
上海新榜信息技术股份有限公司
与
申万宏源证券承销保荐有限责任公司
关于
对《关于上海新榜信息技术股份有限公司股票公开转
让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》
的回复

主办券商



二〇二三年九月

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司于2023年8月8日出具的《关于上海新榜信息技术股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“第二轮问询函”）已收悉，感谢贵公司对上海新榜信息技术股份有限公司（以下简称“新榜信息”、“股份公司”、“公司”）申请全国中小企业股份转让系统挂牌申请文件的审核。

新榜信息、申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“主办券商”）以及上海澄明则正律师事务所（以下简称“律师”）、上会会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）对贵公司提出的审核问询进行了认真讨论与核查，并逐项落实后进行了书面说明，涉及需要相关中介机构核查及发表意见的部分，已由各中介机构分别出具了核查意见。涉及对《上海新榜信息技术股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“公开转让说明书”）进行修改或补充披露的部分，已按照第二轮问询函的要求对《公开转让说明书》进行了修改和补充。

如无特殊说明，本第二轮问询函回复中简称与《公开转让说明书》中简称具有相同含义，涉及对申请文件修改的内容已用楷体加粗标明。

黑体加粗	第二轮问询函所列问题
宋体	对第二轮问询函所列问题的回复
楷体加粗	涉及修改公开转让说明书等申请文件的内容

在本第二轮问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

现就第二轮问询函中提及的问题逐项说明如下：

1.关于业务。请公司：

(1) 说明数字化内容营销业务中KOL等终端合作方广告内容输出的稳定性，是否存在不确定风险，结合公司与供应商的合同条款、媒介资源合作内容、违约责任约定等说明如何保证公司广告投放的稳定性，风险应对措施；

【公司回复】

一、说明数字化内容营销业务中KOL等终端合作方广告内容输出的稳定性，是否存在不确定风险

公司在执行业务中，根据与广告主的前期沟通了解其营销需求，为其制定包含项目需求定位、需求账号类型、投放数量要求、预计投放时间、项目预算等因素的营销方案。公司结合营销方案拟定合适的拟采买媒体账号，对账号所属的MCN机构进行初步的询价与排期咨询，根据MCN机构的反馈选择预算与排期均匹配广告主营销需求的媒体资源。因公司与合作方在前期已经就广告内容输出进行充分的沟通协商，公司营销方案中确认的拟采买媒体通常均可以按约定在排期当天完成广告内容的投放。在极个别情况下，可能存在个别媒体端接单后因突发情况无法按约完成内容投放。公司已在《公开转让说明书》“重大事项提示”进行了补充披露，具体内容如下：

重要风险或事项名称	重要风险或事项简要描述
.....
终端合作方广告内容输出稳定性的风险	公司在下单媒体资源采购订单前，会与合作方就广告内容输出进行充分的沟通协商，公司营销方案中确认的拟采买媒体通常按约定在排期当天完成广告内容的投放。但在极个别情况下，可能存在媒体端接单后因突发情况无法按约完成内容投放，可能对公司业务声誉产生影响，导致公司经济利益受损。

二、结合公司与供应商的合同条款、媒介资源合作内容违约责任约定等说明如何保证公司广告投放的稳定性，风险应对措施

为保证公司广告投放稳定性，公司采取了以下措施，将相关的不确定风险尽可能降低：

1、合作合同条款约束

公司已建立专业的法务团队，在与供应商合作时针对内容投放进行了专项约

定，督促供应商及时履行广告投放义务。报告期内，公司在开展数字化内容营销业务中与各期主要的媒体终端合作方关于内容创作与投放的主要约定如下：

合同主体	合同时间	合作内容	媒体主履约条款	违约责任
甲方： 公司 乙方： 湖南瞬 视而为 信息科 技有限 公司	2021 年、 2022 年	甲方为满足客户需求，委托乙方制作互联网短视频、图文信息，乙方根据甲方的要求拍摄、制作互联网短视频及图文信息，并上传至甲方指定的自媒体平台、由甲方确认后在自媒体平台进行发布。	乙方必须根据甲方的要求及时制作互联网短视频、图文信息并上传至自媒体平台。	任何一方违反本合同约定条款的即被视为违约，违约方应承担因自己违约而给对方造成的经济损失。违约方应赔偿因此给守约方造成的维权损失，包括但不限于诉讼费、公证费、律师费、诉讼保全保险费等费用。
甲方： 公司 乙方： 苏州大 禹网络 科技有 限公司	2021 年、 2022 年	乙方拥有丰富的新媒体资源，甲方拥有一定的广告商务资源，且欲通过乙方拥有或合作的新媒体资源面向用户提供信息推广服务。甲方以信息发布订单形式确定本合同项下具体合作信息，经乙方确认后作为执行依据。乙方应严格按照本合同及甲方订单的	1. 乙方有义务依照本合同及订单约定为甲方提供信息推广服务。 2. 在本合同有效期内，若因乙方单方原因导致延迟、中断或终止信息推广义务，应向甲方书面说明原因，并补足推广信息展示时长，若甲方不予接受的，甲方有权取消此次推广，乙方需退还此次推广费用并赔偿此次推广费用的20%作为违约金。	1. 如一方违反本协议中所规定的义务，违约方在收到守约方要求纠正其违约行为的书面通知之日应立即停止其违约行为，并在七(7)日内赔偿守约方因此受到的所有损失。如违约方继续进行违约行为或不履行其义务，守约方除就其所有损失而获得违约方赔偿外，亦有权提前终止本协议。 2. 甲乙双方确定具体订单后，双方需按照具体订单中的约定执行，推广信息投放时间、方式位置由乙

		要求完成相关信息服务并提交服务成果。		方负责与投放平台、媒介进行沟通。因乙方自身过错的原因导致甲方或甲方客户无法按时投放推广信息的，甲方可以要求乙方就同一信息推广内容按“错一补一”、“漏一补一”的原则为甲方在相同位置补发一条。
甲方： 公司 乙方： 杭州缙 苏文化 传播有 限公司	2021 年	乙方拥有丰富的新媒体资源，甲方拥有一定的广告商务资源，且欲通过乙方拥有或合作的新媒体资源面向用户提供信息推广服务。甲方以信息发布订单形式确定本合同项下具体合作信息，经乙方确认后作为执行依据。乙方应严格按照本合同及甲方订单的要求完成相关信息服务并提交服务成果。	1. 乙方有义务依照本合同及订单约定为甲方提供信息推广服务。 2. 在本合同有效期内，若因乙方单方原因导致延迟、中断或终止信息推广义务，应向甲方书面说明原因，并补足推广信息展示时长，若甲方不予接受的，甲方有权取消此次推广，乙方需退还此次推广费用并赔偿此次推广费用的30%作为违约金。	1. 如一方违反本协议中所规定的义务，违约方在收到守约方要求纠正其违约行为的书面通知之日应立即停止其违约行为，并在七(7)日内赔偿守约方因此受到的所有损失。如违约方继续进行违约行为或不履行其义务，守约方除就其所有损失而获得违约方赔偿外，亦有权提前终止本协议。 2. 甲乙双方确定具体订单后，双方需按照具体订单中的约定执行，推广信息投放时间、方式位置由乙方负责与投放平台、媒介进行沟通。因乙方自身过错的原因导致甲方或甲方客户无法按时投放推广信息的，甲方可以要求乙方就同一信息推广内容按“错一补一”、“漏一补一”的原则为甲方在相同位置补发一条。

	2022年	<p>1. 乙方根据甲方要求，在新媒体平台为甲方或甲方客户进行品牌策划服务；</p> <p>2. 乙方根据甲方提供的信息和要求，策划和拍摄视频内容。</p>	<p>1. 乙方负责为甲方提供视频内容策划创作服务，并确保委派服务的工作人员具有相应丰富行业经验和专业知识，依据甲方要求确认合作方案，及时、高质量地提供合同约定的各项服务。</p> <p>2. 乙方应按甲方确认的内容合作方案及要求提供服务，若乙方未按甲方确认的内容合作方案及要求进行的，应立即与甲方协商，甲方有权要求乙方采取补救措施(如重新履行合同约定内容)或根据客户需求终止合作并要求乙方返还款项。</p> <p>3. 由于非乙方主观过错且不可抗力因素，造成甲方投放不能按计划进行，乙方无需承担任何违约责任。乙方将与甲方协商，为甲方提供替代解决方案。</p>	<p>除本合同另有约定外，若乙方违约，乙方应向甲方返还已收取的费用。并且违约方承担对方全部经济损失以及按照合同总金额的30%向对方承担违约责任。</p>
<p>甲方： 公司</p> <p>乙方： 上海告趣信息科技有限公司</p>	2021年、2022年	<p>乙方拥有丰富的新媒体资源，甲方拥有一定的广告商务资源，且欲通过乙方拥有或合作的新媒体资源面向用户提供信息推广服务。甲方以信息</p>	<p>1. 乙方有义务依照本合同及订单约定为甲方提供信息推广服务。</p> <p>2. 在本合同有效期内，若因乙方单方原因导致延迟、中断或终止信息推广义务，应向甲方书面说明原因，并补足推广信息展示时长，若甲方不予接受</p>	<p>1. 如一方违反本协议中所规定的义务，违约方在收到守约方要求纠正其违约行为的书面通知之日应立即停止其违约行为，并在七(7)日内赔偿守约方因此受到的所有损失。如违约方继续进行违约行为或不履行其义务，守约方除</p>

		发布订单形式确定本合同项下具体合作信息，经乙方确认后作为执行依据。乙方应严格按照本合同及甲方订单的要求完成相关信息服务并提交服务成果。	的，甲方有权取消此次推广，乙方需退还此次推广费用并赔偿此次推广费用的30%作为违约金。	就其所有损失而获得违约方赔偿外，亦有权提前终止本协议。 2. 甲乙双方确定具体订单后，双方需按照具体订单中的约定执行，推广信息投放时间、方式位置由乙方负责与投放平台、媒介进行沟通。因乙方自身过错的原因导致甲方或甲方客户无法按时投放推广信息的，甲方可以要求乙方就同一信息推广内容按“错一补一”、“漏一补一”的原则为甲方在相同位置补发一条。
甲方： 公司 乙方： 宁波侵尘文化传媒有限公司	2021年	甲方作为自有品牌主体品牌公司，或拥有品牌广告资源的广告代理公司或新媒体商业平台。甲方为乙方在自媒体平台提供接单管理账号，乙方资源需绑定在乙方接单主账号内进行权限及收款管理	1. 乙方作为甲方战略级合作伙伴，所属资源账号在平台的商业信息有义务通过甲方指定的自媒体平台发布。 2. 在本合同有效期内，若因乙方单方原因导致延迟、中断或终止信息推广义务，应向甲方书面说明原因，并补足推广信息展示时长，若甲方不予接受的，甲方有权取消此次推广，乙方需退还此次推广费用并赔偿此次推广费用的30%作为违约金。	甲乙双方确定具体订单后，双方需按照具体订单中的约定执行，推广信息投放时间、方式位置由乙方负责与投放平台、媒介进行沟通。因乙方自身过错的原因导致甲方或甲方客户无法按时投放推广信息的，甲方可以要求乙方就同一信息推广内容按“错一补一”、“漏一补一”的原则为甲方在相同位置补发一条。
	2022年	乙方拥有丰富的新媒体资源，甲方拥有一定的广	1. 乙方有义务依照本合同及订单约定为甲方提供信息推广服务。	1. 如一方违反本协议中所规定的义务，违约方在收到守约方要求纠正其违约

		<p>告商务资源，且欲通过乙方拥有或合作的新媒体资源面向用户提供信息推广服务。甲方以信息发布订单形式确定本合同项下具体合作信息，经乙方确认后作为执行依据。乙方应严格按照本合同及甲方订单的要求完成相关信息服务并提交服务成果。</p>	<p>2. 在本合同有效期内，若因乙方单方原因导致延迟、中断或终止信息推广义务，应向甲方书面说明原因，并补足推广信息展示时长，若甲方不予接受的，甲方有权取消此次推广，乙方需退还此次推广费用并赔偿此次推广费用的30%作为违约金。</p>	<p>行为的书面通知之日应立即停止其违约行为，并在七(7)日内赔偿守约方因此受到的所有损失。如违约方继续进行违约行为或不履行其义务，守约方除就其所有损失而获得违约方赔偿外，亦有权提前终止本协议。</p> <p>2. 甲乙双方确定具体订单后，双方需按照具体订单中的约定执行，推广信息投放时间、方式位置由乙方负责与投放平台、媒介进行沟通。因乙方自身过错的原因导致甲方或甲方客户无法按时投放推广信息的，甲方可以要求乙方就同一信息推广内容按“错一补一”、“漏一补一”的原则为甲方在相同位置补发一条。</p>
<p>甲方： 公司 乙方： 北京二 咖传媒 文化有 限责任 公司</p>	<p>2021 年</p>	<p>乙方根据甲方要求，制作相关推广作品(包含但不限于图文形式或视频形式)并在甲方指定平台的乙方自媒体账号上发布该等作品，具体事宜包括但不限于：乙方旗下的网络红人档期的沟通及</p>	<p>如对广告的投放情况存在异议(包括认为存在错发、漏发或任何其他违反本合同规定的发布情况)，甲方应在乙方发布之日起5个工作日内向乙方提出，经核实确实存在发布不当之处，乙方应在同等重要位置按照“错一补一”、“漏一补一”的原则进行补救或者补偿。</p>	<p>除本协议另有约定，如一方违反本合同中所规定的义务，违约方在收到守约方要求纠正其违约行为的书面通知之日，应立即停止其违约行为，并在七(7)日内赔偿守约方因此受到的所有损失。如违约方继续进行违约行为或不履行其义务，守约方除就其所有损失而获得违约方赔偿外，亦有权提前终止</p>

		调整；脚本的撰写及确认，作品的拍摄、剪辑、编辑、后期制作，网络红人作品的发布及传播等。		本协议。
2022年		乙方拥有丰富的新媒体资源，甲方拥有一定的广告商务资源，且欲通过乙方拥有或合作的新媒体资源面向用户提供信息推广服务。甲方以《信息发布订单》形式确定本合同项下具体合作信息，经乙方确认后作为执行依据。乙方应严格按照本合同及甲方订单的要求完成相关信息服务并提交服务成果。	<p>1. 乙方有义务依照本合同及订单约定为甲方提供信息推广服务。</p> <p>2. 在本合同有效期内，若因乙方单方原因导致延迟、中断或终止信息推广义务，应向甲方书面说明原因，并补足推广信息展示时长，若甲方不予接受的，甲方有权取消此次推广，乙方需退还此次推广费用并赔偿此次推广费用的30%作为违约金。</p>	<p>1. 如一方违反本协议中所规定的义务，违约方在收到守约方要求纠正其违约行为的书面通知之日应立即停止其违约行为，并在七(7)日内赔偿守约方因此受到的所有损失。如违约方继续进行违约行为或不履行其义务，守约方除就其所有损失而获得违约方赔偿外，亦有权提前终止本协议。</p> <p>2. 甲乙双方确定具体订单后，双方需按照具体订单中的约定执行，推广信息投放时间、方式位置由乙方负责与投放平台、媒介进行沟通。因乙方自身过错的原因导致甲方或甲方客户无法按时投放推广信息的，甲方可以要求乙方就同一信息推广内容按“错一补一”、“漏一补一”的原则为甲方在相同位置补发一条。</p>

2、积极加强对供应商的管理

公司通过多年运营，目前已积累了覆盖各主流互联网媒体平台的海量媒介资

源，与众多知名大型MCN机构形成了长期合作的战略伙伴关系。公司对进入供应商库的媒体资源供应方要求严格，在合作之初便会对其商业信誉、展业经历进行详细的考核，如供应商存在恶性违约情形，公司会及时将其移除供应商库，给公司造成损失的，公司将根据法律法规、双方合同约定对其提起仲裁、诉讼等手段维护公司正当权益。

目前公司主要的媒体端合作方均与公司有长期合作关系，建立了紧密的商业联系，公司与主要供应商认同并秉持着互利共赢与可持续发展的商业理念，要求双方做到开诚布公、坦诚相告合作项目进展情况，不得在能力不及的情况下轻率承诺，导致双方的客户关系受到损害。公司与供应商均建立了专门对接团队，保持高效率沟通，有突发情况均可以通过友好协商，及时采取替代措施，共同保障广告主的营销需求得到满足。

综上，公司与媒体资源的终端合作方建立有稳定的合作关系，公司的广告内容投放具有较强的稳定性。在极个别情况下，可能媒体端接单后因突发情况无法按约完成内容投放，可能对公司业务声誉产生影响，导致公司经济利益受损。公司已采取了合同约定、加强供应商管理等方式，将相关的风险降低。

