

---

# 广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司、金元证券股份有限公司 《关于广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司挂牌申请 文件的第一次反馈意见》的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司 2016 年 7 月 27 日下发的《关于广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见》（以下简称“《第一次反馈意见》”）的要求，广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司（以下简称“亲子企鹅”、“公司”、“本公司”）、金元证券股份有限公司（以下简称“主办券商”）、国浩律师（广州）事务所（以下简称“律师”）及天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“会计师”）对贵公司提出的《第一次反馈意见》进行了认真讨论及补充调查，对《第一次反馈意见》中所有提及的问题逐项予以落实并进行了回复说明。涉及需要对《公开转让说明书》及其他文件进行修改或补充披露的，已按照反馈意见的要求进行修改和补充，并已在《公开转让说明书》中以楷体加粗标明。

如无其他特别说明，本回复中的释义与《公开转让说明书》释义一致。

现就《第一次反馈意见》中提及的问题回复如下：

## 一、公司特殊问题

1、公司主要从事品牌商授权销售。(1)请公司详细披露与授权商合作方式、授权期限。(2)请公司结合前述事项以及自身业务模式、业务特点和业务能力分析若撤销授权或合作期满终止授权对公司业务的影响。请主办券商核查并发表意见。

**【回复】：**

(1) 请公司详细披露与授权商合作方式、授权期限。

### A、公司说明

报告期内公司主要从事品牌商授权销售业务，与授权商合作方式、授权期限已在《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“三、（三）公司取得的业务

许可资格或资质情况”之“2、品牌授权情况”中补充披露如下：

截至本说明书签署日，亲子企鵝及其子公司获得的品牌授权分为产品销售授权和商品化授权两种，具体情况如下：

序号	品牌	授权方	被授权方	授权金	授权时间
销售授权					
1	迪士尼	深圳市道勤实业有限公司	卡梵亚	0	2016. 6. 2-2017. 6. 1
合作方式					
深圳市道勤实业有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在所拥有的销售平台销售授权商品，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用，广州市卡梵亚文化传播有限公司提供各平台销售渠道，享有在京东商城、唯品会、聚美优品平台的独家销售权及天猫、淘宝平台的经销权。					
授权内容					
授权卡梵亚为京东（www. jd. com）、唯品会（www. vip. com）、聚美优品（www. jumei. com）网上商城独家代理商；为天猫商城（www. tmall. com）、淘宝商城（www. taobao. com）特约代理商，负责经营管理以及产品的推广。代理销售的为道勤实业生产的迪士尼授权特定品牌产品：迪士尼系列益智故事机（包括但不限于大白、米奇、米妮、苏菲亚小公主等迪士尼系列益智故事机）。					
2	迪士尼	中山市泰宝电子科技有限公司	卡梵亚	0	2016. 1. 1-2016. 9. 30
合作方式					
中山市泰宝电子科技有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在所拥有的销售平台销售授权商品，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用，广州市卡梵亚文化传播有限公司提供各平台销售渠道，进行推广销售。					
授权内容					
授权卡梵亚为泰宝电子的网络销售商，销售及推广其生产的 DISNEY/迪士尼品牌旗下 MICKEY MOUSE&Friends/米奇和他的朋友们系列产品、STAR WARS/星球大战系列产品，同时进行相关的售后服务工作。					
3.1	迪士尼、海绵宝宝、漫威	广州市欧适园儿童用品有限公司	卡梵亚	0	迪士尼、海绵宝宝为 2015. 6. 1-2016. 6. 30 漫威为 2015. 6. 1-2016. 4. 30
合作方式					
广州市欧适园儿童用品有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在许可期限内于许可渠道中销售其已获得合法授权的海绵宝宝餐具产品、迪士尼公主餐具产品、漫威表演服及配件并负责相应的业务推广和售后服务工作，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用，广州市卡梵亚文化传播有限公司提供各平台销售渠道，进行推广销售。					
授权内容					
被许可方（被授权方）仅在约定授权渠道、授权期限内享有指定授权产品的合法独家销售权利，允许被许可方（被授权方）在约定授权渠道、授权期限内向第三方授予本授权书之被授予权利。					
3.2	迪士尼、	广州市欧适	亲子企鵝	0	2016. 7. 1-2016. 12. 31

	海绵宝宝	园儿童用品 有限公司			
合作方式					
广州市欧适园儿童用品有限公司授权广州市亲子企鵝智能科技股份有限公司在许可期限内于许可渠道中销售其已获得合法授权的海绵宝宝餐具产品、迪士尼餐具产品并负责相应的业务推广和售后服务工作，本着资源互换的方式，不向广州市亲子企鵝智能科技股份有限公司收取授权费用，广州市亲子企鵝智能科技股份有限公司提供各平台销售渠道，进行推广销售。					
授权内容					
广州市欧适园儿童用品有限公司授权广州市亲子企鵝智能科技股份有限公司在许可期限内于许可渠道中销售其已获得合法授权的海绵宝宝餐具产品、迪士尼餐具产品并负责相应的业务推广和售后服务工作，被授权商无权向第三方分授予或转让该权利。					
4.1	多项品牌	汕头市澄海区凯利达玩具实业有限公司	卡梵亚	0	2014. 2. 25-2015. 2. 24
合作方式					
汕头市澄海区凯利达玩具实业有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在所拥有的销售平台销售授权商品，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用，广州市卡梵亚文化传播有限公司提供各平台销售渠道，进行推广销售。					
授权内容					
授权卡梵亚在全国范围内销售“迪士尼公主”“S&Li”“米妮”“HELLO KITTY”系列产品。					
4.2	多项品牌	汕头市澄海区凯利达玩具实业有限公司	卡梵亚	0	2015. 1. 1-2015. 12. 31
合作方式					
汕头市澄海区凯利达玩具实业有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在所拥有的销售平台销售授权商品，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用，广州市卡梵亚文化传播有限公司提供各平台销售渠道，进行推广销售。					
授权内容					
授权卡梵亚在全国线上范围内销售“迪士尼”“S&Li”“芭比”“HELLO KITTY”系列产品。					
4.3	多项品牌	汕头市澄海区凯利达玩具实业有限公司	卡梵亚	0	2016. 1. 1-2016. 12. 31
合作方式					
汕头市澄海区凯利达玩具实业有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在所拥有的销售平台销售授权商品，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用，广州市卡梵亚文化传播有限公司提供各平台销售渠道，进行推广销售。					
授权内容					
授权卡梵亚在全国线上范围内销售“迪士尼公主”“冰雪奇缘”“米妮”“芭比”“HELLO KITTY”“S&Li”系列产品。					
5	HELLO KITTY	广州杰思玩	培培乐	0	2013. 11. 5-2018. 11. 5

		具有限公司			
合作方式					
广州杰思玩具有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在中国地区独家总代理权，广州市卡梵亚文化传播有限公司提供各平台销售渠道，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用。					
授权内容					
授权培培乐为广州杰思玩具有限公司在中国地区独家总代理商，负责“HELLO KITTY”品牌系列产品的销售和售后服务。					
6	元气拯救队	广州星原文 化科技股份 有限公司	亲子企鹅	0	2016. 5. 1-2017. 12. 31
合作方式					
广州星原文文化科技股份有限公司授权广州市亲子企鹅智能科技有限公司经销其所授权经营的玩具产品，并负责所授权经营产品的销售、推广及售后服务工作，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用。					
授权内容					
授权亲子企鹅经销星原文文化所授权经营的玩具产品，并负责所授权经营产品的销售、推广及售后服务工作					
商品化权授权					
1	“培培乐”、 “PEIPEILE”	佛山市美仕 达玩具有限 公司	培培乐	0	2013. 10. 31-2018. 10. 31
合作方式					
佛山市美仕达玩具有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在中国地区独家总代理权，全权负责“培培乐”及“PEIPEILE”品牌的产品设计开发、设计、销售、市场推广等运营事项，本着资源互换的方式，不向广州市卡梵亚文化传播有限公司收取授权费用，广州市卡梵亚文化传播有限公司提供各平台销售渠道，进行推广销售。					
授权内容					
授权培培乐使用“培培乐”及“PEIPEILE”商标，在中国地区推广“培培乐”及“PEIPEILE”品牌；授权培培乐为美仕达在中国地区的独家总代理，负责“培培乐”及“PEIPEILE”品牌系列产品的销售和售后服务。					
2	布鲁精灵	广州市世纪 华恩文化传 播有限公司	卡梵亚	保底 80000	2015. 3. 20-2018. 9. 19
合作方式					
广州市世纪华恩文化传播有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在中国地区非独家授权，全权负责“布鲁精灵”DIY玩具彩泥（非文具橡皮泥）、超轻黏土、DIY布艺、DIY串珠、DIY编制的DIY手工类衍生产品进行开发、设计、生产、销售及宣传。					
授权内容					
非独家授权卡梵亚在约定的使用期限和授权区域内对“布鲁精灵”DIY玩具彩泥（非文具橡皮泥）、超轻黏土、DIY布艺、DIY串珠、DIY编制的DIY手工类衍生产品进行开发、设计、生产、销售及宣传。					
3	咸蛋超人	广州市锐视 文化传播有 限公司	卡梵亚	销售额的 10%	2016. 3. 8- 2017. 12. 31

合作方式

广州市锐视文化传播有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在中国地区独家授权业务，全权负责 Ultraman（中文名“威蛋超人”）商品化—授权业务及衍生产品进行开发、设计、生产、销售、宣传。

授权内容

授权卡梵亚在中国境内（香港、澳门和台湾除外）拓展 Ultraman（中文名“威蛋超人”）商品化—授权业务。

3.1	威蛋超人	杨水源（锐视文化的法定代表人）	卡梵亚	销售额的10%	2016.3.1-2019.12.31
-----	------	-----------------	-----	---------	---------------------

合作方式

广州市锐视文化传播有限公司授权广州市卡梵亚文化传播有限公司在中国地区独家授权业务，全权负责 Ultraman（中文名“威蛋超人”）商品化—授权业务及衍生产品进行开发、设计、生产、销售、宣传。

授权内容

杨水源作为权利人授权卡梵亚在核定使用商品范围内普通许可使用第 3582447 号商标、47755546 号商标、34106885 号商标、3410671 号商标、3582448 号商标。

公司取得商品化品牌授权后向玩具制造厂家的继续授权情况如下：

序号	品牌	授权方	被授权方	授权金	授权时间
1	威蛋超人	卡梵亚	东莞昌明玩具厂有限公司	销售额的8%	2016.05.11-2017.12.31

合作方式

广州市卡梵亚文化传播有限公司授权东莞昌明玩具厂有限公司在中国地区研发、设计、开模、生产 Ultraman（中文名“威蛋超人”）品牌软胶人偶品类衍生生产商，授予东莞昌明玩具厂有限公司销售经销权，通过自有平台销售渠道进行推广销售。

授权内容

授权昌明玩具厂在中国大陆地区研发、设计、开模、生产软胶人偶品类衍生产品。

2	威蛋超人	卡梵亚	东莞市贵族儿童用品有限公司	销售额的7%	2016.06.08-2017.12.31
---	------	-----	---------------	--------	-----------------------

合作方式

广州市卡梵亚文化传播有限公司授权东莞市贵族儿童用品有限公司在中国地区研发、设计、开模、生产、销售 Ultraman（中文名“威蛋超人”）品牌滑板车系列、电动车系列、三轮助步车系列品类衍生产品的生产商，通过自有平台销售渠道进行推广销售。

授权内容

授权贵族儿童用品有限公司在中国大陆地区研发、设计、开模、生产、销售滑板车系列、电动车系列、三轮助步车系列品类衍生产品。

3	威蛋超人	卡梵亚	深圳市世宝动漫科技有限公司	销售额的8%	2016.05.13-2017.12.31
---	------	-----	---------------	--------	-----------------------

合作方式

广州市卡梵亚文化传播有限公司授权深圳市世宝动漫科技有限公司在中国地区研发、设计、开模、生产

---

Ultraman（中文名“咸蛋超人”）品牌硬胶人偶（硬胶主要指 ABS 材料）品类衍生产品生产商，授予深圳市世宝动漫科技有限公司销售经销权，通过自有平台销售渠道进行推广销售。

---

#### 授权内容

授权世宝动漫在中国大陆地区研发、设计、开模、生产硬胶人偶（硬胶主要指 ABS 材料）品类衍生产品。

---

（2）请公司结合前述事项以及自身业务模式、业务特点和业务能力分析若撤销授权或合作期满终止授权对公司业务的影响。

### A、公司说明

#### ①公司业务模式、业务特点和业务能力

报告期内，公司主要业务聚焦为早教体系相关的益智玩具、学习文具、母婴用品的线上销售和线下销售；此外公司向客户提供电子商务代运营服务，即接受品牌企业的委托为其开展电子商务综合服务，包括：店铺运营、客户服务等。公司及子公司培培乐、聚启商贸依托互联网技术，持有“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“布鲁精灵”、“咸蛋超人”等多家国际知名玩具品牌正版授权并正在积极打造自主益智玩具品牌“亲子企鹅”，主要通过 B2B 及 B2C 电子商务模式开展产品的互联网零售服务，并利用传统渠道（如线下批发商、商超客户）进行产品的线下销售，形成了以线上销售为主，兼顾线下销售机会的商业模式。

公司对在售的益智玩具等产品的采购主要以直接采购为主，并配合订货点采购的方式进行。直接采购模式下，供应链中心根据客户订单制定采购计划进行直接采购；订货点采购模式下，采购人员根据产品需求量及运营计划等动态信息，设置订货时点，并在订货时点触发时进行采购活动。

公司通过国内知名电子商务平台（京东、天猫、唯品会、当当等）进行商品销售，在市场竞争中，公司注重品牌与销售渠道的建设和维护，其中国内授权品牌“培培乐”在各大电商平台同类益智玩具中销量、搜索量、品牌热度等各项指标中名列前茅，取得较高的市场认可度。

在线上销售渠道建设方面，公司通过旗舰/专营等自营门店积累了大量稳定的消费者资源，获得较高的客户评价。公司通过在消费者中积累的品牌口碑及认可度，进入各大电子商务平台的品牌库，成为其重点品牌合作商之一。同时，公司积极与平台客户进行沟通，引导客户需求，保持公司在销售渠道上的稳定性。

报告期内，公司收入主要来源于益智玩具商品的线上销售，并于报告期末开

---

始专注打造自有品牌“亲子企鹅”产品的设计与研发。凭借在电子商务运营积累的经验与线上销售益智玩具产品的品牌优势，获得客户订单，实现利润转化。公司将坚持以客户需求为导向，凭借已取得授权的优秀品牌资源，加强“亲子企鹅”自有品牌建设，实现自身的长足发展。

