

长江证券股份有限公司

对《关于深圳爱问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：

我公司于 2016 年 6 月 17 日收到贵司《关于深圳爱问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“反馈意见”）。我公司作为深圳爱问科技股份有限公司（以下简称“公司”、“爱问科技”）在全国中小企业股份转让系统推荐挂牌的主办券商，会同公司、立信会计师事务所（特殊普通合伙）、广东华商律师事务所，本着勤勉尽责和诚实信用的原则对反馈意见所提问题，进行了认真核查、分析讨论和说明。现将有关问题的核查情况和意见做出如下回复，请贵公司予以审核。

涉及对《深圳爱问科技股份有限公司公开转让说明书》等文件进行修改或补充披露的部分，已按照反馈意见要求进行了修改和补充，并以楷体加粗予以标明。

1、关于公司业务

（1）公司的技术服务推广收入主要来自百度时代网络技术（北京）有限公司，公司是百度顶级流量合作伙伴。双方对通过公司用户点击百度网盟推广的内容而带来的实际收入按分成比例进行分配，分成比例根据广告展现量阶梯制确定。

①请公司补充披露公司与百度的合作模式，互联网广告投放业务的具体运营模式，与百度推广、竞价排名的关系及合作模式。

【回复】

I. 公司在报告期内与百度时代网络技术（北京）有限公司（以下简称“百度”）有广告业务合作。合作模式如下：

百度提供网盟推广合作、流量交易服务，即对接互联网广告主与互联网媒体

（即互联网广告位置提供商）。通过精确定位方式及竞价，将最具竞争力的百度推广内容投放到第三方网络相应的页面，并按照推广效果向网站进行收入分成。公司网站 iask.com、iask.sina.com.cn（PC 端、M 端）为百度提供广告位，百度根据其后台系统算法将符合要求的广告实时推送至公司网站广告位上。双方按照公司网站用户在广告位上的点击量、展示数量、点击单价等指标，按照百度的分成政策对该广告投放带来的收入进行分成，分成比例根据广告展现量阶梯制确定。双方定期结算并支付分成金额。

II. 互联网广告投放业务的具体运营模式：

互联网广告行业的上下游依次是广告主（有广告投放需求的公司）、广告联盟（如百度网盟）、网站主（如爱问网）。广告主基于产品及服务的商业推广需求，向广告联盟支付广告费用，由广告联盟帮助其锁定精准用户分发广告，将广告投放至网站主网站页面，起到宣传推广的作用。用户访问网站主页面点击广告联盟推送的广告，广告联盟根据广告展现数量、展现时间、点击量等向广告主收取广告费用，并按照推广效果向网站进行收入分成。

III. 公司与百度推广、竞价排名的关系及合作模式：

百度推广是百度对广告主的营销平台，广告主通过此平台完成广告投放的相关程序。竞价排名和百度网盟是百度推广内容的两类不同承载载体即媒体。

竞价排名指的是在百度搜索结果中展示广告，价高者可以获得更好的搜索关键词排名。

百度网盟是基于搜索引擎的网络联盟营销平台，为联盟会员在非百度媒体上提供广告主的商品销售、会员注册等效果广告。

目前公司仅与百度网盟建立了合作关系，即公司是百度推广的媒体之一。公司与竞价排名无合作关系。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“六、公司所处行业概况、市场规模及行业基本风险特征”之“（二）行业概况”之“2、与行业上下游的关系”和“第二节 公司业务”之“五、公司主营业务相关情况”之“（一）主要产品或服务的营业收入情况”中补充披露。具体情况如下：

“2、与行业上下游的关系

互联网广告行业的上下游依次是广告主（有广告投放需求的公司）、广告联盟（如百度网盟）、网站主（如爱问网）。广告主基于产品及服务的商业推广需求，向广告联盟支付广告费用，由广告联盟帮助其锁定精准用户分发广告，将广告投放至网站主网站页面，起到宣传推广的作用。用户访问网站主页面点击广告联盟推送的广告，广告联盟根据广告展现数量、展现时间、点击量等向广告主收取广告费用，并按照推广效果向网站进行收入分成。”

“.....

百度提供网盟推广合作、流量交易服务，即对接互联网广告主与互联网媒体（即互联网广告位置提供商）。通过精确定位方式及竞价，将最具竞争力的百度推广内容投放到第三方网络相应的页面，并按照推广效果向网站进行收入分成。公司网站 iask.com、iask.sina.com.cn（PC端、M端）为百度提供广告位，百度根据其后台系统算法将符合要求的广告实时推送至公司网站广告位上。双方按照公司网站用户在广告位上的点击量、展示数量、点击单价等指标，按照百度的分成政策对该广告投放带来的收入进行分成，分成比例根据广告展现量阶梯制确定。双方定期结算并支付分成金额。

.....”

②请主办券商、律师对公司互联网广告投放业务是否符合《广告法》《网络交易管理办法》《反不正当竞争法》等法律法规的规定，是否存在虚假广告，是否符合行业监管，是否存在受处罚的风险，运营是否合法合规发表明确意见。

【回复】

关于爱问公司互联网广告投放业务分为两种运营模式：

I. 技术服务推广：公司的技术服务推广业务主要是与百度开展合作，百度作为广告发布者对在公司网站上投放的广告进行合法性审查。公司与百度签订的《合作协议》约定，百度通过技术安排，从其推广客户库中自动匹配出与甲方网站页面内容，访问用户相关的若干条推广内容。公司安排将百度推广的内容呈现在公司网站相应正文周围合适的页面位置，公司可以选择是否出现与正文主题不

相关的推广内容。

根据公司说明，公司采取事后审查的方式审查百度公司投放的广告。原因是百度公司投放的广告涉及到的广告主数量大，且具体广告内容根据不同的用户所推广的内容不同，因此公司无法进行事前审核，而是采取相关用户投诉、举报的方式进行审核，相关用户通过提供截图将投诉要求反馈给公司，由公司风控专员进行处理，对于不符合要求的广告及时屏蔽下线。

II. 直销广告服务：公司存在约占收入 2% 的直销广告服务业务，公司作为广告发布者对直销广告客户所投放的广告的合法性进行事前审查。

公司制定了《广告主资质及相关政策协议审核标准》等相关制度。《广告主资质及相关政策协议审核标准》的内容严格按照《广告法》《网络交易管理办法》《反不正当竞争法》等法律法规的规定制定。该审核标准首先对广告主的资质予以严格的要求，同时对广告主进行有效分类，针对不同行业的广告主的资质有特定的资质要求，保障互联网广告主的资质合法合规。其次对广告主发布的广告内容依法合规、真实可信进行审核，审核标准严格按照《广告法》相关规定执行。

公司审核广告主广告投放业务流程为：公司市场部在与客户进行初期洽谈业务过程中，将相关资质交回公司风控专员进行审查，由风控专员审查合规后，确定与客户的进一步合作意向。合作初期客户提供发布内容，风控专员将再次对客户提供的发布内容进行内容的实质审查，审查合规后给予客户广告投放资格。

根据公司的说明、深圳市市场和质量监督管理委员会出具的《复函》（深市监信证[2016]724 号）和登录深圳市市场监督管理局网站查询违法处罚信息，以及中国裁判文书网的查询，公司没有因为发布广告受到行政处罚。

综上，公司的互联网广告投放业务符合《广告法》、《网络交易管理办法》、《反不正当竞争法》等法律法规的规定，不存在虚假广告，符合行业监管，不存在受处罚的风险，运营合法合规。

（2）2014 年底尝试垂直精细化运营医疗服务，经过一段时间的研究和试运营，公司认为此类服务商业化运作难度较大，无法实现预期收入，因此决定 2016 年 1 月起不再运营此类服务。

①请公司梳理并补充披露合作的医疗服务机构及合作模式。

【回复】

I. 报告期内，公司在垂直精细化医疗服务领域没有与任何医疗服务机构建立服务合作关系，也没有与医疗服务机构建立广告推广服务关系。

II. 2016 年起，公司与医疗服务机构建立广告推广服务关系。具体情况如下：

序号	合同对方	金额(万元)	合同期限	合同内容
1	天津华北医院	0.50	2016 年 2 月 23 日 -2017 年 2 月 23 日	商业推广
2	成都汇康中西医结合医院	0.50	2016 年 2 月 28 日 -2017 年 2 月 27 日	商业推广
3	宁波马应龙医院有限公司	0.50	2016 年 2 月 25 日 -2017 年 2 月 24 日	商业推广
4	西宁生殖保健医院	0.50	2016 年 5 月 1 日 -2017 年 4 月 30 日	商业推广
5	深圳正夫口腔医疗管理连锁 有限公司温莎口腔门诊部	1.00	2016 年 05 月 15 日 --2017 年 5 月 14 日	商业推广
6	深圳市罗湖区刘运奇医疗美容 诊所	0.50	2016 年 5 月 31 日 -2017 年 5 月 31 日	商业推广
7	深圳广尔美丽医疗美容门诊 部	0.60	2016 年 6 月 15 日 -2017 年 6 月 14 日	商业推广

