



中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中倫律師事務所
關於榮信教育文化產業發展股份有限公司
首次公開發行 A 股股票並在創業板上市的
補充法律意見書（四）

二〇二〇年十二月



北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心 3 号楼南塔 23-31 层，邮编：100020
23-31/F, South Tower of CP Center, 20 Jin He East Avenue, Chaoyang District, Beijing 100020, P. R. China
电话/Tel: +86 10 5957 2288 传真/Fax: +86 10 6568 1022/1838
网址: www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于荣信教育文化产业发展股份有限公司

首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的

补充法律意见书（四）

致：荣信教育文化产业发展股份有限公司

本所根据与发行人签订的《专项法律顾问协议》，接受发行人的委托担任本次发行上市的特聘专项法律顾问，并根据《公司法》《证券法》《管理办法》等有关法律、法规和中国证监会的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，为本次发行上市《北京市中伦律师事务所关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、《北京市中伦律师事务所关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）、《北京市中伦律师事务所关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）、《北京市中伦律师事务所关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》（以下简称“《补充法律意见书（二）》”）以及《北京市中伦律师事务所关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）》（以下简称“《补充法律意见书（三）》”）。

深圳证券交易所（以下简称“深交所”）针对发行人本次发行上市申请文件于 2020 年 12 月 22 日下发了文号为审核函（2020）010990 号的《关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第四轮审核问询函》（以下简称

“《审核问询函》”），根据《审核问询函》的要求，需要本所律师对相关问题进行补充核查并出具法律意见。本所律师特出具《北京市中伦律师事务所关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的补充法律意见书（四）》（以下简称“本补充法律意见书”）。

本补充法律意见书是对上述《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》的补充。本所已严格履行法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，对相关文件资料进行了必要及适当的核查；对于没有直接证据材料的，本所律师依赖于相关当事人出具的证明文件发表意见。本所在上述《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》中声明的事项、释义等有关内容继续适用于本补充法律意见书。

本所及经办律师依据《证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等规定及本补充法律意见书出具之日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了充分的核查验证，保证本补充法律意见书所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

本所同意将本补充法律意见书作为发行人申请公开发行股票所必备的法律文件，随其他申报材料一起提交深交所审查。

本所根据《证券法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》以及《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等规定的要求，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，现出具以下补充法律意见。

第1题：关于与葫芦文化的合作。

根据申报材料及审核问询回复：

（1）葫芦文化为买断式经销商，报告期内发行人对葫芦文化销售金额分别为 1,522.81 万元、4,091.62 万元、10,044.56 万元、4,178.20 万元，占当期营业收入的比例分别为 4.67%、11.66%、24.96%、22.42%。

（2）2019 年 10 月至 12 月，发行人对葫芦文化的销售金额分别为 1,348.76 万元、1,613.31 万元、2,142.72 万元，分别占发行人对葫芦文化全年销售金额的 13.43%、16.06%、21.33%，且相关金额远高于以往年度。2017 年、2018 年第四季度也呈现销售占比较高的特点，但 2019 年度更集中。主要原因是由于年底“双 11”“双 12”等促销活动导致销售集中。2020 年 4-6 月的销售金额远大于此前年度，且 6 月的销售金额大幅增长。

（3）葫芦文化一般以 120 天周转期进行备货；大促备货针对活动相关书品按照 30 天周转期备货。

（4）2018 年发行人对葫芦文化销售的毛利率明显高于京东、当当，2019 年的相应毛利率略低于京东但仍高于当当。

请发行人：

（1）结合发行人对葫芦文化的综合折扣率、毛利率以及葫芦文化的备货策略进一步分析并披露葫芦文化大额采购并备货的合理性，扩大采购对其采购成本/平均采购成本的影响，葫芦文化愿意大额采购发行人商品的原因，2019 年及 2020 年在其采购占发行人收入比例较高的情形下未与发行人协商更低价格的商业逻辑及其合理性、真实性，是否与其销售需求相匹配；

