

北京市竞天公诚律师事务所上海分所

关于

厦门飞博共创网络科技股份有限公司

申请股票在全国中小企业股份转让系统公开转让之

补充法律意见书

(一)

競天公誠律師事務所  
JINGTIAN & GONGCHENG

上海市徐汇区淮海中路 1010 号 1202-1204 室 邮编：200031

电 话：(86-21) 5404-9930 传 真：(86-21) 5404-9931

# 补充法律意见书（一）

致：厦门飞博共创网络科技股份有限公司

## 引 言

### 一、 出具补充法律意见书的依据

北京市竞天公诚律师事务所上海分所（以下称“本所”）受天厦门飞博共创网络科技股份有限公司（以下称“飞博”或“公司”）委托，担任飞博申请股票在全国中小企业股份转让系统公开转让（以下称“本次申请公开转让”）的专项法律顾问，并根据《中华人民共和国证券法》（以下称“《证券法》”）、《中华人民共和国公司法》（以下称“《公司法》”）、《非上市公众公司监督管理办法》（以下称“《管理办法》”）、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》（以下称“《业务规则》”）、《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》（以下称“《挂牌条件指引》”）等有关法律、法规及中国证券监督管理委员会（以下称“中国证监会”）、全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下称“股转公司”）的有关规定，于 2015 年 8 月 14 日出具了《北京市竞天公诚律师事务所上海分所关于厦门飞博共创网络科技股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统公开转让之法律意见书》（以下称“法律意见书”）。

现根据股转公司核发的《关于厦门飞博共创网络科技股份有限公司挂牌申请文件的反馈意见》（以下称“反馈意见”）及飞博的要求，特就有关法律事宜出具本补充法律意见书（以下称“本补充法律意见书”）。

### 二、 律师声明事项

法律意见书中所述及之本所及本所律师的声明事项同样适用于本补充法律意见书。除特别声明外，本补充法律意见书中使用简称的含义与法律意见书中使用简称的含义相同。

本补充法律意见书仅对法律意见书中需补充部分发表法律意见，为法律意见书之补充和不可分割的一部分，本补充法律意见书在内容上如与前述法律文件存在不一致之处，则以本补充法律意见书为准。

本补充法律意见书仅供公司为本次申请公开转让所用，不得用作任何其他目

的。

本所律师根据我国现行有关法律、法规及股转公司的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，现出具本补充法律意见书如下：

## 1. 产业政策

请主办券商、律师核查以下事项并发表明确意见：（1）公司业务是否符合国家产业政策要求，是否属于国家产业政策限制发展的行业、业务；（2）若为外商投资企业，是否符合外商投资企业产业目录或其它政策规范的要求；（3）分析产业政策变化风险。

### （一）核查过程

本所结合公司现有业务，通过查阅行业政策《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正版）》、查询公司所处行业的主管部门对所在行业的相关扶持/限制政策等方式，对公司业务是否符合国家产业政策要求进行核查，并通过核查并梳理相关产业政策的变化情况，对产业政策变化风险进行了分析。

### （二）事实依据及分析

**（1）公司业务是否符合国家产业政策要求，是否属于国家产业政策限制发展的行业、业务；**

公司现有业务系通过在微博、微信上精心打造优质的自媒体账号矩阵，为用户提供丰富的信息服务，报告期内公司收入主要来源于互联网广告业务；此外，自2015年起公司正式进军第三方电商平台服务领域以推进战略性布局，全力打造垂直细分领域优质电商平台，为用户提供高品质、低价格的零食电商平台服务。根据《产业结构调整指导目录（2011年本）（2013年修正版）》公司业务属于第一类鼓励类之“三十二、商务服务业”之“（7）广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”；“三十三、商贸服务业”之“（6）利用信息技术改造提升传统商品交易市场”，不属于国家产业政策限制发展的行业、业务。

**（2）若为外商投资企业，是否符合外商投资企业产业目录或其它政策规范的要求。**

挂牌前，公司股份结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例(%)	股东性质	股份质押或其他争议事项
----	------	--------	---------	------	-------------

1	伊光旭	5,602,000	50.42	境内自然人股东	无
2	隆领投资	2,898,000	26.08	境内企业非法人股东	无
3	高楚明	700,000	6.30	境内自然人股东	无
4	蔡来飞	500,000	4.50	境内自然人股东	无
5	米林海天	481,481	4.33	境内非国有企业法人股东	无
6	王安邦	444,445	4.00	境内自然人股东	无
7	飞播投资	300,000	2.70	境内企业非法人股东	无
8	张立	111,111	1.00	境内自然人股东	无
9	张咸荣	74,074	0.67	境内自然人股东	无
<b>合计</b>		<b>11,111,111</b>	<b>100.00</b>	-	-

