



关于西安博达软件股份有限公司  
向不特定合格投资者公开发行股票  
并在北京证券交易所上市的  
法律意见书

中国 深圳 福田区 益田路6001号太平金融大厦11-12楼 邮政编码：518038

11F-12F, TAIPING FINANCE TOWER, 6001 YITIAN ROAD, FUTIAN, SHENZHEN, CHINA

电话 (Tel.) : (0755) 88265288 传真 (Fax.) : (0755) 88265537

邮箱: info@sundiallawfirm.com

网站 (Website) : www.sundiallawfirm.com

## 目 录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 释 义 .....                         | 2  |
| 第一节 律师声明事项 .....                  | 6  |
| 第二节 法律意见书正文 .....                 | 8  |
| 一、本次发行上市的批准和授权 .....              | 8  |
| 二、发行人本次发行上市的主体资格 .....            | 8  |
| 三、本次发行上市的实质条件 .....               | 8  |
| 四、发行人的设立 .....                    | 12 |
| 五、发行人的独立性 .....                   | 13 |
| 六、发起人或股东（实际控制人） .....             | 17 |
| 七、发行人的股本及其演变 .....                | 19 |
| 八、发行人的业务 .....                    | 20 |
| 九、关联交易及同业竞争 .....                 | 21 |
| 十、发行人的主要财产 .....                  | 22 |
| 十二、发行人的重大资产变化及收购兼并 .....          | 26 |
| 十三、发行人的章程制订与修改 .....              | 26 |
| 十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作 ..... | 27 |
| 十五、发行人董事、监事、高级管理人员及其变化 .....      | 28 |
| 十六、发行人的税务 .....                   | 28 |
| 十七、发行人的环境保护和产品质量、技术标准 .....       | 29 |
| 十八、发行人募集资金的运用 .....               | 30 |
| 十九、发行人业务发展目标 .....                | 30 |

---

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 二十、诉讼、仲裁或行政处罚 .....       | 30 |
| 二十一、发行人招股说明书法律风险的评价 ..... | 31 |
| 二十二、本次发行上市的总体结论性意见 .....  | 31 |

## 释 义

在本《法律意见书》中，除上下文另有解释或说明外，下列使用的简称分别代表如下全称或含义：

| 简称               | 全称或含义  |
|------------------|--|
| 发行人/公司/股份公司/博达软件 | 西安博达软件股份有限公司                                   |
| 博达有限             | 西安博达软件有限公司，2001年6月更名前为西安网博电子科技有限公司             |
| 萨维斯              | 西安萨维斯智能科技有限公司，2022年3月更名前为西安博达融创科技有限公司，发行人全资子公司 |
| 西咸博达             | 西咸新区博达未来信息科技有限公司，发行人全资子公司                      |
| 北京分公司            | 西安博达软件股份有限公司北京市分公司                             |
| 深圳分公司            | 西安博达软件股份有限公司深圳分公司                              |
| 博通资讯             | 西安博通资讯股份有限公司，原名西安交大博通资讯股份有限公司，发行人历史上的股东        |
| 文投博达             | 西咸新区文投博达创业投资合伙企业（有限合伙），发行人股东                   |
| 一八九六             | 西安西交一八九六科创投资合伙企业（有限合伙），发行人股东                   |
| 深圳源烯             | 深圳市源烯科技有限公司，发行人股东                              |
| 控股股东、实际控制人       | 魏小立、李传咏、王逸杰                                    |
| 电子信息集团           | 陕西电子信息集团有限公司                                   |
| 佳禾物联             | 西安佳禾物联网科技股份有限公司                                |

|            |   |
|------------|---|
| 希格玛        | 希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）   |
| 本次发行       | 向不特定合格投资者公开发行股票   |
| 本次发行上市     | 向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市  |
| 权益登记日      | 审议本次发行上市相关事宜的股东大会的股权登记日，即 2023 年 6 月 1 日  |
| 《公司章程》     | 现行有效的《西安博达软件股份有限公司章程》   |
| 《公司章程（草案）》 | 2023 年 6 月 8 日经发行人 2023 年第一次临时股东大会审议通过的《西安博达软件股份有限公司章程（草案）》，将于本次发行上市之日起生效、实施  |
| 《招股说明书》    | 《西安博达软件股份有限公司招股说明书（申报稿）》  |
| 《审计报告》     | 大华会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人 2020 年度、2021 年度、2022 年度财务报表进行审计后出具的审计报告，具体包括大华审字[2021]0014802 号《审计报告》、大华审字[2022]0011273 号《审计报告》、大华审字[2023]000101 号《审计报告》、大华核字[2023]0012312 号《前期会计差错更正专项说明的审核报告》。 |
| 《内部控制鉴证报告》 | 大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《西安博达软件股份有限公司内部控制鉴证报告》（大华核字[2023]0010458 号）  |
| 《法律意见书》    | 《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的法律意见书》   |
| 《律师工作报告》   | 《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的律师工作报告》  |

|                      |   |
|----------------------|---|
| 报告期                  | 2020 年度、2021 年度及 2022 年度                              |
| 报告期末                 | 2022 年 12 月 31 日                                      |
| 《公司法》                | 《中华人民共和国公司法》  |
| 《证券法》                | 《中华人民共和国证券法》  |
| 《注册管理办法》             | 《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》                        |
| 《新股发行意见》             | 《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》                             |
| 《编报规则第 12 号》         | 《公开发行证券公司信息披露编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》         |
| 《监管规则适用指引——法律类第 2 号》 | 《监管规则适用指引——法律类第 2 号：律师事务所从事首次公开发行股票并上市法律业务执业细则》       |
| 《股票上市规则》             | 《北京证券交易所股票上市规则（试行）》                                   |
| 《上市审核规则》             | 《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市审核规则（试行）》                   |
| 本次发行                 | 向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市                            |
| 中国                   | 中华人民共和国境内区域，为便于表述，就《律师工作报告》而言，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区 |
| 中国证监会                | 中国证券监督管理委员会   |
| 北交所                  | 北京证券交易所   |
| 保荐机构/主承销商/开源证券       | 开源证券股份有限公司  |
| 会计师                  | 大华会计师事务所（特殊普通合伙）                                      |

|      |                             |
|------|-----------------------------|
| 信达   | 广东信达律师事务所                   |
| 信达律师 | 广东信达律师事务所及广东信达（西安）律师事务所经办律师 |
| 元、万元 | 中国的法定货币单位，人民币元、人民币万元        |

本《法律意见书》中部分数据的合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能有差异，这些差异是由于四舍五入而造成的。

