



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  
第三轮审核问询函的回复

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 29 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第三轮审核问询函》（上证科审（审核）[2019]448 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（上会稿）》中的释义相同。

## 目录

目录.....	2
问题 1.关于重新回答前次问询问题 .....	3
问题 2.关于 ICP 证 .....	44
问题 3.关于同业竞争 .....	49
问题 4.关于个人订阅模式 .....	73
问题 5.关于核心技术人员的认定 .....	84
问题 6.关于政府补助 .....	90
问题 7.关于其他问题 .....	115

## 问题 1.关于重新回答前次问询问题

请发行人重新回答二轮问询中的以下问题：（1）问题 2 以金山软件历次股东大会股东出席率为基数计算得出雷军所持投票权占比超过 50%的合理性，请结合《证券法》、《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》等规定说明发行人认定实际控制人的依据；（2）问题 10 金山云向发行人提供云服务是否具有不可替代性，发行人以 7 折向金山云采购相关服务定价是否公允，与其他云服务提供商相比是否显著偏低；（3）问题 11 发行人募集资金较前次申报大幅增加的原因及合理性，募投项目提供云服务是否新增同业竞争等；（4）问题 12 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，如有，请作风险揭示。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

（1）问题 2 以金山软件历次股东大会股东出席率为基数计算得出雷军所持投票权占比超过 50%的合理性，请结合《证券法》、《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》等规定说明发行人认定实际控制人的依据。

### 一、对审核问询函的答复：

**（一）问题 2 以金山软件历次股东大会股东出席率为基数计算得出雷军所持投票权占比超过 50%的合理性**

以金山软件报告期内历次股东大会股东出席率为基数计算得出雷军所持投票权占比超过 50%，符合金山软件的事实情况，以此事实情况进一步印证了雷军对金山软件的股东大会有重大影响。

报告期内，雷军是金山软件的单一最大投票权拥有者，所持投票权比例与金山软件其他股东保持较大差距，其通过所持投票权对金山软件的决策有重大影响，且在金山软件发展过程中起到了至关重要的作用，能够实际支配金山软件的公司行为。具体论述详见本问题答复下文相关内容。

**(二) 请结合《证券法》、《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》等规定说明发行人认定实际控制人的依据**

**1、认定实际控制人的法规依据**

根据《证券法》第 54 条，签订上市协议的公司应当公告包括但不限于“公司的实际控制人”等事项；但《证券法》未对“实际控制人”作出定义或明确其认定标准。

根据《公司法》第 216 条，实际控制人是指虽不是公司的股东，但通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人。

根据《上市公司章程指引（2019 年修订）》第 192 条，实际控制人是指虽不是公司的股东，但通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人。

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，公司控制权是能够对股东大会的决议产生重大影响或者能够实际支配公司行为的权力，其渊源是对公司的直接或者间接的股权投资关系。因此，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，上市公司应当根据股权结构、董事和高级管理人员的提名任免以及其他内部治理情况，客观、审慎地认定控制权归属。具有下列情形之一的，构成控制：（一）持有上市公司 50% 以上的股份，但是有相反证据的除外；（二）实际支配上市公司股份表决权超过 30%；（三）通过实际支配上市公司股份表决权能够决定董事会半数以上成员的任免；（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；（五）可以实际支配或者决定上市公司的重大经营决策、重要人事任命等事项；（六）中国证监会和上交所认定的其他情形。签署一致行动协议共同控制上市公司的，应当在协议中明确共同控制安排及解除机制。

根据《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条（二），控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近2年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

根据《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》第5问，实际控制人认定的基本要求是：“实际控制人是拥有公司控制权的主体。在确定公司控制权归属时，应当本着实事求是的原则，尊重企业的实际情况，以发行人自身的认定为主，由发行人股东予以确认。保荐机构、发行人律师应通过对公司章程、协议或其他安排以及发行人股东大会（股东出席会议情况、表决过程、审议结果、董事提名和任命等）、董事会（重大决策的提议和表决过程等）、监事会及发行人经营管理的实际运作情况的核查对实际控制人认定发表明确意见。”

## **2、认定雷军为发行人实际控制人的依据**

### **（1）雷军是金山软件的单一最大投票权拥有者且对金山软件的决策有重大影响**

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。

基于下述事实情况，雷军是金山软件的单一最大投票权拥有者且对金山软件的决策有重大影响：

#### **1) 雷军是金山软件的单一最大投票权拥有者**

根据金山软件截至2019年5月31日的《股份发行人的证券变动月报表》、贝克·麦坚时律师事务所香港办公室于2019年6月5日出具的《公司第一大股东表决权调查摘要》以及发行人的书面确认，截至2019年5月31日，雷军通过其直接或间接控制的企业合计间接持有金山软件已发行股份总数的15.31%；此外，根据雷军、求伯君及张旋龙之间于2011年7月7日签署的《表决契据》（Voting Deed），求伯君及张旋龙同意以与雷军相同的方式、方向和时间对142,710,003股金山软件的股份进行投票，据此，雷军享有求伯君和张旋龙通过该两人直接或间接控制的企业持有的占金山软件已发行股份总数的10.40%的股份的投票权；综上，雷军享有占金山软件已发行股份总数的25.70%的股份的投票权，为金山

软件的单一最大投票权的拥有者。

## 2) 雷军所持投票权比例与金山软件其他股东保持较大差距

报告期内除 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% 以上股份外，金山软件不存在其他投票权超过 5% 的股东；且截至目前，前述股东持有的投票权比例均未超过 8%，与雷军的投票权比例保持较大差距。

## 3) 雷军对金山软件的董事会有重大影响

报告期内，雷军一直担任金山软件的董事会主席，且除雷军根据相关规则放弃表决的情况外，金山软件全部董事会会议表决结果与雷军行使投票权的方向一致。据此，在报告期内，雷军对董事会议案的态度得到了董事会的认可。

根据《金山软件公司章程》，雷军作为金山软件董事会主席，在以下方面体现出对董事会有重大影响：

第 76 条：倘举手或投票表决所得赞成与反对票数相等，则大会主席于进行举手表决（倘并无要求投票表决）或要求投票表决的大会可投第二票或决定票。倘对于承认或拒绝任何票数有任何争议，由主席作最终决定。

第 135 条：根据细则第 107 条，董事会会议提出的问题须由过半数投票决定，倘赞成与反对票数相同，主席须投第二票或决定票。

第 84 条：反对任何正在或计划投票者的资格或反对接纳任何投票必须在进行相关投票的大会或续会上提出，否则该等会议上未被否决的投票均完全有效。任何及时提出的反对由大会主席裁决，其决定即为定论而不可推翻。

第 72 条：于任何股东大会上提呈之决议案须以举手方式表决，除于宣布举手表决结果之前或当时或撤回其他以投票方式表决之要求或上市规则另有规定外，大会主席要求以投票方式表决。

第 107 条(e)项：倘于任何董事会会议质疑董事（主席除外）或其联系人是否拥有重大权益或有关董事（主席除外）是否合资格投票或计入法定人数，而该董事并无主动同意放弃投票或计入法定人数以释疑，则该问题由会议主席裁决，而主席对该董事的裁决为最终定案。倘并无在董事会中肯披露相关董事权益的性质

及程度则除外。

#### **4) 雷军在金山软件发展过程中起到至关重要的作用**

雷军为金山软件的联合创始人之一，自 1992 年加入金山软件，于发展及扩展金山软件的业务运营方面承担重要角色。雷军于 1998 年起担任金山软件首席执行官，在其领导下金山软件进一步从应用软件业务扩展至实用软件、互联网安全软件及网络游戏，他亦在将金山软件由一家传统软件公司转变为一家广泛应用互联网按客户需求提供服务的软件公司方面承担重要角色。在带领金山软件于 2007 年 9 月在香港联交所上市后，2007 年 12 月，雷军辞去金山软件首席执行官、首席科技官和总裁的职位。2011 年 7 月，金山软件联合创始人之一求伯君辞去金山软件的董事会主席职务并推荐雷军继任董事会主席至今。

综上，雷军是金山软件的单一最大投票权拥有者，所持投票权比例与金山软件其他股东保持较大差距，其通过所持投票权对金山软件的决策有重大影响，且在金山软件发展过程中起到了至关重要的作用，能够实际支配金山软件的公司行为。

#### **(2) 金山软件是发行人的间接控股股东，间接持有发行人 67.50%的股份**

金山软件通过 WPS 开曼和 WPS 香港间接持有发行人 67.50%的股份，持股超过 50%，为发行人的间接控股股东，对发行人享有控制权。此外，雷军通过奇文二维、奇文四维、奇文五维和奇文七维间接持有发行人的 5,402,064 股股份，占发行人已发行股份总数的 1.50%；雷军还通过顺为开曼间接持有顺为互联网所持发行人股份比例（1.67%）中的 9.35%。

因此，雷军通过投资金山软件及《表决契据》等方面对发行人的间接控股股东金山软件的决策有重大影响，并通过奇文二维、奇文四维、奇文五维和奇文七维、顺为互联网间接持有发行人股份。

#### **(3) 雷军对发行人的董事会有重大影响**

自发行人（及其前身金山办公有限）设立至今，雷军一直担任其董事，且除雷军回避表决的情况外，全部董事会会议表决结果与雷军行使投票权的方向一致。据此，雷军对发行人董事会议案的态度得到了董事会的认可。



#### **(4) 发行人股东确认雷军是发行人的实际控制人**

发行人股东出具书面确认：雷军是发行人的实际控制人，其不曾以任何形式单独或共同谋求成为，或协助、促使雷军以外的任何第三方成为发行人的实际控制人，包括但不限于：未曾委托、征集投票权、联合发行人其他股东/董事/监事等。

### **3、最近 2 年发行人的实际控制人没有发生变更**

最近两年内，金山软件一直通过 WPS 香港间接持有发行人的不低于 67.50% 的股权，雷军通过金山软件间接控制发行人。据此，发行人的实际控制人在最近两年内未发生变更，符合《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条（二）的相关规定。

综上，发行人的实际控制人为雷军，其通过上述股权投资、协议安排及相关任职，能够实际支配发行人。发行人对实际控制人的认定，已经综合考虑了企业的实际情况，并对发行人（及其前身金山办公有限）以及间接控股股东金山软件的公司章程、协议或其他安排以及发行人股东大会、董事会、监事会及发行人经营管理的实际运作情况进行了核查，取得了发行人股东的书面确认。上述认定符合《公司法》《证券法》《上市公司章程指引（2019 年修订）》《科创板上市规则》《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》等相关法律法规的规定。

## **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**

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》；

（2） 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）；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》；

(3) 核查 Color Link Management Limited 和 Topclick Holdings Limited 的注册证书、董事名册、股东名册、公司章程；核查求伯君与 Credit Suisse Trust Limited 签署的信托协议；

(4) 核查发行人股东出具的《关于确认雷军为北京金山办公软件股份有限公司实际控制人的函》；

(5) 就雷军对金山软件的影响力，与金山软件管理层、法务部多次沟通；就开曼群岛法律、香港上市规则是否存在认定实际控制人标准的规定，与金山软件香港律师、开曼律师进行沟通；核查《表决契据》签署日至今金山软件历次股东大会文件；

(6) 于 2017 年 5 月 4 日对实际控制人雷军的访谈；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》；

(7) 核查雷军、求伯君为本次发行及上市出具的《关于避免同业竞争的承诺函》；核查雷军、求伯君就所持股份的限售安排以及相关股东持股及减持意向的承诺；核查雷军、求伯君对欺诈发行上市的股份购回承诺。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：1、以金山软件报告期内历次股东大会股东出席率为基数计算得出雷军所持投票权占比超过 50%，符合金山软件的事实情况；2、认定雷军为发行人的实际控制人符合《公司法》《证券法》《上市公司章程指引（2019 年修订）》《科创板上市规则》《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》等相关法律法规的规定。

**(2) 问题 10 金山云向发行人提供云服务是否具有不可替代性，发行人以 7 折向金山云采购相关服务定价是否公允，与其他云服务提供商相比是否显著偏低；**

#### **一、对审核问询函的答复：**

##### **(一) 金山云向发行人提供云服务是否具有不可替代性**

金山云向发行人提供云服务具有可替代性，具体情况如下：

报告期内发行人向金山云采购的产品或服务主要包括云服务器、EIP 带宽、BWS 共享带宽、EBS、空间存储服务（KS3、KSS）、内容分发（CDN）、对等连

接（Peering）、云数据库（RDS 版、Redis 版）、托管 Hadoop（KMR）、云数据中心服务（KIS）等。

云计算服务市场竞争相对充分，能提供同类服务的云服务厂商较多，阿里云、腾讯云、华为云、七牛云等市场上的云服务提供商所能提供的产品及服务范围及价格与金山云基本一致，如果金山云不能继续向发行人提供云服务，发行人可向其他主要云服务提供商采购类似服务来更换云服务供应商。因目前发行人已将主要业务数据存储于金山云，发行人更换云服务提供商时需对当前数据进行数据迁移，具体的数据迁移方式包括定制数据快递、专线传输等。发行人通过与几家云服务厂商的销售及技术人员探讨迁移方案及路径，对数据迁移的具体方案及各项成本进行详细测算，在现有数据量下，发行人数据迁移最短需要耗时 30 天，产生的成本最低约为 12 万元。时间成本和经济成本整体可控，不会对发行人生产经营造成重大不利影响。因此，金山云向发行人提供云服务具有可替代性。

(二) 发行人以 7 折向金山云采购相关服务定价是否公允，与其他云服务提供商相比是否显著偏低

报告期内发行人向金山云采购的主要产品及服务内容、采购金额、占比如下所示：

单位：万元

项目	2016年度	2017年度	2018年度	2019年1-3月	报告期累计	累计占比	服务内容简介	定价方式	比价方式
标准存储	323.10	444.63	1,011.31	380.76	2,159.80	25.82%	基于网络的数据存取服务及流量服务	根据合同价格确定	详见“《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》”之“问题10.关于金山云”
KEC/KVM/云主机	269.62	562.15	855.23	327.21	2,014.21	24.08%	在线虚拟主机服务,提供弹性可伸缩的计算容量,令开发者能够轻松进行互联网规模计算、部署所需服务器环境	金山云官网定价的 7折	将金山云向发行人提供的折后价格与腾讯云给予发行人的折后价格、第三方云服务供应商向其非关联客户销售同类产品的折后价格、优刻得按其向全部客户销售云服务产品的综合折扣测算后的价格进行对比
EIP	267.00	465.79	707.04	334.89	1,774.72	21.22%	IP和网络带宽资源池,可以随时和云服务器、负载均衡进行关联,快速切换到不同资源,提高服务可用性	金山云官网定价的 7折	将金山云向发行人提供的折后价格与腾讯云给予发行人的折后价格、优刻得按其向全部客户销售云服务产品的综合折扣测算后的价格进行对比
CDN	75.38	489.40	159.94	17.48	742.18	8.87%	金山云CDN (KSyun Content Delivery Network, 简称KCDN),是由分布在不同区域的边缘节点	根据合同价格确定	详见“《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

项目	2016年度	2017年度	2018年度	2019年1-3月	报告期累计	累计占比	服务内容简介	定价方式	比价方式
							服务器集群组成的分布式网络。将用户内容分发到边缘节点，有效解决互联网网络拥塞状况，提高用户访问网站的响应速度与网站的可用性		复》”之“问题10.关于金山云”
云物理主机(EPC)	-	133.12	317.39	70.31	520.83	6.23%	基于金山云虚拟化托管的独享物理服务器	金山云官网定价的 7折	将金山云向发行人提供的折扣价格与腾讯云给予发行人的折扣价格、优刻得按其向全部客户销售云服务产品的综合折扣测算后的价格进行对比
云数据中心(KIS)	-	68.07	224.91	134.39	427.37	5.11%	金山云可以提供的机柜、服务器、网络设备、IP、带宽、裸纤、专线电路、VPN等资源的统一租赁与托管服务	金山云官网定价的 7折	将金山云向发行人提供的折扣价格与优刻得按其向全部客户销售云服务产品的综合折扣测算后的价格进行对比
REDIS	32.22	68.09	130.95	40.46	271.72	3.25%	Redis是一种稳定可靠的在线数据缓存及高性能的key-value数据库	金山云官网定价的 7折	
RDS/KRDS	20.21	49.72	84.93	26.87	181.73	2.17%	关系型数据库服务(Kingsoft Relational Database Service, 简称KRDS)是一种即开即用、稳定可靠、可弹性伸缩的在线关系型数据库服务	金山云官网定价的 7折	

项目	2016年度	2017年度	2018年度	2019年1-3月	报告期累计	累计占比	服务内容简介	定价方式	比价方式
托管 Hadoop(KMR)	-	9.80	36.46	21.13	67.38	0.81%	(Kingsoft MapReduce, 简称KMR), 是指金山云和/或其关联公司基于云计算基础设施和Hadoop、Spark等计算框架而提供的集群托管服务以及与此相关的安全保障、支撑等服务	金山云官网定价的 7折	
深度学习 (KDL)	-	28.52	27.57	1.81	57.90	0.69%	以Tensorflow、Caffe、MxNet等主流深度学习框架为基础, 通过与Kubernetes和Docker容器技术相结合, 为用户提供模型开发、模型训练、模型部署等一站式深度学习服务	金山云官网定价的 7折	
EBS	1.54	19.14	15.49	3.66	39.83	0.48%	金山云弹性块存储(Elastic Block Storage 以下简称为云硬盘)是为云服务器实例(Kingsoft Elastic Compute以下简称为云主机)提供的块级别数据存储设备, 它具有高可用、高可靠、灵活易用等特点, 可以作为云主	金山云官网定价的 7折	

项目	2016年度	2017年度	2018年度	2019年1-3月	报告期累计	累计占比	服务内容简介	定价方式	比价方式
							机的独立可扩展硬盘使用		
MongoDB	-	-	11.59	17.01	28.60	0.34%	MongoDB是金山云为企业和开发者提供了100%兼容MongoDB协议的文档型NoSQL数据库服务	金山云官网定价的 7折	
其他	4.63	45.18	11.62	15.86	77.30	0.92%	包括BWS/共享带宽、网络地址转换(NAT)、KAD/高防IP、专属宿主机、对等连接(Peering)、云数据库Memcached等产品及服务	金山云官网定价的 7折	
<b>合计金额</b>	<b>993.69</b>	<b>2,383.61</b>	<b>3,594.43</b>	<b>1,391.85</b>	<b>8,363.58</b>	<b>100.00%</b>			

注：上表中合计金额为发行人与金山云的实际结算金额，与招股书披露的发行人对金山云的各期采购额的差异为期末预估未结算部分

上述服务中，标准存储服务（KS3、KSS）及内容分发服务（CDN）采购单价根据发行人与金山云商定的合同价格确定，此部分采购价格公允性论证详见“《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》”之“问题 10.关于金山云”；其余服务采购单价为金山云官网定价的 7 折。其中，报告期内标准存储服务（KS3、KSS）及内容分发服务（CDN）采购金额占发行人报告期向金山云采购云服务总金额的 34.69%，以官网价格 7 折定价的服务采购金额占发行人报告期向金山云采购云服务总金额的 65.31%。

目前因各家云服务厂商除在官网披露各项产品价格外，在具体签署合同时还会就部分或全部产品给予客户一定的折扣，而折扣信息属于云服务厂商商业机密，较难通过公开渠道查询。

发行人及保荐机构对近年来上市公司及拟上市公司披露的相关信息进行了查询，绝大部分采购过云服务的公司未披露或豁免披露了具体产品的采购单价或所获得的折扣信息，现将部分能搜寻到的披露了云服务定价机制的公司及相关内容列示如下：

公司名称	上市状态	披露信息
乐元素科技（北京）股份有限公司	拟申请主板上市，已披露招股书	其向关联方腾讯云采购云服务的价格，以双方合同签署生效时腾讯云官网公布的价格以及一定的折扣来确定。其所获折扣为腾讯云按照其客户政策，向长期及采购量较大的客户提供的标准折扣，该折扣也向非关联方企业提供。但乐元素未披露具体的折扣率。
优刻得科技股份有限公司	拟申请科创板上市，已披露招股书及问询回复	2019 年 1-6 月，发行人加大产品销售折扣力度，对公有云客户平均折扣为 7 折。其中其对北京每日优先电子商务有限公司的折扣（2019 年 1-6 月）为 68 折，对快看世界（北京）科技有限公司折扣为 73 折。
贵州白山云科技股份有限公司	拟申请科创板上市，已披露招股书及问询	行业内部分竞争对手通过低价策略抢占市场，给公司带来了一定的压力。若未来市场



	<p>回复。现处于中止状态</p>	<p>价格竞争进一步加剧，或公司未能紧跟行业发展趋势并通过有效途径持续增强核心竞争力，则可能在日后激烈的市场竞争中丧失竞争优势，从而对公司的业务拓展及市场地位造成不利影响，进而影响公司的抗风险能力。</p>
--	-------------------	---

由上表信息可知，目前各家云计算厂商普遍在官网定价基础上给予其客户一定的折扣，而且因云计算厂商通过低价抢占市场份额，造成价格竞争愈发激烈。

发行人将自身与金山云商定的各类产品价格标准及折扣与发行人与腾讯云等第三方供应商商定的同类产品价格标准及折扣、可经公开渠道获取的第三方云服务厂商对外销售的产品价格标准及折扣等信息对比如下：

### 1、云主机服务价格对比

报告期内发行人向金山云采购的云主机服务金额占发行人报告期向金山云采购云服务总金额的 24.08%。

报告期内，发行人同时向金山云及腾讯云采购云主机服务。以及经查询市场公开信息，优刻得披露其向其全部客户销售云服务产品的平均折扣率为其官网标价的 7 折。下表选取报告期内发行人向金山云采购的产品与腾讯云、优刻得具备类似性能的云主机产品，对目前各家官网价格的折后价格进行对比。

发行人向金山云采购的云主机型号			金山云折后(7折)价格(元/月)	对应的腾讯云云主机型号			腾讯云折后价格(元/月)	对应的优刻得云主机型号			优刻得折后(7折)价格(元/月)
服务器型号	CPU(核个数)	内存(GB)		服务器型号	CPU(核个数)	内存(GB)		服务器型号	CPU(核个数)	内存(GB)	
IO优化型I1	2	4	/	高IO型I2	2	4	/	高IO型	2	4	/
IO优化型I2	2	4	/								
IO优化型I3	2	4	/								
IO优化型I1	2	8	/	高IO型I2	2	8	/	高IO型	2	8	/
IO优化型I2	2	8	/								
IO优化型I3	2	8	/								
IO优化型I1	4	8	/	高IO型I2	4	8	/	高IO型	4	8	/
IO优化型I2	4	8	/								
IO优化型I3	4	8	/								
IO优化型I1	4	16	/	高IO型I2	4	16	/	高IO型	4	16	/
IO优化型I2	4	16	/								
IO优化型I3	4	16	/								
IO优化型I1	8	16	/	高IO型I2	8	16	/	高IO型	8	16	/
IO优化型I2	8	16	/								
IO优化型I2(联网增强)	8	16	/								
IO优化型I3	8	16	/								
IO优化型I1	8	32	/	高IO型I2	8	32	/	高IO型	8	32	/
IO优化型I2	8	32	/								
IO优化型I3	8	32	/								

发行人向金山云采购的云主机型号			金山云折后(7折)价格(元/月)	对应的腾讯云云主机型号			腾讯云折后价格(元/月)	对应的优刻得云主机型号			优刻得折后(7折)价格(元/月)
服务器型号	CPU(核个数)	内存(GB)		服务器型号	CPU(核个数)	内存(GB)		服务器型号	CPU(核个数)	内存(GB)	
IO优化型I1	12	24	/	高IO型I2	12	24	/	高IO型	无类似型号产品		
IO优化型I2	12	24	/								
IO优化型I3	12	24	/								
IO优化型I1	12	48	/	高IO型I2	12	48	/	高IO型	无类似型号产品		
IO优化型I2	12	48	/								
IO优化型I3	12	48	/								
IO优化型I1	16	32	/	高IO型I2	16	32	/	高IO型	16	32	/
IO优化型I1(联网增强)	16	32	/								
IO优化型I2	16	32	/								
IO优化型I2(联网增强)	16	32	/								
IO优化型I3	16	32	/								
IO优化型I1	16	64	/	高IO型I2	16	64	/	高IO型	16	64	/
IO优化型I2	16	64	/								
IO优化型I3	16	64	/								
标准型S3	8	16	/	标准型S3	8	16	/	标准型	8	16	/
标准型S3	8	32	/	标准型S3	8	32	/	标准型	8	32	/
标准型S3	16	32	/	标准型S3	16	32	/	标准型	16	32	/
标准型S3	16	64	/	标准型S3	16	64	/	标准型	16	64	/

注 1: **各家供应商**云主机产品除因 CPU 及内存的不同而价格不同外, 还因部署区域、适配系统等因素的不同而造成价格差异

由上表可知，各家厂商云主机的型号、规格并不完全一致，不仅存在部分金山云产品在腾讯云、优刻得体系下没有对标型号的情况，也存在部分金山云产品的不同配置对应腾讯云、优刻得一种产品的情况（例如金山云 IO 优化型云主机具备高、中、低、联网增强等多种配置，均对应腾讯云的高 IO 型 I2 产品），双方定价并不完全相同，但类似性能的云主机产品价格接近，不存在明显差异。其中，优刻得因自身市场份额较小等因素，存在整体价格略低于金山云及腾讯云的情况。

此外，发行人获取了部分市场上第三方云服务供应商与其非关联客户的云服务协议，其约定的云主机折扣测算下价格与发行人同金山云签订的折扣测算下价格处于同一区间。综上，经对比各云主机供应商官网报价的折后价格，金山云向发行人提供的云主机价格具备公允性。

## 2、EIP 服务价格对比

报告期内发行人向金山云采购的 EIP 服务金额占发行人报告期向金山云采购云服务总金额的 21.22%。

报告期内，发行人同时向金山云及腾讯云采购 EIP 服务，与金山云约定价格为金山云官方网站报价的 7 折。下表列示金山云、腾讯云官网价格的折后价格。

	金山云官网折后 (7折) 价格	腾讯云官网折后价格
定价	<5Mbps, 17.5元/月/ Mbps >5Mbps, 70元/月/ Mbps	/

由上表可知，金山云 EIP 价格与腾讯云同类产品服务价格无重大差异。考虑到发行人向金山云采购金额较大，金山云较腾讯云给予发行人更低折扣具备商业合理性。经查询市场公开信息，优刻得官网“基础网络 UNet”（等同于金山云 EIP 产品）价格与金山云官网价格一致，而优刻得披露其向其全部客户销售云服务产品的平均折扣率为其官网标价的 7 折。如按 7 折计算，金山云 EIP 折后价格及优刻得同类产品的折后价格对比如下：

	金山云官网折后 (7折) 价格	优刻得官网折后 (7折) 价格
定价	<5Mbps, 17.5元/月/ Mbps >5Mbps, 70元/月/ Mbps	<5Mbps, 17.5元/月/ Mbps >5Mbps, 70元/月/ Mbps

注：优刻得折扣信息摘自其披露的“关于优刻得科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的审核问询函之回复”文件

因此，经对比各云服务供应商官网报价的折后价格，金山云向发行人提供的EIP价格具备公允性。

### 3、云物理主机价格对比

报告期内发行人向金山云采购的云物理主机金额占发行人报告期向金山云采购云服务总金额的6.23%。

现选取报告期内发行人采购量较大的几款产品与腾讯云、优刻得性能最接近的型号进行价格对比。

金山云产品类型	具体参数	金山云折后(7折)价格(元/月)	对应腾讯云产品类型	具体参数	腾讯云价格(元/月)	对应优刻得产品类型	具体参数	优刻得官网折后(7折)价格(元/月)
GPU物理实例标准型	CPU: (2690V4) *2; 内存: 128G 硬盘: 800G SSD*8; GPU: P40*4	19,600	GPU云服务器	GN8.7XLARGE 224; GPU: 4颗; GPU显存: 96GB; vCPU: 28核; 内存: 224GB	/		无匹配型号	
GPU物理实例推理型	CPU: (2690V4) *2; 内存: 512G 硬盘: 800G SSD*8; GPU: P4*4	12,250	GPU云服务器	4颗Tesla P4 的 旧款GPU服务器 腾讯云已不再提供, 无可对比项	旧型号不再售卖		无匹配型号	
CAL云物理主机计算优化型	CPU: E5-2690V4* 2; 内存: 384G 硬盘: 800G SSD*12; RAID: 1/10/5/50/单 盘RAID 0	7,700		无匹配型号			无匹配型号	

因此，经对比各云物理主机供应商官网报价的折后价格，金山云向发行人提供的云物理主机价格具备公允性。

### 4、其他服务价格对比

除上述产品及服务内容外，发行人向金山云采购的其他云服务主要包括深度学习、REDIS、RDS/KRDS、云数据库等，此部分服务占发行人报告期向金山云采购云服务总金额的13.77%。因为此部分服务采购量较小，发行人报告期内未

向除金山云以外的供应商采购过类似服务。下表选取金山云及优刻得的几款对标产品，对比其官网定价的折后价格。

金山云其他云服务类别	配置	金山云折后（7折）价格（元/月）	对应优刻得服务类别	配置	优刻得折后（7折）价格（元/月）
REDIS	北京, 主从, 16G内存	840.00	云内存存储 Umem	北京,主从16G内存	<b>896.00</b>
RDS/KRDS	北京,高可用 16G内存	1,232.00	云数据库 MySQL UDB	北京,高可用16G内存	<b>1,299.20</b>
托管 Hadoop(KMR)	计算型.2x:16核, 30G内存, 2000G硬盘	1,400.00	托管 Hadoop 集群 UHadoop	计算优化II型实例: 16核, 32G内存, 400G的SSD, 北京地区	<b>1,248.10</b>
深度学习 (KDL)	分布式、Tensorflow、P40高性能、独享	5,850.00	AI 训练服务 UAI-Train	分布式、Tensorflow、P40、	官网无法查询报价