经核查，公司股东均为境内自然人或机构，公司不属于外商投资企业，不适用外商投资产业指导目录或其它外商投资企业相关政策法规。

### (3) 分析产业政策变化风险

公司现有业务所处行业系互联网行业和文化行业的交叉行业，无论是互联网行业还是文化行业均对我国经济实力以及软实力的提升具有举足轻重的作用，是国家积极鼓励发展的未来支柱型产业，受到国家产业政策的大力支持，相关产业政策列举如下：

2012年2月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，提出要加快发展文化产业，实施一批重大项目，推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业。鼓励有实力的文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，推动文化资源和生产要素向优势企业适度集中，培育文化产业领域战略投资者。规划建设各具特色的文化创意创意园区，支持中小文化企业发展，并提出了政府投入保障、文化经济政策、文化贸易促进、版权保障、法制保障等诸多支持产业发展的政策措施。

2013年8月，国务院印发的《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》提出“围绕挖掘消费潜力、增强供给能力、激发市场活力、改善消费环境，加强信息

基础设施建设，加快信息产业优化升级，大力丰富信息消费内容，提高信息网络安全保障能力，建立促进信息消费持续稳定增长的长效机制，推动面向生产、生活和管理的信息消费快速健康增长。”从信息消费的规模扩大，设施完善和市场建设三方面提出了促进信息消费增长的主要目标和相关措施，强调深化行政审批制度改革，加大财税政策支持力度，切实改善企业融资环境等以支持鼓励创新型、成长型互联网企业的发展。

2013年11月，发布《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》指出“健全基础管理、内容管理、行业管理以及网络违法犯罪防范和打击等工作联动机制，健全网络突发事件处置机制，形成正面引导和依法管理相结合的网络舆论工作格局。整合新闻媒体资源，推动传统媒体和新兴媒体融合发展。”

2014年2月26日国务院发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，指出“支持消费类产品提升新产品设计和研发能力，加强传统文化与现代时尚的融合，创新管理经营模式，以创意和设计引领商贸流通业创新，加强广告营销策划，增加消费品的文化内涵和附加值，健全品牌价值体系，形成一批综合实力强的自主品牌，提高整体效益和国际竞争力。”

据此可以看出，一直以来国家对相关产业发展均给予高度关注，并从战略发展的角度，从发展方向上的指引到具体政策和规划纲要的落实，相继出台了一系列支持政策，为行业的发展创造了良好的市场环境和政策环境。

### **（三）结论意见**

本所律师认为：公司业务符合国家产业政策要求，不属于国家产业政策限制发展的行业、业务；公司为一般境内企业，不属于外商投资企业，无须遵循外商投资企业产业目录或外商投资企业其他政策规范的要求；此外，公司实际业务属于互联网和文化产业的交叉范畴，是我国重点鼓励、扶持发展的产业，短期内相关的产业政策变化的风险较小。

## **2. 公司特殊问题**

## 2.1 核心业务

据公开转让说明书披露，公司拥有近 200 个自媒体账号，主营业务主要来自自媒体账号广告业务收入。请公司补充说明并披露：（1）公司披露的公众号/微博账号的注册人、实际控制人情况，是否均为公司，若否，请公司说明合理原因；（2）公司从事广告投放业务是否均投放在公司自有的公众号/微博账号，是否存在借助其他第三方公众号/微博账号渠道进行推送营销的情况，若存在，应披露公司与其他第三方公众号/微博账号运营方之间的利益分成机制。

请主办券商和律师核查上述事项并对公司业务的合法合规性发表明确意见。

### （一）合法合规性

本所律师查阅了公司新浪、腾讯微博、微信公众平台自媒体账号的信息页面和“冷笑话精选”在第三方 APP 服务平台（友盟）的信息页面，各社交媒体平台的用户注册指南、用户使用服务协议、APP 用户协议等规章制度文件、公司与客户，会计师出具的审计报告。

经核查，本所律师认为：

A. 受第三方平台用户注册协议的约束，公司无法将公众号/微博账号的注册人变更为飞博共创，但通过修改安全邮箱和签署《协议书》等方式，飞博共创拥有微信公众号/微博账号的控制权，为账号的实际控制人。因此公众号/微博账号所取得的权益、收益或利益均由飞博共创享有且公众号/微博账号引发的纠纷导致的任何损失、损害或责任最终由飞博共创承担。