**广东信达律师事务所**  
**关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者**  
**公开发行股票并在北京证券交易所上市的**  
**法律意见书**

信达首北意字[2023]第 003 号

**致：西安博达软件股份有限公司**

根据发行人与信达签署的《专项法律顾问聘请协议》，信达接受委托，担任发行人本次发行上市的特聘专项法律顾问，为发行人提供法律服务。

信达根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规及《注册管理办法》《编报规则第 12 号》《监管规则适用指引——法律类第 2 号》《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）》等规范性文件的规定，并按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具《律师工作报告》，出具本《法律意见书》。



## 第一节 律师声明事项

(一) 信达是依据《律师工作报告》《法律意见书》出具之日以前已经发生或者存在的事实，并根据《编报规则第 12 号》《监管规则适用指引——法律类第 2 号》的规定以及中国现行法律、法规及中国证监会的有关规定发表法律意见。

(二) 信达律师并不对有关会计、审计、验资、资产评估、盈利预测、投资决策等专业事项发表意见。信达并未就中国以外的其他司法管辖区域的法律事项进行调查，亦不就中国以外的其他司法管辖区域的法律问题发表意见。信达律师在《律师工作报告》或《法律意见书》中引用有关会计、审计、验资、资产评估等专业事项或中国以外的其他司法管辖区域的法律事项时，均按照其他专业机构出具的报告或意见引述，信达对于财务、会计、评估等非法律事项及非中国法律事项仅负有普通人一般的注意义务。信达在《律师工作报告》及《法律意见书》对其他有关专业机构出具的报告或意见中某些数据和结论的引述，并不意味着信达对这些数据或结论的真实性和准确性作出任何明示或默示的保证。

(三) 信达在进行相关的调查、收集、查阅、查询过程中，已经得到发行人的如下保证：发行人已向信达提供了信达出具《律师工作报告》及《法律意见书》所必需的和真实的原始书面材料、副本材料、复印材料、书面说明、书面确认或口头证言等文件；发行人在向信达提供文件时并无任何隐瞒、遗漏、虚假记载或误导性陈述；发行人所提供的文件上的签名、印章均是真实的，均为相关当事人或其合法授权的人所签署；其中，文件材料为副本或者复印件的，所有副本材料或复印件均与原件一致。

(四) 信达及信达律师依据《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《律师工作报告》《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，对发行人的行为及本次发行上市的合法、合规、真实、有效进行了充分的核查验证，保证《律师工作报告》《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，并愿意承担相应法律责任。

（五）信达同意将《律师工作报告》和《法律意见书》作为发行人申请本次发行上市所必备的法律文件，随其他申报材料一同上报；并同意就《律师工作报告》和《法律意见书》的内容承担相应的法律责任。

（六）信达同意发行人部分或全部在《招股说明书》及其摘要中自行引用或按中国证监会、北交所审核要求引用《律师工作报告》或《法律意见书》的内容。但发行人作上述引用时，不得因引用而导致法律上的歧义或曲解。

（七）信达出具的《律师工作报告》和《法律意见书》仅供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用作任何其他目的。

基于上述，信达根据《证券法》《公司法》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，并在此声明基础上出具本《法律意见书》。

## 第二节 法律意见书正文

### 一、本次发行上市的批准和授权

经核查，信达律师认为，发行人第四届董事会第二次会议及 2023 年第一次临时股东大会已经依照法定程序作出批准本次发行上市的决议，根据有关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》的规定，发行人前述董事会及股东大会的决议的内容合法、有效；发行人 2023 年第一次临时股东大会授权董事会办理本次发行上市相关事宜的授权范围、程序符合中国法律、法规及规范性文件及发行人《公司章程》的规定，合法、有效。

### 二、发行人本次发行上市的主体资格

经核查，信达律师认为，截至《法律意见书》出具之日，发行人是依法设立并有效存续的股份有限公司，是在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司，不存在根据法律、法规、规范性文件以及《公司章程》规定需要终止的情形，具备本次发行上市的主体资格。

### 三、本次发行上市的实质条件

#### （一）本次发行的实质条件

经核查，信达律师认为：

1、发行人本次拟发行的股票为每股面值人民币壹元的人民币普通股，同股同权、同股同利，每股的发行条件与发行价格相同，每股发行价格不低于票面金额，符合《公司法》第一百二十六条及第一百二十七条的规定。

2、本次发行上市方案已经发行人 2023 年第一次临时股东大会审议通过，本次会议提供网络投票方式，决议内容包含本次发行股票种类及数额、发行对象范围、向原有股东发行新股的种类及数额、定价方式和发行价格（区间）或发行底价、

募集资金用途、新股发行的起止日期、决议有效期、对董事会办理本次发行具体事宜的授权、发行前滚存利润的分配方案等，并对出席会议的持股比例在 5% 以下的中小股东表决情况单独计票并予以披露，符合《公司法》第一百三十三条及《注册管理办法》第十三条、第十四条的规定。

3、发行人已与开源证券签署了《保荐协议》，聘请开源证券为其本次发行上市的保荐机构，符合《证券法》第十条第一款的规定。

4、根据发行人股东大会、董事会、监事会的议事规则及会议文件、《审计报告》《内部控制鉴证报告》、相关政府部门出具的发行人的合规证明文件、公安部门出具的发行人实际控制人无犯罪记录证明、发行人出具的书面确认并经信达律师查询中国裁判文书网、12309 中国检察网，发行人符合《证券法》第十二条及《注册管理办法》第十条、第十一条第（一）项的规定。具体如下：

（1）发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项的规定和《注册管理办法》第十条第（一）项的规定。

（2）发行人具有持续经营能力，财务状况良好，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项的规定和《注册管理办法》第十条第（二）项的规定。

（3）发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项的规定和《注册管理办法》第十条第（三）项的规定。

（4）发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，发行人最近三年依法规范经营，符合《证券法》第十二条第一款第（四）项、《注册管理办法》第十条第（四）项的规定，不存在《注册管理办法》第十一条第（一）项所列情形。

5、经信达律师查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、北交所、深圳证券交易所、上海证券交易所、全国股转公司、证券期货市场失信记录查询平台、相关政府主管部门网站信息，发行人不存《注册管理办法》第十一条第（二）项和第（三）项所列情形。具体如下：

（1）发行人最近三年内不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及

国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为；

(2) 发行人最近一年内未受到中国证监会行政处罚。

6、如《律师工作报告》第二节之“三、发行人本次发行股票的主体资格”之“(三)发行人为在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司”部分所述，发行人符合《注册管理办法》第九条的规定。

## (二) 本次发行上市的实质条件

经核查，信达律师认为，发行人除符合上述公开发行股票的条件外，在本次发行通过北交所发行审核及中国证监会同意发行注册程序并发行完毕后，还符合《股票上市规则》规定的上市条件。具体如下：