②请主办券商、律师对公司是否存在为医疗服务机构运营广告推广业务，是否涉及虚假广告，是否存在投诉、举报、处罚等纠纷发表意见。

【回复】

I. 公司存在医疗服务机构运营广告推广业务，截止到现在签署的合同情况见上述问题①的回复

II. 目前只有与深圳正夫口腔医疗管理连锁有限公司温莎口腔门诊部签署的合同所约定的相关广告经过了公司审核并已上线，其他合同尚在审核过程中，主办券商和律师也对深圳正夫口腔医疗管理连锁有限公司温莎口腔门诊部的营业执照、医疗机构执业许可证书以及广告审查证明进行了审核，并按照《广告管理办法》的规定对其已上线的广告进行了核查，没有发现虚假广告。

公司制定了《推广内容审核规范》，对于拟推广广告的医疗服务机构进行严格审核，并根据工商局出具的合法合规证明，以及中国裁判文书网的查询，公司目前不涉及虚假广告，不存在投诉、举报处罚等纠纷。

(3) 请公司补充披露与新浪的合作模式，爱问系列商标是否存在侵犯知识产权的风险。

【回复】

①公司与新浪的合作模式：主要是域名和商标的买卖，以及在国家相关法律法规的规定限制下形成的域名的授权许可和商标的独占许可。

I. 域名。2015 年 12 月 24 日公司与新浪网技术（中国）有限公司和新浪技术（中国）有限公司分别签订了《域名转让协议》、与北京新浪互联信息服务有限公司签订了《域名授权许可协议》。协议约定公司向新浪相关企业购买 10 个域名（75 万元）、1 个授权使用域名（150 万元）。购买价格由第三方评估机构评估确定，公司已将协议价款支付完毕，目前 10 个域名已完成转移手续。域名明细如下：

序号	持有者	域名性质	域名	有效期
1	爱问科技	国际顶级域名	爱问 iask. 网址	2014. 11. 28-2017. 6. 28
2	爱问科技	国际顶级域名	爱问. 网址	2014. 12. 1-2017. 5. 1
3	爱问科技	国际顶级域名	aiwen. cc	2006. 6. 9-2021. 6. 9
4	爱问科技	国际顶级域名	iwen. cc	2006. 6. 9-2021. 6. 9
5	爱问科技	国际顶级域名	aiask. cc	2006. 6. 9-2021. 6. 9
6	爱问科技	国际顶级域名	lask. cc	2006. 6. 9-2021. 6. 9
7	爱问科技	国际顶级域名	iaks. com. cn	2005. 9. 23-2026. 9. 23
8	爱问科技	国际顶级域名	iask. com. cn	2004. 7. 30-2026. 7. 30
9	爱问科技	国际顶级域名	iask. com	1998. 10. 30-2025. 10. 29
10	爱问科技	国际顶级域名	iask. cn	2004. 7. 30-2026. 7. 30

目前正在使用的授权域名：

授权域名	类别	域名注册人	授权期限	授权截止日
iask.sina.com.cn	.com.cn	北京新浪互联信息服务有限公司	10 年	2025.12.21

II. 商标。2015 年 12 月 24 日公司与新浪网技术（中国）有限公司和美商华渊资讯股份有限公司（SINA.COM ONLINE）分别签订了《商标转让协议》，协议约定公司向新浪相关企业购买 12 个商标（120 万元）。购买价格由第三方评估机构评估确定，公司已将协议价款支付完毕。具体商标明细如下：

序号	注册商标	注册人	注册号	核定使用商品类别	注册期	终止期
1	IASK 及图	新浪网技术（中国）有限公司	4990669	9	2009.9.21	2019.9.20
2	IASK 及图	新浪网技术（中国）有限公司	4990668	35	2010.1.21	2020.1.20
3	I 问	新浪网技术（中国）有限公司	5341209	9	2010.7.7	2020.7.6
4	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	4785835	9	2008.9.28	2018.9.27
5	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	4785836	35	2009.2.14	2019.2.13
6	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	4785838	41	2009.2.28	2019.2.27
7	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	4785837	38	2009.2.28	2019.2.27
8	IASK 及图	美商华渊资讯股份有限公司	4990666	41	2010.8.21	2020.8.20

		SINA.COM ONLINE)				
9	IASK 及图	美商华渊 资讯股份 有限公司 SINA.COM ONLINE)	4990667	38	2010.8.21	2020.8.20
10	IASK 及图	美商华渊 资讯股份 有限公司 SINA.COM ONLINE)	4990677	42	2010.8.21	2020.8.20
序号	注册商标	注册人	注册类别	申请日期	申请号	状态说明
1	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	44	2015.3.17	16502955	2015 年 6 月 26 日获得受理通知书
2	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	45	2015.3.17	16502954	2016 年 05 月 25 日等待驳回复审

根据公司说明并经律师核查，依据《商标法》规定，“转让注册商标，商标注册人对其在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似的商标应当一并转让，对容易导致混淆或者有其他不良影响的转让，商标局不予核准，书面通知申请人并说明理由。”故上述其中的注册号为 4990669、4990668、5341209、4990666、4990667 和 4990677 六个商标无法履行转让手续。为此，公司与新浪网技术（中国）有限公司和美商华渊资讯股份有限公司（SINA.COM ONLINE）于 2016 年 5 月 10 日分别签订了《商标转让协议补充协议》以及《商标独占许可使用协议》，约定了对于其中的 4990669、4990668、5341209、4990666、4990667、4990677 六个商标采用独占许可的方式授权给公司使用，授权使用期限为该等商标的存续期，商标有效期届满后，新浪网技术（中国）有限公司以及美商华渊资讯股份有限公司（SINA.COM ONLINE）继续办理商标续展并授权给公司使用，其他商标正常办理转让，如果无法转让，则按与上述六个商标相同的独占许可方式授权给公司使用。

目前公司的商标权明细如下：

正在办理转移手续的商标权共 6 个，具体情况如下：

序号	注册商标	注册人	注册号	核定使用商品类别	注册期	终止期
1	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	4785835	9	2008.9.28	2018.9.27
2	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	4785836	35	2009.2.14	2019.2.13
3	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	4785838	41	2009.2.28	2019.2.27
4	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	4785837	38	2009.2.28	2019.2.27

序号	注册商标	注册人	注册类别	申请日期	申请号	状态说明
1	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	44	2015.3.17	16502955	2015 年 6 月 26 日获得受理通知书
2	爱问	新浪网技术（中国）有限公司	45	2015.3.17	16502954	2016 年 05 月 25 日等待驳回复审

独占许可使用的商标权共 6 个，具体情况如下：

序号	注册商标	注册人	注册号	核定使用商品类别	注册期	终止期
1	IASK 及图	新浪网技术（中国）有限公司	4990669	9	2009.9.21	2019.9.20

2	IASK 及图	新浪网技术（中国）有限公司	4990668	35	2010.1.21	2020.1.20
3	I 问	新浪网技术（中国）有限公司	5341209	9	2010.7.7	2020.7.6
4	IASK 及图	美商华渊资讯股份有限公司（SINA.COM ONLINE）	4990666	41	2010.8.21	2020.8.20
5	IASK 及图	美商华渊资讯股份有限公司（SINA.COM ONLINE）	4990667	38	2010.8.21	2020.8.20
6	IASK 及图	美商华渊资讯股份有限公司（SINA.COM ONLINE）	4990677	42	2010.8.21	2020.8.20

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司业务关键资源要素”之“（二）、主要无形资产情况”之“5、与新浪的合作模式”中补充披露。具体情况如下：

“5、与新浪的合作模式

主要是域名和商标的买卖，以及在国家相关法律法规的规定限制下形成的域名的授权许可和商标的独占许可。

2015 年 12 月 24 日公司与新浪网技术（中国）有限公司签订了《域名转让协议》和《商标转让协议》、与新浪技术（中国）有限公司签订了《域名转让协议》、与美商华渊资讯股份有限公司（SINA.COM ONLINE）签订了《商标转让协议》、与北京新浪互联信息服务有限公司签订了《域名授权许可协议》，并于 2016 年 5 月 10 日与新浪网技术（中国）有限公司和美商华渊资讯股份有限公司（SINA.COM ONLINE）签订了《商标转让协议补充协议》和《商标独占许可使用协议》。协议约定公司向新浪相关企业购买 6 个商标、10 个域名、6 个独占许可使用商标和 1