B. 借助其他第三方公众号/微博账号进行推送营销并赚取差价的情况属于正常的商业范畴，是正常的商业行为。

综上，公司的业务不存在违法违规的行为。

## 2.2 粉丝情况

请公司在主要自媒体账号情况表格中增加：各个公众号/微博账号粉丝占比情况，微博/公众号文章的图文页平均送达人数、阅读次数、分享转发人数/次数。

请主办券商和律师核查上述事项并补充核查粉丝数量真实性，并请基于上述情况分析论证“公司分析群体高质量高粘度”表述的依据并发表明确意见。

### （一）核查过程

本所律师对公司高级管理人员以及业务负责人进行了访谈；要求公司提供截止 2015 年 5 月 31 日公司各自媒体账户的后台信息界面截屏资料并对在 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 5 月 31 日期间各个公众号/微博账号粉丝数量，微博/公众号各篇文章的图文页阅读次数、分享转发人数/次数等数据进行统计；访问和查看公司各自媒体账号公开界面及后台界面对公司提供的信息进行核查。

### （二）事实依据及分析

本所律师要求公司对各自媒体账号 2015 年 5 月 31 日的粉丝数量进行了统计，同时对公司提供的各自媒体账号进行了查看，以各自媒体主页上官方统计显示的粉丝数量/用户数为准对公司统计的粉丝数量进行了核实，经核实，截至 2015 年 5 月 31 日其新浪微博粉丝数为 83,568,922，腾讯微博粉丝数为 30,059,967，微信公众号粉丝数（总用户数）为 32,953,196，手机 APP 用户数为 11,269,233，粉丝数量合计为 157,851,318。

由于各自媒体账号的粉丝数/用户数持续增长中，本所律师选取了 2015 年 1 月至 5 月粉丝数较为接近的时间段作为计算平均指标期间，用以反映公司自媒体账号经营现状。根据统计数据，自媒体账号每条发布内容的平均阅读数量均远高于平均转发、平均评论及平均点赞数量，这符合当下自媒体用户的使用习惯，即浏览为主而鲜有互动。同时，公司旗下的微信公众号粉丝活跃度相对高于微博账号，这与微博平台用户活跃度整体下降相关。微博和微信作为自媒体的主要业务平台，两者在内容发布与传递方面存在显著差异：对于微博而言，在用户开始浏览之际，越接近其开启微博时间的发布内容越容易被用户浏览，反之，较早发布的内容则会被后来发布内容所覆盖，因此信息的送达率较低；对于微信而言，每个公众号作为单独的发布主体，发布内容独立显示，历史消息不会被其他账号新发布内容覆盖，信息送达率较高。

鉴于微信在信息传递效率方面的优势，微信的影响力已经超越了微博，据中国互联网络报告显示，截止 2014 年 12 月 31 日，新浪微博月活跃用户数为 1.757 亿，较 2013 年同期增长 36%，微信和 WeChat 的合并月活跃账户数为 5 亿，较去年同期增长 41%，微信的用户规模和增长率均高于微博。顺应自媒体平台的发展趋势，公司凭借多年来积累的丰富的业务平台拓展经验，已成功的实现了将原有新浪微博的用户流量向微信平台的导入，2015 年来自微信平台的业务收入已超过来自微博平台的业务收入，微信平台成为了公司业务开展的主要阵地。在公司的经营和管理下，公司旗下的微信公众号获得了较高的人气，根据第三方独立专业新媒体评价机构新榜的最新测算统计，公司旗下的主要自媒体账户在各自的细分领域中排名及新榜指数如下表所示：

序号	公众号	昵称	新榜指数	新榜细分领域	排名
1	lengiii	冷笑话精选	990.2	幽默	3
2	xinli01	简易心理学	926.6	文摘	71
3	jcyulu	精彩语录	911.4	文摘	75
4	ibb666	心情签名	904.9	文摘	124
5	nvrecc	学做聪明女人	900.6	情感	11
6	vvxixi	全球时尚	884.5	时尚	15
7	weixcc	精品微小说	869.8	文摘	249
8	sschaoliu	穿衣潮搭配	869.4	时尚	13
9	vxingzuo	星座秘语	865.6	文摘	191
10	xinlibb	魔鬼心理学	858.2	情感	26
11	vzhahui	生活小智慧	841.9	健康	38

