



关于北京金山办公软件股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件
第二轮审核问询函的回复
(2019年一季报财务数据更新版)

保荐人（主承销商）



(北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层)

上海证券交易所：

贵所于 2019 年 7 月 4 日出具的《关于北京金山办公软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件审核问询函的回复》（上证科审（审核）[2019]366 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。北京金山办公软件股份有限公司（以下简称“金山办公”、“发行人”、“公司”）与中国国际金融股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京市君合律师事务所（以下简称“发行人律师”）、大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《北京金山办公软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

目录

目录	3
问题 1.关于分拆上市	4
问题 2.关于实际控制人	6
问题 3.关于红筹拆除	10
问题 4.关于对赌协议	20
问题 5.关于信息披露	24
问题 6.关于独立性	26
问题 7.关于业务资质	42
问题 8.关于同业竞争	46
问题 9.关于日本金山	63
问题 10.关于金山云	67
问题 11.关于募投项目.....	70
问题 12.关于业务	87
问题 13.关于关联方披露	93
问题 14.关于免费用户的获取方式	103
问题 15.关于关联方综合服务费	109
问题 16.关于经销最终客户与直销客户重叠	113
问题 17.关于客户与供应商重叠	117
问题 18.关于办公服务订阅业务	122
问题 19.关于研发费用	141
问题 20.关于员工薪酬	154

问题 1.关于分拆上市

请发行人说明：（1）金山软件进行规模测试的过程、测算结果，仅需提交董事会审议通过的依据；（2）请提供香港联交所就发行人分拆上市的批复及保证配额的豁免同意函复印件及律师出具的《分拆上市合规说明》。

请保荐机构及发行人律师核查并发表意见。

（1）请发行人说明：金山软件进行规模测试的过程、测算结果，仅需提交董事会审议通过的依据

一、对审核问询函的答复

根据《联交所上市规则》下的第十五项应用指引（Practice Note 15，以下简称“PN15”）第 3 段“原则”（e）（1）项之规定：“目前，根据《联交所上市规则》及在适用关连交易的条文的情况下，（根据《联交所上市规则》第 14.07 条）如有关交易的任何百分比率计算达 25%或 25%以上，须获股东批准。”

根据贝克·麦坚时律师事务所香港办公室于 2019 年 4 月 25 日及 2019 年 7 月 5 日分别出具的《北金办分拆上市之香港上市规则合规说明》（以下简称“《分拆上市合规说明》”）、金山软件的披露文件等，本次分拆上市后，金山软件间接持有发行人的权益比例将减少，因此，构成《联交所上市规则》第 14 章下的一项“视为出售”的交易；根据金山软件于 2019 年 4 月 23 日向联交所提交 PN15 申请所进行的规模测试的结果，本次分拆上市在资产比率、盈利比率、收益比率及代价比率等方面均未达 25%或 25%以上，因此，无需遵守 PN15 及《联交所上市规则》第 14 章项下须获股东批准的规定。本次分拆上市仅需要提交金山软件的董事会审批，不需要提交金山软件的股东会审批。

根据金山软件向香港联交所提交的 PN15 申请文件，当时规模测试的具体过程及结果如下：

测试项目	内容/过程	结果
资产比率	有关交易所涉及的资产总值/上市发行人的资产总值	1.46%
盈利比率	有关交易所涉及的资产应占的盈利/上市发行人的盈利	6.12%
收益比率	有关交易所涉及的资产应占的收益/上市发行人的收益	3.26%

测试项目	内容/过程	结果
代价比率	有关代价/上市发行人的市值总额	9.33%
股本比率	不适用	

注：上表中的上市发行人均指香港上市公司金山软件（3888.HK），除了上市发行人的市值总额需要使用规模测试前五个交易日的的数据，其他数据均为金山软件及发行人 2018 年度的财务数据。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、核查了贝克·麦坚时律师事务所香港办公室出具的《分拆上市合规说明》；
- 2、查阅了金山软件的公开披露文件；
- 3、核查了金山软件向香港联交所提交的部分 PN15 申请文件。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：根据当时规模测试的结果，就金山软件本次分拆发行人上市，在资产比率、盈利比率、收益比率及代价比率等方面均未达 25% 或 25% 以上，因此仅需要提交金山软件的董事会审批，不需要提交金山软件的股东会审批。

(2) 请提供香港联交所就发行人分拆上市的批复及保证配额的豁免同意函复印件及律师出具的《分拆上市合规说明》

2019 年 5 月 24 日，香港联交所下发了就发行人分拆上市的批复及保证配额的豁免同意函（以下简称“PN15 批复”）；

2019 年 4 月 25 日，贝克·麦坚时律师事务所香港办公室就发行人分拆上市出具了《分拆上市合规说明》；2019 年 7 月 5 日，贝克·麦坚时律师事务所香港办公室出具了更新版的《分拆上市合规说明》。

上述香港联交所下发的 PN15 批复及境外律师出具的《分拆上市合规说明》已与本次问询函回复一并提交。

问题 2.关于实际控制人

问询回复披露，金山软件历次股东大会中，出席的全部股东所持投票权占金山软件全部投票权的比例（即出席率）约在 39%至 50%之间，雷军所持投票权占参与投票的全部股东所持投票权的比例均超过了 50%。

请发行人说明以雷军所持投票权占出席股东所持投票权比例，论证雷军实际上能够凭借其所持投票权控制股东大会表决结果的依据及合理性。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

（一）论证依据

金山软件作为一家注册地在开曼群岛并在香港联交所主板上市交易的公众公司，其适用的香港联交所、开曼群岛的相关法律、法规及规范性文件中不存在实际控制人的概念和认定标准，也不需要认定和披露其实际控制人。鉴于发行人申请在中国境内首次公开发行股票并在上交所科创板上市，保荐机构及发行人律师参照如下中国境内相关规定论证雷军对金山软件的实际控制：

根据《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用——证券期货法律适用意见第 1 号》（证监法律字[2007]15 号）第 2 条，认定公司控制权的归属，既需要审查相应的股权投资关系，也需要根据个案的实际情况，综合对发行人股东大会、董事会决议的实质影响、对董事和高级管理人员的提名及任免所起的作用等因素进行分析判断。

根据《科创板上市规则》（2019 年 4 月修订）第 4.1.6 条，“具有下列情形之一的，构成控制：……（四）依其可实际支配的上市公司股份表决权足以对公司股东大会的决议产生重大影响；……。”

（二）论证雷军实际上能够凭借其所持投票权控制股东大会表决结果，具有合理性

1、雷军实际上能够凭借其持有的投票权控制金山软件股东大会的表决结果，符合金山软件的实际情况

发行人的间接控股股东金山软件是一家注册地在开曼群岛并在香港联交所主板上市交易的公众公司。截至 2019 年 5 月 31 日，雷军享有占金山软件已发行股份总数中的 25.70% 股份的投票权，为金山软件的单一最大投票权的拥有者。

经核查报告期初（2016 年 1 月 1 日）至今金山软件股东在历次股东大会的实际表决情况，除雷军根据相关规则放弃表决的情况外，金山软件历次股东大会中股东出席率（即出席股东大会的股东所持投票权占金山软件全部投票权的比例）约在 39% 至 50% 之间，雷军所持投票权占参与投票的全部股东所持投票权的比例均超过 50%。

除雷军持有投票权的主体外，在报告期内，仅 FMR LLC、Tencent Holdings Limited、Fidelity Investment Trust 及摩根士丹利持有或曾持有金山软件 5% 以上股份，金山软件不存在其他持有投票权超过 5% 的股东。据此，在雷军参加金山软件股东大会投票的情况下，其他股东无法通过投赞成票的方式单独确保一项议案的通过，也无法通过投反对票的方式单独否决一项议案。

报告期内，除雷军根据相关规则放弃表决的情况外，金山软件股东大会各项决议的表决结果均与雷军投票权的行使方向一致。

据此，事实上，在雷军不存在根据相关规则放弃表决的情形下，报告期内雷军实际上能够凭借其所持金山软件投票权控制金山软件股东大会表决的结果，且历次股东大会上，金山软件股东大会各项决议的表决结果均与雷军投票权的行使方向一致。雷军依其实际支配的金山软件的投票权对金山软件的股东大会决策实施了重大影响，符合金山软件的实际情况。

2、与雷军在金山软件董事会等其他方面具有重大影响的认定结果一致

除凭借其持有的投票权实际上能够控制金山软件股东大会表决的结果外，报告期内，雷军对金山软件董事会议案的态度得到董事会的认可。雷军为金山软件的联合创始人之一，于 1992 年起受聘于金山软件，于发展及扩展业务运营方面承担重要角色，自 2011 年 7 月至今，雷军一直担任金山软件董事会主席。据此，雷军对金山软件的决策有重大影响。

据此，关于雷军对金山软件股东大会表决结果的重大影响，与其在金山软件

董事会、业务发展历史方面具有重大影响的认定结果一致。

综上，雷军能够凭借其持有的投票权实际上控制金山软件股东大会的表决结果，符合金山软件的实际情况，并且与其担任金山软件董事会主席以及对董事会决策、公司业务发展历史方面的重大影响的认定结果一致。保荐机构及发行人律师以雷军所持投票权占出席股东所持投票权比例，论证雷军实际上能够凭借其所持投票权控制金山软件股东大会表决结果的依据明确，具有合理性。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、核查金山软件 2016 年 1 月 1 日至今股东大会、董事会投票表决结果；
- 2、核查金山软件《股份发行人的证券变动月报表》及年度报告等相关公告；
- 3、核查衡力斯律师事务所（Harney Westwood & Riegels）出具的金山软件、WPS 开曼的法律尽职调查报告（Legal Due Diligence Report）；
- 4、核查雷军、求伯君及张旋龙于 2011 年 7 月 7 日签署的《表决契据》（Voting Deed）；
- 5、核查贝克·麦坚时律师事务所香港办公室出具的《公司第一大股东表决权调查摘要》；
- 6、核查雷军、求伯君于 2017 年 3 月 1 日签署的《关于保持一致行动的协议书》；
- 7、取得香港律师、开曼律师及金山软件就香港上市规则、开曼法律是否存在实际控制人认定标准的说明；
- 8、核查雷军出具的《董事、监事及高级管理人员有关事宜调查函》。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：雷军能够凭借其持有的投票权实际上控制金山软件股东大会的表决结果，符合金山软件的实际情况，并且与其担任金

山软件董事会主席以及对董事会决策、公司业务发展历史方面的重大影响的认定结果一致。以雷军所持投票权占出席股东所持投票权比例，论证雷军实际上能够凭借其所持投票权控制金山软件股东大会表决结果的依据明确，具有合理性。

问题 3.关于红筹拆除

请发行人说明：（1）境外股东将其持有的相应权益平移至境内的过程，平移后相关股权的一一对应关系，所持股权比例的变动情况，如存在差异，请说明原因；（2）金山办公开曼回购 A 轮投资者持有的优先股中包含金山软件持有 5.11%股份的原因；（3）2015 年 11 月，金山办公香港将其持有的金山办公有限 100%股权分别转让给 WPS 香港、奇文一维等股东是否履行纳税义务，并请总结说明拆除红筹架构过程中已履行的纳税义务；（4）WPS 控股未适用 698 号文的相关规定进行纳税申报是否合法合规，是否可能面临主管部门处罚。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

（1）境外股东将其持有的相应权益平移至境内的过程，平移后相关股权的一一对应关系，所持股权比例的变动情况，如存在差异，请说明原因

一、对审核问询函的答复

境外股东将其持有的相应权益平移至境内的过程详见首次问询回复第 3 题第（1）问“发行人按照时间顺序搭建、拆除红筹过程简表”之“第二部分：红筹 VIE 架构拆除”相关回复内容。

红筹架构拆除前后，各方在金山办公有限/金山办公开曼层面持股的主体及权益比例如下：

序号	平移后		平移前	
	金山办公有限 股东	在金山办公有限的 持股比例	对应的金山办公开 曼股东	在金山办公开曼的 持股比例
1	WPS香港	67.50%	金山软件	67.50%
2	奇文四维	3.32%	WPS 控股（管理团 队持股平台）	14.17%
3	奇文五维	10.35%		
4	奇文十维	0.50%		
5	奇文一维	0.90%	CPY 信托、ESOP预 留	6.67%
6	奇文二维	0.46%		
7	奇文三维	1.15%		
8	奇文六维	0.44%		
9	奇文七维	2.63%		

序号	平移后		平移前	
	金山办公有限 股东	在金山办公有限 持股比例	对应的金山办公开 曼股东	在金山办公开曼的 持股比例
10	奇文九维	1.08%		
11	晨兴二期	6.67%	晨兴中国	6.67%
12	纪源WPS	3.33%	纪源资本、纪源企 业家	3.33%
13	顺为互联网	1.67%	顺为科技	1.67%
合计	——	100%	——	100%

如上表所示，在保证原境外股东各自持有金山办公开曼股权比例与其境内承继主体持有金山办公有限股权比例整体不变的前提下：1、个别原境外股东在平移至境内持股时，将其持有权益分散到多个持股主体中；即，WPS 控股（原境外的管理团队持股平台）及 CPY 信托、ESOP 预留（原境外的员工股权激励持股部分）因涉及的人数较多，分别设置了多个境内持股平台承接其对应的股权；2、个别原境外关联股东在平移至境内持股时，将其持有权益集中到一个持股主体中；即，原境外股东纪源资本、纪源企业家将其持有的相应权益平移至境内后的持股主体为纪源 WPS（其股东为纪源资本持股 97.90%、纪源企业家持股 2.10%）。上述情况仅产生持股主体的个数变化，未导致平移前后各股东持有的权益比例存在实质差别；除以上情况外，其他境外股东将其在金山办公开曼持有的相应权益平移至境内的主体均存在一一对应关系。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、核查前述各境内企业的营业执照、公司章程、合伙协议以及设立以来的工商登记备案文件；

2、核查前述各境外企业的公司章程、注册证明书、股东名录以及相关的董事会决议；

3、核查历次签署的股权转让协议等。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：1、境外股东将其持有的相应权益平移至境内后不存在所持股权比例实质变动的情况；2、在保证原境外股东各自持有金山办公开曼股权比例与其境内承继主体持有金山办公有限股权比例整体不变的前提下，个别原境外股东在平移至境内持股时，将其持有权益分散到多个持股主体或集中到一个持股主体中，上述情况仅产生持股主体的个数变化，未导致平移前后各股东持有的权益存在实质差别；除以上情况外，其他境外股东将其在金山办公开曼持有的相应权益平移至境内的主体均存在一一对应关系。

(2) 金山办公开曼回购 A 轮投资者持有的优先股中包含金山软件持有 5.11% 股份的原因；

一、对审核问询函的答复

2013 年 10 月，金山办公开曼进行了 A 轮融资，截至 A 轮融资前，金山软件持有金山办公开曼的 75,000 万股普通股股份。就 A 轮融资，金山办公开曼和金山软件、晨兴中国、纪源资本、纪源企业家及顺为科技签订了《股权认购协议》，约定：金山办公开曼以 0.25 美元/股的价格，向晨兴中国发行 8,000 万股优先股、向金山软件发行 6,000 万股优先股、向顺为科技发行 2,000 万股优先股、向纪源资本发行 39,169,467 股优先股、向纪源企业家发行 830,533 股优先股。A 轮融资后，金山软件持有金山办公开曼的 75,000 万股普通股股份、6,000 万股优先股股份。

如前所述，金山软件认购了金山办公开曼 A 轮融资中 6,000 万股优先股股份，因此在拆除红筹架构过程中，2016 年 1 月金山办公开曼回购注销各股东持有的优先股时包含金山软件持有的 6,000 万股优先股股份（对应持股比例 5.11%）。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、查阅了金山办公开曼和金山软件、晨兴中国、纪源资本、纪源企业家及

顺为科技签署的《股权认购协议》;

2、查阅了金山办公开曼与金山软件签署的《回购协议》;

3、查阅了金山办公开曼的董事会决议及股东会决议。

经核查,保荐机构、发行人律师认为:金山办公开曼 A 股融资中,合计发行了 20,000 万股优先股股份,其中包括向金山软件发行的 6,000 万股优先股股份;在拆除红筹架构过程中,2016 年 1 月金山办公开曼回购注销各股东持有的优先股时,包含了金山软件持有的 6,000 万股优先股股份(对应持股比例 5.11%)。

(3) 2015 年 11 月,金山办公香港将其持有的金山办公有限 100%股权分别转让给 WPS 香港、奇文一维等股东是否履行纳税义务,并请总结说明拆除红筹架构过程中已履行的纳税义务;

一、对审核问询函的答复

(一) 2015 年 11 月,金山办公香港将其持有的金山办公有限 100%股权分别转让给 WPS 香港、奇文一维等股东是否履行纳税义务

2015 年 11 月,金山办公香港将其持有的金山办公有限 100%股权以共计 46,100,000 元的价格分别转让给 WPS 香港、奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文四维、奇文五维、奇文六维、奇文七维、奇文八维。

根据转让价款支付凭证及完税凭证,就此次股权转让,金山办公有限及奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文四维、奇文五维、奇文六维、奇文七维、奇文八维已为金山办公香港向主管税务机关代扣代缴企业所得税合计 3,610,000 元,适用税率为 10%。

(二) 总结说明拆除红筹架构过程中已履行的纳税义务

发行人拆除红筹架构过程中纳税义务履行情况如下:

序号	时间	步骤	涉税情况	缴税金额	合法合规性																																
1	2015年10月9日	设立新的境外持股主体 WPS 开曼及其全资子公司 WPS 香港	不适用	不适用	当时未发生《国家税务总局公告 2015 年第 7 号——关于非居民企业间接转让财产企业所得税若干问题的公告》(2015 年 2 月 3 日起施行,以下简称“7 号公告”)规定的非居民企业间接转让境内企业权益的情形,因此,上述过程中不涉及在中国境内缴纳企业所得税																																
2	2015年12月9日	金山办公有限向求伟芹、葛珂收购珠海奇文 100% 股权	根据求伟芹、葛珂《个人所得税自行纳税申报表(A表)》: 1、求伟芹:应纳税所得额 57,188,308.13 元;税率为 20%; 应纳税额为 11,437,661.63 元; 2、葛珂:应纳税所得额 14,770,491.87 元;税率为 20%; 应纳税额为 2,954,098.37 元。	求伟芹: 11,437,661.63 元; 葛珂: 2,954,098.37 元	已缴清																																
3	2015年11月	金山办公有限第一次股权转让:金山办公香港将股权转让给 WPS 香港、奇文一维等	根据《扣缴企业所得税报告表》、《电子缴税付款凭证》及发行人说明,奇文合伙、金山办公有限代金山办公香港扣缴企业所得税情况如下,适用税率均为 10%: <table border="1" data-bbox="566 810 1234 1300"> <thead> <tr> <th>扣缴义务人</th> <th>代申报收入(元)</th> <th>应纳税所得额(元)</th> <th>应缴纳的企业所得税(元)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>奇文一维</td> <td>497,188</td> <td>389,338</td> <td>38,933.80</td> </tr> <tr> <td>奇文二维</td> <td>251,572</td> <td>197,001</td> <td>19,700.10</td> </tr> <tr> <td>奇文三维</td> <td>630,064</td> <td>493,391</td> <td>49,339.10</td> </tr> <tr> <td>奇文四维</td> <td>1,651,981</td> <td>1,293,634</td> <td>129,363.40</td> </tr> <tr> <td>奇文五维</td> <td>5,155,199</td> <td>4,036,935</td> <td>403,693.50</td> </tr> <tr> <td>奇文六维</td> <td>242,866</td> <td>190,183</td> <td>19,018.30</td> </tr> <tr> <td>奇文七维</td> <td>1,448,172</td> <td>1,134,035</td> <td>113,403.50</td> </tr> </tbody> </table>	扣缴义务人	代申报收入(元)	应纳税所得额(元)	应缴纳的企业所得税(元)	奇文一维	497,188	389,338	38,933.80	奇文二维	251,572	197,001	19,700.10	奇文三维	630,064	493,391	49,339.10	奇文四维	1,651,981	1,293,634	129,363.40	奇文五维	5,155,199	4,036,935	403,693.50	奇文六维	242,866	190,183	19,018.30	奇文七维	1,448,172	1,134,035	113,403.50	合计 3,610,000.00 元	已缴清
扣缴义务人	代申报收入(元)	应纳税所得额(元)	应缴纳的企业所得税(元)																																		
奇文一维	497,188	389,338	38,933.80																																		
奇文二维	251,572	197,001	19,700.10																																		
奇文三维	630,064	493,391	49,339.10																																		
奇文四维	1,651,981	1,293,634	129,363.40																																		
奇文五维	5,155,199	4,036,935	403,693.50																																		
奇文六维	242,866	190,183	19,018.30																																		
奇文七维	1,448,172	1,134,035	113,403.50																																		

序号	时间	步骤	涉税情况				缴税金额	合法合规性
			奇文八维	845,202	661,861	66,186.10		
			金山办公有限	35,377,756	27,703,622	2,770,362.20		
			合计	46,100,000	36,100,000	3,610,000.00		
4	2015年12月	金山办公有限第二次股权转让	2015年12月,奇文八维将其持有的金山办公有限1.29%股权以595,700元的价格转让给奇文九维,0.54%股权以249,502元的价格转让给奇文十维。				平价转让,未产生应税所得	本次股权转让的价格系依据天源资产评估有限公司于2015年10月30日出具的以2015年9月30日为评估基准日的《北京金山办公软件有限公司股权转让所涉及的股东全部权益评估报告》(天源评报字[2015]第0360号)确定;前述奇文九维、奇文十维向奇文八维合计支付的股权转让价款与奇文八维取得该等股权时所支付的价款相等,因此,本次股权转让中,奇文八维未产生应税所得
5	2016年1月5日	金山办公开曼回购全部股份并注销	不适用				不适用	当时金山办公开曼不间接持有包括金山办公有限在内的任何境内公司的权益,未发生7号公告规定的非居民企业间接转让境内企业权益的情形,因此,上述过程中不涉及在中国境内缴纳企业所得税
6	2016年3月28日	金山办公开曼权益人境内持股:认缴金山办公有限新增注册资本	不适用				不适用	WPS 香港等主体认购金山办公有限新增注册资本,不涉及缴纳税款事项
7	2016年5月12日	金山办公有限收购金山办公香港100%股权	不适用				不适用	当时金山办公香港不持有包括金山办公有限在内的任何境内公司的权益,未发生7号公告规定的非居民企业间接转让境内企业权益的情形,因此,上述过程中不涉及在中国境内缴纳企业所得税

综上，金山办公有限在红筹架构拆除过程中已依法履行申报纳税、缴纳税款、扣缴义务。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、核查历次签署的股权转让协议及回购协议；
- 2、核查历次股权转让过程中涉及的转让价款支付凭证及完税凭证；
- 3、核查税务主管部门开具的关于发行人报告期内无纳税相关违法违规情形的证明；
- 4、核查天源资产评估有限公司于 2015 年 10 月 30 日出具的《北京金山办公软件有限公司股权转让所涉及的股东全部权益评估报告》（天源评报字[2015]第 0360 号）。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：金山办公有限在红筹架构拆除过程中已依法履行申报纳税、缴纳税款、扣缴义务。

(4) WPS 控股未适用 698 号文的相关规定进行纳税申报是否合法合规，是否可能面临主管部门处罚

一、对审核问询函的答复

经核查，本次股权回购中：（1）WPS 控股（作为被回购方）未向被间接转让股权的中国居民企业（即金山办公有限）所在地的主管税务机关进行申报未违反 698 号文的明确规定；（2）金山办公有限（作为被转让股权的中国居民企业）不是 698 号文项下的申报纳税、缴纳税款及/或扣缴的义务人；（3）对于回购境外企业股权是否属于间接转让中国应税财产的范畴，698 号文没有明确规定，此后出台的《国家税务总局公告 2015 年第 7 号——关于非居民企业间接转让财产企业所得税若干问题的公告》（以下简称“7 号公告”）也没有明确规定。如因本

次回购被认定为间接转让中国应税财产而缴纳税款，本次回购股份对应的税款不超过 200 万元，对发行人的日常业务经营和财务状况不会产生实质性不利影响，也不会构成发行人本次发行及上市的实质性法律障碍。具体分析如下：

2013 年 10 月，金山办公开曼以人民币 2,000 万元的价格向 WPS 控股回购 3,000 万股普通股，预留用于实施员工股权激励。

1、698 号文的相关规定

(1) 根据当时有效的《国家税务总局关于加强非居民企业股权转让所得企业所得税管理的通知》（国税函[2009]698 号，以下简称“698 号文”）的规定，境外投资方间接转让境内公司股权的股权转让所得是指股权转让价减除股权成本价后的差额，境外投资方应当就其股权转让所得在境内进行所得税申报并按“规定”缴纳税款。前述“规定”是指当时有效的《企业所得税法实施条例》第九十一条：非居民企业取得企业所得税法第二十七条第（五）项规定的所得，减按 10% 的税率征收企业所得税。

(2) 698 号文未明确规定以下事项：

- 1) 回购境外企业股权是否属于间接转让中国应税财产的范畴；
- 2) 如负有纳税申报义务而没有履行的法律后果；如违反 698 号文是否应追溯包括实际控制人或任何其他第三方的相关责任；
- 3) 回购方是否对境外转让方的股权转让所得负有税款扣缴义务；被间接转让股权的中国居民企业是否对境外转让方的股权转让所得负有申报、扣缴/缴纳税款的义务。

2、WPS 控股、金山办公有限等是否负有义务/责任

(1) 本次股权回购中，被回购方 WPS 控股未适用 698 号文的相关规定向被间接转让股权的中国居民企业（即金山办公有限，下同）所在地的主管税务机关进行申报，未违反 698 号文的明确规定。

(2) 在本次股权回购中，金山办公有限作为被转让股权的中国居民企业，不是 698 号文规定项下的申报纳税、缴纳税款及/或扣缴的义务人，不存在未依

法履行申报纳税、缴纳税款、扣缴义务的情形。

(3) 如上文所述, 698 号文未规定, 如违反 698 号文应当追溯包括实际控制人或任何其他第三方的相关责任, 因此实际控制人没有 698 号文项下明确规定的责任。

3、不会对发行人本次发行及上市构成实质性法律障碍

对于回购境外企业股权是否属于间接转让中国应税财产的范畴, 698 号文没有明确规定, 7 号公告也没有明确规定。

如因本次回购被认定为间接转让中国应税财产而缴纳税款, 按照非居民企业适用的 10% 企业所得税税率计算, 本次回购股份对应的税款不超过 200 万元。截至 2019 年 3 月 31 日, 发行人经审计的总资产为 164,496.58 万元、合并报表归属母公司所有者净资产为 124,021.53 万元。前述不超过 200 万元的金额对发行人的日常业务经营和财务状况不会产生实质性不利影响, 也不会构成发行人本次发行及上市的实质性法律障碍。

截至本问询函回复出具日, 发行人及其控股股东、实际控制人、金山办公公开曼未被要求就前述股权回购进行申报缴纳企业所得税, 也未因此受到主管税务机关的行政处罚。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题, 保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序:

- 1、查阅了金山办公公开曼与 WPS 控股签署的《回购协议》;
- 2、查阅了金山办公公开曼相关的董事会决议及股东会决议;
- 3、查阅了当时有效的 698 号文的相关规定。

经核查, 保荐机构、发行人律师认为: 本次股权回购中: (1) WPS 控股 (作为被回购方) 未违反 698 号文的明确规定; (2) 金山办公有限 (作为被转让股权

的中国居民企业)不是 698 号文项下的申报纳税、缴纳税款及/或扣缴的义务人;

(3) 对于回购境外企业股权是否属于间接转让中国应税财产的范畴, 698 号文没有明确规定, 此后出台的 7 号公告也没有明确规定。如因本次回购被认定为间接转让中国应税财产而缴纳税款, 本次回购股份对应的税款不超过 200 万元, 对发行人的日常业务经营和财务状况不会产生实质性不利影响, 也不会构成发行人本次发行及上市的实质性法律障碍。

问题 4.关于对赌协议

请发行人说明《增资协议》中优先认购权、转让股权的限制、优先受让权、回购权、共售权和拖带权的具体内容，是否存在导致公司控制权变化，或构成市值预期的约定。

请保荐机构及发行人律师核查并发表意见。

一、对审核问询函的答复

（一）优先权的具体内容

2016年3月1日，金山办公有限分别与 WPS 香港、奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文四维、奇文五维、奇文六维、奇文七维、奇文九维、奇文十维、晨兴二期、纪源 WPS 以及顺为互联网签署了《关于北京金山办公软件有限公司的增资协议之补充协议》（以下简称《增资补充协议》），约定 A 轮股东（即 WPS 香港、晨兴二期、纪源 WPS、顺为互联网）享有优先于金山办公有限/发行人其他股东的权利（以下简称“优先权”），主要包括优先认购权、转让股权的限制、优先受让权、回购权、共售权和拖带权，前述优先权的主要内容如下：

1、优先认购权

如果公司发行任何新股，公司所有股东有权在同等条件下按照其持有公司的股权比例优先认购该等新股。如果授权、发行任何新股的每股价格或代价低于 A 轮股东的增资价格，应取得晨兴二期的书面同意。

2、转让股权的限制

未经 WPS 香港的事先书面同意，任何一方不得向与任一集团公司金山软件及其并表附属公司从事竞争性业务的企业或在该企业中持有控制性权益的主体转让其在金山办公有限/发行人中持有的所有或任何股权（公司 A 股 IPO 后且股东锁定期满后相关股东在二级市场以竞价交易方式出售公司股票除外）。

除《增资补充协议》另有约定的以外，在 A 股 IPO 前，奇文四维、奇文五维和奇文十维和葛珂、章庆元转让所持公司股权须经持有 1/3 以上 A 轮股权的 A 轮股东的事先书面同意。

3、优先受让权

如果公司的任何股东（“卖方股东”）拟出售、转让其所持的任何股权，则出让方股东应在该等出售、转让之前及时向其他股东和公司发出书面通知（“转让通知”）。

(1) 公司在收到转让通知后应有 15 日时间选择，是否按照与转让通知中相同的价格并遵照转让通知中主要条款、条件购买全部（非部分）拟转让股权。

(2) 如果并且在任何拟转让股权未被公司依据上述规定购买的情况下，每一非卖方股东在收到额外转让通知后应有 15 日时间选择，是否按照与转让通知中相同的价格并遵照额外转让通知中主要条款、条件，按照其在公司的相对持股比例购买部分拟转让股权。

4、回赎权

如果公司在 A 股 IPO 时的发行前估值不低于 9 亿美元对应的人民币（根据届时适用的汇率计算），但 A 股 IPO 由于 WPS 香港因任何原因（市场、价格或其他客观原因除外）主动地拒绝批准或同意公司发行股票而未能完成，WPS 香港应在取得相关监管机构要求的所有必要的批准后收购晨兴二期、纪源 WPS、顺为互联网持有的全部公司股权，收购价格等于经 A 轮股东一致认可的中国境内评估机构评估的该等股权的公允市场价值。

5、共售权

每一未行使就卖方股东拟出售、转让、交换的拟转让股权的优先受让权的 A 轮股东有权在收到优先受让权到期通知后 20 日内通过向公司和卖方股东发出书面通知的方式行使共售权（仅限于 A 轮股权享有共售权），按照与转让通知中相同的价格并遵照转让通知中主要条款、条件参与出售拟转让股权。

6、拖带权

如果 2/3 以上 A 轮股权的持有人和 A 轮股权以外公司股权半数以上的持有人共同地投票赞成、一致书面同意、和/或以其他形式书面同意公司拟议的重大出售，公司其他股东应按照《增资补充协议》的约定避免行使任何反对权利并参