经对比金山云及优刻得官网报价的折后价格，金山云向发行人提供的其他云服务价格具备公允性。

同时，经了解金山云向其客户的销售定价策略及折扣信息，金山云给予发行人的折扣处于其市场化定价区间。综上，经对比发行人向金山云采购的各类产品的折后价格、发行人向第三方云服务供应商采购同类产品的折后价格、市场上其他云服务供应商向其非关联客户销售各类云服务产品的折后价格，金山云向发行人提供的各类云服务价格与其他云服务提供商相比具备公允性，不存在定价显著偏低的情况。

## 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：

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；获取了北京金山云给予其客户的折扣信息，核查其定价区间。

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；发行人以 7 折向金山云采购相关服务定价公允，与其他云服务提供商相比不存在显著偏低的情形。

**(3) 问题 11 发行人募集资金较前次申报大幅增加的原因及合理性，募投项目提供云服务是否新增同业竞争等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) 发行人募集资金较前次申报大幅增加的原因及合理性**

**1、创业板募集资金投资项目已使用公司自有资金完成投入**

截至本问询回复出具日，发行人 2017 年创业板申报文件披露的四个募集资金投资项目，已使用自有资金完成投入：

单位：万元

序号	项目名称	创业板申报拟投入金额	实际投入自有资金金额*	建设期间
1	WPS办公套件升级项目	25,528.20	26,895.21	2017年7月至2019年1月
2	云办公服务平台项目	12,567.19	12,761.91	2017年7月至2018年4月
3	研发中心建设项目	9,299.52	9,867.68	2017年7月至2018年12月
4	营销服务支撑体系项目	9,076.96	10,317.62	2017年7月至2018年6月
合计		<b>56,471.87</b>	<b>59,842.42</b>	-

\*注：此金额未经审计

2019 年 4 月 6 日，发行人董事会审议通过有关本次科创板首发申请募集资金投资的四个建设方向 10 个募集资金投资项目，系发行人根据公司战略、行业发展情况等因素规划的新的募集资金投资项目，与 2017 年创业板首发申请文件披露的募集资金投资项目不具有直接可比性。

**2、公司两次申报期间业务增长较快，资金需求随之快速增长**

由于创业板申报时，通过募集资金投资项目建设议案的董事会议召开时点（2017 年 2 月 8 日）与通过本次科创板募集资金投资项目建设议案的董事会议召开时点（2019 年 4 月 6 日）相隔时间较长，且在此期间公司业务增长较快，因此公司各项财务指标、资金需求都存在一定差异：



单位：万元

项目	2018年（科创板通过募投决议董事会召开前一年）	2016年（创业板通过募投决议董事会召开前一年）	2016年至2018年复合增长率（%）
资产总计	162,737.97	94,395.79	31.30%
负债总计	44,044.70	12,813.55	85.40%
股东权益合计	118,693.28	81,582.23	20.62%
营业收入	112,968.11	54,252.27	44.30%
净利润	31,066.66	12,992.74	54.63%

2016年至2018年，公司主营业务不断拓展，营业收入由54,252.27万元增长至112,968.11万元，呈快速增长趋势，复合增长率达44.30%。本次科创板首发申请文件报告期最后一期即2018年，公司的净利润为31,066.66万元，相比创业板首发申请文件预披露材料中报告期最后一期即2016年净利润的12,992.74万元，复合增长率达54.63%；成本、费用总额则由45,505.05万元增长至88,230.68万元，复合增长率达39.25%；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。

3、科创板申报募集资金投资项目为全新拟定，新增建设内容符合公司战略与行业发展趋势

近年来，随着云协作、大数据等新兴技术的不断发展，办公用户的习惯及偏好也在发生改变，面对新的技术挑战以及巨大的市场机遇，公司制定了针对新兴技术领域的发展战略，产生了新增研发需求，因此募集资金投资方向与研究内容随之增加：

（1）移动互联网信息传播量级不断增长及大型机构客户对办公软件的兼容性、适配性、安全性需求不断深化，对办公产品及服务提出了更高的技术要求

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集资金投资建设方向。

(2) 人工智能等新兴技术对办公软件的使用形态、用户习惯和产品理念等产生全方位的冲击，积极应对新技术挑战，才能专注办公行业全新增长点

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各业展开应用。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集资金投资建设方向。

(3) 云应用和云办公的普及为办公软件市场应用打开竞争新蓝海，公司亟待巩固并提升现有先发竞争优势

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，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。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，在未来的募集资金投资项目中，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集资金投资项目的重要建设方向之一。

(4) 一带一路有效带动了第三世界国家互联网基础设施的快速提升，未来新一轮互联网用户规模迸发即将到来，公司急需抓住新的办公软件空白增量市场发展机遇

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集资金投资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。响应一带一路倡议，落实公司全球发展战略并抓住新兴市场发展机遇、树立民族品牌，本次募集资金投资中办公软件国际化方向建设是公司新的发展战略之一。

#### 4、科创板募集资金投资项目数量增多且研发内容大幅扩展

自 2017 年 7 月至本次申报前，公司以自有资金投入完成了创业板募集资金投资项目的建设，科创板募集资金投资项目建设与前者并不相同，且除建设项目数量有所增长外，研发内容大幅增加，研发模块、功能点设置亦随之大幅增长，具体情况如下：

##### (1) 科创板募集资金投资项目中 WPS Office 办公软件研发升级方向与创业板 WPS 办公套件升级项目比较

虽然都是针对 WPS 产品的升级，相比主要内容为在 WPS Office2016 版本上进行升级的创业板募投项目，本次科创板项目主要建设内容为在 WPS Office2019 版本基础上进行升级，不仅包括对 Windows 版、Android 和 iOS 移动版等传统平台版本的研发升级，亦包括对 2016 版本时并未诞生的 WPS Office Mac 版本的全面功能提升，真正做到对主流平台全口径适配。同时，本次研发升级建设中，将全面对标微软 Office 365 的客户端功能，升级后的 WPS Office 客户端将几乎涵盖所有微软 Office 的功能模块；并在此基础上，进一步结合国内办公用户的场景应用，重点针对文档转换、文档瘦身、Web 图表、3D 图表、智能图形、文档协同、PDF 读写、文档助手新应用等全新功能模块进行定制研发，以满足国内外用户的新增办公需求。

另一方面，随着近年来机构客户对安全可靠性的重视加深，以及贸易战等不

确定情形的影响，本次科创板募集资金投资中的 WPS Office 办公软件研发升级方向中重点新增 WPS Office 办公软件安全可靠增强与优化项目，针对国产整机平台进行定制开发。近两年来，国产整机及操作系统快速发展，性能不断增强，因此本次科创板项目建设中加深了对国产软硬件整机平台（包括主流的龙芯、飞腾、兆芯和申威芯片；麒麟、深度、新支点等操作系统）定制适配开发，同时对安全功能定制进行拓展，如新增文档溯源、安全文档云服务等功能应用。本次科创板项目建设在产品功能性、平台适配性的相关开发内容较创业板时有较大扩展。

### （2）科创板募集资金投资项目中办公领域人工智能基础研发中心建设方向与创业板研发中心建设项目比较

虽然名称中都带有“研发建设中心”字样，但科创板募投中研发中心建设方向与创业板研发中心项目的建设内容却并不相同。创业板研发中心建设项目的研发内容主要为自动化测试、数据采集、用户标签、流量变现管理等针对 WPS Office 产品的基础平台功能研发，旨在实现对产品及服务的管理优化。科创板研发中心建设方向则围绕办公领域人工智能展开，方向中三个子项目的建设内容皆为本次科创板新增，项目建设达到既定目标后，可以使 WPS 软件产品及服务得到迭代式提升：

基于海量语料的人机协同辅助写作系统研发项目重点研发基于语料素材的智能创作辅助系统，包括智能文档模板、智能素材推荐、智能文档机器人等服务模块。它们将在用户文档编辑过程中，为用户撰写文档提供专业支持，让用户高效地、专业地完成文档创作；AI 自然语言处理平台项目主要建设内容包括构建基于海量办公语料搭建的深度语言学习模型和知识图谱，用于办公文档创作中的文档智能校对、语音识别、信息检索、文档摘要等重要服务中，使用户能够解放双手，通过语音智能模式，为创作提供智能化帮助；AI 计算机视觉识别平台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，能够在自然场景中对不同质地载体上的不规则成像的文字图像进行高准确度识别，重点将实现视频、图片与办公文档的融合，帮助用户快速通过音视频、图形图像等多媒体素材来辅助创作文档。

### （3）科创板募集资金投资项目中办公产品互联网云服务方向与创业板云办公服务平台项目比较

由于近年来云技术发展较为迅速,软件行业与云相结合的服务模式不断深入,对于办公软件行业来讲,与云服务相关的需求一直是近两年来行业的新兴增长点,因此科创板与创业板的募集资金投资建设中均有“云服务”相关项目,但二者建设内容却有所不同。科创板办公产品互联网云服务方向在创业板云办公服务平台项目建设完成的基础上,于互联网增值服务研发项目中进一步扩大了稻壳增值服务内容资源建设,对会员服务平台上的服务内容、服务精准度、对外接口等方面进行了新增研发与强化;对于织级客户的场景定制,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,为政府、金融、企业等各类组织机构客户提供高度匹配的定制化云服务,WPS+云办公服务平台建设子项目相比创业板建设内容,分别从研发深度、广度上进行了较大幅度的拓展延伸。此外WPS云文档子项目为科创板全新增加的建设项目,主要建设内容包括研发升级WPS的Web Office在线创作组件中的多个组件和产品功能模块,支持更多人、在更多组件中、可使用更多功能进行实时在线协作。

#### (4) 科创板募集资金投资项目中办公软件国际化方向与创业板营销服务支撑体系项目比较

相比创业板的营销服务支撑体系项目,本次科创板办公软件国际化方向中的全球营销网络服务中心建设项目的辐射范围更广,本土化程度更深: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在2017年前已经产生收入的地区,此次科创板申报中,为实现公司国际化发展战略,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,借助公司已经建立的成熟的服务模式与积累的丰富服务经验,形成覆盖全球的营销网络体系;并提供更加本土化、适应当地政策与流通渠道的销售服务。此外,本次科创板国际化方向相比创业板,新增WPS Office办公产品及服务全球化研发升级项目与全球技术服务支持中心建设项目,前者旨在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、全球社交服务平台支持、本地化金融支付服务支持、本地化运营服务支持等模块;后者旨在实现对公司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,相比创业板时建设内容大幅增加。

5、科创板募集资金投资项目数量增多且研发难度增大，资源投入有所增加  
本次科创板申报募集资金投入测算情况如下：

单位：万元

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

类别	细分类别	合计	主要构成	典型投入产品
	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
	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
<b>合计费</b>		<b>205,012.53</b>		



本次募集资金投资项目投入测算中，根据公司过往经验，结合公司实际经营情况、未来战略目标等，确定研发需求，并按照公司一般标准确认如装修、薪酬等，综合物价水平，同时比对同行业相关项目的投入标准，确认投入范围，在保证性能等研发需求的基础上，合理测算募投金额。由于本次科创板募集资金投资对云协作、人工智能等新兴领域进行重点研发，在募集资金投资项目、研发内容增加的同时，研发难度有所增大，因此投入金额有所增加，投入结构也产生了一定的变化，主要体现在：

#### （1）研发人力资源投入

本次募集资金投资项目相比创业板来说，由于研发模块和功能点等研发内容更多，导致研发人员投入规模较大。具体来说本次募集资金投资项目研发模块共 137 个、合计 966 个功能点，远高于创业板募集资金投资项目 80 个模块、300 个功能点，从而导致预计投入的研发人月 31,560 个，高于创业板的 9,672 个，这是导致本次研发投入增加的主要原因。

研发人月是软件开发行业计量人力投入所普遍使用的计量单位，如 100 人月即 100 个标准研发人员共同研发 1 个月，或者 10 个标准研发人员共同研发 10 个月等，依此类推。从研发人月投入总数来看，本次募集资金投资测算中预计投入 31,560 研发人月，相比创业板募集资金投资测算中预计投入的 9,672 研发人月，增长 226%，使研发投入金额有所增长。其主要原因为，本次募集资金投资项目由创业板申报时的 4 个增加至本次科创板申报的 10 个；研发内容增长较多，研发模块、功能点数量亦随之增长，研发难度也有所增加，具体项目对应模块、功能点及投入人月情况如下：

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	主要建设内容设置及人月投入	项目名称	主要建设内容设置及人月投入
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	项目合计29个子模块241个功能点；合计投入7,512人月；	WPS办公套件 升级项目	项目合计30个子模块137个功能点；合计投入5,232人月；
	WPS Office办公软件安全可靠增强与优化项目	项目合计研发12个子模块，合计138个功能点；合计投入4,080人月；		
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	项目合计16个子模块52个功能点；合计投入1,464人月；
	基于海量语料的人机协同辅助写作系统研发项目	项目合计8个子模块63个功能点；合计投入1,824人月；	-	-
	AI自然语言处理平台项目	项目合计9个子模块34个功能点；合计投入1,176人月；		
	AI计算机视觉识别平台项目	项目合计3个子模块47个功能点；合计投入1,776人月；		
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	项目合计14个子模块88个功能点；合计投入3,312人月；	云办公服务平台项目	项目合计31个子模块98个功能点；合计投入2,280人月；
	互联网增值服务研发项目	项目合计39个子模块237个功能点；合计7,440人月；		
-	-	(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	营销服务支撑体系项目	项目合计3个子模块13个功能点；696人月；

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	主要建设内容设置及人月投入	项目名称	主要建设内容设置及人月投入
		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。)		
办公软件 国际化方 向	全球营销网络服务中心建设项目	暂无研发相关模块；	-	-
	WPS Office办公产品及服务全球化研发升级项目	项目合计12个子模块91个功能点；合计投入3,420人月；		
	全球技术服务支持中心建设项目	项目合计11个子模块27个功能点；合计投入1,020人月；		

另外，新兴技术在办公领域的研发应用，需要投入更加有经验的高级人才，研发人员平均测算薪酬亦有所增加。研发人工投入相应从创业板募集资金投资测算的 22,945.34 万元增加至科创板的 80,046.01 万元，增长率达 249%。

## （2）无形资产投入

本次科创板募集资金投资的无形资产投入主要包含以下内容：

A、此次募集资金投资方向新增了无形资产投入比重较大的人工智能、大数据等研发方向，AI、大数据等新兴技术研发需要有大量的研发测试工具作为基础，尤其是公司积累的丰富的用户使用习惯数据需要相当规模的测试软件和数据软件，因此本次募集资金投资测算加入了大数据测试、数据存储计算、BI 计算等基础工具软件，此类工具软件预计投入超过 9,000 万元。

B、此次募集资金投资新增的办公领域人工智能基础研发中心建设方向，需要通过 AI 技术提升办公软件与服务的用户体验，而语音语料库的规模决定了 AI 计算的精准性，因此需要购置相当规模的语音语料库提升办公软件产品 AI 应用水平。本次募集资金投资测算中增加了约 3,000 万元的精品语音语料库，可加速自有 AI 工具的机器学习进程，进而大幅提升公司现有办公软件的准确度和友好性。

C、针对本次募集资金投资中的互联网增值服务研发项目，测算中新增了模板、资源类投入。在云应用、云服务的办公模式被用户所快速接受的情况下，个性化内容已经成为增加用户粘性的必备条件。通过新增模板，资源类的投入，一方面可以大幅度提升用户粘性和忠诚度，另一方面也可以形成独立的运营体系平台，公司现有的云资源服务平台在近 3 年里保持了极高的增长态势和充分的发展空间，对内容具有相当的前期投入及先发优势，尤其是在公司全球化战略背景下需要更为广泛的资源模板，因此，公司云办公产品对各类资源、模板资源的投入规模更为巨大。本次募集资金投资测算中，对内容资源和资料模板库的投入预计为 1 亿元左右。

## （3）其他费用

本次募集资金投资测算中，其他费用投入主要包括房租、销售服务人员工资、IDC 等云资源以及装修等相关投入：

A、由于本次募集资金投资项目数量由 4 个增加为 10 个，房租、销售服务人员的工资规模扩大、募集资金投资的建设范围更为广泛，与前次相比，不仅北京、珠海等地的研发场地面积有了提升，同时新增了武汉，合肥等新的研发办公场所，研发总面积预计在一万平方米以上。同时本次募集资金投资预计投入 31,560 研发人月，相比创业板募集资金投资测算中预计投入的 9,672 研发人月，增长 226%，因此本次募集资金投资测算中的房租、销售、服务等综合费用超过 3.50 亿。

B、由于本次募集资金投资中办公产品互联网云服务方向建设内容增加，相应新增服务器和存储等基础计算资源需求的扩大，使 IDC 等云资源的投入规模大幅增加。此外由于云计算基础设施的日益成熟，基于云模式的应用开发具有资源利用率高，运维难度小的特点，公司将较大比例的研发基础设施能力由原有的自采 IT 设备转为购买云计算数据中心资源。目前公司已将相当比例的研发工作转向云计算平台中，并取得了良好成效。本次募集资金投资测算中 IDC 带宽费用投入预计在 2.82 亿元左右。

综上所述，发行人 2017 年创业板申报文件披露的募集资金投资项目，已使用自有资金完成投入。与本次科创板首发申请文件披露的募集资金投资项目不具有直接可比性。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，合理拟定了募集资金投资项目数量、研发任务内容，且研发难度增大，为确保研发效果需要投入的资源相应增加，因此募集资金投资金额有所增长具有合理性。

## （二）募投项目提供云服务是否新增同业竞争

本次募集资金投资项目的计划如下：

单位：万元

序号	方向/项目名称	拟用募集资金投入金额
<b>1</b>	<b>WPS Office 办公软件研发升级方向</b>	<b>60,879.11</b>
1.1	WPS Office 办公软件客户端增强与优化项目	40,410.37
1.2	WPS Office 办公软件安全可靠增强与优化项目	20,468.75
<b>2</b>	<b>办公领域人工智能基础研发中心建设方向</b>	<b>31,876.04</b>
2.1	基于海量语料的人机协同辅助写作系统研发项目	10,793.43

序号	方向/项目名称	拟用募集资金投入金额
2.2	AI 自然语言处理平台项目	10,517.10
2.3	AI 计算机视觉识别平台项目	10,565.51
<b>3</b>	<b>办公产品互联网云服务方向</b>	<b>60,983.18</b>
3.1	办公产品云服务研发中心建设项目	20,412.76
3.2	互联网增值服务研发项目	40,570.42
<b>4</b>	<b>办公软件国际化方向</b>	<b>51,274.19</b>
4.1	WPS Office 办公产品及服务全球化研发升级项目	20,391.87
4.2	全球技术服务支持中心建设项目	20,615.40
4.3	全球营销网络服务中心建设项目	10,266.92
<b>合计</b>		<b>205,012.53</b>

发行人控股股东、实际控制人直接或间接控制企业中不存在从事与发行人本次募集资金投资方向“WPS Office 办公软件研发升级方向、WPS Office 办公软件人工智能应用研发中心建设方向、WPS Office 办公软件国际化方向”相同或近似业务的企业。

发行人本次募集资金投资项目中办公产品互联网云服务包括办公产品云服务研发中心建设及互联网增值服务研发，其中办公产品云服务研发中心建设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。互联网增值服务研发项目包括 WPS 会员增值服务研发升级和稻壳增值服务升级两个子项目，主要建设内容为对增值服务研发内容更加细分化，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。

办公产品互联网云服务与金山云集团提供的云服务存在显著差异，相互之间不具有替代性，不具有重叠、竞争关系，具体原因如下：

金山云属于云计算行业，云计算行业按服务模式可分为 IaaS（基础设施即服务）、PaaS（平台即服务）及 SaaS（软件即服务）：



如上图所示，金山云主营业务属于云计算 IaaS 层面服务，IaaS 主要由云服务商向用户交付计算、网络、存储以及其他基础资源。用户无需自购服务器、存储设备及网络宽带等设备设施，也不用对底层的云基础架构进行控制和管理，通过购买租用 IaaS 服务商提供的基础资源来运行操作系统和发布应用程序。IaaS 服务商一方面为用户节省了机房租赁、设备硬件购置、管理维护等方面的成本支出，一方面交付的基础资源服务可以在任何时点被用户提取使用。

发行人在采购金山云集团云计算服务后，围绕 WPS Office 办公软件文档的跨设备应用功能进行二次开发后所提供的云文档相关服务属于 SaaS 层面服务。SaaS 主要向用户交付完整且可以直接使用的软件应用，这些应用程序，运行在云基础设施之上，可以通过各种各样的客户端设备访问。SaaS 代表性产品包括 OA、CRM、ERP 等通用型产品服务。

综上，金山云所从事的主营业务 IaaS 服务与发行人基于金山云 IaaS 服务基础上所提供的 SaaS 应用服务二者所属领域、业务模式、最终客户均存在显著区别，本次募集资金投资项目的实施不会新增与金山云集团之间的同业竞争，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

就上述问题，保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、对比分析创业板募项目及本次募集资金投资项目的主要建设内容，确定两者之间差异，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集资金投资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、获取募集资金投资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、获取发行人关于募集资金投资项目的说明。

经核查，保荐机构认为：

本次募集资金大幅增加具有合理性，募集资金投资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；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。

经核查，发行人律师认为：

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。

**(4) 问题 12 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，如有，请作风险揭示。**

#### 一、对审核问询函的答复：

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，与轻协作文档工具软件在技术水平、产品定位、用户使用场景



等方面具有显著不同，发行人的办公云服务功能体系具有较高技术壁垒和产品优势，轻协作文档工具软件尚不能对发行人产品和服务构成竞争，主要有以下方面原因：

1、WPS 云文档依托于全功能体系 Office 内核引擎移植研发，提供客户端水平用户体验

经过三十余年技术沉淀，WPS Office 拥有包含文字排版引擎、表格计算引擎、演示播放动画引擎等在内的一套完整的、全功能体系的内核引擎。公司依托强大的技术研发能力，将功能完备的引擎系统移植于 Web 端，使得公司 Web 端产品的用户体验几乎可以达到客户端水平。多数轻文档类工具应用，主要依托于 Web 端进行开发，并不具有完整、全体系的功能引擎。目前 WPS 云文档实现功能模块超过 1,000 个，多数轻文档类工具应用可实现的功能模块数量约为本公司产品的四分之一。

2、WPS 云文档兼容能力强，可无损处理文档

在办公过程中，文档在不同用户之间不断流转，而文档格式是文档本身的基本属性，也是文档的内容的重要组成部分。目前流通的格式在不断增加，若文档不能良好兼容通用文档格式，用户无法顺利进行编辑操作甚至会无法理解文档内容。因此文档格式兼容在文档流转过程中起到十分重要的作用，使用兼容性高的办公软件是客户的必然选择。

目前流通的文档格式在不断增加，常用文档格式有 doc、docx、xls、et、dpt、xml 等数十种，为用户提供高品质及便利的办公体验，切实满足用户对文档兼容性的需求，公司持续深度钻研产品兼容性的研究开发，投入数百研发人员参与历代产品的兼容研发攻关工作，编写代码 1000 多万行，并持续迭代优化，使 WPS Office 实现了对 Microsoft Office、标文通等 39 种文档格式的全面深度兼容。

WPS 云文档通过原创的 IO 引擎和计算排版技术，实现对各类文档格式的良好兼容，可以直接打开各类 Office 文档进行查看编辑，并直接保存为指定的文档格式，且过程中做到不丢失文档数据，最大限度的保持用户文档数据完整，真正做到原生操作，实现文档数据的无损展示。

而轻文档类工具软件对文档数据的处理是基于自有系统对文档数据进行转

换式导入导出,具体流程为:Web 端接收文档后,先将其转化成其内部系统格式,在其内部系统中打开、编辑后,如需流转,则再转成用户需要的文档格式。在对文档进行转化的过程中(包括转成其内部系统格式以及转出为指定文档格式),均会造成数据、格式等信息丢失,难以保证文档数据完整性。

### 3、WPS 云文档具备较强的多人同时协作编辑能力

多人同时进行文档协作,能够时时保持排版正确、文档稳定是云协作文档技术能力的重要检验标准,涉及文档排版技术、数据运行计算等关键技术的深入研究及运用。

相对而言,针对单个用户的文档创作,其文档数据的输入较为有规律,一般按照用户输入的顺序进行文档信息展现,软件后台只需关注单个用户的编辑信息,并对其进行相关的计算处理,并完成相应的排版;若于同一文档之中,多用户同时协同编辑,对软件的排版能力、计算能力的要求则大大提高。举文字编辑为例,多人同时协作编辑,软件需要计算不同用户在文档不同位置的信息输入,在保证用户输入的信息不丢失的同时,由于文档内容、格式在时时变化,软件则必须快速计算输入的数据及其位置、板式,在后台快速排版的同时,迅速返回前台进行展示,协作人数越多,要求的计算能力则越高,处理数据量级呈几何级增长。因此普通技术难以实现大数量用户实时协作,而 WPS 云文档应用创新的文字排版引擎和计算引擎技术,可以实现支持千人同时对云协作文档进行编辑。排版引擎和计算引擎是公司核心技术中“WPS 新内核引擎技术”的重要组成技术,技术具备自主创新性,获得多项技术发明专利。

### 4、WPS 云文档具有处理大体积文档的能力

由于公司 WPS 云文档使用与客户端一致的全功能体系内核引擎,文字处理采用了新图文混排引擎技术,有效改善了大体积文档打开及编辑效率。WPS Office 云文档在打开文档文件时,通过引入延时排版机制,使大体积文档从打开到第一次展现的响应速度得到极大的提高;在文档编辑过程中,利用局部排机制,将大体积的文档内容进行分解处理,通过片段信息准确提取全文必要信息,使软件的运算负荷大幅降低,显著提高软件运行效率,优化用户交互体验。WPS 云文档在 Web 端可以处理各类大体积文档,支持对 1G 量级的图文混排文档的编辑

处理，目前轻文档类软件工具所支持的文档大小一般在 10M 以内。

同时，公司会在现有基础上，进一步积极与互联网企业展开合作，通过各类流量入口为更多移动办公用户提供服务。目前公司的 WPS 云文档凭借优秀的文档格式兼容能力，成为数家大型互联网公司认可的合作伙伴，并建立良好的合作关系，借助互联网公司流量入口积累更多移动办公用户，如与百度云盘、云之家、360 安全浏览器、钉钉等互联网大企业与公司皆有合作。在互联网时代，公司与大型互联网公司的合作并不落后于多数行业内轻办公工具。此外，公司也在不断推进潜在合作机会，在互助共赢的原则下，与更多优秀企业建立合作关系，使公司产品服务积极利用流量优势为更多移动客户提供服务。

随着移动技术快速升级及互联网行业的迅速发展，互联网行业不断进行资源整合，依托社交、资讯流量入口集成讯息或服务已经成为常用的推广方式之一。大型互联网企业拥有较为丰富的资源及技术，未来不排除其加大对文档处理软件客户端的研发投入力度并依托社交、资讯流量的优势，届时存在对发行人 WPS 云文档及云办公服务业务造成一定影响的可能性。

发行人已在招股书“第四节风险因素”之“二、业务相关风险”之“（一）市场竞争风险”中做出相关风险补充：“在国内市场中，大型互联网公司也存在布局办公云服务、协同办公等领域的情况，虽然目前其技术水平、应用情景、目标群体等与公司有所差异，但大型互联网企业拥有较为丰富的资源及技术，未来不排除其加大对文档处理软件客户端的研发投入力度并依托社交、资讯流量的优势，届时存在对发行人 WPS 云文档及云办公服务业务造成一定影响的可能性。”

## **二、招股说明书修改及补充披露**

于“第四节风险因素”之“二、业务相关风险”之“（一）市场竞争风险”中补充披露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业务的可能存在影响的风险。

## **三、中介机构核查意见**

就上述问题，保荐机构履行了以下核查程序：

1、收集、整理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。

经核查，保荐机构认为：大型互联网企业拥有较为丰富的资源及技术，未来不排除其加大对文档处理软件客户端的研发投入力度并依托社交、资讯流量的优势，届时存在对发行人 WPS 云文档及云办公服务业务造成一定影响的可能性。公司目前具备足够的竞争优势及门槛壁垒保持领先地位，亦会进一步与大型互联网公司合作，对接流量入口，为更多移动用户提供服务。

## 问题 2.关于 ICP 证

根据问询回复,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、服务订阅业务均不涉及 ICP 资质。《互联网信息服务管理办法》第三条、第四条规定,从事经营性互联网信息服务应当向主管部门申请办理经营许可证。

请发行人结合互联网广告推广、服务订阅业务、WPS 云服务、多人实时协作、WPS 学院、会员课等业务模式补充说明发行人及其子公司均未从事经营性互联网信息服务的理由,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

保荐机构、发行人律师核查了发行人目前提供的 WPS Office 办公软件产品及相关互联网广告推广、服务订阅业务的主要功能,及发行人在上述业务中提供服务的情况,依据相关法律法规的规定对发行人是否需要就其提供的服务取得 ICP 证进行了分析,认为:发行人在提供互联网广告推广、服务订阅业务、WPS 云服务、多人实时协作、WPS 学院、会员课等功能的过程中,无需就其提供的服务取得 ICP 证。