(2) 以通俗易懂的方式补充披露内容数据管理与运营业务，其中新媒体数据产品及工具、市场运营、版权分发、数据咨询等具体内容；

【公司回复】

公司已在《公开转让说明书》中“第二节公司业务/一、主要业务、产品或服务/（二）主要产品或服务”中补充披露如下：

“3、内容数据管理与运营

……

公司内容数据管理与运营业务主要包括以下服务：

(1) 新媒体数据产品及工具：公司自主研发了“新榜有数”自媒体平台数据工具，可通过公司官网进入，提供针对微信（公众号、视频号）、抖音、小红书、B站、快手等平台上的图文内容、短视频、直播等各项专业数据工具，为用户带来数据分析能力，帮助用户及时了解、分析行业相关信息。同时公司通过微信平台开通的“新抖数据”、“新视数据”、“新快数据”小程序也提供用户一定的数据浏览功能。

举例说明：D是一家知名MCN机构，其旗下有数量众多的签约KOL账号资源，因此D机构有实时监控旗下各账号内容表现数据的需求，但因其账号资源众多，如在平台内对单个账号数据进行人工采集，效率极低且无法做到实时自动监控；D机构采购公司新榜有数数据分析服务后，公司可为其提供账号资源的实时、可视化、多账户管理，D机构可以随时获取旗下KOL多维度内容创作数据分析，大幅提升其管理效率，同时新榜有数数据工具提供包括账号、内容、直播、商品、店铺、品牌、行业品类在内的实时在线数据服务，满足了其运营、创作、找号等管理需求。

(2) 市场运营：公司协助媒体组织线上线下的新媒体活动，利用公司的新媒体内容运营和数据能力，为客户提供行业交流、品牌曝光等服务，具体形式包括提供行业咨询、组织线下行业交流活动、设立并颁发专属奖项等；除此之外，公司每年举办“新榜大会”，以当年度内容生态热点为主题，聚集行业内的重量级嘉宾，以独家数据报告全面呈现一年内行业生态，同时新榜大会每年根据移动端全平台数据表现，颁出各个领域的年度新媒体大奖。

举例说明：W是一个头部社交媒体平台，其运营的社交平台允许企业、组织、个人等创建一个专属的账号，用于向用户推送文章、消息、服务等内容。因目前各大社交媒体平台竞争日趋激烈，W对其平台上优秀内容创作产出极为重视，有培养其平台上有潜力的内容创作者进一步成长的需求；为解决W平台的需求，公司为其在W平台上寻找匹配其需求的内容创作者，为入选培养计划的W平台内容创作者提供建立并运营线上交流社区、行业趋势和内容资讯、接受W机构的内容输出订单并提供创作思路、举行线下行业交流活动等专项市场运营服务。

(3) 版权分发：公司基于海量的合作供应商库与内容营销经验，为客户提供丰富的新媒体内容版权采买服务。

举例说明：Z是一家国内排名前列的商业银行，其旗下信用卡中心需要在其移动应用程序（APP）内搭建一个互联网内容作品生态，以吸引用户浏览，提高APP的整体使用体验，并作为其信用卡业务推广的一个抓手。公司凭借对互联网内容营销的丰富经验与海量稳定可靠的供应商库，为Z银行提供筛选、优化的定制化专属版权采购服务，将各大互联网平台上的优秀内容作品，授权到其APP发现页内容社区中，定制符合客户内容生态、用户喜爱的媒体内容。

(4) 数据咨询：公司以新媒体全平台数据分析能力为基础，结合多年新媒

体行业积累的经验，帮助客户以数据驱动企业在新媒体领域的发展，为客户提供新媒体咨询报告服务，包括但不限于平台趋势、矩阵管理、社媒分析等。

举例说明：客户T是一家大型互联网科技公司，旗下有体育内容相关运营项目，存在对互联网媒体内容创作进行分析、归纳、总结的数据支持需求；公司通过商业接洽获取客户T的需求后，根据沟通确定合作意向并签署了互联网媒体平台体育内容分析服务协议，成立专门的项目组对接该业务；公司根据客户需求，对指定平台头部体育类内容创作者、头部内容作品进行整理，分析其特点，研究当下年轻群体对体育内容的偏好以及对不同类型创作者与作品之间横向对比；完成公开数据搜集工作，进行数据处理、建模；对数据定量定性分析，形成报告提交客户T，根据客户T要求补充修改，形成最终报告交付客户T。”

(3) 说明数字化内容营销业务中主要媒介对应的投放平台、所采购的KOL等资源情况；效果广告所投放的具体媒体平台、电商平台与资讯门户；投放量的确定形式及依据，收入确认依据及准确性；

【公司回复】

一、数字化内容营销业务中主要媒介对应的投放平台、所采购的KOL等资源情况

报告期内，公司进行合作的主要媒介如下：

2022年度					
序号	主要媒介	主要投放平台	采购的KOL等资源	采购总额(万元)	占比
1	湖南瞬视而为信息科技有限公司	抖音	采购莓子哥哥、化妆师繁子、21M爱漂亮等美妆类KOL资源	4,589.15	2.91%
2	杭州缙苏文化传播有限公司	抖音、小红书	采购一枝南南、刘真Eeeeee_L、黑心少奶奶等美妆类KOL资源	3,107.04	1.97%
3	宁波侵尘文化传媒有限公司	小红书	采购小姨妈_阿h、胖头鱼公主、李大茜Maggie等美妆类、美食类KOL资源	2,895.39	1.84%
4	北京二咖传媒文化有限责任公司	抖音、小红书	采购脑洞少女T、张大碗子、Purple阿紫等美妆类KOL资源	2,557.84	1.62%
5	上海告趣信息科技有限公司	小红书	采购米璐milu、啾鼠、阿玥的七月等美妆类KOL资源	2,443.69	1.55%
合计				15,593.11	9.89%

2021年度					
序号	主要媒介	主要投放平台	采购的KOL等资源	采购总额(万元)	占比
1	湖南瞬视而为信息科技有限公司	抖音	采购莓子哥哥、化妆师繁子、sisi美颜室等美妆类KOL资源	2,130.35	1.47%
2	苏州大禹网络科技有限公司	抖音、小红书	采购仙姆SamChak、开架大王男仔、清华护肤学长王植等美妆类KOL资源	2,065.74	1.43%
3	杭州缙苏文化传播有限公司	抖音、小红书	采购一枝南南、Daily-cici、黑心少奶奶等美妆类KOL资源	1,868.48	1.29%
4	杭州如涵文化传播有限公司	小红书、微博、B站	采购彭特务、Winnie文、宝剑嫂等美妆类KOL资源	1,797.11	1.24%
5	上海告趣信息科技有限公司	小红书	采购米璐milu、Vier、阿玥的七月等美妆类KOL资源	1,341.34	0.93%
合计				9,203.02	6.37%

二、效果广告所投放的具体媒体平台、电商平台与资讯门户；投放量的确定形式及依据，收入确认依据及准确性

报告期内，公司进行效果广告合作的主要供应商如下：

2022年度					
序号	主要供应商	主要投放平台	投放量的确定形式及依据	采购总额(万元)	占比
1	江西傲星科技有限公司	字节跳动-今日头条	双方每月进行对账结算确认	3,712.92	2.36%
2	上海亦芯文化传媒有限公司	腾讯-广点通	双方每月进行对账结算确认	3,710.19	2.35%
3	天津太古时代网络技术有限公司	腾讯-广点通	双方每月进行对账结算确认	1,522.41	0.97%
4	北京一帆新媒网络科技有限公司	字节跳动-巨量千川	双方每月进行对账结算确认	776.20	0.49%
5	侠客行（上海）广告有限公司	字节跳动-巨量千川	双方每月进行对账结算确认	506.61	0.32%
合计				10,228.33	6.49%
2021年度					
序号	主要供应商	主要投放平台	投放量的确定形式及依据	采购总额(万元)	占比
1	江西巨广网络科技有限公司	字节跳动-今日头条	双方每月进行对账结算确认	7,698.90	5.33%
2	天津太古时代网络技术有限公司	腾讯-广点通	双方每月进行对账结算确认	5,989.74	4.15%
3	十万光年网络科技有限公司（北京）有限公司	腾讯-广点通	双方每月进行对账结算确认	3,357.10	2.32%
4	上海亦芯文化传	字节跳动-今	双方每月进行对账结算	2,582.91	1.79%

2022年度					
序号	主要供应商	主要投放平台	投放量的确定形式及依据	采购总额(万元)	占比
	媒有限公司	日头条	确认		
5	北京广联先锋网络科技有限公司	腾讯-微信MP	双方每月进行对账结算确认	1,824.92	1.26%
合计				21,453.58	14.85%

收入确认依据：公司按照当月的投放量确认服务收入，具体投放量由双方每月进行对账结算确认，具有准确性。

(4) 结合投放内容及对应平台、公司竞争优势等说明字节跳动集团及腾讯集团未直接通过内部采购媒介资源的原因及合理性，相关收入采用总额法确认收入的依据，是否符合准则规定；仟人仟面的广告订单的具体内容及业务类型。

【公司回复】

一、字节跳动集团及腾讯集团未直接通过内部采购媒介资源的原因及合理性；报告期内，公司与字节跳动集团及腾讯集团进行的购销活动情况如下：

2022年度			
客户/供应商	项目	金额(万元)	服务内容
字节跳动集团	采购	45,437.14	采购数字化内容营销业务的媒介资源
	销售	1,313.01	公司向字节跳动集团提供各项业务的具体明细如下： ① 内容数据管理与运营（市场运营）102.17万元； ② 数字化内容营销业务1,210.84万元。
腾讯集团	采购	5,769.77	采购数字化内容营销业务的媒介资源
	销售	2,233.17	公司向腾讯集团提供各项业务的具体明细如下： ① 内容数据管理与运营（市场运营、新媒体数据产品及工具）1,921.30万元； ② 数字化效果营销159.62万元； ③ 数字化内容营销业务152.25万元。

2021年度			
客户/供应商	项目	金额(万元)	服务内容
字节跳动集团	采购	27,296.48	采购数字化内容营销业务的媒介资源
	销售	3,027.28	公司向字节跳动集团提供各项业务的具体明细如下： ① 内容数据管理与运营（市场运营）127.00万元； ② 数字化内容营销业务2,900.28万元。
腾讯	采购	1,945.39	采购数字化内容营销业务的媒介资源

集团	销售	1,044.60	公司向腾讯集团提供内容数据管理与运营（市场运营、新媒体数据产品及工具、版权分发、数据咨询）服务
----	----	----------	---

报告期内，字节跳动集团及腾讯集团通过公司进行采购媒介资源并投放于自有平台（抖音或微信平台）的情况如下：

项目	字节跳动集团		腾讯集团	
	2022年度	2021年度	2022年度	2021年度
向公司采购的媒介资源投放于自有平台（万元）A	-	11.31	127.49	-
向公司采购总额（万元）B	1,313.01	3,027.28	2,233.17	1,044.60
占比C=A/B	0.00%	0.37%	5.71%	0.00%

报告期内，公司向字节跳动集团销售的业务类型主要为数字化内容营销业务，字节跳动集团的相关订单之主要投放渠道为微信，而公司与较多微信平台的KOL保持着良好稳定的合作关系，故字节跳动集团通过公司采购相关媒介资源；字节跳动集团的数字化内容营销订单亦有少量投放于微博、知乎、抖音等平台，报告期各期，投放于抖音平台的订单金额分别为11.31万元、0万元，占字节跳动集团销售收入的比例分别为0.37%、0%，占比极低，主要系公司与符合字节跳动集团营销项目需求的抖音KOL合作良好，便于接洽媒介资源。

报告期内，腾讯集团当期向公司采购的业务类型主要为内容数据管理与运营，具体系公司利用自身的运营和数据能力，为腾讯社群的成员提供资源整合、交流培训、品牌曝光、流量扶持等服务，助力成员提升行业知名度从而增加商业收益，实现商业模式的升级，该等服务通常于线下完成，非平台广告投放；2022年度腾讯集团向公司采购数字化内容营销业务的金额为152.25万元，该等订单的主要投放渠道为微信，亦有投放于微博、抖音、B站等平台。腾讯集团未通过自身平台采购而是通过公司采购媒介资源投放于微信平台的原因如下：①公司深耕于互联网营销领域，自新媒体榜单时期即与较多微信公众号KOL开展合作，并保持良好稳定的合作关系，公司能够获取终端媒介及时、高效、优质的服务；②微信平台的KOL及其所属MCN机构通常根据采购量级实行梯度返利政策，公司作为数字化内容营销服务提供商，采购体量较大，能够获取相对更优的商务谈判价格；③腾讯集团内部组织架构较为复杂，购销部门独立，对于零散、小额的数字化内容营销需求，如通过自身流程申请预算，并与各家终端媒介分别谈判达成交易，并不一定比向公司采购高效便捷，因此具有商业合理性。

二、相关收入采用总额法确认收入的依据，是否符合准则规定；

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

上述对字节跳动集团及腾讯集团的购销重合情形仅涉及数字化内容营销业务，属于正常的商业行为，且该等购销行为独立，不存在商品（即媒介资源）上的重合。同时，公司在向字节跳动集团及腾讯集团销售数字化内容营销服务的过程中，能够控制媒介资源，公司为主要责任人，按总额确认收入。

此外，字节跳动集团及腾讯集团的采购与销售业务均由不同部门相对独立运作，公司亦由不同的业务团队与上述公司的对应部门分别对接，公司在收入确认、采购发生时分别进行财务核算，不存在收付相抵情况，按总额法确认数字化内容营销业务收入，相关会计处理准确。

三、任人任面的广告订单的具体内容及业务类型。

子公司任人任面开展数字化内容营销业务，报告期内签订广告订单的具体内容及业务类型如下：

项目	业务类型	客户	具体推广内容		
			推广形式	推广产品	推广时间
项目1	数字化内容营销	行吟信息科技有限公司（上海）有限公司	图文	JoMaloneLondon祖玛珑等美妆类产品	2021年3月
项目2	数字化内容营销	上海程迈文化传播股份有限公司	视频及线下直播	德龙咖啡机（家电类产品）	2022年9月
项目3	数字化内容营销	行吟信息科技有限公司（上海）有限公司	视频	悦诗风吟红茶精华（美妆类产品）	2021年2月
项目4	数字化内容营销	广西耀远信息科技有限公司	图文及线下探店	钙尔奇（保健品类产品）	2022年10月
项目5	数字化内容营销	上海家化联合股份有限公司	视频	家化限量版礼盒（日化类产品）	2022年12月

请主办券商补充核查第（1） - （2）事项并发表明确意见。

【主办券商回复】

（一）核查程序

1、与公司相关人员进行访谈，了解公司与供应商合作情况、供应商入库要求等事项；梳理公司业务模式，取得公司关于业务模式、工作流程的说明，对各业务线形成案例说明；

2、查询报告期内业务合同，核查主要供应商业务保障条款、违约责任条款等，获取公司相关说明；

（二）核查结论

经核查，主办券商认为：

1、报告期内，公司与主要供应商签订的合作协议对业务执行进行了专项约定，并与供应商保持了良好的商业合作关系，公司在执行数字化内容营销业务时，广告内容投放具有稳定性。公司已采取合同约定、积极供应商管理等方式有效降低了内容投放稳定性的相关风险。

2、公司内容数据管理与运营业务包括新媒体数据产品及工具、市场运营、版权分发、数据咨询等产品，已在《公开转让说明书》中对具体内容补充披露。

请主办券商和会计师补充核查第（3） - （4）事项并发表明确意见。

【主办券商与会计师回复】

（一）核查程序

1、访谈公司管理层，了解公司购销模式，业务执行团队及对接的客户供应部门等，了解相关会计处理及相关业务的收入确认依据，评估其准确性；

2、访谈公司业务人员，了解公司报告期内合作的主要供应商及主要媒介的情况，包括但不限于供应商及媒介的背景、合作模式、媒介主要推广的产品类型等；

3、获取公司收入的具体构成明细，检查主要客户收入的相关支持性文件，包括但不限于合同、结算单、投放记录、发票及收款记录等。判断收入确认的真实性、准确性、完整性；

4、访谈公司主要客户、供应商，了解其与公司的交易情况，了解字节跳动集团及腾讯集团向公司进行采购媒介等资源的原因；

5、获取任人任面的广告订单，检查订单内容，业务类型的划分是否准确。

（二）核查结论

经核查，主办券商和会计师认为：

1、数字化内容营销业务中主要媒介对应的投放平台以字节跳动集团和腾讯集团下设平台为主，效果广告投放量的确定形式及依据合理，收入确认依据准确；

2、字节跳动集团及腾讯集团向公司进行采购媒介等资源主要系公司与终端媒介合作关系良好，交易业务属于正常商业行为，具有合理性。公司在收入确认、采购发生时分别按照企业会计准则进行财务核算，不存在收付相抵情况，亦不存在虚增收入等财务造假情形，按总额法确认收入符合准则规定；任人任面的广告订单的具体内容为图文、视频等，业务类型为数字化内容营销。