（2）补充披露葫芦文化报告期第四季度集中采购的原因，是否符合其备货周期等备货策略及具体理由，发行人称因设计、生产周期较长的原因导致葫芦文化需要提前 3 个月左右备货，但“双 11”“双 12”等促销活动未提前备货而在当期备货的合理性，相关大促中备货金额远大于大促中其采购的对外销售情况的合理性；

（3）补充披露报告期各期发行人向葫芦文化销售的图书占葫芦文化整体图书采购的比例情况及其变化原因，葫芦文化是否主要采购、销售发行人的图书；

（4）补充披露葫芦文化 2019 年 1 月销售金额及占比、10-12 月销售金额及占比高于以前年度的原因及其合理性，2020 年 4-6 月销售金额大幅增加、特别是 6 月的销售金额大幅增加且异于以前年度的合理性，葫芦文化 2020 年直播活动的策划、播放时间与备货周期的匹配性，直播渠道、投入与销售增长的匹配性，葫芦文化经营时间较长，此前年度采购金额与其对外销售金额差异较小，2019 年差异大幅增加的原因，葫芦文化 2019 年未能较为准确预计大促预计金额、未能控制相关差异的原因及其合理性；

（5）量化补充披露葫芦文化主要销售品种和书籍与果敢文化、当当、京东的差异，葫芦文化未购买部分低价、尾部清货产品以提升销量的原因及其合理性，发行人与尤斯伯恩终止合作后，相关经销商主要购买书籍及品种的差异情况，相关终止合作后葫芦文化购买金额增加较多的原因及其合理性，2018-2019 年发行人对京东、当当销售金额基本稳定，但葫芦文化销售金额大幅增加的原因及其合理性；

（6）补充披露 2018 年葫芦文化采购金额高于京东、当当，但发行人对葫芦文化销售的毛利率高于京东、当当将近 10 个百分点、2019 年葫芦文化采购金额约为京东和当当的三倍，但发行人对其毛利率高于当当的原因，量化分析导致客户毛利率差异的主要因素。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并进一步详细说明针对发行人对葫芦文化销售的真实性、收入确认的合规性、葫芦文化期后销售数据（含金额和数量）的真实性以及是否存在其他利益安排或约定的核查方法、核查结论。

核查过程：

1. 查阅葫芦文化的工商档案，并通过网络检索方式查询葫芦文化及其董事、监事、高级管理人员与发行人是否存在关联关系；
2. 对葫芦文化进行视频访谈，确认其与发行人是否存在其他利益安排或约定；
3. 取得发行人就其与葫芦文化是否存在其他利益安排或约定的书面确认。

核查内容：

一、结合发行人对葫芦文化的综合折扣率、毛利率以及葫芦文化的备货策略进一步分析并披露葫芦文化大额采购并备货的合理性，扩大采购对其采购成本/平均采购成本的影响，葫芦文化愿意大额采购发行人商品的原因，2019 年及 2020 年在其采购占发行人收入比例较高的情形下未与发行人协商更低价格的商业逻辑及其合理性、真实性，是否与其销售需

求相匹配

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）4、（19）葫芦文化等经销商备货情况”中补充披露葫芦文化大额采购并备货的合理性，扩大采购对其采购成本/平均采购成本的影响，葫芦文化愿意大额采购发行人商品的原因，2019年及2020年在其采购占发行人收入比例较高的情形下未与发行人协商更低价格的商业逻辑及其合理性、真实性，是否与其销售需求相匹配。

二、补充披露葫芦文化报告期第四季度集中采购的原因，是否符合其备货周期等备货策略及具体理由，发行人称因设计、生产周期较长的原因导致葫芦文化需要提前3个月左右备货，但“双11”“双12”等促销活动未提前备货而在当期备货的合理性，相关大促中备货金额远大于大促中其采购的对外销售情况的合理性