就上述分析,保荐机构、发行人律师对工业和信息化部(以下简称“工信部”)负责监管电信和互联网等信息通信服务的处室进行了多次访谈,访谈内容主要包括:结合发行人相关产品及服务,以及保荐机构、发行人律师关于发行人不需要取得 ICP 证的分析、相关法规适用和理解。访谈结果确认了保荐机构、发行人律师的上述分析和结论,即:发行人是软件企业,目前提供的 WPS Office 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、稻壳会员等服务或功能))都是围绕办公软件文档处理的核心功能展开的,是文档处理功能在应用场景下的扩展和延伸,发行人在相关功能中提供的服务不涉及 ICP 证。

结合上述工信部访谈,保荐机构、发行人律师具体分析如下:

#### (一) 相关法规的规定

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（2011年修订）》（中华人民共和国国务院令 第292号，以下简称“292号文”）。其中：

《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；根据其规定，电信业务分为基础电信业务和增值电信业务，电信业务分类的具体划分在《电信条例》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（目前为工信部）根据实际情况，可以对该目录所列电信业务分类项目作局部调整，重新公布。自《电信业务分类目录》于2000年9月公布以来，为适应电信业务发展，工信部分别于2001年、2003年、2015年以及2019年对《电信业务分类目录》进行了调整。

292号文主要规范在境内从事的互联网信息服务活动，但未明确规定认定互联网信息服务各类业务活动的具体标准，且在2011年以后未再修订、更新。

据此，《电信条例（2016年修订）》及所附《电信业务分类目录（2019年修订）》为目前最新的有关互联网信息服务业务分类及认定的法规，具体对应的是《电信业务分类目录（2019年版）》中的B25类“信息服务业务”，主要分为以下五种类型：

序号	类型	内容	举例
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
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
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
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
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	某知名杀毒工具

	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	
--	---	--

## （二）发行人的主营业务及主要服务

发行人的主营业务为 WPS Office 办公软件产品及服务的设计研发及销售推广。发行人提供的服务主要包括基于其产品及相关文档的办公增值服务以及互联网广告推广服务。作为办公软件和服务提供商，文档处理功能一直都是发行人 WPS Office 办公软件的核心功能，为了适应用户对于办公软件场景化、移动化、服务化和智能化的日益提高的需求，发行人围绕着 WPS Office 办公软件的文档处理的核心功能，向用户提供了包括互联网广告推广、服务订阅业务、云文档、多人在线协同办公、WPS 学院、精品课等功能，具体功能内容介绍如下：

功能名称	主要功能介绍
互联网广告推广	互联网广告推广服务主要以产品为载体，通过多种展示形式，为各类广告客户提供广告营销服务
服务订阅业务	WPS会员、稻壳会员、超级会员等会员订阅服务
云文档	云文档主要为用户实现多端帐号登录、多端文件同步查看的效果；文档存储由第三方云服务商提供服务
多人在线协同办公	多人在线协同办公提供web环境下多人实时编辑Office文件的功能，主要功能包括文档在线协同编辑和分享转发
WPS学院	发行人自制的WPS Office办公软件功能介绍、使用技巧的教程
精品课	面向有知识学习需求用户的标准化课程，在付费后的有效期内可观看该课程，有效期之后用户无法再次观看该课程

## （三）发行人就其提供的服务无需取得 ICP 证的分析

经对照《电信业务分类目录（2019年版）》中规定的 B25 类“信息服务业务”的业务类型，发行人在提供上述功能服务的过程中，不需要就其提供的服务取得 ICP 证，主要分为以下两种情况：1、发行人单独提供某种功能项下的服务，例如下述的互联网广告推广、服务订阅业务和 WPS 学院；2、发行人与持有相关资质的第三方合作并提供服务，例如下述的云文档、多人在线协同办公和精品课。具体分析如下：

功能名称	发行人无需取得ICP证的原因
互联网广告推广	互联网广告不是工信部管理的信息服务业务的典型业态，没有明确的管理法律、法规或政策； 如上文所述，B25“信息发布平台及递送服务”强调的是提供信息平台的服务（例如，某国内知名信息分类及发布网站等属于B25中规定的信息服务业务），并不当然适用于互联网广告，发布平台只需要履行网络身份备案，即“非经营性互联网信息服务备案”（发行人已备案），发行人无需就其从事互联网广告推广业务取得ICP证。

功能名称	发行人无需取得ICP证的原因
服务订阅业务	服务订阅业务是对发行人自有产品的不同会员功能收费的不同打包方式，不属于提供信息服务业务。 据此，发行人无需就其在服务订阅业务中提供的相关服务取得ICP证。
云文档	云文档功能的云空间服务是由金山云等具有相关资质的第三方云服务商提供，在该服务中，发行人负责的是用户数据权限的校验工作，数据的上传、下载均是金山云等第三方云服务商和用户之间完成交互的，发行人既不参与数据的传输过程，也不在以上传输过程中调用金山云等第三方云服务商的数据存储资源。 据此，发行人无需就其在云文档中提供的相关服务取得ICP证。
多人在线协同办公	多人在线协同办公是文档编辑功能的扩展，发行人提供的是Office文件的查看和编辑，但未提供信息平台服务，也不属于信息即时交互服务，原因如下： 1. 多人在线协同办公本身不提供数据存储的服务，所有数据存储在金山云等第三方具有相关资质的第三方云服务商的服务器上； 2. 协同办公参与者之间建立联系不是在WPS Office办公软件上形成的，而是依附于第三方的即时通信软件（如微信、钉钉等），用户对文档的分享、发布也是在第三方即时通信软件上完成的。发行人提供的是平台（第三方即时通信软件）的接口，而未提供信息平台； 3. 发行人还将该业务中的技术授权给持有ICP证的合作方，由合作方向用户提供相关服务，发行人仅提供相关技术支持及响应。 据此，发行人无需就其在多人在线协同办公中提供的相关服务取得ICP证。
WPS学院	发布由发行人制作的WPS Office办公软件的功能介绍教程，不属于提供信息发布平台及递送服务。 据此，发行人无需就其在WPS学院中提供的相关服务取得ICP证。
精品课	发行人对视频拥有合法权利，不属于为第三方提供销售或信息发布平台，且视频实际在具有互联网传播视听节目资质的第三方网站上传、存储、播放。 据此，发行人无需就其在精品课中提供的相关服务取得ICP证。

综上，发行人在提供上述功能服务的过程中，不需要就其提供的服务取得ICP证。

## 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、分别于2016年11月8日、2019年7月17日、2019年8月15日访谈工信部负责监管电信和互联网等信息通信服务的处室人员；

2、查阅《中华人民共和国电信条例（2016年修订）》《电信业务分类目录（2019年版）》及《互联网信息服务管理办法（2011年修订）》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：发行人在提供互联网广告推广、服务订阅业务、WPS 云服务、多人实时协作、WPS 学院、会员课等功能的过程中，无需就其提供的服务取得 ICP 证。

### 问题 3.关于同业竞争

根据问询回复，发行人与猎豹集团、小米集团从事的互联网广告推广服务，均通过提供免费的软件或硬件服务吸引用户，并通过广告实现流量变现，上述各方的主要客户存在重合。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%，猎豹集团的互联网广告推广服务收入占发行人该类业务收入的 1269%、935%，小米集团的互联网广告推广服务收入占发行人该类业务收入的 1581%、1898%、2650%。

请发行人结合《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》问题 4、《首发业务若干问题解答》（一）问题 15 清晰说明：发行人与猎豹集团、小米集团不属于相同或相似业务的依据，能够避免发行人与竞争方非公平竞争、利益输送、相互或者单方让渡商业机会的理由及措施，对未来发展的潜在影响等。

请保荐机构及发行人律师说明核查过程、核查方式及核查结论。

#### 一、对审核问询函的答复

##### （一）发行人与猎豹集团、小米集团不属于相同或相似业务的依据

《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》问题 4 相关规定如下：

“申请在科创板上市的企业，如存在同业竞争情形，认定同业竞争是否构成重大不利影响时，保荐机构及发行人律师应结合竞争方与发行人的经营地域、产品或服务的定位，同业竞争是否会导致发行人与竞争方之间的非公平竞争、是否会导致发行人与竞争方之间存在利益输送、是否会导致发行人与竞争方之间相互或者单方让渡商业机会情形，对未来发展的潜在影响等方面，核查并出具明确意见。竞争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达 30% 以上的，如无充分相反证据，原则上应认定为构成重大不利影响。

发行人应在招股说明书中，披露以下内容：一是竞争方与发行人存在同业竞争的情况，二是保荐机构及发行人律师针对同业竞争是否对发行人构成重大不利影响的核查意见和认定依据。”

《首发业务若干问题解答》（一）问题 15 相关规定如下：

“（1）核查范围。中介机构应当针对发行人控股股东（或实际控制人）及

其近亲属全资或控股的企业进行核查。

(2) 判断原则。同业竞争的‘同业’是指竞争方从事与发行人主营业务相同或相似业务。核查认定‘竞争’时，应结合相关企业历史沿革、资产、人员、主营业务（包括但不限于产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户、供应商等）等方面与发行人的关系，以及业务是否有替代性、竞争性、是否有利益冲突等，判断是否对发行人构成竞争。发行人不能简单以产品销售地域不同、产品的档次不同等认定不构成‘同业竞争’。

(3) 亲属控制的企业应如何核查认定。如果发行人控股股东或实际控制人是自然人，其夫妻双方直系亲属（包括配偶、父母、子女）控制的企业与发行人存在竞争关系的，应认定为构成同业竞争。发行人控股股东、实际控制人的其他近亲属（即兄弟姐妹、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女）及其控制的企业与发行人存在竞争关系的，原则上认定为构成同业竞争，但发行人能够充分证明与前述相关企业在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面基本独立且报告期内较少交易或资金往来，销售渠道、主要客户及供应商较少重叠的除外。

发行人控股股东、实际控制人的其他亲属及其控制的企业与发行人存在竞争关系的，一般不认定为构成同业竞争。但对于利用其他亲属关系，或通过解除婚姻关系规避同业竞争认定的，以及在资产、人员、业务、技术、财务等方面有较强的关联，且报告期内有较多交易或资金往来，或者销售渠道、主要客户及供应商有较多重叠的，中介机构在核查时应审慎判断。”

经与《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》问题 4、《首发业务若干问题解答》（一）问题 15 的规定逐条对比，发行人与猎豹集团、小米集团不存在同业竞争，对比情况概括如下：

### 1. 发行人与猎豹不存在同业竞争

核查要点	发行人	猎豹集团
核查范围	自2017年10月1日起，金山软件已不再并表和控制猎豹集团，猎豹集团不是发行人控股股东或实际控制人及其近亲属全资或控股的企业	
历史沿革	二者独立运营	
资产、人员情况、技术、商标商号	无共有情况，相互独立，不存在竞争	

<b>主营业务及主要产品</b>		主营业务为从事WPS Office办公软件产品研发、销售推广及服务。主要产品为WPS Office办公软件和金山词霸等	主营业务为从事研究、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
<b>不存在同业竞争的分析</b>	<b>媒体资源不同</b>	自有产品（WPS Office办公软件移动端和PC端软件、金山词霸）	自有产品（主要为猎豹清理大师、猎豹安全大师等）、自身产品以外的媒体资源（主要为Facebook、Google）
	<b>用户群体不同</b>	主要为国内用户，且为有办公和学习需求的人群	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
	<b>商业模式不同</b>	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	主要采用“免费+广告”（即互联网广告推广模式 <sup>1</sup> ）的模式
	<b>收入来源不同</b>	互联网广告收入主要来源于境内	海外业务互联网广告业务收入为主
	<b>互联网广告不是狭义“业务”</b>	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公司办公软件产品使用授权的一种对价支付方式（软件使用对价支付方式包括版权销售、版权租赁、“免费+广告”），而非狭义上的一种“业务”	
	<b>不同各类型软件之间不具有可替代性</b>	开展互联网广告的软件覆盖了多数软件类型。用户在选择使用上述软件时，不会考虑投放在软件上的广告内容、广告创意、广告形态、广告市场，而是关心软件是否能够满足其需求。用户会在同一类型的软件（如不同品牌的约车软件）中进行比较，但不会在约车软件和办公软件之间进行比较。软件企业之间的竞争在于软件产品性能及服务的竞争，不同类型的软件之间不存在可替代性	
	<b>市场容量巨大，不存在直接竞争</b>	根据艾瑞咨询发布的可供公众免费访问和下载的研究报告，近年来，中国互联网广告市场的规模巨大、增速稳定，预计2020年有望突破8,000亿元。发行人及猎豹集团在中国互联网广告市场上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的比例极小（2018年度分别约为0.0787%、0.7360%），不存在直接竞争关系	
	<b>发行人积极促使免费用户转化为付费</b>	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，发行人主动推广的是付费模式	—
	<b>报告期内收入占比下降</b>	最近三年一期，发行人的互联网广告推广收入在主营业务收入占比分别为44.80%、39.28%、33.75%、25.08%	—

<sup>1</sup> 通过软件免费提供服务方式吸引流量，在一定客户流量基础上以互联网广告方式进行流量变现。

与平台合作不存在利益输送的分析	发行人无法选择其互联网广告推广服务的终端广告主	1、第三方平台具有“双盲性”特点：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 2、第三方平台具有“看人不看应用”特点：媒体资源之于平台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多维标签，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
	资源方之间无法通过平台进行利益输送	1、第三方广告平台具有严格的反作弊、反商业贿赂等内部控制制度，不能（目前技术算法架构下无法实现）亦不会人工定向干预某个媒体资源方（指APP软件应用）的自然流量； 2、第三方广告平台不能亦不会在不同媒体资源方之间进行利益输送（指通过算法调整或人工操作方式将本属于A媒体资源的广告收入转移给B媒体资源），即无法实现人为提升或降低发行人广告收入，并通过该方式给发行人的关联方（小米、猎豹）进行利益输送，或从发行人关联方（小米、猎豹）向发行人进行利益输送；

## 2. 发行人与小米集团不存在同业竞争

核查要点	发行人	小米集团	
核查范围	小米集团是发行人实际控制人控制的企业		
历史沿革	二者互相独立发展，独立运营		
资产、人员情况、技术、商标商号	二者相互独立，不存在竞争关系及利益冲突		
主营业务及主要产品	主营业务为从事WPS Office办公软件产品研发、销售推广及服务。主要产品为WPS Office办公软件和金山词霸等	一家以手机、智能硬件和IoT平台为核心的互联网公司。主要产品为智能手机、IoT和生活消费产品的生产与销售	
不存在同业竞争的分析	媒体资源不同	WPS Office办公软件移动端和PC端软件、金山词霸等	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）
	用户群体不同	有办公和学习需求的人群	都市年轻群体，主要为小米手机用户
	市场角色不同	没有专门从事互联网广告的公司	报告期内有专门从事互联网广告的公司（广州小米信息服务有限公司）
	商业模式不同	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	小米的主要商业模式为由三个相互协作的支柱组成的“铁人三项”商业模式，即硬件、新零售、互联网服务
	互联网广告不是狭义“业务”	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公司办公软件产品使用授权的一种对价支付方式（软件使用对价支付方式包括版权销售、版权租赁、“免费+广告”），而非狭义上的一种“业务”	
	不同各类型软	开展互联网广告的软件覆盖了多数软件类型。用户在选择使用上述软件时，不会考虑投放在软件上的广告内容、广告创意、广告形态、广告市	

	件之间不具有可替代性	场，而是关心软件是否能够满足其需求。用户会在同一类型的软件（如不同品牌的约车软件）中进行比较，但不会在约车软件和办公软件之间进行比较。软件企业之间的竞争在于软件产品性能及服务的竞争，不同类型的软件之间不存在可替代性	
	市场容量巨大，不存在直接竞争	根据艾瑞咨询发布的可供公众免费访问和下载的研究报告，近年来，中国互联网广告市场的规模巨大、增速稳定，预计2020年有望突破8,000亿元。发行人及小米集团在中国互联网广告市场上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的比例极小（2018年度分别约为0.0787%、2.0851%），不存在直接竞争关系	
	发行人积极促使免费用户转化为付费	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，发行人主动推广的是付费模式	—
	收入占比下降	最近三年一期，发行人的互联网广告推广收入在主营业务收入占比分别为44.80%、39.28%、33.75%、25.08%	—
与平台合作不存在利益输送的分析	发行人无法选择其互联网广告推广服务的终端广告主	1、第三方平台具有“双盲性”特点：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 2、第三方平台具有“看人不看应用”特点：媒体资源之于平台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多维标签，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	
	资源方之间无法通过平台进行利益输送	1、第三方广告平台具有严格的反作弊、反商业贿赂等内部控制制度，不能（目前技术算法架构下无法实现）亦不会人工定向干预某个媒体资源方（指APP软件应用）的自然流量； 2、第三方广告平台不能亦不会在不同媒体资源方之间进行利益输送（指通过算法调整或人工操作方式将本属于A媒体资源的广告收入转移给B媒体资源），即无法实现人为提升或降低发行人广告收入，并通过该方式给发行人的关联方（小米、猎豹）进行利益输送，或从发行人关联方（小米、猎豹）向发行人进行利益输送；	

上表中对比情况逐点详细分析如下：

### 1. 发行人与猎豹集团之间不存在同业竞争

（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) 历史沿革方面，二者相互独立运营

杀毒软件产品业务虽在历史上曾由金山软件运营，但 2010 年起，金山软件将该部分业务并入猎豹移动，而后一直由猎豹移动及其并表附属公司负责运营。

#### (3) 资产、人员、知识产权及专有技术方面，不构成同业竞争

二者在知识产权及专有技术方面不存在共有情况，其他资产、人员相互独立、不存在竞争的情形。

发行人已具备与经营有关的业务体系及主要相关资产，发行人资产与股东资产严格分开，并完全独立运营。发行人的资产未被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，发行人亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的除发行人及其子公司以外的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的除发行人及其子公司以外的其他企业领薪；发行人的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的除发行人及其子公司以外其他企业中兼职；发行人的董事、总经理及其他高级管理人员均通过合法程序产生，不存在发行人控股股东、实际控制人或其他任何部门、单位或人士违反《公司章程》干预发行人人事任免的情况。发行人已建立了完善的内控制度、健全的内部管理机构，上述制度得以遵守。

#### (4) 二者不因个别主要客户、供应商的重叠构成同业竞争

##### 1) 主要客户的部分重叠源自互联网广告服务，但不因此构成同业竞争

猎豹移动与发行人在主要客户方面的部分重叠（百度、谷歌、Facebook）的情况源自互联网广告推广服务，但双方提供互联网广告推广服务所搭载的媒体（即，软件产品）不同，软件企业并不因都从事互联网广告推广服务而构成同

业竞争，具体分析详见本问题回复中“3. 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”相关内容。

保荐机构、发行人律师已对发行人与猎豹主要重叠客户进行访谈或邮件确认，第三方广告联盟平台具有严格的反作弊、反商业贿赂等内部控制制度，不能（目前技术算法架构下无法实现）亦不会人工定向干预某个媒体资源方（指 APP 软件应用）的自然流量，不会在不同媒体资源方之间进行利益输送（指通过算法调整或人工操作方式将本属于 A 媒体资源的广告收入转移给 B 媒体资源）。

据此，发行人与猎豹在平台客户的部分重叠情况，不能亦不会导致发行人与猎豹移动之间利益输送、相互或者单方让渡商业机会，不会对发行人未来发展带来潜在不利影响。

#### 2) 主要供应商的部分重叠源自企业基础服务需求，不因此构成同业竞争

报告期内，猎豹集团与发行人在供应商方面的部分重叠的情况源于采购 IDC 资源、网络设备及交换机，前述为互联网企业、软件企业的基础服务需求，发行人与猎豹集团不因此而构成同业竞争关系。

#### (5) 二者主营业务不同

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；发行人的主营业务为从事 WPS Office 办公软件产品研发、销售推广及服务。

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，软件行业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（具体分析请见本问题回复中“3. 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”相关内容）。

#### (6) 二者主要产品不同

发行人的主要产品包括 WPS Office 办公软件和金山词霸等。

猎豹集团的主要产品包括：安全软件类产品、浏览器产品、轻游戏产品、直播社交类应用、其他工具类软件（如，猎豹 3D 桌面、金山电池医生）、智能硬



件类产品。

虽然猎豹集团也研发、销售例如金山毒霸、猎豹浏览器等 PC 端、移动端软件产品，但与发行人的 WPS Office 系列办公软件产品具有明显的区别，产品用途不同，产品间不具有可替代性。

据此，发行人与猎豹集团业务不具有相似性，不构成同业竞争。

(7) 二者虽均提供互联网广告推广服务，但不构成同业竞争

企业名称	用户群体	媒体资源	市场角色	商业模式
猎豹移动	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）	附属并表公司中有从事单纯广告代理业务的平台，其通过Facebook、Google等第三方媒体资源发布广告	主要采用“免费+广告”（即互联网广告推广模式）的模式
发行人	主要为国内用户，且为有办公和学习需求的人群	WPS移动端、PC端；金山词霸	没有专门从事互联网广告业务的平台，其仅以其自身的媒体资源作为广告发布平台，是自身产品流量变现的手段	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

如上表所示，猎豹移动与发行人的用户群体、媒体资源、市场角色及商业模式存在差异，相互不具有替代性，不具有直接竞争关系。

综上，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；历史沿革方面，二者为相互独立运营；二者主营业务相互独立、不构成竞争关系，主要产品互相不具有可替代性，知识产权及专有技术不存在共有，其他资产不存在重叠，不构成竞争关系；二者主要客户、供应商部分重叠的情况，不会导致二者之间存在利益输送、相互或者单方让渡商业机会，亦不会对发行人未来发展带来潜在不利影响；报告期内，二者虽均提供互联网广告推广服务，但不因此而构成同业竞争。自报告期初至今，猎豹集团与发行人不存在同业竞争的情形。

## 2. 与小米集团之间不存在同业竞争

(1) 历史沿革方面，二者相互独立运营

2010 年初，雷军及其他联合创始人以个人资金出资成立小米集团；其后，小米集团进行了历次融资及股本变动。2018 年 7 月 9 日，小米集团在香港联交所主板上市，股份代号为 1810.HK。

(2) 资产、人员、知识产权及专有技术方面，不构成同业竞争

报告期内，除发行人实际控制人、董事雷军担任小米集团（包括其下属并表公司）的董事长、首席执行官以外，发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在小米集团担任任何职务，未在小米集团领薪；发行人的财务人员不在小米集团兼职。据此，发行人与小米集团之间人员相互独立、不存在竞争及利益冲突的情形。

此外，发行人与小米集团在知识产权、专有技术及其他资产方面相互独立，不存在共有情况，不存在竞争的情形。

(3) 二者主要供应商不存在重叠，不因个别主要客户的重叠构成竞争、利益冲突

1) 主要客户的个别重叠的情况，结合行业发展阶段，具有合理性，且不存在直接竞争

报告期内，小米集团与发行人在主要客户方面的个别重叠（为阿里妈妈）的情况源自互联网广告推广服务，但双方提供互联网广告推广服务所搭载的媒体（即，软件产品）不同，软件企业并不因都从事互联网广告推广服务而构成同业竞争，具体分析详见本问题回复中“3. 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”相关内容。

保荐机构、发行人律师已对发行人主要重叠客户进行访谈或邮件确认，作为第三方广告联盟平台具有严格的反作弊、反商业贿赂等内部控制制度，不能（目前技术算法架构下无法实现）亦不会人工定向干预某个媒体资源方（指 APP 软件应用）的自然流量，不会在不同媒体资源方之间进行利益输送（指通过算法调整或人工操作方式将本属于 A 媒体资源的广告收入转移给 B 媒体资源）。

报告期内，小米集团与发行人在主要供应商方面不重叠，不存在竞争及利益冲突。

#### (4) 二者主营业务不同

小米集团是一家以手机、智能硬件和 IoT 平台为核心的互联网公司，小米集团的产品按照产品功能、形态及模式，大体上可以划分为智能手机、IoT 和生活消费产品（小米集团通过自产及与生态链企业合作的方式构建了自身的 IoT 和生活消费产品体系）、互联网服务产品（小米集团的智能手机终端均搭载由其基于安卓内核所自主研发的 MIUI 操作系统。MIUI 是小米集团生态系统的核心组成部分，将其智能硬件与互联网服务成功地结合在一起）。

发行人的主营业务为从事 WPS Office 办公软件产品研发、销售推广及服务。公司产品主要包括 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；公司服务主要包括基于公司产品及相关文档的增值服务以及互联网广告推广服务，为客户提供一站式、多平台应用解决方案。

二者主营业务显著不同，不存在相互竞争和可替代性。

#### (5) 二者主要产品、服务不同

发行人的主要产品包括 WPS Office 办公软件和金山词霸等，不包括任何硬件产品及操作系统；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。

发行人提供的产品主要基于办公操作平台，主要为用户解决办公需求。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。

小米集团的智能手机、IoT 和生活消费产品与发行人的 WPS Office 系列办公软件产品具有明显的区别，产品用途不同，产品间不具可替代性，不存在竞争及利益冲突。据此，发行人与小米集团在主要产品、服务方面，不构成同业竞争。

(6) 二者均将产品带来的互联网流量通过互联网广告推广服务业务进行变现，但不构成同业竞争

二者产品均拥有一定互联网流量，通过开展互联网广告推广服务业务将流量变现，但在以下方面存在显著区别：

企业名称	用户群体	媒体资源	市场角色	商业模式
小米集团	都市年轻群体，主要为小米手机用户	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）	报告期内有专门从事互联网广告的公司（广州小米信息服务有限公司）	小米的主要商业模式为由三个相互协作的支柱组成的“铁人三项”商业模式，即硬件、新零售、互联网服务
发行人	有办公和学习需求的人群	WPS Office移动端、PC端；金山词霸（无硬件产品）	没有专门从事互联网广告业务的公司	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

如上表所示，小米集团与发行人的用户群体、产品切入场景、推介模式及媒体资源存在差异，相互不具有替代性，不具有直接竞争关系。

综上，历史沿革方面，小米集团与发行人为相互独立运营；在资产、人员、知识产权及专有技术方面，二者相互独立，不存在竞争；在主要供应商方面，二者不存在重叠；二者主要客户个别重叠的情况，不会导致二者之间存在利益输送、相互或者单方让渡商业机会，亦不会对发行人未来发展带来潜在不利影响；二者的主营业务、主要产品和服务不同，不具有可替代性，不存在竞争及利益冲突；报告期内，二者虽均提供互联网广告服务，但不因此构成同业竞争。自报告期初至今，小米集团与发行人不存在同业竞争的情形。

### 3. 报告期内，发行人与猎豹移动、小米集团不因均从事互联网广告推广服务而构成同业竞争

互联网广告推广服务的基础是企业提供的产品或服务，企业不因都从事互联网广告推广服务而当然构成同业竞争。具体分析如下：

#### （1）互联网广告推广服务是对价支付方式，不是狭义上的一种“业务”

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，是用户免费使用公司办公软件产品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：

1) 版权销售模式：即将软件产品使用权一次性授权给用户。发行人目前出售软件产品使用授权即为此种模式；

2) 版权租赁模式：用户无需一次性支付软件产品使用对价，可以按月或按

使用量分期支付。发行人目前企业订阅服务和个人会员服务即为此种模式；

3) “免费+广告”模式（即互联网广告推广服务模式）：随着互联网普及和深入，用户使用的软件产品可实时接入互联网，用户可以用付出一定时间观看互联网广告作为对价，免费使用软件产品。

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，例如：用户在使用 WPS Office 办公软件免费版时，需要先观看软件开屏广告，但其也可以选择成为付费会员，享受包括“去广告”在内的升级服务。发行人的广告投放价值取决于发行人软件产品服务本身，并受用户对于支付方式的选择的影响，这也是发行人的互联网广告推广服务与一般意义的互联网广告公司的根本区别；互联网广告并不是发行人的一种业务，而是用户免费使用发行人办公软件产品的一种对价支付方式。

综上，互联网广告推广服务的基础是企业提供的产品或服务，软件行业企业不因都从事互联网广告推广服务而当然构成同业竞争。

**(2) 发行人作为软件企业，主观上更希望推广会员付费模式，一直积极促使“免费+广告”用户转化为付费用户**

近年来，我国软件用户正在逐步养成付费习惯，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；但总体而言，用户对付费软件的接受程度仍不高，部分用户尤其是初期用户的付费习惯尚未固化，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。

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，每一付费会员用户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；（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。

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。报告期内各期，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%、25.08%，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。

**(3) 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显著区别（具体分析参见上文），不构成同业竞争**

**(4) 用户在选择使用软件时，关注点是软件的功能，而非其上投放的广告，不同类型软件不存在替代性**

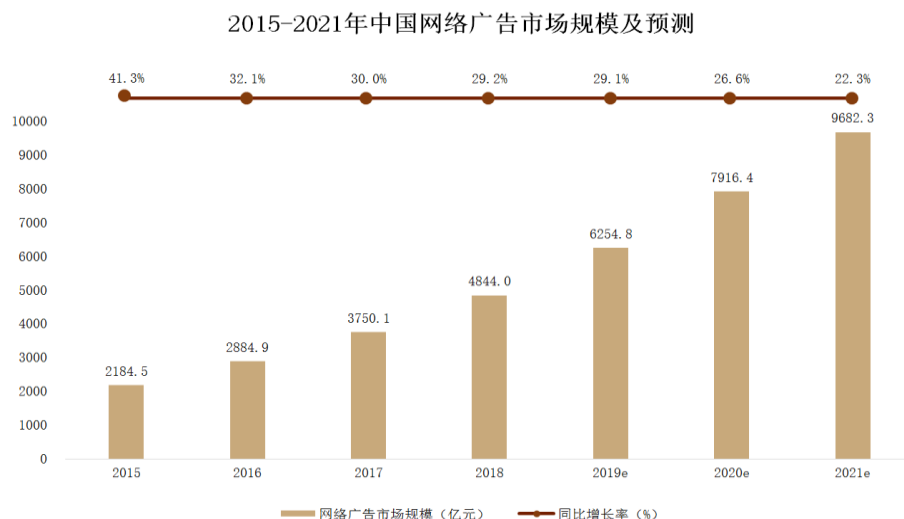
基于我国软件用户对付费软件接受程度不高的现状，“免费+流量”是软件企业获得收入的普遍手段。开展互联网广告业务的软件覆盖了多数软件类型，如：即时通讯、在线视频、地图导航、手机游戏、约车软件、浏览器、新闻资讯、桌面锁屏、在线阅读、微博、网页搜索、聚合视频、网络购物、音乐、短视频、安全防护、社区交友等，也就是说，只要有用户活跃度的免费软件，基本上都是互联网广告的投放媒体。但上述众多软件的功能显著不同，不因为都作为互联网广告的投放媒体而存在竞争。用户在选择使用上述软件时，考虑的不是其上投放的广告的内容、创意、形态和市场，而是软件是否能够满足自身需求。用户会在同一类型的软件（如不同品牌的约车软件）中进行比较，但不会在约车软件和办公软件之间进行比较。软件企业之间的竞争在于软件产品性能及服务的竞争，不同类型的软件之间不存在可替代性。