2. 关于特殊投资条款。根据前次回复文件，（1）各创始股东在回购义务款项下向投资者承担共同且连带的责任；（2）如由公司控股子公司实现上市则届时公开发行人上市之前投资者有权选择按其通过公司间接持有该控股子公司的权益比例，相应变更为直接持有该控股子公司之股权，相应费用均应当由届时拟上市的控股子公司全部承担；（3）创始股东和公司之间，就《股东协议》及《补充协议》项下的义务与责任各自独立且不连带地承担责任；（4）创始股东股权转让限制条款规定，任何创始股东不得在公司QIPO之前直接或间接转让、质押或以其他方式处分（合称“转让”）其持有的任何公司股权；（5）模拟测算的回购金额合计48,956.78万元，创始股东存在无法完全履行回购义务的风险。

请公司补充说明：

（1）公司作为协议签署主体，在“控股子公司上市安排”相关条款中是否承担义务，在“责任不连带”条款中公司“独立且不连带地承担责任”的具体指代内容；

【公司回复】

一、公司作为协议签署主体，在“控股子公司上市安排”相关条款中是否承担义务

2023年8月15日公司与公司现有股东签署了《关于上海新榜信息技术股份有限公司股东协议之补充协议二》（以下简称“《补充协议二》”），就终止及修改相关特殊投资条款进行约定。

根据《补充协议二》，各方确认《补充协议一》第1.3条（即关于“控股子公司上市安排”的条款）自《补充协议二》签署之日起终止，相关内容于该等时点起不再对各方具有法律约束力，任何一方不再依据《股东协议》、《补充协议一》之约定享有该等条款约定的权利或履行义务。《补充协议一》第1.3条自以下时点中孰早之日自动恢复，并视同该等条款项下的权利和安排从未失效（但在此期间公司根据当时有效的公司章程规定作出的相关决议和签署的合同和文件不应被认定为无效，前提是不得妨碍投资者享有与行使恢复特殊权利条款效力的相关权利）：(i)公司新三板挂牌申请被有权机构/部门不予受理、否决、被驳回¹或失效之日；(ii)公司主动撤回新三板挂牌申请之日；(iii)自公司递交新三板申请之日起24个月内未完成新三板挂牌；或(iv)公司新三板挂牌后又终止挂牌之日（但因公司股票于北京证券交易所上市而在全国中小企业股份转让系统终止挂牌，以及公司直接于北京证券交易所上市后转板于上海证券交易所、深圳证券交易所上市的情况不在恢复生效之列）。

综上，自《补充协议二》签署之日起，《补充协议一》第1.3条已终止，《补充协议一》第1.3条在公司于新三板挂牌期间始终处于终止状态，公司无需承担义务；该条款恢复条件触发时，公司并非新三板挂牌的公众公司，该等条款恢复后不适用《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第1号》（以下简称“《适用指引第1号》”）的规定。因此，《补充协议二》关于“控股子公司上市安排”符合《适用指引第1号》的规定。

二、公司作为协议签署主体，在“责任不连带”条款中公司“独立且不连带地承担责任”的具体指代内容

根据《补充协议二》，各方对《补充协议一》第1.5条（即“责任不连带”条款）进一步澄清并修改为“‘创始股东就《股东协议》、《补充协议一》及《补充协议二》项下的义务与责任独立承担责任，公司不为创始股东该等义务与责任承担连带责任，为免疑义，创始股东相互之间对投资者承担共同且连带的责任’，该等约定自公司新三板挂牌申请提交之日起生效”。

¹ 根据公司与各股东签署协议时的沟通情况，“否决、被驳回”均指全国股转公司根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》规定，认为申请挂牌公司不符合公开转让条件、挂牌条件或信息披露要求作出终止审核决定。

由此，（1）对于《股东协议》、《补充协议一》及《补充协议二》项下约定的现行有效的全部特殊投资条款，包括《补充协议一》第1.1条“优先清算权”、《补充协议一》第1.2条约定的创始股东回购义务以及《补充协议二》第1.4条约定的创始股东股权转让限制，公司不承担任何义务与责任；（2）对于《股东协议》第2.1.1条“优先认购权”、第2.2.2条“优先受让权”、第2.2.3条“共同出售权”、第2.6条“知情权和检查权”、第2.7条“拖售权”、第2.10条“最优惠条款”、第3.1条“董事会的组成”、第3.2条“董事任期”、第3.3条“董事会规则”、第3.4条“投资者特别批准事项”、第3.5条“公司监事”、增资协议第5.1条以及《补充协议一》第1.3条“控股子公司上市安排”（以下合称“效力恢复条款”），自《补充协议一》或《补充协议二》约定的终止之日起至条款效力恢复时点期间，公司不承担任何义务与责任，如本次无法成功挂牌或公司挂牌后又终止挂牌（且排除除外情形“因公司股票于北京证券交易所上市而在全中国中小企业股份转让系统终止挂牌，以及公司直接于北京证券交易所上市后转板于上海证券交易所、深圳证券交易所上市的情况不在恢复生效之列”），则公司并非新三板挂牌的公众公司，届时其对前述条款承担义务和责任不适用《适用指引第1号》的规定。

综上，公司不为创始股东在《股东协议》、《补充协议一》、《补充协议二》项下的义务与责任承担连带责任，公司对于效力恢复条款自终止之日起至公司在新三板挂牌期间，不承担任何义务与责任，仅当因本次无法成功挂牌或公司挂牌后又终止挂牌（且排除除外情形）时效力恢复条款的效力恢复后承担相应义务与责任，届时公司并非新三板挂牌的公众公司，其承担相应义务与责任不适用《适用指引第1号》的规定。

（2）各创始股东在回购义务款项下向投资者承担共同且连带的责任，是否存在责任划分或承担比例的具体约定，是否存在纠纷或潜在纠纷；

【公司回复】

根据创始股东于2023年8月15日签署的《关于上海新榜信息技术股份有限公司之创始股东协议》（以下简称“《创始股东协议》”），各创始股东就内部责任份额，同意按如下机制进行：(a)首先，各创始股东应按其于《创始股东协议》签署日在公司的相对持股比例计算各创始股东内部责任份额；(b)宁波欣博的责

任份额应以其于《创始股东协议》签署日在公司持有的股份数量对应回购时的股份价值为限（以下简称“员工持股平台责任上限”），如按前述(a)项计算后宁波欣博的责任份额超出员工持股平台责任上限，则就超出部分，除宁波欣博外的其他创始股东，按其于《创始股东协议》签署日在公司的相对持股比例对超出部分承担相应责任；以及(c)如任何创始股东对投资者实际承担责任份额超过其根据前述方式计算的责任份额，该等创始股东有权就超出部分在其他创始股东未履行的责任范围内向其追偿。

根据《创始股东协议》，各创始股东均确认，对于《补充协议一》约定的向投资者承担共同且连带的回购责任以及《创始股东协议》约定的责任划分或承担比例不存在任何纠纷或潜在纠纷。

经中国裁判文书网、执行信息公开网等网站公开检索，公司及创始股东之间对于回购责任的划分或承担比例不存在纠纷。

综上，各创始股东在回购义务款项下向投资者承担共同且连带的责任，各创始股东之间已约定责任划分及承担比例，不存在纠纷或潜在纠纷。

(3) 创始股东股权转让限制、优先受让权、共同出售权等条款中，是否存在违反《公司法》、公司章程、损害股东合法权益或违反其他法律法规的情形；现行有效特殊投资条款是否符合《股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定；

【公司回复】

一、创始股东股权转让限制、优先受让权、共同出售权等条款中，是否存在违反《公司法》、公司章程、损害股东合法权益或违反其他法律法规的情形

根据《补充协议二》，各方确认（1）《股东协议》约定的优先受让权、共同出售权自《补充协议二》签署之日起终止，相关内容于该等时点起不再对各方具有法律约束力，任何一方不再依据股东协议、《补充协议一》或其他任何历史融资文件之约定享有该等条款约定的权利或履行义务；（2）《补充协议二》约定的创始股东股权转让限制系各方真实意思表示，创始股东同意接受该等条款对于转让其所持公司股份的约束与限制，各方同意该等条款的履行将在不违反法律或行政法规的前提下进行。

创始股东股权转让限制、优先受让权、共同出售权等条款系各方真实意思表示。《公司法》、公司章程未就股东之间约定转让限制、优先受让权、共同出售

权等事项作出禁止性规定，前述条款不存在违反《公司法》、公司章程、损害股东合法权益或违反其他法律法规的情形，此外，各方已约定优先受让权、共同出售权条款已于《补充协议二》签署之日起终止。

二、现行有效特殊投资条款是否符合《股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定

根据《股东协议》、《补充协议一》以及《补充协议二》，截至本回复出具之日，公司现行有效的全部特殊投资条款的内容以及是否符合《适用指引第1号》的具体情况如下：

义务主体	权利/义务简称	现行有效的特殊条款具体内容	是否符合《适用指引第1号》的要求
创始股东	优先清算权	自《补充协议一》签署之日起，清算事件发生后，若根据届时适用法律的要求，各投资者按照《股东协议》第2.3条约定应当获得的清算款项未能从公司获得足额支付的，创始股东应当以其持有的公司股权及从公司获得分配的财产为限，按照如下顺序就差额部分向各投资者承担补足责任：(i)优先对C轮投资者进行补偿；(ii)其次对B1轮投资者和B2轮投资者进行补偿；(iii)最后对A+轮投资者进行补偿。	公司不作为左述特殊投资条款的义务或责任承担主体，触发条件未与公司市值挂钩，未损害公司及其他股东合法权益，符合《适用指引第1号》的要求，不属于根据规定需要清理的情形。
创始股东	回购义务	(1) 如截至2024年12月31日，公司在中国境内相关证券交易所、证券监管机构或市场（包括深圳证券交易所、上海证券交易所、北京证券交易所、香港证券交易所，但不包括新三板）的首次公开发行并上市申请（以下简称“IPO申请”）未获得上市委审核通过或中国证券监督管理委员会核准，则相关任一投资者均有权要求创始股东按照《补充协议一》约定的回购金额回购其届时持有的全部或部分公司股权（以下	公司不作为左述特殊投资条款的义务或责任承担主体，触发条件未与公司市值挂钩，未损害公司及其他股东合法权益、未违反公司章程相关规定，符合《适用指引第1号》的要求，不属于根据规定需要清理的情形。

义务主体	权利/义务 简称	现行有效的特殊条款具体内容	是否符合《适用指引 第1号》的要求
		<p>简称“创始股东回购义务”），创始股东应在收到投资者关于股权回购的书面通知之日起5个工作日内通知其他有回购权利的股东，并在60日内按照约定的回购金额回购投资者届时持有的全部或部分公司的股权。若上述股权回购需要各方做出相应行为或者签署相关文件的，则各方应予以配合。为免疑义，各创始股东在本条款项下向投资者承担共同且连带的责任。</p> <p>（2）回购价格以以下两者中较高者确定：(i)按投资年投资回报率10%（单利）计算的投资本金与投资收益之和；(ii)各轮投资者持有的股权比例所对应的公司净资产值。为避免歧义，计算赎回价格时应按届时各轮投资者实际付出的全部投资款，包括但不限于该等投资者根据相应轮次协议为增资和转股支付的投资款，以及根据相应轮次协议行使优先认购权、优先受让权等对公司的投资额。</p> <p>（3）相关投资者行使回购权不得存在以下情形：(i)影响徐俊作为实际控制人地位及股权稳定性；(ii)谋求或与除徐俊以外的公司其他股东共同谋求公司控制权的行为；(iii)严重影响公司持续经营能力或者其他可能严重影响公司投资者权益的情形。</p> <p>（4）如创始股东可合法利用的资产及资金不足以向投资者全额支付回购金额，则此类可合法利用的资产及资金应在适用的法律许可的范围内，按照如</p>	

义务主体	权利/义务简称	现行有效的特殊条款具体内容	是否符合《适用指引第1号》的要求
		<p>下顺序和原则分配：(i)首先支付C轮投资者回购金额；(ii)然后支付给B1轮和B2轮投资者回购金额，若不足以完全支付B1轮和B2轮投资者回购金额，则应按B1轮和B2轮投资者的相对持股比例进行支付；(iii)最后在支付B1轮投资者和B2轮投资者回购金额后如有剩余资产或资金，则应支付A+轮投资者回购金额，金额不足时则按各A+轮投资者的相对持股比例进行支付。</p>	
公司、创始股东	责任不连带	<p>创始股东就《股东协议》、《补充协议一》及《补充协议二》项下的义务与责任独立承担责任，公司不为创始股东该等义务与责任承担连带责任，为免疑义，创始股东相互之间对投资者承担共同且连带的责任。</p>	<p>明确公司不对创始股东义务承担连带责任，符合《适用指引第1号》的要求，不属于根据规定需要清理的情形。</p>
创始股东	创始股东股权转让限制	<p>(1) 未经盈游投资、苏州骏赐和华盖资本一致同意，任何创始股东不得在公司首次公开发行并上市之前直接或间接转让、质押或以其他方式处分（合称“转让”）其持有的公司股份。</p> <p>(2) 当且仅当创始股东承诺转让其所持公司股份的变现金额全部用于履行《补充协议一》第1.2条下的回购义务时，创始股东履行《补充协议一》第1.2条下的回购义务不受本条款限制，因创始股东履行回购义务而转让其持有的公司股份无需取得盈游投资、苏州骏赐和华盖资本同意。但创始股东转让其持有的公司股份不得存在以下情形：(i)影响徐俊作为实际控制人地位及股权稳定性；(ii)谋求或与除徐俊以外的公司其他</p>	<p>根据《补充协议二》，各方确认本条款系真实意思表示。</p> <p>公司不作为左述特殊投资条款的义务或责任承担主体，触发条件未与公司市值挂钩，未损害公司及其他股东合法权益、未违反公司章程相关规定，符合《适用指引第1号》的要求，不属于根据规定需要清理的情形。</p>

义务主体	权利/义务简称	现行有效的特殊条款具体内容	是否符合《适用指引第1号》的要求
		<p>股东共同谋求公司控制权的行爲；(iii)严重影响公司持续经营能力或者其他可能严重影响公司投资者权益的情形。</p> <p>(3) 本条款涉及的华盖资本的表决权行使以华盖德辉、华盖创投、华盖创客、北国华盖四方主体表决意见一致为有效条件，如四方表决意见不一致时，视为华盖资本未形成有效意见，创始股东股份转让不再受本条款中华盖资本是否同意的限制。</p>	

综上，公司新三板挂牌后仍适用的有效特殊投资条款符合《股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定。

(4) 基于创始股东股权转让限制条款规定，创始股东转让公司股权需经各轮机构股东同意，该条款是否对创始股东履行回购义务造成重大不利影响，特殊投资条款签署主体是否就回购条款的履约能力存在纠纷或潜在纠纷；

【公司回复】

根据《补充协议二》，各方同意并确认《股东协议》第2.2.1条（即“创始股东股权转让限制条款”）自《补充协议二》签署之日起修改为“（1）未经盈游投资、苏州骏赐和华盖资本（即华盖德辉、华盖创投、华盖创客、北国华盖，下同）一致同意，任何创始股东不得在公司首次公开发行并上市之前直接或间接转让、质押或以其他方式处分（合称“转让”）其持有的公司股份。（2）当且仅当创始股东承诺转让其所持公司股份的变现金额全部用于履行《补充协议一》第1.2条下的回购义务时，创始股东履行《补充协议一》第1.2条下的回购义务不受本条款限制，因创始股东履行回购义务而转让其持有的公司股份无需取得盈游投资、苏州骏赐和华盖资本同意。但创始股东转让其持有的公司股份不得存在以下情形：(i)影响徐俊作为实际控制人地位及股权稳定性；(ii)谋求或与除徐俊以外的公司其他股东共同谋求公司控制权的行爲；(iii)严重影响公司持续经营能力或者其他可能严重影响公司投资者权益的情形。（3）本条款涉及的华盖资本的表决

权行使以华盖德辉、华盖创投、华盖创客、北国华盖四方主体表决意见一致为有效条件，如四方表决意见不一致时，视为华盖资本未形成有效意见，创始股东股份转让不再受本条款中华盖资本是否同意的限制”。

根据上述创始股东股权转让限制条款，创始股东在公司首次公开发行并上市之前转让公司股份需取得盈游投资、苏州骏赐和华盖资本的同意，但在创始股东承诺转让其所持公司股份的变现金额全部用于履行回购义务的前提下，创始股东因履行回购义务转让股份不受此条款限制，且该等转让不得影响公司控制权的稳定性，该条款不会对创始股东履行回购义务造成重大不利影响。