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）4、（18）葫芦文化月度收入情况、特点、原因及合理性，2020年6月末应收账款余额较高的原因及合理性”中补充披露葫芦文化报告期第四季度集中采购的原因，是否符合其备货周期等备货策略及具体理由，发行人称因设计、生产周期较长的原因导致葫芦文化需要提前3个月左右备货，但“双11”“双12”等促销活动未提前备货而在当期备货的合理性，相关大促中备货金额远大于大促中其采购的对外销售情况的合理性。

三、补充披露报告期各期发行人向葫芦文化销售的图书占葫芦文化整体图书采购的比例情况及其变化原因，葫芦文化是否主要采购、销售发行人的图书

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）4、（19）葫芦文化等经销商备货情况”中补充披露报告期各期发行人向葫芦文化销售的图书占葫芦文化整体图书采购的比例情况及其变化原因，葫芦文化是否主要采购、销售发行人的图书。

四、补充披露葫芦文化2019年1月销售金额及占比、10-12月销售金额及占比高于以前年度的原因及其合理性，2020年4-6月销售金额大幅增加、特别是6月的销售金额大幅增加且异于以前年度的合理性，葫芦文化2020年直播活动的策划、播放时间与备货周期的匹配性，直播渠道、投入与销售增长的匹配性，葫芦文化经营时间较长，此前年度采购金额与其对外销售金额差异较小，2019年差异大幅增加的原因，葫芦文化2019年未能较为准确预计大促预计金额、未能控制相关差异的原因及其合理性

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）4、（18）葫芦文化月度收入情况、特点、原因及合理性，2020年6月末应收账款余额较高的原因及合理性”中补充披露葫芦文化2019年1月销售金额及占比、10-12月销售金额及占比高于以前年度的原因及其合理性，2020年4-6月销售金额大幅增加、特别是6月的销售金额大幅增加且异于以前年度的合理性，葫芦文化2020年直播活动的策划、播放时间与备货周期的匹配性，直播渠道、投入与销售增长的匹配性，葫芦文化经营时间较长，此前年度采购金额与其对外销售金额差异较小，2019年差异大幅增加的原因，葫芦文化2019年未能较为准确预计大促预计金额、未能控制相关差异的原因及其合理性。

五、量化补充披露葫芦文化主要销售品种和书籍与果敢文化、当当、京东的差异，葫芦文化未购买部分低价、尾部清货产品以提升销量的原因及其合理性，发行人与尤斯伯恩终止合作后，相关经销商主要购买书籍及品种的差异情况，相关终止合作后葫芦文化购买金额增加较多的原因及其合理性，2018-2019年发行人对京东、当当销售金额基本稳定，但葫芦文化销售金额大幅增加的原因及其合理性

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）4、（16）买断式经销收入的合理性”中补充披露葫芦文化主要销售品种和书籍与果敢文化、当当、京东的差异，葫芦文化未购买部分低价、尾部清货产品以提升销量的原因及其合理性，发行人与尤斯伯恩终止合作后，相关经销商主要购买书籍及品种的差异情况，相关终止合作后葫芦文化购买金额增加较多的原因及其合理性，2018-2019年发行人对京东、当当销售金额基本稳定，但葫芦文化销售金额大幅增加的原因及其合理性。

六、补充披露2018年葫芦文化采购金额高于京东、当当，但发行人对葫芦文化销售的毛利率高于京东、当当将近10个百分点、2019年葫芦文化采购金额约为京东和当当的三倍，但发行人对其毛利率高于当当的原因，量化分析导致客户毛利率差异的主要因素

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、（三）5、主要客户毛利率变动情况”中补充披露2018年葫芦文化采购金额高于京东、当当，但发行人对葫芦文化销售的毛利率高于京东、当当将近10个百分点，2019年葫芦文化采购金额约为京东和当当的三倍，但发行人对其毛利率高于当当的原因，量化分析导致客户毛利率差异的主要因素。