**(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<sup>2</sup>，中国互联网广告市场规模巨大且增速稳定，2017 至 2019 年，分别为 3,750.1 亿元、4,844.0 亿元和 6,254.8 亿元（预计数值），预计 2020 年有

<sup>2</sup> 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.iiresearch.cn/report\\_pdf.aspx?id=3393](http://report.iiresearch.cn/report_pdf.aspx?id=3393)，最近访问：2019年8月1日。

望接近 8,000 亿元。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的比例极小(2018 年度分别约为 0.0787%、0.7360%、2.0851%)，三者间不存在直接竞争关系。



#### 4、发行人与猎豹移动、小米集团在各自与平台合作过程中，不存在利益输送

根据对腾讯、百度、小米集团、猎豹集团的访谈，以及发行人的说明和保荐机构、发行人律师的核查，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；

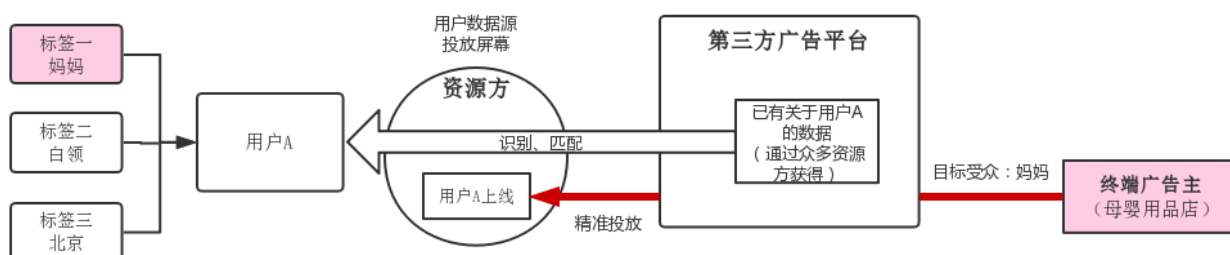
平台获取媒体资源经用户 A 授权的数据，利用平台自身已有的海量数据对用户 A 进行识别，整合上述两类数据（给用户画像）；

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) 资源方之间无法通过平台进行利益输送**

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。发行人、小米集团、猎豹集团无法通过平台进行利益输送。主要原因是：

### **① 商业化变现没有人为操作的空间，通过平台输送利益不具备可行性**

根据对平台的访谈，目前平台与资源方之间的费用结算采取的是“系统自动爬坡的模式”，即系统通过算法进行整体用户画像后，据此推送广告，并根据双方事先约定的模式结算费用。对于平台的业务经理而言，算法是其不了解的商业机密，因此其也无法人为决定广告推送情况，资源方的流量变现情况完全取决于资源方的用户质量、用户粘度。平台的业务经理可以向资源方提出优化广告展示位置、时机等建议，以利于提高用户与广告的匹配率，但如何投放仍是由算法决定的，没有人为操作的空间。平台无法通过人工干预的方式，将投向资源方 A 的广告流量定向转为投向另一资源方 B（不论是否为资源方 A 的关联方），因此无法实现广告投放在资源方 A 和 B 之间的定向利益输送。

### **② 媒体资源方与第三方广告平台协议条款保证其不会对不同媒体资源方进行利益输送**

I.根据发行人与杭州阿里妈妈签署的《淘宝客推广软件产品使用许可协议》，第三方广告平台有严格的反作弊、反商业贿赂等内部控制制度

4.1 服务概况：杭州阿里妈妈作为互联网信息服务提供者，提供淘宝客推广软件相关的所有技术服务，包括但不限于反作弊技术、数据统计、存储服务的技术支持等；

6.4 特别约定：如您向阿里妈妈及/或其关联公司的雇员或顾问等提供实物、现金、现金等价物、劳务、旅游等价值明显超出正常商务洽谈范畴的利益，则可视为您存在商业贿赂行为。发生上述情形的，阿里妈妈可立即终止与您的所有合作并向您收取违约金及/或赔偿金，该等金额以阿里妈妈因您的贿赂行为而遭受的经济损失和商誉损失作为计算依据；

II. 根据发行人与百度联盟签署的协议，第三方广告平台有严格的反作弊、反商业贿赂等内部控制制度，不会人工定向干预某个媒体资源方的自然流量

i. 严格的反作弊内控制度

《百度联盟会员注册协议》第五款“违约责任”约定如下：“如百度联盟会员在网站、软件、移动应用或其联盟业务运营中实施了或百度的反作弊机制有理由认为其可能实施了违反国家法律法规、政策规定、行业规范、百度联盟规范文件……”

《百度联盟会员注册协议》附件 2《违规处理》规定：“...百度的反作弊机制一经发现百度联盟会员帐户数据异常，百度就有权单方面暂停与百度联盟会员的合作……”

ii. 不能亦不会人工定向干预某个媒体资源方的自然流量

根据《百度联盟会员注册协议》附件 3《联盟业务合作规范》的规定，百度联盟禁止以下行为：

“14.1 通过程序或插件等任何方式篡改代码计费参数，劫持百度、hao123 以及其他联盟会员流量。

14.2 通过任何损害用户体验的推广方式，以及其他不正当竞争方式篡改其他联盟会员的用户首页。

30. 其他以任何不正当方式制造虚假或无效流量、点击量、下载量，或违规嵌入等任何行为。”

此外，发行人的主要平台均为知名互联网企业和上市公司，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，通过平台输送利益不具备可行性。

综上，根据对照《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》问题 4、《首发业务若干问题解答》(一)问题 15 中规定的核查要点，发行人与猎豹移动、小米集团不存在同业竞争的情况；三者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，也不存在通过平台相互输送利益的情况。

## **(二) 能够避免发行人与竞争方非公平竞争、利益输送、相互或者单方让渡商业机会的理由及措施，对未来发展的潜在影响等**

### **1. 发行人、小米集团、猎豹集团均遵守各自的内控制度**

在股改后，发行人参照上市公司的规定制定了完善的公司治理制度，包括但不限于《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《独立董事议事规则》等；并且，发行人建立了健全的内部管理机构，设置了股东大会、董事会、监事会、董事会专门委员会、独立董事、经营管理层等。根据公司治理制度，关联交易、重大交易等应当经过董事会和/或股东大会的审议，应当由董事会审议的关联交易还应由独立董事发表独立意见，关联董事、关联股东回避表决。

猎豹集团于 2014 年 5 月在纽约证券交易所上市，小米集团于 2018 年 7 月 9 日在香港联交所主板上市。作为上市公司，猎豹集团、小米集团在作出决议时，应当履行公司住所地、上市地相关法律及公司内控制度规定的审议、回避、公告等程序，接受上市地证券部门的监管，并应按照规定真实、准确、完整的进行信息披露。

### **2. 通过平台方非公平竞争、输送利益、让渡商业机会不具备可行性**

发行人、猎豹集团、小米集团的主要平台均为知名互联网企业，如百度、阿里、腾讯、Facebook 等，其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，也具有反商业贿赂措施。此外，根据对百度等平台的访谈/书面确认及该等平台与发行人签署的协议，其作为知名第三方广告联盟平台，有严格的反作弊、反商业贿赂等内部控制制度，不能（目前技术算法架构下无法实现）亦不会人工定向干预某个资源方的流量，不会在不同资源方之间进行利益输送（指通过算法调整或人工操作方式将本属于 A 媒体资源的广告收入转移给 B 媒体资源）。

因此，发行人与小米集团、猎豹集团通过平台非公平竞争、输送利益或让渡商业利益不具备可行性。

### 3. 发行人实际控制人、控股股东的承诺

为避免未来因同业竞争而可能对发行人造成的不利影响，发行人实际控制人雷军、控股股东 WPS 香港、金山软件（间接持有 WPS 香港 100% 股份）、WPS 开曼分别出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。

发行人实际控制人雷军承诺：

“本人在被认定为北京金山办公软件股份有限公司实际控制人期间，在此承诺：

- 1、本人，在承诺期间内，不得从事与发行人业务构成竞争的业务。
- 2、本人应促使本人控制的除发行人以外的法律实体，在承诺期间内，不得从事与发行人业务构成竞争的业务。
- 3、凡本人有任何商业机会可从事任何可能会与发行人业务构成竞争关系的业务或活动，发行人对该等商业机会拥有优先权利。
- 4、如本人知晓本人控制的除发行人以外的法律实体有任何商业机会可从事任何可能会与发行人业务构成竞争关系的业务或活动，发行人对该等商业机会拥有优先权利。
- 5、本人及本人控制的除发行人以外的法律实体因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归发行人所有，且本人愿意承担因此给发行人造成的直接损失。
- 6、本函所述避免同业竞争承诺在依照相关适用法律法规为针对本人的强制性义务期间持续有效。

7、定义：

发行人，在此定义为北京金山办公软件股份有限公司及其控制的法律实体。

控制，其定义及判断标准均参照现行有效的《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第七条至第二十五条的规定以及前述规定的后续修订版本对前述条款的修正及变更。

发行人业务，在此定义为 WPS Office 办公软件及相关文档的互联网服务、电子词典产品及服务。”

**发行人控股股东 WPS 香港承诺：**

“本公司在被认定为北京金山办公软件股份有限公司控股股东期间，在此承诺：

1、本公司，在承诺期间内，不得从事与发行人业务构成竞争的业务。

2、本公司应促使本公司控制的除发行人以外的法律实体，在承诺期间内，不得从事与发行人业务构成竞争的业务。

3、凡本公司有任何商业机会可从事任何可能会与发行人业务构成竞争关系的业务或活动，发行人对该等商业机会拥有优先权利。

4、如本公司知晓本公司控制的除发行人以外的法律实体有任何商业机会可从事任何可能会与发行人业务构成竞争关系的业务或活动，发行人对该等商业机会拥有优先权利。

5、本公司及本公司控制的除发行人以外的法律实体因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归发行人所有，且本公司愿意承担因此给发行人造成的直接损失。

6、本函所述避免同业竞争承诺在依照相关适用法律法规为针对本公司的强制性义务期间持续有效。

7、定义：

发行人，在此定义为北京金山办公软件股份有限公司及其控制的法律实体。

控制，其定义及判断标准均参照现行有效的《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第七条至第二十五条的规定以及前述规定的后续修订版本对前述条款的修正及变更。

发行人业务，在此定义为 WPS Office 办公软件及相关文档的互联网服务、电子词典产品及服务。”

**金山软件（间接持有 WPS 香港 100%股份）、WPS 开曼承诺：**

“本公司在被认定为直接或间接控制北京金山办公软件股份有限公司期间，在此承诺：

1、本公司，在承诺期间内，不得从事与发行人业务构成竞争的业务。

2、本公司应促使本公司控制的除发行人以外的法律实体，在承诺期间内，不得从事与发行人业务构成竞争的业务。

3、凡本公司有任何商业机会可从事任何可能会与发行人业务构成竞争关系的业务或活动，发行人对该等商业机会拥有优先权利。

4、如本公司知晓本公司控制的除发行人以外的法律实体有任何商业机会可从事任何可能会与发行人业务构成竞争关系的业务或活动，发行人对该等商业机会拥有优先权利。

5、本公司及本公司控制的除发行人以外的法律实体因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归发行人所有，且本公司愿意承担因此给发行人造成的直接损失。

6、在满足相关适用于本公司法律法规、上市规则的前提下，本函所述避免同业竞争承诺在依照相关法律法规为针对本公司的强制性义务期间持续有效。

7、发行人在持续满足其适用的法律法规、上市规则的前提下，有权依据届时生效的法律法规规定的条件和程序豁免本公司上述义务。

8、定义：

发行人，在此定义为北京金山办公软件股份有限公司及其控制的法律实体。

控制，其定义及判断标准均参照现行有效的《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第七条至第二十五条的规定以及前述规定的后续修订版本对前述条款的修正及变更。

发行人业务，在此定义为 WPS Office 办公软件及相关文档的互联网服务、电子词典产品及服务。”

综上，发行人、小米集团、猎豹集团均遵守各自的内控制度，且三者的主要平台均为知名互联网企业，通过平台输送利益不具备可行性；此外，为避免未来因同业竞争而可能对发行人造成的不利影响，发行人实际控制人雷军、控股股东

**WPS 香港、金山软件（间接持有 WPS 香港 100%股份）、WPS 开曼**分别出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。上述制度和措施能够避免发行人与小米集团、猎豹集团非公平竞争、利益输送、相互或者单方让渡商业机会的情况发生，不会对发行人未来发展的产生不利影响。

## **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、核查小米集团在香港联交所的公开披露文件、猎豹移动在纽交所的公开披露文件；

2、核查报告期内猎豹移动的主要客户、供应商清单；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；

3、访谈腾讯、京东、百度等发行人互联网推广客户；与 Facebook、阿里书面沟通；

4、访谈发行人报告期内主要客户和主要供应商，包括主要第三方平台客户；

5、查询艾瑞咨询发布的《中国网络广告市场年度检测报告简版 2018 年》；

6、核查发行人实际控制人雷军、**控股股东 WPS 香港、金山软件（间接持有 WPS 香港 100%股份）、WPS 开曼**分别出具的《关于避免同业竞争的承诺函》以及发行人向金山软件出具的《关于避免同业竞争的承诺函》；

7、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；

8、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，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；

9、核查发行人内部控制制度；

10、登录国家企业信用信息公示系统、“启信宝”、“企查查”、“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：（1）发行人与猎豹移动、小米集团不存在同业竞争的情况；三者在职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，也不存在通过平台相互输送利益的情况；（2）发行人、小米集团、猎豹集团均遵守各自的内控制度，且三者的主要平台均为知名互联网企业，通过平台输送利益不具备可行性；此外，为避免未来因同业竞争而可能对发行人造成的不利影响，发行人实际控制人雷军、**控股股东 WPS 香港、金山软件（间接持有 WPS 香港 100%股份）、WPS 开曼**分别出具了《关于避免同业竞争的承诺函》；上述制度和措施能够避免发行人与小米集团、猎豹集团非公平竞争、利益输送、相互或者单方让渡商业机会的情况发生，不会对发行人未来发展的产生不利影响。

#### 问题 4.关于个人订阅模式

根据回复材料，WPS 会员服务收入增长的主要原因为服务类型的完善和付费渠道的改进。报告期内付费用户转化率逐步提升。预计未来个人服务订阅收入继续呈现增长趋势。

请发行人：（1）说明个人订阅业务收入报告期内每年新增订阅用户数，占当年总订阅人数的比例，新用户人均单价；（2）针对老客户而言，说明老客户续费情况，包括但不限于老客户续费人数，比例，人均单价，并分析是否存在客户流失风险；（3）结合 2019 年上半年个人订阅业务收入增长情况，包括但不限于收入增长金额，比例，WPS 会员及稻壳儿会员订阅人数变动情况等分析未来个人服务订阅收入的趋势。

请保荐机构、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）说明个人订阅业务收入报告期内每年新增订阅用户数，占当年总订阅人数的比例，新用户人均单价

WPS 会员、稻壳会员向客户提供按期间付费和单独购买某项付费功能两种模式，需单独购买的付费功能包括稻米、论文查重、图像识别（OCR）特权、PDF 特权、部分模板等，2016 年至 2019 年 1-3 月单独购买付费功能的用户人数占比分别为/、/、/和/，金额占比分别为/、/、/和/。单独购买的付费功能是个人订阅业务的重要组成部分，发行人将单独购买付费功能的用户归入订阅用户人数。2016 年至 2019 年 1-3 月订阅用户人数分别为 205.09 万、544.88 万、933.01 万和 412.06 万，2016 至 2018 年均复合增长率为 113.29%。2016 年至 2019 年 1-3 月订阅用户付费金额分别为 5,334.10 万元、20,157.20 万元、44,782.07 万元和 15,788.62 万元，2016 至 2018 年均复合增长率为 189.75%。个人订阅服务用户人数和付费金额均呈快速增长趋势，发行人不断将需要单独购买的会员特权和模板纳入按期间付费会员的权益中，导致单独购买付费功能的用户数量和付费金额占比逐渐下降。

报告期内按期间付费的类型包括月度、季度、半年度、年度，付费金额和订阅用户数量分布情况如下表所示：

按期间 付费分 类	2019年1-3月		2018年		2017年		2016年	
	金额 占比	用户数 量占比	金额 占比	用户数 量占比	金额 占比	用户数 量占比	金额 占比	用户数 量占比
月度	/	/	/	/	/	/	/	/
季度	/	/	/	/	/	/	/	/
半年度	/	/	/	/	/	/	/	/
年度	/	/	/	/	/	/	/	/
合计	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

报告期内发行人推广连续包月的付费模式，按月度进行订阅的用户数量和付费金额呈快速增长趋势。按年度订阅单价较高，导致付费金额占比较高。为真实反映新增订阅用户的数量，发行人对报告期内年度、季度、月度平均的新增用户情况进行统计。

### (1) 按年度统计

报告期内 WPS 会员的新增订阅用户情况如下表所示：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
新增订阅用户数	/	/	/	/
本期总订阅人数	/	/	/	/
新增订阅用户占比	/	/	/	/
新增订阅用户人均单价（元）	/	/	/	/

报告期内稻壳会员的新增订阅用户情况如下表所示：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
新增订阅用户数	/	/	/	/
本期总订阅人数	/	/	/	/
新增订阅用户占比	/	/	/	/
新增订阅用户人均单价（元）	/	/	/	/

注 1：新增订阅用户数量为历史上没有购买过 WPS 会员或稻壳会员（包括单独付费功能）的用户数量

注 2：总订阅人数为当期购买 WPS 会员或稻壳会员（包括单独付费功能）的用户数量

注 3：新增订阅用户人均单价为当期新增订阅用户总付费金额的均值

2016 年至 2018 年 WPS 会员、稻壳会员每年的新增订阅用户数量呈上升趋势、占比呈下降趋势。发行人于 2016 年 4 月推出稻壳会员业务，因此 2016 年的稻壳会员全部为新增订阅用户。

## (2) 按季度统计

报告期内 WPS 会员的新增订阅用户情况如下表所示：

季度	新增人数	占比	人均单价（元）
2019Q1	/	/	/
2018Q4	/	/	/
2018Q3	/	/	/
2018Q2	/	/	/
2018Q1	/	/	/
2017Q4	/	/	/
2017Q3	/	/	/
2017Q2	/	/	/
2017Q1	/	/	/
2016Q4	/	/	/
2016Q3	/	/	/
2016Q2	/	/	/
2016Q1	/	/	/

报告期内稻壳会员的新增订阅用户情况如下表所示：

季度	新增人数	占比	人均单价（元）
2019Q1	/	/	/
2018Q4	/	/	/
2018Q3	/	/	/
2018Q2	/	/	/
2018Q1	/	/	/
2017Q4	/	/	/
2017Q3	/	/	/
2017Q2	/	/	/
2017Q1	/	/	/
2016Q4	/	/	/
2016Q3	/	/	/
2016Q2	/	/	/
2016Q1	/	/	/

注 1：新增订阅用户数量为历史上没有购买过 WPS 会员或稻壳会员（包括单独付费功能）的用户数量

注 2：稻壳会员业务于 2016 年 4 月开始，导致 2016Q2 的新增订阅用户数量占比达到 100.00%

报告期内 WPS 会员、稻壳会员每季度的新增付费用户数量呈快速增长的趋势、占当期总用户数量的比例呈下降趋势。

### (3) 按月度统计

报告期内 WPS 会员的新增订阅用户情况如下表所示：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
平均月新增订阅用户数量	/	/	/	/
平均月新增占比	/	/	/	/
平均月新增人均单价（元）	/	/	/	/

报告期内稻壳会员的新增订阅用户情况如下表所示：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
平均月新增订阅用户数量	/	/	/	/
平均月新增占比	/	/	/	/
平均月新增人均单价（元）	/	/	/	/

注 1：新增订阅用户为历史上没有购买过 WPS 会员或稻壳会员（包括单独付费功能）的用户

注 2：平均月新增占比为每月新增订阅用户数量占当月总订阅用户数量的比例的当期平均值

注 3：平均月新增人均单价为每月新增订阅用户的人均单价的当期平均值

注 4：稻壳会员业务于 2016 年 4 月开始，2016 年度平均月新增订阅用户数量按 9 个月计算

报告期内 WPS 会员、稻壳会员每年月平均的新增付费用户数量占总用户数量的比例呈下降趋势。

### (二) 针对老客户而言，说明老客户续费情况，包括但不限于老客户续费人数，比例，人均单价，并分析是否存在客户流失风险

发行人 WPS 会员、稻壳会员的销售模式包括按期间订阅（客户可自由选择按包月、季度、半年度、年度等不同的期间付费）和单独购买某项服务两种付费模式。稻米、论文查重、部分模板等单独付费的服务用户会按需购买，按期间订阅的服务用户在使用时间到期后需进行续费。多数客户按月购买，为真实反映老客户续费情况，发行人对报告期内平均月续费情况进行统计。

报告期内 WPS 会员的续费客户情况如下表所示：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
平均月续费人数	/	/	/	/
平均续费率	/	/	/	/

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
平均每月续费客户人均单价（元）	/	/	/	/

报告期内稻壳会员的续费客户情况如下表所示：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
平均月续费人数	/	/	/	/
平均续费率	/	/	/	/
平均每月续费客户人均单价（元）	/	/	/	/

注 1：续费用户为当月订阅期间到期后继续付费的用户，即当月留存的老客户

注 2：续费率为续费用户数量占当月订阅期间到期用户数量的比例

报告期内平均月续费人数和续费率呈上升趋势。发行人 2017 年正式推出连续包月的付费模式，目前主要付费模式的定价为：WPS 会员的连续包月费为 9 元（首月 15 元）、年费为 89 元；稻壳会员的连续包月费为 15 元（首月 20 元）、年费为 89 元，平均每月续费客户人均单价与标准定价的连续包月费较为接近。2016 年 WPS 会员、稻壳会员的续费用户人均单价较高的原因是前期的定价较高。发行人不定期对季度、年度会员的销售价格进行打折，部分续费客户选择不同期间付费导致人均单价出现波动。

综上，报告期内平均月续费人数和续费率不断上升，人均单价区间具有合理性，客户流失风险较低。

**（三）结合 2019 年上半年个人订阅业务收入增长情况，包括但不限于收入增长金额，比例，WPS 会员及稻壳儿会员订阅人数变动情况等分析未来个人服务订阅收入的趋势**

### 1、2019 年上半年个人订阅业务收入增长情况

2019 年 1-6 月个人订阅收入金额为 30,108.33 万元（未经审计），去年同期为 16,329.43 万元，同比增长率为 84.38%。

### 2、WPS 会员和稻壳会员订阅人数变动情况

个人订阅收入主要来源为 WPS 会员和稻壳会员，2019 年 1-6 月 WPS 会员、稻壳会员的情况如下表所示：

项目	类型	2019年1-6月	2018年1-6月	同比增长率
付费金额(万元)	WPS会员	28,175.91	14,040.33	100.68%

项目	类型	2019年1-6月	2018年1-6月	同比增长率
	稻壳会员	9,673.98	5,611.89	72.38%
	合计	37,849.89	19,652.21	92.60%
付费人数（人）	WPS会员	5,731,456	3,021,005	89.72%
	稻壳会员	2,764,045	1,883,924	46.72%
	合计	8,495,501	4,904,929	73.20%
人均单价（元）	WPS会员	49.16	46.48	5.77%
	稻壳会员	35.00	29.79	17.49%
	合计	44.55	40.07	11.20%

2019年1-6月WPS会员、稻壳会员销售额同比增长率分别为100.68%、72.38%，付费人数同比增长率分别为89.72%、46.72%，付费用户数的大幅增加是WPS会员和稻壳会员销售额增长的主要驱动因素。

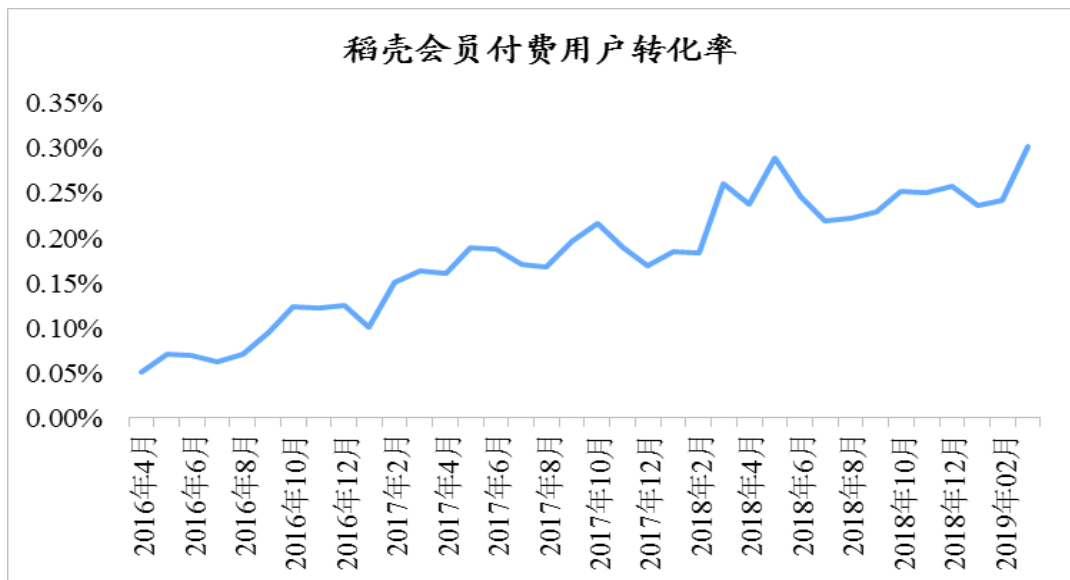
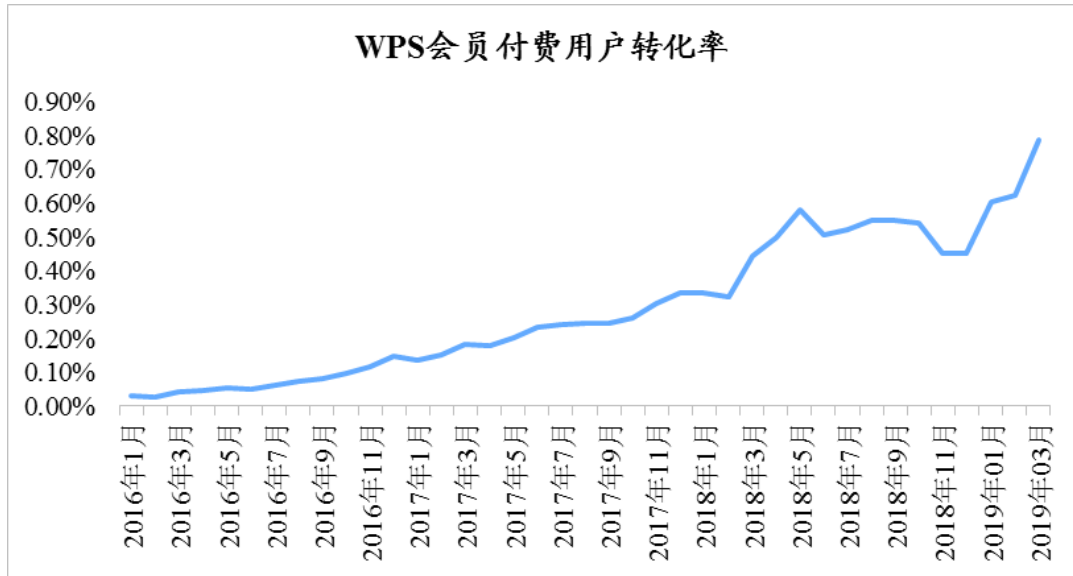
### 3、未来个人服务订阅收入的趋势

#### (1) 付费用户转化率提升、未来增长空间较大

个人服务订阅收入主要来源为WPS会员和稻壳会员的收入。随着互联网用户付费习惯的养成，发行人自2014年12月开展WPS会员订阅服务业务、2016年4月开始稻壳会员订阅服务业务，得益于公司产品的市场影响力及庞大的用户基础，付费用户月活逐渐提升。

从报告期每期末用户数量的角度，2016年12月、2017年12月、2018年12月及2019年3月31日，公司付费月度活跃用户数分别为77.80万、271.33万、481.17万及569.90万，总月度活跃用户数分别为21,843.76万、25,480.93万、31,010.97万及32,859.47万，付费月度活跃用户数占比分别为0.36%、1.06%、1.55%及1.73%，呈上升趋势。