与公司重大出售。

（二）优先权不涉及业绩承诺或估值调整机制，也不会导致发行人的控制权的变更

1、回赎权不涉及估值调整机制，不会导致发行人控制权变更

《增资补充协议》中约定了晨兴二期、纪源 WPS、顺为互联网享有的回赎权，即：发行人估值达到一定金额时，发行人控股股东 WPS 香港不应主动地拒绝批准或同意发行人 A 股 IPO，否则，相关股东有权要求控股股东回赎发行人股份。前述发行人的估值是用于衡量控股股东主动地拒绝批准或同意发行人 A 股 IPO 是否触发回赎的一项标准，而不是对发行人业绩的要求，不涉及业绩承诺或估值调整机制；此外，上述回赎权对应的回赎主体是发行人控股股东，回赎股权将会导致其持有更多发行人股份，据此，该等约定不会导致发行人控制权的变更。

2、拖带权的行使需要控股股东同意，控股股东对发行人的控制权拥有主动权

根据《增资补充协议》的约定，拖带权的行使需要 2/3 以上 A 轮股权的持有人和 A 轮股权以外公司股权半数以上的持有人共同同意。由于发行人的控股股东 WPS 香港持有 A 轮股权以外公司股权的半数以上，因此拖带权的行使实质上需要 WPS 香港的同意。据此，未经控股股东同意，不存在投资人股东单方对其他股东（包括控股股东）行使拖带权，而导致发行人控制权变更的情形。

（三）优先权已经终止

根据《增资协议补充协议》及《关于北京金山办公软件有限公司的增资协议之补充协议二》，WPS 香港、晨兴二期、纪源 WPS、顺为互联网享有的优先权已于金山办公有限整体变更为股份有限公司之日（即 2016 年 9 月 27 日）终止；且截至本问询函回复出具日，发行人与 WPS 香港、晨兴二期、纪源 WPS、顺为互联网之间不存在任何现行有效的优先权条款或任何对赌协议/条款，不构成发行人本次发行及上市的实质障碍。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、核查金山办公有限/发行人与 WPS 香港、奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文四维、奇文五维、奇文六维、奇文七维、奇文九维、奇文十维、晨兴二期、纪源 WPS 以及顺为互联网签署的增资协议及补充协议；

2、核查发行人出具的《无特殊协议或安排的承诺函》。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人《增资补充协议》中的相关优先权不涉及业绩承诺或估值调整机制，也不存在导致公司控制权变化的情形；该等优先权已于金山办公有限整体变更为股份有限公司之日（即 2016 年 9 月 27 日）终止；且截至本问询函回复出具日，发行人与 WPS 香港、晨兴二期、纪源 WPS、顺为互联网之间不存在任何现行有效的优先权条款或任何对赌协议/条款，因此，未对发行人本次发行及上市构成实质性障碍。

问题 5.关于信息披露

问询回复披露，根据中国基础办公软件用户规模及公司注册用户数量统计，报告期内公司 WPS Office 办公软件用户占国内办公市场用户总规模的 27.81%、38.40%及 42.75%。

请发行人说明上述数据的计算过程及基础数据，相关市场占比是否客观、准确。

请保荐机构核查并发表明确意见。

一、对审核问询函的回复

根据中国基础办公软件用户规模及公司注册用户数量统计，2016 年至 2018 年公司 WPS Office 办公软件用户占国内基础办公市场用户总规模的 27.81%、38.40%及 42.75%，以上数据的计算过程及基础数据如下：

2016 年至 2018 年各期末公司 WPS Office 办公软件用户占国内办公市场用户总规模比例=2016 年至 2018 年各期末公司 WPS Office 办公软件注册用户数/报告期内各期中国基础办公软件用户规模。

其中，2016 年至 2018 年各期末公司 WPS Office 办公软件注册用户数分别为 1.66 亿、2.40 亿及 2.80 亿。公司活跃用户中既有注册用户，亦包含未注册用户，虽皆为公司 WPS Office 产品用户，基于谨慎性原则，在计算市场占比时，仅使用注册用户数作为分子。

2016 年至 2018 年，中国基础办公软件用户规模分别为 5.97 亿、6.25 亿及 6.55 亿，来自于计世资讯官方网站公开数据，网易、腾讯等门户网站皆有转载。计世资讯是中国 ICT 产业权威的市场研究和咨询机构，为政府部门及国内外领导性企业提供专业的研究、咨询、分析和预测，其研究数据具有业内权威性。

综上所述，相关市场占比客观、准确。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构执行了以下核查程序：

- 1、获取报告期内中国基础办公软件用户规模相关数据；
- 2、获取报告期内公司注册用户数量、MAU 等相关数据；

3、将公司注册用户数量、MAU 等数据进行对比，根据谨慎性原则选择注册用户数量作为分子，计算公司 WPS Office 办公软件用户占国内办公市场用户总规模的比例。

保荐机构认为 WPS Office 办公软件用户占国内基础办公市场用户总规模比例客观、准确。

问题 6.关于独立性

问询回复披露，发行人及其子公司被许可使用的境内注册商标 148 项，境外注册商标 84 项，被许可使用的境内专利 18 项。

请发行人说明：（1）发行人是否需就上述许可使用的商标及专利付费；（2）清晰说明许可商标及专利对发行人的重要性及收入占比，不属于核心商标及专利的理由及合理性，是否对发行人独立性产生不利影响，发行人是否对控股股东、关联方资产、商标存在依赖的情形；（3）发行人与控股股东是否存在共用业务系统、办公系统、财务系统及内部控制系统的的情形，控股股东在相关系统中的管理权限，是否具备查看或修改相关业务数据的权限。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

（1）请发行人说明：发行人是否需就上述许可使用的商标及专利付费

一、对审核问询函的答复

截至 2019 年 3 月 31 日，金山软件其他并表附属公司共授权许可发行人及其子公司使用境内注册商标 158 项、境外注册商标 84 项、境内专利 18 项。对于该等商标及专利，发行人与金山软件其他并表附属公司均签订了授权许可协议，并明确约定了相关授权许可费用，具体如下：

合同名称	合同主体	授权许可的无形资产	授权价格	定价依据
《金山词霸业务转让协议》及补充协议	甲方：北京金山软件、北京金山数字、珠海金山软件； 乙方：发行人	与金山词霸业务相关的商标及专利	商标及专利授权合计 72.97 万元	根据评估定价
《商标使用许可合同》及补充协议	甲方：北京金山数字、珠海金山软件 乙方：珠海金山办公	与金山打字通相关的商标	无偿	由于该合同签订时间较早，当时发行人尚未从金山软件中进行拆分，且相关金山打字通商标与发行人经营的业务关联性较大；此外相关商标的价值亦较低，故当时未单独定价。

合同名称	合同主体	授权许可的无形资产	授权价格	定价依据
《商标转让及授权合同》及补充协议	甲方：北京金山数字、珠海金山软件 乙方：发行人	与“金山”及“KINGSOFT”相关的商标	总对价为519.5万元（包含WPS相关商标的转让价格）	根据许可费节省法评估确定授权价格
《技术转让（专利实施许可）合同》及补充协议	甲方：珠海金山办公软件； 乙方：北京金山软件、珠海金山软件	可用于多种业务领域的基础性专利	780万元	根据许可费节省法评估确定授权价格
《专利技术实施许可合同》	许可方：北京金山软件、珠海金山软件； 被许可方：珠海金山办公	可用于多种业务领域的基础性专利	29万元	根据许可费节省法评估确定授权价格

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、核查上述金山软件其他并表附属公司与发行人签署的商标及专利授权许可协议；
- 2、取得发行人关于授权价格定价依据的说明；
- 3、核查所涉商标及专利的登记证书等文件。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：对于被授权许可的商标及专利，发行人与金山软件其他并表附属公司均签订了授权许可协议并明确约定了相关授权许可费用。

(2) 清晰说明许可商标及专利对发行人的重要性及收入占比，不属于核心商标及专利的理由及合理性，是否对发行人独立性产生不利影响，发行人是否对控股股东、关联方资产、商标存在依赖的情形。

一、对审核问询函的答复

(一) 许可商标及专利对发行人的重要性及收入占比

金山软件其他并表附属公司授权许可发行人使用的商标及专利主要用于发行人的 WPS Office、金山词霸及金山打字通产品，相关产品集合了发行人多项自有或被授权许可的无形资产及技术，因此难以拆分计算前述许可商标及专利各自对发行人的收入贡献。

此外，金山软件其他并表附属公司授权许可发行人使用的“金山”及“KINGSOFT”系列商标主要用于发行人及其子公司在境内外的产品推广、品牌宣传等公司商务活动，但是由于发行人及金山软件在境内外的商号亦含“金山”、“KINGSOFT”字样，因此无法单独核算其对发行人的收入贡献。

(二) 许可商标及专利不属于核心商标及专利的理由及合理性

1、许可专利

截至本问询函出具之日，发行人 13 项核心技术相关的专利/专利申请（如下表所示）均由发行人持有，与金山软件其他并表附属公司授权许可发行人使用的 18 项境内专利不重合。

序号	核心技术点	技术类型	专利号	状态	名称
			(申请号)		
1	办公文档多端网络分享实现技术	发明	201310728805.3	授权	一种文档共享浏览方法及系统
			201310074188.X	授权	将文件分享给关系圈外其他用户终端的方法、系统及装置
			201410823165.9	实审	录制演示文稿视频的方法及装置
			201410309824.7	授权	一种文档显示方法及装置
2	多平台操作系统适配技术	发明	201310015431.0	授权	Linux下本地应用程序窗体嵌入浏览器的方法及系统
			201310015424.0	授权	Linux下本地应用程序嵌入桌面窗体的方法及系统
3	多形态终端自适应排版技术	发明	201410665349.7	授权	一种调整段落间距的方法及装置
			201410112457.1	授权	一种电子文档阅读区域的变换方法及装置
			201210569365.7	授权	一种通过摇动使设备屏幕显示转到重力方向的方法
			201210568902.6	授权	一种通过摇动设备实现其屏幕显示方向转动的方法
			201410056817.0	授权	一种演示文稿显示内容的控制方法及系统
4	非结构化文档的结构优化技术	发明	201510126678.9	授权	一种对象布局方法及装置
			201510125072.3	授权	一种树结构建立方法及装置
			201410788528.X	实审	一种幻灯片版式页面的获得方法与装置
5	高效可定制的WPS新内核引擎技术	发明	201310104343.8	授权	触摸屏设备和在其中控制电子表格定位的方法及系统
			201210547365.7	授权	一种幻灯片放映方法、系统和演示装置
			201210384400.8	授权	一种数据备份方法及装置
			201210349261.5	授权	电子表格中数值字符串的处理方法及终端

序号	核心技术点	技术类型	专利号	状态	名称
			(申请号)		
			201210261173.X	授权	一种对应用文档设置页码的系统和方法
			201210255339.7	授权	一种在电子表格中确定公式当前编辑范围的方法及装置
			201210138978.5	授权	插入或删除电子表格中单元格或行列的方法及其装置
			200910213927.2	授权	一种利用计算机在表格中追加行列的方法及系统
			200910213923.4	授权	一种利用计算机编辑表格的方法与系统
			201410810398.5	授权	一种在演示文稿中播放多媒体文件的方法及装置
			6	基于大数据分析的知识图谱技术	发明
201210590511.4	授权	根据文件特征码为文件自动添加文件标签的方法及系统			
7	基于网络开放API的网络函数计算机制	发明	201210575844.X	授权	由当前应用设备从其它数据源设备获取数据的方法和系统
			200910039781.4	授权	通过办公软件获取网络函数结果进行分析的方法及装置
8	基于云端的移动共享技术	发明	201310341615.6	授权	一种界面共享的处理方法及装置
			201210232573.8	授权	共享演播方法及其系统
			201210098433.6	授权	共享演播方法及其系统
			201410418222.5	授权	一种文档共享方法、装置及系统
9	快速缓存和全平台推送技术	发明	201310589829.5	授权	一种文件更新信息推送方法及装置
			201210256397.1	授权	在用户端显示选择性同步文件夹的方法及装置
			201210222495.3	授权	移动终端切换多个文档的方法和系统

序号	核心技术点	技术类型	专利号	状态	名称
			(申请号)		
10	面向多平台第三方应用的统一跨进程对象模型	发明	201310015431.0	授权	Linux下本地应用程序窗体嵌入浏览器的方法及系统
			201310015424.0	授权	Linux下本地应用程序嵌入桌面窗体的方法及系统
11	数据同步及安全存储技术	发明	201310586757.9	授权	云文档的传输状态展示方法及装置
			201210575188.3	授权	一种多设备间智能传输并打开文件的方法和系统
			201210568130.6	授权	一种同步网盘的权限管理方法及系统
			201210254462.7	授权	一种用于云存储系统的解决文件冲突的方法及装置
			201510042003.6	实审	一种文件路径处理方法及装置
			201310740997.X	实审	一种文档加密提示方法及系统
12	文档智能美化技术	发明	201410503389.1	授权	一种图形排版方法
			201310150108.4	授权	一种演示文稿的动画效果管理方法、系统及装置
			201510125079.5	实审	一种章节转跳方法及装置
			201410820947.7	授权	一种演示文稿模板更换方法及装置
			201410505037.X	授权	一种基于文档的模板匹配方法及装置
13	多平台协同编辑技术	-	-	-	暂未形成专利

金山软件其他并表附属公司授权许可发行人使用的 18 项境内专利形成时间较早且多为通用技术，具有一定的可替代性，因此不属于发行人的核心专利。该等 18 项专利的具体情况，包括主要功能及主要应用领域如下表所示：

序号	专利权人/许可人	专利名称	申请日期	专利类型	许可方式	主要功能	主要应用领域
1	珠海金山软件	针对团体入住的酒店管理系统	2003.03.05	发明	一般许可	利用计算机配合相应的软件对酒店的各方面进行管理，能直观表达团体主单与其下属的团体预订单、团体成员单之间的从属关系	数据处理领域，形成时间较早，目前发行人已无产品实际使用
2	珠海金山软件	实现网页控件之间自由切换的方法	2003.12.10	发明	一般许可	实现用户在网页上的控件之间自由切换，用户可以方便地在网页上的表格中输入相应数据类型的数据	数字信息传输领域，尤其是网页上的控件技术
3	珠海金山软件	打印控制系统及打印控制方法	2003.12.30	发明	一般许可	一种打印控制系统，实现对打印人身份、打印时间以及打印份数等方面的控制	数字输出领域，包括浏览器的打印功能
4	珠海金山软件	一种排版方法	2004.02.06	发明	一般许可	在界面显示中克服文字在稿纸方式下的排版错位问题	文本处理领域，包括游戏中的文本显示
5	珠海金山软件	可扩展图文符号系统及其实现方法	2003.07.24	发明	一般许可	用户可根据自身的需要创建对象，扩展图文符号系统，并且利用拖放技术进行创建对象	数据处理领域
6	珠海金山软件	在计算机上当软件崩溃时保存用户数据的方法及装置	2005.04.30	发明	一般许可	该方法不需要定时保存数据，只在软件发生崩溃时对正在进行处理的的数据进行保存，既能对用户数据进行充分保护，又节约计算机资源	错误监测和错误校正领域
7	珠海金山软件	一种工具栏控制项位置信息储存与恢复的方法	2006.11.29	发明	一般许可	一种工具栏控制项位置储存与恢复的方法，减少工具栏内置布局的变更对控制项位置恢复的负面影响	错误监测和错误校正领域
8	珠海金山软件	一种快速查找计算机程序功能入口的装置和方法	2007.04.17	发明	一般许可	通过检索方式为用户提供查找所需软件功能入口的途径，替代以往由帮助文件向用户介绍软件功能入口的方式	执行特定程序的设计领域
9	珠海金山软件	一种自动检测和跟随数据变化的装置和方法	2007.06.15	发明	一般许可	在用户不主动更改源数据范围的情况下，让已实现的功能自动跟随变化的数据区域	数据处理领域

序号	专利权人/许可人	专利名称	申请日期	专利类型	许可方式	主要功能	主要应用领域
10	珠海金山软件	一种管理插件的方法及管理插件的装置	2009.05.31	发明	一般许可	管理插件的装置，能解决插件与应用程序的兼容性问题，可以自动对安装在应用程序上的插件进行升级更新	程序的加载与启动领域
11	北京金山软件、北京金山数字、哈尔滨工业大学	一种网络资源检索方法及系统	2007.06.07	发明	一般许可	一种网络资源检索方法及系统，以解决现有的网页信息检索无法快速、准确地获取资源的问题	数据处理领域，搜索引擎技术
12	北京金山软件、北京金山数字、哈尔滨工业大学	一种查询修正方法及系统	2007.09.28	发明	一般许可	提供一种查询修正方法及系统，以解决目前的搜索引擎无法对用户输入的多种错误查询，从而导致检索失败的问题	数据处理领域，搜索引擎技术
13	北京金山软件；珠海金山软件	将指定文件优先同步更新的系统及方法	2011.06.30	发明	一般许可	解决同步软件在多个文件需要同步更新时的排队问题，实现优先下载指定文件	数据处理领域
14	北京金山软件；珠海金山软件	通过即时通信软件登录实时网络硬盘服务端的方法及系统	2011.11.30	发明	一般许可	通过信任的第三方软件快速注册并登陆实时网络硬盘	信息传输领域
15	北京金山软件；珠海金山软件	一种传输文件的系统及方法（亲情版）	2011.12.31	发明	一般许可	文件接收者只要快速双击自生成安装文件就可以自动安装用户端软件并实现登录服务器，通过这种简便的方式接收到需传输的文件	传输控制领域
16	北京金山软件；珠海金山软件	一种传输文件的系统及方法（共享版）	2011.12.31	发明	一般许可	文件发送方通过用户端装置登录服务器后，在系统中设置文件和文件的接收者信息，实现信息自动上传服务器的目的	信息传输领域

序号	专利权人/许可人	专利名称	申请日期	专利类型	许可方式	主要功能	主要应用领域
17	北京金山软件；珠海金山软件	一种传输文件的系统及方法（增量上传）	2011.12.31	发明	一般许可	用户端软件和服务器之间上传文件的方法	传输控制领域
18	北京金山软件	客户端展示网盘文件状态的方法和客户端	2011.08.31	发明	一般许可	在客户端展示文件的上传下载情况	数据处理领域

2、许可商标

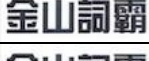
(1) 与金山词霸产品相关的部分商标属于发行人的核心商标

截至本问询函出具之日，与金山词霸产品相关的部分核心商标存在由金山软件其他并表附属公司授权使用的情形，具体如下所述：

境内注册商标：

序号	商标权人	商标名称	申请号/注册号	类别	许可期限
1	北京金山数字		5114690	9	至该商标有效期
2	北京金山数字		5114680	35	至该商标有效期
3	北京金山数字		5114691	38	至该商标有效期
4	北京金山数字		5114681	41	至该商标有效期
5	北京金山数字		5114679	42	至该商标有效期
6	北京金山数字		5651660	9	至该商标有效期
7	北京金山数字		5651659	35	至该商标有效期
8	北京金山数字		5651661	38	至该商标有效期
9	北京金山数字		5651662	41	至该商标有效期
10	北京金山数字		5651663	42	至该商标有效期
11	北京金山数字		6237088	9	至该商标有效期
12	北京金山数字		6237087	35	至该商标有效期
13	北京金山数字		6237086	38	至该商标有效期
14	北京金山数字		6237085	41	至该商标有效期
15	北京金山数字		27127923	41	至该商标有效期
16	北京金山数字		6237084	42	至该商标有效期

境外注册商标：

序号	注册地	商标权人	商标名称	申请号/注册号	类别	有效期至
1	台湾	珠海金山软件		01330541	9	至该商标有效期
2		珠海金山软件		01331810	42	至该商标有效期

(2) 其他许可商标不属于发行人的核心商标

除前述“金山词霸”及“爱词霸”系列商标外，金山软件其他并表附属公司授权

许可发行人使用的商标主要分为以下几类：

1) “金山”及“KINGSOFT”系列商标

金山软件的境内外商号中均含有“金山”及“KINGSOFT”字样，且金山软件的其他并表附属公司均实际使用“金山”及“KINGSOFT”系列商标，因此该等商标属于金山软件的核心商标而非发行人的核心商标。

2) 金山打字通产品相关商标

金山打字通产品不属于发行人的核心产品，该类产品 2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-3 月产生收入分别约 229.21 万元、64.82 万元、59.47 万元、15.14 万元，对于发行人的收入贡献较小，因此金山打字通产品相关商标不属于发行人的核心商标。

3) 用于金山词霸产品的其他商标

发行人金山词霸产品及网站主要使用的商标为“金山词霸”及“爱词霸”系列商标，为发行人的核心商标。除此以外，用于发行人金山词霸产品的其他商标如“金山快说”等在发行人的商标管理体系中多为防御性商标，不属于核心商标。

(三) 许可商标及专利是否对发行人独立性产生不利影响，发行人是否对控股股东、关联方资产、商标存在依赖的情形

截至 2019 年 3 月 31 日，金山软件其他并表附属公司共授权发行人及其子公司在其业务领域内使用 158 项境内商标、84 项境外商标、18 项境内专利。该等商标、专利的具体情况已在招股说明书第六节“业务与技术”之“五、固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”处以列表形式完整披露。

1、除“金山词霸”及“爱词霸”系列商标外，不涉及发行人的核心商标及专利

如前所述，发行人被许可使用的商标及专利中，除上述“金山词霸”及“爱词霸”系列商标外，其他均不涉及发行人的核心商标及专利。

2、该等许可商标及专利未投入发行人系基于客观原因

(1) 商标

金山软件其他并表附属公司授权发行人及其子公司使用部分商标而未将其投入发行人的主要原因如下：

1) “金山”及“KINGSOFT”系列商标

“金山”及“KINGSOFT”系列商标属于金山软件的核心商标，金山软件其他并表附属公司均实际使用（除发行人及其并表附属公司外，不在办公领域及该领域涉及的产品及服务上使用），且该等商标对发行人的主要产品及服务无显著识别性，因此金山软件未将该等商标单独转让给发行人或金山软件的其他任何子公司。

2) 在台湾注册的“金山词霸”商标

在台湾注册的“金山词霸”商标与金山软件的商号中均含有“金山”字样，“金山”字样商标属于金山软件的核心商标，金山软件其他并表附属公司均实际使用“金山”字样商标，据此，该“金山词霸”商标因含有“金山”字样无法转让给发行人，而由其权利人一般许可发行人使用。

3) 其他无法转让给发行人的境内商标

根据《中华人民共和国商标法》第四十二条第二款，转让注册商标的，商标注册人对其在同一种商品上注册的近似的商标，或者在类似商品上注册的相同或者近似的商标，应当一并转让。根据北京天驰君泰律师事务所于 2018 年 2 月 7 日出具的《商标转让法律意见书》，除“金山”及“KINGSOFT”系列商标外的其他无法转让给发行人的境内商标，因与“金山”构成近似商标，受限于《商标法》对近似商标转让的限制，不能转让给发行人，而由其权利人授权许可发行人使用。

(2) 专利

金山软件其他并表附属公司授权发行人及其子公司使用的专利多为通用技术，金山软件其他并表附属公司在进行技术研发（除办公应用软件之外）过程中可能会使用相关技术，因此金山软件未将该部分专利转让给发行人而仅授权许可发行人及其子公司使用。

3、授权使用费用约定公允

如本题第（1）问回复所述，对于前述金山软件其他并表附属公司授权发行

人及其子公司使用的商标及专利，双方均签订了授权许可协议并约定了授权价格，相关定价均有合理依据。

其中，就“金山词霸”及“爱词霸”系列商标（如上文所述，构成发行人的核心商标）授权的相关事项由《金山词霸业务转让协议》约定，该协议中的转让及授权价格参考北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）于 2017 年 10 月 20 日出具的《北京金山办公软件股份有限公司受让金山词霸业务线资产组项目资产评估报告》（北方亚事评报字[2017]第 01-471 号）确定，授权使用费用公允。

4、发行人可以长期使用

根据金山软件其他并表附属公司与发行人签署的相关授权许可协议，金山软件其他并表附属公司授权发行人及其子公司使用商标及专利的授权期限均为截至该等商标、专利权到期/无效。发行人及其子公司长期使用相关无形资产不存在实质性障碍。

5、双方对使用权限和业务领域有明确划分

对于前述金山软件其他并表附属公司授权发行人及其子公司使用的商标及专利，双方对各自使用的业务领域、使用权限有明确的划分，授权方和被授权方不会因相关商标、专利的使用而存在相互竞争的情形，且今后发行人及金山软件其他并表附属公司将持续严格遵守该等约定。

综上，相关许可商标及专利未对发行人的独立性构成重大不利影响、发行人对控股股东、关联方资产、商标不存在重大依赖。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、核查金山软件其他并表附属公司与发行人签署的商标及专利授权许可协议；

2、核查所涉商标及专利的登记证书等文件；

3、核查北京天驰君泰律师事务所于 2018 年 2 月 7 日出具的《商标转让法律意见书》。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：相关许可商标及专利未对发行人的独立性构成重大不利影响，发行人对控股股东、关联方资产、商标不存在重大依赖。

(3) 发行人与控股股东是否存在共用业务系统、办公系统、财务系统及内部控制系统的情形，控股股东在相关系统中的管理权限，是否具备查看或修改相关业务数据的权限。

一、对审核问询函的答复

(一) 发行人相关系统的整体情况

经核查，发行人主要业务系统、办公系统及财务系统¹的使用情况如下表所示：

分类	系统名称	系统功能	系统来源	是否与金山软件共用
业务系统	S2S广告管理后台	互联网广告广告主广告投放管理平台	发行人自主研发	否
	ADX金山广告投放管理后台	互联网广告推广业务广告主ADX自主竞价管理	发行人自主研发	否
	金山办公订单系统	承担国内政企业务的直销合同及经销商订单的发货流程	委托文思海辉技术有限公司开发	否
	客户关系管理系统（CRM系统）	政企销售业务的客户、商机管理	北京仁科互动网络技术有限公司授权发行人使用	否
财务系统	SAP系统	资产核算、总帐核算、报表编制、应收应付核算、收入成本核算、客户及供应商管理等	金山软件向思爱普（北京）软件系统有限公司采购后授权发行人使用	是
办公系统	OA系统	办公自动化系统	金山软件自主研发并授权发行人使用	是

(二) 与金山软件共用系统的具体情况

1、办公 OA 系统

虽然发行人的办公 OA 系统由金山软件授权使用，但是发行人员工在 OA 系

¹发行人内部控制主要建立在专门的内部控制部门以及一系列内部控制规章制度的基础上并得以有效实现。

统中拥有独立的账号及系统权限，发行人 OA 系统中的相关审批流程独立于金山软件，由于金山软件不参与发行人的 OA 审批流程，因此无相应的查看权限。

发行人员在办公 OA 系统中的操作权限需要其相关负责人审批，金山软件的员工未经发行人相关负责人审批并无发行人办公 OA 系统的操作权限，因此无法直接修改其中的业务数据。

2、财务 SAP 系统

虽然发行人的财务 SAP 系统由金山软件授权使用，但是发行人员在 SAP 系统中拥有独立的账号及系统权限，且发行人的日常财务核算流程独立于金山软件。此外，发行人建立了独立的财务核算体系，并独立作出财务决策，财务独立不存在明显缺陷。

金山软件出于合并报表的目的，其特定财务负责人拥有查看发行人 SAP 系统中财务报表的权限，但是相关权限仅限于查看，无法操作或修改系统中的具体数据。

发行人财务人员在财务 SAP 系统中的操作权限需要其相关负责人审批，金山软件的员工未经发行人相关负责人审批并无发行人财务 SAP 系统的操作权限，因此无法直接修改其中的业务数据。

（三）增强独立性的措施

1、调整措施

如《保荐工作报告》所述，为增强发行人的独立性，在首次申报前，金山软件与发行人调整了办公 OA 系统的审批节点，具体内容如下：

（1）删除金山软件对发行人超限额交易（如交易金额超过 200 万人民币）的审批节点（主要涉及金山软件 CFO、CEO 审批节点），相关审批的最终审批权确定为发行人相应高级管理人员，金山软件不再通过办公 OA 系统参与交易涉及的业务、法律、财务审批环节。

（2）发行人日常行政管理的合同流程、公章申请、财务管理（如借款、还款、费用/差旅费用报销等）、个人电子设备采购、生产礼品及其他采购、人力资

源管理（如调岗）流程中涉及金山软件工作人员的节点，均删除或将节点人员替换为发行人相应管理部门及人员，金山软件不再通过办公 OA 系统参与发行人日常行政管理涉及的业务、法律、财务审批环节。

2、信息安全管理制

金山软件制定了一系列信息管理制度，如《信息安全管理制

3、金山软件出具了承诺函

针对授权发行人使用办公 OA 系统及财务 SAP 系统(以下简称“授权系统”)的事项，金山软件出具如下承诺：未经发行人事先书面同意，金山软件将不会通过授权系统对发行人相关业务数据进行查看或修改；也不得通过前述查看或修改的行为对发行人生产经营的独立性造成不利影响；保证发行人持续独立使用相关授权系统，并与金山软件及金山软件的其他并表附属公司实现有效隔离。

综上，虽然发行人与金山软件存在部分**共用**系统的情况，但是未对发行人的独立性构成重大不利影响。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、核查金山软件的信息管理制度文件；
- 2、访谈发行人及金山软件相关信息系统负责人；
- 3、取得金山软件出具的承诺；
- 4、查看了发行人业务系统、财务系统及办公系统的具体运行情况。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：虽然发行人与金山软件存在部分共用系统的情况，但是未对发行人的独立性构成重大不利影响。

问题 7.关于业务资质

问询回复披露,就发行人目前开展的 WPS 办公软件产品相关互联网推广业务是否需要取得《互联网信息服务业务经营许可证》,根据保荐机构、发行人律师对工信部相关处室的访谈,上述业务不属于行业主管部门监管的信息服务业务的典型形态。

请发行人逐条对照 ICP 证管理规范的相关规定,并结合访谈的具体内容补充说明发行人不需要取得 ICP 证是否合法合规。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

经逐条对照相关法规,并根据保荐机构、发行人律师对工信部相关处室的访谈,发行人目前提供的 WPS 办公软件产品及相关互联网广告推广、服务订阅业务(包括机构订阅、个人订阅(WPS 会员、稻壳会员等服务))均不涉及 ICP 资质,无需取得《互联网信息服务业务经营许可证》。具体分析如下:

1、逐条对照《中华人民共和国电信条例(2016 年修订)》及《互联网信息服务管理办法》

经核查,互联网信息服务业务经营许可(即 ICP 证)的主要管理规范为《中华人民共和国电信条例(2016 年修订)》(以下简称“《电信条例》”)及《互联网信息服务管理办法》)。

《电信条例》主要规范在境内从事的电信活动或者与电信有关的活动,其与互联网信息服务业务经营许可的适用情形/范围相关的主要规定如下:

条款	内容	发行人的适用情况
第七条	国家对电信业务经营按照电信业务分类,实行许可制度。经营电信业务,必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。	1、发行人的业务不涉及提供公共网络基础设施、公共数据传送和基本话音通信服务,因此无需取得《基础电信业务经营许可证》; 2、互联网信息服务属于《电信条例》中增值电信业务的一
第八条	电信业务分为基础电信业务和增值电信业务。 基础电信业务,是指提供公共网络基础设施、公共数据传送和基本话音通信服务的业务。增值电信业务,是指利用公共网络基础设施提供的电信与信息服务的业务。 电信业务分类的具体划分在本条例所附的《电信业务分类目录》中列出。国务院信息产业主管部门根据实际情况	