核查结论：

1. 发行人已对上述六个问题在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（一）4、经销收入”及“十、（三）5、主要客户毛利率变动情况”中进行补充披露。

2. 保荐机构、申报会计师已针对发行人对葫芦文化销售的真实性、收入确认的合规性、葫芦文化期后销售数据（含金额和数量）的真实性予以说明。

3. 经本所律师对葫芦文化进行访谈，本所律师认为，发行人与葫芦文化不存在其他利益安排或约定。

第3题：关于授权版权图书。

根据申报材料及审核问询回复：

（1）报告期内授权版权图书《我们的身体》的收入金额分别为 1,323.61 万元、3,085.15 万元、4,294.21 万元、2,969.67 万元；

（2）该图书的版权方为 Editions Milan，授权期始于 2011 年，将于 2021 年 7 月到期，发行人与《我们的身体》的版权方已就续签条款清单进行沟通 and 签署，并草拟完成 2021 年版权授权到期后的续签合同。

请发行人：

（1）结合销售渠道补充披露《我们的身体》出版时间较久但报告期内的销售收入持续增长的原因及合理性，报告期内该图书的主要销售渠道；

（2）补充披露该图书授权协议的续签条款情况，主要合作模式、授权期限、版税率等是否发生变化，如是，请进一步分析对发行人的影响，并作充分的风险提示。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，说明针对报告期内《我们的身体》销售收入真实性的核查方法、核查结论。

核查过程：

1. 查阅《我们的身体》图书授权协议及历次续签文件；
2. 查阅发行人与 Editions Milan 就《我们的身体》最新签署的续约意向书；
3. 取得发行人就《我们的身体》畅销且长销情况的说明。

核查内容：

一、结合销售渠道补充披露《我们的身体》出版时间较久但报告期内的销售收入持续增长的原因及合理性，报告期内该图书的主要销售渠道

根据发行人的说明，《我们的身体》是发行人打造的畅销且长销的书品，报告期内，发行人通过其全部销售渠道对该图书进行推广和销售。

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）1、（1）少儿图书策划与发行业务收入按照图书类别划分”中补充披露了报告期内《我们的身体》在公司主要销售渠道的销售情况。

《我们的身体》出版时间较久但报告期内的销售收入持续增长的原因及合理性如下：

1. 少儿类畅销书榜单具有较强的历史延续性

少儿类畅销书榜单有较强的历史延续性，新书需要长时间的口碑积累或相关题材的热点带动才有机会入围畅销榜单，而经典的少儿图书在畅销榜单排名稳定且销售码洋逐年增长。《我们的身体》最早于2012年6月出版，至今已加印了40次，多次进入电商平台畅销榜单，其用创新的互动机关、仿真羊水袋等设计直观展示了人体的部位和运转机能，信息含量高且生动形象，经过长时间的口碑积累，逐步被儿童和家长认可和接受，故销售量逐年增长。

2. 发行人在全渠道侧重投入营销资源，致力打造畅销书品

为顺应图书零售市场的发展趋势，发行人致力于打造畅销且长销的书品，进行品牌传播。鉴于《我们的身体》历年来较高的销售增长率，直播展示后反响良好，并且儿童身体启蒙知识存在一定的刚需，其具有成为畅销且长销单品的潜力，故发行人在全渠道侧重向其投入部分营销资源。

历年来，发行人在线下书展举办了上千场《我们的身体》阅读推广活动；通过与天猫、京东、当当等平台的紧密合作，采取优化店铺页面展示、增加曝光度等方式强化站内推广。2020年起，发行人建立了自己的主播团队，入驻抖音、京东、当当、天猫等多个平台推荐《我们的身体》；“6.18”前后，强化《我们的身体》在各大销售平台的推广，随后分批次在抖音、小红书、微信、微博等多个平台联系相关媒体大v推荐。