从报告期每月用户数量的变化角度，免费用户向付费用户的转化率呈快速增长的趋势，具体情况如下：



注：转化率为当月付费用户占上月免费用户的比例

综上，报告期内付费活跃用户占总活跃用户的比例较低，但免费用户向付费用户的转化率不断上升，未来 WPS 会员、稻壳会员收入的增长空间较大。

## (2) 会员服务功能和内容增加带动付费用户增长

WPS 会员：PC 端功能服务在报告期内增加了 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、论文查重等功能或权益；移动端功能服务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、教育助手、ProcessOn、移动端免流量等功能或权益。WPS 会员增值服务内容增加，同时不断优化产品界面、增强用户感知，激励更多用户付费购买。



新增功能一般会有效带动新的收入增长点，以发行人于 2018 年 1 月开通的 WPS 会员论文查重服务为例，且开通后收入增长较快（根据用户画像，使用此服务的用户多为有论文写作需求的在校本科及以上学历学生，且论文查重服务业务具有在学期末季节性增长的特性），具体情况如下：

月份	订单数	订单金额（元）
2018-01	/	/
2018-02	/	/
2018-03	/	/
2018-04	/	/
2018-05	/	/
2018-06	/	/
2018-07	/	/
2018-08	/	/
2018-09	/	/
2018-10	/	/
2018-11	/	/
2018-12	/	/
2019-1	/	/
2019-2	/	/
2019-3	/	/

稻壳会员：2016 年 4 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；同时，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领先机构进驻，使得精品文档内容不断拓展；此外，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，提高付费用户转化率。

### （3）运营手段的丰富带动付费用户增长

#### 1) 优化付费方式

通过场景优化，发行人提升了用户付费的便捷性。如 PC 端改进前需打开浏览器登录后进行支付，改进后仅需在 WPS 软件内手机扫码支付；移动端中用户点击某功能按键时即直接跳转至支付界面。提升用户付费的便捷性优化了产品的

使用体验，进而提升了付费用户转换率。

个人订阅服务业务于 2016 年 5 月底开通微信、支付宝等渠道的自动续费服务，并于后期推出相比单月、单季度购买更优惠的连续包月服务，用户进行账号绑定后无需每次手动支付。该项服务在一定程度上降低了用户主动取消订阅的意愿，增加了用户粘性并有效带动了销售额增长。

## 2) 丰富稻壳会员产品的运营活动

由于稻壳会员为功能型产品，运营活动的引导可以有效提升当期用户的付费效果，2017 年至 2019 年 3 月发行人主要推出的运营活动如下：

时间	活动主题
2017年1月	稻壳年卡，送150次免费下载
2017年2月	稻壳会员全新上线，首发3折
2017年3月	稻壳会员全新上线，首发3折
2017年4月	1元体验稻壳会员7天
2017年5月	特权升级预告，3折最后机会
2017年6月	618巅峰大促，会员低至2.8折
2017年7月	618返场狂欢
2017年8月	夏日冰点大促
2017年9月	夏日冰点大促
2017年10月	稻壳周年庆，提前预热开团
2017年11月	稻壳周年庆，疯抢24小时
2017年12月	双十二，稻壳周年庆返场
2018年1月	狂欢继续，稻壳周年庆返场
2018年2月	进击2018，买就送网易严选活动
2018年3月	进击2018，买就送网易严选活动
2018年4月	约惠春天，会员20元直降优惠
2018年5月	玩转毕业季，19.9元抢毕业神器
2018年6月	618全民狂欢，前500名低至6.18元
2018年7月	暑期活动（618活动阶梯价返场）
2018年8月	稻壳会员8.8元首月拉新
2018年9月	1分钱体验7天稻壳会员
2018年10月	国庆中秋双节狂欢，年会员立减30元
2018年11月	双十一活动

时间	活动主题
2018年12月	稻壳会员买一赠一，超级会员买一年赠2个月时长
2019年1月	稻壳特权上新，首月9.9
2019年2月	开学特惠，年会立减20
2019年3月	求职季福利，会员低至0.2元/天

### 3) 微信公众号平台开通运营

个人服务订阅业务于 2018 年开通微信公众号平台，整合了 WPS 云文档、稻壳模板、账号管理、消息通知等功能，方便用户在其他平台登录时进行无缝切换，从而进一步提升了产品使用体验、增强用户粘性。

#### (4) 云服务功能有效提升用户粘性

个人云文档等功能可以培养用户在线存储个人文档等使用习惯、维持用户粘性。通过发行人提供的云文档服务，用户可以将文档等资料上传至云空间，并随时调用、下载、编辑。报告期内用户的云空间使用量情况如下表所示：

云空间使用容量(MB)	2016年		2017年		2018年		2019年1-3月	
	用户数	占比(%)	用户数	占比(%)	用户数	占比(%)	用户数	占比(%)
0	116,837	11.04	113,682	3.57	258,924	3.02	138,521	3.55
0-1(含)	379,158	35.82	808,050	25.39	1,266,741	14.77	137,685	3.53
1-100(含)	326,258	30.81	1,372,563	43.14	4,174,248	48.68	1,452,293	37.23
100-900(含)	175,015	16.53	692,957	21.78	2,232,277	26.03	1,495,451	38.34
>900	61,300	5.79	194,872	6.12	642,213	7.49	676,513	17.34
合计	<b>1,058,568</b>	<b>100</b>	<b>3,182,124</b>	<b>100</b>	<b>8,574,403</b>	<b>100</b>	<b>3,900,463</b>	<b>100</b>

2016 年至 2018 年每年付费用户中使用云空间的数量呈上升趋势，2016 年至 2019 年 1-3 月云空间使用量超过 1MB 的用户占比分别为 53.13%、71.04%、82.20%、92.91%，云空间使用率呈持续上升趋势，用户粘性不断增强。

综上，用户数量增长、免费用户向付费用户的转化率提升、用户粘性增强等因素共同拉动了个人服务订阅业务收入增长。

## 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、申报会计师核查程序：

1、获得报告期内 WPS 会员和稻壳会员的用户明细表，核查新用户和续费用户的数量，对相关数据进行分析，判断收入增长的原因及趋势；

2、获得 2018 年 1-6 月、2019 年 1-6 月个人办公服务订阅的收入明细表，对相关数据进行审阅；

3、获得 2018 年 1-6 月、2019 年 1-6 月 WPS 会员和稻壳会员的用户变动数据，核查变动情况的真实性。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，未来个人服务订阅收入保持持续增长的趋势。

## 问题 5.关于核心技术人员的认定

章庆元和庄湧为公司核心技术人员，参与了相关核心技术研发并作为部分专利技术的发明人署名，根据回复材料，章庆元仅作为十三项核心技术中的高效可定制的 WPS 新内核引擎技术的发明人和主要参与者，晁云瞳、王晖等人分别担任多项专利技术发明的发行人或主要参与者。

请发行人说明：核心技术项目研发管理的具体模式，晁云瞳、王晖等研发人员未被认定为核心技术人员的理由。

请保荐机构对上述事项进行核查，就发行人对核心技术人员的认定情况和认定依据是否符合公司实际情况，是否具有合理依据发表明确意见。

### 一、对审核问询函的答复：

#### （一）核心技术项目研发管理的具体模式

##### 1、研发管理模式：

公司核心技术项目由公司研发部门负责开发，采用项目负责制的管理模式。公司研发工作由首席运营官（系公司研发体系最高领导）确定研发方向、进行技术方案审核，研发总经理（系研发体系总负责人）负责统筹协调研发工作，联同各业务线负责人，负责确定产品和服务的技术方案和细分技术路线，并分解到各个业务线进行项目细化实施落实。

项目立项由项目负责人牵头规划，设定具体项目具体目标、产品定位、关键技术点设计及产品功能规划，向研发总经理及首席运营官呈报项目方案、组织项目论证，立项通过后，由研发体系下属的项目团队进行实施执行。

综上，公司拥有有效的核心技术项目研发管理体系，通过“项目负责制”的管理模式，推动公司研发工作。

##### 2、公司研发体系的组织结构及主要负责人员如下：

公司研发工作体系最高领导为首席运营官章庆元，负责公司全线产品的总体规划、确定研发方向、进行项目审核等，公司研发体系的总负责人为研发总经理庄湧，负责产品规划及研发管理。公司研发体系包括多个研发业务部门：AI&大数据、Office 产品部、金山文档产品部、教育产品部、云服务产品部、运

营二部等。各研发部每年年初制订部门的研发目标，提交庄湧及章庆元审核，并于每个季度、半年度、年度等节点，由庄湧及章庆元对整个研发体系的各部门、各条线工作进行考核。针对研发项目的技术攻关及后续研究策略，由章庆元和庄湧牵头组织研发部门各级负责人进行集中研讨，开展技术分析会，统筹公司研发工作。

章庆元自 2000 年至今为 WPS Office 研发团队的领导者，2003 年至 2005 年带领团队成功研发 WPS Office 2005 版本，该产品获得国家科技进步二等奖，2009 年担任 WPS 首席技术官（CTO），带领 WPS 转型互联网业务，推出第一款云存储产品，使公司产品向云服务迈进；2009 至今，带领公司团队研发出 WPS 2010、WPS 2012、WPS 2016、WPS 2019 等多款重要产品。2010 年以来，领导公司转型互联网业务，从开发在线模板等网络化办公素材开始，逐步突显 WPS 云办公服务特色；2013 年以来，带领公司实现商业模式创新，在传统软件收入的基础实现产品运营收入，2018 年任公司首席运营官，继续带领公司实践移动互联网发展新战略。于 2009-2018 年，作为课题负责人领导了四项国家“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”项目，一项科技部 863 项目等多个国家级重大专项课题的研制任务，对提升国产办公软件技术水平，支持国家信息安全作出重要贡献。章庆元先生主要参与研发的专利技术主要包括在计算机上当软件崩溃时保存用户数据的方法及装置、一种显示和操作电子表格中工作簿的装置、一种在电子表格中控制编辑栏显示大小的装置、智能计算及显示标记位置的装置及播放幻灯片的播放装置等。

庄湧自 2003 年至 2011 年负责 WPS 演示项目开发等工作。2012 年 9 月至今，负责公司各地研发管理，并作为移动端部门分管领导带领 WPS 移动版产品研发和推广，实现 WPS 移动版多个重要版本产品的发布，带领 WPS 移动版业务持续稳健发展。2012 年至今，作为课题核心管理人员，参与多个省级及国家核高基重要项目的实施管理工作。

## （二）晁云瞳、王晖等研发人员未被认定为核心技术人员的理由

### 1、发行人核心技术人员的认定

发行人的核心技术人员系依据《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问

答》（以下简称“《科创板审核问答》”）第6条的规定，同时兼顾发行人的实际情况，综合评价后进行认定，具体认定情况如下：

序号	《科创板审核问答》相关规定	发行人实际情况	认定情况
1	“原则上，核心技术人员通常包括公司技术负责人、研发负责人、研发部门主要成员”	发行人内部按照不同产品、项目划分了不同研发部门，每一研发部门均任命有一级部门负责人、二级部门负责人及三级部门负责人，其中一级部门负责人负责参与、管理该部门产品及研发方向，二级及三级部门负责人一般仅负责某一研发方向及其具体执行	在公司研发岗位担任重要职务，任职时间较长，持续做出重要贡献
2	“原则上，核心技术人员通常包括主要知识产权和非专利技术的发明人或设计人、主要技术标准的起草者”	发行人技术研发的人员众多，参与主要知识产权和非专利技术的发明人员在具体技术方面做出贡献；但技术发展的角度看，WPS产品历经30余年发展及积累，技术标准主要系研发团队成员在产品的不断优化、研发过程中逐渐积累而来，不存在单独技术标准的起草者	参与研发工作，行业经验丰富，为公司的技术研发、创新与管理作出突出贡献的；负责全局性、战略性的技术工作，进行技术标准提出及审批
3	“申请在科创板上市的企业，应当根据企业生产经营需要和相关人员对企业生产经营发挥的实际作用，确定核心技术人员范围”	在符合前述条件的基础上，结合公司生产经营需要和相关人员对公司生产经营发挥的实际作用综合认定	根据技术人员任职、实际作用等情况认定章庆元、庄湧为核心技术人员

根据上述事实 and 认定标准，发行人认定章庆元、庄湧为核心技术人员。

## 2、晁云瞳、王晖等研发人员未被认定为核心技术人员的理由

经核查，发行人核心技术人员、一级研发部门负责人、参与较多发明专利研发并署名的研发人员基本情况如下：

序号	姓名	在职情况	目前职务	是否为一级研发部门负责人	任职时间	备注
报告期初至今，持续任职，担任一级研发部门负责人						
1	章庆元	在职	董事、副总经理、首席运营官（主管技术研发）	是，负责运营二部（产品运营、研发、风控）	2000年2月-至今	一级研发部门负责人，直接参与技术研发工作及研发管理，负责公司所有产品的研发、运营、风控，曾担任研发体系的总负责人，目前担任首席运营官（系研发体系最高领

序号	姓名	在职情况	目前职务	是否为一级研发部门负责人	任职时间	备注
						导), 具有19年研发经验; 综上, 根据任职、经历、在公司的作用及贡献等实际情况, 认定为核心技术人员
2	庄湧	在职	监事、研发总经理	是, 负责Office产品部、金山文档产品部	2003年7月-2011年2月 2012年9月-至今	一级研发部门负责人, 直接参与技术研发工作及研发管理, 负责公司主要产品WPS Office产品的研发管理工作, 目前担任研发体系的总负责人, 具有14年产品研发经验; 综上, 根据任职、经历、在公司的作用及贡献等实际情况, 认定为核心技术人员
3	姚冬	在职	总裁室副总裁	是, 负责AI&大数据	2017年5月至今	一级研发部门负责人, 加入公司时间较短, 取得发明专利成果较少, 未认定为核心技术人员
4	杜建平	在职	总裁室助理 总裁	是, 负责教育产品部	2014年3月至今	一级研发部门负责人, 所负责部门的研发产品非公司核心产品, 取得发明专利成果较少, 未认定为核心技术人员
5	王冬	在职	总裁室助理 总裁	是, 负责云服务产品部	2003年1月至今	一级研发部门负责人, 主要偏重于产品运营工作, 并非一线研发人员, 取得发明专利成果较少, 未认定为核心技术人员
报告期初至今, 持续任职, 参与较多专利发明						
1	陈波	在职	产品经理	否	2002年5月-至今	不是一级部门负责人, 偏重于负责
2	李幼义	在职	项目总监	否	2006年8月-至今	



序号	姓名	在职情况	目前职务	是否为一级研发部门负责人	任职时间	备注
3	刘欢	在职	产品经理	否	2007年7月-2010年3月 2010年8月-至今	产品、项目管理等相关工作,并非一线研发人员,未认定为核心技术人员
4	张裕妹	在职	项目经理	否	2009年5月-至今	
5	陈鹏	在职	高级经理	否	2011年5月-至今	
6	曾思洁	在职	产品总监	否	2012年7月-至今	
7	蓝天才	在职	研发副总监	否	2006年7月-至今	不是一级部门负责人,虽然负责研发工作,但研发领域较为细分,未认定为核心技术人员
8	赵威	在职	开发经理	否	2010年7月-至今	
9	黄嘉宁	在职	研发总监	否	2013年7月-至今	
10	胡娟	在职	高级研发总监	否	2013年7月-至今	
报告期前已离职,再次入职,参与较多专利发明						
1	晁云瞳	在职	产品总监	否	2003年7月-2014年12月 2018年11月-至今	报告期内未持续任职,未认定为核心技术人员
2	陈雪琪	在职	高级产品经理	否	2013年7月-2015年4月 2019年6月-至今	
报告期前已经离职,未再入职,参与较多专利发明						
1	王晖	离职	-	-	2015年1月离职	已离职时间较长,未认定为核心技术人员
2	于亮	离职	-	-	2008年12月离职	
3	张宇峰	离职	-	-	2010年7月离职	
4	陈凡明	离职	-	-	2010年9月离职	
5	汪俊明	离职	-	-	2012年12月离职	
6	冯艳姗	离职	-	-	2015年3月离职	
7	万里	离职	-	-	2011年4月离职	
8	张伶俐	离职	-	-	2014年5月离职	

除章庆元、庄湧外,其他研发人员未被认定为核心技术人员,主要原因如下:

(1) 章庆元、庄湧于2007年至今先后担任公司研发体系的总负责人,整体负责技术研发工作,持续参与研发工作,制定工作目标和考核,研发项目立项审批和验收,作为产品研发的核心决策奠定了研发发展方向,其工作职能在公司产品研发的各个领域和方向都有涉及;

(2) 其他研发人员未担任上述重要职务,主要参与具体研发项目的执行,负责具体的、部分的产品研发工作; WPS 产品技术凝聚了公司众多研发人员的

贡献，但不单纯依赖或取决于某一模块或项目的具体技术，任一技术研发人员不是发行人全部或大部分核心技术的发明人，某一研发人员贡献的具体技术都不构成核心技术依赖；

(3) 晁云瞳于报告期初之前已经离职，未持续在发行人处任职，且离职前于 2014 年 9 月已从技术研发岗位转至产品岗位，不直接负责一线的产品技术研发；于 2018 年 11 月再次入职后，于产品岗位任职；王晖等人已于报告期初之前已从公司离职，未持续在发行人处任职。

综上所述，发行人对核心技术人员的认定情况和认定依据符合公司实际情况，具有合理依据；晁云瞳、王晖等研发人员由于报告期内曾经离职或报告期初已离职、工作贡献、工作职级、工作领域等综合因素未被认定为核心技术人员，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，保荐机构履行了如下核查程序：

- 1、访谈发行人人力资源负责人、核心技术人员、部分参与专利发明数量较多的专利发明人；
- 2、取得发行人提供的境内发明专利第一发明人或参与多项发明的员工、一级部门负责人名单及其基本情况的清单；
- 3、取得技术研发部门负责人的人员清单；
- 4、取得了核心技术人员相关人事任命文件。

保荐机构经核查认为：结合《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》第 6 条的规定和公司的实际情况，发行人认定章庆元、庄湧为核心技术人员，综合考虑了人员资历背景和技术经验，承担工作对研发发展方向、对发行人经营发挥的实际作用等因素，符合公司的实际情况，具有合理依据。晁云瞳、王晖等研发人员由于报告期内曾经离职或报告期初已离职、工作贡献、工作职级、工作领域等综合因素未被认定为核心技术人员，具有合理性。

## 问题 6.关于政府补助

报告期各期间，发行人获得多项政府补助，金额分别为 4,871.51 万元、4,455.87 万元和 5,115.51 万元。

请发行人补充披露发行人享受的政府补助是否存在明确的法律或政策依据，是否均已取得政府部门的批复文件，是否明确相关资金渠道、补贴权属、补贴用途等，相关政府补贴是否合法有效、是否具有可持续性。

请发行人补充说明：（1）报告期内各项政府补助等资金的内容、依据和到账时间，说明政府补助计入当期损益或递延收益的划分标准、依据和金额；说明与资产相关的政府补助的原值、摊销方法、期限及其确定依据、摊销开始时点及其摊销的具体情况；（2）结合政府补助的具体情况、同行业上市公司政府补助等，说明与同行业公司相比，发行人是否获得更多政府补助或其他支持；（3）分析主要补贴未来持续发放的可能性，是否会对发行人生产经营产生影响。

请保荐机构及申报会计师核查公司政府补助的确认时间以及划分收益相关和资产相关的政府补助是否符合《企业会计准则》相关要求。

请保荐机构、发行人律师对相关政府补助是否合法有效、发行人报告期内是否对政府补助存在重大依赖、该等补助是否具有可持续性，以及对发行人持续经营能力的影响发表明确意见。

### 一、审核问询函回复

#### （一）请发行人补充披露

请发行人补充披露发行人享受的政府补助是否存在明确的法律或政策依据，是否均已取得政府部门的批复文件，是否明确相关资金渠道、补贴权属、补贴用途等，相关政府补贴是否合法有效、是否具有可持续性。

报告期内，公司享受的政府补助的法律或政策依据、批复文件、资金渠道、补贴权属、补贴用途等如下：

2016 年度:

单位: 人民币万元

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
增值税退税	为落实《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》(国发[2011]4号)的有关精神,进一步促进软件产业发展,推动我国信息化建设。	《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100号)	税务事项通知书	待报解预算收入-海淀支库、北京市海淀区支库	本公司	4,177.28
			税务事项通知书	其他户-行库往来(会计部门)	广州金山移动	
			税务事项通知书	待报解预算收入	珠海金山办公	
核高基《网络化中文办公服务平台的研发及产业化》	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	《财政部关于核定核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品科技重大专项2010年立项项目(课题)中央财政资金预算的函》(财建(2011)17号)、《关于核高基重大专项2009年和2010年课题立项的批复》(国科发高(2011)141号)、《关于下达“核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品”国家科技重大专项2011年预算的通知》(工信财简函(2011)33号)	《关于下达核高基重大专项2010年立项课题2010、2011年度中央财政专项资金的通知》	中华人民共和国财政部、珠海市财政局、珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局	珠海金山办公	36.35
核高基项目1	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	财建[2010]177号	工信专项一简[2010]65号文、工信专项一简[2010]111号文	中华人民共和国财政部	珠海金山办公	8.47
核高基项目2	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	工信部财[2011]398号	财政部财建[2012]38号文	中国电子科技集团公司	珠海金山办公	0.19
中关村金山互联网+企业综合服务平台	支持各分园和相关单位以中关村科技园区管理委员会编制的“智慧中关村”顶层设计方案为指导,加大投入开展智慧园区建设,并促进建设的系统和资源与“智慧中关村”实现对	《中关村国家自主创新示范区智慧中关村示范试点支持资金管理暂行办法(暂行)》(中科技园发(2014)61号)	《关于智慧中关村2016年示范试点支持单位的公示》	中关村科技园区管理委员会	本公司	270.00

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
	接与整合。					
金山轻办公应用服务的研发及推广	市科技计划项目是指根据全市科技发展战略和科技创新规划，以市财政科技经费支持，列入市科技计划，并在一定期限内由法人单位承担组织实施的科学技术研究开发及相关活动。	《广州市科技计划项目管理办法》(穗科信〔2015〕6号)	《2016年广州市科技型中小企业技术创新资金专项拟入库项目公示》	广州市天河区财政局	广州金山移动	50.00
2015年广东省企业研究开发省级财政补助资金	推动企业普遍建立研发准备金制度，引导企业有计划、持续地增加研发投入。	《关于激励企业研究开发财政补助试行方案》(粤财工〔2015〕59号)和《广东省省级企业研究开发财政补助资金管理办法(试行)》(粤财工〔2015〕246号)和《广东省企业研究开发省级财政补助政策操作指引(试行)》(粤科政字〔2015〕164号)	《关于2015年广东省企业研究开发省级财政补助资金分配方案(第二批)的公示》	广州市天河区财政局	广州金山移动	59.58
2015年广州市企业研发经费投入后补助	全面支持企业开展研发活动、鼓励企业加大研发经费投入。	《广州市企业研发经费投入后补助实施方案》(穗科信〔2014〕2号)	《2015年广州市企业研发经费投入后补助专项拟立项公示》	广州市天河区财政局	广州金山移动	34.58
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局2015年高新技术企业奖励	加快培育高新技术企业，进一步推进高新技术企业“树标提质”相关工作。	《珠海高新区鼓励申报高新技术企业暂行规定(修订)》(珠高〔2016〕55号)	《关于拨付高新技术企业奖励的通知》	珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局	珠海金山办公	20.00
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局2014年度企业研发费用补助资金	鼓励本市企业研究开发新产品、新技术、新工艺的积极性，引导企业加大研发费用的投入力度，不断提升技术创新能力，促进全市的科技进步和经济发展。	《珠海高新区企业研究开发费补助资金管理暂行规定》(珠高〔2016〕26号)	《关于拨付2014年度高新区企业研究开发经费补助资金的通知》	珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局	珠海金山办公	200.00
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局2015年度知	提高企业知识产权创造与运用的能力，扩大知识产权总量，优化知识产权结构，培育企业基于自主知识产权的核	《关于印发珠海高新区促进知识产权工作暂行规定的通知》(珠高〔2016〕66号)	《关于拨付知识产权资助资金的通知》	珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局	珠海金山办公	15.00

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
知识产权资助资金	心竞争力。					
其他政府补助	为进一步发挥失业保险预防失业、促进就业的功能和作用。	《广州市人力资源和社会保障局 广州市财政局 广州市发展和改革委员会 广州市工业和信息化委员会关于印发《广州市失业保险支持企业稳定岗位实施办法》的通知》(穗人社发[2016]6号)	不适用 <sup>2</sup>	广州市社会保险基金管理中心	广州金山移动	0.06
合计						<b>4,871.51</b>

2017 年度：

单位：人民币万元

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
增值税退税	为落实《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》(国发[2011]4号)的有关精神,进一步促进软件产业发展,推动我国信息化建设。	《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100号)	税务事项通知书	待报解预算收入-海淀区支库、北京市海淀区支库	本公司	3,442.53
			税务事项通知书	待报解预算收入	珠海金山办公	
核高基《网络化中文办公服务平台的研发及产业化》	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	《财政部关于核定核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品科技重大专项2010年立项项目(课题)中央财政资金预算的函》(财建(2011)17号)、《关于核高基重大专项2009年 和 2010年课题立项的批复》(国科发高〔2011〕141号)、《关于下达“核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品”国家科技重大专项2011年预算的通知》(工信财简函(2011)33号)	《关于下达核高基重大专项2010年立项课题2010、2011年度中央财政专项资金的通知》	中华人民共和国财政部、珠海市财政局、珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局	珠海金山办公	36.35

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
核高基项目1	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	财建[2010]177号	工信专项一简[2010]65号文、工信专项一简[2010]111号文	中华人民共和国财政部	珠海金山办公	8.47
天河区科技工业和信息化局《互动式在线创作分享服务的研发与应用》	市科技计划项目是指根据全市科技发展战略和科技创新规划,以市财政科技经费支持,列入市科技计划,并在一定期限内由法人单位承担组织实施的科学技术研究开发及相关活动。	《广州市科技计划项目管理办法》(穗科创〔2015〕6号)	《2017年科技创新企业发展专项科技型中小企业创新专题初创和创新通过项目验收结果公开》	广州市财政局国库支付分局	广州金山移动	50.00
广东省财政厅企业研究开发省级财政补助	推动企业普遍建立研发准备金制度,引导企业有计划、持续地增加研发投入。	《关于激励企业研究开发财政补助试行方案》(粤财工〔2015〕59号)、《广东省省级企业研究开发财政补助资金管理办法(试行)》(粤财工〔2015〕246号)和《广东省企业研究开发省级财政补助政策操作指引(试行)》(粤科政字〔2015〕164号)	《关于2016年广东省企业研究开发省级财政补助资金项目计划的公示》	广州市天河区财政局、珠海高新技术产业开发区发展和改革和财政局	珠海金山办公、广州金山移动	586.61
广州市企业研发经费投入后补助	全面支持企业开展研发活动、鼓励企业加大研发经费投入。	《广州市企业研发经费投入后补助实施方案》(穗科信[2014]2号)	《2016年广州市企业研发经费投入后补助专项资金申请拟补助情况公示》	广州市天河区财政局、广州市财政局国库支付分局	广州金山移动	61.60
珠海高新技术产业开发区发展和改革和财政局企业研发费用补助资金	鼓励本市企业研究开发新产品、新技术、新工艺的积极性,引导企业加大研发费用的投入力度,不断提升技术创新能力,促进全市的科技进步和经济发展。	《珠海高新区企业研究开发费补助资金管理暂行规定》(珠高[2016]26号)	《关于拨付2015年度高新区企业研究开发经费补助资金的通知》	珠海高新技术产业开发区发展和改革和财政局	珠海金山办公	200.00
广州市2016年度高新技术企业认定受理补贴	深入实施创新驱动发展战略,增强科技创新企业核心竞争力,提升科技创新企业的质量和效益,推动全市高新技术企业培育和发展。	《广州市人民政府办公厅关于印发广州市科技创新小巨人企业及高新技术企业培育行动方案的通知》(穗府办函〔2015〕127号)	《2017年高新技术企业培育与市科技创新小巨人企业奖补项目拟立项企业名单公示》	广州市天河区财政局	广州金山移动	20.00
广州市2016年高新技术企业认定通过奖励	深入实施创新驱动发展战略,增强科技创新企业核心竞争力,提升科技创新企业的质量和效益,推动全市高新技术企业培育和发展。	《广州市人民政府办公厅关于印发广州市科技创新小巨人企业及高新技术企业培育行动方案的通知》(穗府办函〔2015〕127号)	《2017年高新技术企业培育与市科技创新小巨人企业奖补项目拟立项企业名单公示》	广州市天河区财政局	广州金山移动	20.00

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
	和效益，推动全市高新技术企业培育和发展。	案的通知》（穗府办函〔2015〕127号）				
珠海人力资源和社会保障局2016年度稳岗补贴	发挥失业保险预防失业、促进就业作用，承担企业稳定就业的社会责任。主要用于职工生活补助、缴纳社会保险费、转岗培训、技能提升培训等相关支出。	《关于做好失业保险支持企业稳定岗位工作的通知》（珠人社[2015]312号）	不适用 <sup>2</sup>	珠海市社会保险基金管理中心	珠海金山办公	26.76
广州市人力资源和社会保障局2016年度失业保险稳定岗位补贴	进一步发挥失业保险预防失业、促进就业的功能和作用。	《广州市人力资源和社会保障局 广州市财政局 广州市发展和改革委员会 广州市工业和信息化委员会关于印发〈广州市失业保险支持企业稳定岗位实施办法〉的通知》（穗人社发[2016]6号）	不适用 <sup>2</sup>	广州市社会保险基金管理中心	广州金山移动	3.55
<b>合计</b>						<b>4,455.87</b>

