，发行人向客户提供上个月/季度对账单，在双方确认数据无误后，客户按照结算单确认的金额支付服务费用。	方式 1：在服务期间内分期确认收入 方式 2：按照当月/当季客户实际使用量和约定单价进行结算，按双方确认无误的结算单并确认收入	方式 1：后台开通记录 方式 2：结算单
	B 端标准化服务	软件授权-期间授权	本软件有效使用许可期限为 1 年，自发行人为客户正式开通本软件之日起算。	按照合同约定，在服务期间内分期确认收入	后台开通记录
	B 端场景化解决方案	升级和更新及技术支持服务	自验收合格后，发行人对该项目提供 1 年的免费维护服务，主要包括：数据更新、软件升级、远程技术支持、远程咨询等。自验收之日的第二个年度（第 13 个月）起，发行人向客户按一定金额收取该年度的授权维护费。	按照合同约定，在服务期间内分期确认收入	合同对服务期限的约定条款

注：上表中的“合同约定方式”为公司通用合同约定方式。

2、公司以交付邮件作为收入确认依据的原因及合理性

（1）使用交付邮件作为收入确认依据的业务情况

公司产品服务的交付形态有 2 种：（1）提供 SDK、私有云等授权软件安装包或搭载 FISync 的数据库或数据包；（2）提供经授权的账号密码信息或经授权的 API 接口地址信息。无论何种形态，公司均以邮件形式交付对应的授权信息。该类业务模式下无需当面交付实体产品，不同产品服务实施交付方式如下：

业务大类	二级分类	业务内容	主要盈利模式	产品服务具体实施交付方式
------	------	------	--------	--------------

业务大类	二级分类	业务内容	主要盈利模式	产品服务具体实施交付方式
智能文字识别	B 端基础技术服务	证照、银行卡、名片等智能文字识别的基础技术服务	①软件永久一次性授权费+升级更新及技术支持服务费； ②按期间收取软件使用费	①提供 SDK、私有云安装包完成软件的一次性授权 服务期间的软件升级：以提供更新 SDK 和私有云安装包完成软件升级； ②接入公司标准 API 接口方式调取服务；
	B 端标准化服务	名片全能王企业版 SaaS 软件服务	按期间收取软件使用费	提供账号并对账号进行授权；
	B 端场景化解决方案	智能文字识别 AI 机器人 智能文字识别 AI 训练平台	软件一次性授权费+升级更新及技术支持服务费	提供 SDK、私有云安装包或标准接口方式调取服务；服务期间的软件升级：以提供更新 SDK 和私有云安装包完成软件升级；
商业大数据	B 端基础数据服务	数据包服务 数据 API 服务	①数据包：一次性收费 ②数据 API：按期间内的调用次数或调用量收费	①数据包服务为数据通过 Excel、csv、sql 等格式一次性交付方式提供； ②接入公司标准 API 接口方式来调取服务；
	B 端标准化服务	启信宝企业版 SaaS 软件服务	按期间收取软件使用费	提供账号并对账号进行授权
	B 端场景化解决方案	企业知识图谱解决方案 启信宝商业全景数据库服务	①企业知识图谱解决方案：软件永久一次性授权费+升级更新及技术支持服务费 ②数据库：一次性数据库落地费用+数据更新服务费	①提供知识图谱服务安装包；服务期间的软件升级：以提供更新安装包完成软件升级； ②数据库在首次交付数据落地之后，用 FISync 客户端完成数据更新服务。

不同交付方式及不同验收条款下的验收依据

产品形态	合同条款	验收依据
提供 SDK、私有云等授权软件安装包或搭载 FISync 的数据库或数据包	需验收：发行人确保提供的产品满足客户需求，并在双方约定的时间内完成产品的部署上线、验收。验收标准以双方签字并盖章的验收报告为准。	验收报告
	无需验收：发行人发出交付邮件或开通权限后约定工作日内客户没有提出书面异议，则视为验收通过。	交付邮件
提供经授权的账号密码信息或经授权的 API 接口地址信息	需验收：发行人完成全部数据调试、安装并经客户确认合格后约定工作日内，客户以书面方式进行验收，验收通过的，客户向发行人签收验收通过确认单。	验收报告/结算单

	无需验收：发行人发出交付邮件或开通权限后约定工作日内客户没有提出书面异议，则视为验收通过。	交付邮件/后台开通记录/业务后台记录的客户实际使用消耗记录表/合同约定
--	---	-------------------------------------

如上表所示，无论何种产品的交付形态，若合同约定验收条款，则以验收报告或结算单作为收入的确认依据；若合同未约定验收条款，则以交付邮件等资料作为收入的确认依据。

（2）测试版本客户调试通过后，再发送正式版本并确认交付邮件，后续维保期间从正式授权文件交付之日起计算

公司产品交付验收过程，一般公司先提供测试版本给到客户，待客户进行联调联试并测试通过后，公司再发送正式版本的软件授权码给到客户并确认交付邮件，具体过程如下：

1）公司在发送正式授权版本之前，一般会先发送测试版本给到客户，并协助客户进行联调联试和试运行，及时解决试运行过程中的相关问题，直至客户认可并达到可上线运行状态；

2）合同中关于维保期间一般会有如下条款约定：“授权维护费：许可方提供自正式授权文件交付之日起的最长不超过 X 个月的技术支持……”。通过该条款可以看出，客户认可正式授权文件交付日即为相关产品控制权的转移时点。

（3）使用交付邮件作为收入确认依据的相关案例

公司	产品类型	产品交付方式	收入确认依据
虹软科技 (688088.SH)	软件授权许可使用业务	在虹软科技工程师团队将算法技术与客户设备完成调试开发工作后，公司将向客户发送算法软件包，客户收到后进行算法验证测试程序。算法软件通过测试程序后，客户进行智能设备生产工作，并最终完成批量出货	与收入确认相关的外部及内部证据等支持性资料，主要包括：与客户的工作记录单或往来邮件、公司员工因公出差报销单据、软件递交邮件、授权许可使用费确认单或报告、银行资金回款、发票等原始凭证
概伦电子 (688206.SH)	软件授权业务	销售人员将订单信息录入CRM，申请后续期间License，同时关联对应的商机项目。订单信息经审核后，销售运营人员将申请通过邮件发送至License服务器，系统生成License文件，并上传CRM	验收单、邮件验收、供应商系统记录、验收报告

公司	产品类型	产品交付方式	收入确认依据
慧辰股份 (688500.SH)	数据分析、解决方案	公司数据分析和解决方案类产品的交付和呈现方式的载体主要有电子分析软件、分析报告、电子分析软件与分析报告结合和交付设备的方式	公司客户验收及确认的基本形式是客户的验收文件，具体表现为书面确认及电子邮件确认

(4) 电子邮件具有法律效力

《中华人民共和国民法典》第四百六十九条规定：“书面形式是合同书、信件、电报、电传、传真等可以有形地表现所载内容的形式。以电子数据交换、电子邮件等方式能够有形地表现所载内容，并可以随时调取查用的数据电文，视为书面形式。”

报告期内，对于部分客户，发行人通过公司邮箱向客户交付产品以及发送验收申请，客户进行验收后通过带有客户公司名称尾缀的电子邮箱发送正式电子邮件回复确认产品或服务已交付，若客户无企业邮箱而使用无公司名称尾缀的电子邮箱时，则由客户补充提供相应的身份证明验证身份信息。根据前述规定，电子邮件是符合法律规定的书面形式之一，客户通过电子邮件进行验收、确认与出具经客户盖章的验收单具有同样的法律效力，均代表客户对于相关验收事项的真实意思表示，两者不存在法律效力方面的差异。

综上，公司使用交付邮件作为收入确认依据，系根据公司交付产品的形态与实施交付验收流程决定的，与公司的业务实质及交付实施流程相吻合。公司通过邮件发送向客户交付正式版本的授权信息时实质上已满足合同约定及客户要求，相关服务的控制权已实现转移，同时结合同行业案例及邮件的法律效应，交付邮件作为收入确认依据，符合收入确认控制权转移的规定，具有合理性。

3、上述收入确认方法和依据是否符合《企业会计准则》的规定及行业惯例

(1) 结合《企业会计准则》说明收入确认方法

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第十一条规定：“满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：（一）客户在企业履约的同时取得并消耗企业履约所带来的经济利益。

（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分

收取款项。”公司在向客户提供智能文字识别及商业大数据 B 端服务以及升级更新、技术支持服务的同时，客户取得并消耗了公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务，公司应按合同约定的服务期限分摊确认收入。

根据新收入准则第三十三条“对于附有质量保证条款的销售，企业应当评估该质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务”。企业提供额外服务的，应当作为单项履约义务，按照新收入准则规定进行会计处理。客户能够单独选择购买升级更新及技术支持服务，且升级更新及技术支持服务向客户提供了在保证所销售软件既定标准之外的额外服务，故升级更新及技术支持服务根据合同约定在服务期内分期确认收入。

（2）同行业比较

发行人与可比公司收入确认方法及依据基本保持一致，具体情况如下：

公司	软件产品授权业务	
	永久授权业务	
	期间授权业务	升级和更新及技术支持服务
发行人	软件授权——期间授权：按照合同约定，在服务期间内分期确认收入或按照当月客户实际使用量和约定单价进行结算并依据合同约定、交付邮件、业务后台记录的客户实际使用消耗量、结算单确认收入。	根据合同约定，在服务期间内分期确认收入。
金山办公 (688111.SH)	①代理商经销模式下，按照合同约定或客户需求向代理商或最终客户发出软件介质、软件授权书和软件序列号后，经客户/代理商验收或客户在验收期末提出异议的，于验收时或验收期满时确认收入。 ②直销模式下，向客户发出软件介质、软件授权书和软件序列号后，经客户验收或客户在验收期末提出异议的，于验收时或验收期满时确认收入。	软件使用许可权交付并经验收后提供一定期限的售后服务和保障服务，按照提供该项服务的部门在未来服务期间的预计人员薪酬和服务器折旧等作为提供服务的预计成本，加上合理毛利后，确定为公司未来提供该项服务的收入，在未来服务期间内递延确认。
福昕软件 (688095.SH)	①授权费固定的，依据合同约定在交付软件授权（发送软件序列号、软件包）或验收后，确认收入。 ②授权费以客户的产品设备数量或产品销售收入为基数按一定比例收取的，根据销售报告或财务数据后，确认收入。	随永久授权产品销售并单独定价，公司对购买该项服务的客户提供一定期限的升级保障及优先技术支持服务。公司在合同约定的服务所属期间内，采用直线法分期确认收入。

二、请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述问题，保荐机构和申报会计师主要履行了以下核查程序：

1、获取智能文字识别 B 端基础技术服务的销售明细，统计并复核客户数量、平均单客户销售额，查阅业务合同，了解该产品的定价机制，并获取公司书面说明，分析该部分客户数量、平均单客户销售额的变动原因；

2、获取智能文字识别 B 端标准化服务的销售明细，统计并复核收入分布、销售数量，获取公司书面说明，了解该产品的定价机制。同时，统计并复核客户数量、销售单价及平均单客户销售额的变动情况，分析其变动原因；

3、获取智能文字识别 B 端基础技术服务和标准化服务的新老客户明细及在手订单情况，获取公司书面说明，分析该部分业务的开拓情况及未来发展趋势；

4、获取报告期内启信宝的广告宣传费、收入、订单金额明细并进行合理性分析；

5、查阅商业大数据的相关行业研究报告，公开查询启信宝可比 APP 官网及新闻报道；

6、获取公司关于启信宝营销投入的合理性及必要性、营销推广效果、未来发展规划及收入变动趋势的说明；

7、核查公司针对不同产品服务的具体交付实施流程、交付的产品形态、交付方式以及和客户沟通的情况；

8、查阅了发行人不同业务类型的销售合同，了解销售合同相关条款设置情况如验收条款、交付条款等，确认现有会计处理的合理性和准确性；

9、抽查发行人交付的文件记录，并检查收入确认依据如验收报告、交付邮件、确认邮件等资料；

10、查阅发行人与客户的交付邮件，确认交付实施过程，包括前期测试版本的测试过程、沟通记录，正式版本的授权码信息提供等交付记录。结合法律规定和其他以交付邮件作为收入确认依据的案例分析，确认邮件形式的法律效力，判断以交付邮件作为收入确认依据是否符合行业惯例；

11、查询同行业信息及《企业会计准则》，梳理发行人收入确认会计政策并与可比公司及《企业会计准则》进行比对，确认发行人的收入确认政策与可比公司不存在重大差异，符合《企业会计准则》的要求；

12、检查交流邮件的邮箱尾缀，核实是否均为客户通过企业邮箱发送，回函人均系与公司日常业务沟通邮件的相关工作人员；若客户无企业邮箱而使用无公司名称尾缀的电子邮箱时，则检查客户补充提供的相应身份证明验证身份信息；

13、抽查以交付邮件作为收入确认依据的合同后续执行情况如维保服务提供情况、沟通记录；

14、对报告期内的收入进行书面函证确认，针对交付邮件确认收入的形式，询证函写明为“合同标的终验时间”，并取得客户的回函确认。2020年、2021年及**2022年**，相关营业收入发函比例分别为78.87%、60.14%、**60.28%**，回函比例分别为67.56%、42.15%和**35.56%**。发函及回函比例均较高，说明客户认可正式授权文件交付之日即为“合同标的终验时间”。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人智能文字识别B端基础技术服务的客户数量、平均单客户销售额的变动具备一定合理性，定价机制基本保持稳定，业务具有一定的可持续性，发行人已补充完善相关风险揭示。

2、发行人智能文字识别B端标准化服务的客户数量、销售单价、平均单客户销售额的变动具备一定合理性，业务具有一定的可持续性，但由于报告期收入无明显波动，且占公司总收入比例未超过5%，因此未补充风险提示。

3、考虑到启信宝所处的竞争环境以及启信宝C端与B端业务的协同性，启信宝维持一定的营销投入水平具有必要性与合理性。**启信宝C端业务面临行业方面的诸多利好因素，而且其在数据合规、技术与产品创新等方面进行了差异化竞争壁垒的打造，但行业内存在一定同质化的竞争、且竞品在营销推广方面持续大力度投入，因此启信宝C端收入未来存在波动的可能性**，发行人已完善了相关风险揭示。

4、根据发行人不同业务类型及相应合同约定，智能文字识别及商业大数据B端软

件授权-期间授权、升级和更新及技术支持服务的收入确认方法准确，收入确认依据充分；发行人以交付邮件作为收入确认依据的符合公司的业务特点，与其他可比公司不存在差异，具有商业合理性；智能文字识别及商业大数据 B 端软件授权-期间授权、升级和更新及技术支持服务的收入确认方法和收入确认依据符合《企业会计准则》的规定及行业惯例。

7.关于信息系统核查

根据首轮问询回复：针对发行人是否存在自充值、刷单等收入潜在异常情形，IT 审计团队对发行人 C 端产品存在同一个支付账号大量购买、同一个支付账号为多个不同的用户 ID 购买等情形进行核查，核查对象主要为各产品境内支付的订单，以扫描全能王为例，报告期内各年度单支付账号付费最高金额分别为 3,297.8 元、4,040.54 元、6,880 元、47,892 元，使用 1 个支付账号为 2 个及以上用户 ID 进行支付的订单金额占比分别为 2.83%、2.56%、1.71%和 1.84%；将 C 端产品的年度境内支付订单按用户注册或活跃 IP 地址进行匹配，统计境内支付方式订单的地区分布占比与境内注册用户的地区分布占比之间的差异程度。

请保荐机构、申报会计师说明：（1）其他 C 端产品订单金额分层情况及同一支付账号为多个用户 ID 购买情况，对各 C 端产品大额支付账号、为多个用户 ID 充值所对应支付账号的核查情况，是否存在充值后长期未使用的用户及核查情况；（2）未对境外支付订单执行上述核查程序的原因，说明针对境外订单关于用户收入潜在异常的核查情况，对发行人不存在异常的自充值或刷单情形的核查依据是否充分。

一、请保荐机构、申报会计师说明：（1）其他 C 端产品订单金额分层情况及同一支付账号为多个用户 ID 购买情况，对各 C 端产品大额支付账号、为多个用户 ID 充值所对应支付账号的核查情况，是否存在充值后长期未使用的用户及核查情况；（2）未对境外支付订单执行上述核查程序的原因，说明针对境外订单关于用户收入潜在异常的核查情况，对发行人不存在异常的自充值或刷单情形的核查依据是否充分。

（一）其他 C 端产品订单金额分层情况及同一支付账号为多个用户 ID 购买情况，对各 C 端产品大额支付账号、为多个用户 ID 充值所对应支付账号的核查情况，是否存在充值后长期未使用的用户及核查情况；

1、其他 C 端产品订单金额分层情况及同一支付账号为多个用户 ID 购买情况

（1）名片全能王

报告期内，订单金额分层（100 元以下，100-300 元，300-500 元，500-1,000 元，1,000 元以上）的具体情况如下：

交易年份	金额分层	支付账号数量（个）	支付总金额（元）	支付总金额占比	平均每账号金额（元）
2020 年	100 元以下	13,129	828,458.68	11.02%	63
	100-300 元	9,123	1,662,810	22.13%	182
	300-500 元	7,219	2,545,349	33.87%	353
	500-1,000 元	2,903	2,313,862	30.79%	797
	1,000 元以上	122	164,691	2.19%	1,350
2021 年	100 元以下	13,172	891,653	9.05%	68
	100-300 元	14,798	2,635,581	26.74%	178
	300-500 元	5,914	2,110,778	21.42%	357
	500-1,000 元	5,212	4,139,867	42.01%	794
	1,000 元以上	45	77,585	0.79%	1,724
2022 年	100 元以下	6,618	442,125	5.56%	67
	100-300 元	11,726	2,410,087	30.33%	206
	300-500 元	4,156	1,522,201	19.16%	366
	500-1,000 元	4,459	3,367,118	42.37%	755
	1,000 元以上	118	204,824	2.58%	1,736

报告期内，300-500 元的支付金额占比逐年降低，主要系 2020 年开始主要推三年期 VIP 会员（798 元）。500 元以上支付账号金额占比增加，主要系为提升用户粘性，公司加大了对多年度会员的推广力度，其中 500-1,000 元支付账号主要为购买三年期 VIP 会员（798 元），1,000 元以上支付账号购买的主要为一次性购买多个三年期 VIP 会员（798 元）或较大数量的企业数字名片（9.6 元/张/年），报告期内，各年度单支付账号付费最高金额分别为 1,848 元、9,600 元、8,640 元，2021 年和 2022 年单支付账号付费最高金额较 2020 年显著提高，主要系用户使用单个支付账号购买大量的企业数字名片，属于企业集中采购的情形，拉高了 2021 年和 2022 年 1,000 元及以上所在层级的平均值，剔除该账户影响后 2021 年及 2022 年该层级平均值分别为 1,545 元和 1,469 元，与名片全能王的商品价格无明显差异。

报告期内，使用 1 个支付账号为 2 个及以上用户 ID 进行支付的账号数量的具体情况如下：

用户 ID 数量年份	2 个	3 个	4 个以上	合计支付金额（元）	占总金额比例
2020 年	189	6	-	87,158	1.15%

2021 年	109	4	1	70,229	0.71%
2022 年	106	6	-	53,935	0.68%

报告期内，1 个支付账号为 2 个用户 ID 进行支付的情况主要系同一个用户注册 2 个名片全能王账号的情况。2020 年，1 个支付账号为 2 个用户 ID 支付的账号数量有所增加主要系名片全能王开始支持非注册用户购买会员。1 个支付账号为多个用户 ID 进行支付的金额较少，各期占总金额比例均不超过 1.5%。

（2）启信宝个人版

报告期内，订单金额分层（100 元以下，100-300 元，300-500 元，500-1,000 元，1,000 元以上）的具体情况如下：

交易年份	金额分层	支付账号数量（个）	支付总金额（元）	支付总金额占比	平均每账号金额（元）
2020 年	100 元以下	19,641	391,868	0.42%	20
	100-300 元	1,062	146,611	0.16%	138
	300-500 元	160,213	56,917,818	60.81%	355
	500-1,000 元	45,176	33,242,342	35.52%	736
	1,000 元以上	1,680	2,896,588	3.09%	1,724
2021 年	100 元以下	16,696	548,817	0.61%	33
	100-300 元	1,568	268,876	0.30%	171
	300-500 元	140,465	49,826,149	55.61%	355
	500-1,000 元	47,664	35,232,398	39.33%	739
	1,000 元以上	1,972	3,716,519	4.15%	1,885
2022 年	100 元以下	15,506	533,161	0.66%	34
	100-300 元	3,162	789,239	0.98%	250
	300-500 元	113,100	40,256,583	50.02%	356
	500-1,000 元	39,745	29,302,861	36.41%	737
	1,000 元以上	5,552	9,599,444	11.93%	1,729

报告期内，500 元以上支付账号金额占比增加，主要系为提升用户粘性，公司加大了对年度和多年度会员的推广力度，其中 500-1,000 元支付账号主要为一次性购买多笔 VIP 会员一年（366 元）、三年期 VIP 会员（780 元）及企业会员（按照添加人数收

费，278 元/人），1,000 元以上支付账号购买的主要为一次性购买多个钻石会员三年期（1,688 元）、多笔三年期 VIP 会员（780 元）、企业会员（按照添加人数收费，278 元/人）以及各类消耗类产品（如股权穿透报告 699 元、商标服务 1,880 元等），平均支付金额与启信宝的商品价格无明显差异。对于单支付账号付费最高金额，报告期内各年度分别为 20,785 元、18,300 元、**40,170 元**，主要系客户以其所在的公司名义统一购买多个启信宝个人版会员**或购买**企业会员（按照添加人数收费，278 元/人）产品。

报告期内，使用 1 个支付账号为 2 个及以上用户 ID 进行支付的账号数量的具体情况如下：

用户 ID 数量年份	2 个	3 个	4 个	5 个	大于 5 个	合计支付金额 (元)	占总金额 比例
2020 年	1,710	67	11	6	5	1,621,587	1.73%
2021 年	855	52	23	6	24	985,469	1.10%
2022 年	1,254	55	11	5	3	1,250,443	1.55%

报告期内，**存在** 1 个支付账号为多个用户 ID 进行支付的账号**的情形，但金额占比非常低**，主要系客户以公司名义统一购买多个启信宝个人版会员，供客户内部员工使用，具备合理性。

2、对各 C 端产品大额支付账号、为多个用户 ID 充值所对应支付账号的核查情况

针对报告期内各 C 端产品大额支付账号（单个支付账号各年度累计支付金额 500 元及以上）、为多个用户 ID 充值所对应支付账号（同时为 2 个及以上用户 ID 进行充值），通过获取以上各 C 端产品的支付账号对应的注册用户 ID 并按年度去重处理，各年度对应注册用户 ID 数量具体如下表所示：

单位：个

产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度
扫描全能王	62,950	42,262	21,754
名片全能王	3,971	5,489	2,829
启信宝个人版	46,047	53,111	48,386

以下分别从注册时间、注册 IP 集中度、交易金额分布、启动次数及启动时间四个方面进行核查：

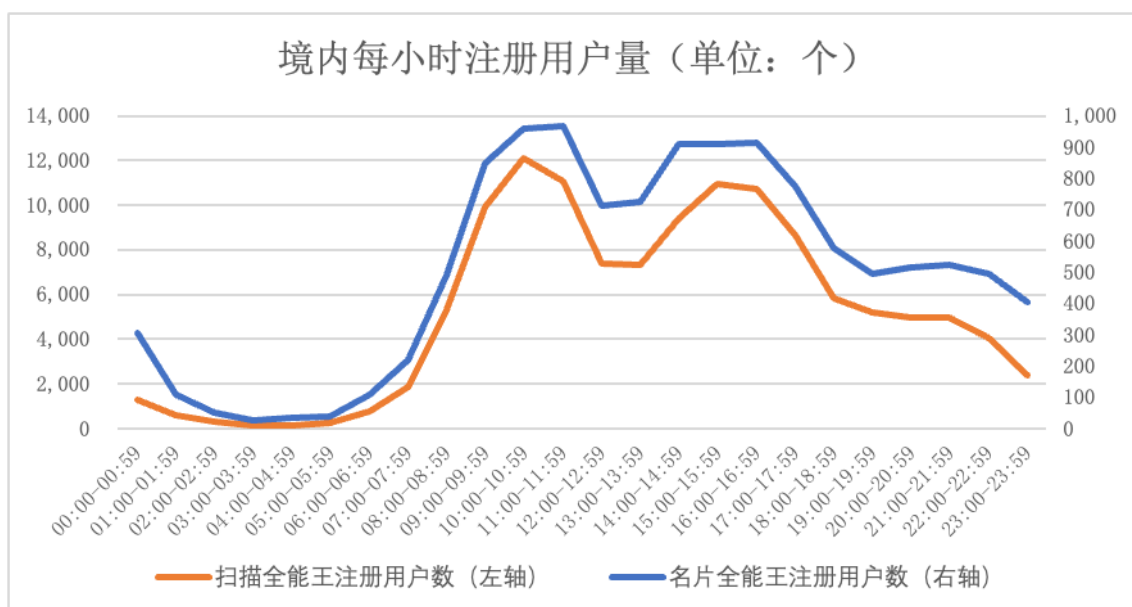
（1）注册时间核查

扫描全能王和名片全能王属于全球范围使用的商务办公应用，主要在工作时间使用，公司系统后台记录的注册时间为服务器时间（北京时间），与境外存在时差，因此分别对境内和境外的每小时注册用户进行分析。

1）扫描全能王和名片全能王

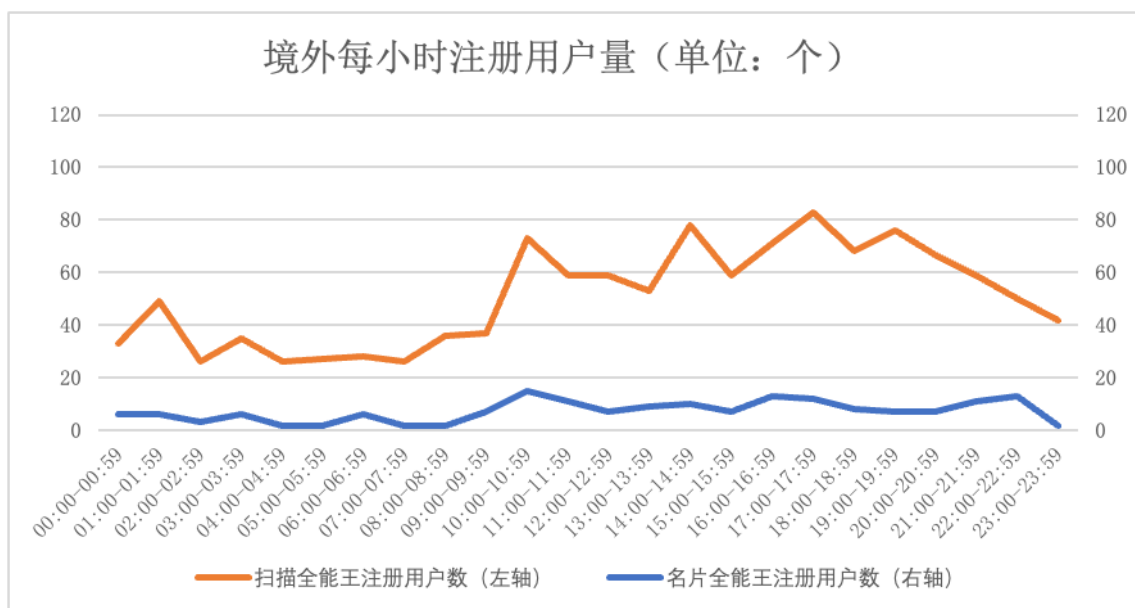
①境内

从境内来看，扫描全能王和名片全能王境内用户注册时间段基本一致，其高峰时段为 9:00-11:59 以及 14:00-16:59，低谷时段为 1:00-6:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，如下图所示：