条款	内容	发行人的适用情况
	况，可以对目录所列电信业务分类项目作局部调整，重新公布。	项具体类别，该类别的范围和适用情形具体在《电信业务分类目录》予以明确。
第九条	经营基础电信业务，须经国务院信息产业主管部门审查批准，取得《基础电信业务经营许可证》。 经营增值电信业务，业务覆盖范围在两个以上省、自治区、直辖市的，须经国务院信息产业主管部门审查批准，取得《跨地区增值电信业务经营许可证》；业务覆盖范围在一个省、自治区、直辖市行政区域内的，须经省、自治区、直辖市电信管理机构审查批准，取得《增值电信业务经营许可证》。	

除上述规定外，《电信条例》其他规定主要规范了电信网间互联、电信资费、电信资源、电信服务、电信建设、电信安全等内容，因此，未逐条对照说明。

《互联网信息服务管理办法》主要规范在境内从事的互联网信息服务活动，其与互联网信息服务业务经营许可的适用情形/范围相关的主要规定如下：

条款	内容	发行人的适用情况
第二条	在中华人民共和国境内从事互联网信息服务活动，必须遵守本办法。 本办法所称互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户提供信息的服务活动。	发行人目前提供的WPS办公软件产品相关服务订阅业务（包括机构订阅、个人订阅（WPS会员、稻壳会员等服务））均不涉及该项资质或许可。 发行人开展的WPS办公软件产品相关互联网广告推广业务是发行人提供的WPS办公软件服务的合理延伸，不属于行业主管部门监管的信息服务业务的典型形态。
第三条	互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。 经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动。 非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。	
第四条	国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。 未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。	
第七条	从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证（以下简称经营许可证）	

除上述规定外，《互联网信息服务管理办法》其他规定主要规范申请条件、程序、所需文件、处罚措施等内容，不属于判断互联网信息服务业务经营许可的适用情形/范围，因此，未逐条对照说明。

2、逐条对照《电信业务分类目录（2015年版）》

前述互联网信息服务业务具体对应的是《电信业务分类目录（2015年版）》中的B25类“信息服务业务”。经逐项对照《电信业务分类目录（2015年版）》中

规定的 B25 类的业务类型，发行人目前提供的 WPS 办公软件产品及相关互联网广告推广业务、服务订阅业务（包括机构订阅、个人订阅（WPS 会员、稻壳会员等服务））均不涉及该项资质或许可，具体如下：

序号	类型	内容	案例	发行人的适用情况
1	信息发布平台和递送服务	建立信息平台,为其他单位或个人用户发布文本、图片、音视频、应用软件等信息提供平台的服务。平台提供者可根据单位或个人用户需要向用户指定的终端、电子邮箱等递送、分发文本、图片、音视频、应用软件等信息。	某国内知名信息分类及发布网站	信息发布平台强调的是平台化服务,发行人的主营业务不属于信息发布平台。 发行人未提供递送服务。
2	信息搜索查询服务	通过公用通信网或互联网,采取信息收集与检索、数据组织与存储、分类索引、整理排序等方式,为用户提供网页信息、文本、图片、音视频等信息检索查询服务	某大型中文信息搜索平台	发行人未提供信息搜索查询服务
3	信息社区平台服务	在公用通信网或互联网上建立具有社会化特征的网络活动平台,可供注册或群聚用户同步或异步进行在线文本、图片、音视频交流的信息交互平台	某知名网络问答社区	发行人未提供信息交互平台服务
4	信息即时交互服务	利用公用通信网或互联网,并通过运行在计算机、智能终端等的客户端软件、浏览器等,为用户提供即时发送和接收消息(包括文本、图片、音视频)、文件等信息的服务。信息即时交互服务包括即时通信、交互式语音服务(IVR),以及基于互联网的端到端双向实时话音业务(含视频话音业务)	某知名移动社交工具	发行人未提供信息即时交互服务
5	信息保护和处理服务	利用公用通信网或互联网,通过建设公共服务平台以及运行在计算机、智能终端等的客户端软件,面向用户提供终端病毒查询、删除,终端信息内容保护、加工处理以及垃圾信息拦截、免打扰等服务	某知名杀毒工具	发行人未提供杀毒等信息保护和处理服务

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、访谈工信部相关处室人员；

2、检索《中华人民共和国电信条例（2016 年修订）》及《互联网信息服务管理办法》等相关法律法规。

3、核查公司业务运营模式。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人目前提供的 WPS 办公软件产品及相关互联网广告推广、服务订阅业务（包括机构订阅、个人订阅（WPS 会员、稻壳会员等服务））均不涉及 ICP 资质，无需取得《互联网信息服务业务经营许可证》。

问题 8.关于同业竞争

根据问询回复，报告期内，发行人与猎豹移动、小米集团均存在从事互联网广告推广服务的情形，部分主要客户存在重叠。

请发行人补充说明：（1）发行人从事互联网广告推广服务的业务模式，发行人、猎豹移动与小米集团的主要广告平台客户及终端广告主客户的名称、交易金额、占比及重合比例；（2）发行人与猎豹集团的猎豹浏览器（PC 版）、金山毒霸、毒霸导航、金山电池医生、猎豹清理大师等软件在互联网广告推广服务中是否采取大致相同的业务模式，对比不同软件广告投放的费用是否存在显著差异，广告平台客户是否与发行人、猎豹集团、小米集团签署一揽子的合作协议并根据受众差异投放广告，终端广告主是否自主选择投放的媒体资源；（3）发行人互联网广告推广服务的定位与猎豹集团、小米集团的同类业务是否相同，是否会导致发行人与竞争方之间的非公平竞争、利益输送或让渡商业机会等情形；（4）补充说明猎豹集团、小米集团等关联方的同类收入或毛利占发行人该类业务收入或毛利的比例。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

（1）发行人从事互联网广告推广服务的业务模式，发行人、猎豹移动与小米集团的主要广告平台客户及终端广告主客户的名称、交易金额、占比及重合比例；

（一）发行人从事互联网广告推广服务的业务模式

发行人互联网广告推广服务销售模式分为直接销售、代理商经销与第三方平台（以下简称“平台”）合作推广三种模式，具体业务开展方式如下：

1. 直接销售模式

在该模式下，有广告推广服务需求的客户直接与发行人签订协议并下单，发行人在其产品及网站中直接将该等客户的广告信息推介给用户。发行人与广告主约定互联网广告的展示方式及计费方式，当约定的广告推广服务完成或广告发布

进度到达一定节点时，双方依据后台数据或通过的对账的方式确认服务完成的进度。

2.代理商经销模式

在该模式下，代理商为广告推广客户进行代理，或者最终广告主通过已有的固定业务关系的代理商，与发行人协商约定广告投放计划并签署协议。发行人与代理商约定互联网广告的展示方式及计费方式，当约定的广告推广服务完成或广告发布进度达到一定节点时，发行人与代理商依据后台数据或通过的对账的方式确认服务完成进度。

3. 平台合作推广模式（即平台导流模式）

在该模式下，发行人将广告推广位置提供给拥有自身网络广告联盟体系的大型平台（如百度、淘宝等），平台根据其需求在发行人提供的广告推广位置上推送其平台上的最终客户信息。发行人提供的互联网广告推广服务的履约进度以及收入金额根据合同双方的对账结果或结算数据确定。例如，发行人与第三方广告平台杭州阿里妈妈软件服务有限公司（以下简称“阿里妈妈”）的结算模式为 CPS（Cost Per Sales，以广告链接实际带来的销售金额为基础来确认广告结算金额）；发行人与百度的结算模式主要为 CPM（Cost Per Mille，以广告链接千次展示的完成次数为基础来确认广告结算金额）。

（二）经核查，报告期内，发行人与猎豹移动、小米集团均存在从事互联网广告推广服务的情形，但并不因此构成同业竞争

具体分析如下：

1.猎豹移动与发行人不是同一控制下的企业，不属于判断是否构成同业竞争的主体范围

截至 2017 年 10 月 1 日（不含当日）前，猎豹移动为金山软件控制的公司。因金山软件将其于猎豹移动的部分表决权转授予傅盛，自 2017 年 10 月 1 日起，金山软件已不再并表和控制该公司。上述表决权转授所涉的猎豹移动、金山软件均为上市公司，且均履行了所需的内、外部决议、批复、公告程序。

据此，猎豹移动与发行人不再是同一控制下的企业，不属于判断是否构成同

业竞争的主体范围。

2.互联网广告推广服务需基于企业所提供的产品或服务，企业并不因都从事互联网广告推广服务而当然构成同业竞争

互联网广告推广服务是目前软件行业企业实现流量变现的普遍手段，是用户可以免费获得发行人办公软件产品使用授权的一种对价支付方式，而非狭义上的一种“业务”。软件行业发展过程中，产生了三种主要价值交付方式：版权销售模式、版权租赁模式、“免费+广告”模式。发行人同时向其软件产品用户提供了以上三种支付方式，用户可根据自身需求选择、更换。

3. 发行人一直致力于提升办公软件产品本身的性能和服务，积极促使“免费+广告”用户转化为付费用户

目前我国软件用户正在逐步养成付费习惯，但总体而言，用户对付费软件的接受程度仍不高；一定时期内，“免费+广告”模式仍将作为软件使用授权的主要对价支付方式之一。近年来，智能手机及移动互联网的普及、移动支付（如微信支付、支付宝等第三方支付方式）的便利性、用户付费习惯的形成等因素，促进了软件行业付费模式的发展；但部分用户的付费习惯尚未固化，尤其是对初期用户，一般使用“免费+广告”的支付方式。

发行人一直采取各种措施（不定期的入会促销等）促使“免费+广告”转化为付费会员，主要原因为：（1）作为一家国内领先的办公软件和服务提供商，发行人一直致力于办公应用领域的应用研究和业务拓展，通过不断提高软件产品性能和服务水平吸引付费会员，互联网推广服务提高收益仅是辅助性手段；（2）对于发行人而言，付费会员用户更为稳定，用户忠诚度更高；（3）用户付费后所享受的“去广告”界面，有利于提升用户使用体验和品牌美誉度；（4）每一付费用户为发行人带来的收入远高于每一免费用户产生的互联网广告推广的收入。

为了引导该等转化，发行人开展了会员会籍推广活动，增加了付费会籍人数及收益。2018 年度，来自办公服务订阅收入为人民币 39,264.76 万元，较 2017 年度有大幅增长，这主要是由于付费会员数量快速上升带动 WPS Office 个人版增值服务收入强劲增长。报告期内 **2016 年至 2018 年**各年度，发行人互联网广告

推广服务收入占主营业务收入的比例分别为 44.80%、39.28%、33.75%，占比持续下降。

综上，与“免费+广告”模式相比，付费会员模式为发行人带来更多、更长远的经济利益、品牌效益；作为一家国内领先的办公软件和服务提供商，发行人主观上更希望推广付费模式。但由于目前国内软件用户付费习惯尚未固化，部分新用户仍会选择免费使用软件的方式，支付软件使用对价模式的决定权在于用户，而非发行人。该等转化仍需要一定时间。

4. 发行人与猎豹移动、小米集团从事的互联网广告推广服务在互联网广告的媒体资源、用户群体等方面存在如下显著区别，不构成同业竞争

发行人与猎豹集团：

企业名称	收入来源	用户群体	媒体资源	商业模式
猎豹移动	海外业务互联网广告业务收入为主	主要为海外用户；国内用户主要为安卓中低端手机用户且多分布于国内二、三线城市、PC端一般用户	PC端：猎豹浏览器（PC版）、金山毒霸、毒霸导航（网址大全）； 移动端：金山电池医生、猎豹清理大师、猎豹安全大师、猎豹浏览器（移动版）	主要采用“免费+广告”（即互联网广告推广模式）的模式
发行人	互联网广告收入主要来源于境内	主要为国内用户，且有办公和学习需求的人群	WPS移动端、PC端；金山词霸	版权销售模式、版权租赁模式、“免费+广告”三种模式并存；用户可以选择适用何种模式

发行人与小米集团：

企业名称	用户群体	推介模式	媒体资源
小米集团	都市年轻群体，主要为小米手机用户	对于效果类广告，小米集团为客户提供的广告业务主要为基于手机厂商应用商店的应用分发推介	小米应用商店、小米视频、浏览器、输入法、电视盒子（无办公类软件/无PC端软件）
发行人	有办公和学习需求的人群	对于效果类广告，发行人为客户提供的广告业务主要为以获取发行人软件产品用户的点击、注册、消费为目的的面向该等用户人群的推介	WPS移动端、PC端；金山词霸

5.考虑到互联网行业的现状，发行人与猎豹移动、小米集团在主要客户方面存在部分重叠具有合理性

(1) 主要客户方面存在部分重叠符合行业现状

发行人与猎豹移动、小米集团在主要客户方面的部分重叠是在互联网广告推广服务中。现阶段，中国互联网行业存在用户、信息、资金、领先技术等核心资源向百度、阿里、腾讯等头部企业集中的现状，因此从事互联网广告推广服务的企业客观上难以完全避免主要客户中均存在上述头部企业，这样的行业现状与国内能源服务企业的主要客户集中于中石油、中石化、中海油，以及通讯服务企业的主要客户集中于中国移动、中国联通、中国电信，是具有类似性的，结合行业发展阶段，也具有合理性。

(2) 发行人与猎豹移动、小米集团在各自与百度、阿里、腾讯等平台合作过程中，不存在同业竞争

在该等合作过程中，一般涉及到三类主体，各自的角色如下：

角色	举例
资源方	发行人、猎豹移动、小米集团
平台	百度联盟、阿里妈妈、腾讯广点通
终端广告主	淘宝商家或其他品牌商家，通过平台投放广告

1) 发行人无法选择其互联网广告推广服务的终端广告主

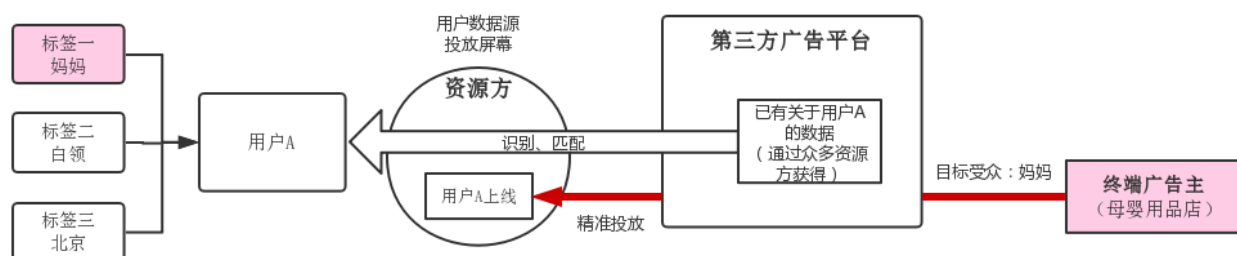
为了实现更高的广告填充率，平台不会让资源方接触或定向选择某一个终端广告主，平台仅向资源方提供负面清单式的选择，即：资源方出于品牌形象维护、避免竞品广告等考虑，选择不在于其资源上推广某一类产品/服务。

平台推送广告的模式流程举例如下：

- 用户 A 在使用不同资源方的软件/硬件/其他应用（即“媒体资源”，例如，WPS Office 办公软件）时，被标注了“妈妈”“白领”“北京”等标签；
- 资源方与平台合作，在其媒体资源上推广互联网广告；
- 平台获取媒体资源经用户 A 授权的数据，利用平台自身已有的海量数据对用户 A 进行识别，整合上述两类数据（给用户画像）；

- 完成用户画像后，平台通过算法将用户 A 与类似的用户归类，如“母婴类”，同时将媒体资源标记为用户 A 的上线终端应用之一；
- 通过 AI 技术为终端广告主（如母婴用品店）定位目标用户群（如“母婴类”）；
- 一旦用户 A 在 WPS Office 办公软件上线，平台即以 WPS Office 办公软件作为“投放屏幕”，向用户 A 进行精准投放；如用户 A 此时打开多个资源方的应用，其很可能在不同媒体资源上看到相同的广告。

以上步骤如下图所示：



①平台导流具有“双盲性”

在平台合作推广模式下，终端广告主通过平台的大数据分析处理和算法优化的方式定位目标受众，向目标受众精准投放广告，终端广告主与资源方被平台的算法隔离，无法获知彼此的信息，具有“双盲性”。

平台向终端广告主提供目标受众的标签选择界面（如下图“终端广告主操作界面”所示），不会让终端广告主定向选择某个第三方媒体资源。如果终端广告主希望定向选择某一媒体资源，可直接与该媒体资源签约（即直销模式）或通过广告代理商与该媒体资源合作（即代理商经销模式）。以某平台网站为例：

媒体资源方操作界面：



终端广告主操作界面：



因此，发行人无法选择终端广告主，也无法获知终端广告主的名称、交易金额、占比等具体信息。

②平台导流“看人不看应用”

媒体资源对于平台的主要意义是作为用户数据源、“投放屏幕”。平台通过媒

体资源获得其产品用户授权的用户数据，将该数据与平台大数据库中用户进行匹配，大数据库通过海量数据给用户标记众多标签，然后平台利用海量用户数据进行计算，在某一产品用户（精准到某一用户个体）出现在互联网时，向其精准投放广告。

相比于媒体资源自身是哪种应用软件，平台更关注的是媒体资源背后的用户质量（产品用户使用其产品的时长、频率以及该客户的购买力）、用户粘度。

2) 资源方之间不存在非此即彼的竞争关系

平台为了实现广告投放效益的最大化，通常采用大数据整合分析实现精准投放。该等对大数据的分析处理和算法优化均是通过特定程序运算得出的，平台不会采用人工计算、人工干预的方式。主要原因是：

①人工干预成本过大

通常终端广告主在平台上每天有多个投放计划，每个资源方每天也向平台提供多个广告位，若采用人工手段从海量资源库中选取，将某一广告位与某一广告投放计划进行定点匹配，对平台来说成本过大，不是一种经济的行为。

②通过平台输送利益不具备可行性

发行人的主要平台均为知名互联网企业，对自身品牌和美誉度较为重视，通常设置了反作弊部门进行监控，因此，通过平台输送利益不具备可行性。

③人工干预将导致终端广告主流失

平台如人工干预广告投放，则不能做到精准投放，投放效果不佳将导致平台终端广告主的流失。

④资源方的收益取决于其产品用户粘度

资源方的收益取决于其产品用户质量，用户质量因产品的特点而不同，最终取决于产品对于用户的吸引力以及用户粘度。

⑤中国互联网广告市场规模巨大，发行人与猎豹集团、小米集团不存在直接竞争

如下图所示²，中国互联网广告市场规模巨大，且增速稳定，发行人及小米集团、猎豹集团提供的互联网广告推广服务的金额占全国互联网广告市场规模极小，三者间不存在直接竞争关系。



综上，发行人与猎豹移动、小米集团报告期内均存在从事互联网广告推广服务的情形，但不构成同业竞争。

（三）发行人、猎豹移动与小米集团的主要广告平台客户及终端广告主客户的名称、交易金额、占比及重合比例

²数据来源：艾瑞咨询《寻找营销的道与术中国网络广告市场年度检测报告 简版 2019年》，网址：http://report.iresearch.cn/report_pdf.aspx?id=3393，最近访问:2019年7月14日。

1、主要平台客户情况

报告期内，发行人、猎豹移动³、小米集团的主要平台客户的名称、交易金额、占互联网广告推广业务收入比例及重合比例情况如下：

(1) 2016 年

序号	发行人			小米集团		
	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘宝（中国）软件有限公司	8,625.21	35.52	/	/	/
2	百度在线网络技术（北京）有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司、Baidu(HongKong) Limited	2,785.78	11.47	/	/	/
3	天津奇思科技有限公司	441.36	1.82	/	/	/
4	Facebook Ireland Limited	218.35	0.90	/	/	/
5	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	116.94	0.48	/	/	/
	合计	12,187.65	50.19	/	/	/

(2) 2017 年

³ 根据猎豹移动的说明，其在2016年未单独统计第三方平台客户相关数据。

序号	发行人			猎豹移动			小米集团		
	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (百万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘宝(中国)软件有限公司	13,022.70	44.02	/	/	/	/	/	/
2	百度在线网络技术(北京)有限公司、百度时代网络技术(北京)有限公司	1,307.18	4.42	/	/	/	/	/	/
3	Facebook Payments International Ltd	881.29	2.98	/	/	/	/	/	/
4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	489.20	1.65	/	/	/	/	/	/
5	北京奇虎科技有限公司、北京奇付通科技有限公司	405.56	1.47	/	/	/	/	/	/
	合计	16,105.93	54.44	/	/	/	/	/	/

(3) 2018年

序号	发行人			猎豹移动			小米集团		
	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (百万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘宝(中国)软件有限公司	15,119.81	39.66	/	/	/	/	/	/
2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1,307.18	3.86	/	/	/	/	/	/
3	百度在线网络技术(北京)有限公司、百度时代网络技术(北京)有限公司	881.29	1.90	/	/	/	/	/	/

序号	发行人			猎豹移动			小米集团		
	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (百万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)
4	Facebook Payments International Ltd	1,471.76	1.65	/	/	/	/	/	/
5	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	722.42	1.36	/	/	/	/	/	/
	合计	18,463.69	48.43	/	/	/	/	/	/

(3) 2019年1-3月

序号	发行人			猎豹移动			小米集团		
	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (百万元)	占比 (%)	客户名称	收入 (万元)	占比 (%)
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘宝(中国)软件有限公司	3,942.90	46.08	/	/	/	/	/	/
2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	667.39	7.80	/	/	/	/	/	/
3	Google Asia Pacific Pte. Ltd.,	151.31	1.77	/	/	/	/	/	/
4	北京奇付通科技有限公司、北京奇虎科技有限公司	134.08	1.57	/	/	/	/	/	/
5	百度在线网络技术(北京)有限公司、百度时代网络技术(北京)有限公司	51.94	0.61	/	/	/	/	/	/
	合计	4,947.62	57.82	/	/	/	/	/	/

如上文所述，前述重合情况主要源自中国互联网行业核心资源向头部企业集中的现状，客观上难以完全避免，结合行业发展阶段，具有合理性。发行人与猎豹移动、小米集团不因此构成竞争关系。

2、终端广告主客户情况

如上文所述，(1) 在平台合作推广的业务模式下，资源方客观上无法选择终端广告主，也无法获得其名称、交易金额、占比等具体信息；(2) 终端广告主不是人工选择的结果，其重合具有偶然性，资源方的竞争最终回归到产品性能及服务的竞争；因此终端广告主是否重合，与判断是否存在同业竞争不具有关联性。

(2) 发行人与猎豹集团的猎豹浏览器（PC 版）、金山毒霸、毒霸导航、金山电池医生、猎豹清理大师等软件在互联网广告推广服务中是否采取大致相同的业务模式，对比不同软件广告投放的费用是否存在显著差异，广告平台客户是否与发行人、猎豹集团、小米集团签署一揽子的合作协议并根据受众差异投放广告，终端广告主是否自主选择投放的媒体资源；

(一) 发行人与猎豹集团的猎豹浏览器（PC 版）、金山毒霸、毒霸导航、金山电池医生、猎豹清理大师等软件在互联网广告推广服务中是否采取大致相同的业务模式，对比不同软件广告投放的费用是否存在显著差异

报告期内，在各自的互联网广告推广服务中，发行人本身不作为广告代理商，代理任何广告主的业务，猎豹集团存在其下属企业作为广告代理商，以其自身产品以外的媒体资源开展广告代理业务的情况。

如上文所述，两者在互联网广告推广服务收入来源、产品用户群体、广告媒体资源、主要商业模式上存在显著区别，不存在同业竞争。

根据猎豹集团的说明，猎豹集团与其主要平台客户之间的结算方式主要为 CPM、CPC 等；发行人与其主要平台客户之间的结算方式主要为 CPM、CPS、CPC 等。可见，两者与平台结算费用时采用的结算标准不存在显著差异。但如上文所述，两者开展的互联网广告推广服务存在显著区别，在与平台合作推广业务中，两者作为资源方的竞争最终回归到产品性能及服务的竞争。

(二) 广告平台客户是否与发行人、猎豹集团、小米集团签署一揽子的合作协议并根据受众差异投放广告，终端广告主是否自主选择投放的媒体资源

平台一般为互联网广告行业中规模较大的公司，包括发行人、猎豹集团、小

米集团在内的资源方与平台签署协议的方式通常为：登录客户指定网站入口，阅读并接受该网站上提供的格式合同，通过点击“同意”或类似选项的方式与平台签署协议，不存在发行人等资源方与平台就协议具体条款进行个别协商、谈判的过程。

如上文所述，在平台合作模式下，资源方与终端广告主具有“双盲性”，且平台导流模式具有“看人不看应用”的特点，终端广告主无法自主选择投放的媒体资源。

(3) 发行人互联网广告推广服务的定位与猎豹集团、小米集团的同类业务是否相同，是否会导致发行人与竞争方之间的非公平竞争、利益输送或让渡商业机会等情形；

(一) 发行人互联网广告推广服务的定位与猎豹集团、小米集团的同类业务是否相同

1、发行人的产品及服务的整体定位与猎豹集团、小米集团存在显著区别

发行人主要从事 WPS Office 办公软件产品及服务的设计研发及销售推广，产品主要包括 WPS Office 办公软件和金山词霸等，可在 Windows、Linux、MacOS、Android、iOS 等众多主流操作平台上应用。

猎豹集团从事研究、开发和运营信息安全软件、网络浏览器、关键任务手机应用程序，并提供网络营销服务及跨设备的互联网增值服务。主要产品包括安全软件类产品、浏览器、游戏、其他工具软件等。

小米集团在产品方面专注于智能手机、IOT 和生活消费产品的生产与销售，不研发任何办公软件。小米集团的智能手机产品主要基于 MIUI 系统，智能手机、IoT 和生活消费产品主要为满足用户丰富的移动、智能生活、娱乐与消费需求。

2、三者均开展互联网广告推广服务，但定位不同且不存在同业竞争

如上文所述，发行人与猎豹移动、小米集团均存在从事互联网广告推广服务的情形，但并不因此构成同业竞争。此外，三者开展的互联网广告推广服务的定位也存在不同：

猎豹集团主要采用“免费+广告”的模式向其用户收取软件使用对价。

小米集团通过智能手机、小米电视等终端系统吸引用户，并以此作为向用户提供互联网服务的入口，在硬件销售收入的同时，实现流量变现。

发行人的“免费+广告”的互联网广告推广服务业务只是发行人向用户提供的对价支付方式之一，用户可根据自身需求在支付方式中选择、更换。发行人一直致力于办公应用领域的应用研究和业务拓展，通过不断提高软件产品性能和服务水平吸引付费会员，互联网推广服务提高收益仅是辅助性手段。

（二）是否会导致发行人与竞争方之间的非公平竞争、利益输送或让渡商业机会等情形

如上文所述，发行人与猎豹移动、小米集团不因均提供互联网广告服务而存在同业竞争。

此外，小米集团和猎豹移动均为上市公司，根据各自适用的注册地法律、上市公司监管规则及内控制度的要求，其不具有发生非公平竞争、利益输送或让渡商业机会的合理理由和动机。

如上文所述，中国互联网广告市场规模巨大，且增速稳定，发行人及小米集团、猎豹集团提供的互联网广告推广服务的金额占全国互联网广告市场规模极小，三者间不存在直接竞争关系。此外，如上文所述，资源方与终端广告主之间不存在相互自主选择的过程；资源方与平台之间的合作协议均为平台方的格式合同，不存在双方之间就具体条款进行具体拟定、谈判的过程。

综上，发行人与猎豹移动、小米集团均从事互联网广告推广服务不会导致其通过平台方、终端广告主进行非公平竞争、利益输送、让渡商业机会。

（4）补充说明猎豹集团、小米集团等关联方的同类收入或毛利占发行人该类业务收入或毛利的比例

2017年、2018年及**2019年1-3月**，猎豹集团⁴的互联网广告推广服务收入分别约为375,390万元、356,503万元、**63,981.03万元**，分别占发行人该类业务

⁴根据猎豹移动的说明，其在2016年末单独统计互联网广告推广业务的相关数据。

收入的 1,269%、935%、**747.68%**；2016 年、2017 年、2018 年及 **2019 年 1-3 月**，小米集团的互联网广告推广服务收入分别约为 383,842 万元、561,439 万元、1,010,031 万元、**228,184.29 万元**，分别占发行人该类业务收入的 1,581%、1,898%、2,650%、**2,667%**。

上述比例不应当作为认定发行人与猎豹集团、小米集团之间是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争的依据，其原因在于：发行人与猎豹集团、小米集团均从事互联网广告推广服务，但并不构成同业竞争。具体分析详见本题第(1)问的“（二）经核查，报告期内，发行人与猎豹移动、小米集团均存在从事互联网广告推广服务的情形，但并不因此构成同业竞争”。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、核查发行人关于其互联网广告推广服务业务模式的说明，分析、核查各业务模式的具体情况、财务数据、业务合同；
- 2、访谈发行人主要第三方平台客户；
- 3、访谈小米集团相关人员并核查小米集团提供的相关说明及确认；
- 4、访谈猎豹移动相关人员并核查猎豹移动提供的相关说明及确认；
- 5、核查小米集团于 2018 年 6 月 25 日在香港联交所公开披露的全球发售招股书、猎豹集团公开披露的公告等文件；
- 6、核查报告期内猎豹移动的主要客户、供应商清单；
- 7、核查报告期内小米集团的互联网广告业务的主要客户、供应商清单。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

- 1、报告期内，发行人与猎豹移动、小米集团均存在从事互联网广告推广服务的情形，但并不因此构成同业竞争；

2、发行人等资源方客观上无法选择其终端广告主，无法获得其具体信息，且终端广告主是否重合，与判断是否存在同业竞争不具有关联性；

3、虽然报告期内发行人、猎豹集团与平台结算费用时采用的结算标准不存在显著差异，但两者开展的互联网广告推广服务收入来源、产品用户群体、广告媒体资源、主要商业模式上存在显著区别，在与平台合作推广业务中，两者作为资源方的竞争最终回归到产品性能及服务的竞争；

4、在平台合作推广模式下，发行人等资源方与平台签署合作协议时，不存在资源方与平台就协议具体条款进行个别协商、谈判的过程；此外，资源方与终端广告主具有“双盲性”，且平台导流模式具有“看人不看应用”的特点，终端广告主无法自主选择投放的媒体资源；

5、发行人与猎豹移动、小米集团均从事互联网广告推广服务不会导致其通过平台方、终端广告主进行非公平竞争、利益输送、让渡商业机会。

问题 9.关于日本金山

根据问询回复，发行人与日本金山之间的合作模式为销售分成模式，发行人授权日本金山在日本本土独家从事合同约定业务的授权使用费为该业务的销售净额的 33%。同时，发行人委托日本金山在日本地区以发行人渠道对外提供市场推广服务，获得的推广收益将由发行人向日本金山分成 33%。

请发行人说明发行人与日本金山业务的收入占比，日本金山业务是否为发行人业务的必备环节，未纳入发行人的原因，发行人在日本地区是否具备独立面向市场获取业务的能力，是否已拥有完整独立的销售服务体系。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

（一）说明发行人与日本金山业务的收入占比，日本金山业务是否为发行人业务的必备环节

2016、2017 年、2018 年及 2019 年 1-3 月，发行人与日本金山销售分成收入分别为 1,176.13 万元、848.76 万元、834.47 万元及 **198.59 万元**，占发行人营业收入的比例分别为 2.17%、1.13%、0.74%和 **0.70%**，对公司财务状况和经营成果不具有重大影响。2017 年、2018 年及 **2019 年 1-3 月**发行人委托日本金山在日本地区以发行人渠道进行市场推广的交易金额分别为 6.27 万元、12.36 万元、**2.18 万元**，占同期营业成本及期间费用的比例分别为 0.01%、0.01%、**0.01%**。