3. 发行人多款畅销图书都呈现出出版时间较早且销售收入持续增长的情况

发行人大多畅销书出版时间均在5年以上，经过发行人长时间的市场培育，同时随着消费升级及亲子阅读的不断普及，这些畅销书逐步发力并呈现出销售收入的持续增长。如《趣味科普立体书-恐龙》最早于2011年4月出版，《亮丽精美触摸书》最早于2011年9月出版，《我们的太空》最早于2016年9月出版。

综上，鉴于《我们的身体》经过发行人长期的市场培育，受到了家长、孩子的普遍喜爱和经销商的广泛认可，出版以后多次进入电商平台畅销榜单，而畅销书品榜单具有较强的历史延续性；同时发行人基于整体营销策略，向其进行营销资源的倾斜投入，使得《我们的身体》报告期内在全渠道销售收入持续增长；《我们的身体》长销且收入持续增长的情况与发行人其他畅销书的情形一致。因此，《我们的身体》出版时间较久但报告期内的销售收入持续增长具有合理性。

二、补充披露该图书授权协议的续签条款情况，主要合作模式、授权期限、版税率等是否发生变化，如是，请进一步分析对发行人的影响，并作充分的风险提示

根据发行人提供的资料，截至本补充法律意见书出具日，针对《我们的身体》，发行人与《我们的身体》的版权方已就续签条款清单进行沟通 and 签署。和首次授权协议及第一次续签协议相比，续签条款清单对版税率的约定做出调整。除上述条款调整外，发行人与《我们的身体》的版权方签署的续签条款清单针对合作模式、授权期限等其他主要条款未发生变化，因此不会对发行人的经营产生重大影响。

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）7、销售召回”中补充披露版税率变化对发行人的影响。

核查结论：

1. 本所律师已对上述两个问题进行了补充披露；
2. 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）1、（1）少儿图书策划与发行业务收入按照图书类别划分”中补充披露了报告期内《我们的身体》在公司主要销售渠道的销售情况，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）7、销售召回”中补充披露版税率变化对发行人的影响；
3. 保荐机构、申报会计师已对报告期内《我们的身体》销售收入真实性的核查情况

进行了说明。

第4题：关于投资Lucky Cat、CDP。

2018年6月，公司通过全资子公司荣信国际以增资方式对CDP投资600.00万美元，取得其25%的股权；2019年6月，公司通过全资子公司荣信香港以新设方式对Lucky Cat投资39.98万英镑，取得其25%的股权，前述投资的定价方式为“各股东协商定价”。2020年3月，公司与Lucky Cat签署了版权代理协议；2020年6月，公司与CDP签署了图书版权授权合同。

请发行人：

（1）补充披露投资Lucky Cat、CDP对报告期内发行人报告期内财务数据的影响情况，投资后发行人与Lucky Cat、CDP的合作内容，与投资前的差异，并进一步分析前述投资的必要性；

（2）结合Lucky Cat、CDP的历史业绩、市场地位、资产规模、收购增值率、同行业同类收购溢价等情况补充分析并披露发行人投资Lucky Cat、CDP的定价公允性；

（3）补充披露公司与Lucky Cat签署的版权代理协议，与CDP签署了图书版权授权合同的主要条款内容，截至目前的执行情况以及对发行人业绩的影响情况；

（4）结合Lucky Cat、CDP的经营情况、与预期业绩的差异等情况补充披露发行人持有的Lucky Cat、CDP是否存在减值迹象，是否需要计提减值以及具体理由。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

核查过程：

1. 查阅了发行人与Lucky Cat签署的版权代理协议；
2. 查阅了发行人与CDP签署的图书版权授权合同；
3. 查阅了发行人与Lucky Cat、CDP签署的各类合作协议；
4. 取得了发行人与Lucky Cat、CDP签署的图书版权授权合同执行情况的说明。