个授权使用域名。购买价格由第三方评估机构评估确定，公司已将协议价款支付完毕，协议约定公司将价款支付完毕后新浪相关企业应积极配合将相关商标和域名转移至公司名下，目前 10 个域名已完成转移手续，6 个商标正在办理转移过程中。相关商标和域名情况已在“第二节 公司业务”之“四、公司业务关键资源要素”之“（二）主要无形资产情况”之“2、商标权”和之“3、域名”中披露。”

②公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司业务关键资源要素”之“（二）、主要无形资产情况”之“5、与新浪的合作模式”中补充披露。具体情况如下：

“根据公司说明，爱问系列商标的转让与授权均与新浪相关企业签署了相关协议，并已完成付款，不存在侵犯新浪知识产权的风险。根据新浪相关企业承诺，关于转让及授权独占许可使用之爱问系列商标与公司不存在任何知识产权纠纷及潜在纠纷。”

（4）对于用户的激励主要由情感激励、物质激励两部分组成。请公司补充披露物质激励的具体方式。请主办券商、律师针对其合规性发表意见。

【回复】

①对于用户的激励主要由情感激励、物质激励两部分组成。公司报告期内只进行了情感激励，从 2016 年起开始实行物质激励。对于物质激励，设置的目的是维持平台供求关系的平衡，对于爱问共享知识平台的建设，知识贡献者（回答者）是一个重要的生态建设对象。知识贡献者回答问题的动机大部分是为了帮助其他用户，用户在回答问题后，可以获得一定积分，通过积分的积累，可以兑换部分实体物品，如：电动牙刷、U 盘、玩偶、书籍等产品。

②公司对用户进行物质激励是互联网公司普遍采用的用户激励补贴形式，其发放方式和程序均不存在违法违规行为。

（5）请公司补充披露爱问共享知识平台发布的内容来源，是否存在知识产权纠纷及潜在纠纷。

【回复】

①爱问共享知识平台是一个UGC（用户生成内容）的内容共享平台，所有内容均由用户自行提供和发布，而爱问平台只是提供内容的承载，由于内容全部由网友产生，面对海量的信息的审核，公司已经投入了大量的人力、物力进行内容审核，但仍有可能存在侵权纠纷的风险。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“三、公司商业模式”之“（二）内容管理模式”中补充披露。具体情况如下：

“爱问平台是一个UGC（用户生成内容）的内容共享平台，所有内容均由用户自行提供和发布。”

关于爱问平台内容是否存在纠纷，已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“三、公司商业模式”之“（二）内容管理模式”中补充披露。具体情况如下：

“根据公司说明，工商局出具的证明，以及中国裁判文书网的查询截至目前，公司爱问平台的内容没有发生知识产权的侵权纠纷。”

针对上述知识产权的潜在纠纷，公司高度重视其影响力，从事前防范、事中控制和事后处理三个方面制定了相关内控制度，保证及时消除知识产权的纠纷以及对公司的相关影响。在事前防范方面，按照知识产权的相关规定，针对用户注册，公司郑重要求用户签署《用户协议》、《免责声明》、《版权声明》等法律文件，要求用户上传作品不得侵犯他人知识产权，从而做到事先风险提示义务；在事中控制方面，公司对信息安全审核、投诉渠道及机制、用户需求反馈等各个阶段均制订了相应的规章制度。审核内容包括用户的等级，头像、昵称（ID）、简介、标签、备注以及提交发布的各类型信息等。对内容存在含等级/承诺/绝对化用语，夸大诱骗/虚假信息，非法/黄色/恐暴内容，侵权/未审核品牌资质/无授权，非法链接/链接有误，模糊/不清晰/违反美观度严格，低俗/丑陋/负面炒作等信息及时删除；在事后控制方面，除进行内部日常值班的信息安全审核之外，对于管理部门发出的通知，当值的信息安全审核总值班人员负责实时响应并处理；对于用户的举报以及企业（或个人）提出的申请，规定了信息处理渠道以及机制，公司按照既定流程及时予以处理，最大程度防止侵权纠纷的发生以及减少侵权所致的影响。”

2、关于关联方占用公司资金

(1) 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，包括且不限于占用主体、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。

【回复】

报告期初至申报审查期间，公司不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形。

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“十四、关联方、关联方关系及关联交易”之“(二) 关联交易情况”进行披露说明。具体情况如下：

“报告期初至本公开转让说明书签署之日，公司不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金情形，亦不存在公司从控股股东、实际控制人及其关联方拆入资金的情形。”

(2) 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】

主办券商、律师及会计师通过访谈公司财务人员、查阅会计账簿和抽查原始单据等方式进行核查，经核查，报告期期初至申报审查期间，公司不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形，也不存在公司为其代垫款、代付债务等方式占用公司资金的情形，上述关联方承诺有效执行。主办券商、律师及会计师认为公司符合挂牌条件。

3、请公司补充披露并请主办券商及律师补充核查：

(1) 境外主体是否曾筹划上市进展、未上市原因等情况；

【回复】

公司未曾进行境外上市筹划，2015 年公司看好国内资本市场的良好发展前景

景，决定在国内资本市场拓宽融资渠道，因此拆除了原有的 VIE 架构。

(2) VIE 协议控制架构的搭建和拆除过程是否符合外资外汇、税收等有关规定，是否存在行政处罚风险；

【回复】

公司已在公开转让说明书“第一节 公司概况”之“七、VIE 架构的搭建与拆除”之“(二) VIE 架构的拆除”之“4、境外私募相关事项”中补充披露。具体情况如下：

“①VIE 协议控制架构的搭建和拆除过程的外资情况如下：

博网通联网络技术（北京）有限公司（以下简称“博网通联”）系由图云公司出资，并于 2012 年 2 月 3 日在北京市工商行政管理局登记注册成立的外商独资企业，取得了由北京市人民政府批注的编号为商外资京资字【2012】8019 号的《外商投资企业批准证书》。

2014 年 1 月 20 日，博网通联进行增资，取得了由北京市海淀区商务委员会作出的编号为海商审字[2014]44 号《关于博网通联增资的批复》并更新了《外商投资企业批准证书》。

博网通联的设立及历次股权变更都经过了商务部门审批并办理了工商变更登记，符合外资管理法律、法规及规范性文件的相关规定。

②VIE 协议控制架构的搭建和拆除过程的外汇情况如下：

根据国家外汇管理局《关于境内居民通过境外特殊目的的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发 2005 第 75 号文，下称“75 号文”）（现已失效）的有关规定，开曼公司通过博网通联协议控制问我时代属于该通知规范的范围。2011 年 7 月 21 日，BVI 公司设立时，王欣、刘昊钰 2 名自然人在国家外汇管理局北京外汇管理部办理了境内居民个人境外投资的外汇登记手续。

2014 年 7 月 4 日，国家外汇管理局发布《国家外汇管理局关于境内居民通过特殊目的公司境外投融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2014]37 号，下称“37 号文”），75 号文失效。根据 37 号文附件《返程投资外

汇管理所涉业务操作指引》的规定，境内居民个人只为直接设立或控制的特殊目的公司办理登记。根据公司提供的加盖国家外汇管理局北京外汇管理部核准章的《境内居民个人境外投资的外汇登记表》，王欣、刘昊钰已经在就其直接持股的 BVI 公司办理了外汇登记。

开曼公司分别于 2012 年 3 月 16 日、2013 年 11 月 6 日向境外机构发行 A 系列优先股、B 系列优先股时，分别于 2012 年 5 月 9 日和 2013 年 12 月 26 日更新了加盖国家外汇管理局北京外汇管理部核准章的《境内居民个人境外投资的外汇登记表》。

开曼公司通过 VIE 架构向境内公司博网通联缴付出资的方式提供资金。根据国家外汇管理局北京外汇管理部于 2012 年 6 月 6 日出具的编号 1100002012001464 的《外方出资情况询证函回函》及编号分别为 1100002012001568 的《询证回函（流入）》，根据北京中会信诚会计师事务所有限责任公司出具的《流入权益确认（会计师事务所）》，在缴付出资过程中相关主体所涉及到的外汇出入境均依据我国外汇管理的相关法律法规履行了审批程序。

③经核查，VIE 协议控制架构的搭建和拆除过程的税收情况如下：

公司 VIE 协议控制架构的搭建过程中的境内部分主要通过签署 VIE 协议实现，VIE 协议签署后博网通联并未因此而实现持有爱问科技的股权，并使爱问变更为外商投资企业，也未实现购买公司的资产且运营该等资产，因此，VIE 协议的签署不涉及因股权或资产的权属变更而产生的税收缴纳事宜。

公司 VIE 架构解除后，爱问科技及博网通联作为内资企业和外商独资企业的企业性质未发生变化，因此在解除 VIE 架构时不存在需按照《外商投资企业和外国企业所得税法》补缴其通过外商投资企业税收优惠政策而免缴的企业所得税问题。