根据《补充协议二》，各方进一步确认，截至《补充协议二》签署之日，各方对于创始股东承担回购义务的履约能力不存在任何纠纷或潜在纠纷。

综上，创始股东股权转让限制条款不会对创始股东履行回购义务造成重大不利影响，特殊投资条款签署主体就回购条款的履约能力不存在纠纷或潜在纠纷。

(5) 详细说明回购触发的可能性、回购方所承担的具体义务；结合回购方各类资产情况，详细说明触发回购条款时回购方是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响申请公司财务状况，触发回购条款时对公司的影响；

【公司回复】

一、详细说明回购触发的可能性、回购方所承担的具体义务

根据《补充协议一》及《补充协议二》，如截至2024年12月31日，公司IPO申请未获得上市委审核通过或中国证券监督管理委员会核准，则股份回购条件将被触发，目前公司正在按照挂牌公司及上市公司规范治理要求积极完善公司治理，争取早日完成上市，但公司仍存在无法于2024年12月31日前就IPO申请获得审核通过或核准的可能性，则届时相关投资者有权要求创始股东承担回购义务，创始股东需按照《补充协议一》约定的回购金额回购其届时持有的全部或部分公司股权。

假定回购时间为2025年1月1日，如所有享有回购权的投资者均提出回购要求，则按投资年投资回报率10%（单利）计算的投资本金与投资收益之和模拟测算的回购金额合计为48,956.78万元；按照各创始股东于《创始股东协议》中约定的内部责任承担比例，创始股东徐俊、宁波欣博、陈维宇、阳钊以及李建伟按照《创始股东协议》签署日的相对持股比例计算的承担比例分别为61.78%、17.76%、

8.19%、6.28%和5.99%，对应各创始股东需承担的回购金额分别为30,245.50万元、8,694.72万元、4,009.56万元、3,074.49万元、2,932.51万元，其中宁波欣博的责任份额应以其于《创始股东协议》签署日在公司持有的股份数量对应回购时的股份价值为限，如按前述比例计算后宁波欣博责任份额超出员工持股平台责任上限，则就超出部分，除宁波欣博外的其他创始股东，按其于《创始股东协议》签署日在公司的相对持股比例对超出部分承担相应责任；如任何创始股东对投资者实际承担责任份额超过其前述比例计算的责任份额，该等创始股东有权就超出部分在其他创始股东未履行的责任范围内向其追偿。

二、结合回购方各类资产情况，详细说明触发回购条款时回购方是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响申请公司财务状况，触发回购条款对公司的影响

根据公司提供的回购方资产情况，虽然创始股东已有一定的资产积累，但如上所示，创始股东回购义务所涉金额较高，根据创始股东财产情况，如回购条件触发后所有享有回购权的投资者均提出回购要求，则创始股东存在无法完全履行回购义务的风险。

根据《补充协议一》，（1）如创始股东可合法利用的资产及资金不足以向投资者全额支付回购金额，相关投资者同意在创始股东可合法利用的资产及资金不足以全额支付回购金额时按顺序分配，公司在回购过程中无需承担回购义务或连带责任，不会因回购行为影响公司财务状况；（2）相关投资者行使回购权不得存在以下情形：(i)影响徐俊作为实际控制人地位及股权稳定性；(ii)谋求或与除徐俊以外的公司其他股东共同谋求公司控制权的行为；(iii)严重影响公司持续经营能力或者其他可能严重影响公司投资者权益的情形，因此回购情形发生后徐俊仍为公司实际控制人，不涉及因回购事项影响公司控制权稳定。

同时根据《补充协议二》，各方确认截至《补充协议二》签署之日，对于创始股东承担回购义务的履约能力不存在任何纠纷或潜在纠纷。

综上，虽然目前公司正在积极完善公司治理，争取早日完成上市，但仍然存在触发回购的可能性，如届时相关投资者均提出回购要求，则创始股东回购义务所涉金额较高，存在无法完全履行回购义务的风险；但公司在回购过程中无需承担回购义务或连带责任，不会因回购行为影响公司财务状况，亦不涉及因回购事项影响公司控制权稳定。

(6) 进一步明确并补充披露条款内容中QIPO、创始股东、各轮投资者的具体含义及主体名称。

【公司回复】

公司在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“三、公司股权结构”之“（五）其他情况”中补充披露如下：

“.....

根据《股东协议》、《补充协议一》及《补充协议二》，相关披露条款内容QIPO、创始股东、各轮投资者的具体含义及主体名称如下所示：

序号	简称	具体含义及主体名称
1	QIPO	根据《补充协议二》，各方确认因《股东协议》、《补充协议一》涉及“QIPO”定义的条款已相应终止或修改，“QIPO”定义不再适用
2	创始股东	指徐俊、陈维宇、阳钊、李建伟及宁波欣博
3	天使轮投资者	指谢悦
4	A+轮投资者	指慧影投资、高榕投资、天津真格
5	B1轮投资者	指林芝腾讯、达晨创投、永欣贰期、华盖创投、华盖文化、辽宁新兴及华盖德辉（仅就其B1轮认购的新增注册资本而言）
6	B2轮投资者	指苏州骏赐、华盖德辉（仅就其B2轮认购的新增注册资本而言）
7	C轮投资者	指盈游投资、有赞科技

.....”

请主办券商和律师补充核查并发表明确意见。

【主办券商与律师回复】

（一）核查程序

- 1、查阅相关增资协议、《股东协议》、《补充协议一》、《补充协议二》、《创始股东协议》，梳理公司特殊投资条款的终止、修改情况；
- 2、获取创始股东的相关资产证明文件；
- 3、查询中国裁判文书网、执行信息公开网等网站的公开信息。

（二）核查结论

经核查，主办券商、律师认为：

1、根据《补充协议二》约定，“控股子公司上市安排”条款已于《补充协议二》签署之日起终止，终止期间公司不承担义务；在“责任不连带”条款中公司“独立且不连带地承担责任”具体指公司不为创始股东的义务与责任承担连带责任；

2、根据《创始股东协议》约定，各创始股东在回购义务款项下向投资者承担共同且连带的回购责任已约定责任划分或承担比例，不存在纠纷或潜在纠纷；

3、创始股东股权转让限制、优先受让权、共同出售权等条款中，不存在违反《公司法》、公司章程、损害股东合法权益或违反其他法律法规的情形；现行有效特殊投资条款符合《股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定，根据《补充协议二》约定，优先受让权、共同出售权条款已于《补充协议二》签署之日起终止；

4、根据《补充协议二》约定，在创始股东承诺转让其所持公司股份的变现金额全部用于履行回购义务的前提下，创始股东因履行回购义务的股权转让不受创始股东股权转让限制条款的限制，该条款不会对创始股东履行回购义务造成重大不利影响，各方就回购条款的履约能力不存在纠纷或潜在纠纷；

5、根据《补充协议一》及《补充协议二》约定，涉及回购情形时回购方为创始股东，创始股东存在无法完全履行回购义务的风险，公司在回购过程中无需承担回购义务或连带责任，不会因回购行为影响公司财务状况，预计不致影响公司控制权的稳定性，不致对公司持续经营能力产生重大不利影响。

3. 关于未决诉讼及预计负债。请公司：

（1）结合南京分布文化发展有限公司诉讼进展情况，说明预计负债计提的具体依据，相关计提是否谨慎、充分；

【公司回复】

公司与南京分布的诉讼情况如下：

序号	起诉时间	原告	被告	案由	涉诉金额（万元）	进展
1	2020年	南京分布	新榜信息、网易(杭州)网络有限公司、广州网易计算机系统有	著作权侵权纠纷（《都市奇门医圣》信息网络传	2,747.90	二审中

			限公司	播权)		
2	2020年	南京分布	新榜信息、网易(杭州)网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	著作权侵权纠纷(《万古天帝》信息网络传播权)	902.06	二审中

注：诉讼1和诉讼2简称“南京分布诉讼案件”。

截至本回复出具日，南京分布文化诉讼案件进展情况如下：

时间	事项
2020年3月10日	立案
2020年9月23日、2020年12月10日	证据交换并质证
2020年12月10日	一审开庭
2021年6月3日	一审判决
2021年7月6日	公司提交上诉状
2021年7月12日	收到上诉缴费通知
2022年2月18日	询问/证据交换并质证
2023年5月17日	二审开庭
至今	待二审判决

2021年末，公司对南京分布诉讼案件的各种判决结果的概率进行估计，按照一审判决金额合计3,649.96万元，计算诉讼赔款的期望值为1,824.98万元，并根据期望值金额确认预计负债。预计负债计提的具体依据结合以下因素综合考虑：

1) 公司未与原告进行业务合作，涉诉业务未超出公司客户网易的授权范围

南京分布诉讼案件各方商事合作情况如下：

甲方	乙方	合同内容	授权范围
南京分布	网易(杭州)网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	南京分布授权网易公司在“网易云阅读”、“网易蜗牛读书”等网易产品中推广若干网络小说作品(含本案涉案作品《都市奇门医圣》、《万古天帝》)，双方根据读者购买费按比例分成。	不包括微信推广
网易(杭州)网络有限公司	新榜信息	网易公司委托新榜信息为网易云阅读平台提供网络推广服务，用来提高网易公司的书籍收入。新榜提供数字化效果营销服务，通过“媒体主”分销，将读者吸引至网易云阅读网站付费阅读，获得推广收益(“媒体主”80%、网易10%、看榜10%)	约定微信公众号推广

根据公司与网易的相关合作协议，网易应当保证提供的推广书籍的内容真实合法，且不侵犯任何第三方的合法权益。否则，公司有权终止推广服务，网易应承担全部法律责任，给公司造成损失的，网易需给予赔偿。即：如二审维持一审

判决，南京分布要求公司履行相关赔偿义务，公司仍可以向网易杭州、广州网易主张相关赔偿款。

2) 公司认为原告主张赔偿金额无充分事实和证据，公司涉案收入仅0.48万元根据《民事判决书》[(2020)苏01民初339号]、《民事判决书》[(2020)苏01民初340号]，江苏省南京市中级人民法院判决新榜信息、网易(杭州)网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司三被告连带赔偿经济损失、维权支出的合理费用、案件受理费合计3,649.96万元，其中，原告主张赔偿经济损失金额及计算方式如下：

涉诉书籍	原告主张经济损失金额(万元)	原告计算损失依据的单价金额(元/章)	原告计算损失依据的数量(人)
《都市奇门医圣》	2,700.00	0.145	1.86亿
《万古天帝》	874.55	0.1	8,908.30万

对于上述表格的计算方式，公司认为原告主张赔偿金额无充分事实和证据，具体情况如下：

①原告计算损失依据的单价金额不合理。原告主张的损失单价为其自运营平台“红薯网”的平均每章销售价格，上述书籍为网络连载小说，截至一审开庭连载均超4,000章，公司认为其单价合理性无充分事实和证据；

②原告计算损失依据的数量不合理。原告主张的损失数量为公司“新榜服务”微信公众号中涉案作品简介页面显示的数据，因技术原因显示为“购买”，但该数据实际上来源于“网易云阅读”网站显示的涉案作品全站点击量数据，若理解为“购买”，则全中国人口约十分之一通过“新榜服务”微信公众号购买了《都市奇门医圣》一书，明显不符合常理，公司认为其数量合理性无充分事实和证据。

因此，公司认为原告主张赔偿金额无充分事实和证据。

截至公司断开涉案书籍“网易云阅读”链接断开之日，本案《都市奇门医圣》、《万古天帝》在公司数字化效果营销业务中实现的销售金额分别为0.52万元、5.14万元，由于该业务采取净额法确认收入，公司合计实现涉案收入仅0.48万元。

3) 上市公司中亦有其他案例对未决诉讼按涉案金额的50%计提预计负债

证券代码	证券简称	披露文件	所涉诉讼	当期末所处阶段	索赔金额	预计负债计提比例
600072	中船科技	2023年半年度报告	票据追索权纠纷系列案	二审中	2,276.50万元	50%

688223	晶科能源	2022 年年度报告	X-Elio 案件	已开庭尚未判决	843.06 万美元	50%
600648	外高桥	2022 年年度报告	上海虏克公司案	审理中	合计约 4,111.67 万元	50%
002147	ST 新光	2020 年年度报告	新光控股、浙江新光违规担保案	已开庭尚未判决	4,000 万元	50%

综上，预计负债计提的具体依据具有合理性，相关计提已经考虑到南京分布诉讼一审判决情况及法律风险，计提金额谨慎、充分。

除上述诉讼事项，对《公开转让说明书中》中“第四节 公司财务”之“十、重要事项”之“（二）提请投资者关注的或有事项”列示的诉讼中涉及自然人姓名的，修改披露如下：

“

序号	起诉时间	原告	被告	案由	涉诉金额 (万元)	进展
1	2020年	南京分布文化发展有限公司	新榜信息、网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	著作权侵权纠纷	2,747.90	二审中
2	2020年	南京分布文化发展有限公司	新榜信息、网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	著作权侵权纠纷	902.06	二审中
3	2022年	北京新榜	北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司	服务合同纠纷	1,710.96	2023.04.27 一审判决，待执行
4	2022年	北京新榜	北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司	服务合同纠纷	661.74	一审中
5	2023年	北京新榜	北京明椿科技有限公司	服务合同纠纷	80.60	一审中
6	2023年	新榜信息	北京星继文化传媒有限公司	服务合同纠纷	5.60	2023.07.14 一审判决
7	2023年	新榜信息	邹钟尧、宋星、周向和	服务合同纠纷	5.41	一审中
8	2023年	北京新榜	北京奈学教育科技有限公司	服务合同纠纷	13.44	一审中
9	2023年	都美竹	博选优采	肖像权侵权纠纷	1.00	一审中

报告期内及期后，公司上述诉讼具体的会计处理如下：

序号	原告	被告	涉诉金额 (万元)	会计处理	会计处理是否合规
1	南京分	新榜信息、网易（杭	2,747.90	对各种判决结果的概率进行估	是

	布文化发展有限公司	州)网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司		计,按照一审判决金额,计算诉讼赔款的期望值并确认预计负债。	
2	南京分布文化发展有限公司	新榜信息、网易(杭州)网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	902.06		
3	北京新榜	北京开课吧、慧科教育科技有限公司	1,710.96	报告期末相关客户存在较大的信用风险,针对相关客户的应收款单项全额计提坏账准备。	是
4	北京新榜	北京开课吧、慧科教育科技有限公司	661.74		
5	北京新榜	北京明椿科技有限公司	80.60	相关客户存在较大的信用风险,针对相关客户的应收款单项全额计提坏账准备。	是
6	新榜信息	北京星继文化传媒有限公司	5.60	一审判决新榜信息胜诉,北京星继文化传媒有限公司应支付相关款项,被告方无明显信用风险,款项收回的可能性较大,不予计提坏账准备。	是
7	新榜信息	邹钟尧、宋星、周向和	5.41	相关客户存在较大的信用风险,针对相关客户的应收款单项全额计提坏账准备。	是
8	北京新榜	北京奈学教育科技有限公司	13.44	相关客户存在较大的信用风险,针对相关客户的应收款单项全额计提坏账准备。	是
9	都美竹	博选优采	1.00	该案件尚未开庭,公司无法估计判决结果,且涉案金额较小,不予计提预计负债。	是

”

(2) 结合涉诉软件著作权对公司业务的重要程度,量化说明南京分布文化发展有限公司、北京开课吧、慧科教育科技有限公司相关诉讼对公司财务数据的具体影响,是否构成重大不利影响。

【公司回复】

公司涉诉著作权侵权纠纷为两本书籍的信息网络传播权,不涉及软件著作权,该业务为公司数字化效果营销中的内部数字化效果营销(新榜有赚平台)业务中的版权分销业务,该业务为公司与客户网易公司所设“网易云阅读”的战略合作业务,开展运营后公司发现该业务盈利能力不佳、法律风险较高,因此逐步退出了该业务,报告期内公司未开展该类数字化效果营销业务,涉诉案件对公司业务的重要性较低。

公司涉南京分布、北京开课吧、慧科教育科技有限公司相关诉讼业务的

销售收入如下：

客户名称	收入确认年份	收入金额 (万元)	占当期营业收入的比例	备注
网易(杭州)网络有限公司	2020 年度	0.48	0.0005%	公司未向南京分布销售服务
北京开课吧	2021 年度	121.42	0.08%	慧科教育科技集团有限公司为北京开课吧之母公司，公司起诉其时列为共同被告
	2022 年度	75.52	0.06%	

报告期内，公司因涉及相关诉讼计提预计负债或坏账准备对当期财务数据的影响情况如下：

涉诉主体	影响科目	金额（万元）	年份	占当期毛利润的比例
南京分布	管理费用	1,824.98	2021 年度	10.61%
北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司	信用减值损失	2,172.56	2022 年度	11.49%

综上，南京分布、北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司相关诉讼对公司财务数据存在一定的影响，但不构成重大不利影响。