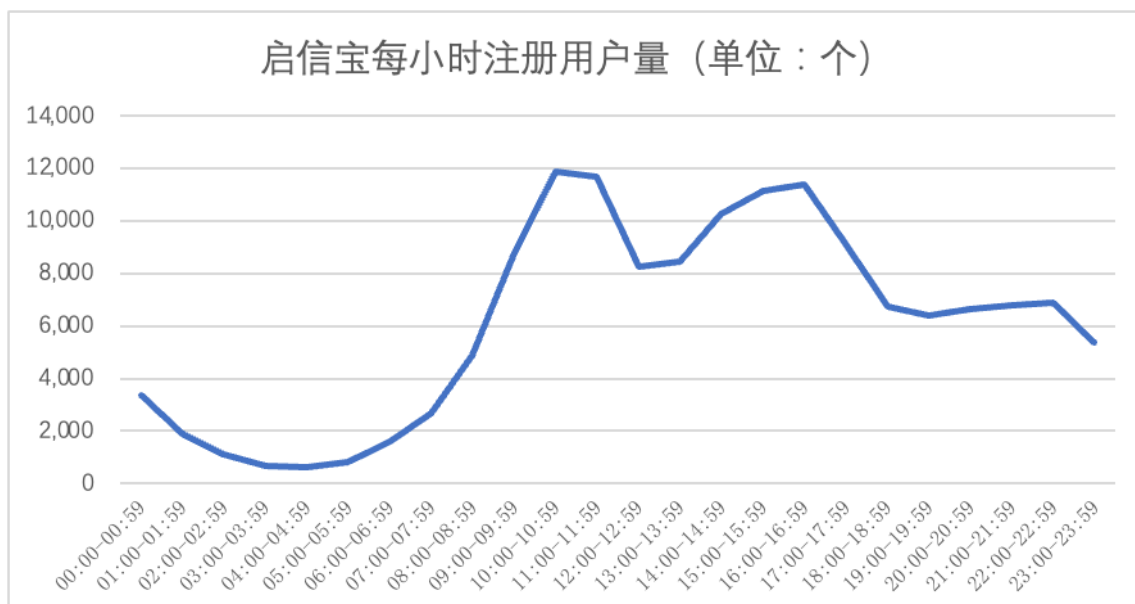
②境外

从境外来看，扫描全能王和名片全能王境外用户注册时间段基本一致，由于核查样本中的境外用户数量较少，且存在各国时差因素，注册时间无显著特征，如下图所示：



2) 启信宝

启信宝个人版仅境内注册用户，从注册时间段来看，其高峰时段为 10:00-11:59 及 14:00-16:59，低谷时段为 1:00- 7:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，如下图所示：



(2) 注册 IP 集中度核查

报告期内，扫描全能王注册 IP 集中度分别为 1.06 个、1.04 个和 **1.05 个**，名片全能王注册 IP 集中度分别为 1.05 个、1.02 个和 **1.05 个**，启信宝个人版注册 IP 集中度分别为 1.10 个、1.09 个和 **1.08 个**。扫描全能王、名片全能王和启信宝个人版单一 IP 对应的注册用户数均为 1 个左右，不存在用户注册 IP 集中的情况，具体分析结果如下：

单位：万人、万个

C 端产品	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	注册用户数	IP 数	集中度	注册用户数	IP 数	集中度	注册用户数	IP 数	集中度
扫描全能王	6.3	6.01	1.05	4.22	4.06	1.04	2.18	2.06	1.06
名片全能王	0.4	0.38	1.05	0.55	0.54	1.02	0.28	0.27	1.05
启信宝个人版	4.6	4.25	1.08	5.31	4.85	1.09	4.84	4.40	1.10

注：集中度=注册用户数（万人）/IP 数（万个），已剔除注册 IP 为空的情况。

由于核查用户总数较少，因此分析维度为前 10 大 IP 的集中度：从已核查用户的前 10 大 IP 注册集中度来看，扫描全能王、名片全能王和启信宝的注册 IP 集中度均不高于 14 个，具体情况如下：

单位：个

C 端产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	Top10IP 注册用户数	集中度	Top10IP 注册用户数	集中度	Top10IP 注册用户数	集中度
扫描全能王	63	6.3	62	6.2	54	5.4
名片全能王	70	7	100	10.0	51	5.1
启信宝	113	11.3	135	13.5	86	8.6

从交易金额来看，扫描全能王各期注册用户数前 10 大的 IP 交易金额占交易总金额比重分别为 0.24%、0.10%和 **0.10%**，占比较低。名片全能王各期注册用户数前 10 大的 IP 交易金额占交易总金额比重分别为 1.41%、1.84%和 **1.48%**，占比较低。启信宝个人版各期注册用户数前 10 大的 IP 交易金额占交易总金额比重分别为 0.02%、0.15%和 **0.23%**，占比较低。

具体分析结果如下：

单位：万元，%

C 端产品	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	Top10 交易金额	交易总金额	占比	Top10 交易金额	交易总金额	占比	Top10 交易金额	交易总金额	占比
扫描全能王	0.81	791.89	0.10	0.53	517.32	0.10	0.32	134.49	0.24
名片全能王	5.31	359.93	1.48	7.79	422.73	1.84	2.28	161.17	1.41
启信宝个人版	7.57	3,308.65	0.23	6.12	4,023.99	0.15	0.29	1,939.19	0.02

由上表可知，扫描全能王、名片全能王和启信宝的已核查用户在注册 IP 的用户数量集中度及 Top10 的金额集中度方面均较低，C 端用户具备真实性。

（3）交易金额分布核查

1) 扫描全能王

报告期内扫描全能王核查样本中境内用户的交易地区主要集中在华东地区、华南地区、华北地区与西南地区，各期交易金额合计分别 99.57 万元、366.66 万元和 524.87 万元，占报告期境内外交易总金额比重分别为 74.03%、70.88%和 66.28%。由于核查样本中的境外用户数量较少，境外各交易地区对应的交易金额占比较低。具体分析结果如下：

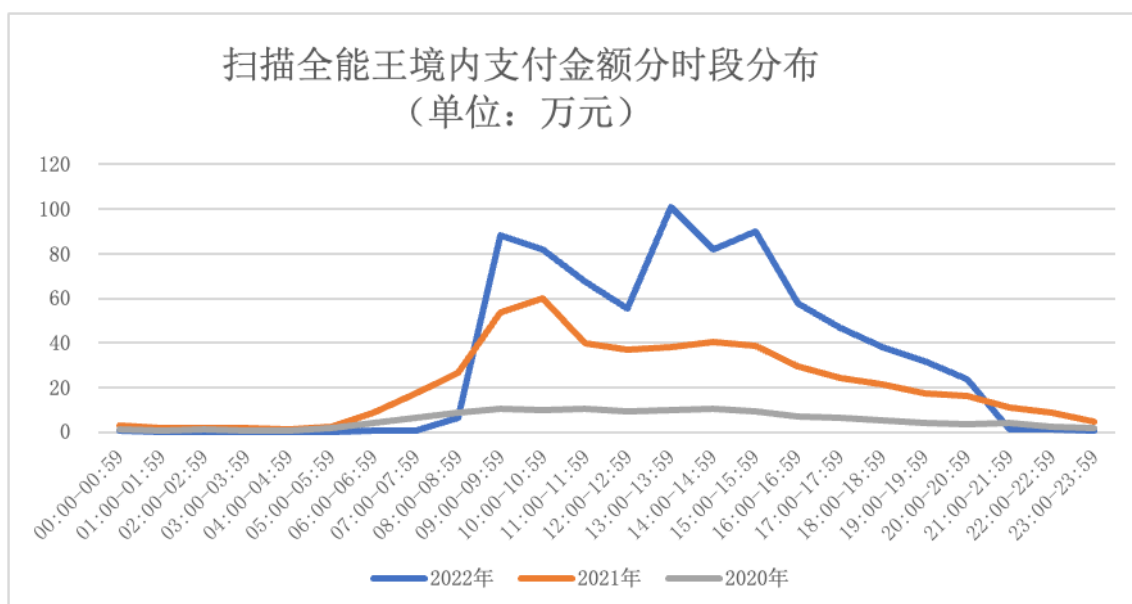
单位：万元，%

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内（不含港澳台）						
华东地区	212.70	26.86	144.89	28.01	37.29	27.72
华南地区	116.30	14.69	80.09	15.48	22.38	16.64
华北地区	101.90	12.87	71.31	13.78	20.01	14.88
西南地区	93.97	11.87	70.37	13.60	19.89	14.79
华中地区	66.93	8.45	41.75	8.07	10.37	7.71
西北地区	72.03	9.10	48.85	9.44	12.53	9.32
东北地区	28.01	3.54	20.25	3.91	5.88	4.37
其他	86.13	10.88	29.54	5.71	2.48	1.84
小计	777.97	98.24	507.05	98.02	130.83	97.28

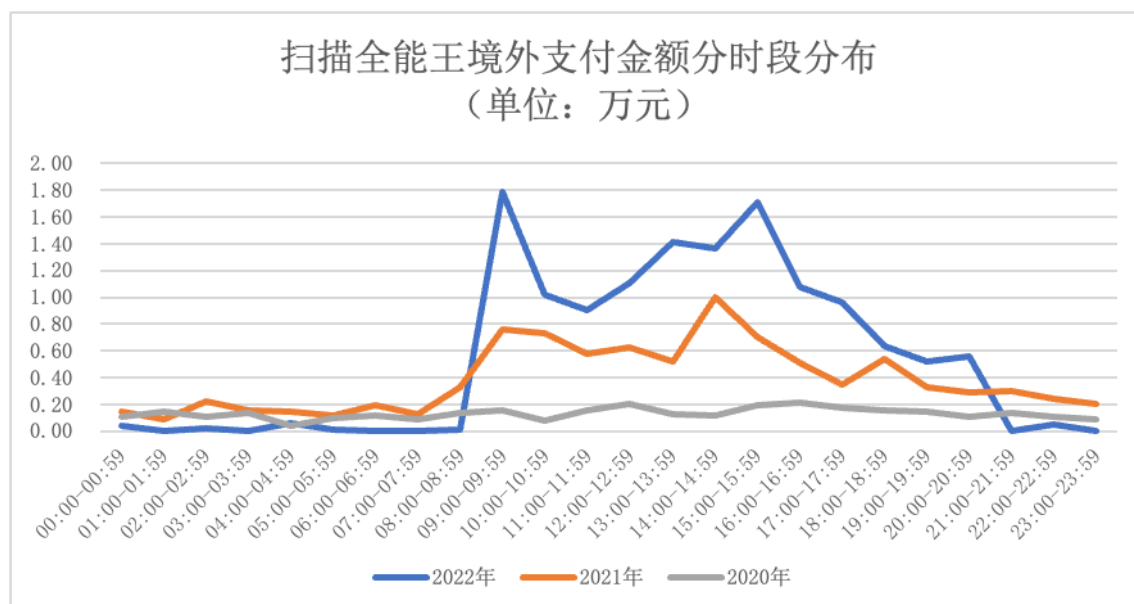
地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外（含港澳台）						
北美洲	0.72	0.09	1.36	0.26	0.71	0.53
亚洲	2.03	0.26	2.86	0.55	1.04	0.77
欧洲	0.74	0.09	1.43	0.28	0.64	0.48
南美洲	0.12	0.02	0.13	0.03	0.04	0.03
大洋洲	0.35	0.04	0.79	0.15	0.40	0.30
港澳台	0.63	0.08	1.03	0.20	0.50	0.37
非洲	0.85	0.11	1.12	0.22	0.30	0.22
其他	8.46	1.07	1.54	0.30	0.03	0.03
小计	13.92	1.76	10.26	1.98	3.66	2.72
合计	791.89	100.00	517.32	100.00	134.49	100.00

注：境内外地区按交易 IP 所在地区归集；公司使用用户交易时的 IP 地址与从第三方购买的 IP 库匹配地区，未匹配到的地区列入“其他”。

扫描全能王境内支付金额时段分布如下图所示，从具体时间段来看，已核查的扫描全能王境内用户交易金额的高峰时段为 8:00-11:59 以及 14:00-15:59，低谷时段为 22:00-次日 05:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，无明显异常。



扫描全能王境外支付金额时段分布如下图所示，由于公司系统后台记录的交易时间为服务器时间（北京时间），且各国时差不同，因而用户在境外交易时间无明显时段分布。



2) 名片全能王

报告期内名片全能王核查样本中境内用户的交易地区主要集中在华东地区、华南地区、华北地区与西南地区，各期交易金额合计分别为 144.36 万元、364.09 万元和 **331.14 万元**，占报告期交易总金额比重分别为 89.57%、86.13%和 **92.00%**。由于核查样本中的境外用户数量较少，境外各交易地区对应的交易金额占比较低。具体分析结果如下：

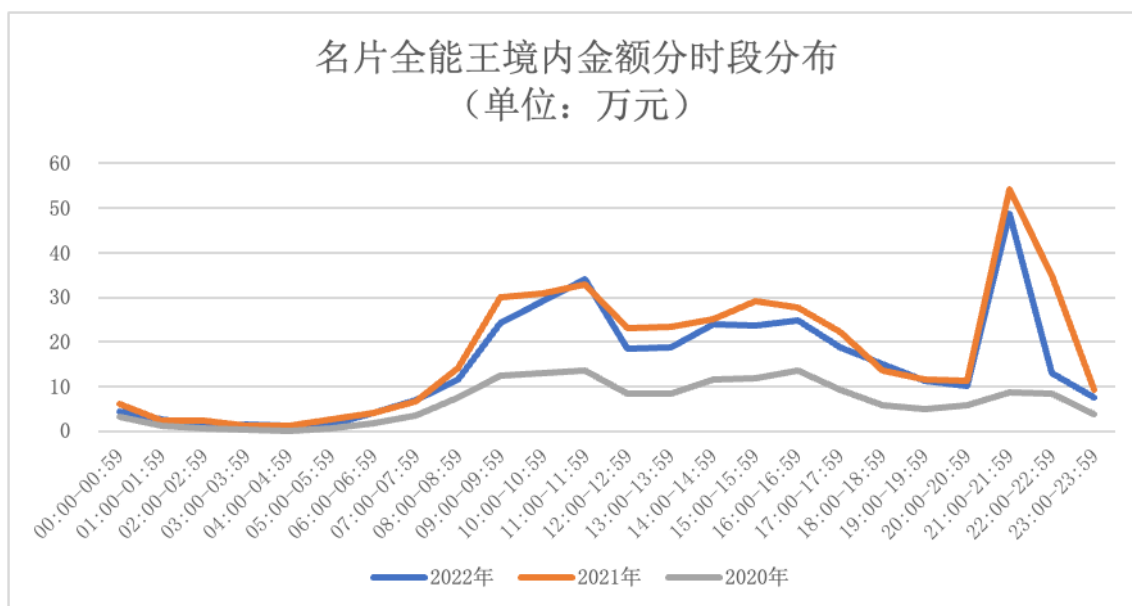
单位：万元，%

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内（不含港澳台）						
华东地区	189.38	52.61	175.18	41.44	68.30	42.37
华南地区	94.16	26.16	128.74	30.46	50.51	31.34
华北地区	32.02	8.90	42.59	10.08	18.29	11.35
西南地区	15.59	4.33	17.58	4.16	7.26	4.50
华中地区	14.02	3.89	15.65	3.70	5.46	3.39

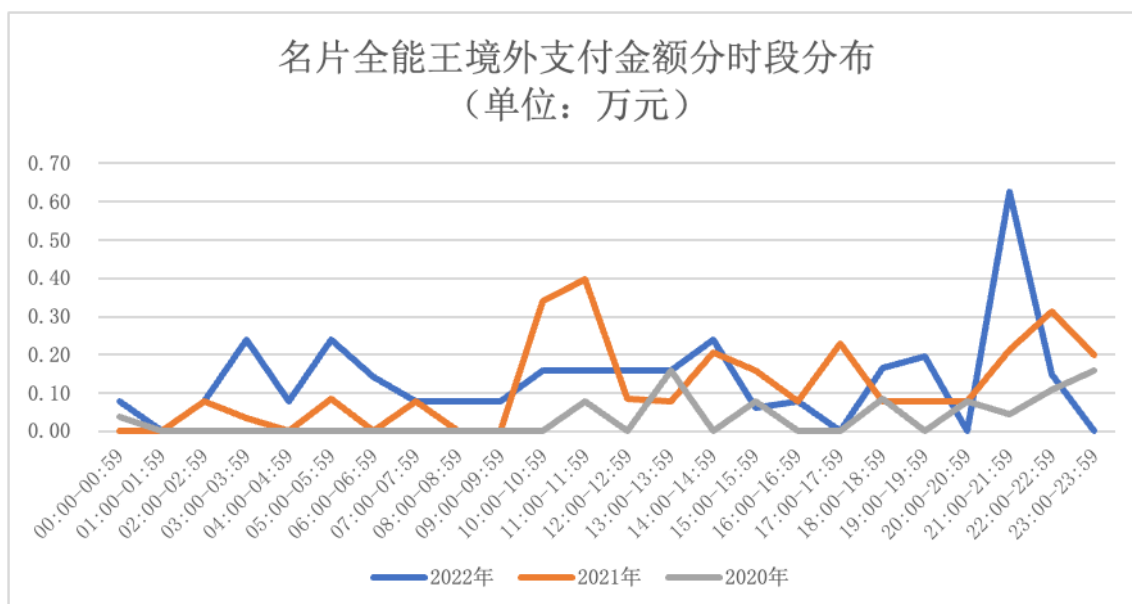
地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
西北地区	3.70	1.03	4.65	1.10	2.12	1.31
东北地区	3.72	1.03	4.22	1.00	1.90	1.18
其他	2.37	0.66	29.89	7.07	4.86	3.02
小计	354.95	98.62	418.51	99.00	158.70	98.47
境外（含港澳台）						
北美洲	0.72	0.20	-	-	-	-
亚洲	1.35	0.37	1.42	0.34	0.45	0.28
欧洲	0.63	0.17	0.50	0.12	0.04	0.02
南美洲	-	-	-	-	-	-
大洋洲	0.08	0.02	0.08	0.02	-	-
港澳台	1.73	0.48	1.71	0.41	1.75	1.08
非洲	-	-	0.08	0.02	-	-
其他	0.48	0.13	0.43	0.10	0.24	0.15
小计	4.98	1.38	4.22	1.00	2.47	1.53
合计	359.93	100.00	422.73	100.00	161.17	100.00

注：境内外地区按交易 IP 所在地区归集；公司使用用户交易时的 IP 地址与从第三方购买的 IP 库匹配地区，未匹配到的地区列入“其他”。

名片全能王境内支付金额时段分布如下图所示，从具体时间段来看，已核查的名片全能王境内用户交易金额的高峰时段为 8:00-11:59 以及 14:00-15:59，低谷时段为 22:00-次日 05:59，其中付费集中在 21:00-22:00 点是由于支付宝、微信平台会在 21:00-22:00 进行自动续费，与日常商业活动的活跃时间段一致，无明显异常。



名片全能王境外支付金额时段分布如下图所示，由于公司系统后台记录的交易时间为服务器时间（北京时间），且各国时差不同，因而用户在境外交易时间无明显时段分布。2021 年主要集中在 11:00-11:59，该时间段内共涉及 6 个不同的用户 ID 且下单 IP 各不相同，购买内容主要为 3 年期 VIP 会员（798 元），受抽取样本的影响导致当时段收入相对较高，不存在明显异常。



3) 启信宝个人版

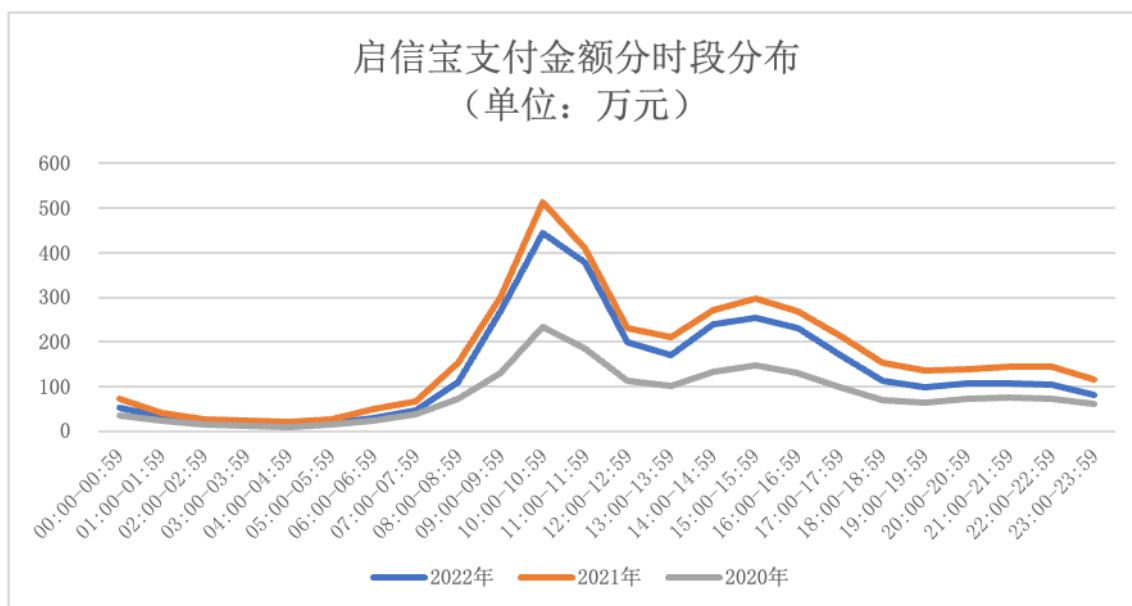
报告期内启信宝个人版核查样本中用户的交易地区主要集中在华东地区、华南地区、华北地区与西南地区，各期交易金额合计分别为 1,622.65 万元、3,311.90 万元和 **2,813.32 万元**，占报告期交易总金额比重分别为 83.68%、82.30%和 **85.03%**。具体分析结果如下：

单位：万元，%

地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内（不含港澳台）						
华东地区	1,488.21	44.98	1,720.84	42.76	839.80	43.31
华南地区	595.61	18.00	712.76	17.71	341.29	17.60
华北地区	398.62	12.05	502.03	12.48	257.94	13.30
西南地区	330.88	10.00	376.27	9.35	183.62	9.47
华中地区	269.32	8.14	291.13	7.23	149.20	7.69
西北地区	132.04	3.99	146.72	3.65	75.16	3.88
东北地区	91.73	2.77	108.95	2.71	60.82	3.14
其他	2.25	0.07	165.29	4.11	31.37	1.62
小计	3,308.65	100.00	4,023.99	100.00	1,939.19	100.00

注：境内外地区按交易 IP 所在地区归集；公司使用用户交易时的 IP 地址与从第三方购买的 IP 库匹配地区，未匹配到的地区列入“其他”。

启信宝个人版支付金额时段分布如下图所示，从具体时间段来看，已核查的扫描全能王境内用户交易金额的高峰时段为 8:00-11:59 以及 14:00-15:59，低谷时段为 22:00-次日 05:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，无明显异常。



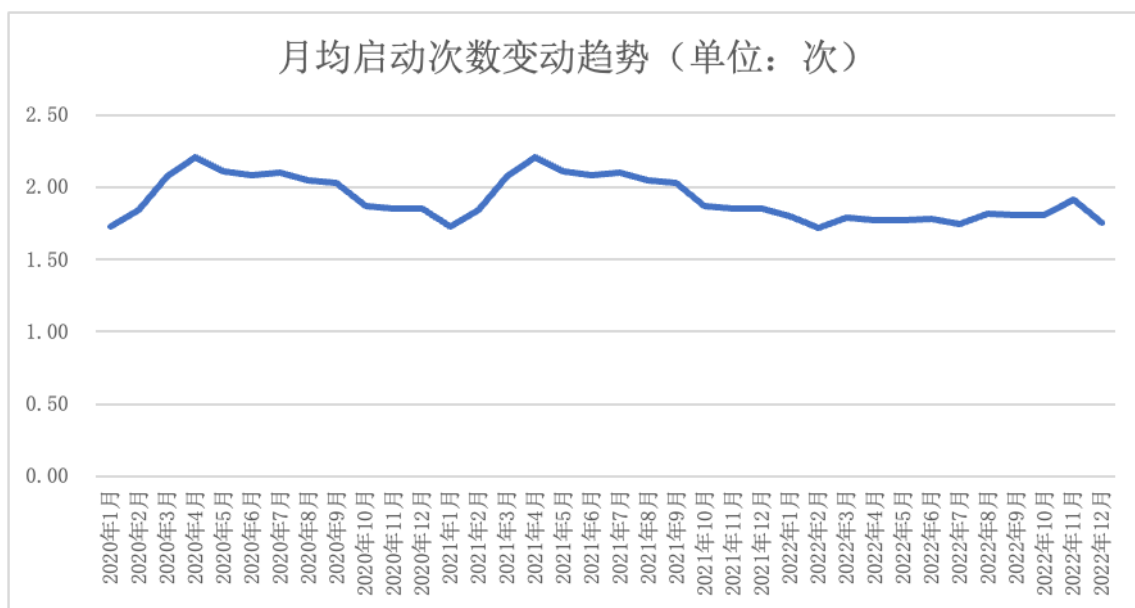
(4) 启动次数及启动时间核查

1) 扫描全能王

报告期内，核查样本中的月均启动次数总体稳定于 **1.5 次-2.5 次**。2020 年起，扫描全能王的月均启动次数整体呈现上升趋势，主要系：2019 年底，**外部环境**影响下，线上远程办公成为主要工作模式，扫描全能王的文档在线管理、远程分享、协作、传真等功能适应在线办公需求，用户量及使用频率均较 2020 年以前有所上升。