1、如《律师工作报告》第二节之“三、发行人本次发行股票的主体资格”之“(三)发行人为在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司”部分所述，发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第(一)项的规定。

2、如《律师工作报告》第二节之“四、本次发行上市的实质条件”之“(一)本次发行的实质条件”部分所述，发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第(二)项的规定。

3、根据《审计报告》，发行人报告期末归属于公司股东的净资产为 154,051,979.32 元，不低于 5,000 万元，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第(三)项的规定。

4、根据发行人 2023 年第一次临时股东大会会议决议，发行人拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 10,990,000 股（含本数，未考虑超额配售选择权的情况下）或不超过 12,638,500 股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况下）；根据发行人的确认，本次拟向不特定合格投资者公开发行股票的股份数量不少于 100 万股，发行对象为已开通北交所上市公司股票交易权限的合格投资者，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第(四)项的规定。

5、根据《审计报告》及发行人在全国股转系统网站披露的公告，本次发行

上市前，发行人股本总额为 3,297 万元，本次发行后公司股本总额将不少于 3,000 万元，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（五）项的规定。

6、根据权益登记日的《全体证券持有人名册》，截至权益登记日，发行人的股东人数为 51 名，其中公众股东持股比例为 28.76%，不低于发行人股本总额的 25%；根据发行人 2023 年第一次临时股东大会会议决议，本次为公开发行，发行对象为已开通北交所上市公司股票交易权限的合格投资者，因此，本次发行后发行人的股东人数预计将不少于 200 人，公众股东持股比例不低于公司股本总额的 25%，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（六）项的规定。

7、根据保荐人出具的《开源证券股份有限公司关于西安博达软件股份有限公司预计市值的分析报告》，发行人预计市值不低于 2 亿元；根据《审计报告》，发行人 2021 年度、2022 年度归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为依据）分别为 21,359,970.60 元、26,519,633.76 元，均不低于 1,500 万元；且加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低者为依据）分别为 21.40%、19.16%，平均不低于 8%，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（七）项、第 2.1.3 条第一款第（一）项的规定。

8、如《律师工作报告》第二节之“四、本次发行上市的实质条件”之“（一）本次发行的实质条件”之第“4”项部分所述，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（一）项规定的情形。

9、根据公安机关出具的无犯罪记录的证明，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的声明，发行人的确认，并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网、北交所、深圳证券交易所、上海证券交易所、全国股转公司、证券期货市场失信记录查询平台、相关政府主管部门网站信息、发行人在全国股转系统网站披露的公告，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（一）项至第（五）项规定的情形。

10、根据发行人的确认，如《律师工作报告》第二节之“六、发行人的独立性”“七、发起人和股东（实际控制人）”“九、发行人的业务”“十、关联交易及同业竞争”“十一、发行人的主要财产”“十六、发行人董事、监事和高级

管理人员及其变化”部分所述，并经信达律师查询中国执行信息公开网网站信息，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（六）项规定的情形：发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 24 个月内主营业务未发生重大变化，最近 24 个月内实际控制人未发生变更，最近 24 个月内董事、高级管理人员未发生重大不利变化，发行人或其控股股东、实际控制人、对发行人主营业务收入或净利润占比超过 10%的重要子公司不存在被列入失信被执行人名单且尚未消除的情形。

11、根据发行人的确认，并经信达律师核查《公司章程》条款内容，发行人无表决权差异安排，不适用《股票上市规则》第 2.1.5 条的规定。

基于上述，信达律师认为，截至本《法律意见书》出具之日，发行人本次发行上市已符合相关法律、法规及中国证监会、北交所规定的各项实质性条件，但尚需取得北交所认为发行人符合发行条件和信息披露要求的审核意见、中国证监会予以注册的决定及北交所同意上市的决定。

#### 四、发行人的设立

经核查，信达律师认为：

（一）博达有限设立的程序、资格、条件、方式等符合当时适用的《公司法》等法律法规的规定。

（二）发行人的各发起人均具有《公司法》等法律、法规和规范性文件规定的担任发起人的资格，发行人发起人的人数、住所及出资符合发行人设立时适用的法律、法规及规范性文件的规定。

（三）发行人设立的程序、资格、条件和方式等符合当时适用的法律、法规和规范性文件的规定。

（四）发起人在发起设立过程中签署的《发起人协议》符合当时适用的法律、法规和规范性文件的规定，不会因此引致发行人设立行为存在潜在纠纷。

（五）发行人设立过程中已履行了必要的审计、评估及验资程序，相关的

审计报告、评估报告均由具备审计、评估资质的会计师事务所、资产评估机构出具；发行人的各发起人以净资产方式出资，用于出资的非货币财产来源合法合规，符合当时法律、法规和规范性文件的规定。

（六）发行人创立大会的通知、召集、表决等程序及所议事项符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（七）截至《法律意见书》出具之日，发行人自然人股东已缴纳整体变更涉及的个人所得税。

## 五、发行人的独立性

### （一）发行人业务独立于股东单位及其他关联方

1、发行人的主营业务为面向高校、政企、医院等大型组织提供全媒体数字内容管理平台及融媒体数字内容生产平台等软件产品的开发、软件实施及安全运维等技术服务。

2、根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认并经信达律师抽查发行人为开展业务所签署的采购合同、销售合同、订单及其他业务合同，发行人目前从事的业务未超出发行人经核准的经营范围，发行人通过其自身开展经营业务，具有完整的业务体系，发行人具备独立完整的供应、生产、销售系统；发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争以及严重影响发行人独立性或显失公平的关联交易。

信达律师认为，发行人的业务独立于股东单位及其他关联方。

### （二）发行人资产独立完整

1、根据《审计报告》、发行人现行有效的《公司章程》，截至 2022 年 12 月 31 日止，公司注册资本 3,297 万元，累积实收资本（股本）3,297 万元。发行人的注册资本已足额缴纳。



2、根据本《法律意见书》第二节“十一、发行人的主要财产”部分核查并根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认，发行人拥有完整的与经营相关的供应、生产、销售系统及配套设施；与发行人经营相关的中国境内的房屋、机器设备以及商标、专利、计算机软件著作权、域名等资产的所有权或者使用权/专用权均由发行人独立拥有或使用，除佳禾物联因尚未找到注册地址而导致其注册地址仍然挂在佳禾物联销售给发行人的 05 层 01 号房外，不存在其他被其控股股东、实际控制人或其关联方占用的情形。

3、根据《审计报告》、发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认并经信达律师核查，自 2020 年 1 月 1 日至本《法律意见书》出具之日，发行人不存在为股东担保而损害发行人利益的情形；发行人的资产与股东的资产分开并独立运营，不存在与股东或其他主体共用的情形。