考虑到日本市场的进入壁垒及销售难度，发行人利用日本金山的创始人在当地的既有优势，借助日本金山作为经销商在日本市场销售，截至本问询函回复出具日，发行人尚未开展 WPS Office 产品在日本的直接销售业务。日本金山作为发行人 WPS Office 产品在日本地区的代理商，取得发行人的授权后在日本销售 WPS Office 日文版产品，并按销售收入的一定比例向发行人支付授权费。日本金山在日本地区销售 WPS Office 日文版软件，与发行人之间形成业务上下游的关系，发行人通过日本金山在日本地区销售 WPS Office 日文版软件具有必要性。

（二）日本金山未纳入发行人的原因

日本金山未纳入发行人的原因主要如下：

1、发行人一直以来未对日本金山施加重大影响，发行人与日本金山为独立发展的两个企业

自 2012 年 3 月金山办公香港受让日本金山的股份至今，金山办公香港持有日本金山的股份比例一直低于 20%，也不是单一第一大股东。自 2017 年 10 月 1 日（金山软件将其于猎豹移动的部分表决权转授予傅盛之日）起，猎豹移动并表附属公司猎豹科技持有日本金山 51.1% 的表决权，是日本金山单一最大表决权持有者。

自 2008 年 3 月至 2018 年 7 月 31 日（含当日），发行人董事长、总经理葛珂担任日本金山的董事，但仅为日本金山的 7 名董事之一，且不享有“一票否决权”等特殊权利。2018 年 8 月 1 日，葛珂辞去日本金山的董事职务，自此发行人对于日本金山董事会决议不再具有影响力。

综上，发行人虽然持有日本金山的低于 20% 的股份，但在股东大会对日本金山的影响力很小；自葛珂辞去日本金山董事职务之日起，发行人对日本金山董事会决议不再具有影响力。发行人一直以来未对日本金山施加重大影响，发行人与日本金山为独立发展的两个企业。

2、除销售发行人产品以外，日本金山更多从事其他业务的经营

如上文所述，2016 年、**2017 年**、2018 年及 **2019 年 1-3 月**，日本金山销售发行人产品的相关收入占日本金山当期总收入的比例分别为 29.47%、19.25%、17.58% 和 **17.52%**。除销售发行人产品以外，日本金山主要销售猎豹集团的安全类产品和浏览器产品。此外，日本金山主要开展的业务还包括移动广告平台代理⁵、LiveMe 直播平台。

3、发行人纳入日本金山不具有商业上的合理性和必要性

⁵日本金山的移动广告代理业务的媒体投放平台主要为猎豹产品广告；日本金山在发行人的产品上投放广告所取得的收入占其收入的比例极小。

日本金山是发行人在日本地区的经销商，发行人与日本金山目前的销售分成模式是双方商业谈判的结果，定价依据公允，与日本金山就销售与其无关联关系的第三方中国某软件企业的软件产品取得的销售分成比例无显著差异。如发行人将经销商纳入其体系内，较目前合作模式，发行人将需要承担日本金山在日本运营的各项成本，不具有商业上的合理性和必要性。

（三）发行人在日本地区是否具备独立面向市场获取业务的能力，是否已拥有完整独立的销售服务体系

如上文所述，截至本问询函回复出具日，发行人尚未开展 WPS Office 产品在日本的直接销售业务。发行人以日本金山作为其 WPS Office 产品在日本地区代理商的原因为：日本金山的创始人是中国人，对中、日两国的软件市场有深入的了解；同时考虑到日本市场的进入壁垒及销售难度，如发行人自行组织销售团队在日本地区直接销售 WPS Office 产品，需要投入更多运营成本、重新开拓销售渠道，不具有商业上的合理性。因此，发行人未在日本开展直接销售，而借助日本金山作为经销商在日本市场销售。

此外，报告期内，日本金山销售发行人产品的相关收入占发行人当期销售总额比例较小。发行人具有独立完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，其通过日本金山在日本地区销售其产品，整体而言，不会对发行人拥有完整独立的销售服务体系产生不利影响。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、核查日本金山的注册证书及其股东的登记证明文件；
- 2、核查发行人与日本金山于 2017 年 2 月 6 日签署的《独家许可授权合同》及于 2017 年 7 月 1 日签署的《补充协议》；
- 3、访谈日本金山及发行人业务人员。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、日本金山在日本地区销售 WPS Office 日文版软件，与发行人之间形成业务上下游的关系，发行人通过日本金山在日本地区销售 WPS Office 日文版软件具有必要性；

2、日本金山未纳入发行人的原因为：（1）发行人一直以来未对日本金山施加重大影响，发行人与日本金山为独立发展的两个企业；（2）发行人纳入日本金山不具有商业上的合理性和必要性；

3、日本金山销售发行人产品的相关收入占发行人当期销售总额比例很小，发行人具有独立完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，其通过日本金山在日本地区销售其产品，整体而言，不会对发行人拥有完整独立的销售服务体系产生不利影响。

问题 10.关于金山云

根据问询回复，报告期内发行人向金山云采购的金额占 IDC、CDN 主要供应商的比例分别为 26.66%、53.95%、50.70%，占比较高。

请发行人说明：（1）报告期内发行人向金山云采购金额占同类云服务的比例；（2）结合发行人与金山云合作协议的主要条款，说明采购服务的具体内容，是否具有不可替代性；（3）列表说明发行人与其他某非关联云服务公司、北京金山云与其他某非关联公司签订的云服务合同的价格，关联交易价格是否公允。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

（一）报告期内发行人向金山云采购金额占同类云服务的比例

报告期内发行人采购的云服务主要包括云服务器、云存储、云数据库、CDN 等，云服务主要供应商包括北京金山云、亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services,Inc、上海七牛信息技术有限公司、腾讯云计算(北京)有限责任公司、阿里巴巴通信技术（北京）有限公司等。

报告期内发行人向北京金山云采购金额占同类云服务的比例如下：

单位：万元

	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年 1-3 月
向北京金山云采购金额	917.70	2,200.92	3,459.04	1,321.14
同类云服务采购合计金额	1,619.25	3,175.52	5,649.78	2,083.07
占比	56.67%	69.31%	61.22%	63.42%

（二）结合发行人与金山云合作协议的主要条款，说明采购服务的具体内容，是否具有不可替代性

报告期内，发行人与北京金山云按年度签署《云服务协议》及《云服务订单》，对服务范围、价格进行约定，双方按月对账确认服务量并进行结算。

根据《云服务协议》，金山云按照约定向发行人提供云服务且需达到协议约定的服务标准；发行人有获得约定服务的权利，如发生服务故障，发行人可向金山云报障并可获得相应的技术支持和服务。

《云服务订单》具体约定了发行人向金山云采购的服务的内容，报告期内发行人向金山云采购的主要为云服务器（EIP 带宽、BWS 共享带宽、KEC、EBS）、标准存储服务（KS3）、内容分发（CDN）、NoSQL 数据库（KTS）、对等连接（Peering）、云数据库（RDS 版、Redis 版）、托管 Hadoop（KMR）、云安全防攻击中心（KAD）、云数据中心服务（KIS）等。

发行人向阿里云、腾讯云等供应商采购的云服务内容与金山云基本一致，具有可替代性；如金山云不能继续向发行人提供云服务，发行人可以采取数据迁移的方式更换云服务供应商，具体的数据迁移方式包括定制数据快递、专线传输等。据发行人测算，在现有数据量下，数据迁移最短需要耗时 30 天，产生的成本最低约为 12 万元。如金山云在停止服务前 30 天发出通知，发行人将有足够的时间进行数据迁移；如金山云在停止服务前没有及时发出通知，发行人有能力接管金山云的存储服务，以保障数据迁移期间相关云服务功能正常运行。

综上，金山云向发行人提供的云服务与其他供应商基本一致，发行人更换供应商的成本较低，金山云作为发行人供应商具有可替代性。

（三）列表说明发行人与其他某非关联云服务公司、北京金山云与其他某非关联公司签订的云服务合同的价格，关联交易价格是否公允

报告期内发行人与北京金山云通过《云服务订单》具体约定服务的价格，其中标准存储服务（KS3、KSS）分为存储和流量两部分分别计价，其中每月存储费按客户当月实际使用的云存储空间计算，每月流量费按客户当月实际使用的流量计费；内容分发（CDN）带宽服务单独计价，具体采购单价与可比公司的对比如下：

供应商	存储费	流量费	带宽费
北京金山云	0.05-0.06 元/GB/月（KS3）、0.1 元/GB/月（KSS）	0.08 元/GB（KS3）、0.25 元/GB（KSS）	10 元/MB/月
上海七牛信息技术有限公司	0.05-0.055 元/GB/月	0.145 元/GB	9.3-9.5 元/MB/月
腾讯云计算(北京)有限责任公司	0.05 元/GB/月	0.15 元/GB	10 元/MB/月
阿里巴巴通信技术（北京）有限公司	-	-	9.5-10.5 元/MB/月

其中 KSS 存储为北京金山云早期专有的存储格式，因配置了独立机房及设

备导致单价较高，主要用于存储发行人 2016 年之前较早的数据文件。因存储量较小以及迁移成本高，截至 2019 年 3 月 31 日，发行人并未进行数据格式更改。

发行人向北京金山云采购的其他类型服务约定单价为北京金山云官方网站报价的 7 折。保荐机构和发行人律师获取了北京金山云与其他非关联公司签订的云服务合同，具体如下：

采购方	约定为官网价格七折的内容
发行人	云服务器（EIP 带宽、BWS 共享带宽、KEC、EBS）、NoSQL 数据库（KTS）、对等连接（Peering）、云数据库（RDS 版、Redis 版）、托管 Hadoop（KMR）、云安全防攻击中心（KAD）、云数据中心服务（KIS）
北京某公司	云服务器（EIP 带宽、BWS 共享带宽、KEC、EBS）、NoSQL 数据库（KTS）
上海某公司	云服务器（KEC）、云硬盘（EBS）、弹性 IP、关系型数据库（KRDS）、对象存储（KS3）
深圳某公司	云服务器（KEC）、云硬盘（EBS）、弹性 IP、关系型数据库（KRDS）、云数据库（Redis）、对象存储（KS3）
北京某公司	云服务器（EIP 带宽、BWS 共享带宽、KEC、EBS）、云数据库（RDS 版）

经核查，发行人与北京金山云的关联交易合同单价与可比公司的合同单价基本一致，关联交易价格公允。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构、发行人律师执行了以下核查程序：

获取报告期内发行人主要云服务供应商名称、交易内容、交易金额、价格、业务量等明细表，检查了主要云服务合同、结算单据、付款凭证，通过信息查询、走访等方式对报告期内主要云服务供应商主营业务、与发行人是否存在关联关系进行了核查；获取了北京金山云与其他非关联公司签订的合同，核查其交易价格与发行人交易价格之间的差异。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，金山云作为发行人供应商具有可替代性；发行人与金山云的关联交易真实、交易价格公允。

问题 11.关于募投项目

根据招股书及问询回复，发行人本次在科创板上市，拟募集资金超过 20 亿元，拟投资项目包括“WPS Office 办公软件研发升级方向、办公产品互联网云服务方向、办公软件国际化方向、办公领域人工智能基础研发中心建设方向”发行人曾申请创业板上市，根据 2017 年 5 月发行人披露的招股说明书，彼时发行人拟募集金额不超过 6 亿元，分别投向四个项目“WPS 办公套件升级项目、云办公服务平台项目、研发中心建设项目、营销服务支撑体系项目”。本次募投项目目前暂未完成备案程序。

请发行人说明：（1）募投项目大致相同情况下募集资金大幅增加的原因及合理性，请对比说明募投项目投资金额的测算过程、依据，是否客观谨慎；（2）发行人是否结合公司现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标合理确定募集资金投资项目；（3）发行人现有募投项目是否涉及履行审批、核准或备案程序，如有，发行人未履行相关程序的原因；（4）发行人相关项目实施后是否新增同业竞争，是否对发行人的独立性不产生不利影响。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

（一）募投项目大致相同情况下募集资金大幅增加的原因及合理性，请对比说明募投项目投资金额的测算过程、依据，是否客观谨慎；

1、本次募投项目建设内容随公司战略布局拓展而更加丰富，是公司保持行业领先优势的必要途径

公司经过 30 余年的持续研发与经验积累，已获得高度市场赞誉与良好的用户口碑。为成为世界领先水平的办公软件民族企业，在办公领域中持续保持优势竞争力，经过对市场、用户偏好和技术趋势等因素的全面分析，公司将在全面巩固现有优势基础上，全方位布局公司新时期发展的新战略，并根据战略制定了本次募投项目建设内容：

日渐提升的办公软件兼容性、安全性等市场需求促使公司加大相关研发力度：随着国内经济的发展、企业的快速成长，软件产品与各类系统的集成应用也越来越紧密，深入兼容等性能逐渐成为刚性需求；随着软件产品与各系统之间的结合逐渐深入，安全可靠成为备受关注的问题。如果无法解决相关问题，企业无法获得用户的信赖，其未来发展将受到影响。为满足客户对兼容性强、安全性强的高性能办公软件产品日益增长的需求，公司需要加大相关研发力度，因此 WPS Office 办公软件研发升级是延续公司传统战略所必须的募投建设方向。

人工智能领域发展促发办公软件行业新的机遇与需求：人工智能技术的快速发展，给其他行业带来了深远影响。在办公软件领域，语音识别、指令交互、搜索引擎、深度学习等功能开始在办公软件与服务中发挥作用，颠覆了旧有的传统思维模式，使用户对办公充满新想法、新需求。智能办公、精准服务等将成为办公行业发展新趋势，国家亦鼓励及支持人工智能在各行业展开应用。作为国内技术领先的办公软件及服务提供商，公司欲保持领先地位，必须适应新时期技术发展的趋势，及时部署人工智能等全新技术，并使新技术成果应用在公司产品及服务中，为用户提供全新的智能办公体验及个性化的办公服务。为更好的满足用户新办公需求、顺应国家新时期科技发展战略，抓住人工智能技术发展为软件行业带来的重要机遇，办公领域人工智能基础研发中心建设是公司不可或缺的募投建设方向。

云协作与个性化办公需求将促使办公行业不断优化服务体验：随着通讯技术的快速发展，多地多人实时协作办公的需求日益增强。同时随着云搭建、云存储空间等基础云服务的迅速发展，基于基础云服务实现的办公软件云端协同、办公文档云端存储等功能也成为办公行业新兴需求之一。现有的 WPS+云办公服务主要包括针对应用场景的、与客户工作学习相关的办公增值服务，包括文档模板、文档转换、文档修复以及文档美化等一系列办公应用服务，公司除了持续补充和优化服务以外，在未来的募投项目中，还将投入大量的资源为用户提供内容服务、资源服务及创作服务，构建以用户文档服务为中心的云办公服务矩阵，持续为用户的办公提供定制化、场景化服务，满足用户多样化的服务需求。因此办公产品互联网云服务方向是公司本次募投项目的重要建设方向之一。

响应一带一路倡议，国际化部署实现公司全球发展战略：为响应国家一带一路倡议，布局世界办公软件新兴市场，进一步加强办公软件民族品牌在世界范围内的影响力，办公软件国际化成为本次募投项目的重要建设方向之一。研究发掘不同地区的用户需求，进一步部署产品，为全球用户提供差异化服务，有助于快速积累海外用户，为公司争取更广阔的市场；同时通过布局海外市场，可以使公司进一步了解和研究全球办公软件领域的新技术、新需求及发展动向，充实公司现有核心技术，提升技术水平和竞争力。公司部署国际化发展，将技术能力转化为产品和服务成果，服务于全球多个地区的用户，在世界范围内树立品牌形象，不仅为公司带来新兴的业务增长点，亦符合公司发展目标与发展战略。

2、创业板与科创板申报募投项目建设内容对比

本次科创板申报相比创业板，募投项目建设内容虽然都可以大致划分为软件升级、研发中心建设、云办公服务、营销网络建设等方向，但其具体项目内容不尽相同，除部分项目是在创业板募投项目上所做的拓展延伸外，其余皆为本次科创板申报所新增内容。创业板申报时的募投项目公司已以自有资金进行投入，且已取得相当成果，不涉及对本次科创板募投资金的使用。创业板申报时涉及的募投项目或已完成，如 WPS 办公套件升级项目已完成自 WPS Office2016 版本至 2019 版本的升级；或已取得阶段性成果，由于战略调整，未成为本次科创板募投项目之一，如原研发中心建设项目；或已基本实现建设，如云办公服务平台项目、营销服务支撑体系项目，科创板申报项目的建设内容为在创业板建设项目基础上的延续或新增，并未重复创业板项目内容。本次科创板申报与创业板募投项目具体建设内容对比如下：

募投方向 (科创板 申报划分)	科创板申报情况		创业板申报情况	
	项目名称	主要建设内容	项目名称	主要建设内容
WPS Office 办公 软件研发 升级方向	WPS Office 办公软件客户端增强与优化项目	项目主要建设内容包括 WPS Office 2019 的桌面版、移动版等客户端产品的研发升级，在创业板所规划的项目研发建设内容的基础上，进一步针对文档转换、文档瘦身、Web 图表、3D 图表、智能图形、文档协同、PDF 新应用等重要功能进行研发升级优化，以满足用户新的办公需求。	WPS 办公套件 升级项目	项目主要建设内容包括对原有的 WPS Office 2016 的桌面版、移动版等各客户端产品进行升级优化，实现常用功能扩充和升级。
	WPS Office 办公软件安全可靠增强与优化项目	在创业板所规划的研发建设内容的基础上，项目加深了对国产软硬件整机平台适配开发需求，同时对安全功能定制进行扩展开发，新增文档溯源、安全文档云服务等功能应用，产品在功能性、平台适配性的相关开发内容较创业板有较大扩展。创业板项目研发主要在 WPS Office 2016 版本基础上进行升级开发，本次募投项目则重要针对 WPS Office 2019 版本产品进行全面升级。		
办公领域 人工智能 基础研发 中心建设 方向	-	(注：创业板研发中心建设项目的主要建设内容在公司科创板申报前已部分完成，且公司将办公领域人工智能设定为未来重要研发方向，因此科创板申报中，未重复涉及创业板研发中心建设项目内容，办公领域人工智能基础研发中心建设方向主要划分为以下三个新的募投项目。)	研发中心建设项目	项目重点针对 WPS 系列产品的基础平台建设，建设内容主要包括自动化研发测试平台、大数据应用平台、用户画像平台和流量管理平台的研究和实现：(1) 自动化测试平台：基于公司现有的研发系统，通过升级优化，完善自动化研发测试方案；(2) 大数据应用平台：研发升级数据采集模块，建设全平台的数据采集工具；(3) 用户画像平台：研发升级用户身份识别及标签查询模块；(4) 流量

募投方向 (科创板 申报划分)	科创板申报情况		创业板申报情况	
	项目名称	主要建设内容	项目名称	主要建设内容
				管理平台：研发支撑公司全媒体全终端的互联网流量变现的平台。
	基于海量语料的人机协同辅助写作系统研发项目	项目主要建设内容包括研发适合多领域的辅助写作系统，包括文档模板、语料素材推荐、文档校对等模块。此项目创业板申报时未涉及，是此次科创板申报新增的建设项目。		
	AI 自然语言处理平台项目	项目主要建设内容包括构建基于海量语料搭建的深度语言模型和知识图谱，可用于多种 NLP 任务的基础设施，使 NLP 任务提升准确率，包括语言模型、知识图谱等模块。此项目创业板申报时未涉及，是此次科创板申报新增的建设项目。		
	AI 计算机视觉识别平台项目	项目主要建设内容包括开发基于深度学习搭建的计算机视觉模型，实现对文字载体的检测和识别及对图片进行文字提取，包括物体检测引擎、扫描件 OCR、自然场景 OCR 等模块。此项目创业板申报时未涉及，是此次科创板申报新增的建设项目。		
办公产品 互联网云 服务方向	办公产品云服务研发中心建设项目	项目包括 WPS 云文档和 WPS+云办公两个子项目，重点增强公司现有产品的云端服务能力，其中 WPS 云文档子项目主要建设内容包括研发升级 WPS 云文档文字组件、表格组件、演示组件、PDF 组件的多个功能模块，实现支持多人实时在线协作。WPS+云办公子项目则旨在扩展企业办公场景应用，全新研发企业文档安全管控、企业协同办公场景应用、企业办公服务平台、企业业务集成等重要模块。办公产品云服务研发中心建设项目在创业板项目建设内容基础上，在研发深度、广度上进行了较大幅度的拓展延伸。	云办公服务平台项目	项目主要建设内容包括通过在公司 WPS Office 产品现有基础上加入云存储、云办公、云模板、文档协同等应用服务，重点建设内容包括企业云服务、个人云服务的升级扩展开发。
	互联网增值服务研发项目	项目包括 WPS 会员增值服务研发升级和稻壳增值服务升级子项目两个子项目，本次科创板申报的募投项目建设内容，根据公司近年业务的发展情况，对增值服务研发内容更加细		

募投方向 (科创板 申报划分)	科创板申报情况		创业板申报情况	
	项目名称	主要建设内容	项目名称	主要建设内容
		分化,如针对 WPS 会员对外接口、服务精准度等方面进行了新增研发与强化;比创业板项目规划的建设内容,稻壳增值服务项目在资源内容的建设上有较大扩展与新增,非模板资源内容等研发模块为本次全新研发内容。		
-	-	(注:创业板营销服务支撑体系项目的主要辐射范围偏重于公司已经产生收入的地区,而此次科创板申报中,全球营销网络服务中心建设项目在国内重点城市及东南亚、北美、欧洲等地区建立服务网络,旨在形成覆盖全球的营销网络体系,以国际化为战略方向,与创业板申报时有所不同。)	营销服务支撑体系项目	项目主要建设内容为营销服务网络扩建、客户关系管理系统建设、客户服务中心建设、品牌宣传中心建设。
办公软件 国际化方向	全球营销网络服务中心建设项目	本次科创板募投中的全球营销网络服务中心建设项目的 主要建设内容为,借助国内营销服务体系的模式,对外推广公司自主研发软件并搭建全球化的营销服务网络,为公司未来海外运营和服务奠定基础。项目在国内重点城市及东南亚、北美、欧洲等地区建立服务网络,形成覆盖全球的营销网络体系。本项目是在创业板营销服务支撑体系基础上实现全球化的公司新战略项目。	-	-
	WPS Office 办公产品及服务全球化研发升级项目	项目主要建设内容包括为海外用户提供更符合其使用习惯的产品及服务,研发内容包括本地化产品、全球社交平台支持、云存储服务以及文档转化功能的支持、本地化金融支付服务支持、本地化运营服务支持等模块。此项目建设内容创业板未涉及,是此次科创板申报新增的建设项目。		
	全球技术服务支持中心建设项目	项目主要旨在实现对公司现有产品和服务体系的全球技术服务支持能力建设,具体建设内容包括全球技术服务支持平台(提供客户关系管理、项目支持管理、订单管理及市场管理等模块的研发升级)及品牌支持和宣传中心等。此项目建设内容创业板未涉及,是此次科创板申报新增的建设项目。		

3、创业板与科创板申报募投资项目投入测算对比

本次科创板申报相比创业板申报时，公司基于行业最新发展趋势及自身发展状况，在本次募投加大对人工智能、云服务领域的布局投入，以及对全球化业务的拓展力度，新增、拓展模块占比较高，因此募集资金投入亦相应增加。

本次科创板申报及创业板申报时募投资金投入测算情况如下：

单位：万元

类别	主要投入构成	创业板		科创板		占比变化情况及变化原因
		金额	占比	金额	占比	
固定资产投入	研究、开发所需专用服务器等硬件设备	13,252.40	23.47%	16,165.50	7.89%	相比创业板申报时，本次募投项目固定资产投入中，部分通用性较高的基础性硬件开发设备采用购买服务的形式，纳入到其他费用中，因此固定资产投入占比有所下降。
无形资产投入	研究、开发所需软件资源，应用研发语音语料库、办公文档资源	2,280.26	4.04%	22,809.34	11.13%	相比创业板申报时，本次募投项目无形资产投入中新增两类投入：购买用于协同办公使用的办公模板资源、组件等资源（主要服务于互联网增值服务研发项目）；购买用于AI研发使用的语音语料计算资源（主要服务于AI自然语言处理平台项目），因此无形资产投入占比有所上升。
研发投入	主要为研发人工投入	22,945.34	40.63%	80,046.01	39.04%	研发投入主要构成为研发人工投入，为募投项目中投入占比最高项目，比例较为稳定。
其他费用	主要为房租、装修、IDC带宽、云服务购买、培训、调研等费用	15,304.74	27.10%	66,600.78	32.49%	相比创业板申报时，本次募投项目的部分固定资产投入改为购买服务的模式，因此其他费用占比有所上升。
项目预备费	针对无形资产购置、云服务、设备等价格变动等不可预计情况所设预备费用	2,689.14	4.76%	19,390.90	9.46%	因固定资产投入减少、云服务、无形资产等价格存在波动的投入增多，且国际化项目投入存在一定不可预计性，因此项目预备费用占比比较前次有所提升。
合计		56,471.87	100.00%	205,012.53	100.00%	

由上表可见，此次募投项目资金投入类别较创业板并未发生较大调整，主要构成为研发投入、固定资产及无形资产投入、其他费用等。研发投入作为占比最高的投入类别，两次投入占总募投资金投入之比均在 40% 左右。本次募投项目的固定资产投入占比减少，主要原因是由于开发类和运营类硬件设备采用了购买和租用第三方云服务的模式进行实施所致；由于购买用于运营增值服务的模板、内容、语料等资源，无形资产资金投入占比增加；由于本次募投项目中固定资产采购转变为托管和租用云服务模式，导致其他费用资金占比有所增加。

由于偏重于人工智能、云服务、国际化等募投方向的建设，本次募投项目在研发的内容深度上有了极大的拓深和拓宽，投入资金总额也相应增加。从研发人月投入总数来看，本次募投测算中预计投入 31,560 研发人月，相比创业板募投测算中预计投入的 9,672 研发人月，增长 226%，使研发投入金额有所增长。从项目数量看，本次募投项目数量从创业板申报时的四个增长为十个；从研发纵深来看，部分项目建设内容为创业板募投项目基础上进行的深化研发，更多为新增内容，对无形资产及费用的投入需求皆有所增加。

本次募集资金投入具体测算构成情况如下：

类别	细分类别	合计	主要构成	典型投入产品
固定资产投入	开发用终端设备	2,774.20	开发所用各类终端设备	开发用台式机、笔记本等7类共计数千台开发设备
	算力设备	6,189.80	大规模本地计算、存储等算力设备	服务器、存储等6类近千台算力设备
	网络安全设备	4,789.00	网络传输、安全防火墙等	防火墙、交换机等4类数百台网络安全设备
	办公家具	2,412.50	基础办公家具、桌椅等	万平米级研发场地中数十套会议办公家具和数千套办公桌椅等
无形资产投入	虚拟化应用工具	1,565.37	算力资源虚拟化工具	包括VMWare Server、vmware workstation等数千套虚拟化应用工具
	数据库工具	1,433.80	开发用数据库工具	包括Oracle和SQL Server等近百套数据库产品
	测试类工具	4,208.17	开发用研发测试工具	包括LoadRunner、Appscan、Coverity Scan等数百套测试类产品
	开发支持类工具	810.00	图片、项目管理等支持工具	包括Axure、Visual Studio等百余套开发支持类产品
	大数据工具	1,192.00	数据建模、决策分析等支持性功能工具	包括Sensors Analytics等数据建模、分析软件百余套产品
	语音语料库	3,200.00	NLP及AI协作等相关语音语料资源	用于自然语言处理的训练语音、语料库、方言语料、专业语料等数十种数据语料资源
	内容资源和资料模板库	10,400.00	云办公、互联网增值服务、国际化相关内容和模板资源	包括字体库、办公模板、精品文档、全球化小语种模板资源等是数十种精品资源库
研发投入	研发项目管理	5,331.89	项目统筹管理、进度把控相关人工	包括项目总监、副总监等2类人员共计1,044人月工作量投入
	核心研发	30,596.48	核心产品开发实现工作相关人工	包括开发总监、开发工程师等7类人员共计11,952人月工作量投入
	测试类研发	12,613.71	制定测试工作计划，包括人员安排、进度、使用的软硬件环境、测试的流程等相关人工	包括测试总监、测试开发工程师等5类人员共计5,496人月工作量投入
	产品研发	12,895.16	产品功能实现相关人工	包括产品总监、产品经理和产品设计师等6类人员共计6,192人月工作量投入
	技术支持	6,353.04	对专项技术问题进行技术持续支持工作相关人工	包括技术支持总监、支持经理、技术专家等4类人员共计1,704人月工作量投入

类别	细分类别	合计	主要构成	典型投入产品
	运营支持	6,414.53	云办公、增值产品等运营工作相关人工	包括运营总监、运营专员等3类人员共计2,496人月工作量投入
	UI界面	3,314.22	研发的系统界面设计工作相关人工	包括UI总监、UI设计师等2类人员1,464人月工作量投入
	整体维护	2,527.01	系统整体维护支持工作相关人工	包括运维经理、运维工程师等2类1,212人月工作量投入
其他费用	房租、销售、服务等综合费用	35,663.28	包括房租、培训、调研、服务人员和销售人员的工资等日常性投入	包括各地房租、市场调研、培训费用以及销售人员和服务人员的基本工资等
	IDC带宽费用	28,200.00	IDC带宽等费用投入	包括IDC带宽、第三方云计算服务能力等费用投入
	装修费用	2,737.50	场地装修投入	包括万平米级场地装修相关投入
项目预备费	项目预备费	19,390.90	针对无形资产购置、云服务、设备等价格变动等不可预计情况所设预备费用	针对无形资产购置、云服务、设备等价格变动等不可预计情况所设预备费用
合计费		205,012.53		

综上所述，本次募集资金大幅增加具有合理性，募投项目投资金额的测算客观谨慎。

（二）发行人是否结合公司现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标合理确定募集资金投资项目；

1、本次募投项目建设内容与公司主营业务紧密相关

公司是国内领先的办公软件和服务提供商，主要从事 WPS Office 办公软件产品及服务的设计研发及销售推广。本次募投项目涉及的四大方向，即 WPS Office 办公软件研发升级方向、办公领域人工智能基础研发中心建设方向、办公产品互联网云服务方向、办公软件国际化方向，与公司现有主营业务紧密相关，建设内容皆围绕公司办公软件相关业务展开，并以办公及办公服务为核心进一步扩展和强化，具体情况如下：

WPS Office 办公软件研发升级方向：重点针对 WPS Office 2019 的桌面版和移动版产品的研发升级，在创业板项目规划内容的基础，加深了对国产软硬件整机平台适配开发需求，在软硬件整机平台、办公文档安全、安全云服务等方面进行扩展和强化开发。

办公领域人工智能基础研发中心建设方向：利用办公领域的人工智能基础技术，提升 WPS Office 软件对自然语言和图像文字信息等内容的理解及处理能力，涉及的辅助写作系统、AI 自然语言处理平台及 AI 计算机视觉识别平台，均是办公软件领域在智能技术发展下的新需求，也是办公软件行业未来发展的新趋势。

办公产品互联网云服务方向：重点针对 WPS Office 产品的云服务及增值服务的研发升级及扩展，无论是为组织客户提供办公服务还是为个人办公用户提供增值服务，均已成为行业内业务发展的重要增长点，也是移到互联网时期办公软件向服务化转变的重要趋势。

办公软件国际化方向：基于公司产品和服务持续开发，为满足全球用户差异化办公需求，推动 WPS Office 办公软件及服务全球化，同时借助国内营销服务体系运营经验，对外推广自主研发软件并搭建全球化的营销服务网络，为公司未来海外运营和服务奠定基础，助力公司在新的发展时期实现全球化的新战略。