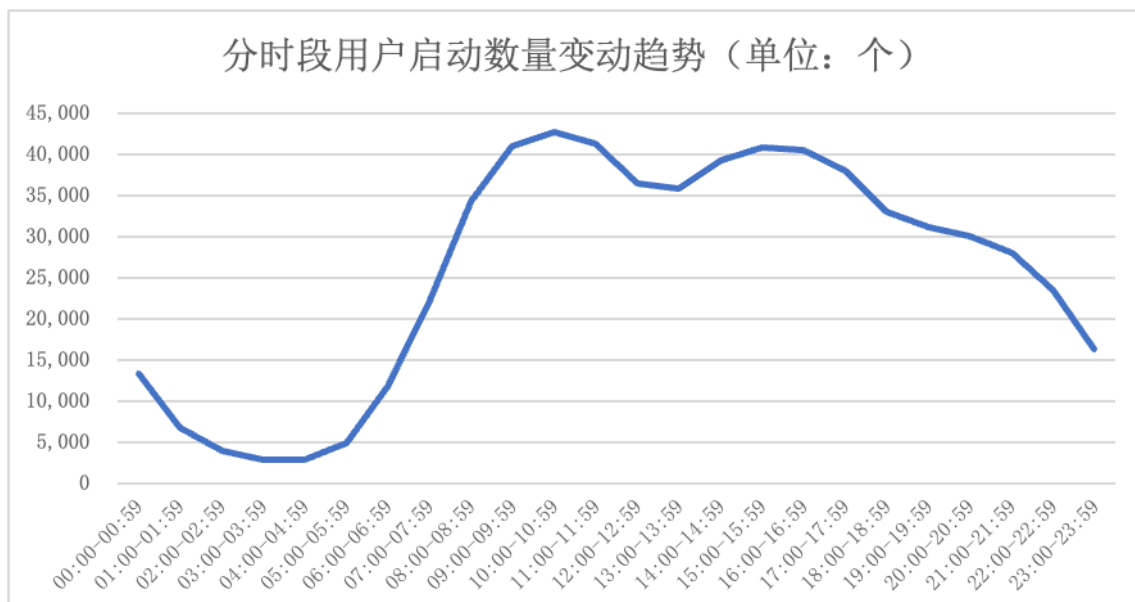
报告期各期，扫描全能王核查样本在 2 月平均启动次数较低，主要系春节影响，用户办公需求降低。

除上述情形外，报告期内，扫描全能王核查样本月均启动次数变动趋势合理。



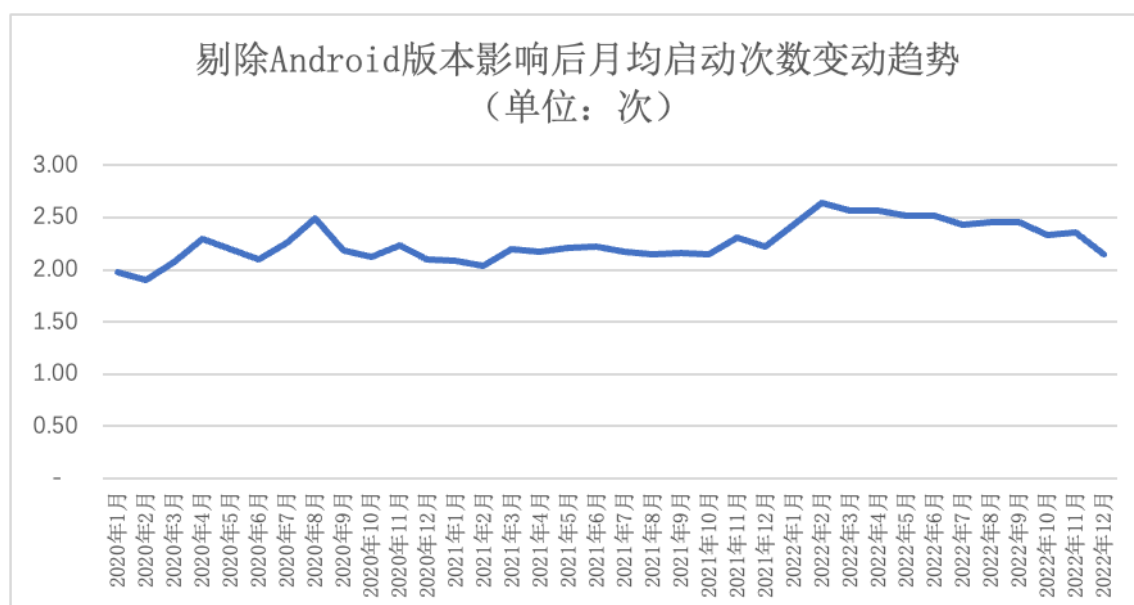
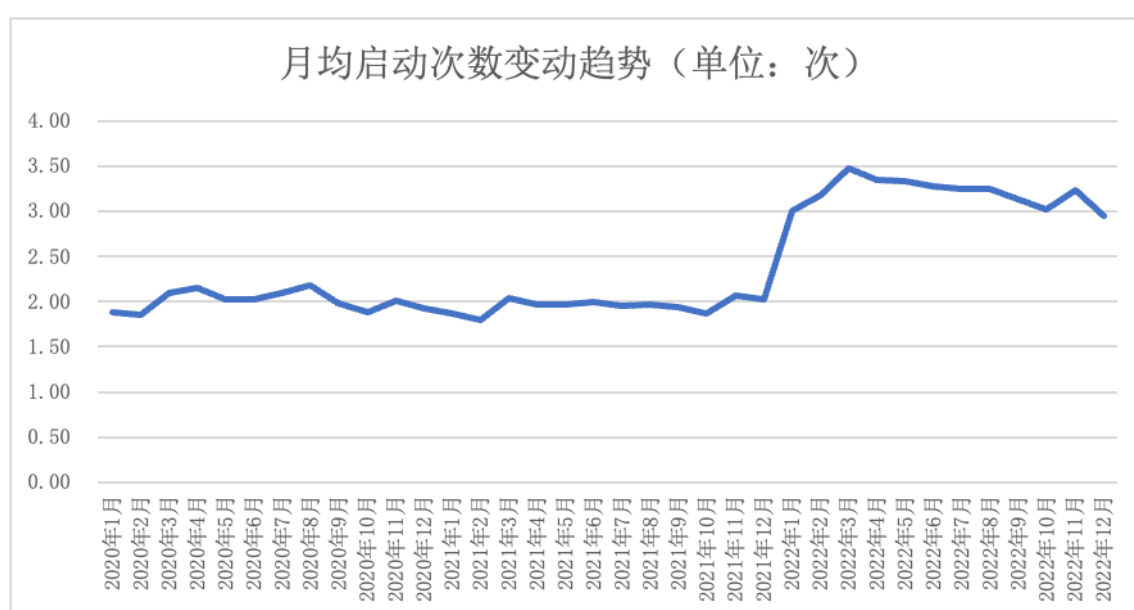
注：月均启动次数为当月每日每用户平均启动次数的算术平均值

从用户使用时间段来看，报告期内，发行人系统后台仅记录了用户启动扫描全能王的总次数、首次启动时间及最后一次启动时间。以首次启动时间为例，核查样本首次启动扫描全能王的高峰时段为 09:00-11:59 以及 14:00-16:59，低谷时段为 01:00-06:59，与日常商业活动的活跃时间段一致，无明显异常。



2) 名片全能王

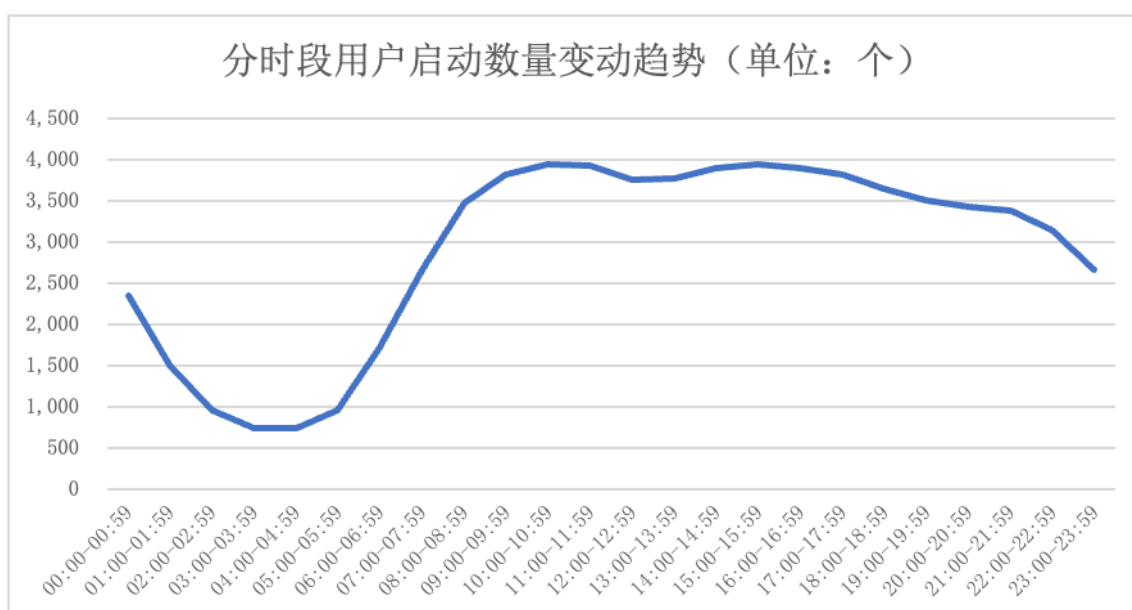
报告期内，名片全能王核查样本月均启动次数稳定在 2 次-2.5 次。其中，**2022 年**平均启动次数偏高，主要系公司于 2021 年 12 月 27 日发布了名片全能王的 Android 7.88.2 版本，该版本下用户可由部分其他路径（如分享、OpenApi、Web 跳转等）直接指定打开名片全能王的特定页面，而非从手机桌面点击图标进入，从而会跳过初始化环节，因此公司在名片全能王主页额外进行了一次初始化操作，以防止上述情况导致的初始化失败，从而导致平均启动次数偏高。剔除上述原因影响后，名片全能王 **2022 年**平均启动次数不存在显著异常。



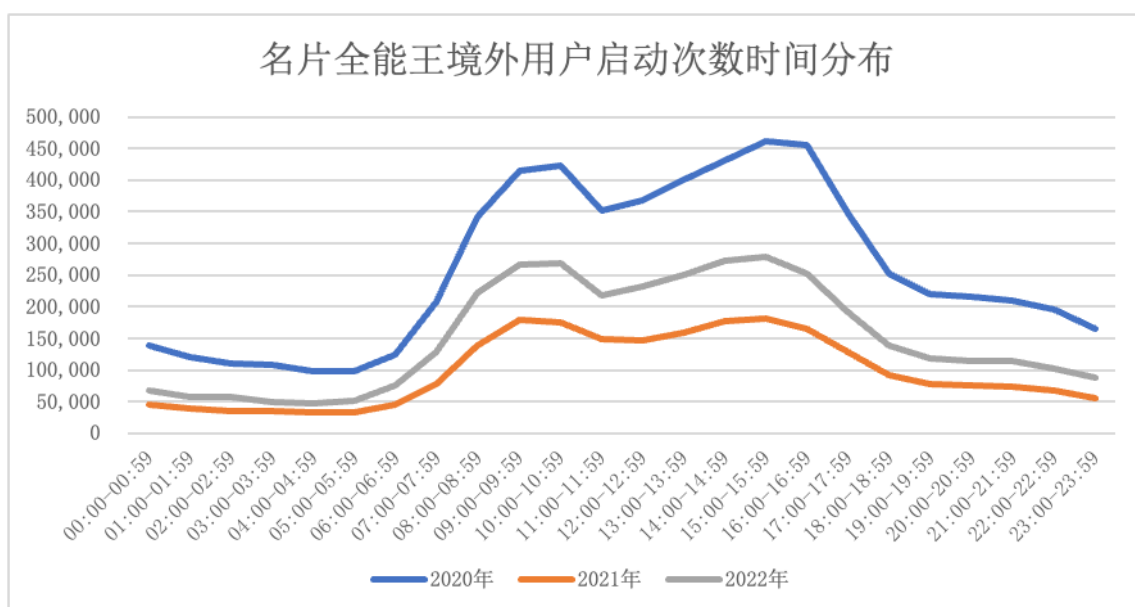
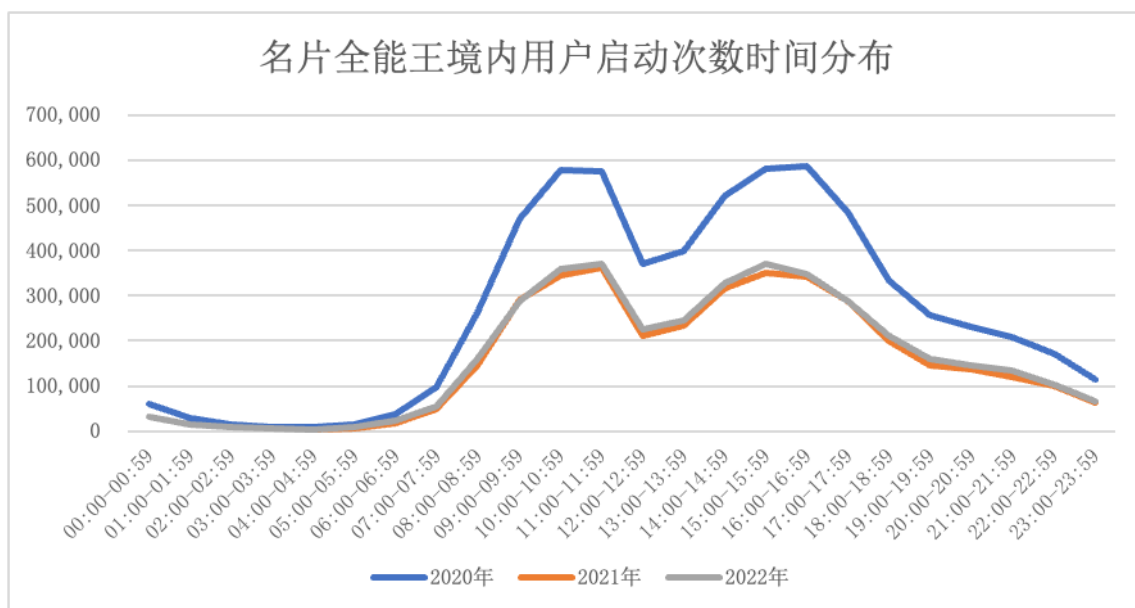
注：月均启动次数为当月每日每用户平均启动次数的算术平均值

此外，除报告期各期 2 月平均启动次数较低系春节影响导致用户办公需求降低外，报告期内，名片全能王核查样本月均启动次数变动趋势合理。

从用户使用时间段来看，报告期内，发行人系统后台仅记录了用户启动名片全能王的总次数、首次启动时间及最后一次启动时间。以首次启动时间为例，核查样本首次启动名片全能王的高峰时段为 9:00-11:59 以及 14:00-16:59，低谷时段为 01:00-06:59，名片全能王用户在晚间也存在一定程度商业活动，同时也受到抽取样本的影响。



报告期内，名片全能王全量的境内用户和境外用户的启动次数时间分布情况如下图所示：



由上图可知，名片全能王用户在夜间仍有一定程度的商业活动，但与名片全能王核查用户启动次数的时间分布存在一定差异，主要系抽取样本的影响。经核查抽取样本的其他用户行为，不存在明显异常。

3、是否存在充值后长期未使用的用户及核查情况

报告期内，发行人存在少量的充值后长期未使用的用户，充值后长期未使用的用户指自用户首次获取付费功能之后，截至报告期末未再产生活跃行为的用户。具体情况及分析如下：

(1) 扫描全能王

扫描全能王报告期内充值后长期未使用的用户总计为 **32,602** 人，占报告期的累计付费用户总数的比例为 **0.33%**；充值后长期未使用的用户的消费总金额占该期间内所有用户累计付费总金额的比例为 **0.43%**，该类用户数量及金额占比均较低。

充值后长期未使用出现的原因主要包括：用户通过微信小程序购买会员及模版产品，主要依赖微信后台提供的活跃数据，扫描全能王小程序上线后并没有接入埋点，该部分用户被记为充值后长期未使用的用户，占报告期内累计付费用户总数的比例为 **0.03%**。

扣除微信小程序的影响因素后，其余充值后长期未使用的用户占比为 **0.30%**，金额占比为 **0.43%**。报告期内，除小程序外各年度充值后长期未使用的用户占比分别为 **0.37%**、**0.17%**、**0.17%**，占比较低。

(2) 名片全能王

名片全能王报告期内充值后长期未使用的用户总计为 **339** 人，占报告期的累计付费用户总数的比例为 **0.21%**；充值后长期未使用的用户的消费总金额占该期间内所有用户累计付费总金额的比例为 **0.16%**，该类用户数量及金额占比均较低。

从充值后长期未使用的用户构成来看，主要为购买了 VIP-按年续费和 VIP-按月续费产品的用户，分别占对应产品总付费用户数量的 **0.24%**和 **0.20%**，占比较低。

(3) 启信宝个人版

启信宝个人版报告期内充值后长期未使用的用户总计为 **315** 人，占报告期的累计付费用户总数的比例为 **0.07%**；充值后长期未使用的用户的消费总金额占该期间内所有用户累计付费总金额的比例为 **0.03%**，该类用户数量及金额占比均较低。

从充值后长期未使用的用户构成来看，主要为购买了企业信用报告服务-专业版和 VIP 会员 1 年产品的用户，分别占对应产品总付费用户数量为 **0.07%**和 **0.03%**，占比极小。

综上所述，发行人扫描全能王、名片全能王及启信宝三个产品报告期内整体充值后长期未使用的用户占总付费用户数量比例为 **0.33%**、**0.21%**、**0.07%**，金额占比为 **0.43%**、**0.16%**、**0.03%**，数量和金额占比均非常小，符合产品的实际商业情况。

4、核查程序

针对前述事项，保荐机构及申报会计师主要履行了如下核查程序：

（1）区分不同 APP，分析各年度境内支付金额分层合理性。通过将支付订单数据中的第三方支付账号与用户 ID 进行关联匹配，检查是否存在同一个支付账号大量购买，检查使用同一个支付账号为多个不同的用户 ID 购买的合理性；

（2）区分不同产品类型，获取相应的付费用户的数量和金额信息，检查自获取付费功能后是否存在活跃行为，并统计分析存在充值后长期未使用的用户的产品类型；

（3）基于公司的业务开展情况，结合产品的实际发展情况，分析存在充值后长期未使用的原因。

5、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）名片全能王和启信宝订单金额分层及同一支付账号为多个用户 ID 购买情况无异常。

（2）对扫描全能王、名片全能王和启信宝大额支付账号、为多个用户 ID 充值所对应支付账号的核查情况无异常。

（3）扫描全能王、名片全能王和启信宝存在少量充值后长期未使用的用户，但相关数量及金额的占比均非常低，符合产品的实际商业情况，无明显异常。

（二）未对境外支付订单执行上述核查程序的原因，说明针对境外订单关于用户收入潜在异常的核查情况，对发行人不存在异常的自充值或刷单情形的核查依据是否充分。

1、未对境外支付订单执行上述核查程序的原因

报告期各 C 端 APP 在境内外支付订单的不同支付渠道情况如下表所示：

C 端 APP	支付渠道	用户所在地区	支付渠道提供的第三方账单是否包含支付账号
扫描全能王	App Store	境内外	无
	Google Play	境外	无
	支付宝	境内	有
	微信	境内	有

C 端 APP	支付渠道	用户所在地区	支付渠道提供的第三方账单是否包含支付账号
	银联	境内	有
名片全能王	App Store	境内外	无
	Google Play	境外	无
	支付宝	境内	有
	微信	境内	有
	银联	境内	有
启信宝个人版	支付宝	境内	有
	微信	境内	有
	百度钱包	境内	有

不同支付渠道的第三方账单与发行人内部业务系统中记录的订单的对应匹配关系如下表所示：

支付渠道	第三方账单主要要素	支付渠道第三方账单与发行人内部业务系统中记录的订单的对应关系
支付宝	业务流水号	以第三方账单作出发点，与业务系统记录的订单进行匹配。通过第三方账单平台记录的商户订单号与公司订单系统记录的商户订单号进行一一匹配，将订单起止时间、服务开通时间、充值耗用情况、对方账户、用户标识、用户注册情况、用户 IP 地址匹配至账单。
	商户订单号	
	订单时间	
	交易类型	
	商品名称	
	对方账户 (前 4 位+后 2 位)	
	订单金额	
	手续费	
微信	微信订单号	
	商户订单号	
	交易时间	
	交易类型	
	商品名称	
	用户标识	
	订单金额	
	手续费	
银联	交易流水号	以银联账单作出发点，与业务系统记录的订单进行匹配。通过银联账单平台记录的订单号与公司订单系统记
	订单号	

支付渠道	第三方账单主要要素	支付渠道第三方账单与发行人内部业务系统中记录的订单的对应关系
	交易时间	录的订单号进行一一匹配，将订单起止时间、服务开通时间、充值耗用情况、支付账号、用户注册情况、用户 IP 地址匹配至账单。
	交易状态	
	支付账号 (前 6 位+后 4 位)	
百度钱包	平台订单号	以百度账单作出发点，与业务系统记录的订单进行匹配。通过百度账单平台记录的第三方订单号与公司订单系统记录的第三方订单号进行一一匹配，将订单起止时间、服务开通时间、充值耗用情况、用户手机号、用户注册情况、用户 IP 地址匹配至账单。
	第三方订单号	
	订单创建时间	
	订单状态	
	支付金额	
	用户手机号 (前 3+后 4)	
App Store	Start Date (本期账单开始日期)	App Store 交易账单是每月按销售商品名称和国家/地区汇总的总数量及金额，无单笔订单明细信息，且对账月份不是自然月，账单的起止时间与公司后台服务器时间存在时差。用户通过 App Store 支付的费用由苹果公司收取，且不同地区终端用户支付的币种不同，最终结算以苹果公司的账单为准，因此系统后台没有记录订单金额和币种信息。由于 App Store 账单没有任何订单明细信息，因此无法将后台订单与账单进行一对一的匹配。
	End Date (本期账单结束日期)	
	Vendor Identifier (商品类型)	
	Country Of Sale (销售国家/地区)	
	Quantity (商品数量)	
	Partner Share (本币单价)	
	Customer Currency (本币币种)	
	Extended Partner Share (本币金额)	
	Exchange Rate (本币转化 原币汇率)	
	Proceeds (原币金额)	
	Withholding Tax (预扣税)	
Google Play	Description (交易流水号)	用户通过 Google Play 支付的费用由 Google Play 收取，由于不同地区终端用户支付的币种不同，最终结算以 Google Play 的账单为准，因此系统后台没有记录订单金额和币种信息。Google Play 账单有单笔订单明细信息，但由于账单中订单号与公司的业务后台订单号存在格式的差别、账单中无支付账号信息、账单的起止时间与公司后台服务器时间存在时差、不同地区终端用户支付的币种不同等原因，所以无法与公司业务系统记录的订单进行一一匹配。
	Transaction Date (交易日期)	
	Transaction Type (交易类型)	
	Product id (产品名称)	
	Sku Id (内购商品名称)	
	Buyer Country (销售国家/地区)	
	Buyer Currency (本币币种)	
	Amount (Buyer Currency) (付款金额 (本币))	

支付渠道	第三方账单主要要素	支付渠道第三方账单与发行人内部业务系统中记录的订单的对应关系
	Currency Conversion Rate (本币转化原币金额)	
	Amount (Merchant Currency) (付款金额(原币))	

如上表所示，由于 App Store、Google Play 平台的第三方账单无法与订单进行一一匹配，而 App Store、Google Play 支付的第三方账单中未包含用户支付账号信息，因此 App Store、Google Play 支付方式的用户无法进行支付账号与用户 ID 的关系核查，因此未对 App Store、Google Play 支付订单执行与其他境内订单完全一致的核查程序。

2、说明针对境外订单关于用户收入潜在异常的核查情况，对发行人不存在异常的自充值或刷单情形的核查依据是否充分

(1) App Store 和 Google Play 的刷单成本较高，且收款金额按会员期限分期确认收入

App Store 和 Google Play 主要采用订阅制，且存在 15-30% 的手续费，因此如果通过这两个平台刷单，需要大量的账户及大额手续费，且收款金额按会员期限分期确认收入，具体情况如下：

1) App Store 和 Google Play 的订阅机制

App Store 和 Google Play 的订阅机制是：1 个 Apple/Google 账号在一个 APP 内只会对 1 个订阅计划进行扣费，且当支付账户中存在该产品的订阅计划时不允许重复订阅，即同一个 Apple/Google 账号不能同时替多个不同用户 ID 的用户进行购买，如需切换用户，必须在 Apple/Google 平台解除订阅，解除后平台不会再进行扣款。

由于 App Store 和 Google Play 支付方式的订单平台规则限制，无法记录每个订单的具体金额，因此测算公式为：

订单金额 = (App Store 与 Google Play 账单同类产品当月的总金额/总数量) * 订单数量 (下同)

在扫描全能王的 App Store 和 Google Play 支付订单中，共有三种类型会员，分别为：①非会员：即消耗类产品，如点券、传真等；②非订阅类会员：即单次购买会

员，如 VIP-1 年、VIP-1 个月等；③订阅类会员：即连续续费会员，如 VIP 按年续费、VIP 按月续费等。其中订阅类会员的金额占比均在 97%以上。扫描全能王 App Store 及 Google Play 各类型订单金额占比如下：

年份	非会员	非订阅类会员	订阅类会员	总计
2020 年	0.92%	0.60%	98.49%	100.00%
2021 年	0.47%	0.40%	99.12%	100.00%
2022 年	0.31%	0.57%	99.12%	100.00%

名片全能王 App Store 及 Google Play 的支付订单中，共有三种类型会员，分别为：①非会员：即消耗类产品，如精准识别、数据导出等；②非订阅类会员：即单次购买会员，如 VIP-1 年、VIP-1 个月等；③订阅类会员：即连续续费会员，如 VIP 按年续费、VIP 按月续费等。其中订阅类会员的金额占比均在 89%以上。各类型订单金额占比如下：

年份	非会员	非订阅类会员	订阅类会员	总计
2020 年	0.36%	10.50%	89.15%	100.00%
2021 年	0.24%	4.93%	94.83%	100.00%
2022 年	0.35%	5.29%	94.37%	100.00%