信达律师认为，发行人的资产独立完整。

### （三）发行人具有独立完整的供应、生产、销售系统

根据《审计报告》、发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认并经信达律师核查，发行人具有完整的供应、生产、销售系统，具体如下：

#### 1、独立完整的供应系统

发行人制定了《供应商开发和准入指南》《采购定价工作规范》《采购控制程序》等相关制度，构建了涵盖供应商开发和准入、采购程序、采购定价流程与规则等完整的采购管理体系。

报告期内，发行人独立、自主地进行采购，不存在发行人的控股股东、实际控制人或其控制的其他企业控制发行人采购的情形。

#### 2、独立完整的生产系统

报告期内，发行人提供公司项目实施主要基于全媒体群平台及其系列子平台、融媒体管理平台等系列软件产品和平台安全运维保障等技术服务。

根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认并经信达律师实地走访发行人办公场所，发行人具备与项目实施、运维保障相关的人员、生产设备和

配套设施，拥有完整的项目实施与服务体系，不存在发行人的控股股东、实际控制人或其控制的其他企业干预发行人生产经营的情形。

### 3、独立完整的销售系统

发行人主要以直销模式向高校、政府单位、企业集团、大型医院、应急消防等客户群体提供全媒体内容管理平台和融媒体内容生产平台搭建及相关定制开发，同时提供基于平台的运维服务；此外，发行人少量业务收入为非直销模式，即通过大型信息化建设集成商、本地专业化信息技术公司提供相关产品或服务，最终产品用户仍为上述客户群体。

根据《审计报告》，发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认并经信达律师核查，发行人不存在发行人的控股股东、实际控制人或其控制的其他企业控制发行人产品销售的情形，发行人不存在需依靠与关联方的关联交易才能盈利的情况。

信达律师认为，发行人具有独立完整的供应、生产、销售系统。

#### （四）发行人人员独立

1、经信达律师核查发行人报告期内的股东大会和董事会会议文件，发行人的董事、监事及总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员均根据《公司法》及其他法律、法规、规范性文件及公司章程规定的程序推选与任免，不存在超越发行人股东大会和董事会的职权作出人事任免决定的情况。

2、根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认，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填写的调查表，截至本《法律意见书》出之具日，发行人的高级管理人员不存在发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务的情形，也不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形；发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

3、根据发行人出具的书面确认，发行人及其子公司均独立与员工签署劳动合同，确立劳动关系，发行人及其子公司独立为员工支付工资，不存在由其他关联方代管、代发工资的情形。

4、根据发行人出具的书面确认并经核查，发行人设置了独立运行的人力资源部，制定了独立的劳动人事管理制度，建立了独立的工资管理、福利和社会保障体系。

信达律师认为，发行人的人员独立。

#### （五）发行人机构独立

根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认并经信达律师核查发行人报告期内的股东大会、董事会、监事会会议文件及议事规则等，发行人已设立股东大会、董事会和监事会等决策、监督机构，聘任了总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员，在其内部设立了相应的职能部门。

根据《公司章程》、发行人报告期历次董事会、监事会及股东大会会议文件及发行人的书面确认并经核查，发行人已建立健全内部经营管理机构，各业务部门负责人由发行人按照《公司章程》和内部规章制度规定的程序任免。发行人内部经营管理机构按照发行人章程和内部规范运作制度的规定独立决策和运作，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在机构混同的情形。

信达律师认为，发行人的机构独立。

#### （六）发行人财务独立

1、根据《审计报告》《内部控制鉴证报告》、发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认，并经信达律师核查发行人组织结构图、财务部岗位说明书及相关财务管理制度，发行人设置了独立的财务部门，配备了专职的财务会计人员，发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人或其控制的其他企业兼职、领薪，发行人建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度，能够独立作出财务决策。

2、根据《审计报告》《内部控制鉴证报告》，发行人及其子公司已开立银行结算账户清单及发行人、发行人控股股东及实际控制人出具的书面确认，发行人及其子公司不存在与其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形；发行人及其子公司也未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

与银行签署诸如现金管理服务 etc 基于网络服务而形成联动账户业务的协议或影响发行人独立性的其他任何安排；也不存在通过关联交易损害发行人及其他股东合法权益的情况。

3、经核查，发行人及其子公司依法独立在税务部门办理了税务登记手续，独立进行纳税申报和履行纳税义务，不存在为其股东或关联企业缴纳税款的情形。

信达律师认为，发行人的财务独立。

#### （七）发行人具有面向市场自主经营的能力

1、根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的书面确认并经信达律师核查，发行人拥有独立开展业务所需的人员、场所、组织机构及相关资产，发行人的业务、资产、产供销系统、人员、机构、财务等均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

2、根据本《法律意见书》第二节“十、关联交易及同业竞争”部分核查，发行人在报告期内与关联方之间的关联交易价格公允，发行人不存在需依靠与关联方的关联交易才能盈利的情况。

信达律师认为，发行人具有面向市场自主经营的能力。

基于上述，信达律师认为，发行人的业务独立于股东单位及其他关联方，资产独立完整，具有独立完整的供应、生产、销售系统，人员独立，机构独立，财务独立，发行人具有面向市场自主经营的能力。

## 六、发起人或股东（实际控制人）

经核查，信达律师认为，

（一）发行人的 8 名发起人均在中国境内有住所；发行人的发起人具有当时法律、法规和规范性文件所规定的担任股份有限公司发起人的资格；发行人的发起人人数、住所、出资比例符合当时有关法律、法规和规范性文件的规定。

(二) 经核查，发行人由博达有限整体变更设立，各发起人以其各自合法持有的博达有限股权所对应的净资产认购发行人的股份。根据希格玛会计师出具的希会验字（2014）0024 号《验资报告》，所有发起人均已足额缴纳出资。发起人已投入发行人的资产的产权关系清晰，办理了验资手续。发起人将该等资产投入发行人不存在法律障碍。

(三) 发行人不存在以知识产权出资或以高新技术成果出资入股的情形。发起人出资不存在设置抵押、质押等财产担保权益或者其他第三方权益、被司法冻结等权利转移或者行使受到限制的情形，出资财产不存在重大权属瑕疵或者重大法律风险。

(四) 在博达有限整体变更设立为股份公司时，发起人持有的发行人的股份不存在代持等利益安排；发起人之间就股权设置和出资事宜不存在法律瑕疵。

(五) 发行人设立过程中不存在发起人将其全资附属企业或其他企业先注销再以其资产折价入股的情形，亦不存在发起人以在其他企业中的权益折价入股的情形。

(六) 截至本《法律意见书》出具之日，原登记在博达有限名下的商标、专利、计算机软件著作权、美术作品著作权、域名等资产或权属证书的权利人已经办理完成由博达有限变更登记至发行人名下的法律手续。