数据来源：新榜根据 2015 年 9 月 29 日各账户运营情况测算统计

新榜指数系由新榜基于海量数据、用户深度反馈及专家建议等一系列评价指标加权测算，衡量标准包括总阅读数、最高阅读数、平均阅读数、头条阅读数、点赞数等维度，能够较公允的反映所测新媒体主体的热度和发展趋势。根据新榜指数的测算方法，一个常规号能够达到的极限指数为 1,000（极个别账号会略高于 1,000），账号的新榜指数越靠近 1,000，表示该渠道价值越高，据新榜统计，2015 年 9 月 29 日微信平台所有账号平均新榜指数为 510.7，由上表数据显示，公司主要自媒体账户新榜指数均处于较高水平，在各自属性领域排名居于中上，具有较高的综合影响力。

### （三）结论意见

本所律师就公司自媒体账号的粉丝数量进行了核查，确认披露粉丝数量真实。基于对各微博/公众号文章的图文页平均送达人数、平均阅读次数、平均分享转发人数/次数等数据进行的核查，认为“公司粉丝群体高质量高粘度”的表述恰当。

### 3. 版权

请主办券商及律师核查以下事项并发表相应意见请公司补充说明并披露公司自有自媒体账号内所发布内容是否系公司原创，是否存在转载情况，若是，请补充披露公司自媒体账号发布内容原创及转载比例情况。报告期内是否存在版权纠纷，是否存在潜在纠纷风险，公司是否存在相关版权保护及避免侵权的相关纠纷避免及解决机制。请主办券商和律师补充核查上述情况并发表明确意见。

#### （一）核查过程

本所律师查阅了公司自媒体账号所发布的内容、公司员工入职手册、公司内部《版权保护及避免侵权纠纷管理制度》，对业务负责人进行了访谈，并登陆中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询网站、全国法院失信被执行人名单信息查询系统进行公开信息查询与检索。

#### （二）事实依据及分析

据核查，公司微博账号、微信公众号日常所发布的相关资讯分为三种形式：

第一种：公司原创的内容。这一类内容中通常标注有飞博共创权属账号的名称载明该内容为公司原创；

第二种：公司在现有网络资源的基础上进行修改、编辑后制作的内容。这一类内容中若为公司对已有网络文章的归集整理，则均注明“内容整合自网络”字样，若为公司对网络图片视频的创意再创作，则视为公司原创，不做特别标注；

第三种：公司未做修改直接转载的内容。此类内容按发布动机又可以分为原作者主动授权转载和公司自主引用转载两类。作者主动授权转载即内容作者希望

借助公司自媒体平台分享自己的创作成果而主动联系公司申请转载其创作内容，这类内容虽然非公司原创，但转载行为已经原作者授意，不存在版权纠纷的风险；公司自主引用转载系公司编辑自主搜集已在网络，书籍等途径公开发表过的优质内容，进行原文转载，这一类内容如能够明确作者或出处，则均会予以注明，无法明确作者或出处，会在内容后标注“来源网络”等字样表明非公司原创，原作者可通过自主联系公司方式沟通是否同意转载。对于非原创内容，公司通常以推荐语句加原文转载这种推荐介绍的形式予以展示，这对于公司和内容作者其实是互利共赢的，公司向其用户分享推荐了咨询，内容作者的作品和其本身也得到了推广，因此内容作者通常乐于接受这种引用方式，由此发生版权纠纷的风险较小。对于原文转载行为，除公司自律规范转载行为之外，相应的发布平台如微信公众平台亦会自动识别已在微信平台发布过的原创内容又经转载的行为，并自动在该类内容开头或末尾处标注来源和作者信息。

经核查，公司发布内容非全部由公司原创，原创内容占直接发布内容的比例也因不同时期公司内容制作水平和不同平台内容发布特点等原因存有差异，据统计最近一期（2015 年 1-5 月）公司主要微博账户发布的原创内容占比均值为 79.95%，公司主要微信公众账户发布的原创内容占比均值为 21.40%。微博平台的原创占比显著高于微信公众平台，主要原因系微博发布的内容短小精炼且没有发布数量限制，而微信内容篇幅较长，每天发布数量有限，公司编辑部通常在微博上发布原创随笔，而在微信上发布经整理编辑后的优质文章。

综上，报告期内公司不存在版权纠纷，但鉴于互联网海量的信息内容以及目前国内尚不完善的互联网法律环境，仍不能完全排除公司可能面临他人主张侵权诉讼的风险。即使相关诉讼主张不成立，公司亦会为应对相关诉讼支付一定的成本。为了避免及应对此类潜在风险，公司制定了较完备的事前预防及事后解决机制。具体如下：