2) App Store 和 Google Play 的手续费逐年增加

对于 App Store 及 Google Play 应用市场，有关协议约定和定价方案如下表所示：

第三方平台	协议约定	定价方案
App Store 开发者协议	对于向最终用户销售许可应用程序，Apple 有权获得相当于每位最终用户应付所有价格 30%的佣金；对于累积超过一年付费订阅服务的客户进行的自动续订订阅购买，无论有任何保留宽限期或续订延长期，Apple 均有权获得等于每个最终用户为每次后续续订支付的所有价格的 15%。	公司参考同类产品的定价情况，结合产品的市场定位和功能需求，设定标准定价。对国内市场，公司产品价格有适当下调。
Google Play 开发者协议及 google.com 的规定	通过 Google Play 销售的应用及应用内商品 Google 有权收取订单金额 30%的服务费；对于 12 个月付费后即自动订阅满一年后留住的订阅者购买的订阅产品，服务费率为 15%。	公司参考同类产品的定价情况，结合产品的市场定位和功能需求，设定标准定价。

通过 App Store 和 Google Play 进行虚增订单，不仅需要大量的第三方平台支付账

号，并且 App Store 和 Google Play 存在 15%-30% 的手续费。报告期内，来自于 App Store 和 Google Play 的手续费金额按照年平均汇率折合人民币结果如下：

单位：万元

第三方平台手续费	2022 年	2021 年	2020 年
App Store（注）	13,107.28	12,031.18	8,682.24
Google Play	1,777.52	2,725.52	2,480.53
合计	14,884.80	14,756.70	11,162.77

注：上表 App Store 的手续费中包含着交易税费，由于 App Store 未提供不同国家适用税率，无法将手续费和交易税费区分。

报告期内，手续费随着业务量的增加，处于不断增长的趋势，因此，虚增订单的成本非常高，通过该等平台刷单的概率较低。

3) App Store 和 Google Play 的 C 端客户的预收款金额持续增长

对于发行人而言，由于 C 端客户充值的会员费需要按照会员期限摊销确认收入，当年确认收入的金额不变的情况下，年度和多年度会员的占比越高，支付的手续费也相应更高。对于未确认收入的收款金额，计入公司的预收账款，对营业收入和净利润无影响。

报告期各期末，公司 App Store 和 Google Play 预收会员费余额分别为 9,259.66 万元、14,628.94 万元和 **17,200.05 万元**，金额持续呈快速增长趋势。在会员类型中，启信宝以年度和多年度会员为主，扫描全能王和名片全能王的各产品的年费和多会员的占比持续增加，具体如下表所示：

产品类型	年度及多年度会员占比		
	2022 年	2021 年	2020 年
扫描全能王	79.57%	75.61%	63.25%
名片全能王	89.17%	85.13%	78.49%

因此，通过虚增 App Store 和 Google Play 的 C 端客户充值款的成本会不断增加，通过该等平台刷单的概率较低。

（2）核查程序

针对 App Store 和 Google Play 渠道进行支付的扫描全能王及名片全能王订单，对发行人可能存在的自充值及刷单情况执行了以下方面的核查：

①App Store 和 Google Play 的支付方式订单分析，包括对平均日订单金额及数量、每日订单数量、订单类型金额分布和订单金额地域分布分析，确实支付订单的各项维度不存在明显异常；

②App Store 和 Google Play 的支付方式订单的用户高额购买分析，确认高额购买的用户为真实用户，不存在刷单的情况；

③App Store 和 Google Play 的支付方式的付费用户 IP 集中度分析，确认前 100 大 IP 的支付用户数量和订单金额的占比均较低。

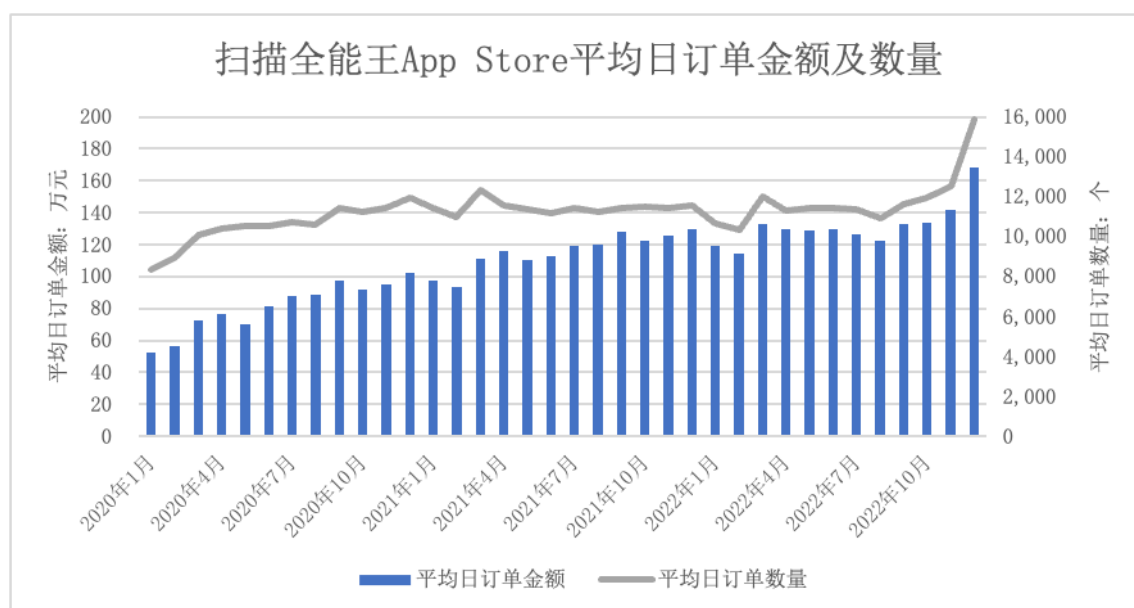
具体分析如下：

1) App Store 和 Google Play 支付方式订单分析

①扫描全能王 App Store 订单

A. 平均日订单金额及数量分析

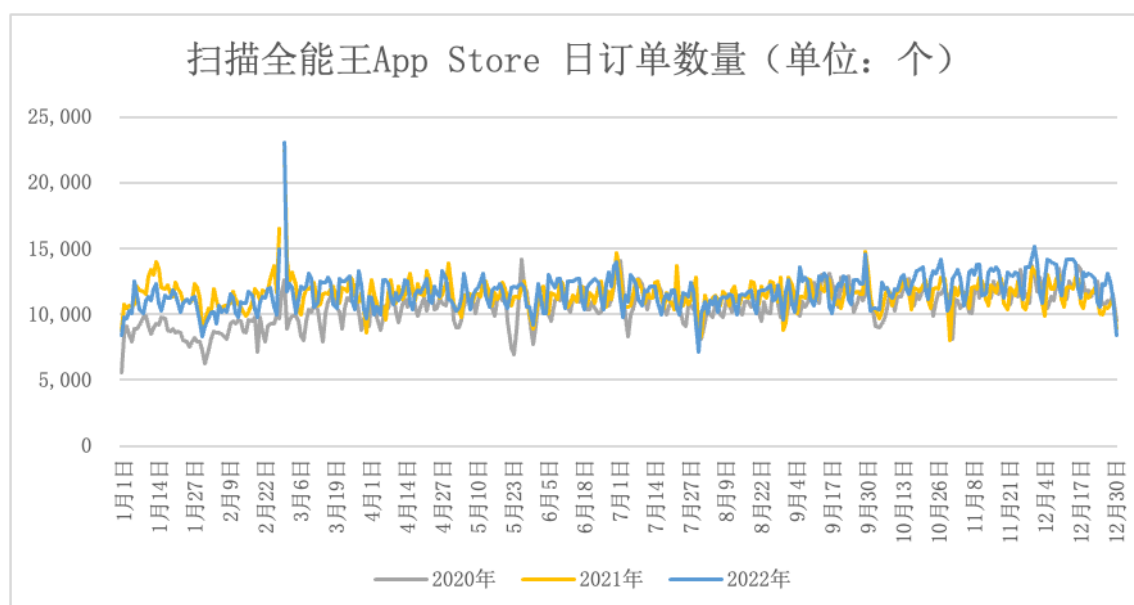
App Store 账单是由 Apple 公司按照其结算的账单期限汇总按月提供，账单期限是 35 天、28 天、28 天滚动，因此订单数量和金额存在波动。按照每月的账单天数对订单数据进行分拆计算，从而得出报告期内每月的平均日订单金额及数量，计算结果如下图所示：



由上图可知，扫描全能王订单金额在每年春节期间，订单金额会有所下降。2020年3月、4月的订单金额增幅比较大，主要系2020年居家办公等原因使得对扫描等需求上升，订单金额明显增加。2020年6月订单金额增幅较大，主要系发行人开展了618活动促销。2022年11月开始，国内App Store支付渠道上架了半年98元产品，付费订单数量增多，导致平均日订单数量增幅较大，除此以外，报告期各月的扫描全能王App Store平均日订单金额及数量趋势变化合理，无明显异常。

B.每日订单数量分析

报告期内，扫描全能王产品的App Store支付方式的每日订单数量统计及分析结果如下：



单位：个

统计维度	2022 年	2021 年	2020 年
总订单量	4,283,046	4,209,898	3,873,194
日均订单量	11,734	11,534	10,582
中位数	11,721	11,511	13,556
最大值	23,020	22,458	14,142
	(3月1日)	(3月1日)	(5月27日)

统计维度	2022 年	2021 年	2020 年
最小值	7,146	7,999	5,594
	(7 月 31 日)	(10 月 31 日)	(1 月 1 日)

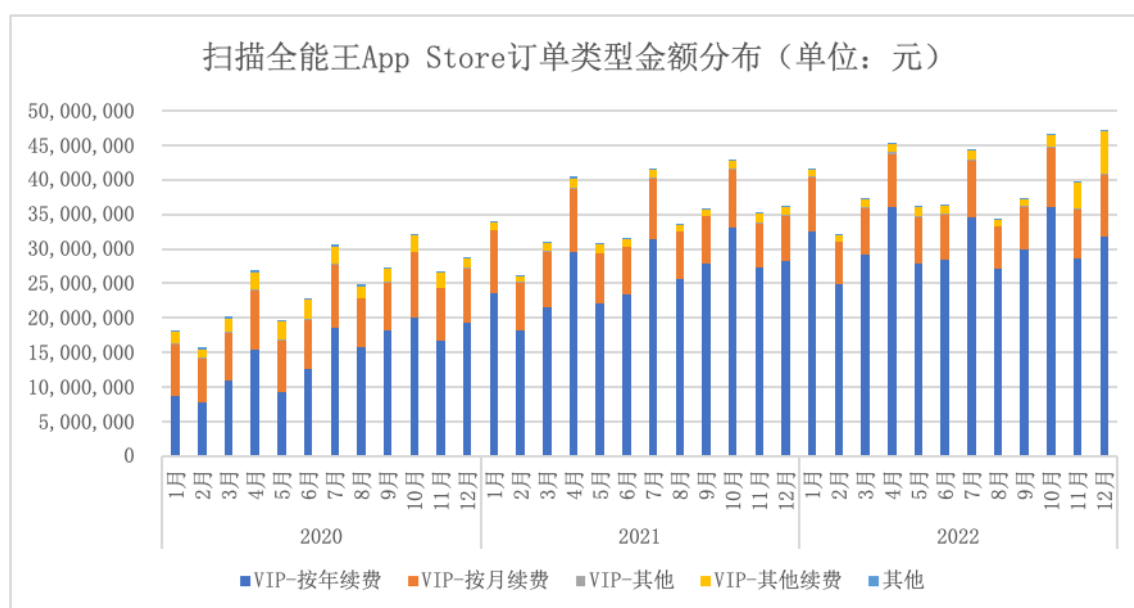
2020 年的日订单数量最高值为 14,142 个，发生在 5 月 27 日，主要系 2020 年上半年居家办公等原因使得对扫描等需求的提升。

2021 年、2022 年的日订单数量最高值为 22,458 个、23,020 个，发生在 3 月 1 日，主要系当年 1 月 29-31 日订阅的订单无法在 2 月份（只有 28 天）进行续费，订单于 3 月 1 日进行续费。与此类似，其他年份的 3 月 1 日的订单数量也都在较高的水平。

综上，报告期内，扫描全能王产品的 App Store 每日订单数量合理，无明显异常。

C. 订单类型金额分布分析

报告期内，扫描全能王产品 App Store 支付方式的订单类型金额分布如下图所示：



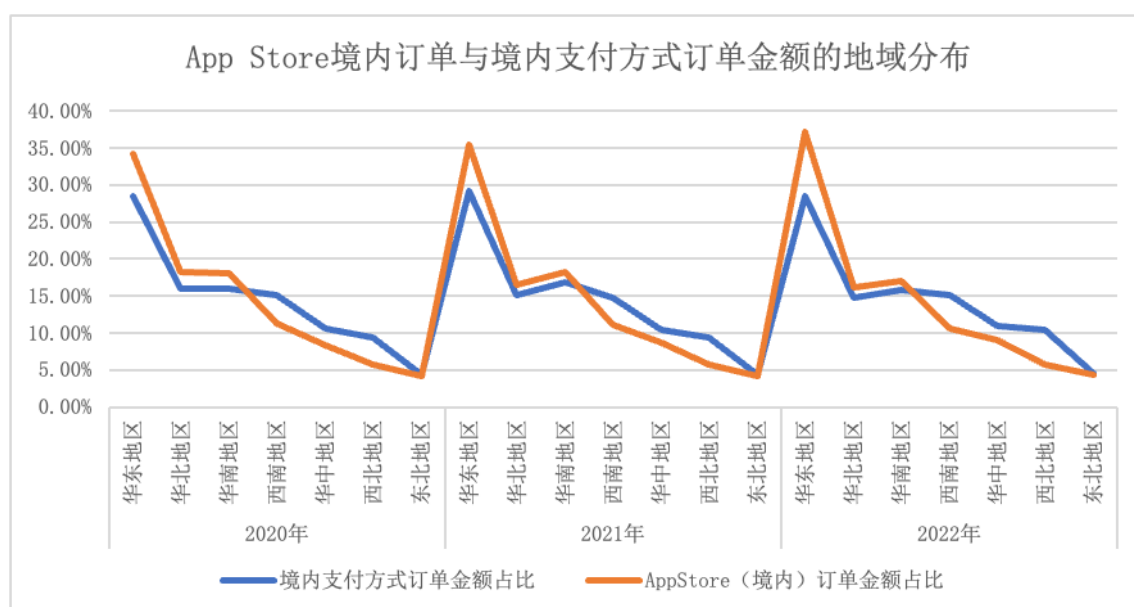
App Store 支付方式的订单主要为续费订单，自 2019 年起，公司引导用户按年付费，并在年费商品上制定了较多运营策略，因此按年续费的订单呈现上升趋势。2022 年 11-12 月其他续费的订单金额占比较高主要系：2022 年 11 月开始，国内 App Store 支付渠道上架了半年 98 元的产品，付费订单数量增多，整体趋势变化合理。

D.订单金额地域分布分析

报告期内，通过获取发行人系统后台记录的 App Store 支付方式的订单对应 IP 地址，匹配订单所在地区的金额分布，App Store 境内订单金额的地域分布占比如下表所示：

地区\年份	2022 年	2021 年	2020 年
华东地区	37.15%	35.47%	34.16%
华北地区	16.08%	16.53%	18.19%
华南地区	17.07%	18.18%	18.00%
西南地区	10.63%	11.06%	11.34%
华中地区	8.98%	8.76%	8.41%
西北地区	5.69%	5.77%	5.80%
东北地区	4.40%	4.24%	4.09%

各年度 App Store 境内订单金额的地域分布与境内支付方式订单金额的地域分布趋势如下图所示：

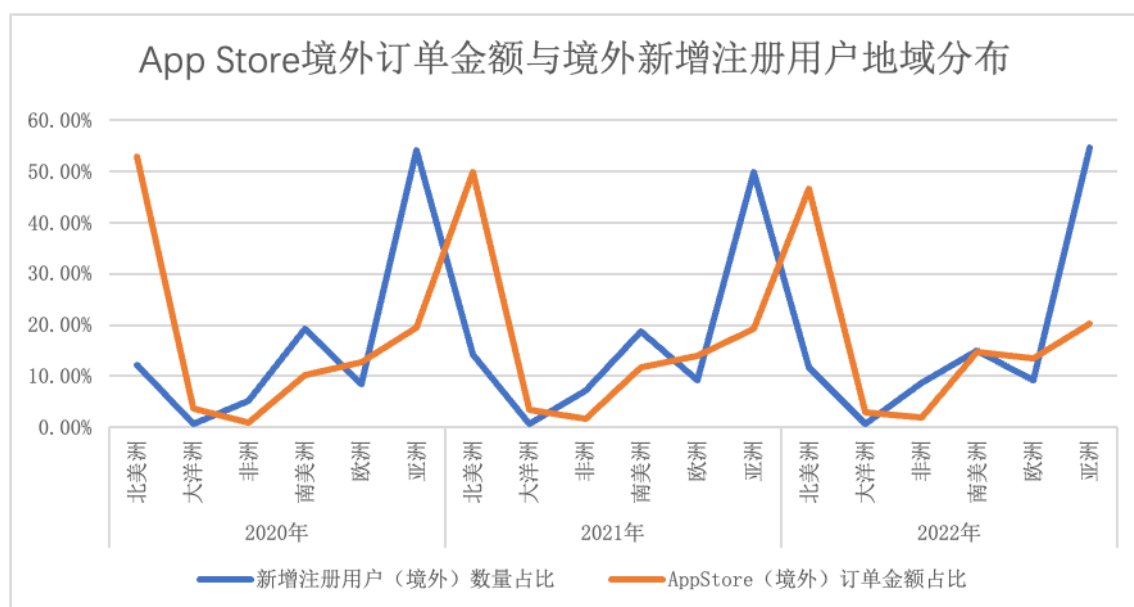


由上图可知，各年度 App Store 境内订单金额的地域分布与境内支付方式订单金额的地域分布较为相似，各年度占比变化较小，比例分布合理。

报告期内，App Store 的境外订单金额地域分布占比如下表所示：

地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
北美洲	46.75%	49.93%	52.93%
大洋洲	2.87%	3.40%	3.60%
非洲	2.05%	1.77%	1.00%
南美洲	14.76%	11.75%	10.17%
欧洲	13.38%	13.91%	12.82%
亚洲	20.20%	19.25%	19.49%

各年度 App Store 境外订单金额的地域分布与境外新增注册用户地域分布趋势如下图所示：



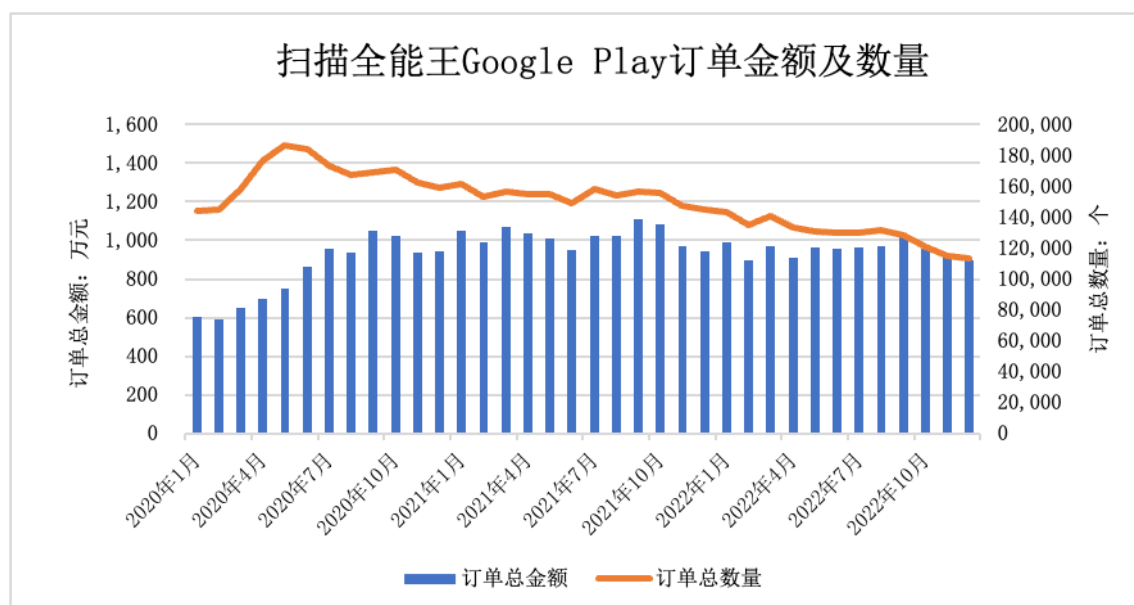
报告期内，App Store 境外订单金额地域分布与扫描全能王产品的境外新增注册用户地域分布有偏差，主要系境外新增注册用户量最大的印度地区付费率较低所致，同时北美洲的付费率较高，整体比例分布较为合理。

②扫描全能王 Google Play 订单

A. 订单金额及数量分析

对于扫描全能王产品的 Google Play 版本，由于仅境外能够使用，各国存在时差，因此无法进行工作日与非工作日的趋势分析。按月汇总的 Google Play 的订单数量和金

额如下图所示：

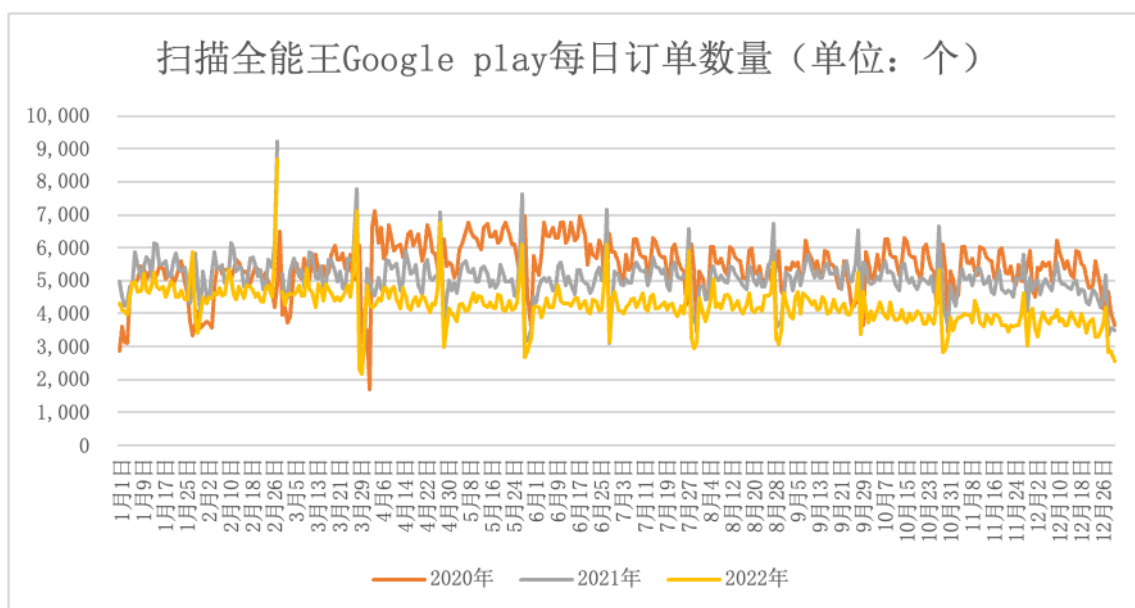


报告期内，扫描全能王 Google Play 订单存在少量波动， 具体包括：①2020 年 6 月，按年续费订单增加，在订单数量无明显变化的情况下，订单总金额有所增长。②根据产品运营调整，2021 年 12 月、2022 年 7-8 月以及 2022 年 11 月分别在 Google Play 部分发展中国家及地区下架了部分付费功能，由于发展中国家及地区的产品定价较低，因此整体订单金额影响较小，订单数量下降较为明显。

总体而言，报告期内扫描全能王产品的 Google Play 的订单的金额及数量趋势变化合理。

B.每日订单数量分析

报告期内，扫描全能王产品的 Google Play 每日订单数量的统计及分析结果如下图所示：



单位：个

统计维度	2022 年	2021 年	2020 年
总订单量	1,551,649	1,846,807	1,978,543
日均订单量	4,251	5,060	5,406
中位数	4,242	5,074	5,864
最大值	8,693	9,227	7,118
	(2月28日)	(2月28日)	(4月4日)
最小值	2,172	2,298	1,710
	(3月30日)	(3月30日)	(4月2日)

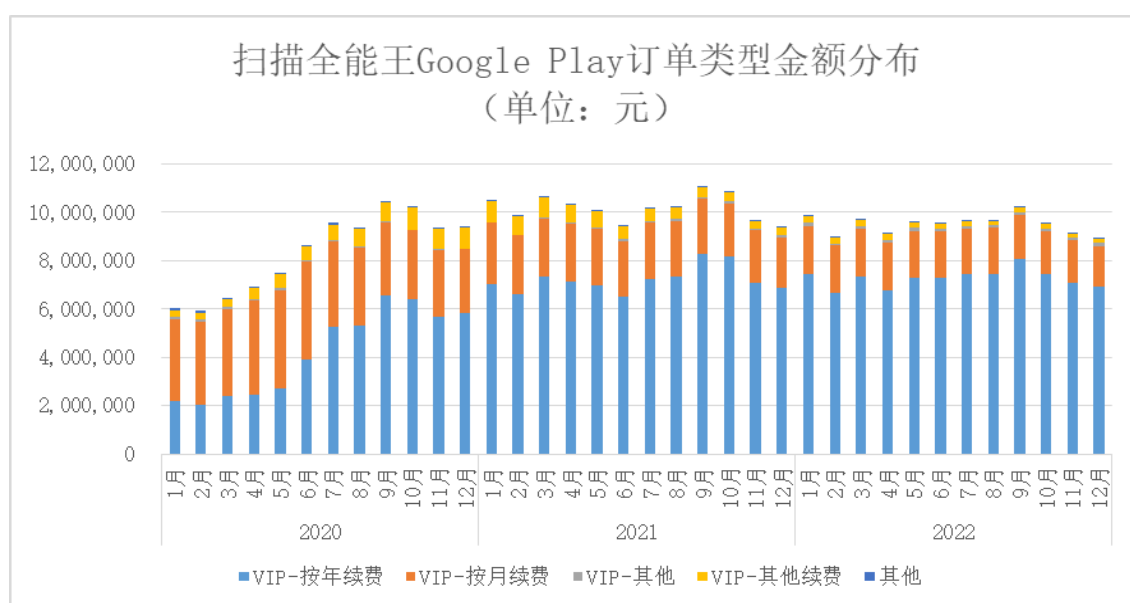
2020 年订单数量最高值为 7,118 个，发生在 4 月 4 日，主要系：2020 年上半年居家办公等原因使得对扫描等需求的提升。