(七) 截至本《法律意见书》出具之日，发行人的自然人股东为 48 名，经信达律师访谈发行人前十大股东中的自然人股东、全体内部自然人股东及定增入股的自然人股东樊五洲（合计持股比例 90.60%）并取得该等自然人股东的身份证明文件，并经信达律师查询中国证监会网站、证券期货市场失信记录查询平台的信息，该等自然人股东均不存在被法律法规限制或者禁止投资的情形。

(八) 截至本《法律意见书》出具之日，发行人的非自然人股东为 3 名，分别为文投博达、一八九六、深圳源烯，均有效存续，均不属于在职工持股会、工会等，均不属于契约型基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”；文投博达和一八九六均在中国证券投资基金业协会办理了私募投资基金备案，已纳入国家金融监管部门有效监管，并已按照规定履行审批、备案程序，其管理人已依

法注册登记，符合法律法规的规定；深圳源烯由余洪涛持股 80%、陈敏持股 20%，不存在直接通过非公开方式向合格投资者募集资金的情形，不属于私募投资基金或私募投资基金管理人。

（九）魏小立、李传咏和王逸杰共同为发行人的控股股东、实际控制人，发行人控股股东、实际控制人的认定不存在特殊情形；最近两年，发行人的控股股东、实际控制人未发生变更，发行人实际控制人的控制权具有稳定性；发行人实际控制人的认定符合相关法律法规的规定。

## 七、发行人的股本及其演变

经核查，信达律师认为：

（一）根据《律师工作报告》第二节“八、发行人的股本及其演变”部分的核查，自发行人设立以来，不存在工会、职工持股会持股的情况；发行人在全国股转系统第一次挂牌后因公开转让和实施股权激励的原因，自然人股东人数增长较快，但不存在发行人股东人数超过 200 人的情况，发行人的股东人数符合法律法规的规定。

（二）截至本《法律意见书》出具之日，除博通资讯向博达有限的增资行为未履行国有资产审批手续存在瑕疵外，发行人设立以来的其他历次股权变动不存在瑕疵，不存在纠纷或潜在纠纷。

（三）经核查，自发行人设立以来，发行人存在在新三板挂牌及终止挂牌的情形，具体详见《律师工作报告》第二节“八、发行人的股本及其演变”部分所述；发行人不存在在境外上市及境外私有化退市的情况。

（四）经访谈发行人及其股东（前十大股东、文投博达、一八九六、樊五洲和全体内部自然人股东）并经信达律师核查，发行人上述股东实际持有发行人股份，不存在委托持股、信托持股、表决权委托等情形，不存在权属争议或者瑕疵。

（五）截至本《法律意见书》出具之日，发行人股东就其持有股份不存在对发行人享有特殊股东权利的情况，包括对赌或其他类似安排；发行人、股东、第

三方之间不存在可能影响发行人控制权稳定、股权权属清晰、发行人持续经营能力的特殊约定，不存在可能导致发行人控制权发生变化或影响发行人持续经营能力的情形，不存在会对发行人、其他中小股东的合法权益构成重大不利影响的情况。

（六）截至本《法律意见书》出具之日，发行人控股股东、实际控制人的近亲属未通过直接或间接的方式持有发行人股份；发行人控股股东、实际控制人均实际持有发行人股份，所持发行人的股份均不存在被质押、被查封、冻结、发生诉讼仲裁纠纷等涉及第三方权益或股份权属不确定的情形；控股股东、实际控制人所持有发行人股份不存在重大权属纠纷。

（七）截至本《法律意见书》出具之日，发行人董事、监事、高级管理人员的近亲属未通过直接或间接的方式持有发行人股份；发行人董事、监事及高级管理人员均实际持有发行人股份，所持发行人的股份均不存在被质押、冻结或发生诉讼仲裁纠纷等情形。

（八）发行人及其前身博达有限设立时的股权设置、股权结构合法有效；发行人及其前身博达有限历次股权变更均已履行法定程序，历次股权变动合法、合规、真实有效；截至本《法律意见书》出具之日，发行人各股东所持发行人的股份均不存在任何质押等涉及第三方权益或股份权属不确定的情形，产权界定和确认不存在纠纷或潜在纠纷。

（九）根据发行人及其股东（前十大股东、文投博达、一八九六、樊五洲和全体内部自然人股东）出具的书面确认并经信达律师核查，截至本《法律意见书》出具之日，发行人不存在特别表决权股份或者类似安排的情况。

（十）根据发行人的书面确认及信达律师对发行人股东（前十大股东、文投博达、一八九六、樊五洲和全体内部自然人股东）的访谈，并经信达律师核查，截至本《法律意见书》出具之日，发行人不存在特别表决权股份或者类似安排的情况。

## 八、发行人的业务

经核查，信达律师认为：

（一）发行人及其子公司的经营范围已在市场监督管理部门进行登记，符合法律法规的规定，符合市场监督管理部门的注册、登记、核准或者备案要求。发行人及其子公司的经营范围和经营方式符合有关法律、法规和规范性文件的规定；发行人的生产经营真实，符合法律法规的规定，符合国家产业政策。

（二）发行人已对照其开展经营业务所必须的各项资质证照和行政许可的准入条件和续展要求，确认其目前符合相关法律法规规定的准入条件，并承诺将采取一切措施保证其在未来持续满足法律法规所规定的准入条件。

（三）截至本《法律意见书》出具之日，发行人不存在中国大陆以外经营的情况。

（四）报告期内，发行人的主营业务一直为面向教育、政企、健康行业等客户群体提供全媒体数字内容管理平台及融媒体数字内容生产平台等软件产品的开发、实施及安全运维等服务，报告期内，发行人主营业务稳定，主营业务未发生过变更。

（五）报告期内，发行人主营业务当期营业收入的比例一直为 100%，发行人主营业务突出。

（六）截至本《法律意见书》出具之日，发行人的持续经营不存在法律障碍。

（七）发行人报告期内各期前五大客户均正常经营，主要为高校、政府机构等，不存在成立后短期内即成为发行人主要客户的情形；发行人报告期内前五大供应商均正常经营，不存在成立后短期内即成为发行人主要供应商的情形。

## 九、关联交易及同业竞争

经核查，信达律师认为：

（一）发行人的关联方包括关联自然人、关联企业，具体详见《律师工作报告》第二节“十（一）关联方”部分所述。



## （二）发行人与关联方之间的重大关联交易

经核查，报告期内，发行人存在销售商品、提供劳务、关联担保、向关联方购买房屋等关联交易。销售商品、提供劳务的关联交易，金额较小，根据发行人当时有效的公司章程及关联交易管理制度的规定，无需经董事会、股东大会审议；关联担保属于发行人单方面获得利益的交易，根据发行人的公司章程及关联交易管理制度，免于按照关联交易经董事会、股东大会审议；向关联方购买房屋事项于 2021 年 10 月 16 日提交发行人第三届董事会第八次会议审议，因无关联董事会人数不足三人，该议案直接提交发行人 2021 年 10 月 31 日召开的 2021 年第二次临时股东大会审议，并经无关联股东审议通过。经核查，信达律师认为，相关关联交易系公司日常经营需要产生，具有必要性和公允性。