公司的实际控制人王欣同时签署书面承诺：在爱问科技 VIE 搭建及拆除的过程中涉及到的股权转让等全部事项均符合当地法律规定，股权转让手续已全部办理完毕，不存在潜在的纠纷和隐患；如果因上述事项产生纠纷导致爱问科

技利益遭受损失，所有损失由其全部承担。

根据深圳市南山区国家税务局、深圳市南山区地方税务局分别出具的无违法违规证明，爱问科技 2013 年 1 月 1 日至今不存在违反有关税收法律、行政法规的行为或因违反税收相关法律、行政法规而受到行政处罚的情形。

根据上述主管税务机关出具的证明，公司未有因 VIE 搭建及拆除过程中的税务事项而被税务机关处罚的情形。

综上所述，VIE 协议控制架构的搭建和拆除过程符合外资、外汇、税收合法合规，不存在行政处罚风险。”

(3) VIE 协议控制架构是否彻底拆除，拆除后标的资产股权权属是否清晰，是否存在诉讼等法律风险；

【回复】

公司已在公开转让说明书“第一节 公司概况”之“七、VIE 架构的搭建与拆除”之“（二）VIE 架构的拆除”之“4、境外私募相关事项”中补充披露。具体情况如下：

“经核查，2015 年 9 月 1 日，开曼公司、博网通联、王欣、刘昊钰与深圳市问我时代科技有限公司（以下简称“问我时代”，系公司前身）签订《控制协议终止协议》（以下简称“终止协议”），协议约定五项控制协议于终止协议签订日全部终止。五项控制协议包括：博网通联与问我时代于 2012 年 12 月 18 日签署的《独家业务合作协议》，开曼公司与王欣与刘昊钰在 2012 年 12 月 18 日签署的《借款协议》，博网通联与王欣与刘昊钰在 2012 年 12 月 18 日签署的《独家购买权协议》，博网通联与王欣与刘昊钰在 2012 年 12 月 18 日签署的《股权质押协议》，王欣与刘昊钰于 2012 年 12 月 18 日签署的《授权委托书》。上述 VIE 协议自该终止协议签署之日起终止，终止协议约定相关的借款义务均予以免除。

根据日期为 2015 年 9 月 15 日的深圳市市场监督管理局出具的《企业股权出质注销登记通知书》，刘昊钰、王欣将问我时代的全部股权质押给博网通联所办理的质押登记被注销。

公司的实际控制人王欣已作出不可撤销的声明与承诺：“（一）为搭建公司 VIE 架构而签署的《独家业务合作协议》、《借款协议》、《独家购买权协议》、《股权质押协议》以及《授权委托书》（以下合称“VIE 控制协议”）已由各方协议解除。公司 VIE 架构已经彻底解除。解除公司 VIE 控制协议是各方的真实意思表示，协议任何一方均不存在对其他方的违约行为，互不承担违约责任。

（二）截至目前，各方对公司 VIE 控制协议的签署、履行、解除均不存在任何权利主张、争议纠纷或潜在争议纠纷。如因公司 VIE 控制协议的签署、履行、解除有关的事项导致任何相关方提出权利主张、产生争议纠纷从而导致公司或公司未来股东遭受任何损失，承担任何代价的，相关损失与代价将由本人全部承担。”

根据公司说明，VIE 协议控制架构拆除后，开曼公司、博网通联、王欣、刘昊钰与问我时代签订的控制协议已全部终止；问我时代与博网通联的股权质押已解除；开曼公司的股权转让已经完成；BVI 公司、图云公司、博网通联以及四季凯芯正在逐步办理注销程序过程中，公司的相关资产股权权属清晰，不存在诉讼等法律纠纷。”

（4）VIE 协议控制架构拆除后，公司的生产经营是否符合国家产业政策相关法律法规等规定；

【回复】

公司已在公开转让说明书“第一节 公司概况”之“七、VIE 架构的搭建与拆除”之“（二）VIE 架构的拆除”之“4、境外私募相关事项”中补充披露。具体情况如下：

“VIE 架构拆除前公司的主营业务为：互联网广告推广服务，持有有效的 ICP 证，符合国家产业政策相关法律法规规定，VIE 架构拆除后主营业务没有变化，因此也没有违反国家产业政策的相关法律规定。

详见公开转让说明书“第二节、公司业务”之“六、公司所处行业概况、市场规模及行业基本风险特征”之“（一）行业分类、监管体制及行业政策”。

（5）VIE 协议控制架构拆除后，公司主营业务和董事、高级管理人员、实

际控制人的变化情况。

【回复】

公司已在公开转让说明书“第一节 公司概况”之“七、VIE 架构的搭建与拆除”之“（二）VIE 架构的拆除”之“4、境外私募相关事项”中补充披露。具体情况如下：

“根据对公司提供的资料及《审计报告》的核查，VIE 协议控制架构拆除后，公司主营业务和董事、高级管理人员、实际控制人的均没有发生变化。”

4、公司有机构投资者。请公司补充说明并披露：

（1）公司引入机构投资者的定价依据；

【回复】

公司引入机构投资者时，系结合公司以前年度经营情况及未来成长性预测，根据当期盈利情况友好协商确定定价的。与其洽谈增资入股系 10 月份，2015 年 1-9 月份未经审计的每股收益约 5 元/股（未进行年化后，年化后每股收益约 6.67 元/股），经过双方协商，最终确定参照 10 倍市盈率（未进行年化，年化后约 7.5 倍市盈率）确定增资价格。

（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。

【回复】

公司已在公开转让说明书“第一节 公司概况”之“四、公司历史沿革情况”之“（一）有限公司阶段”之“2、历次股权变动情况”之“（3）2015 年 12 月，第一次增资”中补充披露。具体情况如下：

“①经核查，2015 年 12 月 22 日，金卓恒邦（下称“甲方”、“投资方”）、公司（下称“乙方”“目标公司”）、公司当时股东王欣、刘昊钺、海南弘伟、海南爱问（下统称“丙方”“现有股东”）签订了《深圳问我增资合同》，在增资合同中约定了若 2016 年 9 月 30 日前公司未能在深圳、上海证券交易所或新

三板顺利挂牌，届时投资方将立即享有如下优先权：

I. 同等待遇。如公司给予股东（包括引进的新投资方）享有的权利优于投资方享有的权利的，则投资方将自动享有该等权利。

II. 现有股东股权转让限制。自投资方的增资的工商变更登记完成之日次月起算的三十六（36）个月届满时为止，未经投资方事先书面同意，现有股东不得擅自将其所持有的目标公司股权转让、出售、质押给任何第三方或在其上设置任何第三方权利，且现有股东不得与其他任何第三方就目标公司的融资事宜（包括但不限于股权转让、增资、合资或其他任何类似安排）达成任何形式的交易或协议。该等限制应至自投资方的增资的工商变更登记完成之日次月起算的三十六（36）个月届满后方可解除。

III. 优先购买权。自投资方的增资的工商变更登记完成之日次月起算的三十六（36）个月届满时前，投资方就现有股东转让或出售目标公司股权事先书面同意的，投资方在同等条件下享有该股权的优先购买权。

IV 优先认购权。自投资方的增资的工商变更登记完成之日次月起算的三十六（36）个月届满时前，经投资方事先书面同意目标公司融资的，如目标公司欲增加注册资本，在同等条件下投资方对目标公司欲增加的注册资本享有优先认购权。

V 共售权。投资方在持有目标公司股权期间享有共同出售权，即如现有股东欲转让或出售其持有的目标公司股权时，投资方如放弃行使优先购买权，则投资方仍有权按照同等条件按比例转让其持有的目标公司的股权。

VI. 反稀释权。投资方在持有公司股权期间享有反稀释的权利。在投资方的增资的工商变更登记完成后，除非投资方事先书面同意，公司不得以低于投资方增资的价格或优投资方增资合同约定的条件发行新股份（“额外增资”），否则公司和现有股东应采取措施弥补投资方并使投资方的每份注册资本的投资金额不高于额外增资的每股价格。价格调整应与额外增资同步进行。为达成该等价格调整，投资方有权以零对价或其他法律允许的最低对价获得目标公司增资，或者要求现有股东以零对价或其他法律允许的最低价格向投资方转让其对目标

公司持有的股权，或要求现有股东向投资方支付一定数额现金作为价格调整的补偿等的方式进行价格调整。从而使该投资方在价格调整后就其所持有的目标公司股权所支付的价格降至与额外增资拟新增注册资本的发行价格一致。