2021 年、2022 年日订单数量最高值为 9,227 个、8,693 个，发生在 2 月 28 日，主要系当年 1 月 28 日-1 月 31 日购买的订单于 2 月 28 日集中生成续费订单，与 App Store 存在差异。与此类似，2020 年的 2 月 28 日的订单数量也都在较高的水平。

综上，报告期内，扫描全能王产品的每日 Google Play 订单数量合理，无明显异常。

C. 订单类型金额分布分析

报告期内，发行人的扫描全能王产品的 Google Play 订单类型如下图所示：



扫描全能王的 Google Play 订单以续费订单为主，且按年续费订单的占比逐渐增加，主要系**报告期内**，扫描全能王通过首期优惠（首年订购价给予一定折扣，第二年及之后恢复原价）等拉新策略，促进更多的新用户转化为付费用户，金额及趋势变动合理。

D. 订单金额地域分布分析

由于 Google Play 渠道仅支持境外用户进行购买，通过获取发行人系统后台记录的 Google Play 订单对应 IP 地址，并对 Google Play 订单金额地域分布进行对比，结果如下表所示：

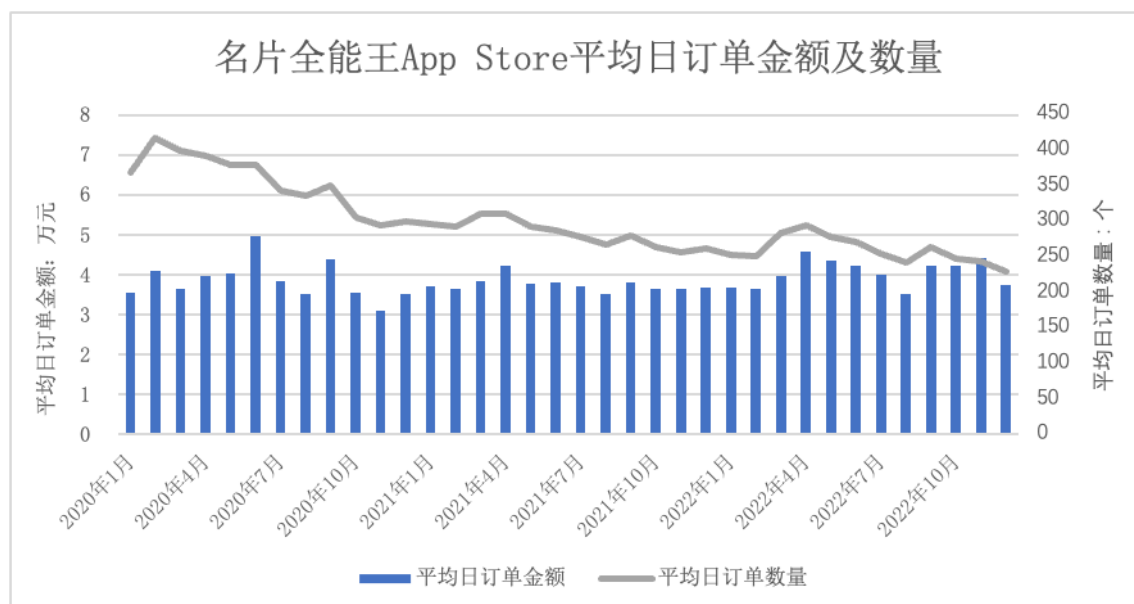
地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
北美洲	37.05%	36.23%	35.32%
亚洲	28.20%	28.82%	29.18%
南美洲	15.12%	15.85%	16.30%
欧洲	14.44%	14.06%	14.17%
非洲	3.03%	2.85%	2.96%
大洋洲	2.15%	2.19%	2.07%

报告期内，扫描全能王产品的 Google Play 订单金额地域分布与上文分析的 App Store 境外订单的地域的分布情况相似，无明显异常。

③名片全能王 App Store 订单

A. 平均日订单金额及数量分析

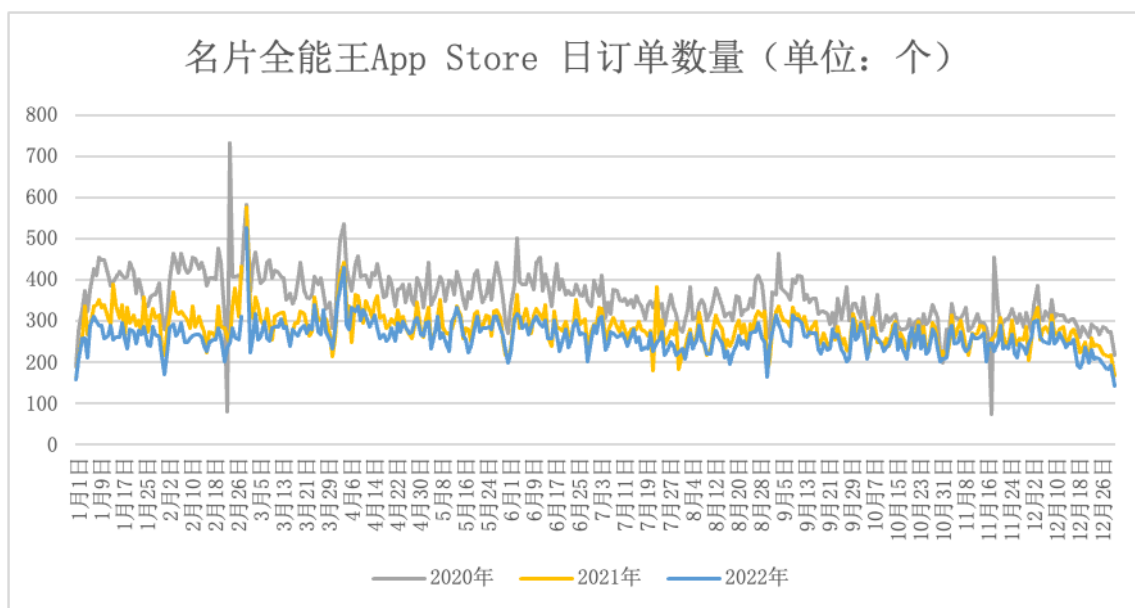
App Store 账单是由 Apple 公司按照其结算的账单期限汇总按月提供，账单期限是 35 天、28 天、28 天滚动，因此订单数量和金额存在波动。按照每月的账单天数对订单数据进行分拆计算，从而得出报告期内每月的平均日订单金额及数量，计算结果如下图所示：



名片全能王在 2018 年 4 月上线 App Store 的境外会员，随着名片全能王迅速发展，名片全能王整体平均日订单金额及数量快速上升。受 2020 年境外外部环境变化影响，2020 年 8 月起公司的订单金额和数量出现下降，通过采取加大多年 VIP 会员推广力度等运营策略，经营业绩基本保持平稳。综上，报告期内名片全能王 App Store 平均日订单金额及数量趋势变化均合理，符合公司的经营策略和市场环境，无明显异常。

B. 每日订单数量分析

报告期内，名片全能王产品的 App Store 支付方式的每日订单数量统计及分析结果如下：



单位：个

统计维度	2022 年	2021 年	2020 年
总订单量	95,145	103,767	130,085
日均订单量	261	284	355
中位数	261	284	399
最大值	525	576	732
	(3 月 1 日)	(3 月 1 日)	(2 月 24 日)
最小值	143	157	73
	(12 月 31 日)	(1 月 1 日)	(11 月 18 日)

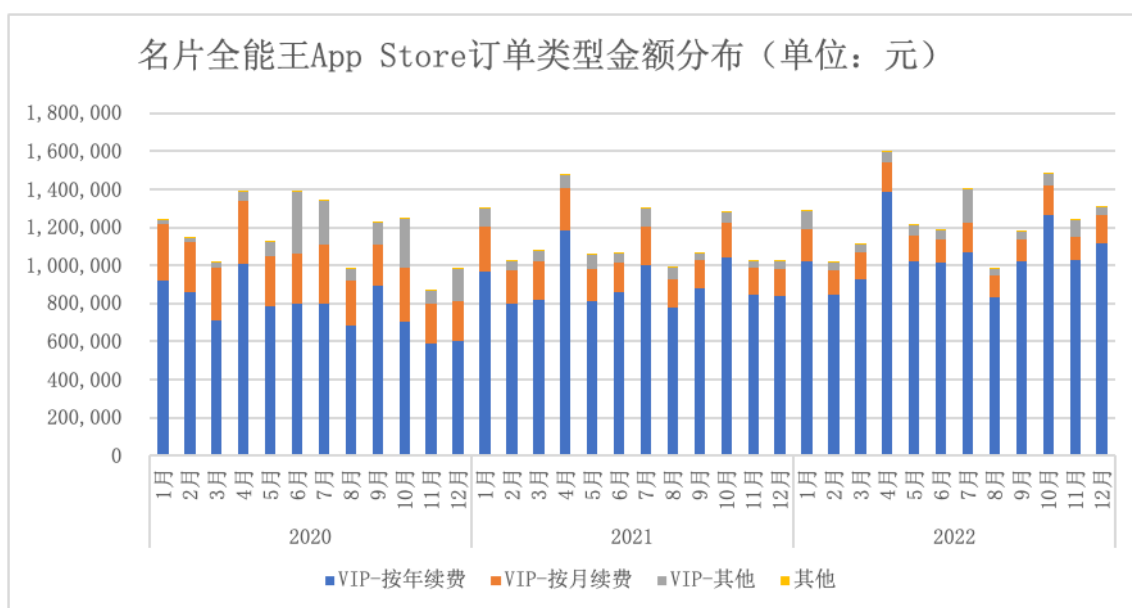
2020 年，日订单数量最高值为 732 个，发生在 2 月 24 日，主要系前日订单扣费异常，系统于 24 日进行批量补扣费所致。

2021 年、2022 年，日订单数量最高值为 576 个、525 个，发生在 3 月 1 日，主要系 1 月 28 日-1 月 31 日购买的订单于 3 月 1 日集中生成续费订单。

综上，报告期内，名片全能王产品的 App Store 每日订单数量合理，无明显异常。

C. 订单类型金额分布分析

报告期内，名片全能王产品 App Store 支付方式的订单类型金额分布如下图所示：



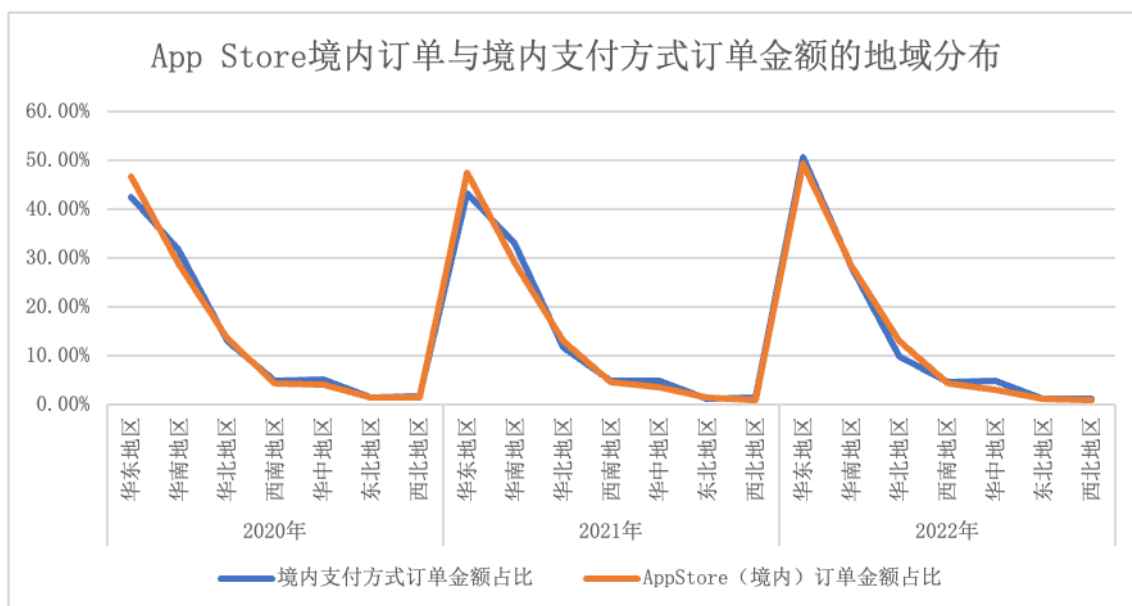
App Store 支付方式的订单主要为续费订单，自 2019 年起，公司在年费商品上制定了较多运营策略，因此按年续费的订单呈现上升趋势。2020 年发行人针对单价较高的“3 年 VIP”商品进行了数次“买 3 年送 1 年”的促销活动，购买“3 年 VIP”（归类为 VIP-其他）的订单有所增加，整体趋势变化合理。

D.订单金额地域分布分析

报告期内，名片全能王产品的 App Store 境内订单金额的地域分布如下表所示：

地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
华东地区	49.33%	47.54%	46.78%
华南地区	28.38%	29.06%	28.70%
华北地区	13.06%	12.99%	13.49%
西南地区	4.17%	4.45%	4.41%
华中地区	2.99%	3.59%	4.04%
东北地区	1.23%	1.39%	1.30%
西北地区	0.84%	0.98%	1.29%

各年度 App Store 境内订单金额的地域分布与境内支付方式订单金额的地域分布趋势如下图所示：

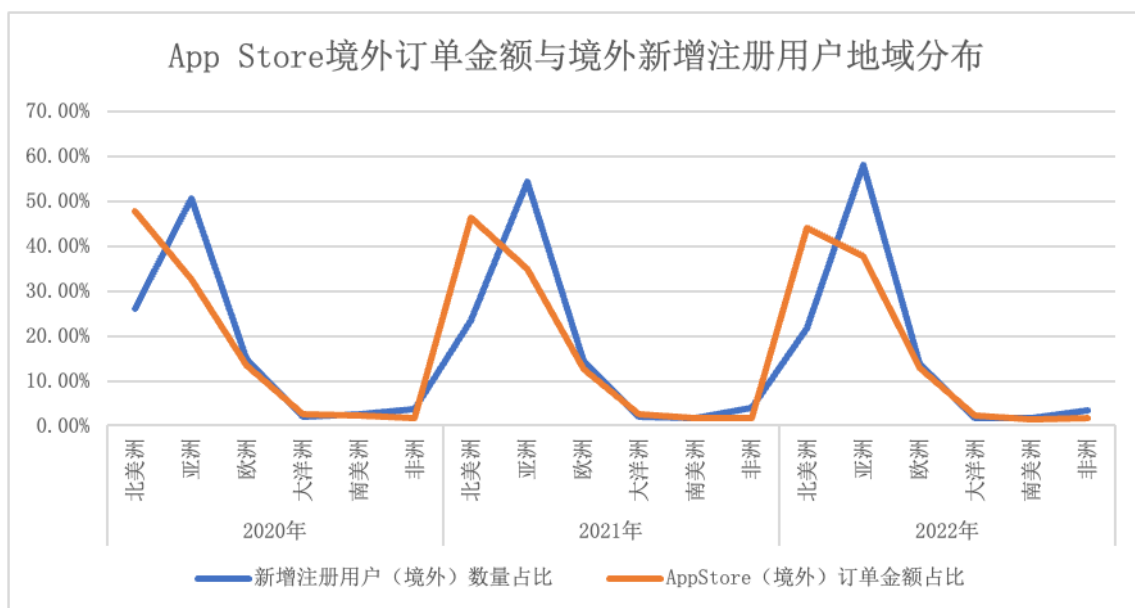


由上图可知，各年度 App Store 境内订单的分布情况与境内支付方式的分布较为相似，地域分布比例变化较小，趋势合理。

报告期内，App Store 的境外订单金额地域分布结果如下表所示：

地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
北美洲	43.98%	46.49%	47.73%
亚洲	37.72%	34.99%	32.51%
欧洲	12.78%	12.62%	13.38%
大洋洲	2.20%	2.44%	2.55%
南美洲	1.57%	1.79%	2.21%
非洲	1.76%	1.67%	1.63%

各年度 App Store 境外订单金额的地域分布与境外新增注册用户地域分布趋势如下图所示：

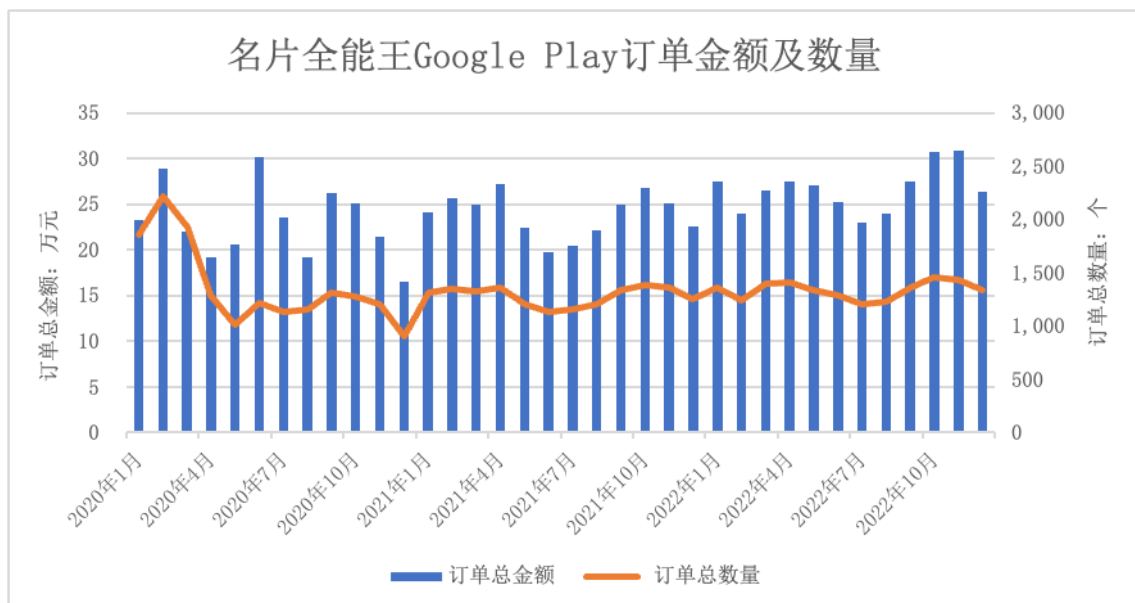


App Store 境外订单的分布情况与境外新增注册用户的分布存在一定差异，主要系新增注册用户量最大的亚洲地区付费率较低所致，同时美国（北美洲）的付费率较高，因此订单金额占比与境外新增注册用户占比有偏差。

④名片全能王 Google Play 订单

A. 订单数量及金额分析

对于名片全能王产品的 Google Play 版本，由于仅境外能够使用，各国存在时差，因此无法进行工作日与非工作日的趋势分析。按月汇总的 Google Play 的订单数量和金额如下图所示：

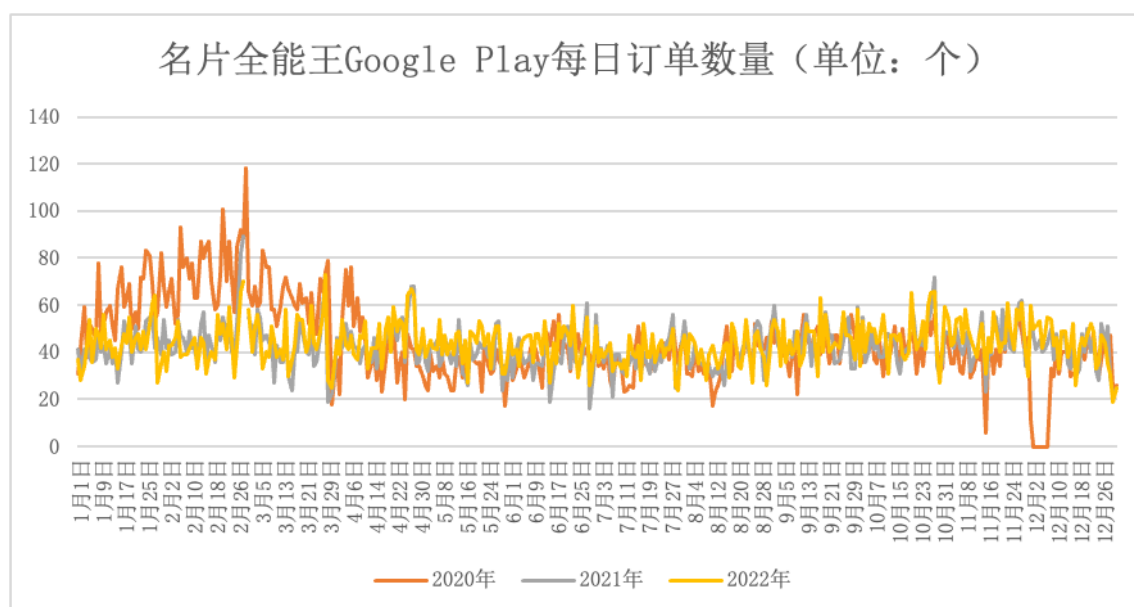


2020 年 1 月，发行人上线了 VIP-按年续费的折扣活动，订单量出现上升，但**外部环境变化**导致订单量明显回落。为缓解**外部环境变化**影响，公司于 2020 年 5 月起上线了 VIP-3 年的商品，提升用户粘性。

综上，报告期内名片全能王产品的 Google Play 的订单数量和金额趋势变化均合理，无明显异常。

B.每日订单数量分析

报告期内，名片全能王产品的 Google Play 版本的每日订单数量统计及分析结果如下：



单位：个

统计维度	2022 年	2021 年	2020 年
总订单量	16,070	15,372	16,417
日均订单量	44	42	45
中位数	43	41	42
最大值	73 (3 月 28 日)	89 (2 月 28 日)	118 (2 月 29 日)
最小值	19 (12 月 30 日)	16 (6 月 29 日)	0 (12 月 2 日)

报告期内，名片全能王 Google Play 版本的订单量总体较少。

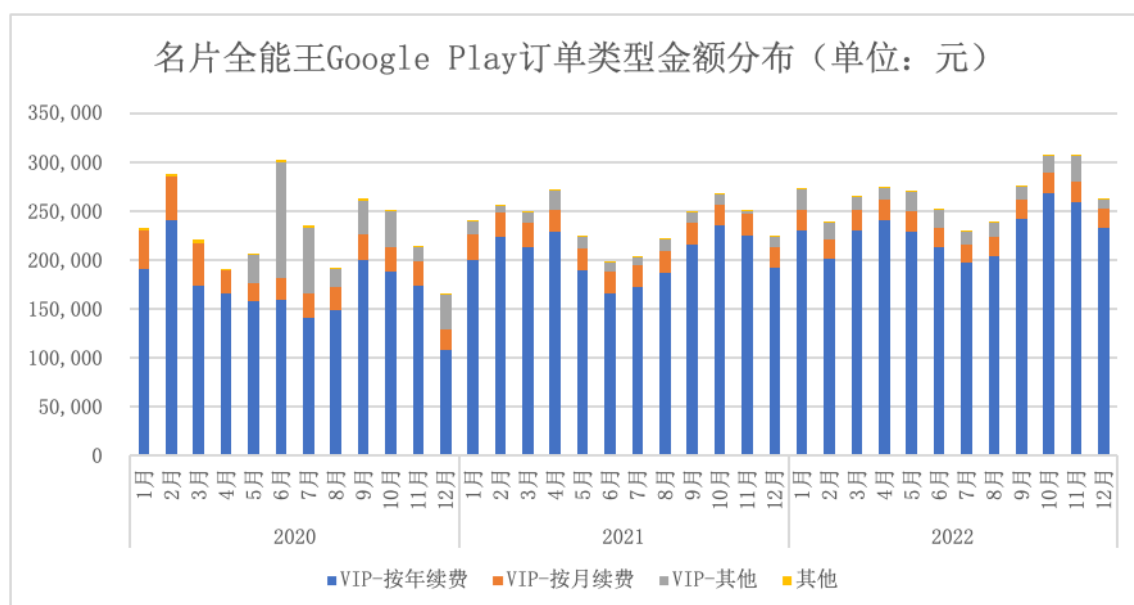
2020 年与 2021 年，日订单数量最高值为 118 个和 89 个，分别发生在 2 月 29 日和 2 月 28 日，主要系 1 月 28 日-1 月 31 日购买的订单集中生成续费订单。

2022 年，日订单数量变化无异常。

综上，报告期内，名片全能王产品的每日 Google Play 订单数量合理，无明显异常。

C. 订单类型金额分布分析

报告期内，发行人的名片全能王产品的 Google Play 订单类型如下图所示：



名片全能王的 Google Play 订单以续费订单为主，且按年续费订单的占比逐渐增加，主要系 2018 年 4 月上线的 Google Play 年订阅会员及月订阅会员商品，新产品的推广促进更多年费及月费订阅会员的提升。2019 年，公司在年费商品上制定了较多运营策略，促使按年续费的订单呈现上升趋势。2020 年发行人针对单价较高的“3 年 VIP”商品进行了数次“买 3 年送 1 年”的促销活动，购买“3 年 VIP”（归类为 VIP-其他）的订单有所增加，金额及趋势变动合理。

D. 订单金额地域分布分析

由于 Google Play 渠道仅支持境外用户进行购买，通过获取发行人系统后台记录的 Google Play 订单对应 IP 地址，并对 Google Play 订单金额地域分布进行计算，结果如下表所示：

地区 \ 年份	2022 年	2021 年	2020 年
亚洲	50.13%	48.90%	45.68%
北美洲	30.46%	31.22%	32.92%
欧洲	14.17%	13.84%	14.62%
大洋洲	1.62%	1.97%	2.22%
南美洲	1.48%	1.60%	2.29%
非洲	2.13%	2.46%	2.26%

报告期内，名片全能王产品的 Google Play 订单金额地域分布与上文分析的 App Store 境外订单的地域的分布情况相似，无明显异常。

2) App Store 和 Google Play 支付方式订单的用户高额购买分析

①扫描全能王

报告期内，汇总扫描全能王 App Store 和 Google Play 支付方式订单各期购买金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额以及其占 App Store 和 Google Play 支付方式订单总金额的比例如下：

单位：万元

金额排名	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1-10	4.72	0.01%	3.07	0.01%	3.94	0.01%
11-100	21.68	0.03%	21.67	0.04%	22.28	0.06%
101-500	87.90	0.13%	85.67	0.16%	87.03	0.22%
501-1,000	102.88	0.15%	92.43	0.18%	103.30	0.26%
1,001-2,000	192.85	0.29%	133.05	0.25%	130.32	0.32%
>2,000	66,930.38	99.39%	52,204.48	99.36%	39,778.15	99.14%
合计金额	67,340.41	100.00%	52,540.36	100.00%	40,125.02	100.00%