（三）截至本《法律意见书》出具之日，发行人在经营中不存在与其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其亲属共同投资行为。

（四）发行人控股股东、实际控制人魏小立、李传咏、王逸杰，董事、监事、高级管理人员均已出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺减少及规范关联交易。

（五）截至本《法律意见书》出具之日，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间均不存在同业竞争。

（六）发行人控股股东、实际控制人魏小立、李传咏、王逸杰已出具了《避免同业竞争的承诺函》，承诺避免同业竞争。

（七）发行人在《招股说明书》中已对有关关联交易及相关方避免同业竞争的承诺或措施予以了充分的披露，不存在重大遗漏或重大隐瞒。

## 十、发行人的主要财产

### （一）土地使用权及房屋所有权

截至本《法律意见书》出具之日，发行人拥有 4 项房屋所有权，均系发行人直接向电子信息集团购买或第三方向电子信息集团购买后转让给发行人；发行人

拥有的房屋均未取得不动产权证，经核查电子信息集团与西安市国土资源局高新技术产业开发区分局签署的《国有建设用地使用权出让合同》、西高科技国用（2010）第 37436 号《土地使用权证书》建字第高新建规字 2012-011 号《建设工程规划许可证》、高新建 2012-041 号《建筑工程施工许可证》等，电子信息集团系上述房屋合法的开发建设主体。

经信达律师访谈电子信息集团相关负责人，未取得不动产权证的原因系园区绿地面积及充电桩数量等配套设施尚未整改完成，导致园区规划验收滞后，待园区整体规划验收后，可办理不动产权证；电子信息集团合法建造的上述房屋能够对外出售，上述房屋没有抵押或其他权利限制，电子信息集团保证发行人能够一直使用所购房屋至 2059 年 10 月 22 日土地使用权期限届满，并在能够办理不动产权证时配合发行人办理上述房屋的建筑物区分不动产权证。

发行人实际控制人（魏小立、李传咏、王逸杰）已作出承诺：如因未取得不动产权证而导致上述房屋发生相关产权纠纷、债权债务纠纷、整体规划拆除、出卖或抵押、诉讼/仲裁、行政命令等情形，并导致发行人无法继续正常使用该等房屋或遭受损失的，实际控制人承诺承担因此造成发行人的所有损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、罚款、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。

信达律师认为，发行人作为软件开发企业，对经营场所的要求不高，即使无法继续使用上述房屋，发行人能够尽快找到替代办公场所，不会对发行人的正常生产经营造成实质性影响。

经核查，上述房屋均实际由发行人及其子公司使用，除佳禾物联因尚未找到注册地址而导致其注册地址仍然挂在佳禾物联销售给发行人的 05 层 01 号房外，不存在其他被关联方或者其他主体控制、占有、使用的情形。

截至本《法律意见书》出具之日，上述房屋除尚未取得不动产权证外，不存在抵押、质押、查封或其他权利受到限制的情形，不存在其他权属纠纷或潜在纠纷。

（二）截至本《法律意见书》出具之日，发行人在境内拥有 23 项注册商标权。发行人拥有的中国境内注册商标专用权系发行人依法申请取得且均取得了完

备的权属证书，不存在质押或优先权等权利瑕疵或限制的情形，不存在许可第三方使用的情形，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（三）截至本《法律意见书》出具之日，发行人及其子公司合计拥有 12 项境内专利权，均为发明专利；发行人及其子公司所拥有的境内专利权系发行人及其子公司依法申请或受让取得且均取得了完备的权属证书，就受让取得的专利权，发行人与权利人签署了相关协议，并支付了相应的价款；截至本《法律意见书》出具之日，不存在质押或优先权等权利瑕疵或受限的情形，不存在许可第三方使用等情形，不存在产权纠纷或潜在纠纷；截至本《法律意见书》出具之日，发行人及其下属企业所拥有的境内专利权均在有效期内，发行人为保持拥有境内专利权已足额缴纳了相关费用。

（四）截至本《法律意见书》出具之日，发行人及其子公司拥有 197 项计算机软件著作权；发行人及其子公司拥有的计算机软件著作权系发行人及其子公司依法申请取得且均取得了完备的权属证书，不存在质押或优先权等其他权利瑕疵或限制的情形，不存在许可第三方使用等情形，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（五）截至本《法律意见书》出具之日，发行人正在使用且已完成 ICP 备案的境内域名共 2 项；发行人拥有的前述域名系发行人依法申请取得且均取得了完备的权属证书，不存在质押或优先权等权利瑕疵或限制的情形，不存在许可第三方使用的情形，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（六）截至本 2022 年 12 月 31 日，发行人及其子公司拥有的主要经营设备包括电子设备、办公家具、运输设备等；发行人通过购买取得上述设备的所有权，权属关系真实、合法、有效。

（七）截至本《法律意见书》出具之日，发行人拥有 2 家全资子公司；发行人上述各子公司均为依法设立且有效存续；发行人所持有的各子公司股权的权属清晰，不存在权属纠纷或潜在纠纷。

（八）截至《法律意见书》出具之日，发行人租赁房产主要用于西安以外的分公司、办事处员工办公或居住使用；发行人就上述房屋租赁情形均已签署了租赁合同，发行人承租的部分房屋尚未办理不动产权证书，除南京蚁群数字科技

有限公司出租的房屋外，其余未办理不动产权证的房屋已提供房屋购买合同或拆迁协议等，根据发行人的书面说明并经信达律师核查“中国裁判文书网”、“人民法院公告网”及“中国执行信息公开网”，截至本《律师工作报告》出具之日，租赁双方均依约履行该等房屋租赁合同，租赁双方不存在纠纷，且发行人实际控制人已出具承担损失的承诺，租赁房屋可替代性较强，因此，发行人承租的部分房屋未取得房屋产权证书的情况不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不会对发行人本次发行上市造成实质性影响；发行人上述承租的房产未办理租赁备案手续，根据《中华人民共和国民法典》相关规定，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力，根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，未办理租赁备案手续存在被予以行政处罚的风险，但由于法定的处罚金额较小，且发行人实际控制人已出具承担损失的承诺，发行人租赁的房产存在未办理租赁备案手续的情况不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不会对发行人本次发行上市造成实质性影响。