核查内容：

一、补充披露投资Lucky Cat、CDP对报告期内发行人报告期内财务数据的影响情况，

投资后发行人与 Lucky Cat、CDP 的合作内容，与投资前的差异，并进一步分析前述投资的必要性

根据发行人提供的资料，发行人在投资前，与 Lucky Cat、CDP 没有合作，投资后的合作内容如下：

合作方	合作内容	合作进度
Lucky Cat	发行人从 Lucky Cat 引进版权	已引进 16 项版权
	Lucky Cat 代理发行人版权在境外销售	已代理 31 项版权，涉及 9 个语种
	发行人从 Lucky Cat 购买图书在境内销售	已通过中国图书进出口西安公司购买英文图书 8 个品种
	发行人委托 Lucky Cat 开发图书	已开发图书 8 本
CDP	发行人从 CDP 引进版权	已引进 35 项版权
	CDP 购买发行人版权	已购买 8 项版权
	发行人从 CDP 购买图书在境内销售	已通过中国图书进出口西安公司购买英文图书 22 个品种

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、（二）参股公司”中补充披露投资 Lucky Cat、CDP 对报告期内发行人报告期内财务数据的影响情况，投资后发行人与 Lucky Cat、CDP 的合作内容，与投资前的差异，并进一步分析前述投资的必要性。

二、结合 Lucky Cat、CDP 的历史业绩、市场地位、资产规模、收购增值率、同行业同类收购溢价等情况补充分析并披露发行人投资 Lucky Cat、CDP 的定价公允性

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、（二）参股公司”中补充分析并披露发行人投资 Lucky Cat、CDP 的定价公允性。

三、补充披露公司与 Lucky Cat 签署的版权代理协议，与 CDP 签署了图书版权授权合同的主要条款内容，截至目前的执行情况以及对发行人业绩的影响情况

2020 年 3 月 4 日，发行人与 Lucky Cat 签署版权代理协议，约定 Lucky Cat 作为发行人的独家代理商在全球范围内以英文及其他各国语言（不包括简体中文、繁体中文）形式发行、推广和销售图书（不包括已独家授权 CDP 的图书在美国和加拿大以英文形式发行、推广和销售的权利），代理期限为 3 年。截至本补充法律意见书出具日，Lucky Cat 已代理发行人版权《乐乐趣揭秘翻翻书系列》《欢迎来到音乐厅系列》《体育运动大书》《爱因斯坦与相对论》《达尔文与物种起源》等 31 项，将发行人版权出口至意大利、韩国、西

班牙、瑞典、日本、英国、德国、法国、俄罗斯、捷克等国家，累计订单金额超过 40 万美元。

2020 年 6 月 30 日，发行人与 CDP 签署图书版权授权合同，约定发行人就翻翻书系列中 8 本图书授权 CDP 在全球范围内（除英国）以英文形式进行发行、推广和销售，版税率为 6%，授权期限为 5 年。截至本补充法律意见书出具日，CDP 就上述 8 本图书处于翻译、编辑等策划阶段，尚未出版和销售。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、（四）3、销售模式”补充披露上述协议对发行人业绩的影响情况。

四、结合 Lucky Cat、CDP 的经营情况、与预期业绩的差异等情况补充披露发行人持有的 Lucky Cat、CDP 是否存在减值迹象，是否需要计提减值以及具体理由

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、（二）参股公司”中补充披露发行人持有的 Lucky Cat、CDP 是否存在减值迹象，是否需要计提减值以及具体理由。

核查结论：

1. 本所律师已对发行人与 Lucky Cat、CDP 的合作内容，发行人与 Lucky Cat 签署的版权代理协议及与 CDP 签署的图书版权授权合同的主要条款内容进行了补充披露。

2. 发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、（二）参股公司”及“第六节 业务与技术”之“一、（四）3、销售模式”中补充披露 Lucky Cat、CDP 对报告期内发行人报告期内财务数据的影响情况，投资后发行人与 Lucky Cat、CDP 的合作内容，与投资前的差异，并进一步分析前述投资的必要性，与 Lucky Cat 签署的版权代理协议及与 CDP 签署了图书版权授权合同对发行人业绩的影响，发行人持有的 Lucky Cat、CDP 是否存在减值迹象，是否需要计提减值以及具体理由。