VII. 清算优先权。公司发生清算事件进入清算程序，在目标公司清偿债务并支付相关税款之后，对于公司依法可支配的全部剩余款项和资产，投资方可以优先从公司收回截止清算前投资方实际向目标公司支付的全部投资款（包括但不限于依据本协议之约定所支付的认购增资价款）及年息 8%（复利）；若投资方收回全部投资款及年息的，投资方可再和其它目标公司股东一起对目标公司的剩余款项和资产按照各自所持股权比例进行清算。

VIII. 重大事项决定权。对于某些重大事项的董事会决议，需要获得包括投资方委派的董事在内的三分之二董事的批准才能生效。

IX. 知情权。投资方有权获得公司向董事会成员提供的、与目标公司及其关联公司相关的全部财务或其他信息和材料，并有权向目标公司管理层提出建议并与之进行商讨。

X. 董事委任权。公司董事会由三名董事构成，其中一名董事由投资方委派人员担任，两名董事由现有股东委派人员担任。

②根据公司说明，除《深圳问我增资合同》外，公司不存在与机构投资者签署的其他对赌协或其他投资安排，公司与投资者之间的合同约定了优先权或特别权利保障条款，但该等优先权或特别权利保障条款为附条件生效的条款，生效条件是：公司在 2016 年 9 月 30 前未能在深圳、上海证券交易所或新三板顺利挂牌。鉴于公司已经申请新三板挂牌并有可能在 2016 年 9 月 30 前完成挂牌，因此，上述公司与投资者之间的合同约定的优先权或特别权利保障条款对本次挂牌不构成实质性障碍。”

5、请公司补充披露公司股东及董监高简历，具体到月份。

【回复】

关于公司股东简历已在公开转让说明书“第一节 公司概况”之“三、公司股东情况”之“（二）公司股东持股情况”中补充披露。具体补充披露如下：

任振国先生，1978年11月28日生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1996年9月-1997年11月就读于吉林省梅河口市第五高中；1997年12月至2000年12月在吉林省武装警察部队参军；2001年4月至2005年7月就职于北京北联晨光信息系统有限公司任售前工程师和客户经理；2005年8月至2008年10月就职于北京捷成讯科技有限公司任区域经理；2008年12月至2010年11月就职于北京东方优能能源科技有限公司任市场总监；2010年12月至今就职于北京海天创世科技有限公司任总经理。

公司已在公开转让说明书“第一节 公司概况”之“八、董事、监事、高级管理人员基本情况”中补充披露。具体补充披露如下：

“王欣先生，董事长兼总经理，1973年9月28日生，中国国籍，具有新加坡居留权。毕业于东南大学无线电通信专业，本科学历。1997年7月至2001年4月年任深圳华为技术有限公司销售经理；2001年4月至2002年12月任广州讯龙科技有限公司首席运营官；2003年1月至2005年5月先后任新浪无线总经理和新浪集团资深副总裁；2005年6月至2008年9月任北京驰纵网络科技有限公司总经理；2008年10月至2010年3月任北京空中信使信息技术有限公司首席运营官；2010年3月至2012年2月为自由职业；2012年2月至2012年10月任博网通联网络技术（北京）有限公司总经理；2012年11月至今先后任深圳市问我时代科技有限公司执行董事、总经理，现任爱问科技董事长。

虞敏先生，董事，男，1974年4月5日生，中国国籍，无境外居留权，毕业于浙江大学技术经济及企业管理专业，研究生学历，律师、保荐代表人资格。1994年9月至1998年8月，就职于南京市信托投资公司；1998年9月至2001年4月就读于浙江大学；2001年7月至2007年7月，任华泰证券投行部项目经理，2007年8月至2008年12月任华泰证券投资煤炭电力部副经理，2009年1月至2010年6月任华泰证券投行化工部经理，2010年7月至2012年12月任华泰证券投行管理总部副总经理，2013年1月至2015年8月任华泰证券场外业务部副总经理，2016年6月至今任南方资本副总经理。”

6、报告期内公司的业务对百度时代网络技术（北京）有限公司获得收入分别为25,451,615.55元、882,625.23元，占比分别为98.63%、87.42%，存在一

定的大客户依赖风险。

(1) 请公司补充披露客户集中度高的原因及合理性。

【回复】

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、公司主营业务相关情况”之“(二) 产品或服务的主要消费群体”之“3、公司客户集中度高的原因及合理性分析”中补充披露如下：

“3、客户集中度高的原因及合理性分析

其一、市场化选择的结果。中国网络广告市场中的媒体有百度、淘宝、腾讯、搜狗等数家联盟，公司前期通过与搜狗、腾讯和百度等的合作探索，由于百度联盟的营收规模及影响力在互联网广告媒体中居于遥遥领先的龙头地位，最终根据最佳经济效益原则公司确定与百度联盟建立排他性（其他广告联盟）合作关系，百度联盟不是公司的唯一选择；

其二、业务发展的客观需要。百度联盟隶属于全球最大的中文搜索引擎百度，该联盟覆盖了全国 95%的网民，为全国 50 万中小企业提供营销推广服务，位居中国网络广告媒体排名龙头位置，能与百度联盟建立稳定的业务合作关系对公司的营收有重要意义；

其三、自身优势的体现。公司自身构建的爱问知识共享平台，内容总量包括 4000 万条知识内容和 4000 万份独立的文档资料，月内容访问覆盖了 1.8 亿独立互联网用户，凭借平台的内容积累和良好的流量优势，公司成为互联网媒体联盟的优选合作对象，因此百度联盟要求与公司签订排他性（其他联盟）的合作协议，给予公司更优惠的商务条款，更高端的个性化服务，充分体现出公司的卓越性，并说明公司为百度联盟的顶级流量伙伴；

其四、公司一直重视直销广告的开发，虽然报告期内直销广告收入的绝对值是处于上升趋势，但是与百度相比占比较小。

综上所述，公司在与百度联盟合作时，受限于排他性条款无法与行业内其他具有一定实力的互联网媒体联盟合作，由此决定了公司互联网联盟类型的客

户单一；虽然公司也在不断开发直投广告，但是与市场龙头百度相比，直投广告的收入短期内很难与之抗衡，因此公司客户集中度高。”

（2）请公司分析并补充披露与大客户合作稳定性与可持续性，未来变化趋势，是否符合公司的行业与产品经营特征。

【回复】

①公司已与百度建立了稳定且具有持续性的合作关系，未来合作关系将更加紧密和深入。

I. 公司依靠丰富优质的内容积累和海量优质的用户访问，与百度联盟建立了排他性合作关系，是百度的顶级流量合作伙伴。百度通过公司的流量优势为广大广告主提供更多的商业推广服务，公司依靠百度网盟实现流量变现，双方相互依存，互惠互利。

II. 公司从 2014 年 3 月起与百度建立合作关系，经过一年多的合作，基于公司优质海量的流量优势，百度与公司于 2015 年 6 月签订了排他性合作协议。从历史上看，公司与百度合作具有稳定性。

III. 公司与百度的合作协议已于 2016 年 5 月 31 日到期，目前新的合作协议已洽谈完毕，合同期限仍为一年，合同正在走百度公司内部用印流程。从目前合作情况来看，公司与百度的合作具有稳定性和可持续性。后期合同到期后，将根据当时的市场情况协商续约事宜，续约不存在不确定性。

②公司与百度的合作符合行业与产品经营特征。互联网行业形势变化较快，竞争性较大，基于目前市场竞争格局由双方双向选择来确定具体的合同期限。百度与互联网广告服务行业中的公司签订的合作协议期限基本为一年，例如百姓网等，此为百度的统一合作模式，由于百度处于互联网广告媒体龙头地位，因此其合作模式被行业内其他公司广泛借鉴，因此公司与百度的合作符合行业与产品经营特征。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、公司主营业务相关情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“4、公司大客户合作稳定性与可持续性分析”中补充披露，具体情况如下：

“4、公司大客户合作稳定性与可持续性分析

公司已与百度建立了稳定且具有持续性的合作关系，未来合作关系将更加紧密和深入。

(1) 公司依靠丰富优质的内容积累和海量优质的用户访问，与百度联盟建立了排他性合作关系，是百度的顶级流量合作伙伴。百度通过公司的流量优势为广大广告主提供更多的商业推广服务，公司依靠百度网盟实现流量变现，双方相互依存，互惠互利。

(2) 公司从 2014 年 3 月起与百度建立合作关系，经过一年多的合作，基于公司优质海量的流量优势，百度与公司于 2015 年 6 月签订了排他性合作协议。从历史上看，公司与百度合作具有稳定性。

(3) 公司与百度的合作协议已于 2016 年 5 月 31 日到期，目前新的合作协议已洽谈完毕，合同期限仍为一年，合同正在走百度公司内部用印流程。从目前合作情况来看，公司与百度的合作具有稳定性和可持续性。后期合同到期后，将根据当时的市场情况协商续约事宜，续约不存在不确定性。