### ①事前预防机制

公司自媒体账号的日常维护即内容发布主要由媒体部负责，公司对于新入职的媒体部员工会进行系统化的培训，包括如何规范的创作、引用、转载网络内容，指导其学习并了解著作权等有关知识产权方面法律法规、第三方平台用户管理办

法及公司内部管理制度；公司制定了《版权保护及避免侵权纠纷管理制度》，该制度载明了媒体部制作并发布内容的具体制作要求（如何合法合规的针对原创、转载、再创作等不同具体情形注明内容来源）、内部控制流程（除内容制作人自律之外另有相关媒体部负责人对发送内容的合规性进行审查，合格后方可发布）及相关责任主体（因版权问题引起的纠纷由该内容制作人和相关审查人员承担赔偿责任）。

## ②事后解决机制

一方面，公司在《版权保护及避免侵权纠纷管理制度》中对责任主体进行了明确和划分，出现纠纷由相应责任主体配合解决及承担责任；另一方面，公司切实执行《中华人民共和国侵权责任法》、《互联网著作权行政保护办法》等法律法规的相关侵权处理规定：若有作者向公司联系并声明其侵权的，公司确认事实后会立即删除该内容。

## （三）结论意见

本所律师认为公司日常发布的内容不完全为公司原创，公司对其发布的内容均按照具体情况进行了区别标注，报告期内公司不存在版权纠纷。但鉴于互联网海量的信息内容以及目前国内尚不完善的互联网法律环境，仍不能完全排除公司可能面临他人主张侵权诉讼的风险。为预防及控制潜在纠纷的发生，公司建立了完备的事前预防及事后解决机制，处理措施符合相关法律法规的规定，可以有效解决由发布内容版权问题可能引起的纠纷。

## 4. 自媒体账号发布内容合法合规

请主办券商和律师详细核查公司各平台所有自媒体账号发布的内容是否符合国家相关规定并发表明确意见。

### （一）核查过程

本所律师查阅了各平台的用户使用规定，对各平台账号发布内容进行了抽样浏览，对公司相关业务负责人进行了访谈。

## （二）事实依据及分析

首先，公司考虑到其长远的发展和长久的利益，不存在制作和发布不符合国家相关规定内容的动机，不会主观故意发布违反国家相关规定的内容；其次，公司内部对于发布的内容有完备的审查程序，公司账号及 APP 等平台提供的内容具有合法的资讯和信息来源，在日常运营中亦采取严格的内控措施避免侵害第三方的网络版权或其他权利，公司可以据此主张免于承担侵权责任。再次，各第三方平台如微博、微信基于相关互联网业务管理规定也设有专业部门对于平台用户发布内容的合法合规性进行监管。此外，公司报告期内发布的内容未违反国家相关规定。

除了解上述信息之外，本所对公司提供的账号发布内容进行了抽查浏览，未发现反对宪法确定的基本原则、危害国家安全、泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一、危害国家安全、损害社会公共利益、散步淫秽、暴力信息、侮辱或者诽谤他人等法律法规禁止的内容，符合《互联网信息服务管理办法》及其他相关法律法规的规定，未发现存在不符合国家相关规定的情形。

## （三）结论意见

本所律师认为：公司自媒体账号发布的内容不存在危害国家安全、损害社会公共利益、散步淫秽、暴力信息、侮辱或者诽谤他人等法律法规禁止的内容，其内容在所有重大方面符合目前有效法律法规的规定。

## 5. 业务资质

请主办券商及律师核查以下事项并发表明确意见：

（1）公司是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，并对公司业务资质的齐备性、相关业务的合法合规性发表意见。

（2）公司是否存在超越资质、经营范围、使用过期资质的情况，若存在，请核查公司的规范措施、实施情况以及公司所面临的法律风险、相应风险控制措施，并对其是否构成重大违法行为发表意见。

(3) 公司是否存在相关资质将到期的情况，若存在，请核查续期情况以及是否存在无法续期的风险，若存在无法续期的风险请核查该事项对公司持续经营的影响。

请公司就相应未披露事项作补充披露。

#### (一) 核查过程

本所律师对公司高级管理人员进行了访谈并了解现行公司业务，查阅了公司的工商资料、经营所需的证照、现行公司章程、相关的法律法规，走访了相关部门，对公司所需的经营资质、业务许可证的齐备性，相关业务的合法合规进行了核查。