2、公司根据生产规模及财务状况合理确定募投项目

单位：万元

申报板块	募集资金基本情况			首次申报报告期最后一年经营活动支出相关指标			年度募集资金投入与经营活动指标关系		
	募集资金	项目建设期(年)	募集资金年平均投入	财务指标所属年度	营业总收入	成本费用合计	经营活动现金流出	募集资金年平均投入/首申报报告期最后一年成本费用合计	募集资金年平均投入/首申报报告期最后一年经营活动现金流出
创业板	61,471.87	2	30,735.94	2016年	54,252.27	45,505.05	50,334.43	67.54%	61.06%
科创板	205,012.53	4	51,253.13	2018年	112,968.11	88,230.68	88,393.82	58.09%	57.98%

2016年至2018年，公司成本费用总额分别为45,505.05万元、59,037.86万元及88,230.68万元，复合增长率为39.25%；营业收入分别为54,252.27万元、75,326.50万元及112,968.11万元，复合增长率为44.30%，相比创业板首申报期的2014至2016年有所增长，且经营活动现金流出与业务增长趋势一致，2016年至2018年的复合增长率达到32.52%，资金需求快速增长。

本次募投项目的建设期由创业板申报时的2年调整为4年，募集资金年平均投入由3.07亿元/年变化为5.13亿元/年。募集资金年平均投入占首申报期最后一年成本费用合计的比例由67.54%变化为58.09%，募集资金年平均投入占首申报期最后一年的经营活动现金流出比例由61.06%变化为57.98%，比例皆有所降低。由以上数据分析可见，募集资金年平均投入与公司目前的支出水平相适应，虽然募集资金年平均投入由原来的3.07亿增长为5.13亿，但与创业板首申报期最后一年的成本费用合计及经营活动现金流出规模相比，本次科创板申报时的募集资金年平均投入占上述指标比重呈下降趋势。本次募集资金的规模相对合理，符合公司目前发展阶段的资金需求。

3、公司技术基础扎实，具备募投项目建设实施的能力

公司在办公领域具备 30 余年研究专业基础，结合用户场景分析、应用系统集成、竞品功能分析等方面进行深入研究，针对跨平台适配、数据云存储、智能数据处理、安全云文档以及数据协同共享等多个技术方向进行研究突破，已形成多项关键技术。通过不懈地潜心研发，目前公司从产品功能、可靠性、移动市场、本土化服务以及荣誉奖项等多方面的成果证明，公司现有的核心技术已处于国际先进水平，公司已成为能够与国际主流办公软件企业同台竞争的民族企业，具备实施募投项目建设内容的能力。

4、公司管理水平先进，为募投项目建设提供有力保障

研发管理：公司建立了从客户需求到具体产品技术方案的研发模式。由项目技术部进行需求采集与客户需求确认，产品研发部开展可行性分析、产品方案设计与评审、技术方案考察与评审，产品测试部参与需求分析、方案评审和技术评审。确保所研发的产品能够满足客户的需求，能切实解决客户的问题。

公司按照质量管理体系标准进行研发过程管理，对产品开发需求、论证、研发、测试、服务和生命周期管理等 6 个阶段进行全程监控，最大程度降低项目实施风险，公司于 2018 年通过了最新的 ISO9001-2015 质量管理体系认证的换版审查，已于 2019 年取得体系证书。

人才管理：公司核心研发团队涵盖了技术研究、需求分析、产品设计、产品研发、测试验证和技术服务等专业岗位，产品业务线从最初的桌面客户端产品和移动客户端产品，扩展至覆盖客户端、云平台、云文档、云协作、大数据、人工智能等多个新兴业务。

为鼓励员工持续创新，公司除了制定相关的奖励政策和管理办法以外，还设立了包括“优才计划”、“伯乐奖”和“人才晋升计划”等人才培养、奖励计划，并且为了更好的激励公司骨干技术成员，实施员工股权激励。同时，公司贯彻持续创新的企业文化，近年来已培养出一支专业技术过硬、管理经验丰富、年龄结构合理的高素质复合型人才队伍。

技术服务能力：公司建立了专业的技术服务网络，在北京、上海、广州、深

圳、成都等城市设有专门的技术服务中心。技术支持服务具体范围包括：1) 服务渗透产品应用全过程，前期为客户解决需求和方案建议，中期为客户解决实施过程问题，后期为客户提供培训、需求扩展等服务；2) 大客户专属服务为客户提供专门的项目经理及服务团队跟进项目的实施，提供产品部署、定制开发、系统测试、应用支持等专属服务；3) 专项方案服务为客户提供私有化部署及特定的办公安全方案等服务。公司在长期的技术服务中积累了丰富的客户服务经验，建立了遍布全国范围的服务资源，发展了大量技术开发合作伙伴，在服务能力、服务范围和服务深度方面皆处于领先地位。

公司现已建立完整的公司治理制度和内部控制措施，并将随公司业务的发展不断健全、完善。报告期内公司严格规范运作、完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会、监事在重大决策、经营管理和监督方面的作用。公司管理层均由高素质管理人员组成，可熟练运用科学、现代化的管理方式。管理层均有较强的现代创新精神，且有较强的执行力及责任感，为募投项目建设提供有力保障。

5、公司根据自身发展目标及发展战略合理确定募集资金项目建设内容

公司以成为世界领先水平的办公软件民族企业为发展目标，在继续顺应国内信息产业相关发展规划和政策指引下，结合行业发展的新形势，进行产业结构战略调整趋势，全面分析国内外行业与区域竞争情况，继续拓展国内外市场。

本次募投的四大方向中，主要新增办公领域人工智能及办公软件国际化两大方向，且均为公司未来重要发展战略的组成部分：

本次募投中的办公领域人工智能基础研发中心建设方向，是公司重要战略发展方向之一，未来公司将投入更多资源去建设公司级研发中心，设立和壮大人工智能实验室、大数据研究室等团队，对相关前沿技术进行持续探索和研究，为公司系列产品及服务做好基础技术支撑，提升产品核心竞争力。

本次募投中的办公软件国际化方向，是公司占领国内外市场战略的组成部分。公司希望借助募投项目将国内主营业务已形成的研发模式、销售模式、运营模式等商业模式，建立成一套可快速复制的商业方案，并在全球范围内进行业务扩张。因此，借助本次募投项目的实施，重点针对东南亚、北美、欧洲等地区，公司将

进一步提升产品在海外国家的本地化服务，配套提供专业的市场推广和技术支持服务，将在世界范围内构建全球营销服务网络，建设全球技术服务中心，最终形成覆盖全球的营销服务和技术支持网络体系。

综上所述，公司在结合现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力及发展目标的基础上，合理确定募集资金投资项目。

（三）发行人现有募投项目是否涉及履行审批、核准或备案程序，如有，发行人未履行相关程序的原因；

截至本问询函回复出具日，发行人现有募投项目均已完成企业投资项目备案程序，具体情况如下：

序号	项目名称	项目备案号	地点
1	WPS Office办公软件客户端增强与优化项目	2019-440402-65-03-030994	珠海
2	WPS Office办公软件安全可靠增强与优化项目	2019-440402-65-03-030995	珠海
3	基于海量语料的人机协同辅助写作系统研发项目	2019-340161-65-03-016686	合肥
4	AI自然语言处理平台项目	2019-340161-65-03-016677	合肥
5	AI计算机视觉识别平台项目	京海淀发改（备）[2019]78号	北京
6	办公产品云服务研发中心建设项目	2019-420118-65-03-026321	武汉
7	互联网增值服务研发项目	2019-420118-65-03-026454	武汉
8	WPS Office办公产品及服务全球化研发升级项目	2019-420118-65-03-026453	武汉
9	全球技术服务支持中心建设项目	京海淀发改（备）[2019]77号	北京
10	全球营销网络服务中心建设项目	京海淀发改（备）[2019]76号	北京

经保荐机构和发行人律师核查，发行人现有募投项目均不涉及环境污染问题，无需办理环评审批或备案手续。

（四）发行人相关项目实施后是否新增同业竞争，是否对发行人的独立性不产生不利影响

如招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”之“一、募集资金运营概况”所述，本次募集资金投资分为四个大方向，包含 10 个项目，将对多项关键技术进行创新和攻关，通过新技术实现办公软件的产品升级、服务优化以及国际化业务拓展；募集资金在未来将不会用于主营业务以外的新产品的开发生产。

据此，本次募集资金投资项目紧紧围绕发行人主营业务进行，募集资金不会

用于主营业务以外的新业务或新产品的开发生产，因此不会新增同业竞争，亦不会对发行人的独立性产生不利影响。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构、发行人律师执行了以下核查程序：

1、对比分析创业板募项目及本次募投项目的主要建设内容，确定两者之间的延续关系，并对新增内容即相关投入进行核对；

2、对比分析创业板募项目及本次募投项目的主要投入项目金额的相关测算，对项目占比变化进行分析；

3、结合公司现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力及发展目标等相关情况，分析募集资金投资项目是否合理；

4、获取募投项目已履行备案程序相关文件；

5、了解本次募投是否涉及新业务及新产品，分析募集资金是否会新增同业竞争，是否会对公司的独立性产生不利影响。

6、核查发行人关于募集资金投资项目及使用计划的董事会、股东大会等会议文件；

7、发行人关于募集资金投资项目的说明。

保荐机构认为：本次募集资金大幅增加具有合理性，募投项目投资金额的测算客观谨慎；公司在结合现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力及发展目标的基础上，合理确定募集资金投资项目；募投项目已履行备案程序；本次募集资金不会新增同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

发行人律师认为：发行人现有募投项目已履行备案程序；本次募集资金不会新增同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

问题 12.关于业务

根据招股说明书披露，办公云服务是发行人未来重要的发展方向，如“公司开启了办公应用场景化、应用移动化、工具服务化的移动办公之路，未来将会借助构建 WPS Office 办公产品云服务体系……以商务创作、协同办公为发展驱动”。近年，国内大型互联网公司也布局办公云服务、协同办公等领域，如腾讯推出的腾讯文档、今日头条投资的石墨文档等。大型互联网公司进入办公云服务、协同办公领域对发行未来发展的影响。

请发行人说明：（1）招股说明书“第六节业务与技术”之“二”之“（六）公司在行业中的竞争地位及主要竞争对手”的披露是否客观、完整，如否，请补充披露；（2）补充说明上述办公云服务与发行人业务的异同及竞争程度，上述大型互联网公司依托社交、资讯流量入口集成办公云服务对发行人移动业务的影响。发行人是否具备足够的竞争优势及门槛壁垒保持领先地位。

请保荐机构核查并发表意见。

一、对审核问询函的答复

（一）招股说明书“第六节业务与技术”之“二”之“（六）公司在行业中的竞争地位及主要竞争对手”的披露是否客观、完整，如否，请补充披露；

自成立以来，公司一直专注于办公软件领域的研究和发展。经过 30 余年的积淀，WPS Office 办公软件产品从仅适配 Windows 平台，快速发展为多平台产品支持，公司亦从单一办公软件生产商转型为办公软件产品及互联网云办公服务提供商。目前公司的产品体系已经涵盖了多平台客户端产品、云文档协作服务、云办公增值服务等，同时公司建立了完整的统一账号系统和云文档平台，基于办公文档将各个客户端产品和用户应用场景联系起来，为广大互联网用户的移动办公和智能办公提供一站式、多平台的互联网办公云服务的完整解决方案。

公司的主要竞争对手，例如国际知名的办公软件厂商微软、谷歌，亦凭借多年研发及服务经验，成为行业内的佼佼者：微软凭借 Microsoft Office 成为办公文档格式的标准制定者，谷歌凭借 Google Docs 成为在线协同编辑的先行者，其皆拥有一整套基于云存储的办公产品组件及系列云办公服务等较为成熟的产品、

服务体系。微软、谷歌及公司的办公软件产品及服务，从成熟度、用户认可度等方面来看，皆已成为目前国内办公软件领域中具备代表性及知名度的主流产品。

目前其他行业公司跨界布局办公云服务、协同办公等领域，主要以轻量级文档协作编辑工具形式实现对其主营业务的补充完善，为用户提供数据协同编辑辅助服务，进一步增加主营业务产品的用户黏性。此类产品与目前公司产品的全平台办公服务体系定位大相径庭。从未来办公发展趋势来看，公司倾向于和更多互联网企业一同强强联合，协作共赢，共同为用户提供多方位、高品质的办公应用产品及服务。

（二）补充说明上述办公云服务与发行人业务的异同及竞争程度，上述大型互联网公司依托社交、资讯流量入口集成办公云服务对发行人移动业务的影响。发行人是否具备足够的竞争优势及门槛壁垒保持领先地位。

公司于办公领域专注研发 30 余年，在办公多端应用、数据云存储、文档安全、数据协同及办公智能数据处理等多个技术方向已形成关键核心技术，整体技术处于国际先进水平，已成为能够与国际主流办公软件企业同台竞争的民族企业。

公司产品经过发展、迭代，从单机版发展为提供多人多端一站式网络化办公的应用服务，功能性、可靠性、服务质量均已得到用户的认可。

公司移动版产品自发布以来，即在移动应用商店排名中展现优势，迅速占领移动应用市场。在全球 Google Play、中国 App Store 的办公应用中持续名列前茅。公司产品和服务在办公软件产业生态环境中经过多年发展，产品应用能力和服务能力也得到提升和扩展；同时公司在办公领域与上下游合作伙伴通过互助共赢，相互促进，形成了良性的产业生态发展体系，行业壁垒逐渐形成。

1、腾讯文档、石墨文档等产品与公司业务定位不同，暂不构成竞争关系

公司为广大互联网用户提供系列办公应用及办公云服务，旨在围绕办公文档全生命周期的应用场景、数据安全和办公协同情景，持续提供不断优化的产品、办公应用服务，为用户的移动办公和智能办公提供一站式、多平台的互联网办公云服务解决方案。

公司所研发的 WPS 云文档及云办公服务，是以文档为核心的跨终端在线实

时协同办公应用，与腾讯文档、石墨文档等工具软件在定位上具有重大区别：**WPS** 云文档服务以 **Office** 文档处理为核心任务，旨在为各类办公用户提供文档共享、文档协作等服务，公司产品支持对各类主流办公文档格式的深度兼容，可以实现原生态打开、编辑并保存各类办公文件；无须依赖导入导出模式处理文件，因此几乎不会出现文档格式跑版、数据丢失、无法识别等缺陷情形。即使在团队协作模式下，公司 **Web** 端产品的用户体验几乎可以达到客户端水平。**WPS** 云文档及云办公服务经过多年发展，已形成一套能满足客户移动办公、智能办公的完整办公应用模式。

目前来看，腾讯文档是一款主要服务于社交产品用户沟通交流的轻量级文档处理工具，主要定位是，为用户提供可以在社交软件沟通场景中进行交流协作的轻文档编辑服务，重点解决用户在社交过程中产生的信息互动需求。文档生命周期管理、文档深度编辑、文档格式兼容等，并不是其重点研究领域；**Office** 文档处理方面，主要依赖数据导入导出的方式将 **Office** 文档与其云端系统之间进行数据转换。石墨文档是一款主要用于处理轻量级文档协同的工具软件，利用其自有的轻文档数据转换系统，为用户提供文档编辑服务；目前多在 **Web** 端进行应用，用户群主要为个人用户；**Office** 格式文档处理方面，依赖导入导出过程将 **Office** 文档与其自有系统进行数据转换。大型互联网公司依托社交、资讯流量入口集成办公云服务的主要目的为更好地为其主营业务产品进行服务，增加用户黏性，这与公司研发云办公服务体系的定位有本质不同。

综上，移动互联网的发展促进移动办公、智能办公时代的到来，用户快速交流互动的需求增强，也促发了轻量级编辑协同工具的产生，但是从办公应用的深度需求来看，公司具备产品及服务的功能性、安全性及管理性优势，对组织级客户已经产生了深远的影响，不会被其他轻量级工具所轻易替代，发行人移动业务未被其影响。

2、公司在办公软件领域已形成较好的行业壁垒

从行业壁垒角度来看，公司所在行业为技术密集型行业，行业进入需要较高的准入门槛。

（1）技术壁垒

公司具备跨平台办公、办公协同、数据共享等方面的核心技术，经过多年技术积累，具有在已积累的核心技术上实现创新的技术能力，这是公司在基础办公软件领域能持续发展并保持优势的重要因素。

在办公应用领域，文档兼容性是用户办公数据可靠性、完整性、可信性的重要保障，也是用户重点关注的办公产品特性。公司在办公领域具备 30 余年研究专业基础，结合用户场景分析、应用系统集成、竞品功能分析等方面进行深入研究，长期持续投入跟进 Office 文档格式，对历代 Office 文档格式的兼容性均经历了市场、客户的反复检验，产品内核的兼容能力更是经过多次迭代和打磨。公司现有的核心技术已处于国际先进水平，已具备与国际主流办公软件企业同台竞争的能力。

（2）产品及服务壁垒

i 数据存储体量大，服务支撑基础强

公司突破数据存储关键技术，为用户提供文档数据安全存储服务，目前已形成大体量的办公文档数据中心，用户办公文档数量达到百亿级水平，文档存储容量高达 PB 级别。公司未来在文档存储方面将继续实现突破，结合公司拥有数亿活跃用户数的优势基础，文档存储容量可高达 EB 级别。目前公司在文档数据存储量的优势，将有利于提升公司办公领域用户黏度。大体量的数据存储服务能力需要扎实的技术支撑和良好的用户基础。

ii 全平台办公无缝整合，构建良好用户忠诚度

公司建立了完整的统一账号系统和云文档平台，WPS 云办公通过账号联通多个端的文档数据，实现多平台数据互通整合，目前已实现桌面端、移动端、网页端的数据互联互通；同时基于公司优势显著的移动产品，为用户打造体验更好的移动办公、智能办公服务。公司 Mac 版产品的推出，正是公司全平台办公服务体系战略的又一体现。好用、易用的多平台移动办公体验，有效维系公司产品及服务的用户口碑，建立更高的用户忠诚度，形成了用户群体壁垒。

iii 海量资源内容，形成新一代增值服务体系

公司是国内较早提供办公增值服务的办公软件厂商，以个人用户办公增值服

务为例，公司的稻壳云模板等在线素材目前数量达千万，形成良好的办公软件资源应用环境。未来，公司将加大力度对内容资源投入，新增非模板资源等内容的建设，力求为广大用户构建一个海量资源内容服务平台，形成新一代增值服务体系。内容资源丰富的增值服务体系并不能够在短时间内完成积累、分类及精准服务，这是公司领先竞争对手的壁垒之一。

（3）产业链壁垒

公司多年在办公领域潜心研发，与 OA 系统、ERP 系统、CRM 系统、电子签章等上下游领域厂商，经过长期在二次开发领域的合作磨炼，形成了成熟的办公领域生态链基础，形成的行业壁垒门槛较高。未来公司将在现有业务基础上提高基于云计算、大数据服务等领域的拓展能力，与上下游厂商保持更深度的合作联系，促进移动互联网时期新的办公软件特色产业链的建成。

综上所述，公司具备足够的竞争优势及门槛壁垒保持领先地位，未来公司更倾向于和更多互联网企业一同强强联合，互助共赢，共同为用户提供全方位、高品质的办公应用服务。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构执行了以下核查程序：

1、收集、整理腾讯文档、石墨文档等新兴在线文档编辑工具的产品功能相关材料，分析其与公司产品的异同；

2、收集、整理腾讯文档、石墨文档等新兴在线文档编辑工具的用户特征，分析其产品定位及是否具备办公软件完整体系及功能；

3、收集、整理腾讯文档、石墨文档等新兴在线文档编辑工具的使用情况相关材料，分析其对发行人移动业务及云办公业务产生的影响；

4、收集、整理公司优势与壁垒情况，分析公司是否具备足够的竞争优势及门槛壁垒保持领先地位。

保荐机构认为招股说明书“第六节业务与技术”之“二”之“（六）公司在行业中的竞争地位及主要竞争对手”的披露客观、完整；大型互联网公司依托社交、资讯流量入口集成办公云服务的主要目的为更好地为其主营业务产品进行服务，增加用户黏性，对发行人移动业务及云办公业务暂未产生影响；公司具备足够的竞争优势及门槛壁垒保持领先地位。

问题 13.关于关联方披露

招股书披露控股股东及实际控制人控制的其他主要企业的情况及报告期与发行人发生关联交易的雷军控制的关联方情况。请发行人结合《上海证券交易所科创板股票上市规则》15.1 之（十四）、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》第六十四条的相关规定，完整披露发行人的关联方。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

发行人的招股说明书中：（1）“第五节发行人基本情况”之“八、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的情况”中披露了控股股东、实际控制人控制的除发行人以外的其他主要企业的情况，即：金山软件及其控股子公司、Xiaomi Corporation 小米集团、雷军股权控制的第一层且从事实际经营的企业；（2）“第七节公司治理和独立性”之“九、发行人的关联方、关联关系”之“（六）其他主要关联企业”中披露了实际控制人控制的其他企业等发行人的关联方；（3）“第七节公司治理和独立性”之“九、发行人的关联方、关联关系”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他主要企业”中将实际控制人控制的且报告期内与发行人发生关联交易的关联方作为实际控制人控制的其他主要企业进行了披露。

除上述企业外，尚有部分实际控制人间接控制的企业，在报告期内未与发行人发生关联交易，也未由雷军及发行人其他关联自然人担任董事、高级管理人员。现将实际控制人控制的企业（包括上述此前尚未披露的企业及已披露企业）完整披露如下：

截至 2019 年 3 月 31 日，发行人实际控制人雷军直接或间接控制的法人或其他组织的情况如下：

1. 金山软件及其并表附属公司（不含发行人）

序号	企业名称
1	金山软件
2	北京金山奇剑数码科技有限公司

序号	企业名称
3	北京金山软件有限公司
4	北京金山数字娱乐科技有限公司
5	北京金山志远技术有限公司
6	成都金山数字娱乐科技有限公司
7	成都金山互动娱乐科技有限公司
8	珠海金山软件有限公司
9	珠海市西山居软件有限公司
10	珠海金山数码科技有限公司
11	武汉金山软件有限公司
12	武汉市金山小额贷款有限责任公司
13	武汉金山金融科技有限公司
14	北京金山云科技有限公司
15	北京云享智胜科技有限公司
16	珠海金山云科技有限公司
17	北京金山云网络技术有限公司
18	海南澄迈云享智胜网络技术有限公司
19	北京金迅瑞博网络技术有限公司
20	宿州云享智胜网络技术有限公司
21	上海锐巅网络科技有限公司
22	南京仟壹视讯信息技术有限公司
23	武汉金山云信息技术有限公司
24	武汉金山云网络科技有限公司
25	雄安金山云信息技术有限公司
26	金山云（北京）信息技术有限公司
27	日照金山云网络技术有限公司
28	成都西山居互动娱乐科技有限公司
29	珠海西山居世游科技有限公司
30	广州西山居世游网络科技有限公司
31	成都西山居世游科技有限公司
32	珠海金山网络游戏科技有限公司
33	珠海西山居移动游戏科技有限公司
34	珠海西山居互动娱乐科技有限公司
35	北京西山居互动娱乐科技有限公司

序号	企业名称
36	鲸彩在线科技（大连）有限公司
37	大连将军科技有限公司
38	成都西米互动科技有限公司
39	海南金棋娱乐科技有限公司
40	Seasun Games Korea Corporation Limited (시선코리아주식회사)
41	西山居科技（武汉）有限公司
42	海南棋妙互动科技有限公司
43	武汉西山居世游科技有限公司
44	武汉西山映画文化传播有限公司
45	珠海西山居文化控股有限公司
46	武汉西腾科技有限公司
47	武汉西山艺创文化有限公司
48	北京西山居影业有限公司
49	Kingsoft Application Software Holdings Limited
50	Kingsoft Entertainment Software Holdings Limited
51	King Venture Holdings Limited
52	King Venture Corporation Limited
53	Kingsoft WPS Holdings Limited
54	Kingsoft Application Software Corporation Limited
55	Kingsoft Entertainment Software Corporation Limited
56	Kingsoft WPS Corporation Limited
57	Kingsoft Office Software Holdings Limited
58	Kingsoft Cloud Holdings Limited
59	Kingsoft Cloud Corporation Limited
60	Kingsoft Cloud Inc.
61	Kingsoft Cloud Network Corporation Limited
62	Kingsoft Cloud Ltd.(Russia)
63	Seasun Holdings Limited
64	Seasun Games Corporation Limited
65	Seasun Corporation Limited
66	Kingame Corporation Limited
67	Kingsoft Jingcai Online Game Holdings Limited
68	Kingsoft Jingcai Online Game Corporation Limited

序号	企业名称
69	Seasun Inc.
70	KINGSOFT (M) SDN. BHD.
71	Kingsoft Cloud Private Limited
72	徐州市金山云谷数据科技有限公司

2. 小米集团及其并表附属公司

序号	企业名称
1	小米集团
2	Xiaomi H.K. Limited
3	Xiaomi Finance H.K. Limited
4	Duokan International Group Inc.
5	Hong Kong Duokan Investment Limited
6	ZHIGU HOLDINGS LIMITED
7	Xiaomi Pictures
8	Wali International
9	Wali International Hong Kong Limited
10	PINECONE International LIMITED
11	Red Better Limited
12	Green Better Limited
13	People Better Limited
14	Blue Better Limited
15	Xiaomi Singapore Pte. Ltd.
16	Xiaomi Malaysia SDN. BHD.
17	小米通讯技术有限公司
18	北京小米电子产品有限公司
19	北京小米软件技术有限公司
20	北京小米电子软件技术有限公司
21	北京小米数码科技有限公司
22	瓦力信息技术（北京）有限公司
23	重庆市小米小额贷款有限公司
24	珠海小米通讯技术有限公司
25	广东小米科技有限责任公司
26	小米科技有限责任公司

序号	企业名称
27	北京多看科技有限公司
28	北京瓦力网络科技有限公司
29	广州小米通讯技术有限公司
30	北京瓦力文化传播有限公司
31	小米之家科技有限公司
32	广州小米信息服务有限公司
33	小米影业有限责任公司
34	小米信用管理有限公司
35	捷付睿通股份有限公司
36	北京小米支付技术有限公司
37	上海小米金融信息服务有限公司
38	四川银米科技有限责任公司
39	Fast Pace Limited
40	Xiaomi Ventures Limited
41	ZHIGU CORPORATION LIMITED
42	Xiaomi Pictures H.K. Limited
43	PINECONE HK LIMITED
44	Timi Personal Computing(HongKong) Limited
45	北京田米科技有限公司
46	台湾小米通讯有限公司
47	XIAOMI TECHNOLOGY INDIA PRIVATE LIMITED
48	Xiaomi Communications and Logistics India Private Limited
49	PT. Xiaomi Communications Indonesia
50	Xiaomi Philippines Corporation
51	Xiaomi USA Inc.
52	Xiaomi Technology Inc.
53	北京睿创投资管理中心（有限合伙）
54	北京智谷技术服务有限公司
55	北京小米移动软件有限公司
56	西藏紫米通讯技术有限公司
57	美卓软件设计（北京）有限公司
58	北京智谷睿拓技术服务有限公司
59	北京智谷技术咨询服务有限公司

序号	企业名称
60	北京文米文化有限公司
61	北京拜恩科技有限公司
62	北京松果电子有限公司
63	天津金星创业投资有限公司
64	天津金米投资合伙企业（有限合伙）
65	衢州小米影业有限责任公司
66	小米之家商业有限公司
67	小米产业投资管理有限公司
68	湖北小米长江产业投资基金管理有限公司
69	北京小米智能科技有限公司
70	天津众米企业管理合伙企业（有限合伙）
71	湖北小米长江产业基金合伙企业（有限合伙）
72	湖北嘉月股权投资合伙企业（有限合伙）
73	小米信息技术武汉有限责任公司
74	天津融米融资租赁有限公司
75	上海鸿米信息科技有限公司
76	上海小米融资租赁有限公司
77	北京紫麟置业有限公司
78	上海小米信息科技有限公司
79	南京大鱼半导体有限公司
80	北京聚爱聊网络科技有限公司
81	成都分享信息传播有限公司
82	小米有品科技有限公司
83	有品信息科技有限公司
84	小米商业保理（天津）有限责任公司
85	珠海三友环境技术有限公司
86	珠海亚丁科技有限公司
87	上海小米慧科信息技术服务有限公司
88	成都倍达资产管理有限公司
89	重庆小米商业保理有限公司
90	小米科技（武汉）有限公司
91	天津壹米企业管理合伙企业（有限合伙）
92	天津贰米企业管理合伙企业（有限合伙）

序号	企业名称
93	天津叁米企业管理合伙企业（有限合伙）
94	天津肆米企业管理合伙企业（有限合伙）
95	天津伍米企业管理合伙企业（有限合伙）
96	天津陆米企业管理合伙企业（有限合伙）
97	天津柒米企业管理合伙企业（有限合伙）
98	天津捌米企业管理合伙企业（有限合伙）
99	天津玖米企业管理合伙企业（有限合伙）
100	天津拾米企业管理合伙企业（有限合伙）
101	天津拾壹米企业管理合伙企业（有限合伙）
102	天津拾贰米企业管理合伙企业（有限合伙）
103	天津拾叁米企业管理合伙企业（有限合伙）
104	天津拾肆企业管理合伙企业（有限合伙）
105	天津拾伍企业管理合伙企业（有限合伙）
106	Ease Rich Technology Limited
107	Xiaomi Finance Inc.
108	Xiaomi Technology France S.A.S.
109	Xiaomi Technology (Thailand) Limited
110	PT. Xiaomi Technology Indonesia
111	ALPHA NOVA LIMITED
112	Quick Creation Limited
113	Xiaomi Singapore Fintech Private Limited
114	Xiaomi Technology Spain, S.L.
115	引力金融科技有限公司（ Gravitation Fintech HK Limited ）
116	Xiaomi Financial Services India Private Limited
117	MI Space Limited
118	MI Space NJ Limited
119	Xiaomi Best Time International Limited
120	Xiaomi Technology UK Limited
121	小米日本合同会社
122	Xiaomi LLC
123	Xiaomi Technology (Polska) sp. z o.o.
124	Xiaomi Technology Italy S.R.L.
125	Xiaomi Technology Netherlands B.V.