请主办券商补充核查以上事项并发表明确意见，请会计师补充核查第（1）事项并发表明确意见。

【主办券商、会计师回复】

（一）核查程序

1、获取公司与南京分布、北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司等相关诉讼案件的判决书、起诉书等资料，复核所涉事项的案件内容、诉讼标的是否准确；

2、对公司的管理层进行访谈，了解诉讼案件的应对措施及案件处理情况，并评估管理层对于相关预计负债的计提是否恰当，分析预计负债计提是否充分，复核相关会计处理是否符合规定；

3、获取相关诉讼案件所涉及的业务合同，检查相关合同约定条款，了解公司在合作过程中应承担的相关责任；

4、向公司委托的诉讼律师进行走访、函证，了解相关诉讼案件的进展情况，对于相关案件公司胜诉或败诉的可能性获取专业的法律意见，公司委托的诉讼律师上海大邦律师事务所经办律师于2023年2月20日进行了回函、2023年5月20日接

受了访谈，其核心观点包括：“我们认为由于一审法官对于互联网相关业态的理解出现了偏差，导致对于行为的定性错误；同时由于一审中上海看榜对于部分证据的质证未能获得法院支持，导致对于‘侵权’数量的认定畸高”、“对于该笔赔偿款，如认定属于共同侵权，上海看榜可以向网易杭州、广州网易主张，但网易杭州、广州网易是否向上海看榜承担责任及向上海看榜支付的具体金额则需通过谈判或者诉讼完成”；

5、对南京分布诉讼案件报告期内已有的一审判决案件的判决结果进行分析，结合当前司法环境、专案律师的意见等，分析判断公司对于相关案件预计负债计提的合理性；

6、获取公司涉诉事项的会计处理情况，检查相关收入确认金额、损益影响金额，复核公司会计处理是否正确，分析诉讼对财务数据的具体影响。

（二）核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

截至本回复出具日，公司与南京分布诉讼尚处于二审中，预计负债计提的具体依据合理，相关计提谨慎、充分。

经核查，主办券商认为：

涉诉著作权对公司业务的重要程度较低，南京分布、北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司相关诉讼对公司财务数据存在一定的影响，但不构成重大不利影响。

4. 关于返利。请公司：

（1）结合合同及回款情况说明公司与主要未结算返利供应商的结算周期、计提返利、实际结算返利、回款金额、是否存在逾期及长期未收回等异常情形，坏账计提是否充分、谨慎；

【公司回复】

报告期内，公司的采购模式主要通过向抖音巨量星图、小红书蒲公英、B 站花火、腾讯广告互选平台等主流社交媒体广告交易平台下单采购，并从平台、入驻社交媒体平台的媒体主（KOL 或其所属MCN 机构）等供应商处获取返利。公司与供应商签订了相关返利协议，根据返利协议上约定的返利周期、返利政策、返利比例进行结算，结算周期通常为月度、季度或年度。公司通过定期与KOL或

其所属MCN机构对账，双方确认后在返点确认函上盖章作为结算依据。在完成返利结算后，供应商根据合同约定向公司支付返利款。

2022年度，公司冲减成本的返利金额合计15,661.06万元，其中，当期计提已结算返利及当期计提未结算返利金额及占比情况如下：

项目	金额（万元）	占比
当期计提已结算返利	4,474.74	28.57%
当期计提未结算返利	11,186.32	71.43%
合计	15,661.06	100.00%

报告期末，公司前十大未结算返利供应商名称、结算周期、计提返利、实际结算返利、回款金额、是否存在逾期及长期未收回等异常情形的具体情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	结算周期	计提未结算返利金额	实际结算返利		期后回款		是否存在逾期及长期未收回等异常情形
				时间	金额	时间	金额	
1	江苏瞬视而为信息科技有限公司	年度	2,232.45	2023年3月	2,232.45	2023年4月至7月	2,232.45	否
2	宁波侵尘文化传媒有限公司	年度	698.90	2023年3月	698.90	2023年4月至5月	698.90	否
3	苏州大禹网络科技有限公司	年度	590.81 _注	2023年6月	604.47	2023年7月	604.47	否
4	杭州缙苏文化传播有限公司	年度	509.68	2023年2月	501.63	2023年5月	501.63	否
5	深圳市腾讯计算机系统有限公司	年度、季度	482.65	2023年1月至7月	482.65	2023年2月至8月	482.65	否
6	长沙拾贝者文化传媒有限公司	年度	358.87	2023年4月	364.71	2023年7月	364.71	否
7	湖南西瓜传媒有限公司	年度	264.74	2023年3月	264.74	2023年7月至8月	264.74	否
8	北京二咖传媒文化有限责任公司	年度	244.75	2023年6月	244.75	2023年8月	242.70	否
9	上海水岸文化传播有限公司	年度	234.80	2023年2月	205.73	2023年6月至8月	205.73	否
10	杭州如涵文化传播有限公司	年度	234.62	2023年4月	249.34	2023年7月	249.34	否
合计			5,852.27		5,849.37		5,847.32	

注：2022年末，苏州大禹网络科技有限公司的其他应收返利款余额为922.23万元，其中

已完成结算的金额为331.42万元，尚未完成结算的金额为590.81万元。

因此，公司返利的结算周期主要根据项目情况和与供应商的合作模式协商确定，公司主要返利供应商期后结算时间、期后回款时间符合业务实际，不存在逾期及长期未收回等异常情形。

公司对于应收供应商返利款纳入“其他应收款”科目核算，并按账龄组合计提坏账准备：

账龄	计提比例
6个月以内（含6个月）	0.50%
7个月至1年（含1年）	5.00%
1至2年（含2年）	10.00%
2至3年（含3年）	30.00%
3年以上	100.00%

报告期末，公司其他应收款-应收返利款账面余额为12,246.82万元，坏账准备为373.75万元，账面价值为11,873.07万元。截至2023年8月29日，期后回款金额为11,866.58万元，回款比例为96.90%，公司尚有少量返利款尚未收回，主要系公司与返利供应商在完成结算后存在一定的账期所致。公司坏账计提充分、谨慎，期后回款情况正常，不存在重大坏账风险。

（2）按照已结算返利口径比较各报告期暂估返利及实际返利差异、占当期成本及毛利的比例；

【公司回复】

截至本回复出具日，报告期暂估返利均已结算。报告期各期暂估返利及实际返利的差异、占当期成本及毛利的比例情况如下：

单位：万元

项目	编码	2022年度	2021年度
计提的返利金额（冲减各期成本）	①	15,661.06	9,132.17
其中：已完成结算订单的对应计提金额	②	15,661.06	9,132.17
结算完成的比例	③=②/①	100.00%	100.00%
已完成结算订单的实际结算金额	④	15,876.10	9,251.63
差额	⑤=④-②	215.04	119.46
该差额占当期成本的比例	⑥=⑤/当期成本	0.16%	0.11%

项目	编码	2022年度	2021年度
该差额占当期毛利的比例	⑦=⑤/当期毛利	1.14%	0.69%

报告期内，公司暂估返利在期后均能按照合同约定予以结算，公司暂估入账的返利金额与实际结算金额差异很小，占当期成本及毛利的比例均很低，对公司财务不存在重大影响。

请主办券商和会计师：（1）补充核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对于返利的具体核查程序、核查范围及核查结论，包括但不限于说明函证及替代程序情况等。

【主办券商与会计师回复】

（一）核查程序、核查范围

1、获取报告期内主要供应商合同，核查合同中关于返利事项的具体条款；检查公司与供应商关于返利的结算单或对账单，复核返利金额计算是否正确，结合相关合同条款分析计提返利的时点、金额的合理性、准确性；

2、获取公司广告排期表、计提返利明细表，对报告期各期各供应商返利占当期采购金额的比例及变动原因进行分析，核实其是否与公司返利政策、实际业务的开展情况匹配；

3、抽查公司记账凭证、发票、银行回单，检查公司返利入账情况和回款情况；

4、对供应商进行走访，了解公司与其的业务合作情况，了解其供应模式及返利政策；

5、对供应商报告期返利金额进行函证，函证比例如下：

项目	2022年12月31日	2021年12月31日
其他应收款-返利款余额（万元）A	12,246.82	6,576.74
发函金额（万元）B	8,346.82	4,251.35
发函比例 C=B/A	68.16%	64.64%
回函金额（万元）D	7,528.09	3,707.86
回函比例 E=D/B	90.19%	87.22%

会计师对未回函供应商执行了替代程序，检查了上述供应商的返利合同、广告排期投放明细、计提返利明细表、返点确认函（如已结算），未发现重大异常。公司与上述供应商合作情况良好，期后结算及回款情况正常。

6、检查期末计提返利期后结算情况，检查期后结算单和对账单，复核结算金额与计提金额的差异是否合理，分析其对成本和毛利是否存在重大影响，检查已结算返利的期后回款情况。

(二) 核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

1、公司与主要未结算返利供应商的结算周期以年度为主，计提返利、实际结算返利、回款金额与合同约定和业务实际相符，不存在逾期及长期未收回等异常情形，坏账计提充分、谨慎；

2、截至本回复出具日，公司报告期暂估返利均已结算，报告期各期暂估返利及实际返利差异较小，占当期成本及毛利的比例很低。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公司监督管理办法》《非上市公司信息披露内容与格式准则第1号--公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过7个月，请补充披露、核查。

公司、主办券商、会计师、律师已对照《非上市公司监督管理办法》、《非上市公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》、《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》、《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定进行审慎核查对如下事项补充说明如下：

一、主要经营情况及重要财务信息的补充披露

【公司回复】

财务报告审计截止日至公开转让说明书更新稿签署日已超过7个月，公司已在《公开转让说明书》之“第四节 公司财务”之“十、重要事项”之“（一）提请投资者关注的资产负债表日后事项”中补充披露期后6个月的主要经营情况及重要财务信息。

【主办券商、会计师与律师回复】

经核查，公司、主办券商、会计师、律师认为：公司不存在涉及公开转让条

件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项；已补充披露、核查财务报告审计截止日后6个月的主要经营情况及重要财务信息，公司审计截止日后经营状况未出现重大不利变化、公司符合挂牌条件。

二、公司是否属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》中的互联网平台？

【公司回复】

报告期内，公司主要业务收入构成及涉及公司官方网站（newrank.cn）的情况如下：

项目	2022年度		2021年度		是否涉及公司网站	具体情况
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比		
数字化内容营销	142,403.19	92.28%	114,524.91	90.17%	不涉及	数字化内容营销服务主要通过线下方式向客户提供，不涉及通过互联网开展业务
数字化效果营销	4,049.34	2.62%	5,103.75	4.02%	部分涉及	“新榜有赚”业务涉及通过互联网开展业务
内容数据管理与运营	7,869.59	5.10%	7,377.02	5.81%	少量涉及	新媒体数据产品及工具业务中的“新榜有数”业务涉及通过互联网开展业务
合计	154,322.13	100.00%	127,005.68	100.00%	-	-

根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》，依据平台的连接对象和主要功能，将平台分为以下六大类：网络销售类平台、生活服务类平台、社交娱乐类平台、信息资讯类平台、金融服务类平台、计算应用类平台。具体分类如下：

平台类别	连接属性	主要功能	子平台	公司业务分析
网络销售类平台	连接人与商品	交易功能	综合商品交易类、垂直商品交易类、商超团购类	“新榜有赚”及“新榜有数”不涉及提供网络交易平台、交易撮合、促成交易服务。 “新榜有赚”业务中，广告主、媒体主分别与公司进行交易，广告主与媒体主之间未建立合同关系，亦未直接进行结算，“新榜有赚”提供为信息发布服务，未作为广告主与媒体主之间的网络交易平台。

平台类别	连接属性	主要功能	子平台	公司业务分析
				“新榜有数”是公司自主研发的数据工具，由公司向客户提供数据分析工具服务，交易双方为公司和客户，不涉及为客户和第三方提供交易平台的情况。 “新榜有赚”和“新榜有数”的具体业务模式及分析详见下文。
生活服务类平台	连接人与服务	服务功能	出行服务类、旅游服务类、配送服务类、家政服务类、房屋经纪类	公司不涉及提供该等服务
社交娱乐类平台	连接人与人	社交娱乐功能	即时通讯类、游戏休闲类、视听服务类、直播视频类、短视频类、文学类	公司不涉及提供该等服务，广告主与媒体主亦无法在“新榜”官网中进行即时通讯
信息资讯类平台	连接人与信息	信息资讯功能	新闻门户类、搜索引擎类、用户内容生成（UGC）类、视听资讯类、新闻机构类	公司不涉及提供该等服务
金融服务类平台	连接人与资金	融资功能	综合金融服务类、支付结算类、消费金融类、金融资讯类、证券投资类	公司不涉及提供该等服务
计算应用类平台	连接人与计算能力	网络计算功能	智能终端类、操作系统类、手机软件（APP）应用商店类、信息管理类、云计算类、网络服务类、工业互联网类	公司不涉及提供该等服务

综上，公司官网不属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》中规定的六大类平台。

根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“《反垄断指南》”）第二条的规定，“本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态”；“平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者”。

公司官方网站上具体内容包括“新榜有赚”营销信息发布、社交网络内容数据分析与管理工具、全平台榜单、互联网内容营销行业趋势信息及其他各项业务产品线条介绍信息，结合《反垄断指南》上述规定以及公司官网目前业务模式和功能，具体分析如下：

1、“新榜有赚”营销信息发布

公司“新榜有赚”业务是通过官网上的“新榜有赚”链接进入，“新榜有赚”

主要功能为营销信息快捷发布，广告主通过公司“新榜有赚”发布营销需求，公司按广告主营销需求寻找匹配适合的媒体主接单并执行。在该等业务模式中，公司向广告主与媒体主提供信息发布、浏览服务，不提供在线交易、撮合交易服务，广告主系公司的客户，媒体主系公司的供应商，由公司根据广告主的营销需求进行匹配，广告主无法通过新榜有赚直接向媒体主下单并结算资金，广告主与媒体主未直接进行交易，双方也未建立合同关系，而是公司与广告主、媒体主分别建立合同关系并分别结算。

“新榜有赚”具体业务流程及资金结算流程举例如下：

(1) 广告主A为一家餐饮企业，经营一家日本料理餐馆，其品牌知名度不高，营业规模较小，营销预算较低，且营销计划不能提前确定，根据数字化内容营销的商业模式进行询价、商务谈判和下单存在效费比不高、流程较长的问题，公司新榜有赚平台可以解决其弹性营销需求，该客户通过公司官网注册了广告主账号；

(2) 媒体主B为一位粉丝数量较少的流量账号所有者，主要在微信公众号上投放美食探店类文章，未与MCN机构签约，影响力较小，寻找和匹配商业订单的能力有限，其了解到公司“新榜有赚”平台可以解决接单需求，于是通过公司官网注册了媒体主账号；

(3) 广告主A通过“新榜有赚”发布了微信公众号营销订单，在订单中明确了营销文案、公众号类型、订阅者类别要求、最低阅读数、接单频率、推广时间、结算周期、每阅读量单价等要求，并通过公司对公账户向公司转入营销预付款项；

(4) 经公司“新榜有赚”系统筛选，为广告主A匹配到符合订单要求的媒体主B，系统向媒体主B发送营销订单通知，媒体主B选择是否接单，媒体主B接单后，根据广告主A的订单要求在其公众号中发布了营销软文；

(5) 媒体主B的文章发布48小时后“新榜有赚”系统根据投放期间的总阅读量，并结合内容、互动数、浏览量等进行判定，判定订单有效则按约定与媒体主B进行结算；

(6) “新榜有赚”系统将投放结果发送广告主A进行确认，并与广告主A进行结算，本次营销活动完成。

(7) 媒体主B根据本次营销活动的收益，向公司申请将其收益结款，公司财务审核通过后通过其指定账户付款。

上述业务中资金结算模式为：广告主通过银行或支付宝对公转账向公司预付

营销费用，公司在营销活动完成后根据媒体主结款要求向其指定账户转账汇款。

在上述业务中：（1）公司官网上的“新榜有赚”仅向广告主提供信息发布服务，为媒体主提供信息接收渠道，未为广告主与媒体主提供经营场所；（2）广告主、媒体主分别与公司建立合同关系并分别结算，广告主与媒体主未直接建立服务关系，公司未向广告主与媒体主提供交易撮合服务；（3）广告主与媒体主亦无法在公司官网上进行信息交流、即时通讯，广告主与媒体主之间未通过公司官网建立相互依赖关系并进行交互。因此公司官网中的“新榜有赚”板块不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”；（4）公司通过有赚平台收取的营销投放费用，是为了执行互联网营销业务而向客户收取的必要的预收款项，不涉及资金池违规情形。