自报告期末至本回复出具日，公司已完成部分自有品牌“亲子企鹅”产品的设计与研发，并已陆续接到相关产品的订单，新品研发计划也在陆续进行中。在产品推广方面，公司一方面利用过往线下销售积累的批发商、商超客户资源促进产品销售；另一方面公司全力打造的产品线上销售平台主页已基本完成，配套的线上商城也在加紧搭建中，预计今年9月上线，待公司自主销售平台搭建完成后，公司将利用现有在各大电商平台的旗舰店、门店进行宣传推广，并配合社交网络营销手段（如微信公众号、直播平台）达到引流目的，促进新品销售，实现自有品牌的推广。

## ②若撤销授权或合作期满终止授权对公司业务的影响

公司现已取得的相关品牌授权已在《公开转让说明书》至“第二节 公司业务”之“三、（三）公司取得的业务许可资格或资质情况”“2、品牌授权情况”中披露。详情参见本回复特殊问题1（1）。

### a、公司主要销售产品的授权情况说明

公司目前主要在售产品为“培培乐”品牌下的彩泥系列产品及“迪士尼”品牌下的彩妆系列产品，2015年度两大类产品的销售收入约占公司总销售收入的80%左右，2016年上半年占比约为50%左右，占比有所下降。这两大类产品的销售主要来自于佛山市美仕达玩具有限公司（以下简称美仕达）和汕头市澄海区凯利达实业有限公司（以下简称凯利达）的授权。公司与前述两家授权商的合作情况如下：

第一，公司与凯利达的合作按年度续约，自2014年初合作开始，凯利达对公司的代理授权从未间断，公司在凯利达的销售体系中占有较重要的地位，且公司与凯利达签订的《产品网络经销合同》中约定“合同期满，双方满意可续约，在同等条件下，乙方（卡梵亚）有优先代理权”，成为维护双方授权关系稳定的基础，因此公司与凯利达的合作关系具备可持续性。

根据公司与凯利达签订的《产品网络经销合同》，涉及代理授权终止的条款

---

如下：

乙方（卡梵亚）在协议期内不能完成任务额的，甲方（凯利达）有权对其进行考虑并提出整改或修正意见，如双方不能达成协议，甲方有权提前终止合约；如乙方在结款时间超过 10 天不结款的情况下，甲方有权考虑提前终止合约；如乙方超过贰个月不向甲方进货的情况下，甲方有权考虑提前终止合约。

自授权以来截至目前，公司不存在违反上述终止条款的情形，未受到品牌商相关处罚，亦未导致代理权终止或权利内容重大变更。若未来公司未能履行上述约束条款，将存在授权终止的风险，从而对公司经营产生影响。公司已在《公开转让说明书》“重大事项提示”中补充披露如下：

#### **九、销售产品相关授权被取消的风险**

**公司在售产品较依赖品牌商的授权，虽然目前公司拥有多家国际知名品牌商和国内品牌商的授权且授权关系较为稳定，但若未来发生品牌商取消对公司销售授权的情形，公司的经营将受到一定的影响。**

第二，公司子公司培培乐自 2013 年末成为美仕达在中国地区独家总代理商，同时享有“培培乐”及“PEIPEILE”商标使用权，与美仕达保持着良好稳定的合作关系，且产品销售情况良好，双方具备持续合作的条件，因此授权被撤销或终止的可能性较小。

由于“培培乐”品牌的所有权非公司所有，因此存在相关授权被取消进而影响公司经营的风险，该风险已在《公开转让说明书》“重大事项提示”之“八、供应商集中度较高的风险”中披露。

#### **b、公司其他产品授权情况说明**

公司其他产品销售主要涉及深圳市道勤实业有限公司（以下简称“道勤实业”）、中山市泰宝电子科技有限公司（以下简称“泰宝电子”）、广州市欧适园儿童用品有限公司（以下简称“欧适园”）、广州市杰思玩具有限公司（以下简称“杰思玩具”）、广州市锐视文化传播有限公司（以下简称“锐视文化”）、广州市世纪华恩文化传播有限公司（以下简称“世纪华恩”）的相关授权。截止本回复出具日，公司不存在违反上述授权商相关授权协议中终止条款描述的情形，未受到品牌商相关处罚，亦未导致代理权终止或权利内容重大变更。公司由于上述授权被终止或撤销进而影响公司经营的风险已在《公开转让说明书》“重大事项提示”



---

中补充披露，详情参考本题“a 公司主要销售产品的授权情况说明”。

上述品牌授权情况如下：

1) 公司与道勤实业的授权情况

公司经道勤实业授权成为其授权产品在京东、唯品会、聚美优品网上商城独家代理商及其在天猫商城、淘宝商城特约代理商，具有较为稳定的合作关系。

根据公司与道勤实业签订的《代理商合同》，涉及代理授权终止的条款为：当乙方（卡梵亚）适合以下各项之一时，甲方（道勤实业）有权解除本合：

对本合同，运营规章因故意或过失而出现重大违反时；不遵守甲方集中进货的原则，在规定外进货，或放置本公司的产品；不遵照甲方的更改劝告，或不予以确实的答复时；不遵守货款支付期限及规定的支付方法时；停止营业时；有损害信用言行，已妨碍或将会妨碍代理活动时；每月达不到规定的销售业绩时。

截至目前，公司不存在违反上述终止条款的情形，未受到品牌商相关处罚，亦未导致代理权终止或权利内容重大变更。

2) 公司与欧适园的授权情况

根据欧适园向公司出具的授权书，公司在许可期限内于许可渠道中销售其已获得合法授权的海绵宝宝餐具产品、迪士尼餐具产品并负责相应的业务推广和售后服务工作。

由于该授权涉及的产品占公司总销售收入占比较少，授权撤销或终止对公司经营造成的影响较弱。

3) 公司与泰宝电子的授权情况

根据泰宝电子向公司出具的授权书，涉及代理授权终止的条款为：

本授权仅限于网络，广州市卡梵亚文化传播有限公司的所有网络店铺及其分销店铺必须遵守本公司价格及促销等规定，否则，我公司将随时取消本授权。

截至目前，公司不存在违反上述终止条款的情形，未受到品牌商相关处罚，亦未导致代理权终止或权利内容重大变更。若未来公司未能履行上述约束条款，将存在授权终止的风险。”

由于公司与泰宝电子首次合作，因此公司获得的授权期限为 9 个月（2016.1.1-2016.9.30）。该授权涉及的产品占公司总销售收入占比较少，由于授权撤销或终止对公司经营造成的影响较弱。

---

#### 4) 公司与杰思玩具的授权情况

公司经杰思玩具授权成为其在中国地区独家总代理商，负责“HELLO KITTY”品牌系列产品的销售和售后服务。

公司自 2013 年末获得杰思玩具授权以来，合作关系稳定。同时杰思玩具作为美仕达的子公司，基于公司与其母公司之间良好的业务发展状况，撤销或终止授权的风险较小。

#### 5) 公司与锐视文化的授权情况

根据锐视文化向公司出具的授权书，公司获得在中国境内（香港、澳门和台湾除外）拓展 Ultraman（中文名“咸蛋超人”）商品化—授权业务。

该授权期限为 2016 年 3 月 8 日起至 2017 年 12 月 31 日止，授权时间较长，同时，公司已获得锐视文化法定代表人杨水源授权使用与 Ultraman（中文名“咸蛋超人”）品牌相关的多项商标，授权期限为 2016 年 3 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，由于商标权与商品化—授权相关性较高，因此该项授权间接减小了锐视文化撤销或终止对公司在境内（香港、澳门和台湾除外）拓展 Ultraman（中文名“咸蛋超人”）商品化—授权业务的可能性。获得该授权后，公司在天猫电商平台开设该平台唯一“咸蛋超人”官方旗舰店进行宣传推广并陆续推出部分新品，依托“咸蛋超人”品牌积累的高人气，促进产品销售。

综上，公司所获授权被撤销的可能性较低，有利于促进公司主营业务的开展。

#### 6) 公司与世纪华恩的授权情况

根据公司与世纪华恩签订的授权合同，公司获得“布鲁精灵”品牌的商品化许可权（针对授权产品的开发、设计、制造及销售的权利）。

公司获得该授权期限为 2015 年 3 月 20 日至 2018 年 9 月 19 日，由于该品牌产品市场份额下降，公司已减少该品牌产品的销售，预计在授权到期后不再续期。由于该授权品牌产品占公司全部销售产品的份额较少，因此不再续期该品牌授权对公司经营产生的影响较小。

### **③为避免授权商撤销或终止品牌授权对公司经营产生的影响，公司采取的措施**

a、对于公司目前所持有的品牌授权，根据授权商品的市场销售状况，公司积极与品牌商沟通授权续期的事宜，在满足品牌商授权要求的情况下，争取与优

---

质品牌商建立长期稳定的合作关系。

b、公司密切关注行业的发展状况，力求发现适应市场需求的品牌产品，及时沟通并建立合作关系，达到对现有销售品牌的补充，降低可能发生的由于现有品牌授权撤销和终止带来的经营风险。报告期后，公司获得广州星原文化科技股份有限公司授权，负责“元气拯救队”品牌产品的销售、推广及售后服务工作。实现了对现有授权品牌的补充。

c、公司积极打造自有品牌“亲子企鹅”，专注于相关产品的设计与研发，凭借在电子商务运营积累的经验与线上销售益智玩具产品获得的品牌优势，努力实现自有品牌市场份额和营业收入的快速增长，以逐步降低对授权品牌的依赖，规避由于授权撤销或终止所导致的公司经营问题。

## **B、主办券商核查情况**

### **①核查方法**

查阅了公司与品牌商的授权书及授权相关合同、访谈管理人员及业务人员，查阅公司报告期内销售收入明细表和审计报告。

### **②核查结论**

经核查，主办券商认为：公司报告期内主要从事品牌商授权商品的销售业务，经营活动对品牌商的授权存在依赖，因此公司根据授权产品的销售状况，积极与品牌商进行沟通以满足品牌商授权续期的相关要求，进而保持合作的持续稳定性。同时，公司根据市场动态也不断在寻找新品牌合作机会，并全力打造自主品牌，以逐步降低对特定品牌授权的依赖，减少授权撤销或终止对公司经营产生的影响。

**2、关于公司产品的质量标准。请公司补充披露公司产品执行质量标准的情况。请主办券商及律师补充核查并对公司的产品是否符合国家规定的质量标准与安全要求发表意见。**

### **【回复】：**

#### **(1) 公司说明**

公司产品执行质量标准情况已在《公开转让说明书》中的“第二节 公司业务”之“二、内部组织架构及业务流程”之“(二) 主要业务流程”之“5、运营模式”之“(4) 产品品质的保障”补充披露如下：

**公司历来重视产品质量，从生产厂商生产、采购、销售阶段进行严格把控，**

在销售过程中出现不合格品的情况较少。为进一步控制产品质量，公司报告期内制定了《采购管理流程》、《产品质量管理制度》、《不合格品管理制度》、《成品检验操作流程》等制度，确保公司在生产厂商生产阶段、产品采购阶段、产品销售阶段对质量进行严格把控。

在产品生产阶段，公司对生产厂商在生产工艺、流程标准上提出要求，监督生产厂商品质管控流程的运行效果及实施力，并不定期对生产厂商生产过程进行抽检及评估。在采购阶段，公司供应链中心对产品的外包装、外观、功能及可靠性等参数进行验收及抽检，并形成《成品验收报告》。对于验货不合格的产品，公司品质把控人员经过“标识、记录、评价、隔离、处理”5个流程进行操作及信息反馈，并将不合格产品根据具体情况要求生产厂商返工重检或退货。在销售阶段，公司销售人员根据客户反馈信息通知供应链中心，进行不良品的退换处理，并及时与客户沟通售后处理方式，保障客户的合法权益。

## (2) 主办券商核查情况

### A、核查方法

主办券商对公司多项在售产品 3C 认证情况进行抽查；对公司采购及品质人员进行了访谈，核查了公司《采购管理流程》、《产品质量管理制度》、《不合格品管理制度》、《成品检验操作流程》等相关制度、《采购单》、《成品验收报告》等文件及验货、退货等相关流程；同时核查了公司提供的由广州市质量技术监督局出具的无违法违规证明。

### B、核查过程及结论

经核查，公司多项在售产品均已取得相关产品质量认证证书，具体如下：

序号	证书名称	证书编号	产品系列/名称	生产者 (制造商)	有效期
1	3C 认证证书	2014012203722987	静态塑胶玩具/ 彩泥塑胶玩具	美仕达	2014.9.19- 2019.8.5
2	3C 认证证书	2012012203584899	静态塑胶玩具/ 凯蒂猫迷你公	乐凯玩具(亚 洲)有限公司	2012.12.6- 2017.12.6

			仔印章		
3	3C 认证证书	2012012203588437	静态塑胶玩具/ 凯蒂猫系列玩 具	银龙（亚洲） 有限公司	2016.5.11- 2021.5.11
4	3C 认证证书	2013012203594417	静态塑胶玩具/ 彩绘手提箱系 列	乐凯玩具（亚 洲）有限公司	2013.1.21- 2018.1.21
5	3C 认证证书	2012012203590111	静态塑胶玩具/ 塑料串珠玩具 系列	乐凯玩具（亚 洲）有限公司	2013.1.5- 2018.1.5
6	3C 认证证书	2012012203588491	静态塑胶玩具/ 凯蒂猫活力拼 装画架	乐凯玩具（亚 洲）有限公司	2012.12.25- 2017.12.25
7	3C 认证证书	20130012202666487	声光玩具/ 卡梵亚早教机	卡梵亚电子	2014.1.6- 2018.11.11
8	3C 认证证书	2013012202607190	视频玩具/ 卡梵亚早教机	卡梵亚电子	2013.4.8- 2018.4.8
9	3C 认证证书	2013012202607189	声光玩具/ 卡梵亚早教机	卡梵亚电子	2013.4.8- 2018.4.8
10	3C 认证证书	2012012205557154	弹射玩具/ 咸蛋超人玩具	锐视	2016.1.11- 2017.7.24
11	3C 认证证书	2008012205276759	弹射玩具/ 咸蛋超人玩具	锐视	2014.12.30- 2019.12.4
12	3C 认证证书	2013012203615128	静态塑胶玩具/ 咸蛋超人玩具	锐视	2014.8.28- 2018.3.18
13	3C 认证证书	2013012203623897	静态塑胶玩具/ 咸蛋超人塑胶 玩具系列	锐视	2013.6.25- 2018.5.16
14	3C 认证证书	2007012203222770	静态塑胶玩具/	锐视	发证日期