2018 年度：

单位：人民币万元

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
增值税退税	为落实《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2011]4号）的有关精神，进一步促进软件产业发展，推动我国信息化建设。	《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100号）	税务事项通知书	待报解预算收入-海淀支库、北京市海淀区支库	本公司	3,895.41
			税务事项通知书	待报解预算收入	珠海金山办公	
			税务事项通知书（税务资格备案表）	待结转财政款项-国库待处理款项户	武汉金山办公	
核高基《网络化中文办公服务平台的研发及产业化》	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	《财政部关于核定核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品科技重大专项2010年立项项目(课题)中央财政资金预算的函》(财建(2011)17号)、《关于核高基重大专项2009年和2010年课题立项的批复》(国科发高	《关于下达核高基重大专项2010年立项课题2010、2011年度中央财政专项资金的通知》	中华人民共和国财政部、珠海市财政局、珠海高新技术产业开发区发展和改革委员会和财政局	珠海金山办公	36.35



补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
		(2011)141号)以及《关于下达“核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品”国家科技重大专项2011年预算的通知》(工信财简函(2011)33号)				
核高基项目1	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	财建[2010]177号	工信专项一简[2010]65号文、工信专项一简[2010]111号文	中华人民共和国财政部	珠海金山办公	8.47
广东省财政厅企业研究开发省级财政补助	推动企业普遍建立研发准备金制度,引导企业有计划、持续地增加研发投入。	《关于激励企业研究开发财政补助试行方案》(粤财工(2015)59号)、《广东省省级企业研究开发财政补助资金管理办法(试行)》(粤财工(2015)246号)和《广东省企业研究开发省级财政补助政策操作指引(试行)》(粤科政字(2015)164号)	《关于2017年省科技发展专项资金(企业研究开发补助资金)项目计划的公示》	广州市天河区财政局、珠海(国家)高新技术产业开发区管理委员会发展改革和财政金融局	珠海金山办公、广州金山移动	508.63
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局企业研发费用补助资金	鼓励本市企业研究开发新产品、新技术、新工艺的积极性,引导企业加大研发费用的投入力度,不断提升技术创新能力,促进全市的科技进步和经济发展。	《珠海高新区企业研究开发费补助资金管理暂行规定》(珠高[2016]26号)	《关于2016年度高新区企业研究开发费用拟补助企业名单公示通告》	珠海(国家)高新技术产业开发区管理委员会发展改革和财政金融局	珠海金山办公	200.00
Kingsoft Office办公套件在海外市场的研发及推广	市科技计划项目是指根据全市科技发展战略和科技创新规划,以市财政科技经费支持,列入市科技计划,并在一定期限内由法人单位承担组织实施的科学技术研究开发及相关活动。	《广州市科技计划项目管理办法》(穗科创[2015]6号)	《2016年产教研协同创新重大专项对外科技合作专题拟入库项目公示》	广州市天河区财政局	广州金山移动	100.00
武汉市东湖开发区办公楼租赁补贴	给予武汉金山办公在东湖高新区实际使用的光谷金融港过渡办公用房提供用地支持。	不适用 <sup>3</sup>	《武汉东湖新技术开发区管理委员会与金山软件有限公司之金山软件(武汉)集团总部项目投资协议》、《武汉东湖新技术开发区管理委员会与北京金山办公软件股份有限公司之	武汉东湖新技术开发区管理委员会	武汉金山办公	60.03

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
			金山办公（武汉）总部项目投资协议》			
珠海市科技和工业信息化局2018年珠海市项目资金	为落实珠海市第八次党代会精神，实施创新驱动发展战略，聚焦实体经济发展，重点培育10家以上超百亿级龙头企业、100家以上超十亿级骨干企业、1000家以上成长性好的中小企业，形成梯队发展格局。	《珠海市人民政府关于印发珠海市实施工业企业培育“十百千计划”若干政策措施的通知》（珠府函〔2017〕168号）	《2018年珠海市项目资金申报通知》	珠海市财政局	珠海金山办公	50.00
中小企业公共服务平台项目	支持中小企业服务体系建设，引导服务机构持续为中小企业特别是小型微型企业提供优质服务。	《北京市支持中小企业发展资金管理暂行办法》（京财经一[2017]1926号）	《2018年北京市中小企业发展资金拟支持中小企业服务体系建设项目公示》	北京市经济和信息化委员会	本公司	41.00
广州市2016年高新技术企业认定通过奖励	深入实施创新驱动发展战略，增强科技创新企业核心竞争力，提升科技创新企业的质量和效益，推动全市高新技术企业培育和发展。	《广州市人民政府办公厅关于印发广州市科技创新小巨人企业及高新技术企业培育行动方案的通知》（穗府办函〔2015〕127号）	《2017年高新技术企业培育与市科技创新小巨人企业奖补项目拟立项企业名单公示》	广州市财政局国库支付分局、广州市天河区财政局	广州金山移动	40.00
珠海人力资源和社会保障局2017年度稳岗补贴	发挥失业保险预防失业、促进就业作用，承担企业稳定就业的社会责任。主要用于职工生活补助、缴纳社会保险费、转岗培训、技能提升培训等相关支出。	《关于做好失业保险支持企业稳定岗位工作的通知》（珠人社[2015]312号）	不适用 <sup>2</sup>	珠海市社会保险基金管理中心	珠海金山办公	36.09
2017年度中关村技术创新能力建设专项资金（专利部分）	加快中关村国家自主创新示范区建设，促进企业提升技术创新能力，加快科技服务业发展。	《中关村国家自主创新示范区技术创新能力建设专项资金管理办法》（中科技园发〔2015〕52号）	《关于拨付2017年度中关村技术创新能力建设专项资金（专利部分）的通知》（首知服协[2018]15号）	首都知识产权服务业协会	本公司	36.00
广州市企业研发经费投入后补助	全面支持企业开展研发活动、鼓励企业加大研发经费投入。	《广州市企业研发经费投入后补助实施方案》（穗科信[2014]2号）	《2017年广州市企业研发经费投入后补助专题拟补助名单公示》 <sup>4</sup>	广州市天河区财政局	广州金山移动	34.52
北京市海淀区人力资源和社会保障局2017年度稳岗补贴	企业承担稳定就业的社会责任，充分发挥失业保险预防失业、促进就业作用。稳岗补贴主要用于职工生活补助、缴纳社会保险费、转岗培训、技能	《关于失业保险支持企业稳定岗位有关问题的通知》（京人社就发[2015]186号）	不适用 <sup>2</sup>	北京市海淀区社会保险基金管理中心	本公司	28.47

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
	提升培训等相关支出。					
珠海高新技术产业开发区 发展改革委和财政 金融局知识产 权资助资金	提高企业知识产权创造与运用的能力，扩大知识产权总量，优化知识产权结构，培育企业基于自主知识产权的核心竞争力。	《关于印发珠海高新区促进知识产权工作暂行规定的通知》（珠高[2016]66号）	《珠海高新区2017年知识产权申报企业拟奖励情况名单公示》	珠海（国家）高新技术产业开发区管理 委员会发展改革和 财政金融局	珠海金山办公	21.00
广州市天河区 2018年新增规 模以上软件企 业支持专项资 金	促进企业加大研究与试验发展经费投入，提升区域自主创新能力。	《广州市天河区产业发展专项资金支持科技创新产业发展实施办法》（穗天科工信规〔2017〕2号）、《广州市天河区支持软件业发展和企业R&D投入实施办法》（穗天科工信规〔2017〕3号）	《天河区2018年新增规模以上软件企业及一季度营收增长支持专项、已整改2017年科技创新政策支持产业发展专项暂缓拨款项目拟立项名单公示》	广州市天河区财政 局	广州金山移动	10.00
广州市人力资 源和社会保障 局2017年度失 业保险稳定岗 位补贴	进一步发挥失业保险预防失业、促进就业的功能和作用。	《广州市人力资源和社会保障局 广州市财政局 广州市发展和改革委员会 广州市工业和信息化委员会关于印发<广州市失业保险支持企业稳定岗位实施办法>的通知》（穗人社发[2016]6号）	不适用 <sup>2</sup>	广州市社会 保险基金 管理中心	广州金山移动	4.64
2017年度中 关村技术创 新能力建 设专项资 金（商标部 分）	加快中关村国家自主创新示范区建设，促进企业提升技术创新能力，加快科技服务业发展	《中关村国家自主创新示范区技术创新能力建设专项资金管理办法》（中科技园发〔2015〕52号）	《关于2017年度中关村技术创新能力建设专项资金（商标部分）支持名单公示的通知》	中国技术交易所有 限公司	本公司	3.90
广州市2017年 支持新增“四 上”企业经 费补贴	加快培育“四上”企业，推动企业不断发展壮大，及时将符合条件的“四上”企业纳入统计而给予的统计工作经费补贴。	《关于支持新增“四上”企业经费补贴的工作方案》	广州市天河区统计局《通知》	广州市天河区财政 局	广州金山移动	1.00
<b>合计</b>						<b>5,115.51</b>

2019年1-3月:

单位: 人民币万元

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
增值税退税	为落实《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》(国发[2011]4号)的有关精神,进一步促进软件产业发展,推动我国信息化建设。	《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100号)	税务事项通知书	待报解预算收入-海淀支库、北京市海淀区支库	本公司	1,469.02
			税务事项通知书	待报解预算收入	珠海金山办公	
			税务事项通知书(税务资格备案表)	待结转财政款项-国库待处理款项户	武汉金山办公	
核高基《网络化中文办公服务平台的研发及产业化》	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	《财政部关于核定核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品科技重大专项2010年立项项目(课题)中央财政资金预算的函》(财建(2011)17号)、《关于核高基重大专项2009年和2010年课题立项的批复》(国科发高(2011)141号)以及《关于下达“核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品”国家科技重大专项2011年预算的通知》(工信财简函(2011)33号)	《关于下达核高基重大专项2010年立项课题2010、2011年度中央财政专项资金的通知》	中华人民共和国财政部、珠海市财政局、珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局	珠海金山办公	9.09
核高基项目1	用于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项项目。	财建[2010]177号	工信专项一简[2010]65号文、工信专项一简[2010]111号文	中华人民共和国财政部	珠海金山办公	2.11
广州市企业研发经费投入后补助	全面支持企业开展研发活动、鼓励企业加大研发经费投入。	《广州市企业研发经费投入后补助实施方案》(穗科信[2014]2号)	《2017年广州市企业研发经费投入后补助专题拟补助名单公示》 <sup>4</sup>	广州市财政局国库支付分局	广州金山移动	34.52
武汉市东湖开发区办公楼租赁补贴	给予武汉金山办公在东湖高新区实际使用的光谷金融港过渡办公用房提供用地支持。	不适用 <sup>3</sup>	《武汉东湖新技术开发区管理委员会与金山软件有限公司之金山软件(武汉)集团总部项目投资协议》、《武汉东湖新技术开发区管理委员会与北京金山办公软件股份有限公司之金山办公(武汉)总部项目投资协议》	武汉东湖新技术开发区管理委员会 <sup>5</sup>	武汉金山办公	29.61

补助项目	补贴用途	法律依据或政策	政府批复文件	资金渠道 <sup>1</sup>	补贴权属	金额
武汉市东湖开发区人才公寓租赁补贴	给予武汉金山办公在东湖高新区实际使用的人才公寓提供支持。	不适用 <sup>3</sup>	《武汉东湖新技术开发区管理委员会与金山软件有限公司之金山软件（武汉）集团总部项目投资协议》、《武汉东湖新技术开发区管理委员会与北京金山办公软件股份有限公司之金山办公（武汉）总部项目投资协议》	武汉金山软件有限公司 <sup>6</sup>	武汉金山办公	4.48
合计						1,548.83

注 1：资金渠道指公司报告期内享受的财政补助的发放单位或拨款单位银行账户名称；

注 2：企业向地方人力资源与社会保障局提交补贴申请文件，申请通过后即为批复；

注 3：法律依据或政策不适用系武汉东湖新新技术开发区为提高当地地方财力而对特定企业支付的财政补助；

注 4：2018 年及 2019 年 1-3 月广州市企业研发经费投入后补助项目的政府批复文件均为《2017 年广州市企业研发经费投入后补助专题拟补助名单公示》，该项补助系由市级财政及区级财政分别发放；

注 5：武汉市东湖开发区办公楼租赁补贴依据合同约定由武汉东湖新技术开发区管委会直接支付给业主方；

注 6：根据北京金山办公软件股份有限公司（以下简称“公司”）与武汉东湖新技术开发区管理委员会（以下简称“东湖管委会”）签订的《金山软件（武汉）集团总部项目投资协议》及《金山办公（武汉）总部项目投资协议》约定：公司在东湖高新区内实际使用的人才公寓等纳入东湖管委会与小米科技有限责任公司签署的《小米（武汉）总部项目投资协议》，由公司与小米科技有限责任公司自行协商分配。2019 年 1-3 月武汉金山办公软件有限公司，合计获得东湖管委会提供的政府补助 4.48 万元，此笔款项由小米科技（武汉）有限公司根据《小米（武汉）总部项目投资协议》代收，并通过武汉金山软件有限公司转给公司。

报告期内，2016年至2019年1-3月增值税退税金额分别为4,177.28万元、3,442.54万元、3,895.41万元和1,469.02万元，占各期计入损益的政府补助金额比例分别为85.75%、77.26%、76.15%和94.85%，增值税退税系根据《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100号）的规定享受的税收优惠政策，此政策系为进一步促进软件产业发展、推动信息化建设而针对满足条件的软件产品执行的，文件未规定政策有效期，且本公司为软件行业，未来不会改变发展方向，公司预计将持续享受此项政府补助。报告期内除增值税退税外，其他政府补助均不具有持续性，根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益[2008]》中的规定：“非经常性损益通常包括计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外。”公司将增值税退税以外的其他政府补助全部列入非经常性损益，该部分金额占净利润的比例较小，分别为5.34%、4.73%、3.93%及1.67%，不会对公司生产经营产生重大的不利影响。

报告期内，公司取得的政府补助均具有相应的政府批文依据，具有合法合规性。

## （二）请发行人说明

**1、报告期内各项政府补助等资金的内容、依据和到账时间，说明政府补助计入当期损益或递延收益的划分标准、依据和金额；说明与资产相关的政府补助的原值、摊销方法、期限及其确定依据、摊销开始时点及其摊销的具体情况；**

**（1）报告期内各项政府补助等资金的内容、依据和到账时间，说明政府补助计入当期损益或递延收益的划分标准、依据和金额；**

政府补助计入当期损益或递延收益的划分标准：政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助，企业取得的用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助，除此之外的政府补助，均划分为与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在所建造或购买的资产使用年限内按照合理、系统的方法分期计入损益或冲减相关资产账面价值；与收益相关的政府补助分为两种情况：①用于补偿企业以后期间的相关费

用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用或损失的期间计入当期损益或冲减相关成本；②用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益或冲减相关成本。

政府补助计入当期损益或递延收益的依据：公司根据政府补助文件或项目申请资料中相关的资金用途，其中用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益；用于购建或以其他方式形成长期资产的补助或者用于补偿公司以后期间的相关成本费用或损失的，则通过递延收益核算。

政府补助计入当期损益或递延收益的金额：

单位：人民币万元

类型	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
计入当期损益	1,548.83	5,115.51	4,455.87	4,871.51
计入递延收益	3,450.50	400.00		100.00
<b>合计</b>	<b>4,999.33</b>	<b>5,515.51</b>	<b>4,455.87</b>	<b>4,971.51</b>

1) 报告期内计入当期损益的各项政府补助等资金的内容、依据和到账时间如下表列示:

2016 年度

单位: 人民币万元

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/与收益相关	确认依据
增值税退税	《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100号)	多笔到账	4,177.28	与收益相关	用于补偿企业已发生的相关费用或损失的,直接计入当期损益。
中关村金山互联网+企业综合服务平台	《中关村国家自主创新示范区智慧中关村示范试点支持资金管理办法(暂行)》(中科技园发[2014]61号)	2016年7月、10月 <sup>1</sup>	270.00	与收益相关	
金山轻办公应用服务的研发及推广	《广州市科技计划项目管理办法》(穗科信[2015]6号)	2016年8月	50.00	与收益相关	
2015年广东省企业研究开发省级财政补助资金	《关于激励企业研究开发财政补助试行方案》(粤财工[2015]59号)、《广东省省级企业研究开发财政补助资金管理办法(试行)》(粤财工[2015]246号)和《广东省企业研究开发省级财政补助政策操作指引(试行)》(粤科政字[2015]164号)	2016年6月	59.58	与收益相关	
2015年广州市企业研发经费投入后补助	《广州市企业研发经费投入后补助实施方案》(穗科信[2014]2号)	2016年1月	34.58	与收益相关	
珠海高新技术产业开发区发展和改革和财政局2015年高新技术企业奖励	《珠海高新区鼓励申报高新技术企业暂行规定(修订)》(珠高[2016]55号)	2016年4月	20.00	与收益相关	
珠海高新技术产业开发区发展和改革和财政局2014年度企业研发费用补助资金	《珠海高新区企业研究开发费补助资金管理暂行规定》(珠高[2016]26号)	2016年5月	200.00	与收益相关	
珠海高新技术产业开发区发展和改革和财政局2015年度知识产权资助资金	《关于印发珠海高新区促进知识产权工作暂行规定的通知》(珠高[2016]66号)	2016年11月	15.00	与收益相关	
其他政府补助	《广州市人力资源和社会保障局 广州市财政局 广州市发展和改革委员会 广州市工业和信息化委员会关于印发《广州市失业保险支持企业稳定岗位实施办法》的通知》(穗人社发[2016]6号)	2016年12月	0.06	与收益相关	
核高基项目1	财建[2010]177号	2010年6月、11月	8.47	与资产相关	与资产相关的政府补助,确认为递延收益,在相关资产使用年限内按照合
核高基项目2	工信部财[2011]398号	2012年8月	0.19	与资产相关	
核高基《网络化中文办公服	《财政部关于核定核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品科技重	2011年6月、12月,	36.35	与资产相关	



项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/与收益相关	确认依据
务平台的研发及产业化》	大专项2010年立项项目(课题)中央财政资金预算的函》(财建(2011)17号)、《关于核高基重大专项2009年和2010年课题立项的批复》(国科发高(2011)141号)、《关于下达“核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品”国家科技重大专项2011年预算的通知》(工信财函(2011)33号)	2012年7月、9月、11月			理、系统的方法分期计入损益。
合计			4,871.51		

注 1: 中关村金山互联网+企业综合服务平台到账时间分为两次, 系项目约定验收完成后, 拨付 50% 款项。

## 2017 年度

单位: 人民币万元

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/与收益相关	确认依据
增值税退税	《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100号)	多笔到账	3,442.53	与收益相关	用于补偿企业已发生的相关费用或损失的, 直接计入当期损益。
天河区科技工业和信息化局《互动式在线创作分享服务的研发与应用》	《广州市科技计划项目管理办法》(穗科创〔2015〕6号)	2017年6月	50.00	与收益相关	
广东省财政厅企业研究开发省级财政补助	《关于激励企业研究开发财政补助试行方案》(粤财工〔2015〕59号)、《广东省省级企业研究开发财政补助资金管理办法(试行)》(粤财工〔2015〕246号)和《广东省企业研究开发省级财政补助政策操作指引(试行)》(粤科政字〔2015〕164号)	2017年2月、4月 <sup>2</sup>	586.61	与收益相关	
广州市人力资源和社会保障局2016年度失业保险稳定岗位补贴	《广州市人力资源和社会保障局 广州市财政局 广州市发展和改革委员会 广州市工业和信息化委员会关于印发<广州市失业保险支持企业稳定岗位实施办法>的通知》(穗人社发[2016]6号)	2017年8月	3.55	与收益相关	
广州市2016年度高新技术企业认定受理补贴	《广州市人民政府办公厅关于印发广州市科技创新小巨人企业及高新技术企业培育行动方案的通知》(穗府办函〔2015〕127号)	2017年8月	20.00	与收益相关	
广州市企业研发经费投入后补助	《广州市企业研发经费投入后补助实施方案》(穗科信[2014]2号)	2017年3月、4月 <sup>3</sup>	61.60	与收益相关	
广州市2016年高新技术企业认定通过奖励	《广州市人民政府办公厅关于印发广州市科技创新小巨人企业及高新技术企业培育行动方案的通知》(穗府办函〔2015〕127号)	2017年8月、9月 <sup>4</sup>	20.00	与收益相关	
珠海高新技术产业开发区发展和改革和财政局企业研发费用补助资金	《珠海高新区企业研究开发费补助资金管理暂行规定》(珠高[2016]26号)	2017年6月	200.00	与收益相关	

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/ 与收益相关	确认依据
珠海人力资源和社会保障局2016年度稳岗补贴	《关于做好失业保险支持企业稳定岗位工作的通知》(珠人社[2015]312号)	2017年7月	26.76	与收益相关	
核高基项目1	财建[2010]177号	2010年6月、11月	8.47	与资产相关	与资产相关的政府补助,确认为递延收益,在相关资产使用年限内按照合理、系统的方法分期计入损益。
核高基《网络化中文办公服务平台的研发及产业化》	《财政部关于核定核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品科技重大专项2010年立项项目(课题)中央财政资金预算的函》(财建(2011)17号)、《关于核高基重大专项2009年和2010年课题立项的批复》(国科发高(2011)141号)、《关于下达“核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品”国家科技重大专项2011年预算的通知》(工信财函(2011)33号)	2011年6月、12月,2012年7月、9月、11月	36.35	与资产相关	
合计			4,455.87		

注 2: 广东省财政厅企业研究开发省级财政补助到账时间分为两次,系广州金山移动科技有限公司获补助 86.61 万元,珠海金山办公软件有限公司获补助 500.00 万元;

注 3: 广州市企业研发经费投入后补助到账时间分为两次,系拨款主体不同,广州市财政局拨款 30.80 万元,广州市天河区财政局拨款 30.80 万元;

注 4: 广州市 2016 年高新技术企业认定通过奖励到账时间分为两次,系拨款主体不同,广州市财政局拨款 8.00 万元,广州市天河区财政局拨款 12.00 万元;

## 2018 年度

单位: 人民币万元

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/ 与收益相关	确认依据
增值税退税	《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100号)	多笔到账	3,895.41	与收益相关	用于补偿企业已发生的相关费用或损失的,直接计入当期损益。
北京市海淀区人力资源和社会保障局2017年度稳岗补贴	《关于失业保险支持企业稳定岗位有关问题的通知》(京人社就发[2015]186号)	2018年9月	28.47	与收益相关	
2017年度中关村技术创新能力建设专项资金(专利部分)	《中关村国家自主创新示范区技术创新能力建设专项资金管理办法》(中科技园发〔2015〕52号)	2018年4月	36.00	与收益相关	
2017年度中关村技术创新能力建设专项资金(商标部分)	《中关村国家自主创新示范区技术创新能力建设专项资金管理办法》(中科技园发〔2015〕52号)	2018年6月	3.90	与收益相关	
中小企业公共服务平台项目	《北京市支持中小企业发展资金管理暂行办法》(京财经一[2017]1926号)	2018年12月	41.00	与收益相关	
广东省财政厅企业研究开发省级财政补助	《关于激励企业研究开发财政补助试行方案》(粤财工〔2015〕59号)、《广东省省级企业研究开发财政补助资金管理办法(试行)》(粤财工〔2015〕246号)和《广东省企业研究开发省级财政补助政策操作指引	2018年2月、3月 <sup>5</sup>	508.63	与收益相关	

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/ 与收益相关	确认依据
	(试行)》(粤科政字〔2015〕164号)				
广州市人力资源和社会保障局 2017年度失业保险稳定岗位补贴	《广州市人力资源和社会保障局 广州市财政局 广州市发展和改革委员会 广州市工业和信息化委员会关于印发<广州市失业保险支持企业稳定岗位实施办法>的通知》(穗人社发[2016]6号)	2018年10月	4.64	与收益相关	
广州市企业研发经费投入后补助	《广州市企业研发经费投入后补助实施方案》(穗科信[2014]2号)	2018年8月	34.52	与收益相关	
广州市2016年高新技术企业认定 通过奖励	《广州市人民政府办公厅关于印发广州市科技创新小巨人企业及高新技术企业培育行动方案的通知》(穗府办函[2015]127号)	2018年4月、6月 <sup>6</sup>	40.00	与收益相关	
珠海高新技术产业开发区发展改 革和财政局企业研发费用补助资 金	《珠海高新区企业研究开发费补助资金管理暂行规定》(珠高[2016]26号)	2018年9月	200.00	与收益相关	
珠海人力资源和社会保障局2017 年度稳岗补贴	《关于做好失业保险支持企业稳定岗位工作的通知》(珠人社[2015]312号)	2018年8月	36.09	与收益相关	
珠海市科技和工业信息化局2018 年珠海市项目资金	《珠海市人民政府关于印发珠海市实施工业企业培育“十百千计划”若干政策措施的通知》(珠府函〔2017〕168号)	2018年12月	50.00	与收益相关	
珠海高新技术产业开发区发展改 革和财政金融局知识产权资助资 金	《关于印发珠海高新区促进知识产权工作暂行规定的通知》(珠高[2016]66号)	2018年10月	21.00	与收益相关	
广州市2017年支持新增“四上”企 业经费补贴	《关于支持新增“四上”企业经费补贴的工作方案》	2018年3月	1.00	与收益相关	
广州市天河区2018年新增规模以 上软件企业支持专项资金	《广州市天河区产业发展专项资金支持科技创新产业发展实施办法》(穗天科工信规〔2017〕2号)、《广州市天河区支持软件业发展和企业R&D投入实施办法》(穗天科工信规〔2017〕3号)	2018年6月	10.00	与收益相关	
武汉市东湖开发区办公楼租赁补 贴	《武汉东湖新技术开发区管理委员会与金山软件有限公司之金山软件(武汉)集团总部项目投资协议》、《武汉东湖新技术开发区管理委员会与北京金山办公软件股份有限公司之金山办公(武汉)总部项目投资协议》	不适用 <sup>7</sup>	60.03	与收益相关	
Kingsoft Office办公套件在海外市 场的研发及推广	《广州市科技计划项目管理办法》(穗科创[2015]6号)	2016年8月	100.00	与收益相关	用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的,确认为递延收益,并在确认相关费用或损失的期间,

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/ 与收益相关	确认依据
					计入当期损益。
核高基项目1	财建[2010]177号	2010年6月、11月	8.47	与资产相关	与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用年限内按照合理、系统的方法分期计入损益。
核高基《网络化中文办公服务平台的研发及产业化》	《财政部关于核定核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品科技重大专项2010年立项项目(课题)中央财政资金预算的函》(财建(2011)17号)、《关于核高基重大专项2009年和2010年课题立项的批复》(国科发高(2011)141号)、《关于下达“核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品”国家科技重大专项2011年预算的通知》(工信财函(2011)33号)	2011年6月、12月，2012年7月、9月、11月	36.35	与资产相关	
<b>合计</b>			<b>5,115.51</b>		

注 5: 广东省财政厅企业研究开发省级财政补助到账时间分为两次,系广州金山移动科技有限公司获补助 81.59 万元,珠海金山办公软件有限公司获补助 427.04 万元;

注 6: 广州市 2016 年高新技术企业认定通过奖励到账时间分为两次,系拨款主体不同,广州市财政局拨款 16.00 万元,广州市天河区财政局拨款 24.00 万元;

注:7: 武汉市东湖开发区办公楼租赁补贴依据合同约定由武汉东湖新技术开发区管委会直接支付给业主方,因此到账时间不适用。

2019 年 1-3 月

单位: 人民币万元

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/ 与收益相关	确认依据
增值税退税	《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100号)	多笔到账	1,469.02	与收益相关	用于补偿企业已发生的相关费用或损失的,直接计入当期损益。
武汉市东湖开发区办公楼租赁补贴	《武汉东湖新技术开发区管理委员会与金山软件有限公司之金山软件(武汉)集团总部项目投资协议》、《武汉东湖新技术开发区管理委员会与北京金山办公软件股份有限公司之金山办公(武汉)总部项目投资协议》	不适用 <sup>8</sup>	29.61	与收益相关	
武汉市东湖开发区人才公寓租赁补贴	《武汉东湖新技术开发区管理委员会与金山软件有限公司之金山软件(武汉)集团总部项目投资协议》、《武汉东湖新技术开发区管理委员会与北京金山办公软件股份有限公司之金山办公(武汉)总部项目投资协议》	2019年3月	4.48	与收益相关	

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/与收益相关	确认依据
广州市企业研发经费投入后补助	《广州市企业研发经费投入后补助实施方案》(穗科信[2014]2号)	2019年3月	34.52	与收益相关	
核高基项目1	财建[2010]177号	2010年6月、11月	2.11	与资产相关	与资产相关的政府补助,确认为递延收益,在相关资产使用年限内按照合理、系统的方法分期计入损益。
核高基《网络化中文办公服务平台的研发及产业化》	《财政部关于核定核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品科技重大专项2010年立项项目(课题)中央财政资金预算的函》(财建(2011)17号)、《关于核高基重大专项2009年和2010年课题立项的批复》(国科发高(2011)141号)、《关于下达“核心电子器件高端通用芯片及基础软件产品”国家科技重大专项2011年预算的通知》(工信财简函(2011)33号)	2011年6月、12月, 2012年7月、9月、11月	9.09	与资产相关	
<b>合计</b>			<b>1,548.83</b>		

注 8: 武汉市东湖开发区办公楼租赁补贴依据合同约定由武汉东湖新技术开发区管委会直接支付给业主方, 因此到账时间不适用。

2) 报告期内计入递延收益的各项政府补助等资金的内容、依据和到账时间如下表列示:

2016 年度

单位: 人民币万元

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/与收益相关	确认依据
Kingssoft Office 办公套件在海外市场的研发及推广	《广州市科技计划项目管理办法》(穗科创[2015]6号)	2016年8月	100.00	与收益相关	用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的, 确认为递延收益, 并在确认相关费用或损失的期间, 计入当期损益。
<b>合计</b>			<b>100.00</b>		

2017 年度

2017 年度无政府补助计入递延收益。

2018 年度

单位：人民币万元

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/ 与收益相关	确认依据
金山WPS企业办公云平台项目建设性费用补贴	《武汉东湖新技术开发区管理委员会 北京金山办公软件股份有限公司 金山办公（武汉）总部项目投资协议》	2018年4月	400.00	与收益相关	用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用或损失的期间，计入当期损益。
合计			400.00		

2019年1-3月

单位：人民币万元

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/ 与收益相关	确认依据
对引资引智引技项目的奖励和补助	《安徽省人民政府关于印发支持中国声谷建设若干政策的通知》（皖政〔2017〕119号）、《关于印发支持中国声谷建设若干政策实施细则的通知》（皖经信财务〔2017〕276号）	2019年1月	200.00	与收益相关	用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用或损失的期间，计入当期损益。
智能写作创新及产业化公共服务平台	《安徽省人民政府关于印发支持中国声谷建设若干政策的通知》（皖政〔2017〕119号）、《关于印发支持中国声谷建设若干政策实施细则的通知》（皖经信财务〔2017〕276号）	2019年1月	200.00	与资产相关	与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用年限内按照合理、系统的方法分期计入损益。
			2,800.00	与收益相关	用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用或损失的期间，计入当期损益。
面向党政办公的基础软件升级优化及办公平台研制——办公平台	《关于“核心电子器件、高端通用芯片及基础软件产品”科技重大专项2018年课题立项的通知》（产发函[2018]963号）	2019年1月	211.50	与收益相关	用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用或损失的期间，计入当期损益。
			39.00	与资产相关	与资产相关的政府补助，确认为递延收

项目	文件依据	到账时间	金额	与资产相关/ 与收益相关	确认依据
					益, 在相关资产使用 年限内按照合理、系 统的方法分期计入 损益。
合计			3,450.50		

(2) 说明与资产相关的政府补助的原值、摊销方法、期限及其确定依据、摊销开始时点及其摊销的具体情况；

单位：人民币万元

政府补助名称	认定与资产相关的 政府补助的依据	购置固定 资产/无 形资产原 值	摊销 方法	期限	原值	期限确定依据	摊销开始 时点	摊销具体情况-各年摊销金额			
								2019年 1-3月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
核高基项目1	根据企业会计准则16号-政府补助，与资产相关的政府补助，是指企业取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助	170.45	直线法	3年	82.26	固定资产：根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命；无形资产：按照10年进行摊销	2009-2011年	-	-	-	-
			直线法	5年	3.50		2010年	-	-	-	-
			直线法	10年	84.69		2011-2012年	2.12	8.47	8.47	8.47
核高基项目2		18.22	直线法	3年	18.22		2012-2013年	-	-	-	0.19
			核高基《网络化中文办公服务平台的研发及产业化》	2,680.96	直线法		3年	2,307.50	2010-2012年	-	-
直线法		10年			373.46		2011-2012年	9.09	36.35	36.35	36.35
合计		2,869.63			2,869.63			11.21	44.82	44.82	45.01

**2、结合政府补助的具体情况、同行业上市公司政府补助等，说明与同行业公司相比，发行人是否获得更多政府补助或其他支持**

报告期内，公司可比公司计入当期损益的政府补助及其占当期营业收入的比例如下表：

单位：人民币万元

可比公司	2019年1-3月			2018年度			2017年度			2016年度		
	计入当期损益的政府补助	营业收入	占比(%)	计入当期损益的政府补助	营业收入	占比(%)	计入当期损益的政府补助	营业收入	占比(%)	计入当期损益的政府补助	营业收入	占比(%)
鼎捷软件	-	25,519.37	-	3,066.68	134,152.15	2.29	3,619.81	121,598.05	2.98	2,819.20	114,001.28	2.47
东方通	-	9,029.86	-	4,362.92	37,205.23	11.73	3,102.21	29,278.64	10.60	4,150.12	32,539.76	12.75
广联达	-	45,732.20	-	16,864.64	286,155.53	5.89	16,838.00	233,972.76	7.20	18,433.34	202,955.12	9.08
泛微网络	-	20,540.96	-	7,375.22	100,360.08	7.35	5,950.95	70,421.77	8.45	4,964.32	46,130.50	10.76
用友网络	-	125,228.61	-	39,948.15	770,349.50	5.19	38,854.02	634,365.85	6.12	35,251.15	511,334.89	6.89
久其软件	-	52,275.83	-	3,531.83	272,023.56	1.30	3,120.62	199,217.70	1.57	2,715.03	132,080.20	2.06
均值	-	46,387.80	-	12,524.91	266,707.68	4.70	11,914.27	214,809.13	5.55	11,388.86	173,173.63	6.58
<b>本公司</b>	<b>1,548.83</b>	<b>28,439.88</b>	<b>5.45</b>	<b>5,115.51</b>	<b>112,968.11</b>	<b>4.53</b>	<b>4,455.87</b>	<b>75,326.50</b>	<b>5.92</b>	<b>4,871.51</b>	<b>54,252.27</b>	<b>8.98</b>

注：数据来源于可比公司报告；可比公司季报未披露2019年1-3月计入当期损益的政府补助。



如上表所示，2016-2018 年度，公司计入当期损益的政府补助金额低于同行业可比公司均值，但占当期营业收入的比例与同行业可比公司均值较为接近，处于行业平均水平。可比公司中，泛微网络与公司营业收入规模较为接近，但泛微网络 2016-2018 年度计入当期损益的政府补助金额均高于本公司。本公司报告期内各期政府补助主要为增值税退税及研发补贴，与同行业可比公司结构一致。综上所述，与同行业公司相比公司并未获得更多政府补助或其他支持。

### 3、分析主要补贴未来持续发放的可能性，是否会对发行人生产经营产生影响

报告期内，公司政府补助情况如下表：

单位：人民币万元

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
计入递延收益的政府补助金额	3,450.50	400.00		100.00
计入当期损益的政府补助金额	1,548.83	5,115.51	4,455.87	4,871.51
其中：增值税退税金额	1,469.02	3,895.41	3,442.54	4,177.28
增值税退税占政府补助的比（%）	94.85	76.15	77.26	85.75
扣除增值税退税后的政府补助金额	79.81	1,220.10	1,013.33	694.23
非经常性损益列示金额	79.81	1,220.10	1,013.33	694.23
净利润	4,778.12	31,066.66	21,433.73	12,992.74
非经列示金额占净利润的比（%）	1.67	3.93	4.73	5.34

如上表所示，报告期各期计入当期损益的政府补助主要为增值税退税，其金额占各期计入当期损益的政府补助金额的比例分别为 85.75%、77.26%、76.15% 及 94.85%，该项政府补助系根据《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号）的规定享受的税收优惠政策，此政策系为进一步促进软件产业发展、推动信息化建设而针对满足条件的软件产品执行的，文件未规定政策有效期，且本公司为软件行业，未来不会改变发展方向，公司预计将持续享受此项政府补助。报告期内除增值税退税外，其他政府补助均不具有持续性，公司将其全部列入非经常性损益，该部分金额占净利润的比例分别为 5.34%、4.73%、3.93% 及 1.67%，占比较低，不会对公司生产经营产生重大的不利影响。报告期各期计入递延收益的政府补助分别为 100.00 万元、0.00 万元、400.00 万

元及 3,450.50 万元，其中 2019 年 1-3 月金额较大，主要为安徽金山办公收到的智能写作创新及产业化公共服务平台项目相关补贴，具有偶发性。

综上所述，主要补贴增值税退税未来持续发放的可能性较高，其他政府补助不具有持续性，但不会对公司生产经营产生重大的不利影响。

**(三)请保荐机构及申报会计师核查公司政府补助的确认时间以及划分收益相关和资产相关的政府补助是否符合《企业会计准则》相关要求。**

保荐机构、申报会计师核查了公司政府补助的相关文件依据、批复文件及公司对政府补助的会计核算方法，公司依据获取该项政府补助的用途，用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助，除此之外的政府补助，均划分为与收益相关的政府补助。保荐机构、申报会计师核查了政府补助相关的文件、银行回单、核实拨付时间与企业确认政府补助的时间，确认公司政府补助的确认时间合理。因此公司政府补助的确认时间以及划分收益相关和资产相关的政府补助符合《企业会计准则》相关要求。

**(四)请保荐机构、发行人律师对相关政府补助是否合法有效、发行人报告期内是否对政府补助存在重大依赖、该等补助是否具有可持续性，以及对发行人持续经营能力的影响发表明确意见。**

如本题第（一）部分回复所述，经核查，保荐机构、发行人律师认为，报告期内发行人取得的政府补助均具有明确的依据，合法有效。

如本题第（二）部分回复所述，经核查，保荐机构、发行人律师认为，报告期内除增值税退税外，发行人其他政府补助金额占净利润的比例分别为 5.34%、4.73%、3.93%及 1.67%，占比较低，发行人对政府补助不存在重大依赖。

如本题第（二）部分回复所述，经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人主要政府补助中增值税退税未来持续发放的可能性较高，其他政府补助虽然不具有持续性，但不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

**二、招股说明书修改及补充披露**

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（六）营业外收支分析”之“1、营业外收入”中补充披露报告期内发

行人享受的政府补助的法律或政策依据、政府部门的批复文件取得情况、相关资金渠道、补贴权属、补贴用途、相关政府补贴的合法有效性及可持续性等内容。

### 三、中介机构核查意见

就上述问题，保荐机构、申报会计师、发行人律师履行了以下核查程序：

1、获取并检查了报告期内各项政府补助法律依据或政策（含政府批复文件）及各项政府补助银行收款单据；

2、获取并检查公司政府补助台账、政府补助文件、进账单，逐项复核公司政府补助确认依据、时点以及补助性质是否与日常经营相关，对于与研发投入相关的补助项目，获取研发项目相关文件；

3、比对公司政府补助文件主要内容，逐项复核公司在报告期内各项政府补助计入当期损益或者递延收益的相关划分是否符合《企业会计准则》的相关要求，金额是否计提准确；

4、获取同行业可比公司各期报告，对其政府补助结构、金额进行分析；

5、将公司政府补助与同行业可比公司政府补助进行对比分析；

保荐机构、申报会计师认为金山办公股份报告期内享受的政府补助存在明确的法律或政策依据，均已取得政府部门的批复文件，明确了相关资金渠道、补贴权属、补贴用途等；报告期内公司政府补助确认的依据充分、时点恰当，计入当期损益或递延收益准确，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；政府补助的确认时间以及划分与收益相关和资产相关的政府补助符合《企业会计准则》相关要求；与同行业公司相比公司并未获得更多政府补助或其他支持；公司对政府补助不存在重大依赖，政府补助中增值税退税部分具有可持续性，其他政府补助不具有可持续性但不会对公司生产经营产生重大的不利影响。

保荐机构、发行人律师认为：报告期内，发行人取得的政府补助均具有明确的依据，合法有效；报告期内发行人对政府补助不存在重大依赖；发行人主要政府补助中增值税退税未来持续发放的可能性较高，其他政府补助虽然不具有持续性，但不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

## 问题 7.关于其他问题

(1) 请保荐机构、申报会计师说明对报告期内发行人三种收入模式的核查手段、不同手段的核查比例、剔除重复客户后不同手段累计核查比例、核查结论，以及发行人报告期内退货的情况，并发表意见。

### 一、对审核问询函的答复

#### (一) 办公软件使用授权业务收入核查情况

针对办公软件使用授权业务，保荐机构及申报会计师采取了函证、访谈及经销最终客户收入等方式，对收入进行了核查：

##### 1、函证核查

保荐机构通过函证方式对公司收入进行了核查，报告期内，办公软件使用授权业务收入中，回函相符的金额占当期办公软件使用授权业务收入的比例分别为 55.57%、59.54%、52.14% 及 40.30%。

申报会计师通过函证方式对公司收入进行了核查，报告期内，办公软件使用授权业务收入中，回函相符的金额占当期办公软件使用授权业务收入的比例分别为 77.79%、68.31%、51.89% 及 50.83%。

##### 2、访谈核查

保荐机构及申报会计师通过访谈方式对公司收入进行了核查，由于办公软件使用授权业务直销客户多数为政府机关及银行等金融机构，因此相比经销商客户，接受访谈的数量较少。报告期内办公软件使用授权业务收入中，接受访谈的客户收入占当期办公软件使用授权业务收入的比例分别为 39.98%、38.70%、39.27% 及 48.27%。

##### 3、经销最终客户收入核查

由于办公软件使用授权业务中，经销收入占比较高，为核查发行人软件产品使用授权业务经销商收入最终实现销售的具体情况，保荐机构及申报会计师进行了如下核查：

(1) 对于有上级直属单位管辖的最终客户，如通过国务院国资委、各省国资委管理的央企、国企，以及版权局管辖其正版软件采购的政府单位，通过与上

级直属单位进行沟通、确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：

#### A、与国资委的沟通与确认

通过请示与沟通，保荐机构与申报会计师以邮件的形式，取得了三十家国资委对各自管辖的国企最终客户所购买产品、购买数量的相关确认，2016年至2018年及2019年1-3月得到有效确认的最终客户实现收入金额分别为2,513.10万元、2,634.46万元、3,298.82万元及792.02万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的14.70%、12.98%、13.01%及15.26%。

对于报告期内所有国务院国资委管辖的央企最终客户，以邮件的方式进行了核查，报告期内分别确认有效收入1,846.44万元、4,098.27万元、2,188.76万元及735.94万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的10.80%、20.19%、8.63%及14.18%。

综上，保荐机构及申报会计师对各国企、央企最终客户的核查，报告期内分别确认有效收入4,359.54万元、6,732.73万元、5,487.58万元及1,527.97万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的25.49%、33.17%、21.64%及29.43%。

#### B、与版权局的沟通确认

通过请示与沟通，保荐机构与申报会计师以邮件的形式，取得了二十九家版权局对各自管辖的政府单位最终客户所购买产品、购买数量的相关确认，报告期内得到有效确认的最终客户实现收入金额分别为2,804.25万元、2,798.02万元、10,626.18万元及2,074.07万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的16.40%、13.78%、41.90%及39.95%。

(2) 对于无需向上级管辖单位进行汇报的最终客户，如私企等最终客户，进行邮件确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：

保荐机构与申报会计师通过邮件确认的方式，对公司取得收入金额较大的私企、金融企业最终客户及政府部委最终客户（不受版权局管辖的政府部门）进行了邮件核查，2016年至及2018年及2019年1-3月，有效确认的收入金额分别为472.05万元、481.50万元、1,751.62万元及148.88万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的2.76%、2.37%、6.91%及2.88%。

### (3) 对最终客户进行电话访谈

除上述核查手段外，对报告期内代理商销售模式下的所有最终客户（包括上述通过主管单位统一确认过的部分央企、国企、政府部门等最终客户）进行抽样电话访谈，并保存了电话录音，接听人身份及购买单位得到核实、单位购买数量情况、使用状态等情况都得到有效确认的电话 238 通。核查过程中，不存在被访者否认或质疑购买产品的情况。2016 年至 2018 年及 2019 年 1-3 月，有效电话访谈确认的收入金额分别为 2,520.51 万元、3,210.78 万元、2,666.92 万元及 189.53 万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的 14.74%、15.82%、10.52% 及 3.65%。

综上所述，由于部分最终客户进行了邮件、电话访谈双重核查，因此进行排重之后，2016 年至 2018 年及 2019 年 1-3 月，收入核查程序覆盖的有效收入金额分别为 9,227.65 万元、11,210.34 万元、20,532.30 万元及 3,791.56 万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的 53.96%、55.23%、80.96% 及 73.03%。收入核查过程中，保荐机构及申报会计师未发现最终用户不存在、最终用户实际购买与公司记录不相符的情况。

报告期内，发行人办公软件产品使用授权中，直销业务一般经过招投标或商务谈判，在签订合同前与客户业务、技术人员确认相关需求，提供测试与试用；经销业务中，日本金山为分成式销售（不存在退货情况），其他经销商均为买断式销售，此类经销商需要在公司后台系统填写具体最终客户信息，才能进行下单，公司根据订单中最终用户信息打印授权证书、分配序列号，且根据合同条款，除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。保荐机构及申报会计师对通过函证、访谈及经销最终客户收入核查等方式，对发行人产品的质量及退货情况进行了核查，报告期内，办公软件产品使用授权业务不存在严重质量问题，亦不存在销售退回的情况。

综上，保荐机构对办公软件使用授权业务收入的核查比例如下：

1、核查客户家数统计

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
直销								
函证	5	12.82%	11	7.53%	7	5.56%	11	12.36%
访谈	2	5.13%	2	1.37%	1	0.79%	1	1.12%
<b>函证、访谈 累计核查数量 (已去重)</b>	<b>6</b>	<b>15.38%</b>	<b>11</b>	<b>7.53%</b>	<b>7</b>	<b>5.56%</b>	<b>11</b>	<b>12.36%</b>
当期直销客户数量	39	100.00%	146	100.00%	126	100.00%	89	100.00%
经销								
函证	16	13.01%	21	10.50%	36	24.16%	43	22.63%
访谈	13	10.57%	19	9.50%	12	8.05%	10	5.26%
经销商最终 用户核查	87	70.73%	153	76.50%	98	65.77%	78	41.05%
<b>函证、访谈、 经销商最终 用户核查累 计核查数量 (已去重)</b>	<b>88</b>	<b>71.54%</b>	<b>156</b>	<b>78.00%</b>	<b>101</b>	<b>67.79%</b>	<b>86</b>	<b>45.26%</b>
当期经销商数量	123	100.00%	200	100.00%	149	100.00%	190	100.00%

## 2、核查收入金额统计

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销								
函证	844.18	50.00%	4,006.91	38.12%	1,032.02	12.25%	2,052.56	31.18%
访谈	715.52	42.38%	682.00	6.49%	184.62	2.19%	854.70	12.98%
<b>函证、访谈 累计核查金 额(已去重)</b>	<b>1,559.70</b>	<b>92.38%</b>	<b>4,006.91</b>	<b>38.12%</b>	<b>1,032.02</b>	<b>12.25%</b>	<b>2,907.26</b>	<b>44.16%</b>
当期直销客 户收入(未 扣减PCS)	1,688.41	100.00%	10,510.04	100.00%	8,422.33	100.00%	6,582.84	100.00%
经销								
函证	2,605.17	50.18%	14,694.43	57.94%	16,069.00	79.16%	11,106.97	64.95%
访谈	2,605.58	50.19%	13,402.66	52.85%	10,929.38	53.84%	8,612.95	50.37%
经销商最终 用户核查	3,791.56	73.03%	20,532.30	80.96%	11,210.34	55.23%	9,227.65	53.96%
<b>函证、访谈、 经销商最终 用户核查累 计核查金 额(已去重)</b>	<b>4,333.03</b>	<b>83.46%</b>	<b>22,620.81</b>	<b>89.20%</b>	<b>18,026.09</b>	<b>88.80%</b>	<b>13,794.08</b>	<b>80.67%</b>
当期经销商 收入(未扣 减PCS)	5,191.62	100.00%	25,359.76	100.00%	20,299.24	100.00%	17,099.94	100.00%

申报会计师对办公软件使用授权业务收入的核查比例如下：



1、核查客户家数统计

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
直销								
函证	5	12.82%	12	8.22%	13	10.32%	21	23.60%
访谈	2	5.13%	2	1.37%	1	0.79%	1	1.12%
函证、访谈 累计核查数量 (已去重)	5	12.82%	12	8.22%	13	10.32%	21	23.60%
当期直销客 户数量	39	100.00%	146	100.00%	126	100.00%	89	100.00%
经销								
函证	16	13.01%	22	11.00%	47	31.54%	65	34.21%
访谈	13	10.57%	19	9.50%	12	8.05%	10	5.26%
经销商最终 用户核查	87	70.73%	153	76.50%	98	65.77%	78	41.05%
函证、访谈、 经销商最终 用户核查累 计核查数量 (已去重)	90	73.17%	156	78.00%	103	69.13%	100	52.63%
当期经销商 数量	123	100.00%	200	100.00%	149	100.00%	190	100.00%

2、核查收入金额统计

单位：人民币万元

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销								
函证	1,033.41	61.21%	3,469.98	33.02%	1,926.55	22.87%	3,560.91	54.09%
访谈	715.52	42.38%	682.00	6.49%	184.62	2.19%	854.70	12.98%
函证、访谈 累计核查 金额(已去 重)	<b>1,033.41</b>	<b>61.21%</b>	<b>3,469.98</b>	<b>33.02%</b>	<b>1,926.55</b>	<b>22.87%</b>	<b>3,560.91</b>	<b>54.09%</b>
当期直销 客户收入 (未扣减 PCS)	1,688.41	100.00%	10,510.04	100.00%	8,422.33	100.00%	6,582.84	100.00%
经销								
函证	2,463.52	47.45%	15,144.51	59.72%	17,692.18	87.16%	14,862.87	86.92%
访谈	2,605.58	50.19%	13,402.66	52.85%	10,929.38	53.84%	8,612.95	50.37%
经销商最 终用户核 查	3,791.56	73.03%	20,532.30	80.96%	11,210.34	55.23%	9,227.65	53.96%
函证、访 谈、经销 商最终用 户核查累 计核查金 额(已去 重)	<b>4,563.22</b>	<b>87.90%</b>	<b>22,780.44</b>	<b>89.83%</b>	<b>18,888.27</b>	<b>93.05%</b>	<b>15,004.61</b>	<b>87.75%</b>
当期经销 商收入(未	5,191.62	100.00%	25,359.76	100.00%	20,299.24	100.00%	17,099.94	100.00%

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
扣减PCS)								

## (二) 办公服务订阅收入核查情况

### 1、保荐机构核查情况

#### (1) WPS 会员和稻壳会员

报告期内，保荐机构对办公服务订阅模式之 WPS 会员、稻壳会员业务收入进行了 IT 审计核查，主要核查手段包括：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获取报告期内每年的退款金额和订单数量，核查退款比例；⑦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；⑧结合公司产品和定价、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；⑨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，对用户使用的真实性进行分析。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。

报告期内发行人办公服务订阅之 WPS 会员、稻壳会员的客户数量如下表所示：

类型	2019年1-3月	2018年	2017年度	2016年度
WPS会员	2,846,770	5,752,449	2,955,218	986,351
稻壳会员	1,273,806	3,577,612	2,493,614	1,064,577
合计	<b>4,120,576</b>	<b>9,330,061</b>	<b>5,448,832</b>	<b>2,050,928</b>

报告期内发行人 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
合计	<b>15,788.62</b>	<b>44,782.07</b>	<b>20,157.20</b>	<b>5,334.10</b>

保荐机构对 WPS 会员、稻壳会员的客户具体核查数量情况如下表所示：

序号	项目	2019年1-3月		2018年		2017年度		2016年度	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
1	支付渠道核查	4,120,576	100.00%	9,330,061	100.00%	5,448,832	100.00%	2,050,928	100.00%
2	增长趋势核查	4,120,576	100.00%	9,330,061	100.00%	5,448,832	100.00%	2,050,928	100.00%
3	转化率核查	4,120,576	100.00%	9,330,061	100.00%	5,448,832	100.00%	2,050,928	100.00%
4	消费时点核查	4,120,576	100.00%	9,330,061	100.00%	2,200,406	40.38%	232,044	11.31%
5	自充值核查	7	0.00%	7	0.00%	7	0.00%	7	0.00%
6	退款核查	4,120,576	100.00%	9,330,061	100.00%	5,448,832	100.00%	2,050,928	100.00%
7	支付账号核查	2,000	0.05%	2,000	0.02%	2,000	0.04%	2,000	0.10%
8	集中度核查	2,000	0.05%	2,000	0.02%	2,000	0.04%	2,000	0.10%
9	地区分布核查	2,499,525	60.66%	7,234,717	77.54%	2,926,608	53.71%	1,591,159	77.58%
10	使用频率核查	1,177,304	28.57%	2,570,041	27.55%	1,111,278	20.39%	-	-
11	云使用率核查	3,900,463	94.66%	8,574,403	91.90%	3,182,124	58.40%	1,058,568	51.61%
12	使用时长核查	5,149,547	124.97%	4,247,010	45.52%	4,351,208	79.86%	-	-
13	使用平台核查	-	-	-	-	-	-	-	-
14	<b>IT审计=1至13去除重复样本</b>	<b>4,120,576</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,330,061</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,448,832</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,050,928</b>	<b>100.00%</b>
15	电话访谈主要客户	53	0.00%	156	0.00%	284	0.01%	378	0.02%
16	<b>合计</b>	<b>4,120,576</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,330,061</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,448,832</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,050,928</b>	<b>100.00%</b>

由上表可见，WPS 会员、稻壳会员的客户为个人客户，销售相关数据由发行人业务系统进行记录，各核查手段可对全部个人客户的购买行为进行覆盖。作为补充核查手段，保荐机构对报告期内按购买金额排名的前 2,000 名个人客户提取了个人信息，

对其中留有电话号码的个人客户进行了电话访谈。

保荐机构对 WPS 会员、稻壳会员的收入具体核查情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目	2019年1-3月		2018年		2017年度		2016年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	支付渠道核查	15,788.62	100.00%	44,782.07	100.00%	20,157.20	100.00%	5,334.10	100.00%
2	增长趋势核查	15,788.62	100.00%	44,782.07	100.00%	20,157.20	100.00%	5,334.10	100.00%
3	转化率核查	15,788.62	100.00%	44,782.07	100.00%	20,157.20	100.00%	5,334.10	100.00%
4	消费时点核查	15,788.62	100.00%	44,782.07	100.00%	2,562.33	12.71%	2,455.11	46.03%
5	自充值核查	-	-	-	-	-	-	-	-
6	退款核查	15,788.62	100.00%	44,782.07	100.00%	20,157.20	100.00%	5,334.10	100.00%
7	支付账号核查	113.39	0.72%	189.61	0.42%	192.08	0.95%	120.19	2.25%
8	集中度核查	113.39	0.72%	189.61	0.42%	192.08	0.95%	120.19	2.25%
9	地区分布核查	11,141.41	70.57%	39,017.73	87.13%	9,688.74	48.07%	4,161.84	78.02%
10	使用频率核查	-	-	-	-	-	-	-	-
11	云使用率核查	-	-	-	-	-	-	-	-
12	使用时长核查	-	-	-	-	-	-	-	-
13	使用平台核查	15,788.62	100.00%	44,782.07	100.00%	20,157.20	100.00%	5,334.10	100.00%
14	<b>IT审计=1至13去除重复样本</b>	<b>15,788.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>44,782.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,157.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,334.10</b>	<b>100.00%</b>
15	电话访谈主要客户	10.76	0.07%	43.87	0.10%	27.82	0.14%	23.22	0.44%
16	<b>合计</b>	<b>15,788.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>44,782.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,157.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,334.10</b>	<b>100.00%</b>

由上表可见，WPS 会员、稻壳会员的客户为个人客户，销售相关数据由发行人业务系统进行记录，各核查手段可对全部个人客户的购买行为进行覆盖。作为补充核查手段，保荐机构对报告期内按购买金额排名的前 2,000 名个人客户提取了个人信息，对其中留有电话号码的个人客户进行了电话访谈。

## (2) 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，主要核查手段为函证和访谈以及核查交易合同。

机构服务订阅收入的具体核查情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
函证	39.28	11.69%	259.43	11.33%	672.30	26.56%	334.03	21.12%
访谈	99.51	29.63%	-	-	271.36	10.72%	74.60	4.72%
核查合同	191.30	56.95%	1,541.53	67.32%	1,586.47	62.68%	1,333.11	84.30%
合计核查（去重）	191.30	56.95%	1,541.53	67.32%	1,586.47	62.68%	1,333.11	84.30%
当期机构服务订阅收入	335.88	100.00%	2,289.84	100.00%	2,530.95	100.00%	1,581.47	100.00%

## 2、申报会计师核查情况

### (1) WPS 会员和稻壳会员

报告期内，申报会计师对办公服务订阅模式之 WPS 会员、稻壳会员业务收入进行了 IT 审计核查，主要核查手段、核查覆盖比例等与保荐机构保持一致。

### (2) 机构服务订阅

依据重要性原则，申报会计师对报告期内前五大机构服务订阅客户进行了核查，主要核查手段为函证和访谈以及核查交易合同。



机构服务订阅收入的具体核查情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
函证	39.28	11.69%	259.43	11.33%	672.30	26.56%	334.03	21.12%
访谈	99.51	29.63%	-	-	271.36	10.72%	74.60	4.72%
核查合同	191.30	56.95%	1,541.53	67.32%	1,586.47	62.68%	1,333.11	84.30%
合计核查（去重）	191.30	56.95%	1,541.53	67.32%	1,586.47	62.68%	1,333.11	84.30%
当期机构服务订阅收入	335.88	100.00%	2,289.84	100.00%	2,530.95	100.00%	1,581.47	100.00%