2020 年、2021 年和 2022 年，App Store 和 Google Play 付费用户数量分别为

2,054,483 个、2,386,050 个和 **2,610,855 个**，付费金额前 2,000 名的用户的金额占比较低。

报告期内，购买金额前 10 的用户主要为购买 VIP 会员搭配消耗类产品（点券、传真）。

综上，扫描全能王 App Store 和 Google Play 支付方式订单各期购买金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额及内容无明显异常。

②名片全能王

报告期内，汇总名片全能王 App Store 和 Google Play 支付方式订单各期购买金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额，以及其占 App Store 和 Google Play 支付方式订单总金额的比例如下：

单位：万元

金额排名	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1-10	1.59	0.08%	2.02	0.12%	1.72	0.10%
11-100	8.51	0.45%	8.53	0.49%	10.14	0.60%
101-500	30.98	1.64%	32.10	1.86%	35.00	2.07%
501-1,000	35.56	1.89%	37.31	2.16%	42.10	2.49%
1001-2,000	65.87	3.49%	64.35	3.73%	74.27	4.39%
>2,000	1,743.58	92.44%	1,581.40	91.64%	1,527.81	90.35%
合计金额	1,886.09	100.00%	1,725.71	100.00%	1,691.04	100.00%

报告期内，App Store 和 Google Play 付费用户数量分别为 58,123 个、55,911 个和 **61,539 个**，付费金额前 2,000 名的用户的金额占比**逐年降低**，其中 2020 年付费金额前 2,000 的用户金额占比较高，是因为 2020 年发行人针对单价较高的“3 年 VIP”商品进行了数次“买 3 年送 1 年”的促销活动，购买“3 年 VIP”的用户数有所增加。2020 年和 2021 年，购买金额前 10 位的用户主要系重复购买 VIP-3 年及搭配精准识别。**2022 年**，购买金额前 10 位的用户主要系购买 VIP 年费或搭配海外企业搜索。

综上，名片全能王 App Store 和 Google Play 支付方式订单各期购买金额前 2,000 名的用户所购买产品的金额及内容无明显异常。

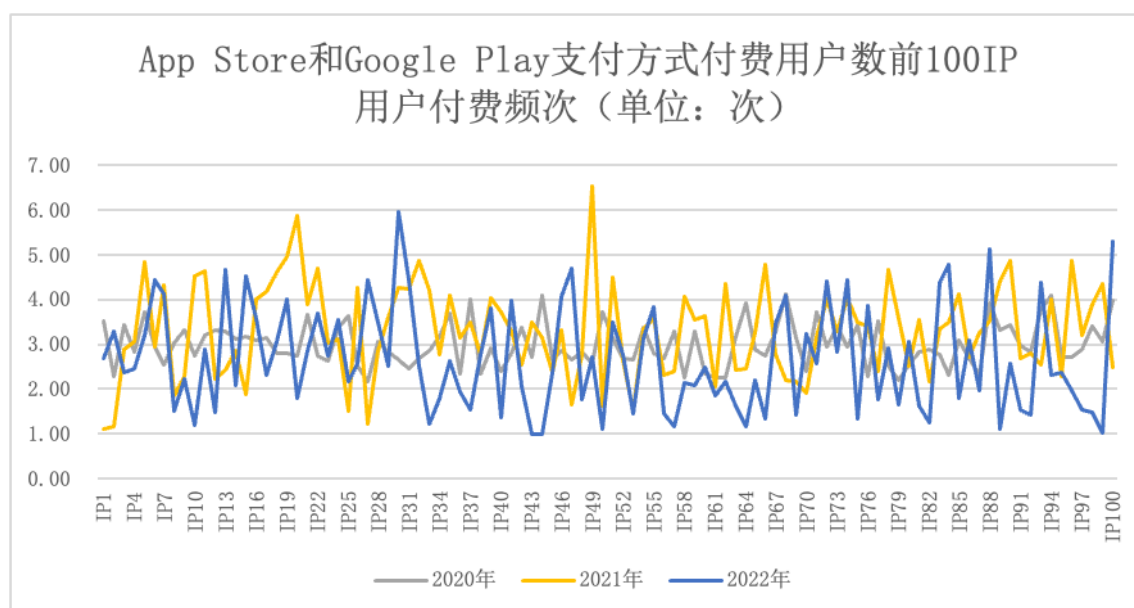
3) App Store 和 Google Play 支付方式的付费用户 IP 集中度分析

①扫描全能王

报告期内，汇总扫描全能王各年度 App Store 和 Google Play 支付方式的付费用户数量最多的前 100 个 IP，匹配其对应所有 App Store 和 Google Play 支付方式的订单，支付用户数量和订单金额的占比均较低，相关结果如下表所示：

年份	2022 年	2021 年	2020 年
前 100IP 用户数量（个）	3,302	3,817	5,610
前 100IP 用户数量占总 App Store 和 Google Play 支付用户数量的比例	0.13%	0.16%	0.27%
前 100IP 订单金额（元）	782,762.22	798,245.40	1,053,632.36
前 100IP 用户订单金额占总 App Store 和 Google Play 支付用户订单金额的比例	0.12%	0.15%	0.26%

扫描全能王 App Store 和 Google Play 支付方式的付费用户数量前 100IP 中每个 IP 的用户付费频次，均在 1-7 次之间，用户付费频次无明显异常，具体如下：



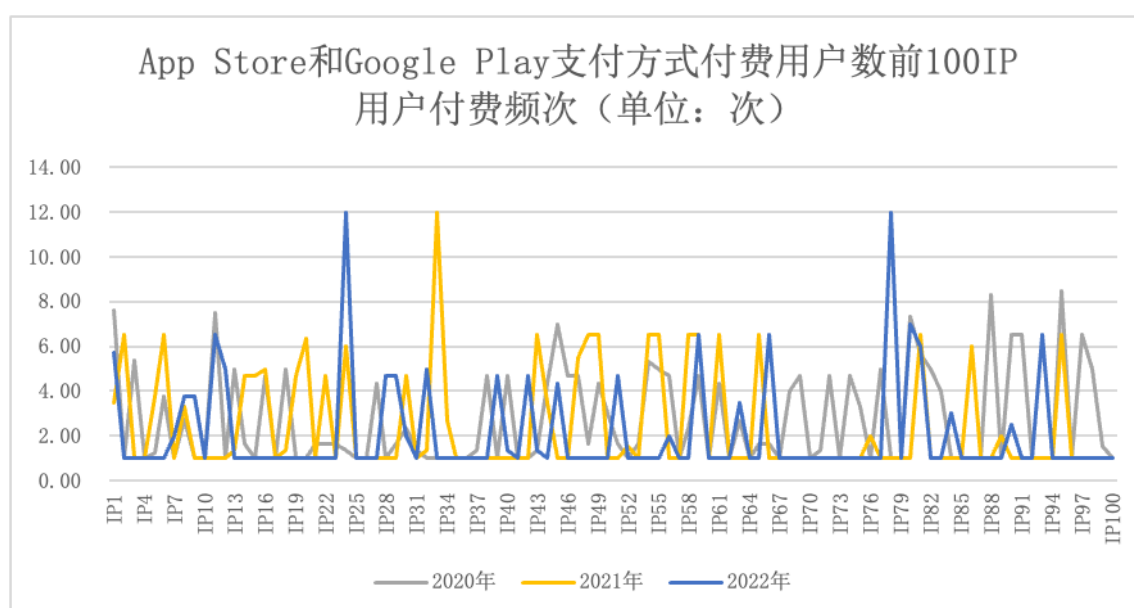
②名片全能王

报告期内，汇总名片全能王各年度 App Store 和 Google Play 支付方式的付费用户数量最多的前 100 个 IP，匹配其对应所有 App Store 和 Google Play 支付方式的订单，

支付用户数量和订单金额的占比均较低，相关结果如下表所示：

年份	2022 年	2021 年	2020 年
前 100IP 用户数量（个）	282	254	302
前 100IP 用户数量占总 App Store 和 Google Play 支付用户数量的比例	0.46%	0.45%	0.52%
前 100IP 订单金额（元）	83,059	78,930	83,711
前 100IP 用户订单金额占总 App Store 和 Google Play 支付用户订单金额的比例	0.44%	0.46%	0.50%

名片全能王 App Store 和 Google Play 支付方式的付费用户数量前 100IP 中每个 IP 的用户付费频次，其中 2021 年的 IP33 和 2022 年的 IP24、IP78 用户付费频次达到 12 次，为月 VIP 续费会员，其余均在 1-9 次之间，用户付费频次无明显异常，具体如下：



4) 其他核查程序

通过从发行人的生产环境中导出与用户量相关的业务数据，并针对发行人产品注册用户增量趋势、用户注册的时间段、用户注册 IP 集中度、用户启动次数、用户搜索次数等开展合理性分析，并进一步对发行人境外订单的真实性进行辅助验证，具体核查程序如下：

①获取报告期内发行人各 C 端产品的新增设备数量及设备型号、新增注册用户数

量及地域分布、新增注册用户注册时段等数据，进行增量趋势分析；

②获取报告期内各 C 端产品的注册用户数量对应的 IP 地址数据，统计其中对应注册用户数量最多的前 100 个 IP 地址，并对上述 IP 地址对应的新增注册用户数量及订单金额的集中度开展分析；

③获取报告期内各 C 端产品用户的月活数量、月均启动次数、日均使用时长、启动时间分布等数据并对其合理性开展分析；

④获取发行人在报告期内的各类 IT 运维成本，并将其与用户数量的增量趋势进行匹配度分析；

⑤针对该部分用户采取电话核查、APP 推送核查等用户真实性核查手段；

经核查，通过对发行人各 C 端产品的注册用户增量趋势、用户注册的时间段和用户上传 IP 集中度以及 IT 运维成本匹配度进行分析，发行人 C 端产品在报告期内的新增用户数量变动趋势合理，无明显异常。

(3) 核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1) 未对 App Store、Google Play 支付方式的用户执行与其他境内支付渠道一致的核查程序的原因为 App Store、Google Play 平台的第三方账单无法与订单进行一一匹配。

2) 通过对 App Store、Google Play 的订单执行订单分析、用户高额购买分析、付费用户 IP 集中度分析及其他补充核查程序，用户收入潜在异常的核查无明显异常，发行人不存在异常的自充值或刷单情形，核查依据充分。

8.关于股份支付

根据首轮问询回复：发行人 2019 年度股份支付费用为 16,600.21 万元，其中无等待期的股份支付费用为 14,941.58 万元，持股平台《合伙协议》条款中双方未约定服务期限、业绩条件，同时离职员工的股份退出方式均与《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》约定的情形存在显著差异，未构成实质上的等待期。

请发行人说明：结合员工持股平台关于员工离职和退伙的具体退出机制，包括退出情形、退出价格等协议约定，说明上述股份支付是否存在实质上的等待期，相关会计处理的依据是否充分，会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

一、请发行人说明：结合员工持股平台关于员工离职和退伙的具体退出机制，包括退出情形、退出价格等协议约定，说明上述股份支付是否存在实质上的等待期，相关会计处理的依据是否充分，会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

2017 及 2018 年，公司实行股权激励，陆续与员工签订期权协议，协议签署之后分四期授予期权，四期分别为：协议签署之日（T 年）、T+1 年、T+2 年、T+3 年，每期授予 25%，同时约定自协议签署之日起四年后，被授予方可依据《上海合合信息科技发展有限公司期权协议书》的约定向公司申请行权。期权授予时，基于期权授予日的公允价值，按照《企业会计准则》的规定在等待期内分期确认股份支付费用（如 T 年的股份支付费用分四年摊销，T+1 年的股份支付费用分三年摊销，以此类推），并计入经常性损益。

2019 年 7 月 10 日，公司召开董事会，决议通过如下事项：（1）取消离职的激励对象已获授但尚未行权的期权，该部分期权划归预留期权部分；（2）结合激励对象的绩效考评情况，将此前已获授予期权的沈东辉等 11 名激励对象的期权份额调增，并对刘雅琴等 44 名员工一次性授予期权，将授予周平的期权份额调减；（3）同意各激励对象行权，股权价格为每份期权 2.2 元人民币，行权方式为激励对象受让陈飒所持持股平台财产份额。同时 2019 年 7 月期权计划完成后，陈飒作为预留期权持有人其对应的期权数量为 3,436,500 份。根据 2019 年 12 月董事会决议：陈飒所持有的股权/财产份额归属镇立新所有，公司将预留期权在 2019 年 12 月一次性授予镇立新并确认相应

股份支付费用。2019 年 12 月，各持股平台完成工商变更登记，本次股权激励计划行权完毕。

1、授予日的确定：

根据财政部 2021 年 5 月发布的《股份支付准则应用案例——授予日的确定》，案例中相关描述为“甲公司股权激励方案虽于 20X1 年 10 月 15 日获得股东大会批准，但该日并未确定拟授予股份的激励对象及授予股份数量，不满足授予日定义中‘获得批准’的要求，即‘企业与职工就股份支付的协议条款或条件已达成一致’。”其不满足授予日的定义，此时不进行股份支付的会计处理。

发行人 2017 至 2018 年陆续召开董事会对员工实施股权激励，并与员工签订期权协议或发放期权证，协议或期权证书中明确约定自协议签署之日（证书）起分四期授予期权，四期分别为：协议签署之日（T 年）、T+1 年、T+2 年、T+3 年，每期授予 25%。企业与员工自协议签署之日已就股权激励的相关约定和条款（包括协议中对于授予日的具体约定）达成了一致，发行人按协议条款约定的日期确定授予日分别为 T 日（协议签署日）、T+1 年、T+2 年、T+3 年，符合企业会计准则及前述财政部关于股份支付准则应用案例的相关规定。同时，随着公司整体估值的不断上升，授予日期权的公允价值也逐步上升，相应确认的股份支付费用金额逐步增加。因此基于协议条款的明确约定以及会计处理谨慎性的原则，公司确定股份支付的授予日分别为 T 日（协议签署日）、T+1 年、T+2 年、T+3 年。

2、2019 年股份支付费用计入经常性损益的期权

根据董事会决议同意各激励对象行权，发行人 2017 年度及 2018 年度已授予的尚未行权的期权均缩短等待期提前行权属于股份支付条件条款的有利修改，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定，尚未行权的期权股份支付成本不再在等待期内分摊，应一次性计入 2019 年度当期经常性损益总计 1,658.63 万元。该部分提前行权的期权在行权前均附有服务期条款，2019 年董事会决议允许员工提前行权，并不属于取消期权计划导致的加速行权，因此，该部分期权对应的股份支付费用计入了经常性损益，也更加符合谨慎性原则。

经公开信息查询，存在将加速行权确认的股份支付费用计入经常性损益的案例，具体如下：

公司名称	相关描述	是否计入经常性损益
纳芯微 (688052.SH)	2019年12月公司加速结算了被激励对象名下尚处于等待期的部分期权，相应确认了加速行权部分对应的股份支付费用。	是
孚能科技 (688567.SH)	子公司美国孚能将其原先授予员工的美国孚能权益工具进行加速行权处理，在美国孚能层面将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积	是
恒玄科技 (688608.SH)	2020年通过《关于2018年期权加速行权的议案》，同意2018年期权激励计划项下的激励对象对其在期权计划项下已被授予的但尚未满足行权条件的期权进行加速并转为限制性股票。由此导致2020年1-6月增加股份支付费用126.68万元	是

3、2019年股份支付费用计入非经常性损益的期权

对于2019年董事会决议新增授予的立即可行权的期权，以及在2017及2018年已签署协议但尚未授予的期权均提前授予并立即行权，两部分期权在授予日按照权益工具的公允价值一次性计入确认股份支付费用14,941.58万元，并计入非经常性损益。

（一）持股平台合伙人实际退出情形与原合伙协议约定不一致，但公司已通过《新补充协议》进一步明确离职员工对持有的发行人股份具有选择回购、保留等权利，员工即使离职也可从股权激励计划中获益。

1、员工持股平台原合伙协议及补充协议关于员工离职和退伙的具体约定

报告期内，员工持股平台原合伙协议及补充协议关于员工离职和退伙的具体退出机制有2种约定方式：

（1）方式1：

根据上海目一然、上海融梨然、上海顶螺的《合伙协议》及原《合伙协议补充协议》（以下简称“原补充协议”），公司关于员工离职和退伙的具体退出机制，包括退出情形、退出价格等协议约定具体如下：

退出情形	退出价格
发生不可抗力等因素导致的退伙： 如自然人死亡或者被依法宣告死亡、法人或者其他组织依法被吊销营业执照、责令关闭、撤销，或者被宣告破产或因其他原因丧失合伙人资格等（自然人死亡、被依法宣告死亡或者法人及其他组织终止时，其继承人或者权利承受人可以依法取得该有限合伙人在有限合伙企业中的资格）	合伙协议中未明确约定，按《合伙企业法》规定执行：按照退伙时的合伙企业财产状况进行结算，退还退伙人的财产份额。退伙人对给合伙企业造成的损失负有赔偿责任的，相应扣减其应当赔偿的数额。
惩罚性离职： 执行事务合伙人有权对该有限合伙人所持有的本合伙企业的财产份额进行相应调整：如违反	实缴出资扣除其应向本合伙企业支付的违约金、赔偿金后以现金形式返还给被除名合伙

退出情形		退出价格
国家法律法规、合合信息《公司章程》或内部管理制度规定、因犯罪行为被依法追究刑事责任、损害合合信息利益或声誉等行为;		人, 不足以支付的, 执行事务合伙人有权以本合伙企业名义要求其支付
一般性离职: 无论基于何种原因从公司离职, 包括但不限于劳动合同或聘用合同履行期内, 有限合伙人提出终止或提前解除与合合信息订立的劳动合同或聘用合同; 劳动合同或聘用合同期满, 公司提出以不低于原合同条件续签而该有限合伙人未同意; 非因惩罚性离职所列示的原因导致公司主动提前终止或提前解除与该有限合伙人订立的劳动合同或聘用合同。	上市申报前转让或退伙	该有限合伙人取得本合伙企业全部财产份额的价格原值加上投资期间以 8% 的年利率 (单利) 计算出收益的总额。 实际执行中, 员工根据自身实际情况选择是否执行此方案。
	上市成功后禁售期内的退伙	不予以立即执行, 直至禁售期或锁定期届满后按其取得本合伙企业全部财产份额的价格原值加上投资期间以 8% 的年利率 (单利) 计算出收益的总额。
	上市成功且禁售期满后的退伙	离职退出条款未与上市时间相挂钩, 相关退伙条款与上市前一致: 该有限合伙人取得本合伙企业全部财产份额的价格原值加上投资期间以 8% 的年利率 (单利) 计算出收益的总额。

根据合伙协议和原补充协议约定, 转让或者处置合伙企业的知识产权和其他财产权利应该经执行事务合伙人同意 (合伙企业由普通合伙人或其委派的人员执行合伙事务, 普通合伙人有权随时更换其委派的执行合伙事务代表)。因此公司股票上市后, 需经执行事务合伙人同意, 持股平台将其持有的公司股票在公开市场进行交易, 由此产生的持股平台可分配利润, 再由持股平台向全体合伙人进行分配, 具体分配金额按照各合伙人实缴出资额确定。

2022 年 3 月 25 日, 经激励对象协商一致并经发行人第一届董事会第十四次会议审议通过, 对有限合伙人利益实现之方式进行了调整, 根据新的《合伙协议补充协议 (2022 年 3 月)》: 公司股票上市且禁售期满后, 合伙企业将其持有的公司股票进行交易, 由此产生的合伙企业的可分配利润, 再由合伙企业向全体合伙人进行分配, 具体减持方案、分配金额及方式由包括执行事务合伙人在内的三分之二以上合伙人决定。

有限合伙人离职后相关份额的处理方式, 以及上市成功且禁售期满后的退伙方式, 以新的《合伙协议补充协议 (2022 年 3 月)》约定的方式为准。

(2) 方式 2:

根据卉新投资、上海端临的《合伙协议》, 公司关于员工离职和退伙的具体退出

机制，包括退出情形、退出价格等协议约定具体如下：

退出情形	退出价格
(1) 合伙协议约定合伙期限的，在合伙企业存续期间，有下列情形之一的，合伙人可以退伙：①合伙协议约定的退伙事由出现；②经全体合伙人一致同意；③发生合伙人难以继续参加合伙的事由；④其他合伙人严重违反合伙协议约定的义务。 (2) 普通合伙人有《合伙企业法》第四十八条规定的情形之一的和有限合伙人有《合伙企业法》第四十八条第一款第一项、第三项至第五项所列情形之一的，当然退伙。《合伙企业法》第四十八条规定的情形如下：①作为合伙人的自然人死亡或者被依法宣告死亡；②个人丧失偿债能力；③作为合伙人的法人或者其他组织依法被吊销营业执照、责令关闭、撤销，或者被宣告破产；④法律规定或者合伙协议约定合伙人必须具有相关资格而丧失该资格；⑤合伙人在合伙企业中的全部财产份额被人民法院强制执行。 (3) 合伙人有下列情形之一的，经其他合伙人一致同意，可以决议将其除名：①未履行出资义务；②因故意或者重大过失给合伙企业造成损失；③执行合伙事务时有不正当行为；④发生合伙协议约定的事由。 (4) 作为有限合伙人的自然人死亡、被依法宣告死亡或者作为有限合伙人的法人及其他组织终止时，其继承人或者权利承受人可以依法取得该有限合伙人在有限合伙企业中的资格。 (5) 有限合伙人从上海合合信息科技发展有限公司及其控股子公司离职的（包括但不限于主动辞职、被辞退等），当然退伙。执行事务合伙人同意该离职有限合伙人可以不退伙的除外。	合伙协议中未明确约定，按《合伙企业法》规定执行：按照退伙时的合伙企业财产状况进行结算，退还退伙人的财产份额。退伙人对给合伙企业造成的损失负有赔偿责任的，相应扣减其应当赔偿的数额。

2、持股平台合伙人实际的退出机制和退出价格约定存在不一致

2019 年期权行权后，持股平台合伙人出现退出的情况均为主动辞职或者劳动合同期满不再续约（一般性离职），其实际的退出机制和退出价格有 3 种方式。公司在 2019 年期权行权后持股平台合伙人离职的实际退出机制和退出价格与原合伙协议及其补充协议约定存在不一致。

3、公司于 2022 年 3 月 25 日通过股权激励调整方案，调整后的方案约定与公司员工离职后的激励份额处理方式保持一致，进一步明确股权激励计划的目的系对激励对象历史贡献的回报。

2022 年 3 月 25 日，经激励对象协商一致并经发行人第一届董事会第十四次会议审议通过，对股权激励计划进行了调整：根据新的《合伙协议补充协议（2022 年 3 月）》（以下简称“新补充协议”），上海目一然、上海融梨然、上海顶螺和上海端临对员工一般性离职的退出方式和退出价格进行了进一步的约定：“如有限合伙人主动从公司离职（包括但不限于劳动合同或聘用合同履行期内，有限合伙人提出终止或提前解除与合合信息订立的劳动合同或聘用合同；劳动合同或聘用合同期满，公司提

出以不低于原合同条件续签而该有限合伙人未同意等）该离职有限合伙人有权选择下列方式处置其持有的本合伙企业的财产份额：（1）要求本合伙企业的执行事务合伙人回购其持有的本合伙企业的全部或部分财产份额，回购价格为离职有限合伙人取得本合伙企业相应财产份额的价格原值加上投资期间以 8%的年利率（单利）计算出收益的总额；（2）向其他有限合伙人或公司员工转让其持有的本合伙企业的全部或部分财产份额；（3）保留其持有的本合伙企业的全部或部分财产份额；（4）合伙人会议审议通过的其他处置方式。”

新补充协议的条款约定与公司员工离职后的激励份额处理方式保持一致，明确股权激励计划的目的系对激励对象历史贡献的回报。

4、公司的股权激励计划系对公司员工过往贡献的奖励，且员工即使离职也可从股权激励计划中获益，与《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》的情况存在显著差异

（1）公司股权激励的特点：

结合原合伙协议的约定，以及离职人员实际的退出方式，实际执行的退出机制和退出价格与原合伙协议的约定并非完全一致，与新合伙协议的约定保持一致，明确了员工离职其对应的股份有要求普通合伙人回购、转让给公司员工、保留股份或经协商的其他形式等多种处理方式。公司上述股权激励计划具有以下特点：

1）离职后可选择保留股份：公司的股权激励计划的激励对象主要为公司服务多年或有一定贡献的员工，截至被授予日激励对象的平均入职年限在 5 年以上，因此公司的股权激励计划系对公司员工过往贡献的奖励。且部分员工虽然离职但仍保留相应的股份，或可以市场价格将相应的股份转让给第三方，员工即使离职也可从股权激励计划中获益；

2）离职退出条款未与上市时间相挂钩：通过上述合伙协议的条款约定，以及员工离职时对应的股权的实际处理方式可以看出，并没有任何有关员工离职退出激励平台与上市时间相挂钩的约定；

3）充分保障员工权益：公司合伙协议中均未约定员工服务期限，但设置了离职员工退股条款，该条款并非限制员工离职，主要系给予员工充分的选择权：公司未来的上市时间及能否成功上市具有较大的不确定性，员工离职时可选择退股（非必要性条

款），有利于消除公司员工在持股风险上的顾虑，并保障员工在持股期间享有一定的股权收益，以鼓励员工积极参与公司的股权激励计划。

（2）公司股权激励方案与《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》的比较情况

项目	应用案例	本公司	比较情况说明	是否一致
股权激励对象服务期限限制条款	该股权激励计划及合伙协议未对员工的具体服务期限作出专门约定，但明确约定如果自授予日至甲公司成功完成首次公开募股时员工主动离职，员工不得继续持有持股平台份额。	①发行人股权激励计划及合伙协议未对员工的具体服务期限作出专门约定； ②合伙人无论基于何种原因离职（非因员工过错导致），可以有权选择多种方式处置其持有的本合伙企业的财产份额。	发行人股权激励未对员工离职与成功完成首次公开募股的时间绑定，未约定员工需服务至发行人完成首次公开募股	否
退出价格	甲公司员工须服务至甲公司成功完成首次公开募股，否则其持有的股份将以原认购价回售给实际控制人。	离职员工可以有权选择以下方式处置其持有的本合伙企业的财产份额：①要求本合伙企业的执行事务合伙人回购其持有的本合伙企业的全部或部分财产份额，回购价格为离职有限合伙人取得本合伙企业相应财产份额的价格原值加上投资期间以 8%的年利率（单利）计算出收益的总额；②向其他有限合伙人或公司员工转让其持有的本合伙企业的全部或部分财产份额；③保留其持有的本合伙企业的全部或部分财产份额；④合伙人会议审议通过的其他处置方式。	发行人股权激励，即使员工离职仍可从股权激励计划中受益	否