#### (二) 事实依据及分析

根据公司现行的营业执照，其经营范围为：软件开发；互联网信息服务（不含药品信息服务和网吧）；互联网出版；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；动画、漫画设计、制作；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；互联网销售；计算机、软件及辅助设备零售；通信设备零售；其他电子产品零售；广告的设计、制作、代理、发布；提供企业营销策划服务；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；其他文化用品零售；数字内容服务。

经核查，公司为经营上述业务持有的经营资质证书包括：

序号	持有人	证书名称	证书编号	有效期/核发日期	发证机关
1	公司	营业执照	35029820001318 3	2015.8.5	厦门市市场监督管理局
2	公司	中华人民共和国组织机构代码证	代码： 56283491-2	2015.7.15- 2019.7.14	厦门市质量技术监督局
3	公司	开户许可证	核准号： J3930011103802	-	中国人民银行 厦门市中心支行
4	公司	税务登记证	厦税征字 35020656283491 2号	2015.7.10	福建省厦门市 国家税务局与 厦门市地方税务局

5	公司	ICP 备案	备案号： 闽 ICP 备 11001908 号	-	中国工业和信 息化部
6	公司	高新技术企业证书	GR20123510010 9	已于 2015 年 6 月 29 日通过复 审	厦门市科学技 术局、厦门市 财政局、福建 省厦门市国家 税务局、福建 省厦门市地方 税务局

根据国务院发布并于 1987 年 12 月 1 日生效的《广告管理条例》，经营广告业务的单位和个体工商户（下称“广告经营者”），应当按照该条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续：（一）专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；（二）兼营广告业务的事业单位，发给《广告经营许可证》；（三）具备经营广告业务能力的个体工商户，发给《营业执照》；（四）兼营广告业务的企业，应当办理经营范围变更登记。因此，公司目前开展的自媒体广告投放业务无需取得特别许可或特殊资质。且根据公司现持有的《营业执照》，公司登记的经营范围已涵盖“广告的设计、制作、代理、发布；提供企业营销策划服务；文化、艺术活动策划”，根据《广告管理条例》即可从事广告相关业务。

根据公司的书面确认，公司目前实际开展的业务均在公司注册登记的经营范围内，不存在超越资质、超范围经营或使用过期资质的情况，资质方面无潜在法律风险。经走访，厦门市工商行政管理局于 2015 年 7 月 15 日出具了《证明》，证实公司 2012 年 1 月 1 日至今未发现因违反工商行政管理法规而受到处罚的情形。

### （三）结论意见

经核查，本所律师认为：

- ①公司具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，公司业务资质齐备、经营业务符合法律法规的规定和要求。
- ②公司不存在超越资质、经营范围、使用过期资质的情况。
- ③公司不存在相关资质将到期的情况。

## 6. 机构投资者与基金备案

公司存在 3 家机构投资者。

请公司补充说明并披露股东性质，是否属于私募投资基金管理人或私募投资基金。请主办券商及律师补充核查。

若是，请主办券商及律师核查其是否按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行了登记备案程序，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、核查结果并发表意见。

请公司补充说明并披露：（1）请公司补充披露前述 3 家机构投资者基本工商信息，并说明该机构投资者的性质，有无实际业务，公司引入机构投资者的定价依据；（2）公司与投资者签署的协议情况。请主办券商及律师结合机构投资者取得公司股权的价格、方式，进一步核查公司引入机构投资者是否与公司存在对赌协或其他投资安排。

1、请公司补充说明并披露股东性质，是否属于私募投资基金管理人或私募投资基金。请主办券商及律师补充核查。若是，请主办券商及律师核查其是否按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行了登记备案程序，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、核查结果并发表意见。

### （一）核查过程

本所律师查阅了法人股东的工商登记资料、股东信息、公司章程、承诺函等相关资料，与股东进行了访谈，并查阅了《证券投资基金法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》及《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关规定。

### （二）事实依据及分析

股份公司现有股东 9 名，各股东持股数量、比例和股东性质如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例(%)	股东性质
1	伊光旭	5,602,000	50.42	境内自然人股东
2	厦门隆领投资合伙企业（有限合伙）	2,898,000	26.08	境内企业非法人股东
3	高楚明	700,000	6.30	境内自然人股东
4	蔡来飞	500,000	4.50	境内自然人股东
5	米林海天投资有限公司	481,481	4.33	境内非国有企业法人股东
6	王安邦	444,445	4.00	境内自然人股东
7	厦门飞播投资管理合伙企业（有限合伙）	300,000	2.70	境内企业非法人股东
8	张立	111,111	1.00	境内自然人股东
9	张咸荣	74,074	0.67	境内自然人股东
合计		<b>11,111,111</b>	<b>100.00</b>	-