2、社交网络内容数据分析与管理工具

该业务包括“新榜有数”和报告期后上线的新榜矩阵通：新榜有数是公司自主研发的数据工具，可通过公司官网进入，提供针对微信（公众号、视频号）、抖音、小红书、B站、快手等平台上的图文内容、短视频、直播等各项专业数据工具，为用户带来数据分析能力，便于用户及时了解、分析行业相关信息；公司在新榜有数基础上开发了新榜矩阵通，可以为客户实现：（1）帮助账号数量多且跨平台的企业机构等客户进行集团内账号资源统一监管，随时查看旗下各平台上每个账号的运营表现与风险，从集团视角查看数据走势；（2）进一步升级数据分析处理能力，增强可视化数据分析，提供更多数据维度和多个可视化模块。公司通过为客户提供上述数据分析工具服务，获取客户支付的订阅费实现销售收入。

公司业务中的“新榜有数”及新榜矩阵通系公司为客户提供的数据分析工具服务，交易方为公司及公司客户，公司未向用户提供经营场所、交易撮合、信息交流等平台服务，公司官网中的“新榜有数”及新榜矩阵通不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

3、全平台榜单

包括热门账号展示，具体展示方式为各个社交网络平台的热门排名，排名依据各平台不同展示效果，包括阅读数、点赞数、转发数、粉丝数、评论数等多重维度。公司的榜单服务仅作为推广品牌和增强公司影响力的作用，不作为商业盈利用途，该业务属于信息发布类业务，不涉及互联网平台业务。

4、互联网内容营销行业趋势资讯信息

发布公司所处的互联网内容营销行业内的趋势资讯，无其他社会时政新闻信息。公司官网行业资讯板块仅用于行业分享，不作为商业盈利用途，不涉及互联网平台业务。关于公司资讯类信息的合规情况详见本说明之“四、公司官网资讯类信息是否需要相关资质，是否符合相关规定”。

5、公司其他各项业务产品线条介绍信息

公司其他业务均通过线下进行，在官网上展示产品信息仅用于业务推广，无直接线上服务模块。

上述第3、4、5项业务仅用于公司业务推广，不作为商业盈利用途，不涉及提供经营场所或交易，亦不涉及第三方通过官网与用户进行信息交流。因此公司官网不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

除上述官网业务外，公司通过微信小程序平台开通了“新抖数据”、“新视数据”、“新快数据”和“新榜商桥”小程序，提供抖音、视频号和快手三个平台的部分数据查询展示（完整功能需通过官网进行）和公司榜单发布、业务介绍等功能；公司通过微信、抖音、微博、知乎等平台开通账号用于榜单发布、业务介绍、行业资讯发布，公司目前在各互联网平台共注册105个账号，其中主要使用的账号情况具体如下：

序号	账号名称	认证主体	具体内容	平台
1	新榜服务	公司	客户服务账号，用于新榜自有产品的运营及客户维护	微信公众平台
2	新抖服务	公司	客户服务账号，用于抖音数据查询工具“新抖”的运营及客户维护	
3	新快服务	公司	客户服务账号，用于快手数据查询工具“新快”的运营及客户维护	
4	新视服务	公司	客户服务账号，用于微信视频号数据查询工具“新视”的运营及客户维护	
5	新红数据	公司	客户服务账号，用于小红书数据查询工具“新红”的运营及客户维护	
6	新站数据	公司	客户服务账号，用于 B 站数据查询工具“新站”的运营及客户维护	
7	新榜有赚	公司	客户服务账号，用于新榜有赚业务板块的运营及客户维护	
8	新榜海汇	公司	客户服务账号，用于投放检测工具新榜海汇的运营及客户维护	
9	新榜商桥	公司	客户服务账号，用于新榜商桥业务板块的运营及客户维护	

10	矩阵通	公司	客户服务账号，用于账号工具矩阵通的运营及客户维护		
11	新榜点点	公司	内部服务，无对外展示内容		
12	新榜	公司	公司主账号，用于榜单发布及对外业务宣传		
13	新榜排行榜	公司	榜单发布专用账号		
14	新榜情报站	新榜企业管理	用于发布行业资讯		
15	榜哥榜妹	公司	用于公司内部企业文化相关内容发布		
16	榜上好物	公司	用于发布电商类榜单		
17	新榜研究院	公司	行业研究报告发布专用账号		
18	头号 AI 玩家	公司	用于 AI 行业相关的文章发布		
19	榜说美妆	公司	用于发布美妆类榜单		
20	新榜和 ta 的朋友	公司	用于公司上下游合作方及行业专家的视频内容发布		微信视频号
21	新榜有赚	公司	用于公司产品介绍、功能更新等新版有赚业务相关的视频内容发布		
22	新视服务	公司	客户服务账号，用于微信视频号数据查询工具“新视”的运营及客户维护		
23	头号 AI 玩家	公司	用于 AI 行业相关的视频内容发布		
24	新榜海汇	公司	客户服务账号，用于投放检测工具新榜海汇的运营及客户维护		
25	新榜	公司	用于公司品牌形象建设，报告期内未使用		抖音
26	新抖数据	公司	客户服务账号，用于抖音数据查询工具“新抖”的运营及客户维护		
27	新榜	公司	用于公司业务对外宣传		B 站
28	新榜官微	公司	用于发布行业资讯文章、公司产品介绍及业务宣传		微博
29	榜哥榜妹大本营	公司	用于公司内部企业文化相关内容发布		
30	新榜	公司	用于发布行业资讯，对外宣传公司业务	知乎	
31	新榜有数	公司	用于对外宣传公司自主研发的自媒体平台数据工具		
32	新榜有赚	公司	用于新榜有赚业务对外宣传		
33	新榜 FM	公司	用于公司业务对外宣传	喜马拉雅	
34	新榜	公司	用于公司业务对外宣传		
35	新榜	公司	用于公司业务对外宣传	西瓜视频	

上述小程序基于微信平台，提供业务展示功能，用于为公司业务推广和向用户提供“新榜有数”部分数据服务，自媒体账号基于微信、抖音、微博、知乎平台，用于为公司业务推广和向用户介绍公司产品，均不涉及提供经营场所或交易，亦不涉及第三方通过官网与用户进行信息交流，不属于《反垄断指南》规定的

“平台”，公司作为小程序开发者不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”，公司作为自媒体账号运营方系微信公众号、微信视频号、抖音、微博、知乎等平台的用户及使用者，亦不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

综上所述，根据公司官网目前业务模式、规模和功能，公司官网不属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》“分级”标准中的超级平台或大型平台；也不属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》分类标准中六大类平台中的任何一类，不属于《反垄断指南》规定的“平台”，亦不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

【主办券商与律师回复】

（一）核查程序

1、与公司相关人员进行访谈，了解公司官方网站业务分类、业务开展情况等事项；梳理公司官网业务模式，取得公司关于业务模式与是否属于平台类业务进行的说明；

2、查阅《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》等相关法律法规，对比公司业务进行分析，形成结论。

（二）核查结论

报告期内，公司主要业务中涉及公司网站的为数字化效果营销中的“新榜有赚”业务与内容数据管理与运营中的“新榜有数”业务。

根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》，依据平台的连接对象和主要功能，将平台分为以下六大类：网络销售类平台、生活服务类平台、社交娱乐类平台、信息资讯类平台、金融服务类平台、计算应用类平台。根据《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》中划分，“新榜有赚”及“新榜有数”不涉及提供网络交易平台、交易撮合、促成交易服务，公司不涉及提供综合商品交易类、垂直商品交易类、商超团购类服务，不属于网络销售类平台；公司不涉及提供出行服务类、旅游服务类、配送服务类、家政服务类、房屋经纪类服务，不属于生活服务类平台；公司不涉及提供即时通讯类、游戏休闲类、视听服务类、直播视频类、短视频类、文学类服务，广告主与媒体主亦无法在“新榜”官网中进行即时通讯，不属于社交娱乐类平台；公司不涉及提供新闻门户类、搜索引擎类、用户内容生成（UGC）类、视听资讯类、新闻机构类服务，不属于信息资讯类平台；公司不涉及提供综合金融服务类、支付结算类、消费金融类、金融资讯类、

证券投资类服务，不属于金融服务类平台；公司不涉及提供智能终端类、操作系统类、手机软件（APP）应用商店类、信息管理类、云计算类、网络服务类、工业互联网类服务，不属于计算应用类平台；综上，公司官网不属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》中规定的六大类平台。

根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“《反垄断指南》”）第二条的规定，“本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态”；“平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者”。

公司官方网站上具体内容包括“新榜有赚”营销信息发布、社交网络内容数据分析与管理工具、全平台榜单、互联网内容营销行业趋势信息及其他各项业务产品线条介绍信息。其中：

1、“新榜有赚”业务中仅向广告主提供信息发布服务，为媒体主提供信息接收渠道，未为广告主与媒体主提供经营场所；“新榜有赚”业务中广告主、媒体主分别与公司建立合同关系并分别结算，广告主与媒体主未直接建立服务关系，公司未向广告主与媒体主提供交易撮合服务；“新榜有赚”业务中广告主与媒体主亦无法在公司官网上进行信息交流、即时通讯，广告主与媒体主之间未通过公司官网建立相互依赖关系并进行交互。因此公司官网中的“新榜有赚”板块不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”；公司通过有赚平台收取的营销投放费用，是为了执行互联网营销业务而向客户收取的必要的预收款项，不涉及资金池违规情形。

2、社交网络内容数据分析与管理工具业务中的“新榜有数”及新榜矩阵通系公司为客户提供的数据分析工具服务，交易方为公司及公司客户，公司未向用户提供经营场所、交易撮合、信息交流等平台服务，公司官网中的“新榜有数”及新榜矩阵通不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

3、上述全平台榜单、互联网内容营销行业趋势信息及其他各项业务产品线条介绍信息仅用于公司业务推广，不作为商业盈利用途，不涉及提供经营场所或交易，亦不涉及第三方通过官网与用户进行信息交流。因此公司官网不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

4、公司小程序基于微信平台，提供业务展示功能，用于为公司业务推广和为用户提供部分“新榜有数”数据服务；公司自媒体账号注册于微信公众号、微信视频号、抖音、微博、知乎等平台，用于为公司业务推广和向用户介绍公司产品，公司均不涉及提供经营场所或交易，亦不涉及第三方通过官网与用户进行信息交流，不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司作为小程序开发者不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”，公司作为自媒体账号运营方系微信公众号、微信视频号、抖音、微博、知乎等平台的用户及使用者，亦不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

综上所述，根据公司官网目前业务模式、规模和功能，公司官网不属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》“分级”标准中的超级平台或大型平台；也不属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》六大类平台中的任何一类，不属于《反垄断指南》规定的“平台”，亦不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。

三、新榜“榜豆”的应用及合规性

【公司回复】

公司在官网个人中心“我的榜豆”推出了充值服务，客户可以通过支付宝对公转账方式向公司付款充值，充值后可以获得“榜豆”，每充值人民币一元可以获得一“榜豆”，“榜豆”仅可以用于订阅公司“新榜有数”相关服务及包月包年等服务，“榜豆”未在公司“新榜有赚”等业务中使用。上述服务均为公司的产品，客户使用“榜豆”仅可在公司官网购买公司提供的“新榜有数”相关服务，“榜豆”不能转让或用于其他商品的交易。

报告期内，“榜豆”的相关业务数据如下：

单位：元

用户数量（个）	2021年充值总金额	2022年充值总金额	当前榜豆余额（个）
1,986	642,539.95	623,847.40	145,677.16

目前我国法律法规关于虚拟货币的规定，主要针对代币发行融资活动和网络游戏，具体如下：

（一）代币发行融资活动中关于虚拟货币的相关规定

根据《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》，比特币、以

太币、泰达币等虚拟货币具有非货币当局发行、使用加密技术及分布式账户或类似技术、以数字化形式存在等主要特点。

2017年9月，中国人民银行、中央网信办、工业和信息化部、工商总局、银监会、证监会、保监会发布的《关于防范代币发行融资风险的公告》规定：“……代币发行融资是指融资主体通过代币的违规发售、流通，向投资者筹集比特币、以太币等所谓‘虚拟货币’，本质上是一种未经批准非法公开融资的行为，涉嫌非法发售代币票券、非法发行证券以及非法集资、金融诈骗、传销等违法犯罪活动。……代币发行融资中使用的代币或‘虚拟货币’不由货币当局发行，不具有法偿性与强制性等货币属性，不具有与货币等同的法律地位，不能也不应作为货币在市场上流通使用。……对各类使用‘币’的名称开展的非法金融活动，社会公众应当强化风险防范意识和识别能力，及时举报相关违法违规线索。……”。

2017年9月，中国互联网金融协会发布的《关于防范比特币等所谓“虚拟货币”风险的提示》规定：“……比特币等所谓‘虚拟货币’缺乏明确的价值基础，市场投机气氛浓厚，价格波动剧烈，投资者盲目跟风炒作，易造成资金损失，投资者需强化风险防范意识。……不法分子也往往利用交易平台获取所谓‘虚拟货币’以从事相关非法活动，存在较大的法律风险，近期大量交易平台因支持代币发行融资活动（ICO）已被监管部门叫停。各类所谓‘币’的交易平台在我国并无合法设立的依据。……”。

2018年8月，银保监会、中央网信办、公安部、人民银行、市场监管总局发布的《关于防范以“虚拟货币”“区块链”名义进行非法集资的风险提示》规定：“近期，一些不法分子打着‘金融创新’‘区块链’的旗号，通过发行所谓‘虚拟货币’‘虚拟资产’‘数字资产’等方式吸收资金，侵害公众合法权益。此类活动并非真正基于区块链技术，而是炒作区块链概念行非法集资、传销、诈骗之实，主要有以下特征：

“一、网络化、跨境化明显。依托互联网、聊天工具进行交易，利用网上支付工具收支资金，风险波及范围广、扩散速度快。一些不法分子通过租用境外服务器搭建网站，实质面向境内居民开展活动，并远程控制实施违法活动……；

二、欺骗性、诱惑性、隐蔽性较强。利用热点概念进行炒作，编造名目繁多的“高大上”理论，有的还利用名人大V“站台”宣传，以空投“糖果”等为诱惑，宣称“币值只涨不跌”“投资周期短、收益高、风险低”，具有较强蛊惑性。实际操作中，不法分子通过幕后操纵所谓虚拟货币价格走势、设置获利和提现门槛等手

段非法牟取暴利。此外，一些不法分子还以ICO、IFO、IEO等花样翻新的名目发行代币，或打着共享经济的旗号以IMO方式进行虚拟货币炒作，具有较强的隐蔽性和迷惑性。；

三、存在多种违法风险。不法分子通过公开宣传，以“静态收益”（炒币升值获利）和“动态收益”（发展下线获利）为诱饵，吸引公众投入资金，并利诱投资人发展人员加入，不断扩充资金池，具有非法集资、传销、诈骗等违法行为特征。”

根据上述违法虚拟货币的特征，对公司“榜豆”分析如下：（1）公司“榜豆”只可以通过公司官网“个人中心”入口，通过支付宝向公司转账方式充值，作为客户购买“新榜有数”产品及服务的预付款，客户与公司的交易、资金结算、产品及服务提供均在境内完成，不具有跨境化特点，不存在风险波及范围广、扩散速度快的特征；（2）“榜豆”仅可用于订阅“新榜有数”产品及服务，该等产品及服务合法合规、相关交易真实，客户每充值人民币一元可获得一“榜豆”，公司不涉及幕后操纵“榜豆”价格走势、设置获利和提现门槛非法牟取暴利，“榜豆”功能不具有欺骗性、诱惑性、隐蔽性；（3）公司“榜豆”仅用于公司客户购买“新榜有数”产品及服务，“榜豆”本身不存在“升值”获利空间，亦不存在发展下线获利的机制，未吸引社会公众投入资金，不具有非法集资、传销、诈骗等违法行为特征。

此外，“榜豆”除在“新榜有数”使用外，不可在其他平台、网站流通，客户也不可在账户之间转让、流通“榜豆”，同时，《新榜网站注册协议》第二条明确约定“4、用户不得以任何形式擅自转让或授权他人使用自己在本网站的用户账号”，即用户不得通过转让用户账号的方式间接转让其账户中的“榜豆”。

（二）网络游戏中关于虚拟货币的相关规定

根据《文化部、商务部关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》规定，网络游戏虚拟货币，是指由网络游戏运营企业发行，游戏用户使用法定货币按一定比例直接或间接购买，存在于游戏程序之外，以电磁记录方式存储于网络游戏运营企业提供的服务器内，并以特定数字单位表现的一种虚拟兑换工具。根据《关于进一步加强网吧及网络游戏管理工作的通知》规定，中国人民银行……要严格限制网络游戏经营单位发行虚拟货币的总量以及单个网络游戏消费者的购买额；严格区分虚拟交易和电子商务的实物交易，网络游戏经营单位发行的虚拟货