第6题：关于市场风险。

根据申报材料及审核问询回复，2018 年，公司经监测发现公司少儿图书产品在网络销售渠道出现仿冒、盗版情况，并频繁出现市场零售价格未遵循公司最低限价要求的情况。为了保护公司知识产权，维护产品价格体系及品牌价值，保护客户利益，公司 2019 年进一步加强经销商管控，对现有经销商进行优化管理。

请发行人补充披露是否存在盗版产品、品牌仿冒产生的纠纷、诉讼，相关事项对发行人经营的影响及发行人的应对措施。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

核查过程：

1. 对发行人是否存在因盗版产品、品牌仿冒产生的纠纷、诉讼进行网络核查；
2. 取得发行人针对是否存在盗版产品、品牌仿冒产生的纠纷、诉讼及相关应对措施的书面的确认；
3. 查阅了发行人有关盗版产品、品牌仿冒的起诉状、民事判决书、民事调解书等；
4. 查阅了发行人与河北少儿签署的和解协议。

核查内容：

（一）补充披露发行人是否存在盗版产品、品牌仿冒产生的纠纷、诉讼

经本所律师核查，发行人仅发生过一起因他人仿冒公司产品产生的诉讼：2015年9月1日，发行人作为原告向河北少年儿童出版社有限责任公司（以下简称“河北少儿”）提起诉讼，诉其出版的《科技大揭秘》系列图书涉嫌抄袭发行人图书，人民法院于2017年4月27日作出《民事判决书》，支持了发行人全部诉讼请求；河北少儿向河北省高级人民法院提起上诉，经法院调解并作出《民事调解书》，河北少儿不再出版发行《科技大揭秘》系列相关图书并向发行人支付90,000元。

除上述诉讼情况外，发行人不存在其他因盗版产品、品牌仿冒产生的纠纷、诉讼。

（二）相关事项对发行人经营的影响及发行人的应对措施

根据发行人的说明，尽管报告期内发行人少儿图书产品在网络经销渠道存在仿冒、盗版的情况，但以盗版图书为代表的侵犯知识产权的各类非法出版物在全世界范围都屡禁不止，发行人已对此积极采取监测、维权措施，包括但不限于：发行人品牌及市场推广中心产品部定期排查线上渠道“乐乐趣”品牌图书的销售价格低于限价的情况，对于低价图书查看是否由公司授权店铺出售，非公司授权店铺上架书品视为疑似盗版书；产品部将疑似盗版书购买回来并保留购买链接、截图、实物及实物照片；将实物书品交由采购部与印刷厂进行鉴定，对仿冒、盗版图书出具相关证明并将上述所有资料移交法务部处理；法务部

根据印刷厂鉴定结果，进一步确定证据，对购买过程申请公证，对侵权行为通过向线上平台投诉下架、向侵权主体发送维权公函、向行政机关投诉、向法院起诉等方式维权。

上述监测、维权措施已在打击盗版、仿冒图书方面取得了一定成效，盗版产品、品牌仿冒并不会对发行人经营产生重大影响。

核查结论：

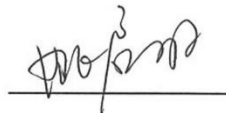
除上述发行人因他人仿冒公司产品产生的诉讼外，发行人不存在其他因盗版产品、品牌仿冒产生的纠纷、诉讼。针对盗版产品、品牌仿冒事项，发行人已积极采取监测、维权措施，相关事项对发行人经营不构成重大影响。

本补充法律意见书正本一式六份，经本所盖章并经承办律师签字后生效。

（以下无正文，为《北京市中伦律师事务所关于荣信教育文化产业发展股份有限公司首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的补充法律意见书（四）》的签署页）

北京市中伦律师事务所（盖章）
负责人：
张学兵

经办律师：
魏海涛

经办律师：
姚启明

2020 年 12 月 24 日