			咸蛋超人塑胶玩具系列		2008.4.18
15	3C 认证证书	2008012202276738	声光玩具/ 咸蛋超人玩具系列	锐视	发证日期 2008.6.3
16	3C 认证证书	2013012201623898	静态塑胶玩具/ 咸蛋超人玩具 (8307 四款超人玩具)	锐视	2013.6.25- 2018.5.16
17	3C 认证证书	2013012203623900	机动塑胶玩具/ 咸蛋超人塑胶玩具系列	锐视	2013.6.25- 2018.5.16
18	3C 认证证书	2014012202705647	声光玩具/ 声光超人面具	锐视	2014.7.3- 2019.5.20
19	3C 认证证书	2012012205557154	弹射玩具/ 咸蛋超人玩具系列	锐视	2013.11.12- 2017.7.24
20	3C 认证证书	2008012202274327	声光玩具/咸蛋超人组合套装玩具	锐视	发证日期 2008.4.30
21	3C 认证证书	2014012205709717	弹射玩具/超人百步穿杨弓	锐视	2014.7.21- 2019.6.9
22	卫生许可证	GD.FDA(2005) 卫 妆准字 29-XK-2690 号	儿童彩妆	金泳乐 (凯利达)	2013.7.9- 2017.7.8

同时，公司建立了《采购管理流程》、《质量管理制度》、《产品不合格管理流程》、《成品验货操作流程》等制度。在产品生产阶段，公司对生产厂商生产条件、工艺标准进行评估，公司品质验收人员通过不定期对生产厂商原材料、初加工产品、半成品或刚下线的产成品进行检验，以确保产品的生产质量。在采购阶段，

---

验货人员对产品的《采购订单》、《产品规格书》等资料进行前期准备，在验货阶段根据抽样依据、执行的标准进行验货，对产品包装（外箱、彩盒）、外观、功能及可靠性等指标进行检验，对验货批次、抽检情况、不良率进行记录并形成《成品验收报告》。对于验货不合格的产品，公司验货人员会进行记录与标识（产品数量、名称、规格、不合格的原因等），并知会生产厂商进行隔离处理，同时将信息反馈至公司，由公司与生产厂商协调进行产品的返工重检或退换货处理。在销售阶段，售后人员根据客户反馈信息确认产品不良原因，确认不良产品数量，并提供相关的数据给采购部作退货处理。公司供应链中心根据售后部门提供的相关数据，通知生产厂商，做好退货返修相关事宜的沟通，并做好退货时间的安排。

最后，根据广州市质量技术监督局于 2016 年 4 月 15 日出具的《证明》，广州市卡梵亚文化传播有限公司、广州聚启商贸有限公司、广州市培培乐玩具有限公司自设立至今的生产经营过程中，未发现其有违反国家有关产品质量技术监督方面法律法规的行为。

综上，主办券商认为，公司报告期内已建立比较完备的产品质量控制制度，产品质量控制机制及流程健全、有效，在日常经营中能有效地对销售产品的质量进行控制，未出现重大的产品质量问题，公司销售产品符合国家规定的质量标准与安全要求。

3、公司扣非后持续亏损，关于持续经营能力。（1）请公司分析并补充披露报告期收入及净利润波动的原因，公司针对持续亏损的具体措施，公司是否具有较强的市场竞争力。（2）请公司补充披露并对可持续经营能力进行全方位、多维度补充分析，包括并不限于公司主营业务盈利的可持续性、研发能力、行业空间、公司的后续市场开发能力、市场前景、公司是否具有核心竞争优势、期后合同签订情况及收入确认情况、盈利能力、偿债能力、营运能力、获取现金流能力等期后财务指标分析、结合期后财务数据的主要财务指标趋势分析、同行业主要竞争对手情况、现金获取能力分析等。（3）请主办券商及会计师对公司的可持续经营能力进行进一步核查并发表明确意见。（4）请主办券商说明推荐理由。

**【回复】:**

---

(1) 请公司分析并补充披露报告期收入及净利润波动的原因，公司针对持续亏损的具体措施，公司是否具有较强的市场竞争力

A、公司报告期收入波动的原因已在公开转让说明第四节之“六、报告期利润形成的有关情况”进行披露。公司净利润的波动主要是收入的大幅增长及相关费用的变动所致。

B、为改变报告期内扣非后持续亏损的局面，公司一方面将继续大力拓展所获授权的各品牌的销路，比如对于授权品牌“咸蛋超人”，除推广品牌商原有已定型的产品外，公司自主投入积极开发新的品类，开发了 20 多款咸蛋超人新产品。另一方面也公司加大力度推动自主品牌“亲子企鹅”产品的研发和销售，截至本反馈回复签署日，亲子企鹅产品已获得订单。另外，公司在市场份额增长的同时也开始适当控制线上运营费等销售费用的开支，在 2016 年上半年适当精简了部分人员。最后，公司进行了新媒体如微信、微博等自媒体平台的运营与推广，可为公司新老客户提供更快捷的服务，同时形成良好的品牌传播效应，达到会员二次营销的目的，进一步降低公司的网络推广成本。通过上述方式，公司在报告期后 3-6 月的盈利状况得到了改善。

C、公司目前主要经营“培培乐”、“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“布鲁精灵”、“咸蛋超人”等多个知名品牌，近 2 年销售收入快速增长，同时公司对前述获得授权的品牌不断自主研发推出新产品，市场竞争力较强。报告期末以来，公司为进一步增强市场竞争力，自主开发了“咸蛋超人”品牌下 20 多款新产品，同时公司自主品牌“亲子企鹅”相关产品也已研发出来并开始获得订单。公司 2016 年上半年实现收入约 2,071 万元，实现盈利约 11 万元。

综上，公司采取上述措施后，市场竞争力正不断增强。

(2) 请公司补充披露并对可持续经营能力进行全方位、多维度补充分析，包括并不限于公司主营业务盈利的可持续性、研发能力、行业空间、公司的后续市场开发能力、市场前景、公司是否具有核心竞争优势、期后合同签订情况及收入确认情况、盈利能力、偿债能力、营运能力、获取现金流能力等期后财务指标分析、结合期后财务数据的主要财务指标趋势分析、同行业主要竞争对手情况、现金获取能力分析等。

公司已在《公开转让说明书》第二节之“八 公司可持续经营能力分析”中



---

补充披露公司的可持续经营能力分析情况如下：

### （一）公司主营业务盈利的可持续性

公司目前主要经营“培培乐”、“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“布鲁精灵”、“咸蛋超人”等多个知名品牌授权商品的销售，并根据市场需求变化自主研发授权品牌的新品类，报告期内销售收入持续增长。在保持上述授权品牌商品销售业务的同时，公司自主品牌“亲子企鹅”第一款产品也已基本完成研发试制工作，已接到订单。此外，公司在促进销售规模保持增长的同时开始适当控制线上运营费等销售费用的开支，以改善公司的盈利状况。公司2016年1-6月未经审计的收入约为2,071万元，净利润约为11万元，表明公司在报告期后3-6月已扭亏为盈。公司自主品牌亲子企鹅第一款产品已获得订单，预计8月底9月初将逐步实现收入，结合目前业务开展情况，保守预计公司2016年营业收入将超过5,000万元，扣除非经常性损益后的净利润将超过100万元。因此，公司主营业务盈利可以持续。

### （二）研发能力

公司成立了电商业务配套的系统研发部门，包括电商开发组及网络安全组两个小组；电商开发组主要负责公司官网及网上商城的搭建工作，并于2016年4月形成了网上商场开发的软件成果，已向国家版权局注册申请7项软件著作权。网络安全组负责公司网络安全、维护及升级工作。系统研发部由资深研发人员带领，支撑起公司的核心信息系统。公司信息系统不断的创新和升级，带来了公司各部门的工作效率快速提高，为公司的快速稳步发展做出了突出贡献。

公司研发部已先后研发了公司电商管理系统、商户精准订单管理系统、订单维护系统、商户售后及时反馈信息服务系统和商户后台管理系统，集成接入了天猫、淘宝、京东、一号店、当当网和苏宁易购等众多知名电商平台，为公司多渠道的发展铺下了信息高速公路。B2C中的web、wap和APP站点，让公司的发展具备更大的发展空间和延展性。

### （三）行业空间与市场前景

电子商务近年来发展较快且受到政府支持，行业空间和市场前景广阔。2012

---

年商务部发布《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》，促进网络购物、电话购物、手机购物、电视购物、自动售货机等无店铺销售业态规范发展。鼓励大型零售企业开办网上商城，重点支持以中小零售企业为服务对象的第三方平台建设，推动建设行业电子商务平台，促进线上交易与线下交易融合互动、虚拟市场与实体市场协调发展。

全面二胎政策放开带来人口红利，母婴市场规模将激增，从国家政策来看，由于人口倒三角结构和老龄化、青壮年劳动力短缺等一系列问题日益显现。为了进一步解决人口老龄化、青壮年劳动力短缺的问题，2016 年全面实施二胎政策。全面二胎政策的放开每年将新增 300-500 万新生儿，给市场带来 900-1,500 亿元的消费红利。人口规模的激增，将迎来母婴行业的黄金发展期，未来 5 年是母婴行业爆发式增长的五年。

#### （四） 市场开发能力

公司通过与第三方电子商务平台合作，能享有行业内大量的客户资源，从而快速提升公司知名度，增加客户数量，再通过自营电商平台和发展自有品牌增加顾客粘性，提升品牌认可度，使公司未来的利润空间存在进一步增加的可能性。随着公司进一步发展和经营规模的逐步扩大，公司不仅将逐渐降低运营成本，对上游供应商的议价能力也将逐步增强，可能扩大采售价差，从而使公司未来利润率得到进一步提升。

同时，公司于 2016 年 7 月成立了新媒体事业部，主要从事新媒体如微信、微博等自媒体平台运营与推广，可为公司新老客户提供更快捷的服务，形成良好的品牌传播效应，达到会员二次营销的目的，从而进一步降低公司的网络推广成本，利用新媒体自身优势，可更好的结合品牌宣传与销售结合，形成新的业务方向布局。

#### （五） 公司的核心竞争优势

在产品开发方面，公司加强产品自主设计，以打造亲子产品一流品牌为发展目标，向儿童智能玩具、VR 可穿戴设备方向进行延伸，丰富公司的产品线。

在运营方面，公司核心管理团队具有多年电子商务和早教行业从业经历，能及时掌握市场动态、分析市场需求，根据公司的发展策略，制定品牌及产品的

运营计划，快速地提升品牌市场占有率。

公司注重产品的质量与性能，侧重于品牌的建设与运营，不直接进行玩具的生产。与传统玩具生产销售企业相比，公司利用线上销售渠道快速发展客户并建立品牌优势，积极进行市场调研分析，在线上购物体验、售后服务、客户响应速度上具有明显优势，有效地提高了市场竞争力与品牌影响力。

#### (六) 期后合同签订情况及收入确认情况

报告期后至本说明书签署之日，公司已签订的主要销售合同如下：

序号	合同号	销售方	客户	金额	签订时间	合同标的	履行情况
1	20160528	卡梵亚	成客网络	617,600.00	2016.5.28	亲子企鹅-智能积木玩具	正在履行
2	20160616	亲子企鹅		225,000.00	2016.6.16	亲子企鹅-智能积木玩具	正在履行
3	20160523	卡梵亚	宝蓝玩具	661,900.00	2016.05.23	亲子企鹅-智能积木玩具	正在履行
4	20160513	卡梵亚		1,082,100.00	2016.05.13	布鲁精灵-母婴用品及益智玩具	履行完毕
5	PPL2016-BL0531	亲子企鹅		490,299.40	2016.06.20	咸蛋超人-水杯	履行完毕
5	PPL2016-BL0502	培培乐		306,950.00	2016.05.30	元气拯救队-益智玩具	履行完毕
6	PPL2016-BL0501	培培乐		297,810.23	2016.05.23	元气拯救队-益智玩具	履行完毕
7	20160613	亲子企鹅		223,400.00	2016.6.13	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	正在履行
8	PPL2016XA-04185	培培乐	乐宜晟	106,209.15	2016.04.18	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	履行完毕
9	PPL2016XA-04152	培培乐		108,370.24	2016.04.15	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	履行完毕

10	PPL2016XA-04216	培培乐		321,870.35	2016.04.21	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	履行完毕
11	PPL2016XA-04188	培培乐		185,122.04	2016.04.18	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	履行完毕
12	PPL2016XA-05036	培培乐		158,632.21	2016.05.13	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	履行完毕
13	PPL2016-LYS0701	培培乐		142,852.32	2016.07.01	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	履行完毕
14	PPL2016-LYS0704	培培乐		309,130.97	2016.07.04	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	履行完毕
15	PPL2016-LYS0712	培培乐		349,586.71	2016.07.12	培培乐-益智玩具及凯蒂猫-学习文具	履行完毕
16	LYS20160619	亲子企鵝		1,517,886.00	2016.06.19	培培乐、元气拯救队益智玩具	履行完毕
17	20160515	卡梵亚	琪希经贸	154,711.00	2016.05.15	培培乐-益智玩具	履行完毕
18	QX20160617	亲子企鵝		352,500.00	2016.06.16	培培乐品牌益智玩具	正在履行
19	PPL2016XA-02001	培培乐	速博伟业	111,094.80	2016.03.11	培培乐品牌益智玩具	履行完毕
20	BJSB20160614	亲子企鵝		1,026,250.00	2016.06.14	亲子企鵝-智能积木玩具	正在履行
21	20160520	卡梵亚		780,964.00	2016.05.20	元气拯救队-益智玩具	履行完毕
22	WHY20160615	亲子企鵝	伟宏源	1,117,500.00	2016.06.15	亲子企鵝-智能积木玩具	正在履行
23	PPL2016-WHY0715	培培乐		108,802.50	2016.07.15	凯蒂猫-学习文具	履行完毕

报告期后，公司2016年3-6月实现收入14,748,835.68元（未经审计）。

## （七）公司期后财务状况分析

### 1、盈利能力

2016年3-6月，公司不断推出具有竞争力的新品以扩大销售，营业收入呈现快速增长趋势。同时公司适当控制了线上运营费等销售费用的开支，公司盈利状况得到了改善。公司2016年1-6月未经审计的收入为2,071万元，净利润约为11万元，公司报告期后3-6月已扭亏为盈。