其中，3家机构投资者具体情况如下：

① 厦门隆领投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“隆领投资”）

隆领投资成立于2011年3月29日，认缴出资额为11,300.00万元；经营范围为：对互联网、文化创意、新能源、新材料、生物科技、光电等产业的投资及艺术品投资；股权投资及相关咨询服务（不含吸收存款、发放贷款、证券、期货及其他金融业务）。其股权结构如下：

序号	股东名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	厦门隆领资产管理有限公司	普通合伙人	113.00	1.00
2	隆领投资股份有限公司	有限合伙人	11,187.00	99.00
合计			<b>11,300.00</b>	<b>100.00</b>

②米林海天投资有限公司（以下简称“米林海天”）

米林海天投资有限公司成立于2015年5月27日，经营范围为：企业投资咨询、管理；对互联网、文化创意、新能源、新材料、生物科技、光电等产业的投资（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	吴锦凤	5.00	50.00
2	叶钦华	5.00	50.00
合计		<b>10.00</b>	<b>100.00</b>

③ 厦门飞播投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“飞播投资”）

飞播投资成立于 2015 年 5 月 20 日，为公司内部员工持股平台，其合伙人和出资情况如下：

序号	股东名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	在公司任职情况
1	吕萍萍	普通合伙人	14.00	46.67	监事会主席
2	丁楚庭	有限合伙人	6.00	20.00	董事、副经理
3	林冬冬	有限合伙人	3.00	10.00	监事、项目经理
4	唐凌志	有限合伙人	2.00	6.67	策划部主管
5	林福炎	有限合伙人	1.50	5.00	客户端开发主管
6	陈晓静	有限合伙人	1.50	5.00	董事、财务负责人、董事会秘书
7	童笃龙	有限合伙人	1.00	3.33	前端开发主管
8	陈礼家	有限合伙人	1.00	3.33	设计部主管
合计			<b>30.00</b>	<b>100.00</b>	-

根据《私募股权投资基金监督管理暂行办法》第二条：“私募基金指在中华人民共和国境内，以非公开发行方式向投资者募集资金设立的投资基金。非公开募集资金，以进行投资活动为目的设立的公司或者合伙企业，资产由基金管理人或普通合伙人管理的，其登记备案、资金募集和投资运作适用本办法。”隆领投资、米林海天和飞播投资设立和对外投资的资金均未通过非公开方式募集，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形，不属于私募基金。

隆领投资、米林海天和飞播投资分别出具《确认函》：根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》的相关规定，本公司未曾向公众或特定对象募集资金，亦不存在基金管理人，无需办理私募基金的登记备案。

### （三）结论意见

本所律师认为，公司现有股东中不存在《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规和自律规则规定的私募投资基金，无需履行登记或备案程序。

截止本补充法律意见书出具之日，公司股东中共有3名机构股东，分别为隆领投资、米林海天和飞播投资。

根据中国证监会发布的《私募投资基金监督管理暂行办法》和中国证券投资基金业协会发布的《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规和自律规则的规定，本所律师对公司股东是否存在私募投资基金及其是否履行备案程序进行了核查，结果如下：

1、隆领投资系有限合伙企业，其合伙人系以自有资金出资，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，亦不存在私募基金管理人，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》规定的私募投资基金，因此无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记。

2、米林海天为有限责任公司，公司股东系以自有资金向米林海天出资，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，亦不存在私募基金管理人，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》规定的私募投资基金，因此无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理私募基金备案手续。

3、飞播投资为公司员工持股平台，系有限合伙企业，其合伙人系以自有资金出资，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，亦不存在私募基金管理人，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》规定的私募投资基金，因此无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记。