（九）发行人不存在租赁控股股东、实际控制人主要固定资产或主要无形资产来自于控股股东、实际控制人授权使用的情形。

（十）报告期内，发行人不存在对外转让子公司的情况，也不存在注销的子公司。

## 十一、发行人的重大债权债务

### （一）重大合同

本《法律意见书》中的“重大合同”是指对发行人正在履行、将要履行或已履行完毕但可能存在潜在纠纷的对发行人报告期生产经营活动、财务状况或者未来发展等具有重要影响的合同，包括发行人报告期内签署的已履行完毕或正在履行金额 50 万元及以上的重大采购合同、发行人报告期内签署的已履行完毕或正在履行金额 150 万元及以上的重大销售合同、发行人正在履行的银行授信或借款及担保合同。

经核查，发行人重大合同形式及内容均合法，不存在无效、可撤销、效力待

定的情形，不存在重大法律风险；正在履行的银行授信已经董事会、监事会和股东大会审议通过，其他重大合同无需履行股东大会、董事会或监事会等内部决策程序；重大合同均无需办理批准、登记手续。

（二）截至本《法律意见书》出具之日，发行人不存在因环境保护、知识产权、产品质量、网络信息安全、劳动安全、人身权等原因产生的侵权之债。

（三）除《律师工作报告》第二节之“十、关联交易及同业竞争”部分所披露的情形外，报告期内发行人及其子公司与关联方之间不存在其他重大债权债务关系，也不存在其他发行人与关联方互相提供担保的情形。

（四）发行人金额较大的其他应收款、其他应付款是因发行人正常的生产经营活动发生，真实、有效；与发行人金额较大的其他应收款、其他应付款相关的合同或者协议真实有效履行。

## 十二、发行人的重大资产变化及收购兼并

经核查，信达律师认为：

（一）发行人自设立至本《律师工作报告》出具之日，发行人共进行 9 次增资扩股，1 次减少注册资本的行为（具体情况详见《律师工作报告》第二节之“八、发行人的股本及其演变”部分所述），未发生过合并、分立的行为；发行人历次增资扩股、减少注册资本均符合当时法律、法规和规范性文件的规定，已履行了必要的法律手续。

（二）发行人报告期内未发生收购或出售股权资产、资产置换、资产剥离等情况。

（三）截至本《法律意见书》出具之日，发行人不存在拟进行的资产置换、资产剥离、资产出售或收购等行为。

## 十三、发行人的章程制订与修改

经核查，信达律师认为，发行人公司章程的制定及最近三年的修订已履行法定程序，合法有效；《公司章程》的内容符合现行法律、法规和规范性文件的规定，无需取得有关部门的批准；发行人本次发行上市后适用的《公司章程（草案）》已按北交所上市公司章程的相关规定起草，无需取得有关部门的批准，其内容符合有关法律、法规及规范性文件的规定，其生效无需取得有关部门的批准，合法有效。

#### 十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

经核查，信达律师认为：

（一）发行人已根据《公司章程》的有关规定，建立了股东大会、董事会、监事会和高级管理人员的“三会一层”组织架构，上述机构和人员依法履行职责，发行人具有健全的组织机构；发行人已制定相应的股东大会、董事会、监事会议事规则或制度，该等议事规则或制度符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（二）除第三届董事会第九次会议未提前 10 日通知、第三届监事会第四次会议召开时间与前次会议召开时间间隔期间超过 6 个月等情形外，发行人历次股东大会、董事会及监事会的召集、召开等程序符合法律法规和公司章程的规定；发行人的重大融资、关联交易及董事、监事和高级管理人员的选举和任免、其他重大事项履行了公司章程和相关议事规则制定的审议程序；股东大会、董事会、监事会的决议内容及签署合法、合规、真实、有效，不存在侵害股东的权利的情形。

（三）发行人股东大会或董事会历次授权或重大决策均履行了《公司法》等法律、法规以及发行人《公司章程》《西安博达软件股份有限公司股东大会议事规则》《西安博达软件股份有限公司董事会议事规则》等内部规章制度规定的决策程序，该等授权或重大决策等行为合法、合规、真实、有效。

（四）发行人已制定相应的内部治理制度；发行人上市后适用的内部治理制度符合相关法律法规和北交所的上市公司治理规则的规定。

(五) 发行人已制定了《对外担保管理制度》，明确了对外担保的审批权限和决策程序，该对外担保管理办法符合法律法规的规定。

## 十五、发行人董事、监事、高级管理人员及其变化

经核查，信达律师认为：

(一) 发行人董事、监事和高级管理人员的任职资格无需经有关监管部门核准或者备案；发行人董事、监事和高级管理人员的任职符合有关法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定。

(二) 最近两年，发行人的董事、监事、高级管理人员的变化系根据发行人业务发展的需要或发行人逐步完善公司内部治理水平的需要而作出的调整或增加，发行人董事和高级管理人员最近两年未发生重大不利变化；发行人董事、监事和高级管理人员的选举和任免均履行了《公司章程》和相关议事规则规定的审议程序。

(三) 发行人已建立了独立董事制度，发行人现任独立董事的任职资格符合《公司法》《上市公司独立董事规则》《北京证券交易所上市公司持续监管指引第1号--独立董事》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的有关规定，符合中国证监会和北交所的要求，独立董事职权范围未违反有关法律、法规、规范性文件的规定，独立董事依法履行职责。

(四) 发行人与其董事（独立董事和外部董事除外）、监事（外部投资机构提名的霍鹏除外）、高级管理人员和核心技术人员均签署了劳动合同、保密协议、竞业限制协议，与独立董事及外部董事签署了聘用协议，该等协议约定符合法律、法规的规定。截至本《法律意见书》出具之日，前述协议正常履行中，发行人、发行人的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员不存在违反该等协议的情形。

## 十六、发行人的税务

经核查，信达律师认为：

（一）发行人及其子公司执行的税种、税率符合法律、法规和规范性文件的要求，发行人依法纳税。

（二）发行人享受的税收优惠合法、合规、真实、有效；截至本《法律意见书》出具之日，发行人享受的税收优惠不存在到期的情形。

（三）报告期内，发行人及其子公司报告期内享受的 10 万元（年度和解）以上的财政补贴合法、合规、真实、有效。

（四）2021 年 7 月 16 日，北京分公司因未按期申报个人所得税被国家税务总局北京市海淀区税务局第三税务所处以 600 元罚款的行政处罚（简易程序），上述行为情节轻微，不构成重大违法违规行为；发行人及其子公司报告期不存在重大税收违法情形。

## 十七、发行人的环境保护和产品质量、技术标准

经核查，信达律师认为：

（一）发行人及其子公司所处行业不属于重污染行业，无需办理建设项目环境影响评价登记或备案手续，也无须办理排污许可/登记。

（二）发行人本次募集资金投资项目均不涉及工程建设及产品生产，不产生污染，不会对环境造成较大影响，根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》（生态环境部令第 16 号），无需取得环保主管部门的审批、核准或备案。