## 2、偿债能力

项目	2016年1-6月 (未经审计)	2016年1-2月	2015年度
流动比率(倍)	4.16	4.69	3.49
速动比率(倍)	2.96	3.57	2.67
资产负债率(母公司)(%)	16.43	9.50	9.60

报告期后，公司仍然保持了较好的偿债能力，流动比率和速动比率都较高，资产负债率虽然较年初有所上升，但仍然保持在较低的水平，报告期后公司的偿债能力较强。

## 3、营运能力

项目	2016年1-6月 (未经审计)	2016年1-2月	2015年度
应收账款周转率	5.56	7.25	14.82
存货周转率	7.82	3.96	7.08

报告期后，公司应收账款周转率有所下降，主要是五、六月由于六一儿童节的因素，线下销售的客户订单增多，公司向宝蓝玩具、乐宜晟销售的产品，在五六月实现了较多的收入，但根据公司给予其的信用账期，相关款项六月底之前尚未回款，因此公司六月末应收账款余额增加较多。此外，计算2015年应收账款指标时，其年初应收账款余额很低，因此2015年的应收账款周转率指标较高，两相比较，导致2016年1-6月应收账款周转率指标有所下降，但公司的应收账款周转速度仍然较快。报告期后公司的存货周转率指标保持稳定，周转较快。

## 4、获取现金流的能力

项目	2016年1-6月 (未经审计)	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	-7,591,063.26	-10,496,527.64	7,173,888.15
投资活动产生的现金流量净额	7,571,374.48	-6,054,306.10	-6,498,178.55

筹资活动产生的现金流量净额	11,199.82	19,471,800.00	94,000.00
---------------	-----------	---------------	-----------

2016年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额为-759.10万元，主要是由于六月公司向汕头宝蓝玩具有限公司、广州市乐宜晟贸易有限公司分别销售了262.93万元、151.79万元产品，但按照公司给予其的信用账期，相关款项在六月底之前尚未回款。此外，公司研发自主品牌亲子企鹅产品的开发支出发生在2016年1-6月，但该产品在2016年6月底尚未获取现金流。公司的投资活动现金流入主要是银行理财产品到期收回所产生。下半年随着公司之前大额销售的现金回流和亲子企鹅产品的销售实现，公司的现金流将得到改善。

#### (八) 结合期后财务数据的主要财务指标趋势分析

如前文所述，报告期后，公司偿债能力、营运能力、获取现金流能力均相对较好。公司盈利能力也得逐步改善，2016年上半年已实现了扭亏为盈，公司谨慎预计2016年将实现收入超过5,000万元，实现净利润超过100万元。

#### (九) 同行业主要竞争对手情况

公司同行业竞争对手主要是从事电子商务、销售母婴用品的公司，其主要情况如下：

公司	商业模式	主要优势	主要劣势
贝恩施 (836818)	提供包括母婴、汽车、办公用品等商品的互联网零售服务。打造自主婴童用品品牌，通过B2B及B2C电子商务模式进行产品的线上销售。	公司侧重于品牌运营及产品的设计，将产品生产委托外部厂商进行，与传统玩具生产企业相比，降低了存货积压的风险。	销售渠道过于集中，对销售渠道的依赖性较大。
速普电商 (836998)	公司主要为0到6岁的宝宝和妈妈提供一站式购物服务包括网上商超、限时特卖、单品秒杀等形式；同时，公司也为用户提供线下母婴服务。	公司产品的核心技术皆以自主研发方式获得。	公司在研发、销售、服务的运营成本较高，近2年持续亏损。
奥斯马特 (831806)	公司以电子商务平台自主开发为基础，大力发展互联网零售业务。公司的主营业务收入主要来自于B2C、B2B线上销售及、	公司从事电子商务活动及在线直销业务超过10年，积累了较丰富的行业服务经验及产品运营经验和平台开发技术。	公司在经营发展中存在一定的运营资金不足的劣势，限制了储备项目无法顺利运行转化为收益。

### (3) 主办券商对公司的可持续经营能力的核查情况

#### A、核查方法

通过查阅公司报告期内及报告期后的财务报表、收入成本明细表、采购销售及研发合同、访谈公司管理层，查阅行业政策法规及行业数据统计资料，以及同行业公众公司公开披露资料，了解并分析公司在报告期内扣非后持续亏损的原因，了解并调查公司针对持续经营亏损采取的具体措施，了解公司产品的市场认可度，深入了解公司的行业前景，了解并分析公司在报告期后至申报期间的经营状况。

#### B 核查过程及结论

报告期内公司营业收入增长快速而扣非后持续亏损，一方面是由于公司成立时间不长，为拓展市场花费了大量销售费用，公司 2014 年、2015 年、2016 年 1-2 月销售费用占营业收入的比例分别是 40.32%、25.98%、32.22%，另一方面是公司为了增强授权产品的竞争力，适应市场需求开发新的品类，研发开支也比较大，研发人员的工资支出均计入了报告期损益。为应对盈利不佳的局面，公司在做强被授权品牌的同时，也在加紧研发并推广自主品牌，并搭建自主官网平台以依托现有客户资源开展二次营销，增加收入来源，降低营销费用。公司报告期末以来，盈利情况有所改善，根据公司 2016 年上半年度财务报表（未经审计），公司合并报表口径 2016 年 1 至 6 月实现收入约 2071 万元，实现净利润约 11 万元。

综上，主办券商认为，公司具备可持续经营的能力。

#### (4) 请主办券商说明推荐理由

主办券商已在《推荐报告》更新了推荐理由如下：

亲子企鹅由有限公司整体变更而来，依法设立并存续满两年；公司目前主要从事益智玩具、母婴用品、学习文具的销售，在继续做强授权品牌的同时开拓自有品牌的销售，公司主营业务明确，虽然报告期内公司扣除非经常性损益后净利润持续为负，但公司已拥有一定的市场竞争力，且盈利能力开始改善，具有持续经营能力；公司建立了“三会一层”的公司治理制度，完善了关联交易、对外担保、重大投资等内部控制制度，因此治理机制健全；公司合法规范经营，最近 24 个月未受到过政府部门的行政处罚或刑事处罚；公司股权明晰，历次股票发行和转让行为合法合规；公司已与主办券商签订《推荐挂牌并持续

督导协议》。公司有较强的在股转系统挂牌的意愿。公司希望通过在股转系统挂牌进一步提升公司品牌形象，拓宽融资渠道，获得快速发展的有利条件，并希望通过股转系统挂牌实现后续融资、并购的需求。

综上，主办券商认为公司符合《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 2.1 条规定的挂牌要求，且挂牌与股转系统设立的原则相符，因此同意推荐亲子企鹅在股转系统挂牌。

4、关于现金流量表，请主办券商及会计师补充核查并发表意见：报告期各期所有大额现金流量变动项目的内容、发生额、是否与实际业务的发生相符，是否与相关科目的会计核算勾稽，特别是“销售商品、提供劳务收到的现金”、“购买商品、接受劳务支付的现金”、“收到的其他与经营活动有关的现金”、“支付的其他与经营活动有关的现金”、“收到的其他与筹资活动有关的现金”、“支付的其他与筹资活动有关的现金”、“构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”等。

**【回复】：**

#### （1）核查方法

通过查阅公司现金流量表的编制底稿、与会计师进行沟通，复核了现金流量表各项目与相关会计科目的勾稽关系。

#### （2）核查过程及结论

经核查，报告期各期所有大额现金流量变动项目的内容、发生额与实际业务的发生相符，与相关科目的会计相勾稽，具体如下：

（一）“销售商品、提供劳务收到的现金”与实际发生的业务相符，与相关会计科目的勾稽关系如下：

项 目	2016 年 1-2 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	5,960,975.83	37,412,432.98	5,851,248.68
应交税费-销项税	1,337,512.22	7,419,734.87	932,397.82
应收账款的减少（增加以“-”列示）	175,901.01	-4,999,230.59	-24,000.00
预收账款的增加	231,647.91	53,870.30	164,938.05
其他应收款电商平台代收货款的减少（增加以“-”	546,030.23	-1,270,496.12	-854,817.12



列示)			
销售商品、提供劳务收到的现金	8,252,067.20	38,616,311.44	6,069,767.43

(二) “购买商品、接受劳务支付的现金”与实际发生的业务相符,与相关会计科目的勾稽关系如下:

项 目	2016年1-2月	2015年度	2014年度
主营业务成本	4,093,175.20	24,221,778.15	3,790,915.08
进项税	650,343.17	7,048,754.91	166,153.05
存货的增加	-1,108,964.00	6,680,360.48	65,158.02
应付账款的减少 (增加以“-”列示)	1,743,283.89	-2,099,367.94	-2,934,255.34
应付账款调整	962,500.00	-169,425.99	----
预付账款的增加	577,181.99	573,544.33	25,820.00
预付账款调整	79,000.00	-79,000.00	----
购买商品、接受劳务支付的现金	6,996,520.25	36,176,643.94	1,113,790.81

(三) “收到的其他与经营活动有关的现金”与实际发生的业务相符,与相关会计科目的勾稽关系如下:

项 目	2016年1-2月	2015年度	2014年度
代运营支付宝往来	2,037,045.31	4,968,941.69	10,761,724.61
其他	397,038.55	309,763.36	125,708.32
收到的其他与经营活动有关的现金	2,434,083.86	5,278,705.05	10,887,432.93

(四) “支付的其他与经营活动有关的现金”与实际发生的业务相符,与相关会计科目的勾稽关系如下:

项 目	2016年1-2月	2015年度	2014年度
代运营支付宝往来	1,944,923.03	5,366,021.94	5,689,681.04
付现的销售费用	1,274,491.85	7,549,976.88	1,478,436.18

付现的管理费用	228,482.73	496,611.02	840,354.10
其他	714,300.07	942,451.06	125,823.65
<b>支付的其他与经营活动有关的现金</b>	<b>4,162,197.68</b>	<b>14,355,060.90</b>	<b>8,134,294.97</b>

(五) “收到的其他与筹资活动有关的现金”与实际发生的业务相符,与相关会计科目的勾稽关系如下:

项 目	2016年1-2月	2015年度	2014年度
向关联方拆借	11,199.82	-	1,000.00
<b>收到的其他与筹资活动有关的现金</b>	<b>11,199.82</b>	<b>-</b>	<b>1,000.00</b>

(六) “支付的其他与筹资活动有关的现金”与实际发生的业务相符,与相关会计科目的勾稽关系如下:

项 目	2016年1-2月	2015年度	2014年度
购买子公司少数股东股权支付款项	-	400,000.00	-
归还对关联方的拆借	-	-	1,000.00
<b>支付的其他与筹资活动有关的现金</b>	<b>-</b>	<b>400,000.00</b>	<b>1,000.00</b>

(七) “构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”与实际发生的业务相符,与相关会计科目的勾稽关系如下:

项 目	2016年1-2月	2015年度	2014年度
固定资产增加	-	538,366.22	9,819.51
累计折旧调整	-	9,262.50	-
长期待摊费用摊销	-	807,000.00	-
应交税费进项税	-	43,428.16	-

其他应付款应付长期资产 购置款增加	350,000.00	-350,000.00	-
预付长期资产购置款增加	-	79,000.00	-
构建固定资产、无形资产和 其他长期资产支付的现金	350,000.00	1,127,056.88	9,819.51

5、关于历史沿革。请公司补充披露股权历次变动资金来源、价款支付情况、是否存在股权代持（包括持股平台）及潜在纠纷。请主办券商及律师核查并发表意见。

**【回复】：**

**（1）公司说明**

公司自设立以来，有限公司阶段发生过6次增资、2次股权转让，整体变更为股份公司后未发生股权变动。具体内容详见下文“（2）补充披露情况”。

公司历次股权变更资金来源均为股东自有资金，相关股权变动价款均已支付完成，不存在股权代持情形及潜在纠纷。具体内容见下文“（3）主办券商核查情况”。

**（2）补充披露情况**

公司已在《公开转让说明书》之“第一节基本情况”之“三、公司股权结构和主要股东情况”之“（四）、公司股本的形成及变化情况”中补充披露如下：

**（四）公司股本的形成及变化情况**

……。

**10、公司历次股权变动资金来源及价款支付情况**

经查阅公司历次股权发生变化的股东（大）会决议、股权转让协议、增资协议、交款凭证、验资报告等相关必要程序及文件，并经访谈，公司历次股权变动资金来源均为相关股东自有资金，相关股权变动价款均已支付完成，不存在股权代持情形及潜在纠纷。

**（3）主办券商核查情况**

**A、核查方法**

调阅了公司历次出资的工商备案资料；查验了公司历次股权发生变化的股东（大）会决议、股权转让协议、增资协议、交款凭证、验资报告等相关必要程序及文件；查询全国法院被执行人信息查询网站、中国裁判文书网站信息；对股东关于股份代持或委托持股、股权受限及潜在纠纷情况进行访谈并取得公司及全体股东关于股份权属的承诺函；查阅《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》、《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及相关问答。

## B、核查过程及结论

①经核查，公司自设立以来，有限公司阶段发生过6次增资、2次股权转让，整体变更为股份公司后未发生股权变动。项目组核查了公司设立、历次增资、股权转让相关资料，包括但不限于相关股权转让协议、增资协议、价款支付凭证、验资报告等，并对公司现有股东进行访谈。经核查，公司上述历次股权变动的资金来源均为相关股东自有资金，历次股权变动价款均已支付完成。具体如下：

序号	时间	股权变动情况	价款支付凭证	支付人	资金来源
1	2013.05.15	<b>公司设立：</b> 注册资本10万元，刘俊和颜坤分别认缴7万元和3万元。	有	刘俊、颜坤	自有资金
2	2013.07.10	<b>增资至300万元：</b> 刘俊和颜坤分别认缴203万元和87万元。	有	刘俊、颜坤	自有资金
3	2014.08.19	<b>增资至309.40万元：</b> 廖健认缴9.40万元。	有	廖健	自有资金
4	2015.03.31	<b>增资至325.68万元：</b> 黄建华以300万元认缴新增的16.28万元注册资本。	有	黄建华	自有资金
5	2015.04.22	<b>股东转让股权：</b> 刘俊所持公司部分股权(出资额8万元)以8万元转让予李念祖。	无	李念祖	自有资金
		<b>增资至362.86万元：</b> 新增的37.18万元注册资本分别由刘俊、颜坤、廖健、黄建华认缴22.45万元、10.27万元、2.60万元、1.86万元。	有	刘俊、颜坤、廖健、黄建华	自有资金
6	2015.04.29	<b>增资至400万元：</b> 廖健以350万元认缴公司新增注册资本20万元；林杏英以300万元认缴公司新增注册资本17.14万元。	有	廖健、林杏英	自有资金