序号	企业名称
126	洞见金融科技有限公司 (Insight Fintech HK Limited)
127	XIAOMI VIETNAM COMPANY LIMITED
128	XIAOMI DE MEXICO, S de R.L. de C.V.
129	Xiaomi Technologies Bangladesh Private Limited
130	上海广溢信息科技有限公司
131	溢空间南京信息科技有限公司

3. 雷军持股的以对外投资为主要目的的 SPV

序号	企业名称
1	武汉光谷咖啡创投有限公司
2	Go Corporate Limited
3	Color Link Management Limited
4	Smart Stage International Limited
5	Top Brand Holdings Limited
6	Smart Project Holdings Limited
7	Smart Gear Holdings Limited
8	Snow Pine Technology Corporation
9	Great Wall Club Holdings Ltd.
10	Little Smart Limited
11	Parkway Global Holdings Limited
12	Sunrise Version Holdings Limited
13	Smart Player Limited
14	Smart Mobile Holdings Limited
15	Techno Frontier Investments Limited
16	Expert Resources Holdings limited
17	East Gragon Limited
18	We Media Group Inc.
19	北京顺为创业投资有限公司
20	北京淇澳科技有限责任公司

4. 雷军控制的顺为资本下属企业

序号	企业名称
1	Shunwei Capital Partners Advisor Limited
2	Shunwei Capital Partners Alpha Advisor Limited

序号	企业名称
3	Shunwei Capital Partners Advisor (HK) Limited
4	Shunwei Capital Partners Fund IV Advisor Limited
5	Grand Energy Ventures Limited
6	苏州工业园区顺为科技创业投资合伙企业（有限合伙）
7	拉萨经济技术开发区顺为资本创业投资合伙企业（有限合伙）
8	拉萨经济技术开发区顺为资本投资咨询有限公司
9	拉萨经济技术开发区顺为科技创业投资合伙企业（有限合伙）
10	北京顺为资本投资咨询有限公司
11	嘉兴顺创投资合伙企业（有限合伙） ⁶
12	Team Guide Limited
13	武汉顺融股权投资管理有限责任公司

二、招股说明书修改及补充披露

发行人在招股说明书“第七节公司治理和独立性”之“九、发行人关联方、关联关系”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他主要企业”补充披露了上述雷军直接或间接控制的关联方，并删除“1、报告期内与发行人发生关联交易的雷军控制的关联方如下”。

三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、核查上述境内企业境内关联法人的工商登记备案档案或工商查询单或公司章程、营业执照；境外企业的公司章程、注册证明书、股东名录、董事名录、金山软件年度报告；

2、核查发行人实际控制人出具的调查函；

3、访谈实际控制人；

4、核查金山软件下属企业清单、Xiaomi Corporation 下属企业清单、实际控制人控制的顺为资本下属企业、实际控制人控制的 SPV 清单，并与发行人的客户、供应商核对，核查是否存在关联交易；

⁶2018年8月起，雷军不再持有其出资。

5、核查金山软件下属企业、Xiaomi Corporation 下属企业、实际控制人控制的顺为资本下属企业、实际控制人控制的 SPV 的经营范围和主营业务信息，与发行人主营业务比对，分析是否存在相同、相似的情形；

6、根据对雷军及其关系密切人投资情况的互联网公告及新闻等公开信息进行检索筛查雷军相关关联方是否存在重大遗漏；

7、根据与发行人发生交易的对方的情况进行判断，筛查是否存在尚未收集的关联方信息及交易情况；

保荐机构、发行人律师登录国家企业信用信息公示系统、“启信宝”、“企查查”及“天眼查”进行了查询，运用互联网进行了公开信息检索。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：截至本问询函回复出具日，发行人按照《上海证券交易所科创板股票上市规则》15.1 之（十四）、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》第六十四条的相关规定，对发行人控股股东、实际控制人及其控制的企业进行了完整披露，不存在重大遗漏。

问题 14.关于免费用户的获取方式

根据问询回复，报告期内，公司 PC 端免费用户的获取方式主要包括官方网站、百度搜索、软件下载站、PC 安全软件管家等；移动端免费用户的获取方式主要包括官方网站、应用市场、软件预装等，其中软件下载站及软件预装为公司提供收费链接，其余均为公司提供免费链接，其中公司与北京小米移动约定的单台手机的预装价格为 0.1 元。报告期内，当年累计激活数量分别为 46,888.74 万、48,408.21 万和 45,910.20 万个。

请发行人：（1）说明软件下载站方式获取用户的主要合作方，包括合作历史、定价机制、比照市场价格是否公允、结算方式、与发行人是否存在实质或潜在的关联关系等；（2）进一步说明报告期内当存在免费软件预装渠道时选择与小米、华为等收费手机厂商合作的合理性，华为软件预装定价机制，小米和华为获取单个激活数量成本差异原因，是否存在关联方利益输送，并比照市场价格说明华为、小米的结算价格是否公允，以及相关合同条款内容；（3）2018 年当年累计激活数量较前两年有所下降，请结合当年业务收入分析与累计激活数量的配比关系。

请保荐机构、申报会计师核查，并说明针对该部分的核查情况，包括但不限于核查方式、核查比例、核查结果，并发表意见。

一、对审核问询函的答复

（一）说明软件下载站方式获取用户的主要合作方，包括合作历史、定价机制、比照市场价格是否公允、结算方式、与发行人是否存在实质或潜在的关联关系等；

报告期内，发行人软件下载站获取用户的主要合作方情况如下：

2016 年度							
序号	名称	金额（万元）	结算方式	平均结算单价（元/有效安装）	结算数量（万）	合作起始时间	是否与发行人存在关联关系
1	/	250.21	CPA	/	/	2015 年 4 月	否
2	/	44.98	CPA	/	/	2014 年 3 月	否
3	/	18.29	CPA	/	/	2015 年 9 月	否
4	/	14.91	CPA	/	/	2013 年 7 月	否
5	/	6.38	CPA	/	/	2013 年 10 月	否
	合计	334.77			/		
	占软件下载站费用的比例	92.71%					
2017 年度							
序号	名称	金额（万元）	结算方式	平均结算单价（元/有效安装）	结算数量（万）	合作起始时间	是否与发行人存在关联关系
1	/	237.19	CPA	/	/	2015 年 4 月	否
2	/	39.30	CPA	/	/	2016 年 10 月	否
3	/	39.51	CPA	/	/	2014 年 3 月	否
4	/	11.20	CPA	/	/	2013 年 9 月	否
5	/	9.78	CPA	/	/	2013 年 7 月	否
	合计	336.99			/		
	占软件下载站费用的比例	98.56%					
2018 年度							

序号	名称	金额（万元）	结算方式	平均结算单价（元/有效安装）	结算数量（万）	合作起始时间	是否与发行人存在关联关系
1	/	91.18	CPA	/	/	2015年4月	否
2	/	52.88	CPA	/	/	2014年3月	否
3	/	50.83	CPA	/	/	2018年8月	否
4	/	14.18	CPA	/	/	2016年10月	否
5	/	9.23	CPA	/	/	2013年9月	否
	合计	218.29			/		
	占软件下载站费用的比例	99.61%					
2019年1-3月							
序号	名称	金额（万元）	结算方式	平均结算单价（元/有效安装）	结算数量（万）	合作起始时间	是否与发行人存在关联关系
1	/	36.73	CPA	/	/	2014年3月	否
2	/	31.85	CPA	/	/	2018年8月	否
3	/	8.24	CPA	/	/	2018年11月	否
4	/	2.61	CPA	/	/	2016年10月	否
5	/	0.34	CPA	/	/	2013年9月	否
	合计	79.77			/		
	占软件下载站费用的比例	100.00%					

其中，有效安装主要为发行人能够监测到的二次报活的安装数量。

(二) 进一步说明报告期内当存在免费软件预装渠道时选择与小米、华为等收费手机厂商合作的合理性，华为软件预装定价机制，小米和华为获取单个激活数量成本差异原因，是否存在关联方利益输送，并比照市场价格说明华为、小米的结算价格是否公允，以及相关合同条款内容；

1、进一步说明报告期内当存在免费软件预装渠道时选择与小米、华为等收费手机厂商合作的合理性

2011 年以前（即 WPS Office 安卓版推出之前），智能手机预装办公软件需要向软件提供商支付授权许可费。WPS Office 安卓版推出后，在行业内率先推出了免费预装的模式，吸引部分主要智能手机厂商与发行人开展预装合作并达成长期免费合作意向。其具体合作情况如下：

厂商	具体合作情况
Oppo/Vivo	2014 年开始与发行人合作，免费合作期间为 5 年；2019 年 4 月开始付费预装
华为	2012 年开始与发行人合作，免费合作期间为 5 年；2017 年 4 月开始付费预装

发行人产品的国内主要手机厂商预装渠道主要包括小米、华为、Oppo、Vivo 等，其手机出货量情况如下：

单位：百万台

厂商	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
Oppo	25.9	35.3	78.4	80.5
华为	41.1	62.9	76.6	90.9
Vivo	27.9	35.1	69.2	68.6
小米	52.7	64.9	41.6	55.1

数据来源：IDC

2016 年，发行人开始探索并尝试付费订阅（WPS 会员及稻壳会员）模式，同时考虑到 2015 年小米手机的国内出货量已经排名第一，因此开始与小米洽谈预装合作。随着智能手机渗透率的不断提升，其已经成为移动端 APP 获客的重要渠道及入口，因此发行人与小米在 2016 年合作之初即采用付费预装的模式。

综上，发行人与主要手机预装厂商的起始合作阶段及背景不同，因此发行人报告期内当存在免费软件预装渠道时选择与小米、华为等收费手机厂商合作具备合理性。

2、华为软件预装定价机制，小米和华为获取单个激活数量成本差异原因，是否存在关联方利益输送，并比照市场价格说明华为、小米的结算价格是否公允，以及相关合同条款内容；

截至报告期末，发行人与华为、小米采用的付费预装主要收费条款如下：

厂商	付费预装收费条款
小米	/
华为	/

截至本问询回复日，发行人与 Oppo/Vivo 的付费预装主要收费条款如下：

厂商	付费预装收费条款
Oppo	/
Vivo	/

注：Oppo 及 Vivo 同属于步步高集团旗下的手机品牌

由此可见，报告期内华为与小米每激活用户成本差异主要由于结算模式不同导致；在结算模式基本相同的情况下，考虑到 2017 年 Oppo/Vivo 的合计出货量（或市场份额）已经是小米的 2.7 倍，因此发行人与小米预装定价均具有合理性。

综上，发行人与小米、华为软件预装定价公允，不存在向关联方输送利益的情形。

（三）2018 年当年累计激活数量较前两年有所下降，请结合当年业务收入分析与累计激活数量的配比关系。

报告期内，发行人累计激活数量与其转化为有效月活的情况如下：

类型	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年 1-3 月
当期累计激活数量	46,888.74	48,408.21	45,910.20	11,541.17
当期最后一个月免费用户月活数（万个）	21,765.95	25,209.60	30,529.80	32,289.57
当期新增免费月活用户	5,304.98	3,443.65	5,320.20	1,759.77
新增月活/激活数量	11.31%	7.11%	11.59%	15.24%

由此可见，虽然 2018 年度当期累计激活数量有所下降，但是其从首次激活到转化为有效月活的效果逐渐提升（即新增月活/激活数量逐渐提高），与业务收入的变动趋势趋于一致。

另外，2018 年度发行人的收入增长主要得益于个人订阅收入的快速增长，其主要驱动因素在于依托于发行人 3.1 亿的 MAU 其付费用户转化率的逐年提升，但是考虑到 2018 年 WPS 会员及稻壳会员的付费用户数（分别约为 575 万及 358 万）占当期最后一个月总月活的比例仍处于较低水平，因此即使当期累计激活数量存在波动亦不会影响总收入的变动趋势。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取软件下载站相关合作合同及结算单据；取得主要合作方的邮件确认；
- 2、获取预装厂商相关合作合同及结算单据；取得主要合作方的邮件确认；
- 3、查看并获取用户激活/月度活跃相关数据；
- 4、查看并复核 IT 审计报告；

保荐机构及申报会计师认为：发行人软件下载站及手机预装等获取客户的数据真实、准确、完整，定价公允且不存在向关联方输送利益的情形；2018 年度发行人累计激活数量有所下降，但其转化为有效月活的比例有所提升，与发行人收入变动总体趋势相匹配。

问题 15.关于关联方综合服务费

根据招股说明书，报告期内发行人同关联方租赁相关的综合服务费分别为 906.55 万元、1,058.99 万元及 1,537.98 万元，租赁费分别为 829.77 万元、865.62 万元及 752.87 万元。

请发行人说明综合服务费各明细项目的具体构成情况，发生原因，入账价值确定的依据等，并分析综合服务费高于租赁费的原因及合理性。

请保荐机构、会计师核查并发表意见。

一、对审核问询函的回复

由于公司自身不拥有办公房产，为满足办公等用房需求，公司母公司、珠海奇文和珠海金山办公、武汉金山办公分别向关联方北京金山软件、珠海金山软件、武汉金山软件租用办公室，同时根据与关联方签订的综合服务合同向其支付综合服务费。报告期内，公司同关联方租赁房屋相关的综合服务费明细如下：

单位：人民币万元

关联方名称	服务项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
北京金山软件	食堂餐厅	85.45	308.81	184.91	162.43
	水电燃气	-	20.34	85.20	90.18
	小计	85.45	329.14	270.11	252.61
珠海金山软件	食堂餐厅	156.76	585.37	391.25	302.19
	水电燃气	38.05	186.11	125.61	131.67
	办公服务	119.02	422.61	272.02	220.09
	小计	313.83	1,194.09	788.88	653.95
武汉金山软件	水电燃气	6.59	14.75	-	-
	小计	6.59	14.75	-	-
合计		405.87	1,537.98	1,058.99	906.56

上述服务项目中，食堂餐厅服务是公司为了满足员工便捷、安全的用餐需求，使用关联方经营的食堂向员工及外来客人提供员工餐、招待餐等用餐服务，为此需向对方支付用餐服务费；水电燃气服务是公司在租用办公室发生的应由其承担的水电燃气费用；珠海金山软件提供的办公服务主要包括信息化办公服务（办公

电脑维护、IT 技术支持、宽带服务等) 以及保洁、保卫、绿化等办公服务。上述服务均系保证公司正常运营必要的后勤支持性服务。

1、采购北京金山软件服务

报告期内，公司向北京金山软件支付的综合服务费主要为食堂餐厅服务和水电燃气费用，根据公司与北京金山软件有限公司签署的综合服务协议，各项服务收费标准如下：

服务类型	服务内容	收费标准
食堂餐厅	员工餐	早餐 5 元/人、午餐/晚餐 15 元/人，按实际用餐人数计算
	招待餐	30 元/人、50 元/人、80 元/人，按实际用餐人数计算
水电费	自来水、饮用水、电、燃气等费用	大楼总体水电费用，按各租赁方的员工人数作为权重进行分摊

由于食堂餐厅服务费用与实际用餐人数相关，报告期内，该项费用增长主要系用餐人数增长导致。2018 年度，食堂餐厅服务费用增长较快，一方面原因是员工人数增长较快，当年度员工人数较 2017 年增长 35.55%；另一方面，公司于 2018 年 4 月起搬入北京市清河 406 商业金融中心后，服务方按公司用餐计划统一安排送餐，并以送餐数量结算，考虑到员工食量差异及临时工作安排等影响，为保证员工餐供应充足，通常公司报的用餐计划通常会略高于实际用餐量，导致餐费增加。

2016 年度、2017 年度，公司向北京金山软件支付的房屋租赁费均高于综合服务费。自公司 2018 年 4 月起搬入北京市清河 406 商业金融中心后，不再向北京金山软件租赁办公用房，导致当年度与之发生的租赁费大幅降低，水电燃气费用随之大幅降低。

2、采购珠海金山软件服务

报告期内，公司向珠海金山软件支付的综合服务费包括食堂餐厅服务、水电燃气费用以及办公费用。2016 年度、2017 年度，公司子公司珠海金山办公与珠海金山软件有限公司签署综合服务协议约定的收费标准为：正式员工 1,445 元/人/月、实习生 683 元/人/月，根据租赁方的实际员工人数计算总价。上述收费标准根据 2013 年珠海金山软件有限公司出租大楼的总体各项费用(包括物业费用、

水电费、食堂餐厅、办公支持等）及各租赁方的员工总数计算确定。

2018年1月，子公司珠海金山办公搬入新办公地址，双方重新签署了综合服务协议，新协议约定的收费标准为：服务费（办公服务）420元/人/月，根据当月计算工资或劳务费的在珠海金山软件园办公的员工（含在岗实习生）人数计算；工作餐服务费（周一至周五）为早餐10元/人次、午餐和晚餐15元/人次，根据每月食堂就餐的打卡次数计算，非工作日加班餐为65元/人/天。水电费用按实际发生额按各租赁方使用面积作为权重进行分摊。

报告期内，随着员工人数的增长，珠海金山办公支付的各项综合服务费逐年递增，2018年度办公服务费用增长较快主要原因是员工人数显著增长，当年度员工人数较2017年度增长42.16%。

报告期内2016年度、2017年度、2018年度及**2019年1-3月**珠海金山办公向珠海金山软件租用办公用房的面积分别为7,697平方米、7,448.91平方米、7,712.46平方米及**7,712.46平方米**，由于房屋租赁面积并未发生较大变化，租赁费用小幅稳定增长。其中，2017年度租赁费用较2016年度增长系因租赁费按照员工人数与对应的月租金标准（正式员工对应的租金为580元/月，每名实习生对应的租金为460元/月）计算，随员工人数的增加而增长，因此，2016年度、2017年度珠海金山办公支付的综合服务费高于租赁费，主要原因系各项服务的人均定价高于租赁费；2018年度珠海金山办公搬入新办公地址后，房屋租赁费按照使用面积计算，虽不再与员工数量直接相关，但整体费用增长不大，折合成人均指标后，综合服务费的定价标准仍显著高于租赁费，并随员工人数的增加增长。

3、采购武汉金山软件服务

2018年度，公司向采购武汉金山软件支付的综合服务费主要为水电燃气费用，该项费用根据大楼总体水电费用，按照各租赁方的员工人数作为权重进行分摊确定。由于向武汉金山软件采购的服务不包含食堂餐厅、办公服务等，武汉金山办公支付的综合服务费低于房屋租赁费。

综上，报告期内，公司同关联方发生的综合服务费高于租赁费主要原因系珠

海金山采购的相关服务人均单价高于租赁费导致。2018 年度因北京金山办公 2018 年 4 月起搬入北京市清河 406 商业金融中心后，不再向北京金山软件租赁办公用房，导致当年度租赁费降低，而食堂餐厅服务仍向北京金山软件采购，同时由于员工人数增长，2018 年度综合服务费较高。因此，报告期内，公司向关联方采购相关的综合服务均系保证公司正常运营必要的后勤支持性服务，且定价公允，综合服务费高于租赁费具备合理性。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、查阅了公司与北京金山软件、珠海金山软件、武汉金山软件签署的租赁协议及综合服务协议；
- 2、检查了公司综合服务费的构成明细，分析公司综合服务费的发生原因；
- 3、检查了公司对综合服务费的入账价值确定的依据；
- 4、获取公司报告期各期员工花名册，核实员工数量变化情况。

保荐机构及申报会计师认为报告期内公司向关联方采购的综合服务均系保证公司正常运营必要的后勤支持性服务，且定价公允，综合服务费高于租赁费具备合理性。

问题 16.关于经销最终客户与直销客户重叠

根据问询回复，发行人办公软件使用授权业务的经销商最终客户、直销客户存在少数重叠情况，由于发行人不掌握代理商销售给最终客户的价格，且重叠客户从公司直接购买与从经销商处购买的方式可能分别为数量授权和场地授权，产品或版本也不尽相同，因此无法直接进行价格比较。

请发行人说明：（1）经销与直销对最终客户提供服务的差别，包括但不限于售后服务等；（2）经销商买断式经销的认定依据；（3）根据回复材料，公司直销的销售单价普遍低于经销销售价格，进一步说明经销客户与直销客户重叠的原因及合理性。

请保荐机构核查并发表意见。

一、对审核问询函的答复

（一）经销与直销对最终客户提供服务的差别，包括但不限于售后服务等

办公软件使用授权业务中，公司直销与经销商经销所提供服务的差别主要为：

公司直销销售模式下，公司直接为客户提供各项服务及技术支持，提供服务的内容根据商务条款有所差别，主要为反馈问题、响应、按客户要求派遣技术专家现场服务、进行软件使用相关培训等。相比经销商所提供服务的差别，公司更擅长处理复杂技术问题和解决未知疑难问题，如软件与客户内部应用系统对接、兼容性监测等方面，具有丰富经验，为内部架构复杂、对兼容优化更加偏重等类型的客户所偏好。

经销商在经销模式下，除反馈疑难问题或大型培训需求等特殊情况下，由经销商为最终客户提供服务，提供服务的内容主要为本地响应（包括上门服务、按客户要求驻扎现场、收集处理反馈问题等）、用户回访（包括主动回访、对使用意见进行建档跟踪）、产品安装、产品操作技巧培训等。相比公司直销服务模式，经销商更擅长本地化服务，为最终客户提供便利，响应时间更加迅速、服务人员更密集、服务体验更加多元化，更受注重服务体验等类型客户的偏好。

（二）经销商买断式经销的认定依据

报告期内，发行人办公软件产品使用授权业务经销商除日本金山外，均为买断式经销，公司与经销商的协议中，通常明确约定由经销商完成公司交付的软件产品验收工作，经销商验收合格后，非因软件产品本身出现的严重质量问题，公司不承担任何退换货责任；无论经销商是否销售软件产品，无论产品完成销售情况如何，公司均有权获得全额软件产品货款。此类业务中，公司在向经销商交付软件产品并经其验收合格后，软件产品所有权上的主要风险与报酬已转移给经销商，公司不再对已交付的软件产品实施有效控制，相关经济利益很可能流入公司，实质上是向经销商直接销售软件产品并获取全部货款，因此，将该类经销模式认定为买断式经销。

（三）根据回复材料，公司直销的销售单价普遍低于经销销售价格，进一步说明经销客户与直销客户重叠的原因及合理性

报告期内，办公软件产品使用授权业务中，同版本、同行业的软件价格，经销商提货均价均低于公司直销均价，未出现公司直销价格低于经销商价格的异常情况。经销商一般以低于公司销售给直销客户的价格提货后，加以一定价格销售给最终客户，公司掌握销售给直销客户和经销商的产品单价，但并不掌握经销商销售给最终客户的价格。最终客户除进行公开检索、多方询价与经销商报价比较等采购控制流程外，亦会根据自身情况（如内部架构是否复杂）、偏好（如对兼容优化更加偏重、对服务多元化更加偏重）、现场服务需求频次等，对直接向公司采购或从经销商采购进行选择。

报告期内，发行人办公软件产品使用授权业务的经销客户、直销客户存在少数重叠情况，根据最终客户所处行业、自身需求、所受政策指导的不同，其重叠原因主要可分为以下三类：

1、政策指导

报告期内，根据国务院办公厅对政府机关使用正版软件要求的不断深入强化，部分政府单位选择通过符合国务院政策指导的采购平台进行统一采购。此种情形下，最终用户对直销经销的选择与服务内容相关性较小，一般更偏好于政府采购

流程标准化与集采便利性。

2、通过经销商购买公司产品，使用良好并直接向公司进行采购

报告期内，部分客户经过经销商的推介，知悉、购买公司产品并使用良好，后根据自身需要再次向公司直接购买商品。此种情发生的主要原因为，最终客户因内部系统架构较为复杂或对兼容优化更加偏重，首次购买多为经经销商推介进行局部尝试，再次购买因扩大规模、全面铺架或需与其业务系统集成，而造成技术难度升级，最终客户希望与公司签订合同，获得公司直接的服务与技术支持。

3、曾购买公司产品并使用良好，因经销商开发进一步需求而后续通过经销商进行购买

报告期内，部分客户已经向公司直接购买过产品使用授权并使用良好，后续由于经销商进一步开发客户需求（经销商一般对于自己所在地区的客户进行持续跟进），或最终客户出于自身需求选择通过经销商购买（如经销商许诺最终用户得到如培训、售后维护等更丰富的使用体验等），后续通过经销商进行采购。由于首次购买时，最终客户已经得到公司的直接服务，消除了客户在技术方面的顾虑，或客户认为经过公司的技术服务后疑难问题已经解决，经销商亦能够满足其技术需要，且服务更加多元化、本地化，因此后续更倾向通过经销商进行软件采购。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构执行了以下核查程序：

1、获取办公软件产品使用授权业务直销、经销模式下的服务内容，分析直销经销服务各自优势；

2、收集与经销商所签订的相关合同，确认是否有可判断为买断式依据的内容条款；

3、核查重叠客户产生的原因及合理性；

保荐机构认为不同客户根据自身情况或偏好选择直销或者经销方式购买发行人产品；认定经销商销售为买断式经销依据充分；经销客户与直销客户重叠具有商业合理性。

问题 17.关于客户与供应商重叠

根据问询回复，阿里妈妈是公司的平台广告服务客户亦收取技术服务费，对应公司互联网广告推广服务的成本，核算方法为按阿里妈妈的确认金额全额确认收入，同时按照双方约定的比例（10%）确认成本。

请发行人详细说明同阿里妈妈合作的平台推广服务和技术服务具体业务模式、双方签订合同的属性类别，合同中主要条款，支付方式，总额法核算是否符合会计处理要求。

请保荐机构和申报会计师发表意见。

一、对审核问询函的答复

杭州阿里妈妈软件服务有限公司（以下简称“阿里妈妈”）是公司的平台广告服务客户，公司与阿里妈妈的具体业务模式为公司在阿里妈妈网站（<http://pub.alimama.com>）自行注册账号并完成备案后登陆账号自主提取广告链接、代码、接口等，通过技术接入将相关广告投放于公司的广告位上，广告排期安排由公司自主把控。

公司与阿里妈妈的结算模式为 CPS（Cost Per Sales），以广告链接实际带来的销售金额为基础来确认广告结算金额，即用户通过公司的广告位进入相应链接并完成交易则该交易金额的一定比例构成公司的广告收入，阿里妈妈对广告收入中扣除来源于补贴类销售额对应的广告收入后的金额按 10%的比例收取技术服务费，发行人当月技术服务费=（当月总广告收入-当月补贴类销售额对应的广告收入）×10%，来源于补贴类销售额对应的广告收入主要指“双 11”、“双 12”等大促活动中，消费者使用阿里妈妈发放的“淘红包”、“超级红包”等权益支付产生的销售额所对应的广告佣金。

公司与阿里妈妈合作的平台推广服务及对方提供技术服务基于双方共同签署的《淘宝客推广软件产品使用许可协议》（以下简称“推广协议”），主要条款约定如下：

条款类型	具体约定
服务概况	通过淘宝客推广软件可实现的功能包括但不限于如下，具体可登录淘宝客推广软件浏览（下述功能可能因阿里妈妈进行业务、产品性调整而被增加或修

条款类型	具体约定
	改，或因定期、不定期的维护而暂缓提供）： （一）委托人可自行创建推广计划，设置佣金比率，生成推广信息，选择与适合的淘宝客合作进行推广。本协议内的推广信息包含它所包含的商品。 （二）淘宝客可自行管理推广资源，选择适合的委托人合作，选择推广信息，生成推广代码。淘宝客将推广代码嵌入其推广资源后，淘宝客自行选择的推广信息会展现在推广资源里。 （三）收入、推广效果数据统计结算，报表查询。
委托人的要约	委托人点击确认本协议及支付宝扣款协议时起，或事实上使用淘宝客推广软件时起（以时间在先者为准），即对淘宝客发出了推广要约，同意淘宝客按淘宝客推广软件现在及未来可能支持的各种推广方式进行推广。淘宝客通过淘宝客推广软件可查询委托人的推广计划时，要约生效。
淘宝客的承诺	淘宝客在其推广资源内为委托人进行推广时，即对委托人做出承诺，且该承诺自推广行为发生时生效。
推广合同关系	委托人和淘宝客间建立的推广合同关系由双方按本协议履行。
推广信息	委托人自行发布推广信息：委托人开通使用淘宝客推广软件的，即为将其在商品信息所在平台发布的商品信息（含已发布和未来发布的）作为推广信息发布在淘宝客推广软件里，供淘宝客自行选择推广。淘宝客亦可通过淘宝客推广软件自行发布推广信息。
收付款主体	推广费（本协议内又称为“佣金”）由委托人支付给淘宝客。委托人不得使用引导购买者退款等任何手段规避推广费的支付。
佣金比率	出于维护合作秩序及保护您权益的目的，阿里妈妈通过淘宝客推广软件对佣金比率的上下限进行了限制。为更好地实现推广，阿里妈妈可能调整系统所支持的佣金比率上下限。 委托人仅可在软件系统支持的范围内设置佣金比率。当然，委托人也可以不进行设置或取消设置而适用系统默认的佣金比率。
付款方式	委托人授权阿里妈妈及/或支付宝公司自委托人收取的货款、委托人支付宝账户（支付宝账户包括账户项下适用的全部资金渠道，包括支付宝账户余额、开通快捷支付功能的银行卡、支付宝红包、集分宝、及您通过余额宝所持有的理财产品等，下同）、委托人与阿里妈妈约定的其他款项中扣取并支付给淘宝客。
软件服务费	（一）淘宝客应在收取委托人推广费时，向杭州阿里妈妈支付软件服务费。目前基础的软件服务费为淘宝客所收取推广费的10%；内容场景专项软件服务费为淘宝客内容场景带来的商品实际成交（指委托人支付宝账户收款金额，不含运费、进口税等）的6%；淘宝客推广软件内的其他部分功能或权限等的使用需另行收取软件服务费的，则以相应规则或协议约定为准。如未来阿里妈妈调整相应比率的，阿里妈妈会通过本协议约定的通知方式，以合理的期限提前通知淘宝客，确保淘宝客有选择的权利。 （二）淘宝客授权阿里妈妈及/或支付宝公司自淘宝客收取的推广费、淘宝客支付宝账户、淘宝客与阿里妈妈约定的其他款项中划扣软件服务费。 此外，阿里妈妈向委托人提供服务目前是免费的。

注：上述推广协议条款中，“委托人”指通过淘宝客推广软件，使用淘宝客的推广服务，以推广商品（含服务，下同）、店铺等的单位或个人，包括但不限于淘宝平台卖家，为平台上的商户进行统一推广的网站经营者；“淘宝客”指使用淘宝客推广软件，为委托人提供推广服务的单位或个人。公司在该项业务中的身份为“淘宝客”。

根据推广协议相关条款可以看出，该协议具备居间合同特征，同时可以作出以下判断：

(1) 公司(即淘宝客)借助阿里妈妈平台直接与委托人建立推广合同关系,委托人使用了公司提供的推广资源并从中受益,同时向公司支付推广费。

(2) 阿里妈妈在该项业务中的义务主要包括:①提供并维护淘宝客推广软件(平台),为推广者和淘宝客建立推广关系,固定委托人的要约以及淘宝客的承诺(即双方的权利及义务);②在推广业务中通过支付宝代为收取委托人的推广费并支付给淘宝客。

根据现行《企业会计准则第 14 号——收入》的有关规定,收入是指企业在日常活动(即企业为完成其经营目标所从事的经常性活动以及与之相关的活动)中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入,包括销售商品收入、提供劳务收入和让渡资产使用权收入。企业代第三方收取的款项,应当作为负债处理,不应当确认为收入。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》(2017 年修订)第二条规定:“收入,是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投资资本无关的经济利益的总流入。”

《企业会计准则第 14 号——收入》(2017 年修订)第十四条规定:“企业应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。”

交易价格,是指企业因向客户转让商品或提供服务而预期有权收取的对价金额。企业代第三方收取的款项以及企业预期将退还给客户的款项,应当作为负债进行会计处理,不计入交易价格。”

《企业会计准则第 14 号——收入》(2017 年修订)第三十四条规定:“企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权,来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的,该企业为主要责任人,应当按照已收或应收对价总额确认收入;否则,该企业为代理人,应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入,该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额,或者按照既定的佣金金额或比例等确定。”

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括:

(一) 企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。

(二) 企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。

(三) 企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：

(一) 企业承担向客户转让商品的主要责任。

(二) 企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。

(三) 企业有权自主决定所交易商品的价格。

(四) 其他相关事实和情况。”

虽然现行准则并未对代理业务的收入确认提供明确指引，但根据对推广协议的分析，阿里妈妈在该推广业务中仅提供交易平台及代为收付款服务，其代淘宝客收取的款项不满足收入的定义；而公司在该项业务中为推广资源的提供商，也是推广协议约定的推广费收取对象，委托人应向公司支付的广告推广费全额，满足“在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入”的收入定义。同时，公司基于推广协议约定向阿里妈妈支付的技术（软件）服务费，系为该项广告推广业务付出的获客渠道及代收付款服务成本。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）中对于判断主体在—项交易中是作为委托人还是代理人的指引，公司在该项交易中，直接向委托方提供推广资源，并对其作出承诺，且享有收款权，在该项交易中的身份为主要责任人，应当按照应收推广费总额确认收入。