（二）类似股份支付会计处理情况的相关案例

名称	具体情况	股份支付费用的确认
超捷股份（301005.SZ）	2019 年 12 月，发行人实施股权激励计划，2019 年《激励办法》中关于股权激励终止的相关条款，赋予了实际控制人在发生激励对象自取得股权之日起未 8 年以上离职、违反相关禁止性规定等情况出现时，有选择回购的权利，但并未做出类似于“激励对象应当自取得股权之日起，继续为公司提供若干年服务，在此期间持股平台份额不能转让”的限制性规定。 2021 年 4 月，发行人修订《激励办法》，进一步明确股权激励目的，通过上述修订取消了在激励对象发生自取得股权之日起未 8 年以上离职情形时回购其股份的权利，明晰了本次股权激励授予即行权的实质。	发行人根据修订前后的《激励办法》，于 2019 年一次性确认股份支付。
华塑科技（创业板在审）	公司 2019 年实施股权激励，公司实施股权激励计划时，激励对象出具的《承诺函》第 3 条约定，“贵方以低于实际价值的价格向本人转让股权，系基于本人作为拟上市主体员工已经为公司提	本次股权激励，在授予日即行权，因此

名称	具体情况	股份支付费用的确认
	供劳动服务并且将继续勤勉、尽责地为公司提供服务，并且不发生以下行为或情形：（1）因本人原因提前与公司终止劳动关系或劳动合同期满后本人不愿与公司续签劳动合同（此项承诺自本人签署本承诺函之日起至拟上市主体完成上市后满3年失效）”； 2021年5月，宁波敦恒全体合伙人签署了补充协议，公司、宁波敦恒及三位创始股东出具了《豁免函》，豁免了之前被激励对象出具的《承诺函》第3条第（1）项之承诺，进一步明确本次股权激励计划的目的系对激励对象历史贡献的回报，避免对授予即行权产生误解。	公司授予日当期一次性确认股份支付，合理反映交易实质。

综上，结合公司股权激励的情况及相关案例，公司并未对激励对象设置明确的服务期，所获取的股份的限售条款仅要求有限合伙人履行合伙企业或公司 IPO 原股东的禁售义务，且被激励对象离职退出时实际的价格及退出方式均系双方商业谈判的结果，且公司于 2022 年 3 月 25 日通过了《新补充协议》，进一步明确了股权激励计划的目的系对激励对象历史贡献的回报，员工即使离职也可从股权激励计划中获益，因此不存在实质上的等待期。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第五条规定：“授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。”

根据中国证监会发布《对十三届全国人大一次会议第 4907 号建议的答复》的内容：“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。”

因此，上述股份支付不存在实质上的等待期，公司将股份支付费用全部计入授予日报告期损益并作为偶发事项计入非经常性损益，相关会计处理依据充分，符合《企业会计准则》的规定。

二、请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述问题，保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

1、检查公司报告期内股权变更的股东会及股东大会决议，股权转让方和受让方的

股权转让协议以及各次增资协议，确认历次股权变更是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》，复核相关的会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定；

2、查阅与股权激励相关的董事会及股东大会决议、股权激励计划、持股平台合伙人会议决议、持股平台合伙协议及相关补充协议、期权协议等文件，检查授予股权激励工具的条款和可行权条件，检查发行人员工持股平台是否存在上市前后离职限制相关的条款约定；

3、查阅《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》等文件，并对发行人股权激励相关条款与上述应用案例具体条款进行比较分析；

4、获取离职人员相关资料并对离职的激励对象进行访谈，明确离职系其个人原因辞职且明确该离职人员离职后可以申请保留股权事宜，双方就股权保留事宜及辞职事宜已协商一致，不存在纠纷或潜在纠纷；

5、获取各激励平台的新合伙协议，确认员工离职后的股权处置的相关条款与现有执行情况基本相符。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

上述股份支付不存在实质上的等待期，相关会计处理的依据充分，会计处理符合《企业会计准则》的规定。

9.关于其他

9.1 关于财报更新

根据招股说明书：（1）在“汇率波动的风险”处披露受汇率波动影响，发行人报告期内的汇兑损益分别为 6.90 万元、-17.31 万元、-1,310.73 万元、-111.92 万元，经营成果分析部分披露 2021 年 1-9 月美元汇率上升，汇兑损失变为汇兑收益；（2）报告期内发行人增值税即征即退金额分别为 486.36 万元、631.08 万元、686.73 万元、2,657.54 万元，2021 年 1-9 月增幅较大。

请发行人说明：（1）汇兑损益的计算过程及准确性，对于 2021 年 1-9 月汇兑损益招股说明书不同位置披露内容存在差异的原因；（2）增值税即征即退金额与软件收入的匹配性。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

一、请发行人说明：（1）汇兑损益的计算过程及准确性，对于 2021 年 1-9 月汇兑损益招股说明书不同位置披露内容存在差异的原因；（2）增值税即征即退金额与软件收入的匹配性。

（一）汇兑损益的计算过程及准确性，对于 2021 年 1-9 月汇兑损益招股说明书不同位置披露内容存在差异的原因

1、报告期内汇兑损益的计算过程及准确性

公司汇兑损益主要是公司持有的外币货币性资产项目按照业务发生当月月初中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的汇率中间价折算，因资产负债表日的即期汇率与初始确认或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期汇兑损益。报告期内，公司汇兑损益的计算过程具体如下：

当期汇兑损益金额 = $-\sum (④ * ER4 - (① * ER1 + (② * ER2 - ③ * ER3)))$

项目	适用汇率 (Er)
①某外币货币性项目期初原币金额	ER1 期初原币的即期汇率，取上期最后一个交易日中国人民银行公布的人民币中间价汇率
②该外币货币性项目当期新增的原币金额	ER2 业务发生时的即期汇率，取业务发生时的即期汇率为当月中国人民银行公布的人民币中间价汇率。
③该外币货币性项目当期减少的原币金额	ER3 业务发生时的适用汇率，取每笔货币资金兑付时的实际结汇汇率。

项目	适用汇率（Er）
④某外币货币性项目期末原币金额	ER4 资产负债表日的原币即期汇率，取当期最后一个交易日中国人民银行公布的人民币中间价汇率。

公司在计算汇兑损益时，资产负债表日即期汇率依据中国人民银行公布的汇率中间价计算。

报告期内，公司汇兑损益明细具体如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
期末货币资金、应收、应付项目产生的汇兑损益	-1,661.03	-662.96	-1,151.31
货币资金兑换产生的汇兑损益	-915.55	21.69	-159.43
总计	-2,576.58	-641.27	-1,310.73

报告期内，公司按照前述过程计算汇兑损益，计算结果具有准确性。

2、对于 2021 年 1-9 月汇兑损益招股说明书不同位置披露内容存在差异的原因

2021 年 1-9 月汇兑损益招股说明书不同位置披露内容存在差异的原因主要系：招股说明书中“第三节 风险因素”之“一、（一）、3、汇率波动的风险”中描述的为公司报告期内汇兑损益，而“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（四）、4、财务费用”中所列示的为汇兑净损失，因此两者绝对值相同，符号相反，同时已更新招股说明书中关于前述汇兑净损失的表述。

（二）增值税即征即退金额与软件收入的匹配性

1、报告期内，发行人各期出售的软件产品收入（即税务部门认可的各期软件销售收入）及占比、获得的退税额如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	合计
税务部门认可的软件销售收入	33,616.63	41,388.52	9,172.76	84,177.91
营业收入	98,846.18	80,578.16	57,824.64	237,248.98
其中：境内软件收入	39,209.85	31,537.42	25,514.99	96,262.26
税务部门认可的软件销售收入占境内软件收入比例	85.74%	131.24%	35.95%	87.45%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	合计
当期收到的增值税退税额	2, 204. 37	3,002.97	686.73	5, 894. 07
①2018 年的增值税退税额于 2019 年收款				
②2019 年的增值税退税额于 2019 年收款				
③2019 年的增值税退税额于 2020 年收款			342.05	342.05
④2020 年的增值税退税额于 2020 年收款			344.68	344.68
⑤2019 年的增值税退税额于 2021 年收款		22.88		22.88
⑥2020 年的增值税退税额于 2021 年收款		1,511.18		1,511.18
⑦2021 年的增值税退税额于 2021 年收款		1,468.92		1,468.92
⑧2019 年软件退税于 2022 年收款	30. 22			30. 22
⑨2021 年软件退税于 2022 年收款	436.62			436.62
⑩2022 年软件退税于 2022 年收款	1, 737. 35			1, 737. 35
收款合计	2, 204. 19	3,002.97	686.73	5, 893. 89
退税额占税务部门认可的软件销售收入比例	6. 56%	7.26%	7.49%	7. 00%

注：销售合同中注明软件产品名称及版本号，境内业务按照 17%税率（2018 年 5 月 1 日起变更为 16%，2019 年 4 月 1 日起变更为 13%）缴纳增值税的销售收入可享受增值税即征即退优惠政策。

2019 年至 2022 年 12 月 31 日，税务部门认可的软件销售收入为 **84,177.91** 万元，境内软件收入金额为 **96,262.26** 万元，税务部门认可的软件销售收入占境内软件收入比重为 **87.45%**，造成差异原因为：（1）税务部门认可的软件销售收入是按照收到退税年度对应的销售额，而境内软件收入是按照权责发生制口径下统计的营业收入金额；（2）境内软件收入的部分合同需要将销售额按服务期间摊销确认收入，税务部门认可的软件销售收入计算口径为销售额。

2021 年相比 2020 年度，税务部门认可的软件销售收入增幅较大，主要原因系：由于目前税法上对于纳税人有即征即退项目的在规定征期内完成增值税申报后何时去税务机关办理退税暂无期限要求；公司在 2021 年上半年以前，财务人员根据实际情况选择集中办理退税手续，因此导致公司于 2021 年收到了所属期间为 2019 年 12 月至

2021 年 7 月的即征即退金额。若严格按照“税务部门认可的软件销售收入”归属期间进行区分，报告期内相应金额分别为 1,855.85 万元、1,905.53 万元和 **2,681.57 万元**，**呈现小幅波动。**

自 2022 年开始，公司已进行规律申报，即上月即征即退在本月申报退税。

2、报告期内，税务部门认可的应退税项与收到退税款的差异情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
税务部门认可的软件销项税 (1)	4,353.07	5,382.02	1,190.23
软件进项税 (2)	1,140.40	1,137.43	229.49
软件应缴增值税 (3) = (1) - (2)	3,212.67	4,244.59	960.74
税务部门认可的软件销售收入 (4)	33,616.63	41,388.52	9,172.76
实际税负 (5) = (4) * 3%	1,008.50	1,241.66	275.18
按 3% 税负计算应退税额 (6) = (3) - (5)	2,204.17	3,002.94	685.56
实际收到即征即退税款 (7)	2,204.37	3,002.97	686.73
差额 (8) = (6) - (7)	-0.20	-0.04	-1.17

报告期内，发行人按照当年税务部门认可的软件销售收入和税收优惠政策测算的应退税额与实际收到的退税额差异分别为-1.17 万元、-0.04 万元和**-0.20 万元**，造成差异原因主要系：税务局修改了增值税即征即退项目的进项税额分摊标准导致多退税、部分月份漏申报退税等，报告期内总体差异为**-1.41 万元**，差异率为**-0.02%**，总体差异率较小。公司于实际收到即征即退税款时计入当期“其他收益”科目进行核算。

3、公司增值税即征即退金额与软件收入之间的匹配关系

依据《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号）以及财政部、国家税务总局联合下发的《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号）的相关规定，自 2014 年 5 月 1 日起，符合要求的软件产品可按法定税率征收增值税后，享受增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退的优惠政策。

公司的软件产品符合相关规定，享受增值税即征即退的政策。**2020 年至 2022**

年，公司增值税即征即退金额占软件收入的比例分别为 7.49%、7.26%、**6.56%**，随报告期增值税税率的下降故占比也有所下降。经测算，报告期内软件产品收入相关增值税实际税负超过 3%的部分与实际收到的即征即退金额基本一致，报告期内公司增值税即征即退金额与软件收入之间相匹配。

二、请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

（一）核查程序

针对前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、核查汇兑损益计算过程和会计处理，进行汇率波动分析；
- 2、获取公司财务费用明细，了解汇率波动趋势及公司汇兑损益的计算过程，复核报告期各期的汇兑损益金额；
- 3、统计公司主要的外币项目发生额，按照各年平均汇率及年末汇率测算并分析汇兑损益波动，测算汇兑损益趋势与发行人汇兑损益趋势一致；
- 4、确认公司业务模式和收入结构，并与《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》⁵的相关条款比对分析；
- 5、查阅发行人享受增值税税收优惠政策的软件产品认证证书、申报表、退税凭证、软件著作权及核心技术相关资料，了解软件企业资质的认定情况，确认增值税即征即退情况及其合理性；
- 6、取得并复核了软件产品销售收入相关的合同，取得了发行人报告期内增值税纳税申报表，复核了税务机关认可的软件产品销售额、计算税收优惠的过程，检查了与退税相关的银行进账凭证等支持性文件；
- 7、获取公司在国家税务总局上海市静安区税务局第一税务所开具的《涉税信息查询结果告知书》，确认公司截止查询之日不存在欠税的情形。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

⁵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决定（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。

1、发行人的汇兑损益的计算准确，汇兑损益招股说明书不同位置披露内容存在差异系披露口径的差异。

2、增值税即征即退金额与软件收入具有匹配性。

9.2 关于东家金服

根据首轮问询回复：发行人曾持有东家金服 25%的股权，东家金服存在证券交易合同纠纷，系因相关投资人通过京东肯特瑞认购产品发生投后问题，产品未能按时兑付。

请发行人说明：东家金服未决纠纷所涉及的事项是否发生在发行人持股东家金服期间，结合发行人持股期间在东家金服经营中发挥的作用、有无获得分红、有无董监高在东家金服任职等情况，进一步论述发行人作为东家金服的中小股东可能承担的法律责任及影响。

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：东家金服未决纠纷所涉及的事项是否发生在发行人持股东家金服期间，结合发行人持股期间在东家金服经营中发挥的作用、有无获得分红、有无董监高在东家金服任职等情况，进一步论述发行人作为东家金服的中小股东可能承担的法律责任及影响。

（一）东家金服未决纠纷所涉及的事项是否发生在发行人持股东家金服期间，结合发行人持股期间在东家金服经营中发挥的作用、有无获得分红、有无董监高在东家金服任职等情况，进一步论述发行人作为东家金服的中小股东可能承担的法律责任及影响

1、东家金服未决纠纷所涉及的事项是否发生在发行人持股东家金服期间

东家金服部分未决纠纷系相关投资人在 2017 年认购基金产品，后因产品未能按时兑付致使其遭受财产损失，相关投资人认为东家金服应当承担连带责任，故在 2020 年提起相关诉讼。发行人 2016 年 10 月入股东家金服，2018 年 6 月与京东数科签署《股权转让协议》，将所持有的东家金服的全部股权转让给京东数科。部分基金产品认购

事宜发生在发行人持股东家金服期间，相关证券合同纠纷案件于发行人退出东家金服后立案。

2、结合发行人持股期间在东家金服经营中发挥的作用、有无获得分红、有无董监高在东家金服任职等情况，进一步论述发行人作为东家金服的中小股东可能承担的法律责任及影响

东家金服设立时，根据东家金服《公司章程》约定，东家金服设董事会，其中 2 人由京东数科提名，1 人由合合信息提名。2016 年 9 月 5 日，东家金服作出股东会决议，同意京东数科提名张雳、金麟为董事，合合信息提名镇立新为董事，并选举张雳、金麟、镇立新担任董事。同日，东家金服作出董事会决议，选举张雳为董事长、聘任发行人董事汤松榕为总经理。2016 年 10 月，东家金服完成工商变更登记。

2017 年 5 月，东家金服选举马骥为董事，金麟卸任董事职务。

2018 年 6 月，镇立新卸任东家金服董事职务，马骥卸任东家金服董事职务，张雳卸任东家金服董事长职务并担任执行董事。

2020 年 6 月，张雳卸任东家金服执行董事职务、汤松榕卸任东家金服总经理职务。

2022 年 4 月 10 日，京东数科时任高级管理人员确认：发行人持股东家金服期间，相关产品（包括代销产品）上架及销售由京东数科决策审批，公司时任董事按照公司章程约定履行职责，高管在公司授权范围内负责公司日常经营管理活动，产品销售的审批由京东数科负责。汤松榕在东家金服授权范围内履行日常管理职责，镇立新未参与实际业务经营。

东家金服 2017 年、2018 年均处于亏损状态，因此合合信息持股期间及退出后均不存在获得分红或利润分配的情形。

东家金服设立后，发行人完成实缴出资合计 1,350 万元，已足额履行其出资义务。根据《公司法》第三条的规定：“公司以其全部财产对公司的债务承担责任。有限责任公司的股东以其认缴的出资额为限对公司承担责任。”因发行人如实出资，且在持股期间不存在出资不实或抽逃出资的情形，故发行人无需对东家金服的债务承担连带责任，东家金服作为有限责任公司以其全部财产对公司的债务承担责任。

合合信息与京东数科于 2018 年 6 月签署《股权转让协议》，将其所持东家金服 25%的股权全部转让给京东数科。根据《股权转让协议》3.1 条约定，自该协议签署之日起，标的股权对应的股东权利及义务由受让方享有和承担。鉴于发行人已于 2018 年将其所持股权对应的权利义务一并转让给京东数科，且转让前发行人已足额履行了出资义务，故发行人无需对东家金服的债务承担责任，东家金服未决诉讼不会对发行人持续经营产生不利影响。上述事宜不会对发行人产生重大法律影响，不构成发行人本次发行上市的障碍。

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。

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

（1）检索中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、中国审判流程信息公开网（<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww/>）、上海市高级人民法院网（<http://www.hshfy.sh.cn/shfy/web/>）、中国证监会证券期货市场失信记录查询平台（<https://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun/>）等网站，确认东家金服证券交易纠纷案基本情况；

（2）获取并查阅东家金服的工商档案、公司章程及财务报表，了解东家金服的实际情况；

（3）获取并查阅发行人实缴出资凭证、发行人与京东数科的《股权转让协议》及转让价款支付凭证；

（4）访谈京东数科时任高级管理人员，了解东家金服的日常经营决策机制，确认发行人委派董事及高管承担的相关职能等；

（5）获取并查阅发行人的相关年度财务报表，确认发行人未曾收到来自东家金服的分红。

2、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）东家金服未决诉讼纠纷所涉基金产品认购事宜发生在发行人持股东家金服期

间，原告提起诉讼在发行人退出东家金服后。

(2) 东家金服设立时，股东会决议同意合合信息提名镇立新担任董事，董事会决议聘任汤松榕任总经理。发行人持股东家金服期间，公司委派镇立新担任东家金服董事，不参与业务经营；汤松榕在东家金服授权范围内履行日常管理职责。东家金服 2017 年、2018 年处于亏损状态，因此合合信息持股期间及退出后均不存在获得分红或利润分配的情形。

(3) 发行人持股东家金服期间已足额履行了出资义务，且退出时已将标的股权对应的股东权利及义务转让给京东数科，故无需对东家金服的债务承担责任，东家金服未决诉讼不会对发行人持续经营能力产生不利影响。上述事宜不会对发行人产生重大法律影响，不构成发行人本次发行上市的障碍。

9.3 关于募投

根据招股说明书及首轮问询回复：(1) 根据公司测算，募投项目中涉及的广告宣传费用支出合计约 3.58 亿元；(2) 发行人本次拟募集资金 149,023.18 万元，其中拟用于募投项目的推广费用超过 3 亿元。

请发行人说明：(1) 重新回答首轮问询第 20 题第 (1) 问，说明发行人铺底流动资金的测算依据的具体测算依据；(2) 上述广告宣传费用的测算依据，发行人募集资金中较高金额用于推广费用的合理性、具体用途，推广费用是否符合募集资金投向的相关规定，是否属于重点投向科技创新领域。

请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。

一、请发行人说明：(1) 重新回答首轮问询第 20 题第 (1) 问，说明发行人铺底流动资金的测算依据的具体测算依据；(2) 上述广告宣传费用的测算依据，发行人募集资金中较高金额用于推广费用的合理性、具体用途，推广费用是否符合募集资金投向的相关规定，是否属于重点投向科技创新领域。

(一) 重新回答首轮问询第 20 题第 (1) 问，说明发行人铺底流动资金的测算依据的具体测算依据

铺底流动资金根据公司报告期内的流动资产（主要为应收账款、存货、货币资

金)与流动负债(主要为应付账款)的平均周转率,并结合本项目预测主营业务收入与主营业务成本进行计算后所需的营运资金,本次铺底流动资金按不高于项目实际所需营运资金取值。其中,“人工智能 C 端产品及 B 端服务研发升级项目”铺底流动资金为 22,351.26 万元,“商业大数据 C 端产品及 B 端服务研发升级项目”铺底流动资金为 12,412.22 万元,铺底流动资金合计 34,763.48 万元。

各项目铺底流动资金的具体计算过程如下,主要是根据公司预测的未来流动资产和流动负债情况,首先计算应收账款、存货、货币资金和应付账款的年周转次数,然后再分项估算占用资金额,估算应收账款、存货、货币资金和应付账款,最后计算每年流动资金增加额,进行汇总得到项目流动资金:

单位:万元

人工智能 C 端产品及 B 端服务研发升级项目						
项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年
流动资产①=A+B+C	5,789.69	12,537.32	19,770.60	25,900.09	33,141.59	41,557.01
其中:应收账款 A	708.91	2,343.41	3,981.04	5,925.20	8,240.65	10,947.44
存货 B	14.00	47.21	80.64	110.02	144.99	184.74
货币资金 C	5,066.78	10,146.70	15,708.92	19,864.87	24,755.95	30,424.83
流动负债②=D	411.25	1,420.02	2,428.60	3,629.06	5,062.13	6,741.38
其中:应付账款 D	411.25	1,420.02	2,428.60	3,629.06	5,062.13	6,741.38
营运资金需求 ③=①-②	5,378.45	11,117.30	17,342.00	22,271.02	28,079.47	34,815.64
营运资金增加额④=③ (第 N 年)-③(第 N-1 年)	5,378.45	5,738.85	6,224.70	4,929.03	5,808.44	6,736.17
所需铺底流动资金⑤= ④(第一年至第六年之和)	34,815.64					
本次募集铺底流动资金 ⑥	22,351.26					

单位:万元

商业大数据 C 端产品及 B 端服务研发升级项目						
项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年
流动资产①=A+B+C	3,860.12	7,557.66	12,910.26	18,884.13	24,188.75	29,124.58
其中:应收账款 A	451.78	1,165.74	2,092.23	3,313.31	4,613.97	5,791.78
存货 B	26.11	40.39	64.53	126.19	172.43	212.25

商业大数据 C 端产品及 B 端服务研发升级项目						
项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年
货币资金 C	3,382.23	6,351.52	10,753.50	15,444.63	19,402.35	23,120.55
流动负债②=D	385.57	585.62	818.52	1,047.75	1,301.37	1,574.82
其中：应付账款 D	385.57	585.62	818.52	1,047.75	1,301.37	1,574.82
营运资金需求 ③=①-②	3,474.55	6,972.03	12,091.74	17,836.38	22,887.38	27,549.77
营运资金增加额④=③ (第 N 年) -③ (第 N-1 年)	3,474.55	3,497.48	5,119.71	5,744.64	5,051.00	4,662.39
所需铺底流动资金⑤= ④ (第一年至第六年 之和)	27,549.77					
本次募集铺底流动资金⑥	12,412.22					

本次募投项目中铺底流动资金占发行人总募集资金的比例为 23.32%，占比较高的原因主要为：“人工智能 C 端产品及 B 端服务研发升级项目”和“商业大数据 C 端产品及 B 端服务研发升级项目”规划的研发费用和推广费用投入可以进一步优化和升级公司产品、服务的技术水平，扩大公司产品和服务的规模，强化公司的竞争力，但公司产品和服务的研发升级、市场推广需要一定的周期，其效果的实现具有滞后性，募投项目在建设期内经营压力较大，需要公司以自有资金支付项目运营过程中的营运资金缺口，而公司没有单独规划补充流动资金项目，因此需要规划一定比例的铺底流动资金作为保证项目有序实施所需的流动资金，主要用途包括支付项目募集资金未覆盖的运营成本（主要是服务器及带宽、数据采购等成本）、运维成本（主要是线下实施人员和线上运维人员的工资）、管理费用或补足实际操作中未被募集资金所完全覆盖的部分研发费用与推广费用。

铺底流动资金和补充流动资金对募投项目的实施和业务发展具有重要作用，软件企业募投项目中铺底流动资金和补充流动资金合计占比超过 30%的情形较为常见。选取所属行业为“软件和信息技术服务业”的科创板上市公司，其 IPO 募集资金用于铺底流动资金的和补充流动资金的情况如下：

公司名称	铺底流动资金、补充流动资金合计金额（万元）	占募投项目总金额的比例
安恒信息（688023）	25,591.48	33.67%

公司名称	铺底流动资金、补充流动资金合计金额（万元）	占募投项目总金额的比例
新点软件（688232）	105,618.42	34.07%
智洋创新（688191）	13,061.70	37.36%
当虹科技（688039）	21,231.83	35.37%

上述科创板软件信息技术企业的募投项目中用于铺底流动资金和补充流动资金占募投项目总金额的平均比例在 35.12%，公司本次募投项目未设置补充流动资金，铺底流动资金比例占总募集资金的比例为 23.32%，低于上述案例。

综上，考虑到公司没有单独规划补充流动资金项目，需要规划一定比例的铺底流动资金作为保证项目在建设期有序实施所需的流动资金，结合软件企业用于铺底流动资金和补充流动资金的占比情况，发行人募投项目中铺底流动资金占总募集资金的比例具有合理性。

（二）上述广告宣传费用的测算依据，发行人募集资金中较高金额用于推广费用的合理性、具体用途，推广费用是否符合募集资金投向的相关规定，是否属于重点投向科技创新领域

1、发行人各募投项目中推广费用情况

发行人各募投子项目中推广费用共计 30,222.28 万元：其中人工智能 C 端产品及 B 端服务研发升级项目中包含推广费用 21,967.98 万元，商业大数据 C 端产品及 B 端服务研发升级项目中包含推广费用 8,254.30 万元，其他募投子项目中不含推广费用：

单位：万元

人工智能 C 端产品及 B 端服务研发升级项目			
序号	项目名称	合计	投资占比
1	工程建设费用	3,273.75	4.29%
1.1	场地租赁费	1,660.35	2.18%
1.2	硬件设备购置	1,115.20	1.46%
1.3	软件购置	498.20	0.65%
2	研发费用	28,064.50	36.79%
2.1	研发人员工资	19,107.40	25.05%