7	2015.08.18	增资至 450 万元：黄建华以 300 万元认缴公司新增注册资本 15 万元；赫珈艺以 700 万元认缴公司新增注册资本 35 万元。	有	黄建华、赫珈艺	自有资金
8	2015.12.15	股东转让股权：李念祖所持公司股权(出资额 8 万元)以 8 万元转让予刘俊。	有	刘俊	自有资金

②根据公司提供的最新股权结构资料，并经项目组核查，截至本反馈意见回复出具之日，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	刘俊	2,324,500	51.66%
2	颜坤	1,002,700	22.28%
3	赫珈艺	350,000	7.78%
4	黄建华	331,400	7.36%
5	廖健	320,000	7.11%
6	林杏英	171,400	3.81%
合计		4,500,000	100.00

公司共有 6 名股东，均为境内自然人，公司的发起人或股东之间不存在其他关联关系，股权结构清晰，经查询全国法院被执行人信息查询网站、中国裁判文书网网站信息，未发现公司股东股权纠纷诉讼。

项目组对公司股东进行访谈并取得全体股东关于股份权属的承诺函：“本人所持有的股份公司的股份不存在质押、锁定、特别转让安排等权利受限情形，不存在股权纠纷或潜在股权纠纷，也不存在委托他人或接受他人委托持有股份公司股份的情形。”

综上，主办券商认为，公司股东不存在代持或委托持股情形，不存在股权潜在纠纷。

**6、请主办券商补充核查日后事项、或有事项及其他重要事项的披露是否真实、准确、完整，不存在应披露而未披露的情形。**

**【回复】：**

主办券商对照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试

行)》及《公开转让说明书内容与格式指引》对《公开转让说明书》进行复核后，经核查，《公开转让说明书》补充披露的公司日后事项、或有事项及其他重要事项如下：

(1) 公司在报告期后获得的软件著作权已补充披露于《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“三、(二) 主要无形资产”详情如下：

报告期后，公司共获得 8 项软件著作权，具体情况如下：

序号	名称	证书编号	首次发表时间	授权日	登记号	著作权人
1	商户精确订 单管理系统 V1.0	软著登字第 1370135 号	2015. 2. 25	2016. 7. 25	2016SR191518	亲子企鹅
2	商户订单维 护系统 V1.0	软著登字第 1369869 号	2015. 2. 9	2016. 7. 25	2016SR191252	亲子企鹅
3	电商管理系 统 V1.0	软著登字第 1370189 号	2015. 12. 30	2016. 7. 25	2016SR191572	亲子企鹅
4	电商全渠道 终端与数据 集成系统 V1.0	软著登字第 1370819 号	2015. 11. 4	2016. 7. 25	2016SR192202	亲子企鹅
5	X Cube APP 软件 V1.0	软著登字第 1370192 号	2016. 6. 6	2016. 7. 25	2016SR191575	亲子企鹅
6	商户售后及 时反馈信息 管理系统 V1.0	软著登字第 1371288 号	2015. 2. 17	2016. 7. 25	2016SR192671	亲子企鹅
7	商户后管理 系统 V1.0	软著登字第 1369878 号	2015. 2. 6	2016. 7. 25	2016SR191261	亲子企鹅
8	电商服务平 台软件 V1.0	软著登字第 1368098 号	2015. 11. 29	2016. 7. 21	2016SR189481	亲子企鹅

(2) 报告期内及期后至本回复出具日，对持续经营有重大影响的业务合同履行情况已补充披露于《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“四、(四) 重大业务合同”，详情如下：

#### (四) 重大业务合同

##### 1、采购合同

报告期内，公司签订的金额在 50 万元（含税）以上的采购合同情况如下：

序号	合同号	采购方	供应商	金额	签订时间	合同标的	履行情况
1	HT201512080005	培培乐	天衡 股份	4,315,581.29	2015.12.8	培培乐- 益智玩具	履行完毕
2	HT201512110007			2,138,738.50	2015.12.11	培培乐- 益智玩具	履行完毕
3	HT201511110012			6,451,928.00	2015.11.11	培培乐- 益智玩具	履行完毕
4	HT201511080011			816,864.79	2015.11.8	培培乐、 布鲁精灵 -益智玩具	履行完毕
5	HT201510050003			1,537,435.22	2015.10.05	培培乐- 益智玩具	履行完毕
6	HT201510110003			2,684,458.40	2015.10.11	培培乐- 益智玩具	履行完毕
7	HT201509050003			2,134,447.40	2015.9.5	培培乐- 益智玩具	履行完毕
8	HT201509010011			1,173,079.56	2015.9.1	培培乐- 益智玩具	履行完毕
9	KLD20151102042	卡梵亚	凯利达	649,308.26	2015.11.2	迪士尼- 儿童彩妆	履行完毕
10	KLD20151102041			650,376.50	2015.10.17	迪士尼- 儿童彩妆	履行完毕
11	MSD201505180001	培培乐	美仕达	1,890,616.41	2015.5.18	培培乐- 益智玩具及 凯蒂猫- 学习文具	履行完毕
12	MSD201507160001			4,450,179.20	2015.7.16	培培乐- 益智玩具及 凯蒂猫- 学习文具	履行完毕
13	MSD201508260001			841,778.47	2015.8.26	培培乐- 益智玩具及 凯蒂猫-	履行完毕

14	MSD201509190001			1,315,513.11	2015.9.19	学习文具 培培乐- 益智玩具及 凯蒂猫- 学习文具	履行完毕
15	MSD201512030001			2,456,672.00	2015.12.3	培培乐- 益智玩具及 凯蒂猫- 学习文具	履行完毕
16	MSD201411080001			1,125,468.99	2014.11.8	培培乐- 益智玩具及 凯蒂猫- 学习文具	履行完毕

公司主要是通过销售产品盈利，为尽可能降低库存，提升盈利水平，公司根据运营计划和销售情况合理制定采购计划，尽可能缩短采购周期。报告期末，公司没有未执行完毕的金额在 50 万元以上的采购合同。

报告期后，公司签订的金额在 50 万元（含税）以上的采购合同情况如下：

1	XY020160522001	亲子企鹅	星原	819,800.00	2016.05.22	元气拯救队- 益智玩具	履行完毕
2	XY020160510001	亲子企鹅		684,053.31	2016.05.10	元气拯救队- 益智玩具	履行完毕

## 2、销售合同

报告期初至本说明书署日，公司签订的金额在 100 万元（含）以上的销售合同及金额在 20 万元（含）以上的正在履行的销售合同情况如下：

序号	合同号	销售方	客户	金额	签订时间	合同标的	履行情况
1	20160528	卡梵亚	成客网络	617,600.00	2016.5.28	亲子企鹅- 智能积木玩具	正在履行
2	20160616	卡梵亚		225,000.00	2016.6.16	亲子企鹅- 智能积木玩具	正在履行
3	PPL2015XA-11250	培培乐	宝蓝玩具	1,929,986.4	2015.11.1	培培乐- 益智玩具	履行完毕
4	PPL2015XA-11903	培培乐		2,095,551.52	2015.12.21	培培乐- 益智玩具	履行完毕
5	PPL2016XA-01991	培培乐		2,086,954.46	2016.2.11	培培乐- 益智玩具	履行完毕
6	20160523	卡梵亚		661,900.00	2016.05.23	亲子企鹅-	正在履行



						智能积木玩具	
7	20160513	卡梵亚		1,082,100.00	2016.05.13	布鲁精灵 母婴用品及 益智玩具	正在履行
9	20160613	卡梵亚	乐宜晟	223,400.00	2016.6.13	培培乐- 益智玩具及 凯蒂猫- 学习文具	正在履行
10	LYS20160619	亲子 企鹅		1,517,886.00	2016.06.19	培培乐、 元气拯救队 益智玩具	正在履行
11	QX20160617	卡梵亚	琪希经贸	352,500.00	2016.06.16	培培乐品牌 益智玩具	正在履行
12	BJSB20160614	卡梵亚	速博伟业	1,026,250.00	2016.06.14	亲子企鹅- 智能积木玩具	正在履行
13	PPL20151209032SR	培培乐	苏锐科技	2,129,681.00	2015.12.9	培培乐- 益智玩具及 迪士尼-彩妆	履行完毕
14	PPL2015XA-11901	培培乐		1,826,572.47	2015.12.1	培培乐- 益智玩具	履行完毕
15	PPL2016XA-01002	培培乐		1,127,631.36	2016.1.6	培培乐- 益智玩具	履行完毕
16	PPL2015XA-11241	培培乐	伟宏源	1,016,729.00	2015.10.28	培培乐- 益智玩具	履行完毕
17	20160520	卡梵亚		780,964.00	2016.05.20	元气拯救队- 益智玩具	正在履行
18	WHY20160615	卡梵亚		1,117,500.00	2016.06.15	亲子企鹅- 智能积木玩具	正在履行

(3) 在公开转让说明书之“第四节公司财务”之“十三、提请投资者关注的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”之“(四)其他重大事项”进行了补充披露，具体内容如下：

2016年7月28日，广州市培培乐玩具有限公司收到广州市海珠区人民法院寄送的民事起诉状，东莞市琦佳玩具有限公司作为原告，起诉广州市培培乐玩具有限公司、佛山美仕达玩具有限公司、东莞市高德玩具有限公司擅自生产、销售侵犯东莞市琦佳玩具有限公司“太空沙”注册商标专用权的商品，涉诉商品的品名为“培培乐3D太空沙SAND”。根据民事诉讼，原告东莞市琦佳玩具有限公司请求法院判决广州市培培乐玩具有限公司等被告停止侵害原告注册商

标专用权并赔偿其经济损失 50 万元。目前，公司正搜集相关证据准备应诉。

经主办券商核查，上述涉诉商品“培培乐 3D 太空沙 SAND”系广州市培培乐玩具有限公司委托佛山美仕达玩具有限公司加工生产，2015 年度、2016 年 1-6 月该商品销售收入分别为 1,459,621.39 元、1,152,408.09 元，分别占同期公司总收入的 3.92%、5.66%，占比较低。因此，该商品涉诉不会对公司持续经营能力造成重大影响，对公司本次挂牌不会产生实质性障碍。

同时，主办券商对公司销售的主要产品进行了全面核查，包括：培培乐彩泥系列产品、培培乐太空泥系列产品、培培乐磁力片百变提拉积木建构片磁性积木系列产品、迪士尼系列产品、咸蛋超人系列产品、卡卡熊系列产品、布鲁精灵系列产品、卡梵亚系列产品、HELLO KITTY 系列产品等，其中“卡梵亚”为公司自主品牌，“培培乐”、“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“布鲁精灵”、“咸蛋超人”等品牌公司均已取得了正版授权。综上，公司销售的主要产品因侵犯第三方知识产权而影响日常经营的潜在风险较小。

除上述补充披露事项外，《公开转让说明书》披露的公司日后事项、或有事项及其他重要事项真实、准确、完整，不存在应披露而未披露的情形，不存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

7、请公司披露：报告期初至申报审查期间，公司是否存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形，若存在，请说明资金占用情况，包括但不限于占用主体、发生的时间与次数、金额、决策程序的完备性、资金占用费的支付情况、是否违反相应承诺、规范情况。请主办券商、律师及会计师核查前述事项，并就公司是否符合挂牌条件发表明确意见。

**【回复】：**

**(1) 公司说明**

公司控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形，已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之《十二、关联方、关联方关系及关联交易》中补充披露如下：

报告期初至本说明书签署日，公司关联方资金占用发生情况如下：

## (1) 关联方向公司借款

### A、报告期内关联方向公司借款情况

关联方	2014 年初欠款 余额	2014 年度借款 金额	2014 年度还款 金额	2014 年末欠款金 额
刘俊	-	3,700,000.00	1,397,038.19	2,302,961.81
颜丁岩	-	4,260,000.00	3,246,557.90	1,013,442.10
颜坤	69,000.00	140,000.00	195,000.00	14,000.00
郭慧琴	-	1,200,150.00	1,200,000.00	150.00
沈显刚	-	-	-	-

(续表)

关联方	2014 年末欠 款金额	2015 年度借款 金额	2015 年度还款 金额	2015 年末欠款金 额
刘俊	2,302,961.81	14,865,500.00	17,168,461.81	-
颜丁岩	1,013,442.10	15,681,619.40	16,541,497.98	153,563.52
颜坤	14,000.00	1,701,000.00	1,715,000.00	-
郭慧琴	150.00	-	150.00	-
沈显刚	-	2,120,000.00	2,120,000.00	-
广东博雅专修学院	-	2,000,000.00	2,000,000.00	-

(续表)

关联方	2015 年末欠 款金额	2016 年 1-2 月 借款金额	2016 年 1-2 月 还款金额	2016 年 2 月末欠 款金额
颜丁岩	153,563.52	-	153,563.52	-
沈显刚	-	1,800,000.00	-	1,800,000.00

上述关联方的借款，未支付利息，发生当时公司也未履行决策程序，但在公司股改后已经公司第一届董事会第二次会议及公司 2016 年第一次临时股东大会确认。上述关联方借款发生于有限公司阶段，且均在报告期后股份公司成立前全部清理完毕。

### B、报告期末至本说明书签署日关联方向公司借款情况

报告期末，除沈显刚 2016 年初向公司所借 180 万元未归还外，其他关联方的借款均已归还公司。沈显刚的上述 180 万元欠款已于 2016 年 3 月 29 日归还给公司。自此之后至申报审查期间，公司不存在关联方占用公司资金的情况。为规范关联方资金占用，公司采取了一系列措施，包括但不限于制定关联交易制度、相关方出具承诺函等，具体内容详见本说明书第四节之“十二、(五) 关联交易决策权限、决策程序、减少和规范关联交易的具体安排”。

---

## (2) 主办券商核查

### A、核查方法

①查阅公司控股股东、实际控制人投资或控制的企业法人营业执照、公司章程，取得董事、监事、高级管理人员填写的《关联人信息统计表》，并通过企业信用信息公示系统进行查询，全面了解关联方；

②核查全部关联交易相关的协议、会议决议等文件，并执行询证程序，对相关方发出询证函，询证报告期各期末往来款余额和性质，询证函直接由会计师发出并收回；

③取得公司控股股东、实际控制人出具的《规范资金往来的承诺函》；

④获取报告期初至 2016 年 6 月末关联方往来科目发生额的凭证及银行对账单、进账单，并进行核对；执行期后回款测试，查阅期后回款的银行流水单，与账面关联方往来科目进行核对，以此核查应收关联方交易款项是否已收回，期后是否有关联方占款现象发生；