综上所述，公司同阿里妈妈合作的平台推广服务和技术服务业务按照总额法核算符合企业会计准则的规定。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取技术服务费明细表及公司阿里妈妈账户后台数据进行检查；
- 2、对阿里妈妈平台各项协议进行了查阅，确认其合同内容、结算方式、支付方式等相关信息；
- 3、对阿里妈妈执行了走访和函证程序，了解业务模式并确认了双方往来金额、余额；
- 4、根据相关合同内容及业务模式结合企业会计准则分析总额法核算是否符合会计处理要求。

保荐机构及申报会计师认为根据公司与阿里妈妈合作的平台推广服务和技术服务的业务模式，总额法核算平台广告收入和技术服务费符合企业会计准则的规定。

问题 18.关于办公服务订阅业务

请发行人说明：（1）报告期内办公服务订阅业务的退款情况，包括但不限于退款政策、退款比例、退款审批流程及退款原因；（2）2017 年 12 月和 2018 年 12 月付费用户登录时长情况抽样情况表的数据是否准确，如有误请更改；（3）机构订阅服务按考核和验收对应的服务提供进度与在约定的服务期间分期确认收入的比例，相关合同条款内容。

请保荐机构、申报会计师进一步说明针对该部分收入的核查情况，包括但不限于核查方式、不同收入方法核查的具体比例并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

（一）报告期内办公服务订阅业务的退款情况，包括但不限于退款政策、退款比例、退款审批流程及退款原因

办公服务订阅模式下，发行人向用户提供的主要为 WPS 软件、稻壳模板以及相关的增值服务，根据相关国家法律，在线下载的计算机软件等数字化商品不适用“消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由”。发行人对“购买后不支持 7 天无理由退货”做了明显标识，同时明确了“如非服务故障问题导致无法使用，也暂不支持退款”。为提升用户体验、提高产品口碑，发行人开通了客户服务渠道，用户付费购买后如有退款意愿，可通过电话、QQ、电子邮件等方式联系发行人客服人员提出退款申请，发行人客服向用户进行电话沟通确认其退款要求后，将相关信息提交至后台运营人员审批并进行退款处理。

报告期内用户购买 WPS 会员、稻壳会员后申请退款的情况如下表所示：

单位：万元

年度	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年 1-3 月
退款金额	7.83	17.27	47.13	16.92
支付金额	5,334.10	20,157.20	44,782.07	15,788.62
退款金额占比	0.15%	0.09%	0.11%	0.11%

发行人客服与用户沟通退款要求时，用户需提供退款原因。根据发行人客服系统的记录，用户退款的主要原因包括：买错会员特权、非个人意愿的连续包月、

重复购买、意外误支付、论文查重/降重失败、文档/数据修复效果不满意、PDF转换效果不满意、产品/系统故障导致特权失效等。

(二) 2017年12月和2018年12月付费用户登录时长情况抽样情况表的数据是否准确，如有误请更改

原问询函回复中关于用户登录时长抽样时，2018年抽取的样本为当年12月份付费用户在当月的使用时长，2017年抽取的样本为全年付费用户在12月的使用时长，由于抽取样本口径不一致，导致2018年样本总数显著少于2017年样本总数。发行人重新对2018年用户登录时长进行了抽样，抽样口径为2018年全年付费用户在12月的使用时长，抽样结果如下表所示：

登录时长（小时）	2018年12月		2017年12月	
	用户数	占比	用户数	占比
0-5	1,050,336	24.73%	1,116,320	25.66%
6-10	343,586	8.09%	341,993	7.86%
11-20	469,829	11.06%	454,039	10.43%
21-30	355,520	8.37%	336,542	7.73%
31-40	273,209	6.43%	258,509	5.94%
41-50	224,148	5.28%	214,636	4.93%
51-100	722,820	17.02%	736,096	16.92%
101-150	388,131	9.14%	416,524	9.57%
>150	419,431	9.88%	476,549	10.95%
合计	4,247,010	100.00%	4,351,208	100.00%

(三) 机构订阅服务按考核和验收对应的服务提供进度与在约定的服务期间分期确认收入的比例，相关合同条款内容

机构订阅业务中，公司为企业用户提供办公服务订阅业务，如合同或协议中约定了考核和验收条款的，公司按考核和验收对应的服务提供进度确认收入，2016年、2017年、2018年及**2019年1-3月**，此类业务占机构订阅服务收入比例分别为32.06%、44.02%、50.14%及**31.59%**；服务提供进度依据合同条款约定的履约进度确定，相关合同条款内容如下：

类型	内容	相关条款
按考核和	公司提供专业化、定制化服	项目完成情况需经客户确认，系统验收，形成验

类型	内容	相关条款
验收对应的服务提供进度确认收入	务满足客户需求,帮助客户更好地进行文档创作、文档管理、分享和协同办公	收报告
		服务每到达合同约定的关键性节点及服务期满,客户考核评价部门对公司进行考核,填制《服务商监督考核评价打分表》,并形成《采购项目服务商监督考核评价报告》,作为考核公司履约情况及付款的依据

机构订阅业务中,合同中未约定考核和验收条款的,公司在约定的服务期间内分期确认收入,2016年、2017年、2018年及**2019年1-3月**,此类业务占机构订阅服务收入比例分别为67.94%、55.98%、49.86%及**68.41%**,分期确认期间由合同服务期间确定,相关合同条款内容如下:

类型	内容	相关条款
在约定的服务期间分期确认收入	WPS+云办公软件使用服务、云存储空间等	客户购买公司WPS+云办公服务,每用户数的本服务包含合同约定容量的云文档存储空间,服务期限自完成交付之日起算
	公司提供的基于WPS产品的技术支持、升级保障等服务	在服务期限内,公司按照合同约定提供技术支持,包括在线技术支持、现场技术支持、故障处理、软件升级维护等

机构订阅服务中,在约定的服务期间内分期确认收入的业务的服务期限一般按年计算,各期收入确认金额相对稳定。按考核和验收对应的服务提供进度确认收入的业务,客户主要为大型机构,此类业务相较按照合同服务期间分期确认收入的业务,具有一定的偶发性,因此报告期各期占比略有波动。

(四) 进一步说明针对该部分收入的核查情况,包括但不限于核查方式、不同收入方法核查的具体比例并发表明确意见

1、收入核查整体情况

保荐机构和申报会计师针对发行人业务系统执行了IT审计程序,对发行人办公服务订阅收入真实性进行了核查。

2、个人服务订阅

(1) WPS会员和稻壳会员

1) 核查方式

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序:

①获取报告期内个人客户付费明细数据，分析不同付费渠道的支付金额，核查用户付费渠道分布情况；

②获取报告期内 WPS 会员、稻壳会员每月支付金额和付费人数，并对二者数据变化趋势进行分析，核查收入增长的真实性和真实性；

③获取报告期内 WPS 会员、稻壳会员每月支付金额和付费人数、WPS 产品的月活用户数，对月活用户转化付费用户合理性进行分析，核查收入增长的真实性和真实性；

④抽样获取某天的消费时点分布情况，核查用户付费行为的真实性；

⑤获取发行人董事、监事、高级管理人员的用户 ID 及支付账户（如有），并取得其个人账户银行流水，核查其各期的自充值金额，核查是否存在大额自充值情况；

⑥根据付费明细，导出报告期内各年前 2000 位用户的支付明细及其用户 ID、会员类型、购买次数、交易金额、支付方式、姓名、电话/邮箱等信息，对用户进行电话访谈，核查其购买的真实性；

⑦获取报告期内每年的退款金额和订单数量，核查退款比例；

⑧获取报告期内各期不同用户 ID 对应的支付账户数量，核查是否存在同一用户使用多个账户进行充值情况，核查用户购买的真实性；

⑨结合公司产品和服务的定价、产品的市场分布和服务期长度，判断是否存在用户异常增加或异常集中的情况，核查用户购买的真实性；

⑩获取付费用户的地区分布、使用频率、使用时长、使用平台、多终端登录等数据，对用户使用真实性进行分析。

2) 核查数量和占比

2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-3 月，发行人 WPS 会员及稻壳会员的销售额如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
WPS 会员	11,669.69	32,686.50	13,822.19	2,749.32
稻壳会员	4,118.93	12,095.57	6,335.01	2,584.78
核查比例	100%	100%	100%	100%

保荐机构和申报会计师针对报告期内购买 WPS 会员、稻壳会员的个人用户购买真实性、付费真实性、使用真实性进行了核查，核查覆盖的各期销售金额比例为 100%。

3) 具体核查情况

①支付渠道核查

支付渠道主要为微信、支付宝、Apple Pay 等，保荐机构和会计师对报告期内主要渠道的支付金额等数量进行了统计和核查。2016 年至 **2019 年 3 月 31 日**，微信渠道支付金额占比分别为 47.18%、57.15%、62.27%及 **63.64%**，支付宝渠道支付金额占比分别为 51.36%、37.76%、27.03%及 **24.08%**，Apple Pay 渠道支付金额占比分别为 1.46%、5.09%、10.64%及 **12.12%**。根据 Analysys 易观发布的《中国第三方支付移动支付市场季度监测报告》数据显示，2016 年至 2018 年中国第三方移动支付市场中支付宝、微信的市场份额合计均超过 90%，与发行人较为一致。用户一般根据自身习惯选择支付渠道，发行人无法进行控制。**报告期内发行人在微信平台推广产品**，因此微信渠道支付比例呈现逐年升高的情况。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，报告期内 WPS 会员和稻壳会员的支付渠道分布情况较为合理，符合用户的使用习惯。

②支付金额和付费人数的相关关系核查

保荐机构和申报会计师从发行人后台管理系统中获取了报告期内每月的支付金额和付费人数，并对其增长趋势的相关性进行了分析。经核查，保荐机构和申报会计师认为，报告期内 WPS 会员、稻壳会员每月的支付金额与付费人数呈正相关关系，未发现存在明显异常波动。

③月活用户转化付费用户合理性核查

保荐机构和会计师获取了 WPS 产品的月活用户数及 WPS 会员/稻壳的每月的付费用户数，对其转化率进行了统计分析。发行人的 WPS 和稻壳付费用户的转化率在报告期内呈快速增长的趋势，原因为：（1）WPS 会员服务类型的完善和付费渠道的改进。PC 端在报告期内先后增加了 WPS 云字体、数据恢复、文档修复、图片边框、PDF 转 DOC、OCR 识别、图片转 PDF 等特权；移动端在报告期内先后增加了 WPS 云服务、图片分享、云字体、文档瘦身、共享播放、文档恢复、阅读背景、演讲实录、PDF 签名等功能。上述功能的完善使得 WPS 会员使用体验大幅改善，进而付费用户数量不断上升。此外，通过场景优化，发行人缩短了用户使用功能到付费时的行为轨迹，如电脑端早期需单独打开浏览器支付，后期仅需在 WPS 软件内扫码支付，移动端中用户点击某功能按键时即直接跳转至付费界面，提升了用户的付费转换率。（2）稻壳会员商业模式的拓展、精品文档内容的拓展和垂直行业的精准推送。2017 年以前稻壳均采用预充值分次单独购买模板的商业模式，单价相对高因此付费用户粘度相对低，2017 年 1 月正式引入以月度付费购买的稻壳会员体系，支付特定月费/年费后用户即可享受一定数量模板的免费下载、优选模板八折购买等特权，该模式对用户有较大吸引力；稻壳模板提供方原以个人为主，相对系统性弱、模板增长量不高，报告期内发行人逐步引入会计学堂、学科网、HRbar、阿斯达等多家不同行业领域的机构进驻和大 IP 的加盟，使得精品文档内容不断拓展；另外，发行人还逐步采用 AI 平台提供的精准数据，识别用户偏好，向用户精准推送行业模板，提高付费转化率。

发行人提供的 WPS 产品运营策略和产品优化升级可以合理的解释报告期内个人办公订阅业务付费用户转化率迅速增长的原因。

保荐机构和申报会计师认为付费用户转化率未出现无法解释的异常趋势。

④消费时点情况核查

报告期内发行人通过由绑定账户自动扣费的方式向连续包月的订阅用户进行收费，其他用户通过手动方式付费。根据微信、支付宝等渠道的自动扣费政策，自动扣费的时间主要为每日 1:00-2:00、20:00-10:00（次日）。保荐机构和申报会计师抽样检查了报告期内每年 12 月份某一周的个人客户付费时点分布数据，抽样结果显示，自动扣费时间区间内的付订单数和付费金额较高，符合发行人业务

特征。工作时间的订单数和付费金额高于非工作时间，分布情况符合用户使用习惯。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，消费时间分布情况符合发行人业务特征和用户使用习惯。

⑤董事、监事、高级管理人员充值情况核查

针对发行人可能存在自充值、刷单的情况，保荐机构和申报会计师获取了发行人董事、监事、高级管理人员报告期内的银行流水，获取了上述人员申报的注册账号，并与后台管理系统记录的付费清单进行比对。经核查，上述人员没有大额充值购买 WPS 会员、稻壳会员等产品和服务的情况。保荐机构和申报会计师认为，发行人董事、监事、高级管理人员不存在为发行人大额自充值、刷单的情况。

⑥付费金额较大个人客户电话访谈情况核查

保荐机构和申报会计师对 2016 年、2017 年付费金额排名前 2000 位内留有电话号码的个人客户进行了电话访谈，电话访谈时使用统一的访谈提纲，内容包括：付费次数、付费金额、付费方式（微信、支付宝、Apple Pay）、最后一次购买时间、购买用途（自用、替他人购买、替单位购买）。

鉴于个人客户对电话访谈的配合度较低，大部分用户因保护隐私等理由拒绝提供个人购买、使用发行人产品的信息。因此在电话访谈时，被访谈对象能够明确确认购买了发行人产品时，则记为有效的信息反馈。电话接通率分别为 23.28%、34.86%，有效反馈占比分别为 11.38%、28.52%。因距访谈时点较近，2017 年较前两年的电话接通率较高、有效反馈占比较多。经核查，保荐机构和申报会计师认为，用户购买的真实性是可信的。

⑦退款情况核查

2016 年、2017 年、2018 年及 **2019 年 1-3 月**，WPS 会员、稻壳会员用户申请退款的金额占总体支付金额的比例分别为 0.29%、0.20%、0.28% 及 **0.11%**。报告期内 WPS 会员、稻壳会员退款金额随业务规模增长呈上升趋势，退款比例较为平稳。用户退款的主要原因包括：买错会员特权、非个人意愿的连续包月、重

复购买、意外误支付、论文查重/降重失败、文档/数据修复效果不满意、PDF 转换效果不满意、产品/系统故障导致特权失效等。经核查，保荐机构和申报会计师认为 WPS 会员、稻壳会员的退款情况合理。

⑧支付账号真实性核查

针对可能出现刷单的情况，保荐机构和申报会计师对报告期内个人客户支付订单金额排名前 2000 位的支付账号进行了核查，经核查，上述抽样范围内，每个支付账户均只对应一个用户 ID，即没有多用户同时使用一个支付账户的情况。保荐机构和申报会计师认为，个人客户的 ID 和对应的支付账号信息是真实的、不存在刷单等虚假情况。

⑨消费区间分布情况核查

WPS 会员、稻壳会员付费人数根据单笔消费金额大小呈现一定的分布状态，保荐机构和申报会计师对报告期内在不同区间内的付费人数进行了分析，具体区间划分标准为 0-15 元、15-30 元、30-50 元、50-80 元、80-100 元、100-200 元、200-500 元、大于 500 元。

报告期内 WPS 会员 0-15 元价格区间的付费人数占比逐年下降，30-50 元以及高于 100 元价格区间的付费人数占比逐年上升，与发行人 2017 年、2018 年开始尝试高单价的资源包销售政策、推广年付会员等因素相关。稻壳会员低于 100 元的价格区间付费人数占比超过 90%，但呈逐年下降的趋势，主要原因是稻壳模板单价较低，在推行连续包月、年付会员等销售政策之前，多数用户选择一次性购买模板；高于 100 元价格区间的付费人数占比逐年上升，与发行人 2017 年、2018 年开始尝试推广年付会员等因素相关。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，付费人数在不同价格区间的分布情况与发行人产品和服务定价政策相关，变动趋势合理。

⑩客户集中度核查

针对可能出现的刷单情况，保荐机构和会计师取得了报告期内每年消费金额排名前 50、100、200、500、2000 位的个人客户的支付金额、订单数并进行了核查，具体情况如下表所示：

2016年:

项目	订单数	订单数占比	支付金额（元）	支付金额占比
前50大	563	0.02%	97,380.38	0.19%
前100大	1,111	0.04%	154,991.81	0.30%
前200大	1,728	0.06%	248,835.42	0.48%
前500大	3,806	0.14%	462,304.20	0.90%
前2000大	10,612	0.39%	1,201,928.22	2.33%

2017年:

项目	订单数	订单数占比	支付金额（元）	支付金额占比
前50大	462	0.01%	143,834.05	0.07%
前100大	739	0.01%	247,206.46	0.12%
前200大	1,647	0.02%	404,827.71	0.20%
前500大	3,722	0.04%	746,129.44	0.37%
前2000大	11,046	0.13%	1,920,804.46	0.96%

2018年:

项目	订单数	订单数占比	支付金额（元）	支付金额占比
前50大	1,476	0.01%	146,920.60	0.03%
前100大	2,236	0.01%	234,091.07	0.05%
前200大	3,140	0.02%	375,597.37	0.08%
前500大	6,001	0.03%	726,439.33	0.16%
前2000大	15,727	0.09%	1,896,095.93	0.42%

2019年1-3月:

项目	订单数	订单数占比	支付金额（元）	支付金额占比
前50大	766	0.01%	69,140.15	0.04%
前100大	1,266	0.02%	115,354.16	0.07%
前200大	2,033	0.03%	194,228.36	0.12%
前500大	3,260	0.05%	392,566.35	0.25%
前2000大	9,779	0.15%	1,133,714.80	0.72%

经核查，保荐机构和申报会计师认为，上述区间内支付金额、订单数量均比较分散，无异常大额订单。

⑪客户地域分布情况核查

个人客户通过登录个人账号使用产品和服务，发行人可以对部分用户的 IP 地址进行解析并判断其消费区域。保荐机构和会计师对可以解析到 IP 地址所在区域的数据进行了核查。

经核查，发行人的个人客户主要来源于沿海较发达地区和一、二线城市，且报告期内各区域分布比例变化较小，个人客户区域分布较为稳定。根据友盟+发布的《2017 年全域互联网发展报告》，2017 年我国线上流量主要集中在广东、北京以及东部沿海等地区。保荐机构和申报会计师认为，发行人个人客户的地域分布真实性程度较高。

⑫使用频率情况

发行人提供的云服务功能对用户上传云空间的文档有自动在线保存的功能，由用户自主设置分钟级自动保存一次，服务器对用户的每次上传文档、文档的每次自动保存、手动保存均累计计算为一次上传行为。保荐机构和申报会计师对 2018 年和 2019 年 1-3 月的文档上传次数进行了抽样核查。经核查，近 50% 的个人客户半年内上传文档的次数少于 200 次，近 85% 的个人客户半年内上传文档的次数少于 4,000 次。保荐机构和申报会计师认为，自动保存功能导致使用频率偏高，但整体分布情况合理。

⑬云空间使用率情况

发行人为用户提供云空间存储服务，用户可以将文档等资料上传至服务器，并随时调用、下载、编辑。保荐机构和申报会计师对报告期内云空间使用容量进行了核查。经核查，报告期内云空间用户数量大幅上升，使用率呈持续上升趋势。保荐机构和申报会计师认为，云空间使用率方面未发现存在明显无法解释的异常。

⑭使用时长情况

发行人后台管理系统对用户登录使用产品的时长进行了统计，保荐机构和申报会计师对截至 2018 年 12 月底和 2019 年 3 月底的最近 12 个月内付费用户使用时长情况进行了抽样核查。抽样结果显示使用时长分布较为分散，月使用时长小于 5 小时的占比较高。用户通过不同设备进行登录使用产品，手机客户端存在登

录后若不主动退出则在后台一直保持登录状态的情况，因此使用时长分布较为分散。由于 WPS 会员、稻壳会员提供的产品和服务大部分为文档上传下载、文档格式转换、文档修复、模板下载等短时间内可以完成的动作，使用时长小于 5 小时的占比较高基本符合用户使用习惯。保荐机构和会计师认为，使用时长方面未发现存在明显无法解释的异常。

⑮使用平台分布情况

使用平台主要分为 PC 和手机（安卓端、iOS 端），保荐机构和申报会计师获取了发行人报告期内每年从 PC 端、安卓端、iOS 端的付费金额统计数据。经核查，PC 端的付费金额显著高于手机端，手机端付费金额增长速度高于 PC 端。保荐机构和申报会计师认为，使用平台分布情况符合用户使用习惯、与业务规模增长情况一致。

⑯多终端登录情况

用户可以在同时在多台设备上登录使用产品和服务，发行人后台管理系统在用户使用 PC 登录时，对 PC 的 HDID（硬件设备 ID，是对电脑硬件的一种编号方法，WPS 采用硬盘序列号和网卡物理地址经过哈希计算生成一个唯一且不可逆的字符串，用于统计 WPS 安装设备数和区分两台设备）进行记录。发行人后台管理系统并未对用户使用设备的数量进行限制，因此一个用户 ID 对应多个被记录 HDID 的情况较为普遍。保荐机构和申报会计师抽样检查了 2017 年、2018 年和 2019 年 1-3 月 HDID 的记录数据，对 HDID 数量所对应的付费用户数进行了统计分析。抽样检测结果显示，69%-76%的用户使用 1-2 个设备登录，7%-17%的用户使用 3 个设备登录，使用多于 3 个设备登录的用户占比达到 14%。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，由于用户登录行为的不可预测性，大部分用户登录设备少于 3 台，数据分布在合理范围内。

（2）词霸

1) 核查方式

保荐机构和申报会计师针对词霸业务重点执行了以下核查程序：

①访谈相关业务/财务人员，了解词霸业务产品类型、业务流程及收入确认政策等信息；

②检查词霸业务的订单系统、支付系统等后台业务系统；针对下单、支付行为进行穿行测试；

③获取订单系统、支付系统的明细数据，并进行数据分析；获取词霸业务活跃用户及使用行为等数据进行匹配分析；

④核对月度支付明细数据、分摊明细表与记账收入的一致性，同时检查记账凭证、银行流水进行确认；

⑤获取版权分成合同及明细表进行复核，同时检查记账凭证、银行流水进行确认；

⑥获取董监高的词霸产品/服务的用户账号、支付账户及银行流水，对其自消费行为进行核查；

⑦检查并复核 IT 审计报告。

2) 核查数量

保荐机构和申报会计师针对报告期内购买词霸读书、词霸增值服务的用户购买真实性、付费真实性、使用真实性进行了核查，2016年至2018年核查用户数量占所有词霸用户数量的占比为99.98%、70.10%、37.77%。

3) 核查对象选择

考虑到发行人词霸精品课未有单独的 APP 客户端而仅依托于微信公众号及小程序，微信端开放的统计数据有限且较难进行有效的用户识别（例如，微信用户的注册信息及行为数据不会开放给发行人），相关分析主要以词霸读书/增值服务为主。

4) 核查覆盖的对应每项收入比例

针对词霸业务的收入核查覆盖了报告期内的词霸读书、词霸增值服务的全部收入，但发行人确认收入时并未将词霸各子类业务进行区分，因此无法统计详细

的核查覆盖收入占比情况，核查的订单金额占词霸订单总金额比例如下表所示：

项目	2019年 1-3月	2018年	2017年	2016年
核查订单金额（万元）	208.52	1,137.25	1,098.49	330.81
占词霸订单金额比例	33.18%	37.70%	69.20%	99.97%

5) 具体核查情况

①用户付费真实性分析

针对读书及增值业务的支付渠道进行分析，其支付渠道主要以支付宝/微信为主，与主流的支付渠道相匹配。当采用支付宝方式结算时，由于支付宝均为实名认证，因此可以分析订单系统中每一个用户对应用于完成支付的支付宝账户个数，2016年、2017年、2018年及**2019年1-3月**，支付宝用户只采用一个支付宝账户进行付款的比例均在**97%**以上，未发现异常；当采用微信方式结算时，由于微信不提供用户实名信息（但可以统计部分用于微信支付的绑定银行卡所属银行信息），词霸读书/增值微信支付绑定的银行卡所属银行均为主流商业银行包括中国建设银行（CCB）、中国工商银行（ICBC）、招商银行（CMB）、中国农业银行（ABC）、中国银行（BOC）、交通银行（COMM）、邮储银行（PSBC）等，未见异常。

针对读书及增值业务的消费时间进行分析，自订单系统中随机分别抽取了2016年、2017年及2018年12月、**2019年3月**中一周的用户读书、增值服务的付费时间，并对消费时段进行了趋势分析，2016年、2017年、2018年及**2019年1-3月**词霸读书和增值服务的用户付费时间主要集中在白天7:00-24:00，在晚上23:00左右达到高峰；且凌晨0:00-7:00时间段为用户付费次数最低，符合用户消费习惯及生活规律。

针对董监高自充值行为进行分析，获取了发行人董事（发行人委派）、监事、高级管理人员的词霸账户信息及绑定的支付账户信息，并取得了相关银行账户的核查流水；经核查，报告期内不存在发行人董监高使用自身账号进行刷单的情形。

②用户购买真实性分析

针对付费用户注册与首次购买时间间隔，报告期内词霸读书、增值服务的付

费用户约 70%左右为注册时间 2 天以上的老用户，且注册 350 天以上的付费用户占比为 30%左右。因此，发行人付费用户多为粘性较高的老免费用户转化，用户购买造假风险较低。

针对付费用户 ID 与 Mac 地址的匹配，使用 1 台或 2 台的付费用户占比及支付金额均在 80%以上，符合用户的使用习惯且不存在明显异常，用户多设备刷单风险较低。

针对付费用户的地域分析，选择 2018 年 10-12 月及 2019 年 1-3 月对付费用户充值地域进行 IP 抽样解析，词霸业务的付费用户主要来源于沿海较发达地区和一、二线城市包括广州、上海、北京、江苏等，未发现异常。

③用户使用真实性分析

针对词霸用户使用时长，对 2017 年 12 月、2018 年 12 月及 2019 年 3 月情况进行了抽样核查，平均使用时长为 10-20 分钟左右，与词霸类产品的工具及课程属性基本匹配，未发现异常。

4) 核查未覆盖到的部分收入采取的替代性核查方式

针对词霸业务的收入核查未覆盖词霸精品课业务，以抽样充值流水及课程观看记录等方式进行替代测试（例如 2018 年精品课观看进度超过 20%的用户比例超过 72.63%，2019 年 1-3 月精品课观看进度超过 20%的用户比例超过 70.60%）未发现异常。

3、机构服务订阅

机构服务订阅包括大型机构服务订阅（定制化产品功能开发或提供定制服务内容）和中小机构服务订阅（WPS+套餐）。报告期内发行人将机构服务订阅收入统一计算，2016 年至 2019 年 1-3 月机构服务订阅收入占主营业务收入比例分别为 2.92%、3.36%、2.03%及 1.18%。依据重要性原则，保荐机构对报告期内前五大机构服务订阅客户进行了核查。

1) 核查方式

保荐机构及申报会计师查询了核查对象的基本情况、与发行人的关联关系、

查看了相关交易合同及收入确认凭证，核查确认了其相关收入的确认方式；对机构订阅服务的主要客户进行了访谈和函证；从发行人的订单系统获取了购买WPS+的客户清单，在国家企业信用信息公示系统对主要机构客户的基本信息进行查询，调取工商档案，核实与发行人的关联关系。

2) 核查数量和核查对象选择

报告期各期机构服务订阅的前五大客户。

3) 核查覆盖的对应收入比例

项目	2019年 1-3月	2018年	2017年	2016年
前五大客户收入金额	191.30	1,541.53	1,586.47	1,333.11
占机构服务订阅收入比例	56.96%	67.32%	62.68%	84.30%

4) 核查未覆盖到的部分收入采取的替代性核查方式

保荐机构及申报会计师查看了其与发行人的交易合同、收入确认凭证、收款银行回单、双方沟通的邮件记录等交易材料，对交易的真实性进行替代性核查。从发行人的订单系统获取了购买WPS+的客户清单，在国家企业信用信息公示系统对主要机构客户的基本信息进行查询，调取工商档案，核实与发行人的关联关系。

5) 核查情况

报告期内机构服务订阅前五大客户主要情况如下：

2016 年:

序号	客户名称	成立时间 (年/月/日)	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	与发行人及其关联方是否存在关联关系	收入金额 (万元)
1	中国工商银行股份有限公司	1985/11/22	34,932,123.46	财政部、中央汇金投资有限责任公司、社会公众股、非发起人股	吸收公众存款、发放贷款、办理国内外结算等	否	547.17
2	中国农业银行股份有限公司	1986/12/18	32,479,411.70	中央汇金投资有限责任公司、中华人民共和国财政部	吸收公众存款、发放贷款、办理国内外结算等	否	367.00
3	国家电网公司信息通信分公司	2013/8/1	-	国资委直属	与电力供应有关的技术开发、电力生产调度信息通信等	否	259.43
4	无锡江南计算技术研究所	2002/5/20	10,000.00	中国人民解放军总参谋部第五十六研究所	计算机科学与工程相结合的大型综合计算技术研究所	否	84.91
5	日本金山（キングソフト株式会社）	2015/3/9	47,286.50万日元	Cheetah Technology Corporation Limited, 46.10%; EP DREAM TECHNOLOGY LIMITED, 21.79%; Kingsoft Office Software Corporation Limited, 19.68%; KINGSOFT CORPORATION, 10.82%; CLA International Holdings Inc., 1.60%	经营软件、手机应用、广告代理	是	74.60

2017 年:

序号	客户名称	成立时间 (年/月/日)	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	与发行人及其关联方是否存在关联关系	收入金额 (万元)
1	中国工商银行	1985/11/22	34,932,123.46	财政部、中央汇金投资有限责任	吸收公众存款、发放贷款、办理	否	547.17

序号	客户名称	成立时间 (年/月/日)	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	与发行人及其 关联方是否存 在关联关系	收入金额 (万元)
	股份有限公司			公司、社会公众股、非发起人股	国内外结算等		
2	中国农业银行 股份有限公司	1986/12/18	32,479,411.70	中央汇金投资有限责任公司、中 华人民共和国财政部	吸收公众存款、发放贷款、办理 国内外结算等	否	367.00
3	中国仪器进出 口集团公司	1983/9/28	30,000.00	中国通用技术（集团）控股有限 责任公司	以经营机电仪产品为主进出口 业务	否	271.36
4	国家电网公司 信息通信分公 司	2013/8/1	-	国资委直属	与电力供应有关的技术开发、电 力生产调度信息通信等	否	259.43
5	山东国丰科技 信息有限公司	2016/11/16	2,000.00	自然人赵世波、王洪东	互联网信息服务、接入服务、集 成服务，网站设计与开发、网页 制作等	否	141.51

2018 年:

序号	客户名称	成立时间 (年/月/日)	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	与发行人及 其关联方是 否存在关联 关系	收入金额 (万元)
1	中国工商银行 股份有限公司	1985/11/22	34,932,123.46	财政部、中央汇金投资有限责任 公司、社会公众股、非发起人股	吸收公众存款、发放贷款、办理 国内外结算等	否	733.96
2	中国农业银行 股份有限公司	1986/12/18	32,479,411.70	中央汇金投资有限责任公司、中 华人民共和国财政部	吸收公众存款、发放贷款、办理 国内外结算等	否	367.00
3	国家电网公司 信息通信分公 司	2013/8/1	-	国资委直属	与电力供应有关的技术开发、电 力生产调度信息通信等	否	259.43
4	鼎信信息科技 有限责任公司	2017/3/31	30,000.00	中国南方电网有限责任公司	计算机及微电子软硬件技术研 发、技术咨询等	否	103.30