人工智能 C 端产品及 B 端服务研发升级项目			
序号	项目名称	合计	投资占比
2.2	其他研发费用	8,957.10	11.74%
3	推广费用	21,967.98	28.80%
4	预备费（2%）	626.76	0.82%
5	铺底流动资金	22,351.26	29.30%
合计		76,284.25	100.00%

单位：万元

商业大数据 C 端产品及 B 端服务研发升级项目			
序号	项目名称	合计	投资占比
1	工程建设费用	3,602.51	10.18%
1.1	场地租赁费	1,157.13	3.27%
1.2	硬件设备购置	1,420.90	4.01%
1.3	软件购置	1,024.48	2.89%
2	研发费用	10,680.64	30.17%
2.1	技术人员工资	9,624.94	27.19%
2.2	其他研发费用	1,055.70	2.98%
3	推广费用	8,254.30	23.32%
4	预备费（2%）	450.75	1.27%
5	铺底流动资金	12,412.22	35.06%
合计		35,400.42	100.00%

2、推广费用的测算依据、具体用途

本次募投项目拟投入推广费用 30,222.28 万元，其中销售人员薪资 13,974.24 万元，广告营销费用 16,248.04 万元。具体投入及用途情况如下：

序号	推广费用项目	投入情况（万元）	主要内容
1	销售人员薪资	13,974.24	-
1.1	人工智能 C 端产品及 B 端服务	13,974.24	包括智能文字识别业务 C 端市场运营、客服以及 B 端销售等岗位的薪资费用
2	广告营销费用	16,248.04	-
2.1	人工智能 C 端产品	7,993.74	主要用于扫描全能王 APP 的广告营销费用投入

序号	推广费用项目	投入情况（万元）	主要内容
2.2	商业大数据 C 端产品	7,954.30	主要用于启信宝 APP 的广告营销费用投入
2.3	商业大数据 B 端服务	300.00	主要用于商业大数据 B 端服务的推广
3	合计	30,222.28	-

（1）销售人员薪资

销售人员数量根据未来智能文字识别业务全球技术支持与营销网络建设的需求测算，智能文字识别 C 端业务（扫描全能王 APP 及名片全能王 APP）与 B 端业务预计共需销售人员 167 人，分三年逐步投入，三年薪资共计 13,974.24 万元，相关岗位职能、人数规划及薪资投入如下：

岗位	主要职能
C 端市场运营人员	负责用户的运营工作，制定会员运营策略，通过活动、营销等手段达成用户留存、用户活跃等运营指标的提升，进行市场调研与分析，参与市场营销策略规划，负责广告营销推广活动的落地实施
C 端客服人员	负责售前、售中、售后阶段客户咨询的解答，受理并解决用户投诉问题
B 端销售人员	负责公司智能文字识别 B 端产品的销售，维护现有客户关系并拓展不同行业新客户，建立销售网络

岗位	第一年		第二年		第三年	
	人数	薪资（万元）	人数	薪资（万元）	人数	薪资（万元）
C 端市场运营人员	48	1,680.00	60	2,288.00	73	3,049.20
C 端客服人员	7	168.00	9	237.60	11	319.44
B 端销售人员	28	920.00	51	1,888.00	83	3,424.00
合计	83	2,768.00	120	4,413.60	167	6,792.64

募投项目中薪资设置参考发行人相同岗位现有人员薪资水平，并每年进行一定比例的上调，上述人员第一年平均薪资约为 33.3 万元，与发行人 2020 年所有销售人员平均薪酬 32.1 万元接近，因此薪酬水平规划具有合理性。

上述人员数量根据公司智能文字识别 C 端与 B 端业务现有人员数量和未来人员扩张计划测算。截至 2021 年 12 月末，发行人上述岗位人员数量情况如下：扫描全能王 APP 及名片全能王 APP 共有 48 名市场运营人员；发行人客服部门共有 14 名客服，为

公司各类业务同时服务，无法精确细拆到具体业务；发行人 B 端销售部门共有 62 名销售人员，为智能文字识别与商业大数据 B 端业务同时服务，无法精确细拆到具体业务。因此本次募投项目共投入 167 名销售人员具有合理性。

（2）广告营销费用

1) 人工智能 C 端产品

人工智能 C 端产品广告营销费用 7,993.74 万元，主要为扫描全能王 APP 的流量推广费用，具体测算情况如下：

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	合计
流量推广费	1,599.50	2,613.23	3,781.01	7,993.74

上述各项费用基于对未来扫描全能王未来全球用户增长的预期和拓展需求测算，并参考了相关费用的历史投入情况：

扫描全能王 广告宣传费（万元）	2022 年度	2021 年度	2020 年度
流量推广	10,342.32	8,953.50	1,532.60
其他	1,297.94	440.08	98.83
合计	11,640.26	9,393.58	1,631.43

未来对于超出扫描全能王实际推广投放需求的部分将使用项目铺底流动资金或者由公司自有资金解决。

2) 商业大数据 C 端产品

商业大数据 C 端产品广告营销费用 7,954.30 万元，主要用于启信宝 APP 的流量推广、硬广（线下广告）、短信营销等费用，具体测算情况如下：

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	合计
流量推广费用	1,339.37	2,033.07	2,841.86	6,214.30
硬广（线下广告）	400.00	400.00	400.00	1,200.00
短信营销	180.00	180.00	180.00	540.00
合计	1,919.37	2,613.07	3,421.86	7,954.30

上述各项费用基于对启信宝 APP 国内用户增长的预期和业务拓展规划测算，并参考了相关费用的历史投入情况：

启信宝 APP 广告宣传费（万元）	2022 年度	2021 年度	2020 年度
流量推广	1,471.91	4,956.58	5,476.52
硬广	-	-	474.53
短信营销	521.19	487.91	550.07
其他	211.33	940.28	594.36
合计	2,204.43	6,384.77	7,095.48

未来对于超出启信宝实际推广投放需求的部分将使用项目铺底流动资金或者由公司自有资金解决。

3) 商业大数据 B 端服务

商业大数据 B 端服务推广费用 300 万元，主要为商业大数据 B 端服务的宣传推广费用，以获取新客户，主要为线上流量投放、线下展会展示等推广方式，具体投入情况如下：

商业大数据 B 端服务 推广费用（万元）	第一年	第二年	第三年	合计
宣传推广费用	100.00	100.00	100.00	300.00
合计	100.00	100.00	100.00	300.00

上述各项费用主要基于对商业大数据 B 端服务拓展规划测算，并参考了相关费用的历史投入情况：

商业大数据 B 端服务 推广费用（万元）	2022 年度	2021 年度	2020 年度
宣传推广费用	5.57	10.45	4.87

3、发行人募集资金中较高金额用于推广费用具有合理性

(1) 募投项目推广费用与公司过往投入水平相适应

推广费用（含广告宣传费及销售人员薪酬）是公司智能文字识别与商业大数据 C

端与 B 端业务费用支出的重要组成，对于公司 C 端与 B 端客户规模的扩大和市场地位的提升具有重要作用。报告期内，公司推广费用不断提高，具体情况如下：

合并报表项目（万元）	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售费用-广告宣传费	15,164.64	16,414.25	9,169.49
销售费用-工资薪酬及福利费	9,767.70	8,182.44	5,292.82
合计	24,932.34	24,596.69	14,462.31

注：推广费用包括了销售费用中的广告宣传费、工资薪酬及福利费。

在本次募投项目中，公司将在现有推广策略的基础上继续优化推广效果、拓宽推广方式，建设期内，本次募投项目推广费用与营业收入情况具体如下：

项目	建设期三年情况
人工智能 C 端产品及 B 端服务研发升级项目	
推广费用（万元）	21,967.98
商业大数据 C 端产品及 B 端服务研发升级项目	
推广费用（万元）	8,254.30
合计	30,222.28

由上表可知，本次募投项目建设期三年的推广费用支出相较公司整体历史投入水平具有合理性。

（2）募投项目推广费用占比与同行业可比公司募投项目投入水平相近

选取所属行业为“软件和信息技术服务业”的科创板上市公司，其 IPO 募集资金用于推广费用的情况如下：

公司名称	募集资金中用于推广费用的金额（万元）	占募集资金的比例
福昕软件（688095）	8,328.54	20.44%
青云科技（688316）	21,569.50	18.15%
中望软件（688083）	11,545.00	19.22%
山石网科（688030）	20,110.71	22.49%
均值		20.08%
发行人	30,222.28	20.28%

由上表可知，上述上市公司 IPO 募投项目中用于推广费用的金额占总募集资金的比例均值为 20.08%，公司本次募投项目中推广费用占募集资金的比例为 20.28%，与行业均值不存在重大差异，具有合理性。

4、推广费用是否符合募集资金投向的相关规定，是否属于重点投向科技创新领域

推广费用是作为智能文字识别与商业大数据的 C 端产品及 B 端服务研发升级的配套投入，用于 C 端产品运营、市场运营、客服团队人员以及 B 端业务销售团队建设，C 端产品推广活动的开展与 B 端服务销售渠道拓展，与公司下游客户规模的扩大和市场拓展直接相关，能够促进公司的人工智能及大数据技术商业化落地的进程，促使公司可以利用科技赋能更多不同场景的 C 端用户、不同行业的 B 端客户，促进公司智能文字识别与商业大数据主营业务经营规模的提升。相关安排符合募集资金投向的相关规定，属于投向科技创新领域。

其他“软件和信息技术服务业”科创板公司 IPO 募投项目涉及推广费用的案例如下：

公司名称	推广费用（万元）	占募集资金的比例	推广费用用途
福昕软件 (688095)	8,328.54	20.44%	包括 PDF 产品、文档智能云服务的市场推广费用，以及全球营销网络人员薪资和品牌营销费用
青云科技 (688316)	21,569.50	18.15%	包括参加展会、线下和线上广告投放、举办各种类型的营销活动、社交媒体运营的费用；全国范围内的经销网络建设、管理和维护费用，拓展销售网络、开发新的销售渠道的费用
中望软件 (688083)	11,545.00	19.22%	包括国际市场营销、技术服务人员薪资和品牌推广费用，中国市场营销、技术服务人员薪资和品牌推广费用
山石网科 (688030)	20,110.71	22.49%	包括项目涉及的新产品、新功能的推广费用，营销网络人员薪资和渠道拓展费用

二、请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述问题，保荐机构主要履行了以下核查程序：

1、核查了发行人各募投项目的可研报告、具体测算表，包括铺底流动资金的测算

依据、推广费用的测算依据及具体用途；

2、查询了“软件和信息技术服务业”科创板公司 IPO 募投项目涉及推广费用的案例，并与发行人募投项目的推广费用占比进行对比；

3、获取了报告期内发行人的花名册、销售人员薪资明细表、销售费用明细表。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、发行人铺底流动资金的具体测算依据具有合理性；

2、发行人募投项目中推广费用的测算依据、具体用途具有合理性，发行人募集资金中较高金额用于推广费用具有合理性，推广费用符合募集资金投向的相关规定，属于重点投向科技创新领域。

9.4 关于股东

根据首轮问询回复：发行人部分股东在股权变动时存在未缴纳税款的情形。

请保荐机构、发行人律师：说明部分股东未缴税的情形是否符合法律法规规定，是否构成发行人本次发行上市的法律障碍，并发表明确核查意见。

一、请保荐机构、发行人律师：说明部分股东未缴税的情形是否符合法律法规规定，是否构成发行人本次发行上市的法律障碍，并发表明确核查意见。

（一）请保荐机构、发行人律师：说明部分股东未缴税的情形是否符合法律法规规定，是否构成发行人本次发行上市的法律障碍，并发表明确核查意见。

1、发行人历次股权转让、资本公积转增股本及整体改制涉及的股东部分税款未缴纳情况

根据发行人提供的有关历次股权转让、资本公积转增股本及整体改制的相关文件，涉及发行人股东部分税款未缴纳的具体情况如下：

序号	时间	股权变动类型	转让方	受让方/转增方	纳税义务人	发行人是否有代扣代缴义务	税款缴纳及承诺出具情况
1	2012 年 12 月	股权转让	经纬创投	其实	经纬创投的合伙人	无	尚未缴纳；经纬创投已

序号	时间	股权变动类型	转让方	受让方/转增方	纳税义务人	发行人是否有代扣代缴义务	税款缴纳及承诺出具情况
							出具承诺
			镇立新		自然人股东镇立新	无	已缴纳
2	2016 年 1 月	增资-资本公积/转增股本		镇立新、罗希平、东方富海、陈青山、常州鼎仕、经纬创投、卉新投资、上海目一然、龙腾、东方富海二号、其实、上海奇诚、机不可熙、金连文、上海融梨然、上海顶螺	自然人股东镇立新、罗希平、陈青山、龙腾、金连文、其实	有	已缴纳
					非自然人股东卉新投资、上海目一然、上海融梨然、上海顶螺、机不可熙的合伙人	无	已缴纳
					非自然人股东东方富海、常州鼎仕、东方富海二号、上海奇诚、经纬创投的合伙人	无	尚未缴纳；前述非自然人股东已出具承诺
3	2018 年 7 月	股权转让	机不可熙	上海端临	机不可熙的合伙人	无	尚未缴纳
4	2019 年 5 月	股权转让	京东数科	杭州御航	京东数科	无	根据法律法规规定及《股权转让协议》，由京东数科自行缴纳
5	2020 年 6 月	整体变更股份有限公司-资本公积转增股本		全体股东	全体自然人股东	有	已缴纳
					非自然人股东东方富海、经纬创投、宁波启安、卉新投资、上海目一然、上海融梨然、上海顶螺、上海端临、东方富海二号、盛汇鑫成、杭州御航、常州鼎仕、上海奇诚的合伙人	无	已缴纳
					非自然人股东盛势汇金、嘉兴领创及中视蓝海的合伙人	无	由其合伙人自行申报企业所得税

2、对于发行人历史沿革中上述三次股权转让事宜

根据《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国个人所得税法》的相关规定，股权转让的纳税义务人为获取所得的一方，且发行人对股东之间的转让股权事项无代扣代缴义务。发行人无需就 2012 年 12 月经纬创投向其实转让股权、2018 年 7

月机不可熙向上海端临转让股权、2019 年 5 月京东数科向杭州御航转让股权事宜履行代扣代缴义务。

3、对于发行人历史沿革中上述两次资本公积转增股本事宜

(1) 法律法规的规定

法律法规	具体内容
《中华人民共和国税收征收管理法》	第四条：法律、行政法规规定负有纳税义务的单位和个人为纳税人。法律、行政法规规定负有代扣代缴、代收代缴税款义务的单位和个人为扣缴义务人。纳税人、扣缴义务人必须依照法律、行政法规的规定缴纳税款、代扣代缴、代收代缴税款
《中华人民共和国个人所得税法》	第九条：个人所得税以所得人为纳税人，以支付所得的单位或者个人为扣缴义务人。
《中华人民共和国企业所得税法》	第二章 应纳税所得额 第六条：企业以货币形式和非货币形式从各种来源取得的收入，为收入总额。包括...（四）股息、红利等权益性投资收益...
《财政部 国家税务总局关于合伙企业合伙人所得税问题的通知》	第二条：合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人。合伙企业合伙人是自然人的，缴纳个人所得税；合伙人是法人和其他组织的，缴纳企业所得税 第三条：合伙企业生产经营所得和其他所得采取“先分后税”的原则
《国家税务总局关于<关于个人独资企业和合伙企业投资者征收个人所得税的规定>执行口径的通知》（国税函[2001]84 号）	个人独资企业和合伙企业对外投资分回的利息或者股息、红利，不并入企业的收入，而应单独作为投资者个人取得的利息、股息、红利所得，按“利息、股息、红利所得”应税项目计算缴纳个人所得税 以合伙企业名义对外投资分回利息或者股息、红利的，应按《通知》所附规定的第五条精神确定各个投资者的利息、股息、红利所得，分别按“利息、股息、红利所得”应税项目计算缴纳个人所得税

根据上述规定，发行人资本公积转增股本时，发行人的股东为自然人的，自然人股东为纳税义务人，由发行人代扣代缴自然人股东所涉及的个人所得税。发行人的股东为合伙企业的，纳税义务人为合伙企业的合伙人，发行人无需为非自然人股东的合伙人履行所得税代扣代缴义务。其中对于：1）非自然人股东的合伙人是自然人的，该非自然人股东需要为自然人合伙人履行代扣代缴义务；2）非自然人股东的合伙人是法人的，由法人自行缴纳企业所得税。

(2) 2016 年 1 月资本公积转增股本涉及的税款缴纳情况

2016 年 1 月公司资本公积转增股本时的股东一共 16 名，其中，6 名自然人股东镇

立新、罗希平、陈青山、龙腾、金连文、其实已就本次资本公积转增股本缴纳个人所得税。5 个持股平台卉新投资、上海目一然、机不可熙、上海融梨然、上海顶螺已就本次资本公积转增股本代扣代缴其自然人合伙人应承担的个人所得税。

发行人的 4 名非自然人股东东方富海、常州鼎仕、东方富海二号、上海奇诚的合伙人尚未缴纳相应税款，但如前所述，发行人无需承担代扣代缴义务，且上述 4 名股东对此已出具承诺：“若有关税务主管部门依照法律、法规的规定，要求本单位就合合信息资本公积金转增注册资本相关的个人所得税事项履行代扣代缴义务的，本单位将及时、无条件、全额承担应代扣代缴的税款及因此产生的所有相关费用，并承诺不因此而影响本单位作为合合信息股东的适格性。如合合信息因未及时履行相关的个人所得税代扣代缴义务而遭致税务机关处罚，本单位将及时、无条件、全额承担因此产生的所有相关费用及损失。”

发行人非自然人股东经纬创投的合伙人尚未缴纳相应税款，但如前所述，发行人无需承担代扣代缴义务，且经纬创投对此已出具承诺：“若有关税务主管部门依照法律、法规的规定，要求本单位就合合信息资本公积金转增注册资本相关的个人所得税事项履行代扣代缴义务的，本单位将依照相关法律、法规的规定履行代扣代缴义务并承担因此产生的相关费用（如有），并承诺不因此而影响本单位作为合合信息股东的适格性。若因本单位未履行上述承诺且导致合合信息因此而遭致税务机关处罚，本单位将及时、无条件、全额承担合合信息因此产生的罚金、滞纳金等直接损失。”

（3）2020 年 6 月股改涉及的税款缴纳情况

2020 年 6 月，发行人将截至 2020 年 1 月 31 日经审计的净资产折股整体变更为股份有限公司。涉及股东一共 24 名，其中自然人股东 8 名，非自然人股东 16 名。

2021 年 4 月 20 日，在上海市科学技术委员会的协调下，公司与上海市税务局等相关政府部门召开了合合信息拟申报科创板上市工作的专题会议，会议上就合合信息股份改制个税缴纳问题进行了讨论，建议企业计算上市前转增股本的税额，合理安排做好税务缴纳。

1) 自然人股东已全部缴税

发行人已按照专题会议要求积极落实股东股改税款缴纳事项，根据发行人提供的完税凭证，截至本反馈回复出具之日，发行人已完成全部 8 名自然人股东涉及股改税

款的代扣代缴。

2) 非自然人股东的情况

发行人股改时的非自然人股东共 16 名，其税款缴纳情况如下：

①13 名非自然人股东已缴税

东方富海、经纬创投、宁波启安、卉新投资、上海目一然、上海融梨然、上海顶螺、上海端临、东方富海二号、盛汇鑫成、杭州御航、常州鼎仕、上海奇诚共 13 名非自然人股东已就股改代扣代缴其自然人合伙人应承担的个人所得税。

②其他 3 名非自然人股东

发行人的其他 3 名非自然人股东盛势汇金、嘉兴领创及中视蓝海的合伙人虽尚未缴纳股改所涉税款，但发行人股改时前述 3 名非自然人股东的合伙人均为有限责任公司，根据法规规定应由其合伙人自行申报企业所得税，发行人无需承担代扣代缴义务。

(二) 核查程序及核查结论

1、核查程序

针对上述问题，保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

(1) 获取并查阅历次股权转让、资本公积转增股本及整体改制的工商变更登记文件、决议文件、转让协议、价款支付凭证、验资报告、已缴纳相关税款股东的税款缴纳凭证等文件；

(2) 获取并查阅相关股东就资本公积金转增股本事项出具的《关于资本公积金转增股本纳税情况的承诺》；

(3) 获取并查阅发行人**报告期各期**的纳税申报表、缴税凭证、完税证明、有关税收主管机关出具的证明文件；

(4) 检索上海市税务局官网（<http://shanghai.chinatax.gov.cn>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）、天眼查（<https://www.tianyancha.com>）等网站，确认发行人就股权变动在报告期内不存在涉及税务方面的行政处罚；

(5) 获取并查阅《关于上海合合信息科技股份有限公司拟申报科创板上市专题会议纪要》（市科委专题会议纪要 2021 年第 8 期）；

(6) 获取并查阅相关股东就股改涉税事项出具的《关于缴纳股改个税的承诺》。

2、核查结论

保荐机构、发行人律师认为：

(1) 发行人无需就 2012 年 12 月经纬创投向其转让股权、2018 年 7 月机不可熙向上海端临转让股权、2019 年 5 月京东数科向杭州御航转让股权事宜履行代扣代缴义务。

(2) 2016 年 1 月发行人资本公积金转增股本的纳税涉及 16 名股东：6 名自然人股东镇立新、罗希平、陈青山、龙腾、金连文、其实已就本次资本公积转增股本缴纳个人所得税。5 个持股平台卉新投资、上海目一然、机不可熙、上海融梨然、上海顶螺已就本次资本公积转增股本代扣代缴其自然人合伙人应承担的个人所得税。其他 5 名股东东方富海、常州鼎仕、东方富海二号、**上海奇诚**、经纬创投就该次资本公积金转增股本事项已出具承诺，若有关税务主管部门要求其就合合信息资本公积金转增注册资本相关的个人所得税事项履行代扣代缴义务的，将依法承担，并承诺不因此而影响其作为合合信息股东的适格性。

(3) 2020 年 6 月发行人股改纳税涉及 24 名股东：发行人已完成全部 8 名自然人股东股改所涉税款的代扣代缴。**13** 名非自然人股东卉新投资、上海目一然、上海融梨然、上海顶螺、上海端临、东方富海、宁波启安、东方富海二号、盛汇鑫成、杭州御航、**常州鼎仕**、**上海奇诚**已就股改代扣代缴其自然人合伙人应承担的个人所得税。其他 3 名非自然人股东盛势汇金、嘉兴领创及中视蓝海在发行人股改时的合伙人均为有限责任公司，根据法规规定应由其合伙人自行申报企业所得税，发行人无需承担代扣代缴义务。

(4) 因此，上述股东缴税的情形符合法律法规规定，不会构成发行人本次发行上市的法律障碍。

9.5 关于媒体报道

请保荐机构核查与发行人本次公开发行相关的媒体质疑情况，就媒体质疑事项进行核查并发表明确意见。

回复：

一、请保荐机构核查与发行人本次公开发行相关的媒体质疑情况，就媒体质疑事项进行核查并发表明确意见

（一）请保荐机构核查与发行人本次公开发行相关的媒体质疑情况，就媒体质疑事项进行核查并发表明确意见

截至本反馈回复出具之日，针对发行人申请首次公开发行股票并在科创板上市事宜，部分财经媒体先后发布了质疑报道，具体情况如下：

1、数据合规性问题

（1）媒体质疑情况

部分媒体质疑公司的数据来源合规性问题，根据《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审核问询函的回复》：合合信息未审结的数据类案件尚有 1 件，原告前锦网络信息技术（上海）有限公司主张启信宝客户端展示信息中展示了原告公司失信人信息，提出删除启信宝网站上原告公司的失信人标签、停止发布原告公司相关信息、赔偿损失 10 万元并承担本案诉讼费用的诉讼请求。

根据《征信业管理条例（国务院令 第 631 号）》第二十一条：“征信机构可以通过信息主体、企业交易对方、行业协会提供信息，政府有关部门依法已公开的信息，人民法院依法公布的判决、裁定等渠道，采集企业信息。”启信宝展示的信息系发行人基于提供企业征信服务的目的而从公开渠道获取的企业数据，启信宝的运营主体上海生腾作为经人行上海分行备案的企业征信机构，收集并展示相关企业的涉诉信息符合法律法规的规定。

截至本反馈回复出具之日，该案已调解结案，上海生腾支付原告人民币 20,000 元。保荐机构及发行人律师认为：鉴于该案已调解结案，且涉案金额较小，对发行人开展数据业务及发行人的声誉不存在重大不利影响，不构成重大违法违规，不会构成

发行上市障碍。

（2）保荐机构核查情况

保荐机构就该问题的核查情况如下：

获取了《上海市浦东新区人民法院民事调解书》（[2021]沪民初 92373 号），确认该案已调解结案。

针对公司展业中牵涉到的数据信息安全与合规、数据相关诉讼的问题，发行人已在“2.关于数据”之“2.3 关于数据管理”之“一、（一）发行人的整改措施与数据管理不完善情形的对应关系，发行人已完全整改了不完善情形及其他类似事项；（二）发行人数据类纠纷案件的主要情况、解决方式及对发行人的影响，该等案件中发行人存在的问题（如有）及整改措施”中进行了详尽的说明。

同时，发行人在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（二）法律风险”之“1、数据安全及个人隐私保护相关风险”中其进行特别提示。

2、合规经营风险

（1）媒体质疑情况

媒体关注到：上交所要求发行人未及时取得征信备案和增值电信业务经营许可证、未履行境外投资备案手续的原因进行说明。

（2）保荐机构核查情况

保荐机构就该问题的核查情况如下：

针对公司境外业务的经营风险问题，保荐机构已在本问询函回复“1. 关于合规经营”中进行了详尽的说明。经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人存在未及时办理企业征信机构备案、未及时取得增值电信业务经营许可证、未履行境外投资备案手续的情形。由于当时具体业务经办人员对企业征信业务、增值电信业务经营许可管理、境外投资管理的相关法律规定认识不足，因而未及时申请办理前述资质、未及时办理境外投资主管部门备案手续，就前述事项发行人及其子公司不存在规避法律法规的故意。

（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
市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之盖章页）

上海合合信息科技股份有限公司

2023 年 6 月 28 日



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二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

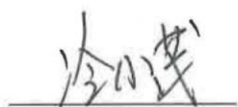
上海合合信息科技股份有限公司

2023 年 6 月 28 日

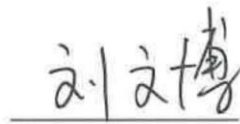


（此页无正文，为《关于上海合合信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：



冷小茂



刘文博

中国国际金融股份有限公司

2023年 6月 28日



保荐人法定代表人声明

本人已认真阅读上海合合信息科技股份有限公司第二轮审核问询函回复的全部内容，了解报告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，审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，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。

法定代表人：



沈如军