互联网行业形势变化较快，竞争性较大，基于目前市场竞争格局由双方双向选择来确定具体的合同期限。百度与互联网广告服务行业中的公司签订的合作协议期限基本为一年，例如百姓网等，此为百度的统一合作模式，由于百度处于互联网广告媒体龙头地位，因此其合作模式被行业内其他公司广泛借鉴，因此公司与百度的合作符合行业与产品经营特征。”

(3) 请公司补充披露针对大客户依赖公司所采取的措施及其有效性，公司对其他客户的拓展情况。

【回复】

公司针对大客户依赖采取的措施如下：

I. 加强爱问平台建设，扩充知识内容积累，提升公司自身实力。知识内容是公司的竞争壁垒和增长潜力，公司非常重视知识内容共享社区的建设，通过产品优化、平台搭建，为知识贡献者提供更好的产品体验，同时加强用户的精神激

励,让更多的知识贡献者可以进一步贡献自己的内容,使平台内容积累更加丰富。

II. 加强大客户服务工作, 密切关注客户需求, 增强客户粘合度。通过对公司产品精细化运营, 细分客户分类, 并且提供差异化的服务。

III. 拓展渠道建设, 尝试垂直化运营爱问平台具体内容板块。公司进一步拓展内容来源, 和其他专业垂直化的内容平台进行充分的合作, 从而获取精准的垂直化内容, 通过垂直化内容获得定向的客户群体, 在提升客户访问忠诚度和美誉度的同时, 可以获得更多的潜在商业价值。

IV. 积极研发新产品上线商业化, 例如爱问 iShare, 吸引更多新用户的同时稳固现有老用户, 增强公司对客户的吸引力。公司将进一步拓展垂直产品, 完善内容的分布和分类。从问答类的产品体验进一步拓展为经验、百科、文库等全面的内容体系; 从文字的产品体验进一步拓展为图文、视频等全面的内容体系。通过对内容表现方式和组织方式的多维度拓展, 进一步增强公司对客户的吸引力。

措施的有效性分析如下:

I. 从业务角度来看, 百度将联合公司推出更多营销活动, 随着公司流量的快速提升、核心内容的不断积累, 公司与百度业务越来越紧密, 合作范围越来越广, 双方互惠互利, 合作共赢。

II. 从数据角度来看, 公司的流量在过去的一年中成倍增长, 公司通过所积累的核心内容, 可以进一步有效的提高客户访问量。

III. 公司将针对教育、汽车等热点板块, 通过专业的垂直化运营, 定点的内容生产, 预计将会给公司带来高于其他板块的增长速度和营业收入。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、公司主营业务相关情况”之“(二) 产品或服务的主要消费群体”之“5、公司针对大客户依赖所采取的措施及其有效性”中补充披露, 具体情况如下:

“5、公司针对大客户依赖所采取的措施及其有效性

(1) 公司针对大客户依赖采取的措施如下:

①加强爱问平台建设, 扩充知识内容积累, 提升公司自身实力。知识内容

是公司的竞争壁垒和增长潜力，公司非常重视知识内容共享社区的建设，通过产品优化、平台搭建，为知识贡献者提供更好的产品体验，同时加强用户的精神激励，让更多的知识贡献者可以进一步贡献自己的内容，使平台内容积累更加丰富。

②加强大客户服务工作，密切关注客户需求，增强客户粘合度。通过对公司产品精细化运营，细分客户分类，并且提供差异化的服务。

③拓展渠道建设，尝试垂直化运营爱问平台具体内容板块。公司进一步拓展内容来源，和其他专业垂直化的内容平台进行充分的合作，从而获取精准的垂直化内容，通过垂直化内容获得定向的客户群体，在提升客户访问忠诚度和美誉度的同时，可以获得更多的潜在商业价值。

④积极研发新产品上线商业化，例如爱问 iShare，吸引更多新用户的同时稳固现有老用户，增强公司对客户的吸引力。公司将进一步拓展垂直产品，完善内容的分布和分类。从问答类的产品体验进一步拓展为经验、百科、文库等全面的内容体系；从文字的产品体验进一步拓展为图文、视频等全面的内容体系。通过对内容表现方式和组织方式的多维度拓展，进一步增强公司对客户的吸引力。

(2) 措施的有效性分析如下：

①从业务角度来看，百度将联合公司推出更多营销活动，随着公司流量的快速提升、核心内容的不断积累，公司与百度业务越来越紧密，合作范围越来越广，双方互惠互利，合作共赢。

②从数据角度来看，公司的流量在过去的一年中成倍增长，公司通过所积累的核心内容，可以进一步有效的提高客户访问量。

③公司将针对教育、汽车等热点板块，通过专业的垂直化运营，定点的内容生产，预计将会给公司带来高于其他板块的增长速度和营业收入。”

公司对其他客户的拓展情况公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“五、公司主营业务相关情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“6、其他客户的拓展情况”中补充披露如下：

“ 6、公司对其他客户的拓展情况

序号	客户名称	合同金额 (万元)	合同期间	合同内容	执行情况
1	南京新雨恒网络科技有限公司	50.00	2016.1.1 -2016.12.31	商业推广	正在履行
2	合肥浮云文化传播有限公司	10.00	2016.1.1 -2016.12.31	商业推广	正在履行
3	北京时代网创科技发展有限公司	30.00	2016.1.6 -2017.1.5	商业推广	正在履行
4	深圳市亿航广告有限公司	1.00	2016.1.15 -2017.1.14	商业推广	正在履行
5	深圳市格恩特电子科技有限公司	1.00	2016.2.15 -2017.2.14	商业推广	正在履行
6	成都汇康中西医结合医院	0.50	2016.2.28 -2017.2.27	商业推广	正在履行
7	宁波马应龙医院有限公司	0.50	2016.3.1 -2017.2.28	商业推广	正在履行
8	湖南银丰传媒广告有限责任公司	10.00	2016.3.1 -2017.2.28	商业推广	正在履行
9	北京华盛兴业传媒广告有限责任公司	1070.00	2016.4.1 -2017.4.30	商业推广	正在履行
10	天津华北医院	0.50	2016.2.23 -2017.2.23	商业推广	正在履行
11	深圳正夫口腔医疗管理连锁有限公司 温莎口腔门诊部	1.00	2016.5.15 -2017.5.14	商业推广	正在履行
12	西宁生殖保健医院	0.50	2016.5.1	商业推广	正在履行

			-2017. 4. 30		
13	深圳市金典蚂蚁搬迁有限公司	0.30	2016. 5. 17 -2017. 5. 16	商业推广	正在履行
14	深圳广尔美丽医疗美容门诊部	0.60	2016. 6. 15 -2017. 6. 14	商业推广	正在履行
15	深圳市罗湖区刘运奇医疗美容诊所	0.50	2016. 5. 31 -2017. 5. 31	商业推广	正在履行

”

(4) 请主办券商对上述事项补充核查，针对公司客户集中度较高是否影响公司持续经营能力发表专业意见。

【回复】

主办券商针对上述事项采取了如下核查方式：

①查阅公司 2016 年 1-5 月未经审计的财务报表；

②对公司实际控制人、业务负责人和财务负责人进行访谈，了解公司发展战略及公司拟为重大客户依赖状况而采取的措施及新客户拓展情况等内容；

③查阅公司报告期后与主要客户签署的业务合同及相应的资料；

④查询公司所处的行业的相关特点、合作模式及发展趋势。

主办券商通过审慎核查，针对客户集中度较高不影响公司的持续经营能力分析如下：

①根据普华永道的统计数据显示，2015 年中国的互联网广告收入为 232 亿美元，占全球互联网广告收入的 15.1%，成为仅次于美国的世界第二大互联网广告市场。据美媒报道，百度 2015 年独揽中国三分之一数字广告收入。由此可见，中国互联网广告市场前景广阔，且百度仅占中国互联网广告市场收入的三分之一，仍有三分之二的市场空间可待公司开发。

②公司与百度建立排他性合作模式是市场化选择的结果，但并非公司唯一选

择，公司仍可与其他互联网联盟如谷歌、中搜、搜狗、雅虎搜索、网易有道、搜搜、必应、淘宝等建立合作。公司每年也会定期取一些样本进行对比，选择最有利于公司的互联网联盟进行合作。

③此外公司还将加大垂直化领域的直销拓展。公司除互联网广告联盟的变现模式外，公司也在积极拓展垂直化领域的直销广告。公司通过代理商与终端客户进行直接广告交易，终端客户可以在公司所提供的精准营销系统中，按照内容属性插入精准的定向广告，从而为客户带来更加有效的广告效果，因为效果的提高，公司也可以取得更多的广告收益。