币不能用于购买实物产品，只能用于购买自身提供的网络游戏等虚拟产品和服务；消费者如需将虚拟货币赎回为法定货币，其金额不得超过原购买金额……。”

公司不属于网络游戏运营单位，“榜豆”用于购买“新榜有数”的产品及服务，“新榜有数”系公司提供的数据分析工具，不属于网络游戏，因此“榜豆”不属于网络游戏虚拟货币。

综上所述，“榜豆”仅可用于购买公司提供的“新榜有数”相关服务，由用户通过支付宝对公转账的方式获得，仅可与公司进行交易，不可购买其他第三方提供的产品，客户也不可与第三方交易、转让“榜豆”，“榜豆”属于预付款性质，不涉及媒体主与广告主交易或结算，不存在线下/二手交易市场，未提供平台交易服务，不涉及网络平台结算服务，不涉及资金池违规情形。公司为避免歧义，已将“榜豆”改为“榜余额”。榜豆功能不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”；榜豆不属于《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》等法规、部门规章规定的虚拟货币，也不属于《文化部、商务部关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》规定的网络游戏虚拟货币。因此，公司就设置“榜豆”功能不涉及需要取得特殊资质许可，不存在违反法律、法规的强制性规定的情形。

【主办券商与律师回复】

（一）核查过程

1、与公司相关人员进行访谈，了解公司榜豆形成的原因；梳理与榜豆相关的业务模式，查询相关业务的余额与用户数，取得公司关于业务模式、工作流程的说明；

2、查阅《反垄断指南》、《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》、《关于防范代币发行融资风险的公告》、《关于防范比特币等所谓“虚拟货币”风险的提示》、《关于防范以“虚拟货币”“区块链”名义进行非法集资的风险提示》、《文化部、商务部关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》等规范性文件，对比公司业务进行分析，形成结论。

（二）核查结论

公司在官网个人中心“我的榜豆”推出了充值服务，客户可以通过向公司账户转账方式进行充值，充值后可以获得“榜豆”，每充值人民币一元可以获得一“榜豆”，“榜豆”仅可以用于订阅公司“新榜有数”相关服务及包月包年等服

务，“榜豆”未在公司“新榜有赚”等业务中使用。上述服务均为公司的产品，客户使用“榜豆”仅可在公司官网购买公司提供的“新榜有数”相关服务，“榜豆”不能转让或用于其他商品的交易。

根据《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》、《关于防范代币发行融资风险的公告》、《关于防范比特币等所谓“虚拟货币”风险的提示》、《关于防范以“虚拟货币”“区块链”名义进行非法集资的风险提示》等规范性文件中关于代币发行融资活动中违法虚拟货币特征的定义，对公司“榜豆”分析如下：

（1）公司“榜豆”只可以通过公司官网“个人中心”入口，通过支付宝向公司转账方式充值，作为客户购买“新榜有数”产品及服务的预付款，客户与公司的交易、资金结算、产品及服务提供均在境内完成，不具有跨境化特点，不存在风险波及范围广、扩散速度快的特征；（2）“榜豆”仅可用于订阅“新榜有数”产品及服务，该等产品及服务合法合规、相关交易真实，客户每充值人民币一元可获得一“榜豆”，公司不涉及幕后操纵“榜豆”价格走势、设置获利和提现门槛非法牟取暴利，“榜豆”功能不具有欺骗性、诱惑性、隐蔽性；（3）公司“榜豆”仅用于公司客户购买“新榜有数”产品及服务，“榜豆”本身不存在“升值”获利空间，亦不存在发展下线获利的机制，未吸引社会公众投入资金，不具有非法集资、传销、诈骗等违法行为特征。此外，“榜豆”除在“新榜有数”使用外，不可在其他平台、网站流通，客户也不可账户之间转让、流通“榜豆”，同时，《新榜网站注册协议》第二条明确约定“4、用户不得以任何形式擅自转让或授权他人使用自己在本网站的用户账号”，即用户不得通过转让用户账号的方式间接转让其账户中的“榜豆”。

根据《文化部、商务部关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》中关于网络游戏中虚拟货币的相关规定，公司不属于网络游戏运营单位，“榜豆”用于购买“新榜有数”的产品及服务，“新榜有数”系公司提供的数据分析工具，不属于网络游戏，因此“榜豆”不属于网络游戏虚拟货币。

综上所述，“榜豆”仅可用于购买公司提供的“新榜有数”相关服务，仅可与公司进行交易，不可购买其他第三方提供的产品，客户也不可与第三方交易、转让“榜豆”，“榜豆”属于预付款性质，不涉及媒体主与广告主交易或结算，不存在线下/二手交易市场，未提供平台交易服务，不涉及网络平台结算服务，不涉及资金池违规情形。公司为避免歧义，已将“榜豆”改为“榜余额”。榜豆

功能不属于《反垄断指南》规定的“平台”，公司不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”；榜豆不属于《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》等法规、部门规章规定的虚拟货币，也不属于《文化部、商务部关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》规定的网络游戏虚拟货币。因此，公司就设置“榜豆”功能不涉及需要取得特殊资质许可，不存在违反法律、法规的强制性规定的情形。

四、公司官网资讯类信息是否需要相关资质，是否符合相关规定？

【公司回复】

（一）公司网站资讯类主要内容

公司在官网上转载与发布的资讯仅限互联网内容营销行业领域的趋势信息，包括各主流社交媒体平台的最新政策、商务动作、业务变更等信息，仅用于行业内信息分享。以2023年8月11日当天为例，公司部分转载与发布内容包括《抖音电商将对营业执照被列入异常经营名录商家发布预警》、《快手展示全模态、大模型AIGC解决方案和AIGC数字人产品》、《快手推出“飞鸟计划”：帮助本地生活创作者快速获得收入》等，上述内容均在公司官网内展示，未跳转到其他非公司官网页面，发布内容均为可能对公司及上下游产生影响的最新互联网内容营销行业内的趋势资讯，无其他社会时政新闻信息。

（二）公司网站资讯类内容的合法合规性

根据《互联网信息服务管理办法》第二条规定，互联网信息服务指通过互联网向上网用户提供信息的服务活动。第三条规定，经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动。第七条规定，从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证（以下简称经营许可证）。公司已获得《增值电信业务经营许可证》（编号：沪B2-20180212），可以提供信息服务业务（仅限互联网信息服务）。

根据《互联网信息服务管理办法》第五条规定，从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务，依照法律、行政法规以及国家有关规定须经有关主管部门审核同意的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意。公司发布“行业资讯”的行为不属于提供新闻、

出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务，因此不涉及有关主管部门审核同意，公司可根据获得的《增值电信业务经营许可证》（编号：沪B2-20180212）提供互联网信息服务。

根据《中华人民共和国电信条例》第八条，电信业务分类的具体划分在《电信业务分类目录》中列出。根据《电信业务分类目录（2015年版）》，信息服务业务是指通过信息采集、开发、处理和信息平台的建设，通过公用通信网或互联网向用户提供信息服务的业务。信息服务的类型按照信息组织、传递等技术服务方式，主要包括信息发布平台和递送服务、信息搜索查询服务、信息社区平台服务、信息即时交互服务、信息保护和处理服务等。

公司主要通过官网向客户提供行业资讯信息、展示榜单数据并自主运营新榜有赚，为广告主提供营销需求的信息发布服务，该类服务属于增值电信业务。公司已获得《增值电信业务经营许可证》（编号：沪B2-20180212），可以提供信息服务业务（仅限互联网信息服务）。因此，公司开展线上业务均在已经取得的增值电信业务经营许可证许可范围内。

“行业资讯”属于一般互联网信息，不属于“新闻信息”范围。根据《互联网新闻信息服务管理规定》，新闻信息系指包括有关政治、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论。公司利用自有互联网平台向用户提供公司业务相关客户、供应商、合作伙伴的商业资讯，并非《互联网新闻信息服务管理规定》中规定的具有社会公共属性或社会突发事件的新闻报道或评论，公司无需取得相关互联网新闻服务许可。

深圳华强电子网集团股份有限公司申请创业板上市的案例中，深圳证券交易所问询函中要求发行人结合网站、APP中为客户提供的资讯类型，说明业务中是否存在新闻服务业务，是否从事互联网视听节目服务，是否开展直播业务；发行人是否获取了开展业务所必须的资质、许可；如否，请逐项说明拟获取的资质内容，未获取的原因，未获取资质开展业务的法律后果和经营风险。根据深圳华强电子网集团股份有限公司回复，根据《互联网新闻信息服务管理规定》第二条规定，新闻信息是指有关政治、经济、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论。华强商城资讯（news.hqbuy.com）主要提供资讯类型为“电子行业资讯、产品技术资料、展会信息”，华强电子网集团（www.hqewgroup.com）、微信公众号主要提供资讯类型为“公司资讯、电子行

业资讯、媒体资讯”，“上述资讯均不涉及《互联网新闻信息服务管理规定》第二条中规定的“新闻信息”范畴，不属于互联网新闻信息。发行人网站、APP提供的资讯类型不存在新闻信息，发行人未开展新闻服务业务，无需办理互联网新闻服务相关许可”。2022年12月，该公司首次公开发行并在创业板上市的申请已经通过创业板上市委员会审议通过。

综上，公司提供的“行业资讯”属于一般互联网信息，不属于新闻信息，亦不涉及提供“新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械”等需要有关主管部门审核的互联网信息服务，公司可根据已取得的《增值电信业务经营许可证》提供互联网信息服务。为了简化公司网站展示的信息，突出形象展示及业务介绍，公司已下架公司网站的资讯类信息，后续不会在公司网站提供“行业资讯”类信息，不会对公司业务开展产生重大不利影响。

（三）互联网营销相关行业公司的情况分析

1、易点天下（股票代码：301171，2022年8月创业板上市）

易点天下是一家国际化智能营销服务商，主营业务包括效果广告服务、品牌广告服务以及头部媒体账户管理服务，通过查询易点天下官方网站（www.eclicktech.com.cn），其网站上有“动态-新闻/活动/博客”栏目，发布过的文章包括《KreadoAI正式上架亚马逊云科技Marketplace，全球商业化加速落地》、《从室内走向室外，家居园艺成为出海新机遇？》、《从东南亚到欧美，TikTok电商或将成为全球电商的未来？》、《席卷全球的“百模大战”下，AIGC或将引领广告营销新浪潮？》、《创意玩法|新能源汽车如何用本地化创意策略进击泰国市场？》等，均为与其高度相关的行业内资讯信息，上述内容均在其官网内展示。

根据公开信息查询，易点天下上述网站信息如下：

网址	www.eclicktech.com.cn
运营主体	易点天下网络科技股份有限公司
ICP备案/许可证号	陕ICP备18021511号

根据易点天下招股说明书，易点天下及其控股子公司未取得互联网信息服务增值电信业务经营许可证或其他互联网信息服务相关资质证照。

2、天下秀（主板上市公司，向不特定对象发行可转债正在审核过程中）

查询公司对比行业内主要竞争对手天下秀（600556.SH）公开信息，根据其

2022年年度报告披露，“热浪数据（www.relangdata.cn）”是其独家运营的全链路社交数据分析平台。查询天下秀热浪数据官网，其网站上有营销资讯栏目，发布文章包括《抖音再测“种草”功能；B站回应直播部门裁员》、《张柏芝首播GMV破亿！还有哪些上升期黑马红人值得关注？》、《小红书|违规扣分？品牌应该如何应对新政？》等，均为行业内资讯信息，上述内容均在其官网内展示。

根据公开信息查询，天下秀热浪数据网站的相关信息如下：

网址	www.relangdata.cn
运营主体	北京再想网络科技发展有限公司
ICP备案/许可证号	京ICP备2021022151号
增值电信业务经营许可证	京B2-20213019
许可经营业务种类	信息服务业务（仅限互联网信息服务）

同时，根据天下秀2022年年报披露，其运营的“WEIQ红人营销平台”（简称：WEIQ平台）（www.weiq.com）是基于大数据技术为红人（内容创作者）与企业提供在线红人营销服务的撮合与交易平台，查询该平台官网，其网站上有媒体报道栏目，栏目中最新发布的前五篇文章分别为《小红书3C家电行业5-6双月行业洞察》、《不只看比赛，年轻人八大花式观赛行为大赏》、《效字当先，开红而胜！2023艾菲奖红人营销评审沙龙在天下秀北京总部成功举办！》、《小红书急需新“顶流”》和《“职业打假”盘活探店博主，揭秘视频成流量密码？》，均为行业内资讯信息，上述内容均在其官网内展示。

根据其《向不特定对象发行可转换公司债券申请文件的审核问询函的回复（2023年6月）》等公开信息查询，天下秀WEIQ红人营销平台的网站相关信息如下：

网址	www.weiq.com
运营主体	上海秀天科技有限公司
ICP备案/许可证号	沪ICP备16013380号-2
增值电信业务经营许可证试点批复号	沪通信管自贸[2020]19号
许可经营业务种类	信息服务业务（仅限互联网信息服务）

（四）公司对于官网转载、跳转资讯的自查、规范

1、关于公司官网转载、跳转资讯的说明

公司官网上存在转载和跳转链接的资讯信息。

（1）对于转载：根据《中华人民共和国著作权法》第五条，本法不适用于：

（一）法律、法规，国家机关的决议、决定、命令和其他具有立法、行政、司法性质的文件，及其官方正式译文；（二）单纯事实消息；（三）历法、通用数表、通用表格和公式。

公司根据行业资讯编写的文章中，引用的行业资讯均语言简明，反映对客观事实的陈述，仅包含时间、地点、人物或事件要素，属于单纯事实消息，因而不具有著作权。

（2）关于跳转链接：公司官网中部分板块涉及到跳转链接，用户点击相应文章后页面会跳转到发布该文章的微信公众号，用户能够清楚感知其已从设链者的网站跳转到其他被链接的第三方网站，属于典型的“浅层链接”或“普通链接”。就普通链接涉及的侵权行为的实务认定，杭州互联网法院在（2020）浙0192民初1690号民事判决书中认为，普通链接作为仅向公众提供被链网页或作品的网络地址信息，它并不直接引发作品提供行为，而是引导网络用户跳转至被链网站获得作品，其行为并不构成直接侵犯信息网络传播权。

《信息网络传播权保护条例》第二十三条，网络服务提供者服务对象提供搜索或者链接服务，在接到权利人的通知书后，根据本条例规定断开与侵权的作品、表演、录音录像制品的链接的，不承担赔偿责任；但是，明知或者应知所链接的作品、表演、录音录像制品侵权的，应当承担共同侵权责任。

《最高人民法院关于审理侵害信息网络传播权民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第十三条，网络服务提供者接到权利人以书信、传真、电子邮件等方式提交的通知及构成侵权的初步证据，未及时根据初步证据和服务类型采取必要措施的，人民法院应当认定其明知相关侵害信息网络传播权行为。

《互联网著作权行政保护办法》第十二条，没有证据表明互联网信息服务提供者明知侵权事实存在的，或者互联网信息服务提供者接到著作权人通知后，采取措施移除相关内容的，不承担行政法律责任。

因此，公司官网链接跳转仅向公众提供被链接网页或作品的网络地址信息，并不直接引发作品提供行为，提供跳转链接的行为不会构成直接侵犯信息网络传播权。

2、关于转载、跳转链接类资讯的自查、规范

公司官网跳转链接类资讯不直接提供作品，系引导网络用户跳转至被链网站获得作品，此种行为虽然不构成直接侵权，但根据《信息网络传播权保护条例》

第二十三条及杭州互联网法院在（2020）浙0192民初1690号民事判决书中的裁判观点“普通链接作为仅向公众提供被链网页或作品的网络地址信息，它并不直接引发作品提供行为，而是引导网络用户跳转至被链接网站获得作品，其行为并不构成直接侵犯信息网络传播权，但仍然可能涉及间接侵权责任或共同侵权责任”，为避免间接侵权风险，公司对官网进行了全面自查，对转载、跳转链接类的资讯进行了全面下架处理。同时，公司承诺，将加强维护管理，对官网日后资讯做好排查，确保不再出现转载、跳转链接类资讯。

【主办券商与律师回复】

（一）核查过程

1、查阅公司官网资讯板块，分析公司资讯类型，与公司相关人员进行访谈，了解公司官方网站资讯种类、来源等事项；查阅同行业公司官方网站同类型资讯板块展示情况，了解其获取的资质；

2、查阅《互联网信息服务管理办法》、《中华人民共和国电信条例》、《电信业务分类目录（2015年版）》、《中华人民共和国著作权法》、《信息网络传播权保护条例》等法律法规和规范性文件中关于资讯类信息展示、转载、跳转链接等方面的规定，对比公司业务进行分析，形成结论。