⑤查阅《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》及《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《总经理工作细则》、《董事、监事及高级管理人员自律守则》，并核查其执行情况。

### B、核查过程与结论

经核查，报告期初至报告期末，公司曾为控股股东、实际控制人及其关联方提供借款。报告期末，除沈显刚 2016 年初向公司所借 180 万元没有归还外，其他关联方借款已经全部清理。其中沈显刚的欠款 180 万元于 2016 年 3 月 29 日归还给公司。从此之后至申报审查期间，公司不存在关联方占用公司资金的情况。具体占用情况已在公开转让说明书第四节之《十二、关联方、关联方关系及关联交易》中进行披露。

上述借款发生在有限公司阶段，当时公司内控制度较为简单存在不规范之处，公司未就上述关联方资金往来的决策程序作出明确规定，也未制定相关制度防范关联方资金占用，上述拆借未支付利息等资金占用费。2016 年 3 月 31 日之前，上述关联方资金拆借已全部清理并归还完毕。

公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联

---

交易管理制度》等公司治理制度，相关文件对关联交易规定了严格的决策、控制和监督程序，同时建立健全了资金占用防范和责任追究机制，在机构设置、职权分配和业务流程等各个方面均能有效监督和制约，能有效防范了控股股东及其他关联方违规资金占用的发生。

为杜绝关联方资金占用的情形，维护公司利益，公司控股股东、实际控制人刘俊出具了《规范资金往来的承诺函》，具体内容如下：

“本人不利用与公司之间的关联关系直接或间接通过本人控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用公司及控股子公司的资金或资产。若本人违反该承诺给公司及其控股子公司造成任何损失的，本人将依法赔偿公司及其控股子公司损失。”

综上，主办券商认为，报告期初至 2016 年 3 月 31 日之间，公司存在关联方资金占用情形，但均在申请挂牌前予以归还或规范；公司已建立起完善的资金管理、关联交易等内控制度，避免未来可能发生的关联方资金占用情形，且严格执行，公司当前的内部控制健全、规范、有效，符合在全国中小企业股份转让系统挂牌的条件。

8、关于股东的基金备案情况。请主办券商及律师核查公司股权架构中直接和间接股东是否属于私募投资基金管理人或私募投资基金，是否按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行登记备案程序，并请分别在《推荐报告》、《法律意见书》中说明核查对象、核查方式、核查结果；尚未按照前述规定履行备案程序的，请说明有无履行备案程序的计划和安排。

**【回复】：**

**(1) 核查方法**

为核查公司股东是否存在私募股权投资基金及是否依法备案，主办券商通过全国企业信用信息公示系统查询公司、全体股东的基本情况，查阅公司、全体股东的工商资料等材料，核查了公司及相关股东的股权结构；登陆中国证券投资基金业协会官方网站网上核查，并逐条核对《证券投资基金法》、《私募投资基金监

督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律、法规以及规范性文件，核实公司的股东是否存在私募股权投资基金。

## （2）核查过程及结论

截至目前，公司的股权结构为：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	刘俊	2,324,500	51.66%
2	颜坤	1,002,700	22.28%
3	赫珈艺	350,000	7.78%
4	黄建华	331,400	7.36%
5	廖健	320,000	7.11%
6	林杏英	171,400	3.81%
合计		4,500,000	100.00

经主办券商核查后认为，公司股东共 6 名，均为自然人股东。因此，公司股东不存在非公开募集资金且资产由基金管理人或普通合伙人管理的情形，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律、法规及规范性文件规定的私募投资基金。公司股东中不存在私募股权投资基金，不存在需要根据《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律、法规、规范性文件的规定进行登记备案的情形。

9、关于业务资质。请主办券商、律师核查以下事项并发表明确意见：（1）公司业务开展涉及的行业监管等法律法规情况；（2）公司日常业务开展是否符合国家产业政策要求；（3）公司业务开展是否需取得主管部门审批；（4）公司业务开展是否取得相应的资质、许可或特许经营权等；（5）公司是否存在超越资质、范围经营的情况；（6）公司所取得的资质、许可或特许经营权等是否存在无法续期的风险。

### 【回复】：

#### （1）核查方法

主办券商项目组查阅了公司业务涉及的相关法律法规，包括电子商务类及玩具类；复核了公司取得的工商、税务、质监、社保及公积金等主管部门关于公司

报告期内合法合规经营的证明文件；访谈了公司总经理。

## (2) 核查情况及结论

### A、公司业务开展涉及的行业监管等法律法规情况

公司的主要业务为：益智玩具、学习文具、母婴用品的线下销售和线上销售；此外，公司向客户提供电子商务代运营服务，即接受品牌企业的委托为其开展电子商务综合服务，包括：店铺运营、客户服务等。根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于批发和零售业（F）中的零售业（F52）；根据国家统计局颁发的《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2011），公司属于货摊、无店铺及其他零售业（F529）中的互联网销售（F5294）。根据股转系统发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司属于大类“F52 零售业”之中“F529 货摊、无店铺及其他零售业”之小类“F5294 互联网零售”；根据股转系统发布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“1314 零售业”分类下“131411 互联网与售货”之“13141111 互联网零售”。

因此，电子商务行业的监管体制和法律法规适用于公司，同时玩具行业相关法律法规对公司发展前景存在一定的影响作用。公司开展业务所涉及的行业监管法律法规如下：

出台时间	文件名称	颁布部门	相关内容
2007 年 12 月	《商务部关于促进电子商务规范发展的意见》	商务部	强调规范电子商务信息传播、电子商务交易、电子支付、电子商务商品配送等行为，以优化网络交易环境、促进网络市场和谐有序、保障资金流动安全、健全物流支撑体系、促进电子商务规范发展。
2015 年 7 月	《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	国务院	强调巩固和增强我国电子商务发展领先优势，大力发展农村电商、行业电商和跨境电商，进一步扩大电子商务发展空间。
2015 年 5 月	《商务部办公厅关于印发“互联网+流通”行动计划的通知》	商务部	鼓励电子商务企业“走出去”建立海外营销渠道，创立自有品牌，多渠道、多方式建立海外仓储设施等，提升电商企业全球化经营能力。

出台时间	文件名称	颁布部门	相关内容
2015年4月	《商务部办公厅关于印发〈2015年电子商务工作要点〉的通知》	商务部	强调推动跨境电子商务健康发展。
2015年5月	《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	国务院	大力发展电子商务行业。
2015年2月	《国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》	国务院	巩固和提升纺织、服装、箱包、鞋帽、玩具、家具、塑料制品等劳动密集型产品在全球的主导地位。
2013年11月	《国务院关于印发全国资源型城市可持续发展规划(2013-2020年)的通知》	国务院	引导劳动力和原材料成本优势明显的城市发展纺织、服装、玩具、家电等消费品工业。加大技术改造投入，提高劳动密集型产品附加值

## B、公司日常业务开展是否符合国家产业政策要求

电子商务行业是作为我国快速发展的行业，政府和行业主管部门对行业的发展十分重视，为了提高我国电子商务行业的发展水平，促进电子商务企业的发展壮大，国家和有关部门持续地制定了许多相应的产业政策和措施支持电子商务行业的发展。具体如下：

①商务部于 2007 年 12 月 17 日发布《商务部关于促进电子商务规范发展的意见》，强调规范电子商务信息传播、子商务交易、电子支付、电子商务商品配送等行为，以优化网络交易环境、促进网络市场和谐有序、保障资金流动安全、健全物流支撑体系，促进电子商务规范发展。

②国务院于 2015 年 7 月 1 日发布的《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，强调巩固和增强我国电子商务发展领先优势，大力发展农村电商、行业电商和跨境电商，进一步扩大电子商务发展空间。电子商务与其他产业的融合不断深化，网络化生产、流通、消费更加普及，标准规范、公共服务等支撑环境基本完善。

③商务部于 2015 年 5 月 13 日发布的《商务部办公厅关于印发“互联网+流通”行动计划的通知》，指出“继续推动电子商务进农村综合示范，支持县域电子商务发展，打造一批农村电子商务示范县，总结经验做法并向全国推广。全



---

面推广农村商务信息服务工作，推进农产品网上购销常态化对接。支持农产品品牌建设和农村电子商务服务业发展，支持电子商务企业开展面向农村地区的电子商务综合服务平台、网络及渠道建设……鼓励电子商务企业“走出去”建立海外营销渠道，创立自有品牌，多渠道、多方式建立海外仓储设施等，提升电商企业全球化经营能力”。

④商务部于 2015 年 4 月 3 日发布的《商务部办公厅关于印发的通知》，强调推动跨境电子商务健康发展。加快建立健全适应跨境电子商务的监管服务体系，提高各环节便利化水平。支持企业运用跨境电子商务开拓国际市场，推动建立电商企业“走出去”的境外支撑服务体系，引导跨境电子商务产业集群综合发展，培育一批互联网时代中国企业抢占国际市场的“航空母舰”和“排头兵”。加强知识产权及消费者权益保护，促进跨境电子商务规范发展。

⑤国务院于 2015 年 2 月 12 日发布的《国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》，指出“加强对重点行业出口的分类指导。继续巩固和提升纺织、服装、箱包、鞋帽、玩具、家具、塑料制品等劳动密集型产品在全球的主导地位”。

⑥国务院于 2013 年 11 月 12 日发布的《国务院关于印发全国资源型城市可持续发展规划（2013-2020 年）的通知》，指出“引导劳动力和原材料成本优势明显的城市发展纺织、服装、玩具、家电等消费品工业。加大技术改造投入，提高劳动密集型产品附加值”。

综合以上论述，主办券商认为，公司主营业务属于上述范畴，公司日常各项业务开展符合国家产业政策要求。

### **C、公司业务开展是否需取得主管部门审批**

经查阅前述法律法规及国家产业政策文件，公司的主要从事授权商品的线上、线下销售业务，除需取得工商行政管理部门的审批外，无需取得其他主管部门的审批。

根据广州市海珠区工商行政管理局、广州市海珠区国家税务局、广州市海珠区地方税务局、广州市质量技术监督局出具的证明文件，公司业务的开展合法合

---

规。

综合以上论述，主办券商及律师认为，公司日常各项业务开展已经取得了主管部门的审批。

#### **D、公司业务开展是否取得相应的资质、许可或特许经营权等**

根据公司《营业执照》，公司的经营范围为：电子、通信与自动控制技术研究、开发；机器人系统技术服务；文艺创作服务；玩具设计服务；企业形象策划服务；市场营销策划服务；企业管理咨询服务；商品信息咨询服务；玩具批发；玩具零售；婴儿用品批发；婴儿用品零售。

经核查，公司的主要业务为：益智玩具、学习文具、母婴用品的线下销售和线上销售；此外，公司向客户提供电子商务代运营服务，即接受品牌企业的委托为其开展电子商务综合服务，包括：店铺运营、客户服务等。与其《营业执照》及相关资质证书载明的业务范围相一致。

根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于批发和零售业（F）中的零售业（F52）；根据国家统计局颁发的《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2011），公司属于货摊、无店铺及其他零售业（F529）中的互联网销售（F5294）。根据股转系统发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司属于大类“F52 零售业”之中“F529 货摊、无店铺及其他零售业”之小类“F5294 互联网零售”；根据股转系统发布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“1314 零售业”分类下“131411 互联网与售货”之“13141111 互联网零售”。

该行业对公司的业务经营没有特殊资质要求，故公司无需再另行取得其他主管部门审批或其他业务资质证书。

综合以上论述，主办券商认为，公司各项业务开展、产品研发、生产、销售已经取得相应的资质、许可等。

#### **E、公司是否存在超越资质、范围经营的情况**

对公司的业务经营，目前该行业并无特殊资质要求，公司也无需再另行取得其他主管部门审批或其他业务资质证书。

---

综合以上论述，主办券商认为，公司不存在超越资质、范围经营的情形。

#### **F、公司所取得的资质、许可或特许经营权等是否存在无法续期的风险**

经核查，公司自成立以来所取得的资质、许可均完成了续期。公司持有的相关资质证书，均通过合法程序申请取得，目前公司正常生产经营，未出现可能导致丧失上述资质许可所需条件的情形。

公司系由卡梵亚有限整体变更而来，设立前由卡梵亚有限名义持有或申请的相关权属证书或证明将由公司依法承继。在相关法律法规政策以及申请条件未发生重大变化的情况下，公司相关经营资质不存在可预见的无法续期的风险。

综合以上论述，主办券商认为，公司所取得的资质、许可或特许经营权等不存在无法续期的风险。

10、关于合同签订。请主办券商和律师核查公司签署的合同是否需要通过采购、招投标程序，对相关合同的签署是否合法合规、是否有效发表意见。若是，请公司补充披露：（1）请公司补充披露所投的标的来源、招标模式。（2）请公司补充披露报告期内通过招投标获得主要订单数量，金额及占当期销售收入比重。请主办券商及律师核查公司的销售渠道，就获得销售订单的合法合规性，是否对持续经营存在不利影响发表意见）。（3）请主办券商补充核查与上市公司信息披露一致性。

#### **【回复】:**

（1）请主办券商和律师核查公司签署的合同是否需要通过采购、招投标程序，对相关合同的签署是否合法合规、是否有效发表意见。

#### **A、核查方法**

主办券商项目组查阅了公司重大业务合同，包括采购合同、销售合同、借款合同、抵押合同等，访谈了公司总经理。

#### **B、核查情况及结论**

公司从事授权产品线上线下的销售业务，不属我国招投标法规定的必须招投标项目。公司报告期内不存在通过招投标获得主要订单情形。

---

公司的采购模式主要分为：订货点采购模式及直接采购模式。同时，公司制定了供应商管理办法，定期对所有供应商进行全方位的考核，优胜劣汰。

公司的销售模式分为 B2B 销售模式、B2C 销售模式及线下渠道销售。

**B2B 销售模式：**公司通过互联网渠道拓展经销商及代理商，将现有授权的品牌商品向互联网经销商及代理商进行产品的推介和推广活动。公司与互联网经销商及代理商签订长期合作的供货协议，互联网经销商及代理商根据自身平台销售需求向公司下达采购订单，公司结合库存及产品类别提供商品。