综上，客户中度较高不会影响公司的持续经营能力。

7、公司报告期收入全部来自于广告收入。

(1) 请公司补充说明直销广告服务与技术服务推广收入确认方式。

【回复】

从营业收入类别来看，公司主营业务收入分为技术服务推广、直销广告服务，具体收入确认方式如下：

①技术服务推广

公司的技术服务推广收入主要来自百度时代网络技术（北京）有限公司。百度通过其后台系统算法，从其推广客户库中自动匹配出与公司网站 iask.com、iask.sina.com.cn（PC 端、M 端）页面内容、访问用户相关的若干条推广内容，该推广内容由公司自主安排投放到公司网站相应正文周围合适的页面位置。双方对通过公司用户点击百度网盟推广的内容而带来的实际收入按分成比例进行分配，分成比例根据广告展现量阶梯制确定。百度提供清晰透明的广告展现量数据统计，公司亦有相应的数据统计系统可时时比对分析数据的准确性。每自然月次月 5 日（遇法定节假日顺延）百度按合同约定标准确定分成金额，经公司确认无误后，公司开具发票确认收入实现。

②直销广告服务

直销广告服务是指公司市场部人员与广告代理公司等直接洽谈获取的广告

投放业务。公司一般根据发布时间或发布次数收取费用。对于根据发布时间收取费用的，双方根据签署的协议上的具体广告投放周期，将投放周期的天数按自然月区分，计算不同月份的广告投放天数，进而确定不同月份应确认的收入金额。对于按发布次数收取费用的，根据签署的协议约定的客户购买的展现次数，公司进行广告投放并通过自身数据统计系统来统计实际投放数量按月确认收入，达到约定数量时系统自主停止投放。客户可以定期登录公司数据统计系统对广告投放进度、流量监测、投放效果进行确认。

(2) 请公司补充披露与客户核对数据的具体形式，公司数据的获取方式，相关内部控制措施，如何保证数据的真实准确性，报告期是否发生双方数据不一致的情形及处理方法。

【回复】

从营业收入类别来看，公司主营业务收入分为技术服务推广、直销广告服务，其获取数据的方式，与客户核对数据的具体形式，相关的内部控制措施如下：

①技术服务推广

公司与百度签订相应合作协议，协议对双方数据获取及核对、数据不一致处理方式和相应的控制措施等进行了明确。百度提供清晰透明的广告展现量数据统计，公司亦有自身的数据系统进行广告展现量数据统计。公司产品运营部有专人根据授权权限时时登录百度数据统计系统与公司自身数据统计系统数据进行比对分析。若数据有差异(差异率 $\geq 5\%$)，公司产品运营部及时排查数据差异原因。百度按月以电子邮件、按季度以纸质对账单的方式明确最终分成金额。产品运营部门负责人、公司财务部审核后及时根据确定的分成金额开具发票确认收入实现。

②直销广告服务

直销广告服务是指公司市场部人员与广告代理公司直接洽谈获取的广告投放业务。市场部根据客户需求设计广告投放方案，由部门负责人审核并经公司法务人员和财务部确定后签订合同，合同一般约定具体广告的营销方式、期间、频次、单价、进度等因素。在投放执行过程中公司产品运营部根据约定日期向客户

报送报告，客户可定期登录公司的广告系统就广告的投放进度、流量监测、投放效果进行确认。确认无误后公司财务部根据合同约定开具发票确认收入实现。

报告期内公司未发生双方数据不一致的情形。

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“七、营业收入、利润及变动情况”之“（一）营业收入情况”之“2、主营业务收入结构”进行补充披露说明。具体如下：

“从营业收入类别来看，公司主营业务收入分为技术服务推广、直销广告服务，其中技术服务推广收入是公司营业收入的主要来源。

（1）技术服务推广

公司的技术服务推广收入主要来自百度时代网络技术（北京）有限公司。双方对通过公司用户点击百度网盟推广的内容而带来的实际收入按分成比例进行分配，分成比例根据广告展现量阶梯制确定。百度提供清晰透明的广告展现量数据统计，公司亦有自身的数据系统进行广告展现量数据统计。公司产品运营部有专人根据授权权限时时登录百度数据统计系统与公司自身数据统计系统数据进行比对分析。若数据有差异（差异率 $\geq 5\%$ ），公司产品运营部及时排查数据差异原因。百度按月以电子邮件、按季度以纸质对账单的方式与公司明确最终分成金额。产品运营部门负责人、公司财务部审核后及时根据确定的分成金额开具发票确认收入实现。报告期内未发生双方数据不一致的情形。

（2）直销广告服务

直销广告服务是指公司市场部人员与广告代理公司直接洽谈获取的广告投放业务。一般市场部根据客户需求设计广告投放方案，由部门负责人审核并经公司法务人员和财务部确定后签订合同，合同一般约定具体广告的营销方式、期间、频次、单价、进度等因素。在投放执行过程中公司产品运营部根据约定日期向客户报送报告，客户可定期登录公司的广告系统就广告的投放进度、流量监测、投放效果进行确认。公司一般根据发布时间或发布次数收取费用。对于根据发布时间收取费用的，双方根据签署的协议上的具体广告投放周期，将投放周期的天数按自然月区分，计算不同月份的广告投放天数，进而确定不同

月份应确认的收入金额。对于按发布次数收取费用的，根据签署的协议约定的客户购买的展现次数，公司进行广告投放并通过自身数据统计系统来统计实际投放数量按月确认收入，达到约定数量时系统自主停止投放。”

(3) 请主办券商及会计师说明对公司 IT 系统的核查程序，如何确定系统安全、运行有效、业务数据记录真实、准确、完整。

【回复】

主办券商及会计师对公司 IT 系统执行如下核查程序：

①查阅公司 IT 系统相关控制文件，公司制定了《IT 信息安全管理制度》，对相应 IT 系统开发与维护、访问与变更、数据输入与输出、文件储存与保管、网络安全等方面的控制措施进行了明确，保证公司信息系统安全稳定运行。

②询问并观察公司的 IT 系统实际运行情况。主办券商及会计师观察了公司实际 IT 系统的运行情况，相应内部控制执行到位，能有效保障公司业务数据充分、恰当记录。

③选择若干具有代表性的交易和事项进行穿行测试，测试交易在信息系统中的处理过程。主办券商及会计师通过获取原始单据、跟踪交易从最初起源，到会计处理，直到该项交易在财务报表中报告出来的全过程，公司的内部控制得到了切实有效执行。

综上，主办券商及会计师认为，系统安全、运行有效、能确保业务数据记录真实、准确、完整。

8、公司 2014 年亏损，公司报告期内未分配利润持续为负数，最近一期扭亏为盈，净利润大幅增长。

(1) 请公司分别补充披露前期亏损、最近一期盈利的具体原因及其合理性，是否属于行业特点，如何应对波动较大的风险，具体措施及其有效性。

【回复】

公司 2014 年及以前年度均亏损，前期亏损的原因系公司 2015 年以前重心放在研究开发阶段上，相应成本、费用金额较大，而收入较小。

公司 2015 年扭亏为盈，净利润大幅增长主要原因系三方面原因。

其一，公司产品商业化运营后，且随着公司用户规模及网站流量增长，收入大幅增加。公司 2015 年、2014 年营业收入分别为 25,805,694.95 元、1,009,695.26 元。其中 2015 年比 2014 年增长 24,795,999.69 元。公司 2015 年以前处于重心放在软件系统研究开发阶段上，产品未进入商业化运营阶段。2015 年公司产品逐步进入商业化运营阶段，且公司用户规模及网站流量亦增长迅速，因此 2015 年收入大幅增长。

其二，公司毛利率大幅提升，营业利润大幅增加。公司 2015 年毛利率为 93.65%，2014 年度毛利率为 68.93%，2015 年毛利率较 2014 年大幅上升。毛利率大幅上升一方面系随着广告展现量增加，公司与主要客户百度议价能力大幅提升，分成比例逐步提高；另一方面系 2015 年公司产品商业化运营后，规模效应明显，公司收入大幅增长，但相应成本未大幅增长。

最后，公司产品进入商业化运营阶段后，因规模效应，综合费用率大幅下降。公司综合费用率 2014 年度为 750.67%、2015 年度为 47.84%，2015 年度综合费用率大幅下降。综合费用率大幅下降主要原因系虽然 2015 年公司产品进入商业化运营阶段，相应费用绝对额大幅增长，但因规模效应明显，收入虽大幅增加，但相应费用未大幅增加。

以上因素综合影响导致公司 2015 年扭亏为盈，净利润大幅增长。公司所从互联网行业不具有明显周期性。该情形系属于互联网行业公司产品商业化运营正常规律。未来公司将通过不断加强运营、丰富产品线等举措进一步增强公司盈利能力。