### 3、发行人报告期内退货情况

报告期内，WPS 会员、稻壳会员退货金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

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

由上表可见，报告期内 WPS 会员、稻壳会员退货金额占总销售额的比例较小，发生退货的金额已冲减当期收入，对经营业绩不构成实质性影响。

### （三）互联网广告推广服务收入核查情况

1、基于不同类型的互联网广告推广服务收入确认政策及业务流程，保荐机构及申报会计师主要核查手段如下：

（1）对于第三方平台合作推广业务，行业惯例上平台话语权较强所有结算数据以平台后台记录为准，主要包括核对第三方广告平台的结算后台、走访及函证等；

（2）对于自营广告，主要包括核对结算单据、走访及函证等，同时邮件确认其是否使用第三方或自有监测系统、是否发现金山办公存在刷量等情况；

（3）对于代理广告，主要包括核对结算单据、走访及函证等，同时邮件确

认其是否使用第三方或自有监测系统、是否发现金山办公存在刷量等情况；

直销或代理商经销模式下，与广告主或广告代理商约定互联网广告展示方式及计费方式，在完成约定的互联网广告推广服务或依据广告发布进度，并通过后台数据或经双方对账确认后确认收入；在与第三方互联网广告推广平台（以下简称第三方平台）合作推广模式下，根据第三方平台提供的当期结算数据或双方对账结果确认收入。互联网广告推广服务报告期内不存在销售退回的情形。

综上，保荐机构对互联网广告推广服务收入的核查比例如下：

## (1) 数量统计

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
第三方平台广告								
函证	3	21.43%	4	26.67%	5	25.00%	1	9.09%
访谈	2	14.29%	5	33.33%	5	25.00%	4	36.36%
后台核对	3	21.43%	3	20.00%	3	15.00%	3	27.27%
<b>函证、访谈及后台核对等累计核查数量（去重）</b>	<b>3</b>	<b>21.43%</b>	<b>7</b>	<b>46.67%</b>	<b>6</b>	<b>30.00%</b>	<b>4</b>	<b>36.36%</b>
当期第三方平台广告客户数量	14	100.00%	15	100.00%	20	100.00%	11	100.00%
自营广告								
函证	8	14.29%	5	4.00%	8	12.31%	5	8.33%
访谈	4	7.14%	6	4.80%	7	10.77%	6	10.00%
邮件确认是否存在自有/第三方监测及刷量情况	7	12.50%	7	5.60%	8	12.31%	6	10.00%
<b>函证、访谈、及邮件确认等累计核查数量（去重）</b>	<b>10</b>	<b>17.86%</b>	<b>9</b>	<b>7.20%</b>	<b>12</b>	<b>18.46%</b>	<b>7</b>	<b>11.67%</b>
当期自营广告客户数量	56	100.00%	125	100.00%	65	100.00%	60	100.00%
代理广告								
函证	8	13.11%	5	3.94%	13	13.83%	5	10.42%
访谈	5	8.20%	5	3.94%	7	7.45%	6	12.50%
邮件确认是否存在自有/第三方监测及刷量情况	9	14.75%	9	7.09%	10	10.64%	8	16.67%

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
函证、访谈、及邮件确认等累计核查数量（去重）	9	14.75%	11	8.66%	16	17.02%	10	20.83%
当期代理广告客户数量	61	100.00%	127	100.00%	94	100.00%	48	100.00%
合计	22	16.79%	27	10.11%	34	18.99%	21	17.65%

(2) 金额统计

单位：万元

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三方平台广告								
函证	4,662.24	94.06%	16,117.78	84.40%	15,625.51	93.39%	8,625.21	70.38%
访谈	719.33	14.51%	18,254.75	95.59%	16,105.92	96.26%	11,621.72	94.84%
后台核对	4,662.24	94.06%	17,313.99	90.66%	14,819.08	88.57%	11,410.99	93.12%
函证、访谈及后台核对等累计核查数量（去重）	<b>4,662.24</b>	<b>94.06%</b>	<b>18,530.29</b>	<b>97.03%</b>	<b>16,114.70</b>	<b>96.31%</b>	<b>11,621.72</b>	<b>94.84%</b>
当期第三方平台广告收入	4,956.57	100.00%	19,097.45	100.00%	16,731.46	100.00%	12,254.62	100.00%
自营广告								
函证	630.78	38.61%	2,336.12	38.29%	2,540.21	66.29%	3,707.97	71.80%
访谈	679.25	41.58%	3,510.04	57.53%	3,207.83	83.71%	4,646.87	89.99%
邮件确认是否存在自有/第三方监测及刷量情况	1,169.57	71.59%	3,859.71	63.26%	3,297.97	86.07%	4,646.87	89.99%
函证、访谈、及邮件确认等累计核查数量（去重）	<b>1,216.15</b>	<b>74.45%</b>	<b>4,383.26</b>	<b>71.85%</b>	<b>3,826.82</b>	<b>99.87%</b>	<b>4,649.10</b>	<b>90.03%</b>

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
当期自营广告收入	1,633.62	100.00%	6,100.96	100.00%	3,831.87	100.00%	5,164.01	100.00%
代理广告								
函证	1,279.37	65.04%	10,601.63	83.51%	2,100.10	24.99%	4,154.38	71.02%
访谈	1,461.66	74.31%	10,702.73	84.30%	6,361.89	75.70%	4,408.56	75.37%
邮件确认是否存在自有/第三方监测及刷量情况	1,682.87	85.55%	11,088.39	87.34%	7,316.77	87.07%	4,731.09	80.88%
<b>函证、访谈、及邮件确认等累计核查数量（去重）</b>	1,682.87	85.55%	11,705.09	92.20%	7,614.05	90.60%	4,866.28	83.19%
当期代理广告收入	1,967.08	100.00%	12,695.63	100.00%	8,403.73	100.00%	5,849.53	100.00%
<b>合计</b>	<b>7,561.26</b>	<b>88.36%</b>	<b>34,618.64</b>	<b>91.36%</b>	<b>27,555.57</b>	<b>95.13%</b>	<b>20,686.71</b>	<b>88.91%</b>

申报会计师对互联网广告推广服务收入的核查比例如下：

(1) 数量统计

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
第三方平台广告								
函证	3	21.43%	7	46.67%	9	45.00%	1	9.09%
访谈	2	14.29%	5	33.33%	5	25.00%	4	36.36%
后台核对	3	21.43%	3	20.00%	3	15.00%	3	27.27%
<b>函证、访谈及后台核对等累计核查数量（去重）</b>	<b>4</b>	<b>28.57%</b>	<b>7</b>	<b>46.67%</b>	<b>9</b>	<b>45.00%</b>	<b>4</b>	<b>36.36%</b>
当期第三方平台广告客户数量	14	100.00%	15	100.00%	20	100.00%	11	100.00%

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
自营广告								
函证	7	12.50%	10	8.00%	10	15.38%	6	10.00%
访谈	4	7.14%	6	4.80%	7	10.77%	6	10.00%
邮件确认是否存在自有/第三方监测及刷量情况	7	12.50%	7	5.60%	8	12.31%	6	10.00%
<b>函证、访谈、及邮件确认等累计核查数量（去重）</b>	<b>9</b>	<b>16.07%</b>	<b>11</b>	<b>8.80%</b>	<b>12</b>	<b>18.46%</b>	<b>8</b>	<b>13.33%</b>
当期自营广告客户数量	56	100.00%	125	100.00%	65	100.00%	60	100.00%
代理广告								
函证	10	16.39%	7	5.51%	14	13.83%	12	25.00%
访谈	5	8.20%	5	3.94%	7	7.45%	6	12.50%
邮件确认是否存在自有/第三方监测及刷量情况	9	14.75%	9	7.09%	10	10.64%	8	16.67%
<b>函证、访谈、及邮件确认等累计核查数量（去重）</b>	<b>10</b>	<b>16.39%</b>	<b>11</b>	<b>8.66%</b>	<b>16</b>	<b>17.02%</b>	<b>14</b>	<b>29.17%</b>
当期代理广告客户数量	61	100.00%	127	100.00%	94	100.00%	48	100.00%
<b>合计</b>	<b>23</b>	<b>17.56%</b>	<b>29</b>	<b>10.86%</b>	<b>37</b>	<b>20.67%</b>	<b>26</b>	<b>21.85%</b>

## (2) 金额统计

单位：人民币万元

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三方平台广告								
函证	4,127.86	83.28%	16,361.09	85.67%	16,093.24	96.19%	8,625.21	70.38%
访谈	719.33	14.51%	18,254.75	95.59%	16,105.92	96.26%	11,621.72	94.84%
后台核对	4,662.24	94.06%	17,313.99	90.66%	14,819.08	88.57%	11,410.99	93.12%
<b>函证、访谈及后台核对等累计 核查数量（去重）</b>	<b>4,795.25</b>	<b>96.75%</b>	<b>18,452.05</b>	<b>96.62%</b>	<b>16,664.91</b>	<b>99.60%</b>	<b>11,621.72</b>	<b>94.84%</b>
当期第三方平台广告收入	4,956.57	100.00%	19,097.45	100.00%	16,731.46	100.00%	12,254.62	100.00%
自营广告								
函证	936.08	57.30%	4,473.04	73.32%	3,739.84	97.60%	3,339.12	64.66%
访谈	679.25	41.58%	3,510.04	57.53%	3,207.83	83.71%	4,646.87	89.99%
邮件确认是否存在自有/第三方 监测及刷量情况	1,169.57	71.59%	3,859.71	63.26%	3,297.97	86.07%	4,646.87	89.99%
<b>函证、访谈、及邮件确认等累 计核查数量（去重）</b>	<b>1,197.94</b>	<b>73.33%</b>	<b>4,653.33</b>	<b>76.27%</b>	<b>3,830.52</b>	<b>99.96%</b>	<b>4,691.41</b>	<b>90.85%</b>
当期自营广告收入	1,633.62	100.00%	6,100.96	100.00%	3,831.87	100.00%	5,164.01	100.00%
代理广告								
函证	1,682.87	85.55%	11,002.21	86.66%	7,606.27	90.51%	5,206.25	89.00%
访谈	1,461.66	74.31%	10,702.73	84.30%	6,361.89	75.70%	4,408.56	75.37%
邮件确认是否存在自有/第三方 监测及刷量情况	1,682.87	85.55%	11,088.39	87.34%	7,316.77	87.07%	4,731.09	80.88%

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
函证、访谈、及邮件确认等累计核查数量（去重）	<b>1,682.87</b>	<b>85.55%</b>	<b>11,690.93</b>	<b>92.09%</b>	<b>7,614.05</b>	<b>90.60%</b>	<b>5,484.69</b>	<b>93.76%</b>
当期代理广告收入	1,967.08	100.00%	12,695.63	100.00%	8,403.73	100.00%	5,849.53	100.00%
合计	<b>7,676.06</b>	<b>89.70%</b>	<b>34,810.47</b>	<b>91.86%</b>	<b>28,109.48</b>	<b>97.04%</b>	<b>21,347.43</b>	<b>91.75%</b>



## 二、核查程序和核查意见

保荐机构和申报会计师的主要核查程序如下：

对直销、经销客户进行了函证、走访等收入核查，并且对发行人软件产品使用授权业务经销商最终用户进行了如下核查：对于有上级直属单位管辖的最终客户，如通过国务院国资委、各省国资委管理的央企、国企，以及版权局管辖其正版软件采购的政府单位，通过与上级直属单位进行沟通、确认，确认经销商最终实现销售的具体情况；对于无需向上级管辖单位进行汇报的最终客户，如私企等最终客户，进行邮件确认；通过对最终客户进行电话访谈进行收入核查。

对发行人业务系统执行了 IT 审计程序，对发行人收入真实性进行了全面调查与深入分析，重点核查了发行人办公软件授权、互联网广告推广服务、办公服务订阅、词霸业务等销售及收款情况；发行人各产品价格信息，比较订单与售价的一致性分析；结合发行人银行流水、支付宝/财付通账号流水、董监高个人银行流水核查是否存在自消费等情形。

经核查，保荐机构和会计师认为：报告期内，发行人销售业务在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。发行人收入确认真实、准确、完整，保荐机构和会计师未发现发行人存在虚增营业收入的现象。

**(2)请发行人结合最新一期经审计财务数据，分析业绩变化情况、原因及合理性，是否存在业绩下滑风险，持续经营能力是否发生不利变化。请保荐机构及申报会计师发表意见。**

### 一、对审核问询函的答复

#### 1、利润表项目

2019 年第一季度较 2018 年同期变化情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-3月	2018年1-3月	变动金额	变动幅度
营业收入	28,439.88	20,971.25	7,468.63	35.61%
营业成本	4,876.99	2,613.76	2,263.23	86.59%
税金及附加	464.61	119.77	344.84	287.92%
销售费用	5,636.73	4,040.40	1,596.33	39.51%

项目	2019年1-3月	2018年1-3月	变动金额	变动幅度
管理费用	2,681.16	1,992.42	688.74	34.57%
研发费用	13,491.38	7,918.14	5,573.24	70.39%
财务费用	-65.91	-44.34	-21.57	48.65%
其他收益	1,549.04	957.01	592.03	61.86%
投资收益	1,317.73	938.63	379.10	40.39%
公允价值变动收益	220.25	-	220.25	-
信用减值损失	-87.18	-	-87.18	-
资产减值损失	-	-125.22	125.22	-
资产处置收益	0.03	0.33	-0.30	-90.91%
<b>营业利润</b>	<b>4,354.79</b>	<b>6,101.85</b>	<b>-1,747.06</b>	<b>-28.63%</b>
减：营业外支出	-499.97	-	-499.97	-
<b>利润总额</b>	<b>4,854.76</b>	<b>6,101.85</b>	<b>-1,247.09</b>	<b>-20.44%</b>
所得税费用	76.64	376.44	-299.80	-79.64%
<b>净利润</b>	<b>4,778.12</b>	<b>5,725.41</b>	<b>-947.29</b>	<b>-16.55%</b>

注：2018年1-3月数据未经审计；

如上表所示，2019年1-3月较2018年同期相比，营业收入、销售费用、管理费用均保持稳定增长，营业成本、研发费用呈现较大幅增长。

#### (1) 营业收入

2019年第一季度营业收入较2018年同期变化情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-3月	2018年1-3月	变动金额	变动幅度
营业收入	28,439.88	20,971.25	7,468.63	35.61%
其中：办公软件产品使用授权	6,857.54	3,736.45	3,121.09	83.53%
互联网广告推广	8,557.27	10,235.75	-1,678.48	-16.40%
办公服务订阅-机构	335.88	253.68	82.20	32.40%
办公服务订阅-个人	12,685.29	6,745.36	5,939.93	88.06%
其他业务	3.90	0.01	3.89	38,900.00%

如上表所示，2019年1-3月营业收入较2018年同期相比增长35.61%，除互联网广告业务外，其他类业务均保持稳定增长趋势。

#### 1) 办公软件产品使用授权

2019年1-3月办公软件产品使用授权业务较2018年同期增长83.53%。办公软件产品使用授权业务属于公司最传统、最核心的业务板块，近年来公司在保持与大型机构客户的良好合作关系的同时，大力推进经销商体系建设，并在此基础上开拓中小企业客户；同时受益于办公软件市场整体规模的增长、国内软件正版化的推进、公司品牌优势及技术积累的增强等因素，办公软件产品使用授权收入保持持续快速增长。

## 2) 办公服务订阅

2019年1-3月办公服务订阅业务较2018年同期增长86.04%，其中主要增长点在于个人客户订阅业务，2019年1-3月个人客户订阅业务较去年同期增长88.06%。近年来发行人着力发展WPS会员和稻壳会员业务，通过优化产品服务，引进大量优质资源等吸引个人用户订阅，个人订阅活跃用户数特别是付费用户数增长较快。用户数量增长、消费频次及转化率提升、用户粘性增强等因素共同拉动了个人服务订阅业务收入增长，预计未来个人服务订阅收入将继续保持增长态势。两期月活用户数如下：

项目	2019年3月	2018年3月	增长率
总月度活跃用户数	32,859.47	26,278.78	25.04%
付费月度活跃用户数	569.90	283.47	101.04%
免费月度活跃用户数	32,289.57	25,995.31	24.21%

## 3) 互联网广告推广

2019年1-3月互联网广告推广业务较2018年同期下降16.40%。互联网广告增速放缓主要系由于国内经济下行导致广告市场整体增速放缓所致，同时发行人为提升用户体验而策略性的缩减广告投放等因素也影响了广告收入的增速。未来公司为平衡用户体验会继续控制广告投放规模，以及随着付费用户数占比的快速提升，可投放广告位的用户占比会逐渐降低，发行人预计未来广告业务将保持平稳增长。

## (2) 营业成本

2019年第一季度营业成本较2018年同期变化情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-3月	2018年1-3月	变动金额	变动幅度
----	-----------	-----------	------	------

项目	2019年1-3月	2018年1-3月	变动金额	变动幅度
主营业务成本合计	4,872.73	2,613.76	2,258.97	86.43%
其中：IDC/CDN	2,480.26	1,248.48	1,231.78	98.66%
会员功能服务采购	1,279.32	568.87	710.45	124.89%
其他	1,113.15	796.41	316.74	39.77%
其他业务成本合计	4.26	-	4.26	100.00%

营业成本的增加主要系 IDC/CDN 成本及会员功能服务采购成本的增长导致。

随着公司个人订阅业务的快速发展，个人用户规模的迅猛提升，为满足用户需求，提升用户体验，2018 年下半年公司进行产品版本迭代，大幅提升在线服务功能，进而导致服务提供过程中对服务器的需求量增加；同时，基于市场布局及战略部署的需要，公司逐步开拓海外市场，受海外保护政策影响，需在多地部署服务器节点。综上，发行人根据对当前及未来的业务需要，进而增加了对 IDC/CDN 服务的采购。

2019 年 1 季度较 2018 年同期公司新增论文查重、PDF 工具包、流程图等核心产品，会员功能服务采购成本与个人订阅业务收入的高速增长相匹配。

### （3）销售费用

销售费用 2019 年 1 季度较 2018 年同期增长 1,596.33 万元，变动幅度为 39.51%，与收入增长情况相匹配。此项波动主要系人员薪酬增长导致。人员储备的增加主要与公司战略发展及未来募投项目的开展计划相关。2019 年 3 月底销售人员由 2018 年 3 月底的 306 人增长至 417 人，同比增加 36%。其中，国际业务部人数增加 10 人，主要为办公软件国际化方向中全球营销网络建设做准备（东南亚、印度、印尼、欧洲）；国内政企业务部增加 28 人，服务于公司常规业务拓展；客服部门人员增加 36 人，为提升用户体验，公司单独组建客服部；人员扩张与公司业务的增长成正比。

### （4）管理费用

管理费用 2019 年 1 季度较 2018 年同期增长 688.74 万元，变动幅度为 34.57%，与收入增长情况相匹配。此项波动主要系人员薪酬增长导致。为适应业务的快速发展，公司逐步招聘管理人才，2019 年 3 月 31 日较 2018 年 3 月 31 日人员增加 58 人，人员扩张与公司业务的增长呈正相关。

## (5) 研发费用

2019 年第一季度研发费用较 2018 年同期变化情况如下：

单位：万元

项目	2019年 1-3月	2018年 1-3月	变动金额	变动幅度
研发费用	13,491.38	7,918.14	5,573.24	70.39%
其中：人员薪酬费用	10,945.93	6,442.62	4,503.31	69.90%
办公、差旅等其他费用	2,545.45	1,475.52	1,069.93	72.51%

研发费用 2019 年 1 季度较 2018 年同期增长 5,573.24 万元，变动幅度为 70.39%，此项波动主要系人员规模的提升导致的薪酬增长所致。两期研发人员情况对比如下：

项目	2019年 3月底	2018年 3月底	变动 人数	变动 比例	人员储备方向
研发人员数量	1,410	831	579	69.68%	
其中： office产 品部	640	411	229	55.72%	现有客户端基础上的拓展:如Linux端 Office研发投入，WPS办公软件功能应用的研发升级，互联网增值服务研发等
金山文档 产品部	112	27	85	314.81%	云端服务场景下新的在线Office产品
AI&大数 据	101	8	93	1,162.50%	办公领域人工智能研发
国际业务 部	79	36	43	119.44%	WPS产品和服务全球化研发
云服务产 品部	184	110	74	67.27%	文档在PC端、移动端上云的技术支持
其他	294	239	55	23.01%	

2019 年 3 月 31 日研发人员共计 1,410 人，较 2018 年 3 月 31 日新增 579 人，人员储备的增加主要与公司战略发展及未来募投项目的开展计划相关。其中 office 产品部新增 229 人，致力于深化 WPS 产品开发，服务于 WPS office 研发升级战略；金山文档产品部新增 85 人，致力于云端服务场景下新的在线 Office 产品研发，并为办公产品互联网云服务项目储备人力；AI 大数据部新增 93 人，主要专攻办公领域人工智能研发，将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，实现提升用户处理文件的速度与效率；国际业务部新增 43 人，致力于公司产品及服务全球化开发，预计未来在全球部署多节点运营，为海外用户提供优质服务，满足不

同国家的数据安全和规范要求，与公司全球化布局相适应，逐步开拓海外市场，并为 WPS Office 办公产品及服务全球化研发升级项目储备人力；云服务产品部新增 74 人，致力于为 WPS 全平台用户提供云端文档服务技术支持，并为办公产品云服务研发中心建设项目、互联网增值服务研发项目储备人力。

上述研发项目是公司向全球化、全平台化办公软件企业迈进的重要一步，能够使公司在原有产品体系的基础上开展整合和提升，未来公司产品面向的客户群体将有所扩大，并进一步延展产品及服务的应用广度、深度，能够更加细致精准地服务于用户的核心办公需求，大大加强金山办公的竞争能力。因此，研发人员增长符合公司战略发展与未来募投项目的开展，与公司长期规划相符，员工薪酬增长具备合理性。

综上，公司 2019 年 1 季度营业收入较去年同期呈现大幅增长趋势，但因公司在技术提升方面投入较多，致使成本及研发费用提升较快，本期净利润较上年同期下降 16.55%。

## 2、资产负债表项目

2019 年第一季度较 2018 年底变化情况如下：

单位：万元

项目	2019年3月31日	2018年12月31日	变动金额	变动幅度
货币资金	17,425.86	18,679.67	-1,253.81	-6.71%
交易性金融资产	105,874.27	-	105,874.27	-
应收账款	24,178.82	22,667.76	1,511.06	6.67%
预付款项	1,116.38	583.12	533.26	91.45%
其他应收款	2,357.81	2,090.02	267.79	12.81%
存货	105.31	100.47	4.84	4.82%
其他流动资产	73.43	104,893.34	-104,819.91	-99.93%
<b>流动资产合计</b>	<b>151,131.88</b>	<b>149,014.38</b>	<b>2,117.50</b>	
长期股权投资	1,617.15	1,322.38	294.77	22.29%
可供出售金融资产	-	943.14	-943.14	-
其他权益工具投资	923.33	-	923.33	-
其他非流动金融资产	1,622.79	-	1,622.79	-
固定资产	4,965.82	5,281.00	-315.18	-5.97%

项目	2019年3月31日	2018年12月31日	变动金额	变动幅度
无形资产	1,670.44	1,785.27	-114.83	-6.43%
长期待摊费用	986.32	1,013.99	-27.67	-2.73%
递延所得税资产	1,357.97	1,710.06	-352.09	-20.59%
其他非流动资产	220.88	1,667.75	-1,446.87	-86.76%
<b>非流动资产合计</b>	<b>13,364.69</b>	<b>13,723.59</b>	<b>-358.90</b>	
<b>资产合计</b>	<b>164,496.58</b>	<b>162,737.97</b>	<b>1,758.61</b>	
应付账款	5,887.74	6,977.78	-1,090.04	-15.62%
预收款项	21,220.69	19,390.60	1,830.09	9.44%
应付职工薪酬	5,195.99	10,648.53	-5,452.54	-51.20%
应交税费	2,313.19	4,153.47	-1,840.28	-44.31%
其他应付款	1,196.91	1,252.97	-56.06	-4.47%
<b>流动负债合计</b>	<b>35,814.52</b>	<b>42,423.35</b>	<b>-6,608.83</b>	
预计负债	-	500.00	-500.00	-
递延收益	3,972.94	533.65	3,439.29	644.48%
递延所得税负债	687.57	587.69	99.88	17.00%
<b>非流动负债合计</b>	<b>4,660.52</b>	<b>1,621.34</b>	<b>3,039.18</b>	
<b>负债合计</b>	<b>40,475.04</b>	<b>44,044.70</b>	<b>-3,569.66</b>	
股本	36,000.00	36,000.00	0.00	0.00%
资本公积	21,862.41	21,624.04	238.37	1.10%
其他综合收益	155.44	394.38	-238.94	-60.59%
盈余公积	3,400.50	3,400.50	0.00	0.00%
未分配利润	62,603.19	57,274.37	5,328.82	9.30%
<b>股东权益合计</b>	<b>124,021.53</b>	<b>118,693.28</b>	<b>5,328.25</b>	
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>164,496.58</b>	<b>162,737.97</b>	<b>1,758.61</b>	

资产负债表项目下变动超过 30%的科目变动原因如下：

(1) 交易性金融资产、其他流动资产

2019年3月31日较2018年12月31日交易性金融资产增加了105,874.27万元，其他流动资产减少了104,819.91万元。以上两个科目的变动均系理财产品重分类导致。公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则，并按新准则要求对相关金融资产的分类进行了评估，将持有的银行渠道购买的理财产品由其他流动资产调整至交易性金融资产核算。

## (2) 预付款项

2019年3月31日较2018年12月31日预付款项增加了533.26万元，变动幅度为91.45%。2019年1-3月新增向北京悦航天翼信息技术有限公司（“悦航天翼”）采购广告推广服务，公司以300.00万元的价格采购悦航天翼广告推广服务，截至2019年3月31日，公司并未开始消耗获取的广告推广服务，此业务导致预付款项余额增加300.00万元。为提升用户用户体验，公司自ABBYY SOLUTIONS LTD处采购了OCR软件授权，公司1季度支付年服务费用28.41万美元，并按照服务期间分期摊销计入当期损益，截至2019年3月31日尚有9个月的授权服务未消耗，此业务导致预付款项余额增加了142.55万元。

## (3) 可供出售金融资产、其他权益工具投资

2019年3月31日较2018年12月31日可供出售金融资产减少了943.14万元，其他权益工具投资增加了923.33万元（与可供出售金融资产减少金额的差额为汇率折算差），以上两个科目的变动系公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则，将原在可供出售金融资产核算的对外投资调整至其他权益工具投资科目核算所致。

## (4) 其他非流动金融资产、其他非流动资产

2019年3月31日较2018年12月31日其他非流动金融资产增加了1,622.79万元，其他非流动资产减少了1,446.87万元，以上两个科目的变动主要系公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则，将原在其他非流动资产核算的非流动金融资产调整至其他非流动金融资产科目核算所致。

## (5) 应付职工薪酬

2019年3月31日较2018年12月31日应付职工薪酬减少了5,452.54万元，变动幅度为-51.20%。2018年12月31日应付职工薪酬余额含2018年计提而尚未发放的员工年终奖，公司于2019年1季度支付了上述款项，导致此科目波动较大。

## (6) 应交税费

2019年3月31日较2018年12月31日应交税费减少了1,840.28万元，变



动幅度为-44.31%，此项变动主要由增值税及企业所得税导致。增值税的波动系由于公司业务季节性波动导致 2019 年 3 月收入低于 2018 年 12 月，销项税金额也因此降低所致。公司子公司武汉金山办公软件有限公司于 2018 年年末计提当期企业所得税 439.50 万元，依据税务总局公告 2019 年第 68 号文：“依法成立且符合条件的集成电路设计企业和软件企业，在 2018 年 12 月 31 日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。”公司 2018 年免征企业所得税，原计提的所得税费用于本期冲回。

#### （7）预计负债

2019 年 3 月 31 日较 2018 年 12 月 31 日预计负债减少了 500.00 万元，主要系因 2016 年原告福建福昕软件开发股份有限公司诉发行人计算机软件著作权侵权以及诉珠海金山办公软件合同违约，发行人就上述案件可能出现的各种结果做出估计，并于 2016 年对该系列未决诉讼确认预计负债 500 万元；2019 年 7 月 3 日，北京市高级人民法院驳回福建福昕软件开发股份有限公司上诉请求，就侵权案做出终审判决。公司根据侵权案终审判决结果，结合达晓律师事务所于 2019 年 7 月 16 日出具的《关于福建福昕软件开发股份有限公司与珠海金山办公软件有限公司合同纠纷案件的法律意见书》，重新对违约案的结果做出估计，于 2019 年 3 月 31 日冲回原计提的预计负债 500 万元。

#### （8）递延收益

2019 年 3 月 31 日较 2018 年 12 月 31 日递延收益增加了 3,439.29 万元，变动幅度 644.48%。此项波动主要系公司子公司安徽金山办山软件有限公司于 2019 年 1 月 11 日收到合肥高新技术产业开发区财政国库支付中心拨付的中国声谷（第一批）政策资金 3,000.00 万元所致。

综上，公司各项财务数据以及整体经营业绩变动具备合理性，公司主要经营状况正常，经营模式、主要产品及服务价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面均未发生重大变化。公司不存在业绩下滑风险，持续经营能力未发生不利变化。

## 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、申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取公司 2018 年 1 季度管理层编制的财务报表，并对比分析同期数据的波动情况；

2、获取公司 2018 年 1 季度营业收入、营业成本、销售费用、管理费用、研发费用明细表，对比分析同期数据构成情况及波动是否具备合理性；

3、查阅公司所处行业信息，了解行业现状及发展趋势，分析公司业绩变动的原因及合理性。

保荐机构、申报会计师认为公司各项财务数据以及整体经营业绩变动具备合理性，公司主要经营状况正常，经营模式、主要产品及服务价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面均未发生重大变化。公司不存在业绩下滑风险，持续经营能力未发生不利变化。

（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第三轮审核问询函的回复》之盖章页）



北京金山办公软件股份有限公司

2019年9月18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第三轮审核问询函的回复》之盖章页）

保荐代表人： 徐石晏  
徐石晏

石一杰  
石一杰



## 保荐机构董事长声明

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：



沈如军



## 保荐机构总经理声明

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。

总经理（首席执行官）：

  
毕明建