**B2C 销售模式：**公司依托在国内知名电商平台设立的旗舰店/专营店等自营门店进行线上销售。终端消费者通过搜索商品或者搜索店铺进入浏览商品、咨询服务，下达订单、拣货配送、确认收货等环节完成商品购买。公司运营部门对 B2C 模式中自营店进行日常的管理。

**线下渠道销售模式：**鉴于益智玩具的客户群体特点，线下渠道十分重要。公司一贯重视线下渠道，结合自身的实际情况，公司未采取开设直营店的方式，而是通过积极发展经销商和代理商，并将授权的品牌商品销售给线下经销商及代理商来实现线下销售。

综上，主办券商认为：公司在签订合同的过程中均是根据自身需求，结合市场产品优劣及价格特点，自主洽谈最终签订合同，未采用招投标程序，公司签订的合同均是在双方洽谈的基础上自愿签订的，合同真实有效，合同价格公允，内容真实有效、合法合规。

## **(2) 请主办券商补充核查与上市公司信息披露一致性。**

经主办券商核查，公司的客户中没有上市公司或非上市公众公司，公司的供应商中湖南天衡儿童用品股份有限公司为在新三板挂牌的公司。经检查天衡股份 2015 年度年报，天衡股份向公司的销售金额与公司向天衡股份的采购金额一致，与公司的往来科目余额一致。

综上，公司与公众公司已披露的信息一致。

**11、请公司重新梳理并补充披露：（1）请公司结合报告期实际从事业务、**

---

经济合同和客户情况，重新梳理并补充披露公司的主要业务、主要产品及其用途和相应业务具有的关键资源要素，并补充披露产品或服务的主要消费群体；(2) 详细披露公司产品或服务所使用的主要技术、技术含量（所应用的关键技术及所达到的技术指标）或服务质量，披露公司独特的、可持续的技术优势；(3) 补充披露体现公司主要核心技术运用的业务合同和案例。请主办券商核查并发表意见。

**【回复】:**

**(1) 公司披露**

A、请公司结合报告期实际从事业务、经济合同和客户情况，重新梳理并补充披露公司的主要业务、主要产品及其用途和相应业务具有的关键资源要素，并补充披露产品或服务的主要消费群体

a、公司主要业务

报告期内，公司主要从事品牌商授权商品的销售业务，授权商品涉及国内外多个知名品牌，如“培培乐”、“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“咸蛋超人”、“布鲁精灵”等，产品包括益智玩具、学习文具、母婴用品三大类别，销售渠道主要通过 B2B、B2C 电子商务模式开展互联网零售服务，同时兼顾线下通过批发商、商超客户开展传统销售服务。此外，公司利用丰富的电子商务运营管理经验，向拥有一定品牌认可度、但缺乏电商运营经验的客户提供代运营服务，即接受委托为其开展电子商务综合服务，包括：店铺运营、客户服务等。

b、经济合同情况

截止本回复出具日，对公司经营具有重大影响的合同详情请见本回复特殊问题 6。

c、客户情况

公司主要客户情况已披露于《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“四、(二) 公司主要客户情况”

d、报告期内，公司主要产品及其用途以及产品或服务的主要消费群体已补充披露于《公司转让说明书》“第二节 公司业务”之“一、公司主要业务、产品及服务”，详情如下：

**1、主要产品**

自成立以来，公司销售的主要产品包括益智玩具、学习文具、母婴用品三大类别，涵盖自主品牌“卡梵亚”及获得授权的“培培乐”、“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“布鲁精灵”、“威蛋超人”等多个知名品牌，产品形式多样、种类丰富。

公司销售的主要产品情况如下：

分类	品牌	产品系列	产品名称及图示	用途及功能特点	主要消费群体
益智玩具		培培乐彩泥系列	 梦幻大世界	产品包含 36 杯（共 12 色）彩泥及多种配套制作工具，玩法丰富，有助于提高儿童的思维创造能力，手、脑、眼的协调能力，辨识颜色的能力以及对精细化动作的培养。	适合 3-13 岁儿童使用。 适用于礼品和大众消费。
		培培乐太空泥系列	 海洋王国	产品以经典的童话故事、动画、动漫、现实场景为基础，通过所配物料、工具、道具、附件结合太空泥营造一个真实版 3D 立体主题话剧场景。	适合 3-9 岁儿童使用。 适用于礼品和大众消费。
		培培乐磁力片百变提拉积木建构片磁性积木系列	 百变提拉磁力片	产品采用新一代安全磁力片，由 ABS 塑胶材料、天然矿物石磁铁组成，具有磁性强，抗冲击，组合后不易脱落的特点，圆弧式设计避免伤害儿童 产品操作简单，变化多样，有助于提高孩子的动手能力、想象力和创造力，以及对颜色、形状和立体空间的认知。	适合 3-14 岁儿童使用。 适用于礼品和大众消费

	<p>迪士尼公主系列-儿童过家家玩具(包含公主、米妮、冰雪奇缘系列)</p>	 <p>华丽公主化妆车</p>	<p>产品由迪士尼正版授权, 经国内3C安全认证。</p> <p>产品采用水溶性无毒环保原料, 清洗方便, 不含防腐剂, 使用安全。满足了女孩们的公主梦, 正确引导儿童对美的追求。</p>	<p>适合 4-12 岁儿童使用。</p> <p>适合适用于礼品和大众消费。</p>
	<p>迪士尼冰雪奇缘系列娃娃</p>	 <p>艾莎公主娃娃</p>	<p>产品由迪士尼正版授权。</p> <p>产品采用仿真玻璃珠眼睛, 卡通造型娃娃脸, 冰雪奇缘动画电影同款可脱卸公主礼服, 做工精致。</p>	<p>适合 3 岁以上儿童使用。</p> <p>适用于礼品和大众消费。</p>
	<p>迪士尼米妮感应飞球系列</p>	 <p>红外线遥感飞球</p>	<p>产品由迪士尼正版授权, 经国内3C安全认证。</p> <p>产品采用 ABS 塑胶, 无辐射, 无毒害。桨叶具有碰撞保护程序, 确保儿童使用安全。</p>	<p>适合 3 岁以上儿童使用。</p> <p>适用于礼品和大众消费。</p>
	<p>经典超人系列</p>	 <p>经典超人系列</p>	<p>产品采用 ABS 塑胶,</p> <p>16 处关节可动, 可以任意摆出多变造型。</p>	<p>适合 4-12 岁儿童使用。</p> <p>适用于收藏、礼品和大众消费。</p>
	<p>咸蛋超人+游戏水机组系列</p>	 <p>咸蛋超人人偶</p>	<p>产品采用 ABS 塑胶、环保油漆, 安全无毒。</p> <p>人偶手臂关节可 360 度旋转。</p> <p>游戏主体由水、塑胶圈构成, 娱乐性强。</p>	<p>适合 3 岁以上儿童使用。</p> <p>适用于礼品和大众消费。</p>

学习 文具		<p>卡卡熊 音乐家 (爱心大 使、造梦 师)</p>	 <p>卡卡熊早教机</p>	<p>融合德国早教理念并配有专为儿童打造的音源系统;产品配色鲜艳,符合儿童视觉习惯;产品表面经类肤质处理,手感细腻舒适,健康环保材质,抗摔,不怕咬;无棱角设计加螺丝拆卸设计,安全无伤害;卡卡熊卡通形象具有亲和力。</p>	<p>适合 2 岁以上 儿童使用。 适用于礼品和 大众消费。</p>
		<p>卡卡熊 闪电侠</p>	 <p>卡卡熊早教机</p>	<p>融合德国早教理念并配有专为儿童打造的音源系统;产品配色鲜艳,符合儿童视觉习惯;产品表面经类肤质处理,手感细腻舒适,健康环保材质,抗摔,不怕咬;无棱角设计加螺丝拆卸设计,安全无伤害;卡卡熊卡通形象具有亲和力;4G 容量可扩展,自带 1200 个早教文件,是孩子的良师益友。</p>	<p>适合 2 岁以上 儿童使用。 适用于礼品和 大众消费。</p>
		<p>布鲁精灵 跳舞球</p>	 <p>布鲁精灵早教机</p>	<p>产品采用 ABS 塑胶,以环保丝印技术印刷,色彩鲜艳、不易脱离。 产品可配合灯光音乐进行多方位舞动。</p>	<p>适合 1-3 岁儿 童使用。 适用于礼品和 大众消费</p>
		<p>儿童书包</p>	 <p>儿童书包</p>	<p>双肩带 U 型设计,弹性缓冲垫,韧性佳,舒适透气,更符合人体工程学;四层拉链层大容量收纳,合理分类,书包不凌乱;高密度尼龙材质面料,精密防水。</p>	<p>适合 3 岁以上 儿童使用。 适用于礼品和 大众消费。</p>



		<p>HELLO KITTY 多功能手提画架</p>	 <p>HELLO KITTY 多功能手提画架</p>	<p>产品采用 ABS 塑胶安全环保。包装精美、收纳方便，培养儿童良好的生活习惯；两面式画板，提供充足绘画空间。</p>	<p>适合 3 岁以上儿童使用。 适用于礼品和大众消费。</p>
		<p>HELLO KITTY 趣味印章套装</p>	 <p>HELLO KITTY 趣味印章套装</p>	<p>产品印章样式丰富、色彩鲜艳，可以培养儿童创造性思维及对颜色的认知。</p>	<p>适合 3 岁以上儿童使用。 适用于礼品和大众消费。</p>
母婴用品		<p>布鲁精灵 不锈钢儿童保温杯系列</p>		<p>产品采用优质 304 不锈钢制作加工而成；配有可自由伸缩隐形吊带、安全防漏开关；杯盖可作为杯子使用。</p>	<p>适合 3 岁以上儿童使用。 适用于礼品和大众消费。</p>
		<p>布鲁精灵 湿纸巾系列</p>		<p>产品采用经多重渗透过滤的天然纯水，纯净无污染，使用安全。</p>	<p>适合儿童及成人实用。</p>
		<p>布鲁精灵 儿童凉席</p>		<p>产品采用再生纤维编制而成在保证舒适度的同时，又保证了产品结实耐用。 背面采用三明治中控纤维透气层；包边精致；圆角席边舒适美观；具有良好的透气散热功能。</p>	<p>适合儿童及成人使用。 适用于大众消费。</p>
	<p>迪士尼 儿童餐具</p>		<p>3D 卡通造型深受儿童喜爱，PP 材质手柄，防烫更安全。产品采用 304 食品食品级安全不锈钢，安全无毒，抗氧化抗腐蚀性强，长久耐用；椭圆汤勺打磨圆滑，儿童用餐更</p>	<p>适合 2 岁以上儿童使用。 适用于礼品和大众消费。</p>	

	咸蛋超人 不锈钢水 杯		舒适。  产品采用 304 食品级安全不锈钢， 安全无毒，轻便结实 耐用，保温性好。	适合 3 岁以上 儿童使用。 适用于礼品和 大众消费。
---	-------------------	---	---	--------------------------------------

## 2、代运营服务

报告期内，公司子公司聚启商贸依靠在电子商务运营方面积累的丰富经验，以“培培乐”、“明澄雅”等具有一定品牌知名度但缺乏电子商务运营经验的企业为主要客户，通过接受委托为其提供电子商务综合服务。

聚启商贸提供的代运营服务的内容包括行业数据分析、B2C 店铺运营、店铺策划与推广、产品图片拍摄、文案设计及编辑、售前咨询与接单等。

### e、公司主要业务相应具有的关键资源要素

公司拥有的关键资源要素已披露于《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“三、与业务相关的关键资源要素”。

B、详细披露公司产品或服务所使用的主要技术、技术含量（所应用的关键技术及所达到的技术指标）或服务质量，披露公司独特的、可持续的技术优势

公司的主要技术、服务质量已于《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“三、（一）主要技术”披露。

公司独特的、可持续的技术优势已补充披露于《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“三、（一）主要资源禀赋”，详情如下：

...

## 4、长期稳定的优质合作伙伴

公司取得了多个国内外知名玩具品牌的经销代理权，包括：“培培乐”、“迪士尼”、“HELLO KITTY”、“布鲁精灵”、“咸蛋超人”等，并与品牌商建立了稳定良好的合作关系，公司与“培培乐”的授权商美仕达及“HELLO KITTY”的授权商杰思玩具（美仕达之子公司）的授权书有效期至 2018 年底，与“迪士尼”的授权商凯利达的合作按年度续约，自 2014 年初从未间断。因此，公司具有比较丰富和稳定的产品供应资源。

## 5、不断创新的业务模式

---

公司在从事授权商品销售的同时，于 2015 年末开始着力打造自主品牌“亲子企鹅”，寻求不同于同行业公司较多依赖品牌授权商的经营模式，公司依托互联网技术，利用时下流行的社交网络营销手段（微信公众号，直播互动）、凭借管理团队丰富的电商运营经验和对母婴益智玩具行业的深刻认识，进化成为集高端产品研发、品牌运营、跨界整合于一体的母婴电商知名企业。

#### 6、良好的品牌形象

公司定位于高端母婴市场，通过专业技术人员对公司在各大电商平台建立的店面进行设计规划，及服务人员优质耐心的服务，力求为消费者创造良好的购物体验。公司获得授权进行销售的产品品牌多具备可爱的品牌形象，如“HELLO KITTY”、“迪士尼”等。不仅如此，公司借助授权品牌产品的销售积累的经验 and 影响力，全力打造自主品牌“亲子企鹅”。品牌标识以来自同一家庭的三只小企鹅为主体，构建了和谐美好的品牌形象，为顾客的感性认识及口碑传播创建了良好的基础。

#### C、补充披露体现公司主要核心技术运用的业务合同和案例。

公司主要核心技术运用的业务合同和案例详情参考特殊问题 13。

#### (2) 主办券商核查

##### A、核查方法

查阅公司产品资料；访谈公司管理人员及业务人员；收集整理行业资料。

##### B、核查情况及结论

报告期内，公司主要从事授权品牌商品的销售业务及代运营业务：产品品类齐全，覆盖面广；服务品质良好。公司创始团队在早教体系和电子商务运营方面积累了丰富的经验，有利于公司从事益智玩具、母婴用品的互联网销售。公司主要技术包括：完善的早教体系构建与用户分析能力、行业经验丰富的运营管理团队、长期稳定的优质合作伙伴、不断创新的业务模式、良好的品牌形象等。

综上，主办券商认为公司主营业务明确，具备一定技术优势。

12、请公司补充披露所属行业报告期市场容量的变化，列表披露公司及竞争对手在主要运用领域的市场排名及市场占有率；请公司结合自身的主要产品或服务，完整披露申请挂牌公司与国内主要同行业公司在市场份额、竞争排名、客户对象与运用领域、价格水平与定价能力等方面对比分析情况，说明公司集