（二）核查结论

1、公司网站资讯类主要内容与合法合规性

公司在官网上转载与发布的资讯仅限互联网内容营销行业领域的趋势信息，包括各主流社交媒体平台的最新政策、商务动作、业务变更等信息，仅用于行业内信息分享。

根据《互联网信息服务管理办法》第二条规定，互联网信息服务指通过互联网向上网用户提供信息的服务活动。第三条规定，经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动。第七条规定，从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证（以下简称经营许可证）。公司已获得《增值电信业务经营许可证》（编号：沪B2-20180212），可以提供信息服务业务（仅限互联网信息服务）。

根据《互联网信息服务管理办法》第五条规定，从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务，依照法律、行政法规以及国家有关

规定须经有关主管部门审核同意的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意。公司发布“行业资讯”的行为不属于提供新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务，因此不涉及有关主管部门审核同意，公司可根据获得的《增值电信业务经营许可证》（编号：沪B2-20180212）提供互联网信息服务。

根据《中华人民共和国电信条例》第八条，电信业务分类的具体划分在《电信业务分类目录》中列出。根据《电信业务分类目录（2015年版）》，信息服务业务是指通过信息采集、开发、处理和信息平台的建设，通过公用通信网或互联网向用户提供信息服务的业务。信息服务的类型按照信息组织、传递等技术服务方式，主要包括信息发布平台和递送服务、信息搜索查询服务、信息社区平台服务、信息即时交互服务、信息保护和处理服务等。

公司主要通过官网向客户提供行业资讯信息、展示榜单数据并自主运营新榜有赚，为广告主提供营销需求的信息发布服务，该类服务属于增值电信业务。公司已获得《增值电信业务经营许可证》（编号：沪B2-20180212），可以提供信息服务业务（仅限互联网信息服务）。因此，公司开展线上业务均在已经取得的增值电信业务经营许可证许可范围内。

“行业资讯”属于一般互联网信息，不属于“新闻信息”范围。根据《互联网新闻信息服务管理规定》，新闻信息系指包括有关政治、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论。公司利用自有互联网平台向用户提供公司业务相关客户、供应商、合作伙伴的商业资讯，并非《互联网新闻信息服务管理规定》中规定的具有社会公共属性或社会突发事件的新闻报道或评论，公司无需取得相关互联网新闻服务许可。

深圳华强电子网集团股份有限公司申请创业板上市的案例中，深圳证券交易所问询函中要求发行人结合网站、APP中为客户提供的资讯类型，说明业务中是否存在新闻服务业务，是否从事互联网视听节目服务，是否开展直播业务；发行人是否获取了开展业务所必须的资质、许可；如否，请逐项说明拟获取的资质内容，未获取的原因，未获取资质开展业务的法律后果和经营风险。根据深圳华强电子网集团股份有限公司回复，根据《互联网新闻信息服务管理规定》第二条规定，新闻信息是指有关政治、经济、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论。华强商城资讯（news.hqbuy.com）主要提

供资讯类型为“电子行业资讯、产品技术资料、展会信息”，华强电子网集团（www.hqewgroup.com）、微信公众号主要提供资讯类型为“公司资讯、电子行业资讯、媒体资讯”，“上述资讯均不涉及《互联网新闻信息服务管理规定》第二条中规定的“新闻信息”范畴，不属于互联网新闻信息。发行人网站、APP提供的资讯类型不存在新闻信息，发行人未开展新闻服务业务，无需办理互联网新闻服务相关许可”。2022年12月，该公司首次公开发行并在创业板上市的申请已经通过创业板上市委员会审议通过。

综上，公司提供的“行业资讯”属于一般互联网信息，不属于新闻信息，亦不涉及提供“新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械”等需要有关主管部门审核的互联网信息服务，公司可根据已取得的《增值电信业务经营许可证》提供互联网信息服务。为简化公司网站展示的信息，突出形象展示及业务介绍，公司已下架公司网站的资讯类信息，后续不会在公司网站提供“行业资讯”类信息，不会对公司业务开展产生重大不利影响。

2、关于公司官网转载、跳转资讯的说明与自查、规范

公司官网上存在转载和跳转链接的资讯信息。

（1）对于转载：根据《中华人民共和国著作权法》第五条，本法不适用于：（一）法律、法规，国家机关的决议、决定、命令和其他具有立法、行政、司法性质的文件，及其官方正式译文；（二）单纯事实消息；（三）历法、通用数表、通用表格和公式。

公司根据行业资讯编写的文章中，引用的行业资讯均语言简明，反映对客观事实的陈述，仅包含时间、地点、人物或事件要素，属于单纯事实消息，因而不具有著作权。

（2）关于跳转链接：公司官网中部分板块涉及到跳转链接，用户点击相应文章后页面会跳转到发布该文章的微信公众号，用户能够清楚感知其已从设链者的网站跳转到其他被链接的第三方网站，属于典型的“浅层链接”或“普通链接”。就普通链接涉及的侵权行为的实务认定，杭州互联网法院在（2020）浙0192民初1690号民事判决书中认为，普通链接作为仅向公众提供被链网页或作品的网络地址信息，它并不直接引发作品提供行为，而是引导网络用户跳转至被链网站获得作品，其行为并不构成直接侵犯信息网络传播权。

《信息网络传播权保护条例》第二十三条，网络服务提供者服务对象提供

搜索或者链接服务，在接到权利人的通知书后，根据本条例规定断开与侵权的作品、表演、录音录像制品的链接的，不承担赔偿责任；但是，明知或者应知所链接的作品、表演、录音录像制品侵权的，应当承担共同侵权责任。

《最高人民法院关于审理侵害信息网络传播权民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第十三条，网络服务提供者接到权利人以书信、传真、电子邮件等方式提交的通知及构成侵权的初步证据，未及时根据初步证据和服务类型采取必要措施的，人民法院应当认定其明知相关侵害信息网络传播权行为。

《互联网著作权行政保护办法》第十二条，没有证据表明互联网信息服务提供者明知侵权事实存在的，或者互联网信息服务提供者接到著作权人通知后，采取措施移除相关内容的，不承担行政法律责任。

因此，公司官网链接跳转仅向公众提供被链接网页或作品的网络地址信息，并不直接引发作品提供行为，提供跳转链接的行为不会构成直接侵犯信息网络传播权。

公司官网跳转链接类资讯不直接提供作品，系引导网络用户跳转至被链网站获得作品，此种行为虽然不构成直接侵权，但根据《信息网络传播权保护条例》第二十三条及杭州互联网法院在（2020）浙0192民初1690号民事判决书中的裁判观点“普通链接作为仅向公众提供被链网页或作品的网络地址信息，它并不直接引发作品提供行为，而是引导网络用户跳转至被链网站获得作品，其行为并不构成直接侵犯信息网络传播权，但仍然可能涉及间接侵权责任或共同侵权责任”，为避免间接侵权风险，公司对官网进行了全面自查，对转载、跳转链接类的资讯进行了全面下架处理。同时，公司承诺，将加强维护管理，对官网日后资讯做好排查，确保不再出现转载、跳转链接类资讯。

五、结合前述平台业务说明，公司“新榜有赚”（数字化效果营销业务）采取净额法确认收入及依据，是否符合企业会计准则规定

【公司回复】

公司数字化效果营销中的“新榜有赚”业务通过公司官网上的新榜有赚链接发布和匹配广告主及媒体主。公司订单获取主要通过商务谈判完成，线下签订合同后，公司向广告主预收账款，广告主通过公司新榜有赚发布营销需求（如产品所属行业、媒体主粉丝规模、阅读数门槛、阅读单价等）订单，公司主要承担匹

配对接媒体资源的角色，按广告主营销需求匹配至适合的媒体主，由其接单并执行，公司通常按照广告投放量（如微信公众号的阅读量乘以单价）的一定比例（约20%）收取固定服务费，不承担广告投放的主要责任和风险，亦不能自主决定所提供服务的价格。

对照企业会计准则，具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时的事实和情况如下：

收入准则要求	具体依据
1、企业承担向客户转让商品的主要责任	根据合同约定，“新榜有赚”客户在公司网站发布已完成文案撰写或图文视频制作的营销需求，公司将需求对接给入驻公司网站的媒体主，由媒体主负责发布营销内容，公司不涉及编制、执行、实施等工作，在数字化效果营销的服务链条中仅承担匹配对接媒体资源的角色，根据合同约定，广告主通过“新榜有赚”采购媒体资源需自行提供广告发布素材等内容，公司不对广告发布行为及发布内容承担任何责任，因此公司承担向客户交付服务的次要责任，不承担向客户交付服务的主要责任。
2、企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	公司在客户选择媒介资源后进行采购，在服务完成之前和之后均不承担存货风险，客户承担了所购新媒体流量费的后续风险。
3、企业有权自主决定所交易商品的价格	公司按照“新榜有赚”媒体主的投放量（如微信公众号的阅读量乘以单价）的一定比例（约20%）收取固定服务费，不能自主决定所提供服务的价格。
4、其他相关事实和情况	同行业可比公司天下秀（证券代码：600556）的红人营销平台业务包含精准化一站式营销投放平台（WEIQ平台）服务，其业务模式类似“新榜有赚”。天下秀在重组上市过程中披露的《广西慧金科技股份有限公司吸收合并北京天下秀科技股份有限公司暨关联交易报告书（2019年9月）》中显示，其主营业务中“新媒体广告交易系统服务”采用净额法确认收入。

因此，公司在“新榜有赚”业务中，不符合“主要责任人”的相关定义，而是承担“代理人”的角色，采用净额法确认收入具有合理性，符合会计准则的要求。

【主办券商与会计师回复】

（一）核查程序

1、访谈公司管理层，了解“新榜有赚”的业务模式，询问其收入确认会计处理的具体方法；

2、查阅公司与广告主和媒体主的合同条款，对照企业会计准则，逐条分析公司在其中承担的责任和角色；

3、检索同行业可比公司收入确认方法，分析公司的会计处理是否符合行业惯例和业务实际。

（二）核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

公司在数字化效果营销“新榜有赚”业务中承担代理人的角色，公司采取净额法确认收入，符合企业会计准则规定。

六、公司在平台开设自媒体账号发布文章是否需要相关资质，是否符合相关规定？

【公司回复】

1、公司不属于互联网平台经营者

公司目前主要使用的自媒体账户及所属平台、具体内容详见本问题之“二、公司是否属于《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》中的互联网平台”，公司不属于互联网平台经营者。

2、公司不涉及取得互联网新闻服务许可

根据《互联网新闻信息服务管理规定》，新闻信息系指包括有关政治、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论。公司微信公众号“新榜”、“新榜情报站”、“新榜研究院”等发布的文章如“《逃出大英博物馆》多平台热度飙升，粉丝猛涨；柯基打快板吵架，抖音一天获赞超340万|今日爆款”、“网红地域图鉴”、“视频号电商加速；淘宝内容化加速|内容行业重点事件观察”等均为与公司业务高度相关的行业内资讯信息，并非《互联网新闻信息服务管理规定》中规定的具有社会公共属性或社会突发事件的新闻报道或评论，上述文章不属于新闻信息。

3、公司主要公众账号注册均受限于相关即时通信工具公众信息提供者、公众账号服务平台的资质证明提供要求

以微信公众号平台为例，根据腾讯平台发布的“微信认证申请条件/步骤”，微信公众号认证类型有个体工商户、其他组织、政府/事业单位类型、媒体类型、企业类型。上述分类中“企业类型”仅需上传最新营业执照，“媒体类型”需上传媒体资质信息，如网络媒体需上传《互联网新闻信息服务许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》，广播电视上传《广播电视播出机构许可证》或《广播电视频道许可证》，报纸上传《中华人民共和国报纸出版许可证》，期刊上传《中华人民共和国期刊出版许可证》等，“人民日报”、“新华社”、“中国新

闻网”等公众号认证类型均为“媒体”，公司主要账号认证均为“企业”，不涉及“媒体”账号认证。

根据《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》规定，“即时通信工具服务使用者为从事公众信息服务活动开设公众账号，应当经即时通信工具服务提供者审核，由即时通信工具服务提供者向互联网信息内容主管部门分类备案。”

“新闻单位、新闻网站开设的公众账号可以发布、转载时政类新闻，取得互联网新闻信息服务资质的非新闻单位开设的公众账号可以转载时政类新闻。其他公众账号未经批准不得发布、转载时政类新闻。即时通信工具服务提供者应当对可以发布或转载时政类新闻的公众账号加注标识”。根据《互联网用户公众账号信息服务管理规定》，公众账号信息服务平台和公众账号生产运营者向社会公众提供互联网新闻信息服务，应当取得互联网新闻信息服务许可。

根据以上规定，即时通信工具公众信息服务使用者开设公众账号应由即时通信工具服务提供者审核，并由即时通信工具服务提供者向互联网信息内容主管部门分类备案；互联网新闻信息服务提供者，应当取得互联网新闻信息服务许可，发布、转载时政类新闻需要取得相关资质。而公司从事公众号运营业务，发布内容不涉及互联网新闻，亦未发布、转载时政类新闻，因此不涉及取得互联网新闻信息服务许可。

4、公司主要公众账号的日常运营均受限于相关即时通信工具公众信息提供者、公众账号服务平台的监督管理

根据《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》，即时通信工具服务使用者注册账号时，应当与即时通信工具服务提供者签订协议，承诺遵守法律法规、社会主义制度、国家利益、公民合法权益、公共秩序、社会道德风尚和信息真实性等“七条底线”。对违反协议约定的即时通信工具服务使用者，即时通信工具服务提供者应当视情节采取警示、限制发布、暂停更新直至关闭账号等措施，并保存有关记录，履行向有关主管部门报告义务。根据《互联网用户公众账号信息服务管理规定》，公众账号信息服务平台应当加强对本平台公众账号信息服务活动的监督管理，及时发现和处置违法违规信息或者行为。公众账号信息服务平台应当对违反本规定及相关法律法规的公众账号，依法依规采取警示提醒、限制账号功能、暂停信息更新、停止广告发布、关闭注销账号、列入黑名单、禁止重新注册等处置措施，保存有关记录，并及时向网信等有关主管部门报告。

因此，微信公众号、微信视频号、抖音、微博、知乎等平台作为即时通信工具服务提供者、公众账号服务平台，有义务对使用者的行为进行监督管理。

以微信公众号平台为例，根据《微信公众平台运营规范》“3.8 违法违规经营行为：对属于法律、法规规定应当批准的项目，未取得审批文件或相关许可开展经营活动的，包括但不限于以下类型：……3.8.9 从事其他需要取得审批文件或法定许可或监管部门许可方可开展的业务……一经发现此类违规行为，微信公众平台将根据违规严重程度，对违规公众账号予以责令限期整改及限制账号部分功能直至永久封号的处理。”

报告期内，公司各自媒体账号均正常使用，未因自媒体账号发布的文章被认定为互联网新闻信息而被平台予以责令限期整改、限制或停止服务等处置，不存在违反相关法律法规或微信、抖音等公众平台运营规范的情况，因此，公司作为自媒体账号使用者，发布的文章也未被具有法定监督管理义务的平台方认定为互联网新闻。

综上，公司发布相关内容均为行业信息、行业发展动态等资讯，不存在提供互联网新闻信息的采编发布服务、转载发布，因此，无需取得《互联网新闻信息服务许可证》等相关资质。公司各自媒体账号在内容发布过程未因平台认定违规而被采取责令限期整改、限制或停止服务等处置。

【主办券商与律师回复】

（一）核查程序

1、查阅《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》、《互联网新闻信息服务管理规定》、《微信公众平台运营规范》等法律法规、规范性文件中关于新闻信息发布、资质许可等方面的规定，对比公司发布文章进行分析，形成结论；

2、查阅公司主要自媒体账户内容，分析文章资讯类型；

3、取得公司关于自媒体账号信息、发布文章内容等情况的说明。

（二）核查结论

经核查，主办券商、律师认为：

公司目前运营的主要自媒体账号发布内容不涉及政治、经济、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论，公司发布的信息不属于互联网新闻信息，公司自媒体账号亦不存在发布、转载时政类新闻，

公司自媒体账号运营不涉及违反《互联网新闻信息服务管理规定》、《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》等国家法律法规的情形。公司各自媒体账号在内容发布过程未因平台认定违规而被采取责令限期整改、限制或停止服务等处置。

（以下无正文）

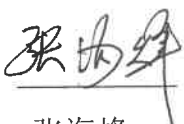
（本页无正文，为上海新榜信息技术股份有限公司对《关于上海新榜信息技术股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》之盖章页）


上海新榜信息技术股份有限公司

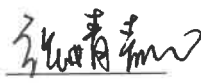


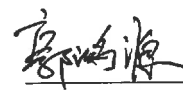
2023年9月6日

(本页无正文，为申万宏源证券承销保荐有限责任公司对《关于上海新榜信息技术股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页)

项目负责人：
张海烽

项目小组成员：
张嘉


张婧靓


郭鸿源

申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2023年 月 6日