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“七、营业收入、利润及变动情况”之“（四）利润变动情况”进行披露说明。具体如下：

“公司 2014 年及以前年度均亏损，前期亏损的原因系公司 2015 年以前重心放在研究开发阶段上，相应成本、费用金额较大，而收入较小。”

公司 2015 年扭亏为盈，净利润大幅增长主要原因系三方面原因。

其一，公司产品商业化运营后，且随着公司用户规模及网站流量增长，收

入大幅增加。公司 2015 年、2014 年营业收入分别为 25,805,694.95 元、1,009,695.26 元。其中 2015 年比 2014 年增长 24,795,999.69 元。公司 2015 年以前处于重心放在软件系统研究开发阶段上,产品未进入商业化运营阶段。2015 年公司产品逐步进入商业化运营阶段,且公司用户规模及网站流量亦增长迅速,因此 2015 年收入大幅增长。

其二,公司毛利率大幅提升,营业利润大幅增加。公司 2015 年毛利率为 93.65%,2014 年度毛利率为 68.93%,2015 年毛利率较 2014 年大幅上升。毛利率大幅上升一方面系随着广告展现量增加,公司与主要客户议价能力大幅提升,分成比例逐步提高;另一方面系 2015 年公司产品商业化运营后,规模效应明显,公司收入大幅增长,但相应成本未大幅增长。

最后,公司产品进入商业化运营阶段后,因规模效应,综合费用率大幅下降。公司综合费用率 2014 年度为 750.67%、2015 年度为 47.84%,2015 年度综合费用率大幅下降。综合费用率大幅下降主要原因系虽然 2015 年公司产品进入商业化运营阶段,相应费用绝对额大幅增长,但因规模效应明显,收入虽大幅增加,但相应费用未大幅增加。

以上因素综合影响导致公司 2015 年扭亏为盈,净利润大幅增长。公司所从互联网行业不具有明显周期性。该情形系属于互联网行业公司产品商业化运营正常规律。未来公司将通过不断加强运营、丰富产品线等举措进一步增强公司盈利能力。”

(2) 请公司结合实际经营情况、市场开发能力、市场前景、公司核心竞争优势、上下游资源优势及稳定性、资金筹资能力、期后签订合同、期后收入实现情况等,评估公司在可预见的未来的持续经营能力。

【回复】

根据《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)》中规定的持续经营能力的挂牌条件,对公司持续经营能力分析如下:

①业务发展空间

公司立足于构建知识内容共享社区,通过累积的大量高质量的知识内容的传

播，在满足用户对知识内容需求的同时，为客户提供高效的互联网广告服务。受益于传统互联网、移动互联网的飞速发展及利用互联网开展营销推广活动的广告主不断增加，中国互联网广告市场规模不断增加。据 Wind 资讯统计，2014 年中国互联网广告市场总规模为 1540 亿元，同比增长 40.00%，增速远远高于电视、报纸、广播、杂志等传统媒体平台。据易观智库预测，2015-2017 年中国互联网

广告市场规模将继续保持 20%以上的增速平稳增长，预计 2017 年市场规模将达到 3190 亿元。公司业务具有广阔的市场发展空间。

②技术优势

公司拥有自主研发的智能供需匹配系统 SMS 及智能精准广告匹配系统 SAMS 的核心技术。智能供需匹配系统 SMS 可将合适的知识需求发送给合适的专业知识供给者，并通过匹配系统内分享机制，实现对需求的高效准确对应，从而产生出优质的解决方案并累计优质的知识内容，间接的服务于其他同类的用户需求。智能精准广告匹配系统 SAMS 通过对知识内容的精确归类整理，结合细分定位浏览用户的地域、行为等分析数据，对接广告主，提供广告需求提交平台，为广告主精选目标受众、高效使用广告资源、精确效果组合，实现高效精准的广告投放。

③研发优势

公司经营中十分注重技术研究及开发，专门设置了技术部，负责技术及新产品研发工作的实施。通过在研发方面的持续投入，公司爱问知识共享平台在内容数量与质量上获得持续提升，并更好适应用户对产品的功能要求，提升公司竞争力和抢占市场份额。截至 2015 年 12 月 31 日，公司在册员工 103 人，技术人员为 31 人，占公司在册员工数 30.10%，其中大学专科及以上学历技术人员 30 人，占公司在册员工数 29.13%。2015 年和 2014 年研发费用分别为 5,021,621.57 元和 3,463,134.10 元，分别占公司当年营业收入 19.46%及 342.99%。公司研发团队、研发支出稳定。

④品牌和用户口碑优势

公司产品主要为爱问平台，爱问平台定位于“知识平台，连接大脑”，是一个让网友提供知识，并且贡献给互联网其他用户的知识分享平台。爱问平台包含

爱问 iask 以及爱问 iShare 两款产品。爱问 iask 拥有约 2000 万、爱问 iShare 共享文库拥有约 500 万知识贡献者，且均以高附加值用户为主。作为国内互联网历史上最早的知识共享平台，爱问在很长的一段时间内为用户的第一提及率产品。具有良好的用户口碑。

⑤营业收入及盈利能力状况

公司 2014 年度、2015 年度营业收入分别为 100.97 万元、2,580.57 万元。公司 2014 年度、2015 年度净利润分别为 -689.70 万元、1,156.99 万元，2016 年 1-5 月份公司实现销售收入 2,484.04 万元（未审数），实现 1,579.68 万元（未审数）。公司营业收入稳步增长，盈利能力呈现上升趋势。

⑥期后客户及订单情况

2014 年度、2015 年度、2016 年 1-5 月，公司客户及订单数分别为 2 个、11 个、15 个。公司与主要客户百度合同正在走对方内部用印流程，与其合作具有稳定性和可持续性。公司亦积极开拓直销客户，2016 年 1-5 月份获取直销客户订单 1,202.48 万元。公司客户数、订单数和合同额均保持持续增长趋势。

⑦运营团队和管理经验

公司的核心团队均具有丰富的互联网从业经历，这让他们能够随时把握产业的脉搏、熟悉本行业的发展动态、了解市场需求、开发具有发展前景的产品和服务，确保公司可持续发展。公司长期坚持以优秀的企业文化、人性化的管理方式吸引并留住人才。截至目前，多个核心团队成员持有公司股份，人员稳定。

⑧资金筹措能力

公司 2015 年以前一直处于亏损状态，内部筹资能力较弱。2015 年产品逐步进入商业化运营阶段，公司扭亏为盈，公司流动资金充足，在可预见到未来公司流动资金可以满足公司经营活动的需要。且随着公司未来盈利能力逐步增强，公司市场的开拓，战略措施的不断推进，公司的外部资金筹措能力亦大幅提升。

综上所述，公司所处行业具有较好的发展前景，且随着公司技术优势的逐渐积累、公司发展规划的逐步实现、市场对公司产品技术服务的逐步认可，结合现

在公司现阶段市场开拓情况和公司产品研发情况，主办券商预计公司的收入和盈利水平将不断改善，公司不存在资不抵债风险，公司持续经营能力不存在重大疑虑。

(3) 请主办券商和申报会计师对上述事项核查，并就公司符合“持续经营能力”的挂牌条件发表明确意见并详细说明判断依据。

【回复】

主办券商和会计师针对公司目前盈利的可持续性 & 公司的成长性采取了如下核查方式：

①审阅公司最近两年经审计的财务报告及 2016 年 1-5 月未经审计的财务报表。

②询问、访谈公司实际控制人、业务负责人及相关市场人员期后与老客户合作及新客户开拓情况，获取公司报告期后签订的合同。

③对公司实际控制人、业务负责人和财务负责人进行访谈，了解公司市场状况、竞争优势和面临的风险因素，结合同行业公司相关情况，分析公司核心竞争力及行业竞争地位；。

④访谈公司研发和技术人员、查询软件著作权证明文件核查公司研发能力；

⑤查询公司所处的行业相关政策，分析行业发展趋势。

综上，主办券商和会计师认为：公司满足《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）》中关于持续经营能力的要求，具有持续经营能力。

附件一：长江证券股份有限公司关于深圳爱问科技股份有限公司挂牌申请的反馈督查报告

附件二：立信会计师事务所（特殊普通合伙）《关于深圳爱问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

（此页无正文，为《长江证券股份有限公司对〈关于深圳爱问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》签字、盖章页）

内核专员签字：

朱崇法

项目负责人：

杨中凯

项目小组成员：

宗彪 杨坤 胡嘉雅



确认函

本公司已经阅读长江证券股份有限公司出具的《对〈关于深圳爱问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》，确认回复所引用公司的说明或补充披露事项不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

法定代表人（签字）



深圳爱问科技股份有限公司

2016年6月29日