是否具备比较优势和核心竞争能力。

【回复】:

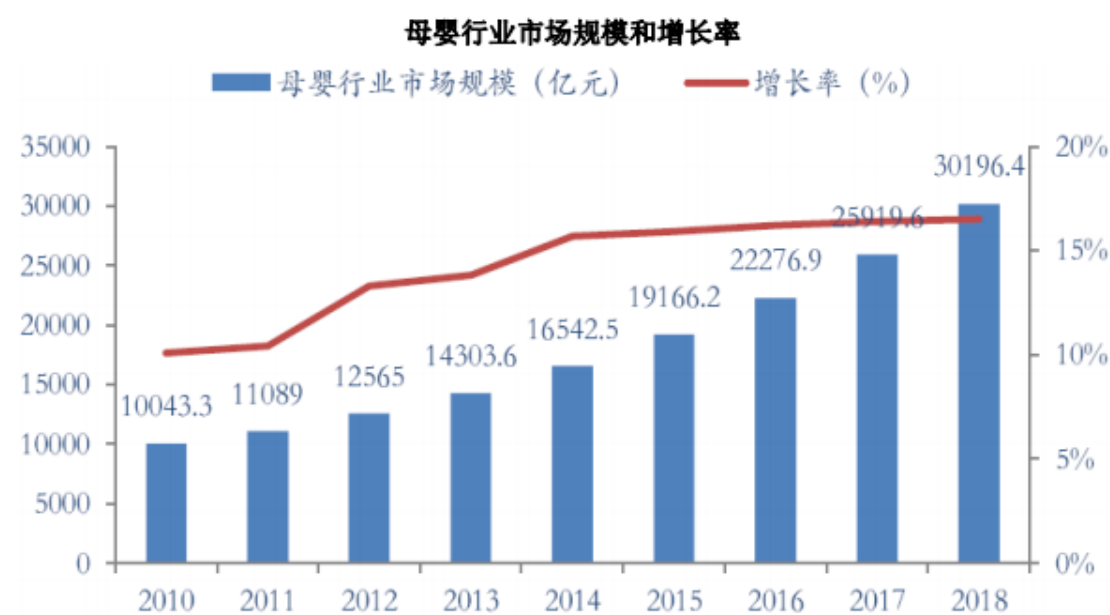
(1) 请公司补充披露所属行业报告期市场容量的变化，列表披露公司及竞争对手在主要运用领域的市场排名及市场占有率

公司所属行业报告期市场容量的变化已补充披露于《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“六、(三) 所处行业现状及发展趋势”，详情如下：

...

### (3) 母婴行业发展趋势

随着“第四次婴儿潮”的临近、“二胎政策”全面放开，人口红利进一步释放、居民可支配收入的增加以及消费结构的变化，母婴行业规模进入持续增长阶段。根据艾瑞咨询数据，2014 年国内母婴市场规模达到 1.65 万亿元，预计未来将持续增长，至 2018 年市场规模有望突破 3 万亿元。



数据来源：艾瑞咨询

伴随国内电子商务市场的快速发展，年轻父母对于基于 PC、手机等终端的新兴购物渠道的接触不断上升，这使他们在互联网和移动购物的花费持续增长。根据艾瑞咨询的相关数据显示，2015 年中国母婴用品线上渠道交易规模为 3,606 亿元，预计到 2018 年，交易规模可达 7,670 亿元。

中国母婴用品线上渗透率、交易规模及其增速



数据来源：艾瑞咨询

综上，公司所处行业容量不断上升，具有较大的发展空间。

通过查阅资料，收集行业数据，暂未发现有关母婴益智玩具行业细分的个体从业企业具体排名以及市场占有率分析的准确统计数据。

(2) 请公司结合自身的主要产品或服务，完整披露申请挂牌公司与国内主要同行业公司市场份额、竞争排名、客户对象与运用领域、价格水平与定价能力等方面对比分析情况，说明公司集是否具备比较优势和核心竞争能力。

公司与同行业公司对比分析已补充披露于《公开转让说明书》“第二节公司业务”之“七、(三) 公司在行业中的竞争地位和竞争优势”，详情如下：

指标	公司	贝恩施
市场份额	公司为拓展市场份额，线上销售渠道覆盖多个电商平台（如天猫、京东、唯品会、聚美优品、苏宁易购、当当网、1号店、阿里巴巴、淘宝等）；线下渠道覆盖连锁母婴商城、连锁商超、省市批发经销商；同时深耕微信自媒体等新兴营销平台；此外，为降低对第三方电商平台的过度依赖，公司正全力搭建自有线上销售平台	主要通过国内知名电商平台（京东、天猫、唯品会等）进行产品销售
竞争排名	公司获得授权品牌“培培乐”多次在各大电商平台销售活动排名中占据较好名次。	自有品牌“贝恩施”市场认可度较高，在电商平台销售活动中排名靠前
客户对象	产品销售主要针对0-14周岁的儿童；代运营服务用户为各品牌商	产品销售主要针对0-6岁儿童
运用领域	早教领域、益智玩具、智能玩具、动漫文化、智能机器人、智能家居等多个领域	主要涉及早教益智玩具、音乐电动玩具

价格水平	客单价集中在 100-1,000 元之间，覆盖较为全面，相较同行业平均水平具有明显优势。	单品价格在 10-500 元
定价能力	公司拥有自主品牌+授权品牌的综合优势：自主产品定价具有主动权；授权品牌在满足授权商要求的同时，公司具备一定的定价能力，公司可以根据电商平台的促销时间合理调整产品价格，促进产品销售	销售产品以自有品牌为主，具有较强的定价权

公司比较优势及核心竞争力详情参考特殊问题 11（2）。

13、请公司重新梳理并补充披露与“报告期内对持续经营有重大影响的业务合同履行情况”，包括但不限于采购、销售、借款等对公司日常经营、资产状况等有重大影响的合同；其中，采购、销售合同应包括披露标准、合同金额、交易主体、合同标的、履行情况等，框架协议或跨期履行的合同请披露报告期内已确认收入、成本的比例；采购、销售合同总额应与报告期内收入、成本等相匹配；若存在借款、担保合同，请公司结合正在履行的借款合同、质押合同、担保合同等及公司财务状况，补充分析并披露公司偿债能力、对持续经营的影响。

**【回复】：**

**（1）公司说明**

报告期内对持续经营有重大影响的业务合同履行情况已补充披露于《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“四、（四）重大业务合同”，详情请见本回复特殊问题 6。

公司不存在借款合同及担保合同，不存在对持续经营有重大影响的跨期合同。

14、请公司补充披露影响公司持续经营各项风险的应对措施。

**【回复】：**

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之《十八、管理层对公司风险因素自我评估》中补充披露如下：

**（八）报告期内公司亏损较大的风险**

公司 2016 年 1-2 月、2015 年度和 2014 年度净利润分别为-995,120.11 元、104,023.44 元和-870,182.81 元，扣除非经常性损益后的净利润分别为-993,058.81 元、-22,644.93 元和 -678,662.71 元，报告期内总体亏损且扣非

---

后持续亏损。虽然公司报告期内销售收入高速增长，品牌认可度也不断提升，但为了推广品牌，提升市场占有率，公司扩大了人员规模，大大增加了线上运营费用的投入，因此公司在报告期内处于亏损状态。

针对上述风险，公司将采取下列防范措施：一方面公司将继续拓展所获得授权各品牌的销路，另一方面将加大力度推出“亲子企鹅”等自主研发和销售，同时公司在保持市场份额增长的同时将适当的控制线上运营费等销售费用的开支，以改善公司的盈利状况。

#### （九）、销售产品相关授权被取消的风险

公司目前所售产品较依赖品牌商的授权，虽然目前公司拥有多家国际知名品牌商和国内知名品牌商的授权且授权关系较为稳定，但若未来发生品牌商取消对公司销售授权的情形，公司的经营将受到一定的不利影响。

针对上述风险，公司将采取下列防范措施：一方面公司将保持与品牌授权方的良好关系以避免出现授权取消，另一方面公司将减少对单一某个授权品牌的依赖，以降低可能出现的授权取消对公司经营造成的不利影响。同时，公司正积极打造自有品牌“亲子企鹅”，以减轻对授权品牌的依赖。

15、请公司通篇阅读并修正公开转让说明书及审计报告中的文字格式错误，数据勾稽关系，并检查是否按《公开转让说明书内容与格式指引》的要求进行了全面披露。请主办券商及会计师补充核查并发表意见。

#### 【回复】：

##### （1）公司说明

公司已对照《公开转让说明书内容与格式指引》对公开转让说明书及审计报告进行通篇阅读，已对其中的文字格式错误进行修正，已对数据勾稽关系进行检查，确认公开转让说明书已按要求进行了全面披露。

##### （2）主办券商说明

主办券商已对照《公开转让说明书内容与格式指引》对公开转让说明书及审计报告进行了通篇阅读，已对其中的文字格式错误进行修正，已对数据勾稽关系进行检查，确认公开转让说明书已按要求进行了全面披露。

---

## 二、中介机构执业质量问题

无。

## 三、申报文件的相关问题

请公司和中介机构知晓并检查《公开转让说明书》等申报文件中包括但不限于以下事项：

(1) 中介机构事项：请公司说明并请主办券商核查公司自报告期初至申报时的期间是否存在更换申报券商、律师事务所、会计师事务所的情形，如有，请说明更换的时间以及更换的原因；请主办券商核查申报的中介机构及相关人员是否存在被监管机构立案调查的情形。

**【回复】：**

经主办券商核查及向公司管理层进行访谈了解，公司自报告期初至申报时的期间不存在更换申报券商、律师事务所和会计师事务所的情形。此外，申报券商、律师事务所和会计师事务所及相关人员也不存在被监管机构立案调查的情形。

(2) 多次申报事项：请公司说明是否曾申报 IPO 或向全国股转系统申报挂牌，若有，请公司说明并请主办券商核查下述事项：是否存在相关中介机构更换的情形；前次申报与本次申报的财务数据、信息披露内容存在的差异；前次申报时公司存在的问题及其规范、整改或解决情况。

**【回复】：**

经主办券商核查及向公司管理层进行访谈了解，公司未曾申报 IPO 或向全国股转系统申报挂牌。

(3) 申报文件形式事项：为便于登记，请以“股”为单位列示股份数；请检查两年一期财务指标简表格式是否正确；历次修改的文件均请重新签字盖章并签署最新日期；请将补充法律意见书、修改后的公开转让说明书、推荐报告、审计报告（如有）等披露文件上传到指定披露位置，以保证能成功披露和归档。

**【回复】：**



经主办券商检查，申报文件中的股份数均以“股”为单位；两年一期财务指标简表格式正确；补充法律意见书及修改后的公开转让说明书等文件已上传到指定披露位置

(4) 信息披露事项：请公司列表披露可流通股股份数量，检查股份解限售是否准确无误；请公司按照上市公司、国民经济、股转系统的行业分类分别列示披露公司所属行业归类；请公司披露挂牌后股票转让方式，如果采用做市转让的，请披露做市股份的取得方式、做市商信息；申请挂牌公司自申报受理之日起，即纳入信息披露监管。请知悉全国股转系统信息披露相关的业务规则，对于报告期内、报告期后、自申报受理至取得挂牌函并首次信息披露的期间发生的重大事项及时在公开转让说明书中披露；请公司及中介机构等相关责任主体检查各自的公开披露文件中是否存在不一致的内容，若有，请在相关文件中说明具体情况。

**【回复】：**

1、股份公司成立于 2016 年 6 月 2 日，若公司股票在 2017 年 6 月 2 日前挂牌，因股份公司成立尚未满一年，发起人所持股份均不得转让，则公司现有股东持股及可公开转让的股票情况如下：

序号	股东名称	所持股份数（股）	持股比例	有限售条件的股份数量（股）	无限售条件股份数量（股）	限售原因
1	刘俊	2,324,500	51.66%	2,324,500	-	发起人
2	颜坤	1,002,700	22.28%	1,002,700	-	发起人
3	赫珈艺	350,000	7.78%	350,000	-	发起人
4	黄建华	331,400	7.36%	331,400	-	发起人
5	廖健	320,000	7.11%	320,000	-	发起人
6	林杏英	171,400	3.81%	171,400	-	发起人
<b>合计</b>		<b>4,500,000</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,500,000</b>	-	-

2、根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于批发和零售业（F）中的零售业（F52）；根据国家统计局颁发的《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2011），公司属于货摊、无店铺及其他零售业（F529）中的互联网销售（F5294）。根据股转系统发布的《挂牌公司管理型行业

---

分类指引》，公司属于大类“F52 零售业”之中“F529 货摊、无店铺及其他零售业”之小类“F5294 互联网零售”；根据股转系统发布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“1314 零售业”分类下“131411 互联网与售货”之“13141111 互联网零售”。

3、公司挂牌后采用协议转让的股票转让方式。

4、公司已知悉并按照全国股转系统信息披露相关的业务规则，对于报告期内、报告期后、自申报受理至取得挂牌函并首次信息披露的期间发生的重大事项将及时在公开转让说明书中披露。

5、公司、主办券商、律师事务所和会计师事务所已对各自的公开披露文件中进行检查，并未发现存在不一致的内容。

**(5) 反馈回复事项：**请公司及中介机构注意反馈回复为公开文件，回复时请斟酌披露的方式及内容，若存在由于涉及特殊原因申请豁免披露的，请提交豁免申请；存在不能按期回复的，请于到期前告知审查人员并将公司或主办券商盖章的延期回复申请的电子版发送至审查人员邮箱，并在上传回复文件时作为附件提交。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及《公开转让说明书内容与格式指引》补充说明是否存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

**【回复】：**

经公司、主办券商、律师事务所和会计师事务所检查，各自的公开披露文件中不存在涉及特殊原因需要申请豁免披露的情况。

本次回复存在延期情况，已知悉并提交延期回复申请。

除上述问题外，公司、主办券商、律师、会计师已对照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及《公开转让说明书内容与格式指引》要求，确认公司不存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司《〈关于广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见〉的回复》之盖章页）

广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司



2016年08月18日

(本页无正文，为《金元证券股份有限公司关于〈关于广州市亲子企鹅智能科技股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见〉的回复》之签字盖章页)

项目负责人: 王坤  
王坤

项目小组成员: 于信念  
于信念

于航  
于航

王法彬  
王法彬

周天宝  
周天宝

内核专员: 曹艳  
曹艳



2016年8月18日