**2、公司与投资者签署的协议情况。请主办券商及律师结合机构投资者取得公司股权的价格、方式，进一步核查公司引入机构投资者是否与公司存在对赌协议或其他投资安排。**

经查阅公司分别与机构投资者签订的《股权转让协议》、《股份认购及增资协议》和《增资协议》，取得公司关于历次股权转让或增资的工商登记资料并对

相关人员进行访谈等核查方式，主办券商及律师认为：截至本回复出具日，公司共有隆领投资、米林海天和飞播投资3名机构投资者，其中隆领投资于2011年5月以1元/单位出资额的价格通过股权转让取得公司股权，飞播投资于2015年5月以12元/单位出资额的价格通过增资的方式成为公司股东，米林海天于2015年7月以27元/股的价格通过增资的方式成为公司股东，上述股权转让和增资行为履行了必要的董事会、股东大会审议程序。公司除与隆领投资、米林海天和飞播投资分别签署《股权转让协议》、《股份认购及增资协议》和《增资协议》外，不存在影响公司股权结构稳定性的对赌协议或其他投资安排。

## 7. 子公司业务资质

子公司厦门小喵网络有限公司从事互联网零食导购 APP 业务。

请公司详细披露子公司厦门小喵从事互联网零食导购业务的完整业务流程，是否涉及食品生产、加工、流通情况。若公司不从事食品生产加工，请说明并披露所销售食品来源，若为采购取得，请披露供应商甄选方式、供应商与公司的合作模式、定价依据、是否存在关联关系，供应商生产经营在报告期内是否符合《食品安全法》、《食品安全法实施条例》等法律法规的规定，是否符合食品和质量技术监督管理部门对所处行业的日常监管、是否具备生产经营所属行业的所有资质（包括但不限于餐饮服务许可证、卫生、环保许可证、公司生产有关人员是否具有健康证等）；

若公司从事食品生产加工，公司的生产经营在报告期内是否符合《食品安全法》、《食品安全法实施条例》等法律法规的规定，是否符合食品和质量技术监督管理部门对公司所处行业的日常监管、是否具备生产经营所属行业的所有资质（包括但不限于餐饮服务许可证、卫生、环保许可证、公司生产有关人员是否具有健康证等）。

子公司及其供应商在食品质量、食品安全方面的内部管理措施，报告期内是否存在食品安全事故或隐患，是否建立问题食品追回机制和赔偿机制；

公司及子公司报告期内在环保方面的合法合规状况。

请主办券商和律师核查：（1）说明公司子公司是否取得从事相关业务必备

的全部资质、业务许可资格、特许经营权等内容；（2）是否具备与业务相匹配的的相关资源要素情况；（3）结合上述情况就业务的合法、合规性发表明确意见。

（1）说明公司子公司是否取得从事相关业务必备的全部资质、业务许可资格、特许经营权等内容；

截至本补充法律意见书出具日，子公司厦门飞博文创网络有限公司（以下简称“飞博文创”）尚未开展任何业务，因此不需要取得相关业务必备的资质、业务许可资格、特许经营权等。

子公司厦门小喵网络有限公司（以下简称“小喵网络”）的经营范围为：软件开发；预包装食品零售；散装食品零售；酒、饮料及茶叶零售；互联网销售；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；信息技术咨询服务。其主营业务为零食类食品的电子商务导购。其主营业务为零食类食品的电子商务导购。小喵网络已取得下列业务资质证照：

序号	证书名称	证书编号	有效期/核发日期	发证机关	备注
1	营业执照	91350200M0000 LAG2B	2015.7.20	厦门市工商行政管理局	根据小喵网络的说明，小喵网络的《税务登记证》与《营业执照》、《组织机构代码证》三证合一。
2	开户许可证	核准号： J3930022618501	-	中国人民银行 厦门市中心支行	无

小喵网络已取得其相关业务必备的资质、证照。

（2）是否具备与业务相匹配的相关资源要素情况；

作为以 APP 平台为依托的电子商务导购公司，小喵网络已掌握了与平台运

营相关的技术并配备了相关的技术人员。

**(3) 结合上述情况就业务的合法、合规性发表明确意见。**

经核查，本所认为小喵网络的主营业务为第三方电子商务导购，不涉及食品生产和加工和食品流通，因此不需要取得相关业务必备的资质、业务许可资格、特许经营权等。综上，子公司已具备经营所需的资源要素和资质证书，子公司开展的业务合法、合规。

(本页以下无正文)

(此页无正文, 仅为北京市竞天公诚律师事务所上海分所《关于厦门飞博共创网络科技有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的补充法律意见书(一)》的签字盖章页)

北京市竞天公诚律师事务所上海分所



律师事务所负责人(签字):

Handwritten signature in black ink, appearing to be "P. Gao", written over a horizontal line.

经办律师(签字):

Handwritten signature in black ink, appearing to be "傅琪琪", written over a horizontal line.

Handwritten signature in black ink, appearing to be "李强", written over a horizontal line.

2015年10月9日