序号	客户名称	成立时间 (年/月/日)	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	与发行人及其关联方是否存在关联关系	收入金额 (万元)
5	恒丰银行股份有限公司	1987/11/23	169,000.00	烟台市财政局、烟台市电力开发有限公司等	吸收公众存款、发放贷款、办理结算等	否	77.83

2019年1-3月:

序号	客户名称	成立时间 (年/月/日)	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	与发行人及其关联方是否存在关联关系	收入金额 (万元)
1	小米科技有限责任公司	2010/3/3	185,000	雷军、刘德、洪锋、黎万强	通讯设备等开发和销售	是	99.51
2	嘉峪关市中信商贸有限责任公司	2002/1/22	1,000	巫德勇、王云凤	通讯设备等	否	29.15
3	顺丰科技有限公司	2009/4/7	5,000	深圳顺丰泰森控股(集团)有限公司	网络技术、信息技术、电子产品技术的开发	否	23.58
4	恒丰银行股份有限公司	1987/11/23	169,000	烟台市财政局、烟台市电力开发有限公司等	吸收公众存款、发放贷款、办理结算等	否	23.35
5	济南世凡文化传媒有限公司	2014/8/12	100	自然人曹迎超、王涛	文化艺术交流策划、计算机、电子产品的技术咨询服务、计算机及配件、软件等批发零售	否	15.70

经核查，保荐机构和申报会计师认为，机构服务订阅收入是真实的。

二、招股说明书补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为，办公服务订阅业务的退款情况合理；办公服务订阅业务收入真实、具备合理性，不存在虚构交易等不真实情况；机构服务订阅收入确认方式合理。

问题 19.关于研发费用

根据招股说明书，报告期内公司向税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研究费用金额远低于发行人实际发生的研发费用金额。报告期内中介机构服务费分别为 350.74 万元、442.27 万元和 1664.17 万元。

请发行人说明：（1）结合税务机关加计扣除的认定范围和比例，说明申报报表列示的研发费用与实际研发费用的对比情况及差异原因分析；（2）中介机构服务费的详细内容，包括但不限于交易对手方、提供的具体业务、合同相关条款、涉及的人员及项目、持续的时长等，2018 年中介机构服务费大幅增加及列入研发费用的原因。

请保荐机构及申报会计师核查上述事项，并发表明确意见。

一、对审核问询函的答复

（一）结合税务机关加计扣除的认定范围和比例，说明申报报表列示的研发费用与实际研发费用的对比情况及差异原因分析；

报告期内，公司申请加计扣除优惠申报的研发费用与财务报表列示的研发费用对比情况如下：

2016 年度：

单位：人民币万元

项目	申请加计扣除优惠的研发费用	财务报表列示的研发费用	差异
人员薪酬费用	16,286.98	16,355.48	-68.50
租赁和服务费	-	1,686.92	-1,686.92
办公差旅招待费用	247.30	992.62	-745.32
折旧与摊销费用	2,277.55	1,131.63	1,145.92
劳务费	316.85	606.73	-289.88
其他	495.52	620.20	-124.68
合计	19,624.20	21,393.58	-1,769.38

2017 年度：

单位：人民币万元

项目	申请加计扣除优惠的研发费用	财务报表列示的研发费用	差异
人员薪酬费用	19,777.68	20,522.42	-744.74
租赁和服务费	-	1,807.40	-1,807.40
办公差旅招待费用	430.19	1,192.58	-762.39
折旧与摊销费用	1,573.49	932.62	640.86
劳务费	541.93	722.74	-180.81
其他	249.47	1,423.04	-1,173.57
合计	22,572.75	26,600.80	-4,028.06

2018 年度：

单位：人民币万元

项目	申请加计扣除优惠的研发费用	财务报表列示的研发费用	差异
人员薪酬费用	31,373.89	33,611.85	-2,237.96
租赁和服务费	-	2,290.70	-2,290.70
办公差旅招待费用	765.77	1,927.37	-1,161.60
折旧与摊销费用	4,375.95	1,352.91	3,023.05
劳务费	344.67	933.03	-588.36
其他	1,165.99	2,637.73	-1,471.74
合计	38,026.28	42,753.58	-4,727.31

报告期内，公司申请加计扣除优惠研发费用分别为 19,624.20 万元、22,572.75 万元及 38,026.28 万元，财务报表列示的研发费用分别为 21,393.58 万元、26,600.80 万元及 42,753.58 万元，差异为-1,769.38 万元、-4,028.06 万元及-4,727.31 万元。其中，“折旧与摊销费用”申请加计扣除优惠的金额大于财务报表列示的金额，主要系会计准则和税法对固定资产及无形资产折旧摊销规定不一致导致；除折旧与摊销费用项外，其他费用项目申请加计扣除优惠金额均低于财务报表列示金额，原因主要系财务报表列示的研发费用中包含了不能归集至具体研发项目的费用（以下简称“公共费用”）导致，此类费用按规定不能申请加计扣除。

具体差异原因如下：

(1) 财税[2015]119 号文（以下简称 119 号文）规定：

“1) 企业在一个纳税年度内进行多项研发活动的，应按照不同研发项目分别归集可加计扣除的研发费用；

2) 允许加计扣除的研发费用包括：

①人员人工费用。

直接从事研发活动人员的工资薪金、基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费和住房公积金，以及外聘研发人员的劳务费用。

②直接投入费用。

研发活动直接消耗的材料、燃料和动力费用。

用于中间试验和产品试制的模具、工艺装备开发及制造费，不构成固定资产的样品、样机及一般测试手段购置费，试制产品的检验费。

用于研发活动的仪器、设备的运行维护、调整、检验、维修等费用，以及通过经营租赁方式租入的用于研发活动的仪器、设备租赁费。

③折旧费用。

用于研发活动的仪器、设备的折旧费。

④无形资产摊销。

用于研发活动的软件、专利权、非专利技术（包括许可证、专有技术、设计和计算方法等）的摊销费用。

⑤新产品设计费、新工艺规程制定费、新药研制的临床试验费、勘探开发技术的现场试验费。

⑥其他相关费用。

与研发活动直接相关的其他费用，如技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费，研发成果的检索、分析、评议、论证、鉴定、评审、评估、验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，差旅费、会议费等。此项费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的 10%。”

公司与研发相关的公共费用主要包括：研发部门发生的日常经营类费用，如租赁费、办公费、物业费、水电费等；以及维护以前年度研发成果发生的费用支出。上述费用因不能对应明确的研发项目而在公共费用中归集，同时，根据 119 号文规定不能申报加计扣除。由于财务报表（研发费用）列示的人员薪酬费用、租赁和服务费、办公差旅招待费用、折旧与摊销费用、劳务费和其他费用项目中包含分摊的公共费用，导致各费用项目金额均高于对应的申请加计扣除优惠的研发费用金额。

119 号文中对与研发费用相关的其他费用进行了列举，公司对于未包含在文件列举范围内的费用未申请加计扣除。同时，对满足条件的其他费用按照文件要求以该项费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的 10% 的原则申报加计扣除。财务报表对研发费用的归类口径与文件规定不一致的（例如差旅费、会议费等项目的分类），公司在申请加计扣除时按照 119 号文的要求对费用项目进行重分类后，按以上规定进行加计扣除优惠的申报。

（2）财税[2018]年第 46 号文规定：“企业在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间新购进的设备、器具，单位价值不超过 500 万元的，允许一次性计入当期成本费用在计算应纳税所得额时扣除，不再分年度计算折旧。企业用于研发活动的仪器、设备，符合税法规定且选择加速折旧优惠政策的，在享受研发费用税前加计扣除政策时，就税前扣除的折旧部分计算加计扣除。”

国家税务总局公告 2017 年第 40 号规定：“企业用于研发活动的仪器、设备，符合税法规定且选择加速折旧优惠政策的，在享受研发费用税前加计扣除政策时，就税前扣除的折旧部分计算加计扣除。”

公司在进行纳税申报时，根据以上税法规定，将 2018 年度新购入的单位价值不超过 500 万元涉及到研发项目的固定资产一次性计入研发费用并加计扣除。受该事项影响，2018 年度公司申报加计扣除优惠的折旧与摊销费用较财务报表列示的该项目金额高出 2,622.88 万元。

（3）由于公司部分无形资产摊销年限与税法规定存在差异，报告期内 2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司申请加计扣除优惠的折旧与摊销费用较财务报表列示的该项目金额分别高出 683.29 万元、683.29 万元及 683.29 万元。

(4) 公司在报告期外发生的合并范围内软件授权转让业务，相应的无形资产摊销按 119 号文规定可以申请加计扣除，而在财务报表中，对该部分费用进行了合并抵消，导致 2016 年度申请加计扣除优惠的折旧与摊销费用较财务报表列示的该项目金额高出 462.63 万元。

综上所述，报告期内公司申请加计扣除优惠的研发费用符合税法规定。

(二) 中介机构服务费的详细内容，包括但不限于交易对手方、提供的具体业务、合同相关条款、涉及的人员及项目、持续的时长等，2018 年中介机构服务费大幅增加及列入研发费用的原因。

报告期内，研发费用中介机构服务费用主要交易对手方详细情况如下：

2016 年度:

单位: 人民币万元

交易对手方	金额	占比	业务类型	合同相关条款	合同金额 (含税)	合同期间	涉及的研发 项目	项目人数
北京柏杉松知识 产权代理事务所 (普通合伙)	148.63	42.38%	专利申请费	甲方委托乙方代理甲方及/或其关联公司的专利申请等知识产权的相关事宜	不适用	不适用	WPS云协作	220
							金山词霸V8.4	38
文思海辉技术有 限公司	71.99	20.52%	产品化费用	甲方委托乙方翻译资料的指定部分或全部翻译成由甲方指定的面向特定目标客户的一种或多种语言,包括但不限于对文字、表格、图片、动画、本地化工程分析与编译、测试等的处理	不适用	2016/1/1-20 16/12/31/	WPS Office 2016桌面版	303
							WPS Office 2016移动版	190
中国电信股份有 限公司	10.52	3.00%	信息技术支持费	乙方为甲方提供宽带租赁和电话通讯服务	不适用	不适用	WPS Office 2016桌面版	303
							WPS Office 2016移动版	190
广州市网晟计算 机网络服务有限 公司	10.51	3.00%	信息技术支持费	乙方以专线形式为甲方提供互联网接入服务	不适用	不适用	公共费用	不适用
北京云测信息技 术有限公司	9.43	2.69%	信息技术支持费	甲方引入乙方的Testin云测试服务。Testin云测试服务是一种集真机、自动化、云平台的测试服务机制	10.00	2016/3/29-2 017/3/28	WPS Office 2016移动版	190
其他交易对手方	99.66	28.41%	-	-	-	-	-	-
合计	350.74	100.00%	-	-	-	-	-	-

注: 甲方指公司, 乙方指交易对手方; 合同金额为“不适用”系双方结算金额依据报价单或结算单; 合同期间为“不适用”系双方签署合同为框架合同; 项目

人数为“不适用”系公共费用无法分摊到具体项目，因此无法确定具体项目人数。

2017 年度：

单位：人民币万元

交易对手方	金额	占比	业务类型	合同相关条款	合同金额 (含税)	合同期间	涉及的研发项目	项目 人数
北京柏杉松知识产权代理事务所 (普通合伙)	154.14	34.85%	专利申请费	甲方委托乙方代理甲方及/或其关联公司的专利申请等知识产权的相关事宜	不适用	不适用	面向数据分享的WPS办公云协作服务平台项目	266
							面向会员增值服务的WPS云办公应用服务项目	55
文思海辉技术有限公司	92.71	20.96%	产品化费用	甲方委托乙方翻译资料的指定部分或全部翻译成由甲方指定的面向特定目标客户的一种或多种语言，包括但不限于对文字、表格、图片、动画、本地化工程分析与编译、测试等的处理	不适用	2017/1/1-2017/12/31	面向政企应用数据协同的WPS云办公应用平台项目	363
							基于互联网多端分享技术的WPS移动办公软件项目	242
工业和信息化部计算机与微电子发展研究中心 (中国软件评测中心)	28.30	6.40%	产品化费用	乙方为甲方提供WPS账号中心(含轻办公系统)、WPS云协作平台(含WPS移动营销产品)安全等级保护测评	30.00	2017/9/15-2018/9/15	面向政企应用数据协同的WPS云办公应用平台项目	363
北京云测信息技术有限公司	12.26	2.77%	信息技术支持费	甲方引入乙方的Testin云测试服务。Testin云测试服务是一种集真机、自动化、云平台的测试服务机制	13.00	2017/3/29-2018/3/29/	面向政企应用数据协同的WPS云办公应用平台项目	363
							基于互联网多端分享技术的WPS移动	242

交易对手方	金额	占比	业务类型	合同相关条款	合同金额 (含税)	合同期间	涉及的研发项目	项目 人数
							办公软件项目	
广州市网晟计算机网络服务有限公司	12.23	2.77%	信息技术支持 费	乙方以专线形式为甲方提供互联网接入服务	不适用	不适用	公共费用	不适用
其他交易对手方	142.63	32.25%	-	-	-	-	-	-
合计	442.27	100.00%	-	-	-	-	-	-

注：甲方指公司，乙方指交易对手方；合同金额为“不适用”系双方结算金额依据报价单或结算单；合同期间为“不适用”系双方签署合同为框架合同；项目人数为“不适用”系公共费用无法分摊到具体项目，因此无法确定具体项目人数。

2018 年度：

单位：人民币万元

交易对手方	金额	占比	业务 类型	合同相关条款	合同金额 (含税)	合同期间	涉及的研发项目	项目 人数
文思海辉技术有限公司	560.95	33.71%	产品 化费 用、 信息 技术 支持 费	乙方对甲方拟在互联网上发布之信息进行人工审查与复核	不适用	2018/4/11-2019/4/11	公共费用	不适用
				甲方委托乙方翻译资料的指定部分或全部翻译成由甲方指定的面向特定目标客户的一种或多种语言，包括但不限于对文字、表格、图片、动画、本地化工程分析与编译、测试等的处理	不适用	2018/1/1-2018/12/31	面向国产平台下 WPS Office办公系统及服务项目	548
				乙方负责美化工具测试和开	35.80	2018/5/22-2019/6/12	智能移动办公下 WPS Office 办公产品及服务项目	310
				面向国产平台下	548			

交易对手方	金额	占比	业务类型	合同相关条款	合同金额(含税)	合同期间	涉及的研发项目	项目人数
				发工作			WPS Office办公系统及服务项目	
北京柏杉松知识产权代理事务所(普通合伙)	309.06	18.57%	专利申请费	甲方委托乙方代理甲方及/或其关联公司的专利申请等知识产权的相关事宜	不适用	不适用	面向政企应用的数据统计分析平台研发项目	26
							面向政企云文档的WPS Office云协作服务项目	132
							基于个人云平台的WPS Office云办公服务项目	94
北京八亿方舟翻译服务有限公司	271.84	16.34%	信息技术支持费	乙方将其自有或有合法授权的且有权转授权的作品资料授权给甲方按照本协议约定使用	280.00	永久授权	公共费用	不适用
北京金迅瑞博网络技术有限公司	69.89	4.20%	信息技术支持费	乙方根据甲方购买的产品提供相应的图像识别服务,并将图像识别结果反馈给甲方,包括以下:鉴黄图片识别、暴恐违规图像识别、敏感人物图像识别、OCR识别	不适用	2018/7/1-2019/6/30	公共费用	不适用
北京晴云科技有限公司	45.14	2.71%	产品化费用	乙方授权甲方使用其一起写Web Office软件产品,并将授权软件私有化部署在甲方公有云服务器上	50.00	2018/4/20-2018/12/31	面向国产平台下WPS Office办公系统及服务项目	548
其他交易对手方	407.29	24.47%	-	-	-	-	-	-
合计	1,664.17	100.00%	-	-	-	-	-	-

注：甲方指公司，乙方指交易对手方；合同金额为“不适用”系双方结算金额依据报价单或结算单；合同期间为“不适用”系双方签署合同为框架合同；项目人数为“不适用”系公共费用无法分摊到具体项目，因此无法确定具体项目人数。

2019年1-3月：

单位：人民币万元

交易对手方	金额	占比	业务类型	合同相关条款	合同金额 (含税)	合同期间	涉及的研发项目	项目 人数
文思海辉技术有限公司	196.56	47.02%	产品化费用、信息技术支持费	乙方对甲方拟在互联网上发布之信息进行人工审查与复核	不适用	2018/4/11-2019/4/11	公共费用	不适用
				甲方委托乙方翻译资料的指定部分或全部翻译成由甲方指定的面向特定目标客户的一种或多种语言，包括但不限于对文字、表格、图片、动画、本地化工程分析与编译、测试等的处理。	不适用	2019/1/1-2019/12/31	面向应用场景的WPS移动版产品研发	128
				乙方负责美化工具测试和开发工作	35.8	2018/5/22-2019/6/12	基于云办公的WPS多语言产品研发	90
北京柏杉松知识产权代理事务所（普通合伙）	79.29	18.97%	专利申请费	甲方委托乙方代理甲方及/或其关联公司的专利申请等知识产权的相关事宜	不适用	不适用	面向应用场景的WPS移动版产品研发	128
							面向数据协同的金山文档服务研发	323
							面向云教育的词霸产品研发	61
							基于云办公的WPS客户端产品及服务研发	77
							面向政企应用的WPS桌面版产品研发	232

交易对手方	金额	占比	业务类型	合同相关条款	合同金额 (含税)	合同期间	涉及的研发项目	项目 人数
成都三泰控股 集团股份有限 公司	33.91	8.11%	信息技术支 持费	乙方向甲方提供关于“WPS产品-PC版 自动化测试工具结果分析”项目服务相 关事宜	不适用	2018/12/10- 2019/11/29	基于全平台的WPS客户 端产品研发	139
							基于云办公的WPS多 语言产品研发	90
神州数码系统 集成服务有限 公司	25.57	6.12%	产品评测认 证费	乙方受甲方委托，对甲方送检的产品依 据《安全可靠应用产品质量测评大纲》 及电子公文相关标准进行质量测试。	27.10	2019/3/14-2 019/6/30	面向政企应用的WPS桌 面版产品研发	232
北京金迅瑞博 网络技术有限 公司	18.24	4.36%	信息技术支 持费	乙方根据甲方购买的产品提供相应的图 像识别服务，并将图像识别结果反馈给 甲方，包括以下：鉴黄图片识别、暴恐 违规图像识别、敏感人物图像识别、 OCR识别	不适用	2018/7/1-20 19/6/30	公共费用	不适用
其他交易对手 方	64.43	15.41%						
合计	418.00	100.00%						

注：甲方指公司，乙方指交易对手方；合同金额为“不适用”系双方结算金额依据报价单或结算单；合同期间为“不适用”系双方签署合同为框架合同；项目人数为“不适用”系公共费用无法分摊到具体项目，因此无法确定具体项目人数。

公司与研发活动相关的中介机构服务费主要包括专利申请费、信息技术支持费、产品化费用等。其中，信息技术支持费主要为公司在网络信息安全等功能开发中，为满足市场及监管要求，采购的在产品后台端口对拟在互联网上发布信息进行人工审查与复核、图片审核等服务，以及语料购买等支出；产品化费用主要指产品研发中发生的翻译、软件开发、美化、测评等服务支出；专利申请费指研发过程中或完成时因申请专利发生的支出。

根据财企[2007]194号文件《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》的相关规定，“一、企业研发费用（即原“技术开发费”），指企业在产品、技术、材料、工艺、标准的研究、开发过程中发生的各项费用，包括（六）：研发成果的论证、评审、验收、评估以及知识产权的申请费、注册费、代理费等费用。（八）与研发活动直接相关的其他费用。”报告期内，公司发生的以上中介机构服务费均与研发活动相关，符合文件规定的研究、开发过程中发生的各项费用的认定标准，列入研发费用符合企业会计准则“按各交易或者事项的经济实质进行会计确认”的规定。

2018年及2019年1-3月计入研发费用的中介机构服务费大幅增加，主要系信息技术支持费用增长导致：公司在信息安全功能开发中，为提高产品网络安全保障，与文思海辉技术有限公司及北京金迅瑞博网络技术有限公司签署信息审核合同，2018年及2019年1-3月分别发生信息审核费用518万元和197.56万元；在产品智能化及内容开发中，公司2018年向北京八亿方舟翻译服务有限公司采购语料支出271.84万元。此外，因公司近年来高研发投入形成大量专利，公司2018年度支付的专利申请费用较2017年度增长约155万元，仅2019年第一季度的专利申请费即达到79.29万元。综上，公司2018年度及2019年1-3月研发费用的中介机构服务费较2016年及2017年同期大幅增长。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构和申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取公司报告期内企业所得税申报表，结合税务机关加计扣除的认定范围和比例，检查公司研发费用申报加计扣除情况是否符合税法相关规定；

2、获取公司报告期内研发费用中介机构服务费明细表，检查相关合同以及对应的主要研发项目名称、人数及费用构成等信息；

3、对公司报告期内研发费用中介机构服务费变动合理性进行分析。

保荐机构和申报会计师认为报告期内公司申报报表列示的研发费用符合税务机关加计扣除的规定，与实际研发费用的差异具备合理性；与产品开发相关的中介机构服务费用列入研发费用符合税法及企业会计准则的相关规定；**2018年及2019年1-3月**中介机构服务费大幅增加具备合理原因。

问题 20.关于员工薪酬

根据问询回复，报告期内，销售人员人均薪酬分别为 34.93 万元、37.25 万元及 37.99 万元；研发人员人均薪酬分别为 26.42 万元、28.68 万元及 30.67 万元；管理人员人均薪酬分别为 32.43 万元、39 万元及 50 万元。

请发行人结合报告期各期研发人员、管理人员、销售人员的人均薪酬及行业可比公司情况，说明研发人员与其他两类人员薪酬差异是否符合行业惯例；结合公司薪酬制定具体制度、人员变动情况、发展战略、激励政策以及管理模式，说明公司对研发人员的激励体现，以及目前的激励政策如何支持公司进一步技术创新。

请保荐机构和发行人律师进行核查并发表意见。

一、对审核问询函的回复

(1) 结合报告期各期研发人员、管理人员、销售人员的人均薪酬及行业可比公司情况，说明研发人员与其他两类人员薪酬差异是否符合行业惯例

报告期内，发行人研发人员、管理人员、销售人员的人均薪酬与选取的可比公司的比较情况如下（因可比公司未披露 2016 年及 2019 年第一季度研发人员薪酬情况，下表仅对比 2017 年及 2018 年相关数据）：

单位：万元

公司名称	2018 年度人均薪酬		
	研发人员	销售人员	管理人员
鼎捷软件	6.15	79.44	38.30
东方通	12.60	30.59	22.30
广联达	26.46	19.41	81.17
泛微网络	21.87	16.45	60.34
用友网络	22.65	42.19	52.45
久其软件	11.17	40.56	55.36
平均值	16.82	38.11	51.65
发行人	30.67	37.99	50.00

单位：万元

公司名称	2017年度人均薪酬		
	研发人员	销售人员	管理人员
鼎捷软件	5.12	89.43	30.38
东方通	13.58	27.17	21.02
广联达	26.38	22.63	67.87
泛微网络	21.70	18.39	54.88
用友网络	18.80	34.05	59.60
久其软件	9.80	30.19	46.60
平均值	15.90	36.98	46.73
发行人	28.68	37.25	39.00

注：人均薪酬=人员薪酬费用/((上年末人员数+本年末人员数)/2)；相关数据来源于 Wind、可比公司年度财务报告、招股说明书。

报告期内，发行人研发人员人均薪酬水平高于可比公司研发人员人均薪酬水平，主要原因是发行人为使自身产品及服务的深度和广度不断加强，提升对高端人才吸引力，设置了较同行业更高的薪资水平，在稳定公司现有人才的基础上吸收更多优秀人才。

报告期内，发行人研发人员人均薪酬水平低于销售人员人均薪酬水平，销售人员人均薪酬水平低于管理人员人均薪酬水平，与选取的可比公司整体趋势一致，符合行业惯例。对于行业整体而言，研发人员平均薪酬低于销售人员薪酬，主要原因如下：各公司为迅速提升销售规模，给予销售人员一定的销售业绩提成，较强的激励机制造成销售人员收入较高；对于销售人员，各公司倾向于招聘业内具备一定从业经验或渠道资源的员工，而对于研发人员，各公司招聘的应届生或低级员工比例较大，造成销售人员人均薪酬较高。另外，鼎捷软件销售人员平均薪酬远高于其管理人员及研发人员，主要因为鼎捷软件将营销项目的外部开发实施人员的薪资计入销售人员薪酬，而其年报中披露的销售人员人数仅统计公司在岗的销售人员。

(2) 结合公司薪酬制定具体制度、人员变动情况、发展战略、激励政策以及管理模式，说明公司对研发人员的激励体现，以及目前的激励政策如何支持公司进一步技术创新。

（一）公司薪酬制度

发行人薪酬体系主要包括以下方面：

1、薪酬结构是体现公司如何本着对内公平、对外具有竞争力且合乎成本效益的原则来规定薪酬的组成，向员工支付薪酬，并把公司的业绩与个人的绩效相结合。

2、公司的薪酬体系结构分为固定薪酬、浮动薪酬和福利部分：

（1）固定薪酬由基本工资和固定津贴组成；

（2）浮动薪酬包括绩效工资、绩效奖金、各业务线奖金等；

（3）福利部分包括法定社会保险、补充商业保险等。

（二）人员情况

项目	2016年12月31日	2017年12月31日	2018年12月31日	2019年3月31日
员工总人数	901	1,144	1,911	1,972
技术人员	646	801	1,410	1,411
技术人员占比	71.70%	70.02%	73.78%	71.55%

（三）发展战略

未来公司将继续顺应国内信息产业相关发展规划和政策指引下的产业结构调整趋势，适应国内互联网应用环境及中文办公应用需求，以软硬件安全可靠为战略驱动，以软件研发和业务集成服务为核心目标，深度剖析把握办公产业发展的规律，全面分析国内外行业与区域竞争情况，充分评估竞争优势。

在当前的云计算、大数据、移动互联网的大时代下，公司开启了办公应用场景化、应用移动化、工具服务化的移动办公之路，未来将会借助构建 WPS Office 办公产品云服务体系，积极响应全球用户需求，解决移动办公数据流转和协作问题，提供更优质的办公服务，持续提升用户体验，以商务创作、协同办公为发展驱动，成为世界领先水平的办公软件民族企业。

公司将适应信息安全发展的需求，以企业自身的战略发展为导向，结合行业发展的具体形势，顺应社会信息化的发展和要求，依托办公应用领域的核心技术，

整合一切能够调配的资源，全面研究、实现与完善公司的现有核心技术。

为顺利实现发展目标，公司已采取并将进一步深入推行以下措施：

1、公司将以本次发行上市为契机，通过募集资金投资项目的建设，增强公司的软件开发能力及自主创新能力，使公司主营产品和服务得到完善与升级，为全球用户打造全平台办公云服务体系，持续扩大办公应用领域的用户总量，巩固和提升国内外市场的竞争力；同时提升公司市场营销和服务能力，建立全球营销服务体系，完善客户服务支持体系，在现有业务基础上努力提高基于云计算、大数据服务等领域的拓展能力，与上下游产业链进行深入联合，促进公司在未来进一步做大做强。

2、公司将继续坚持企业文化建设，把提高员工素质和引进高层次人才作为企业发展的重中之重，建立并完善科技人才和高级管理人才的引进和激励机制，以良好的工作环境与发展机遇吸引并留住人才；

3、公司将不断加大科技研发投入的力度，开发出更多具有高技术含量和国际竞争力的产品及办公应用服务，持续扩大总体用户数量，增强用户体验，提高公司的核心竞争力；

4、公司将进一步提高公司的知名度和品牌影响力，充分利用已有的资源优势 and 研发优势，积极拓展国内外市场，进一步提高公司主要产品的全球市场占有率。

（四）管理模式

公司一直以来以研发和技术为公司发展的核心驱动力，建立了一整套研发体系，形成了一支创新能力卓著的研发队伍。

1、公司在创新管理方面，一直致力于打造规范化的研发管理体系。公司已经制定并严格执行《项目管理制度》，保证了科研项目的顺利实施，激发科研人员的工作热情。

2、公司树立起了鼓励技术创新的文化，鼓励全员创新，公司鼓励员工申请专利，支持员工向核心学术期刊投稿，并给予稿费奖励；公司不定期邀请业务骨

干或外部专家进行讲座。

3、公司坚持以人为本，重视专业人才的引进、培养和开发，建立了有效的多层次、多模式人才培养机制。针对应届毕业生，为毕业生安排业务熟练的技术工程师作为指导老师，帮助新员工尽快了解公司的文化、制度、岗位职责、工作技能等，帮助员工快速成长。针对企业老员工，公司根据其工作能力，通过建立和完善科学的培养课程体系，实现企业后备人才梯队的培养。

（五）公司激励政策、对研发人员的激励体现，以及目前的激励政策如何支持公司进一步技术创新

1、考核调薪及晋升机制

公司根据职位级别为研发人员确定相应的薪资标准，同时对完成新产品的研发、公司产品升级、完成公司重要或重大研发项目、在工作中有创造性成果、突出表现和进步以及超额完成工作的员工个人或团体进行奖励，包括年终奖、目标奖和特殊贡献奖。公司对研发人员通过一定周期的业绩考核和工作能力考察后，经过主管推荐和高管评议后，参考员工职级评审结果，给予工作职级晋升。

2、股权激励

截至本问询函回复出具之日，公司有奇文一维等 9 个股权激励平台，该平台对公司包括 169 名研发人员在内的重要员工提供了股权激励。

技术创新能力是科技创新型公司核心竞争力的体现，技术创新是公司持续发展的动力，与研发人员的激励息息相关。公司在发展战略上重视对研发人员的激励，在战略层面高度重视公司技术创新与发展。公司在管理模式上规范研发管理体系，鼓励技术创新，重视人才培养，保障研发投入，在管理和制度层面促进、保障公司技术创新。

二、招股说明书修改及补充披露

不涉及。

三、中介机构核查意见

保荐机构及发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、获取公司报告期内研发费用明细表、销售费用明细表、管理费用明细表；获取同行业上市公司研发费用明细表，销售费用明细表、管理费用明细表；结合公司情况分析公司研发费用率高于同行业上市公司的原因；

2、获取公司报告期内研发人员、销售人员、管理人员人数，以及可比公司研发人员、销售人员、管理人员人数，并对比分析了同行业薪酬水平。

3、获取公司薪酬制度；

4、获取公司报告期历年人员名单；

5、核查公司股权激励平台合伙协议；

经核查，保荐机构认为：公司研发人员与其他人员薪酬差异符合行业惯例。公司对研发人员的激励政策对支持公司进一步技术创新起到较大作用。

发行人律师认为：公司对研发人员的激励政策对支持公司进一步技术创新起到较大作用。

（本页无正文，为北京金山办公软件股份有限公司《关于北京金山办公软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复（2019年一季报财务数据更新版）》之盖章页）

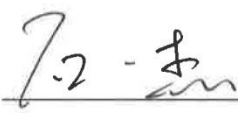
北京金山办公软件股份有限公司



2019年7月29日

（本页无正文，为中国国际金融股份有限公司《关于北京金山办公软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复（2019年一季报财务数据更新版）》之盖章页）

保荐代表人： 
徐石晏


石一杰



中国国际金融股份有限公司

2019年 7月 29日

保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读北京金山办公软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件审核问询函的回复的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对问询函回复的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

法定代表人、董事长、首席执行官：



毕明建