（三）报告期内，发行人及其子公司不存在因违反有关环境保护方面的法律、法规而受到行政处罚的记录；发行人及其子公司在报告期内未发生环保事故或重大群体性的环保事件；报告期内发行人及其子公司不存在与环保有关的负面报道。

（四）报告期内，发行人及其子公司不存在因违反有关质量监督管理方面的规定而受到行政处罚的记录。



（五）报告期内，发行人及其子公司不存在因违反安全生产方面的法律、法规而受到行政处罚的记录。

（六）报告期内，发行人及其子公司的劳动用工及社保及住房公积金方面不存在重大违法违规行为。

## 十八、发行人募集资金的运用

经核查，信达律师认为，发行人本次募集资金投资项目符合国家产业政策的要求，属于其主营业务范围，不涉及与他人进行合作；发行人本次募集资金投资项目，已在西安高新区行政审批服务局备案登记，符合国家投资管理政策；本次募集资金投资项目无需获得环保主管部门的审批；本次募集资金投资项目不涉及建设项目，无需取得相应土地；发行人募集资金投资项目实施后，不会产生同业竞争，不会对发行人的独立性产生不利影响。

## 十九、发行人业务发展目标

经核查，信达律师认为，发行人的业务发展目标与其主营业务一致，发行人业务发展目标符合国家法律、法规和规范性文件的规定，不存在潜在的法律风险。

## 二十、诉讼、仲裁或行政处罚

经核查，信达律师认为：

（一）截至本《法律意见书》出具之日，发行人及其子公司不存在尚未了结的或虽然发生在报告期外但仍对发行人产生较大影响以及可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件情况。

（二）截至本《法律意见书》出具之日，持有发行人 5%以上股份股东、实际控制人、董事长、总经理不存在尚未了结的或虽然发生在报告期外但仍对发行人产生较大影响以及可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件情况。

## 二十一、发行人招股说明书法律风险的评价

发行人关于本次发行上市的《招股说明书》系由发行人及其所聘请的保荐机构开源证券共同编制。信达律师未参与《招股说明书》的编制，但参与了对《招股说明书》中涉及中国法律的相关内容的讨论，并特别审阅了《招股说明书》中引用本《律师工作报告》和《法律意见书》的相关内容。

信达及信达律师对《招股说明书》中引用的《法律意见书》及《律师工作报告》的内容无异议，确认《招股说明书》中引用的法律意见与《法律意见书》及《律师工作报告》的内容不存在矛盾，《招股说明书》对《法律意见书》和《律师工作报告》相关内容的引用不存在因虚假记载、误导性陈述或重大遗漏而引致法律风险的情况。

## 二十二、本次发行上市的总体结论性意见

综上所述，信达律师认为，截至本《法律意见书》出具之日，发行人不存在影响本次发行上市的重大违法违规行为；发行人本次发行及上市符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》和《股票上市规则》等法律法规及规范性文件规定的股票发行上市条件；《招股说明书》所引用的《法律意见书》和本《律师工作报告》内容适当；《招股说明书》不会因引用《法律意见书》和本《律师工作报告》的内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；发行人本次发行上市尚需经北交所发行上市审核并报经中国证监会履行发行注册程序。

《法律意见书》正本一式两份。

（以下无正文）

（此页无正文，系《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的法律意见书》之签署页）

广东信达律师事务所



负责人： 魏天慧  
魏天慧

经办律师： 尹公辉  
尹公辉

杨易成  
杨易成

钱程  
钱程

2023 年 6 月 21 日



**关于西安博达软件股份有限公司  
向不特定合格投资者公开发行股票  
并在北京证券交易所上市的  
补充法律意见书（一）**

中国 深圳 福田区 益田路6001号太平金融大厦11-12楼 邮政编码：518038

11F-12F, TAIPING FINANCE TOWER, 6001 YITIAN ROAD, FUTIAN, SHENZHEN, CHINA

电话（Tel.）：（0755）88265288 传真（Fax.）：（0755）88265537

邮箱：info@sundiallawfirm.com

网站（Website）：www.sundiallawfirm.com

(一)

---

## 目 录

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 一、反馈问题 1—现有房产均未取得产权证书.....    | 40  |
| 二、反馈问题 5—订单获取的合规性与可持续性.....   | 56  |
| 三、反馈问题 6—业务开展的合规性.....        | 77  |
| 四、反馈问题 7—直销与非直销业务模式及客户情况..... | 87  |
| 五、反馈问题 13—募投项目的合理性、合规性.....   | 104 |
| 六、反馈问题 14—其他问题.....           | 105 |

---

**广东信达律师事务所**  
**关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者**  
**公开发行股票并在北京证券交易所上市的**  
**补充法律意见书（一）**

信达首北意字[2023]第 003-1 号

**致：西安博达软件股份有限公司**

根据西安博达软件股份有限公司（以下简称“发行人”）与广东信达律师事务所（以下简称“信达”）签署的《专项法律顾问聘请协议》，信达接受委托，担任发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市（以下简称“本次发行上市”）的特聘专项法律顾问，为发行人提供法律服务。

信达根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规及《注册管理办法》《编报规则第 12 号》《监管规则适用指引——法律类第 2 号》《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）》等规范性文件的规定，并按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，于 2023 年 6 月 21 日出具了《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）和《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）。

北京证券交易所于 2023 年 7 月 21 日下发了《关于西安博达软件股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》，根据北京证券交易所的要求，信达律师在对本次发行上市相关事项进一步核查的基础上，出具本《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者

(一)

---

公开发行股票并在北京证券交易所上市的补充法律意见书(一)》(以下简称“《补充法律意见书(一)》”)。

信达律师已严格履行法定职责,遵循了勤勉尽责和诚实信用原则,对发行人的有关经营活动以及本次发行上市的合法性、真实性、准确性进行了补充核查验证,保证《补充法律意见书(一)》不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。《补充法律意见书(一)》须与《律师工作报告》《法律意见书》一并使用,《律师工作报告》《法律意见书》中未被《补充法律意见书(一)》修改的内容仍然有效。信达律师在《律师工作报告》《法律意见书》中声明的事项以及所使用的简称仍适用于本《补充法律意见书(一)》。

信达律师同意将本《补充法律意见书(一)》作为发行人申请本次发行上市所必备的法定文件随其他材料一起上报,并依法对本《补充法律意见书(一)》承担责任;本《补充法律意见书(一)》仅供发行人本次发行上市之目的使用,不得用作任何其他用途。

基于上述,信达按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神,出具补充法律意见如下:

## 一、反馈问题 1—现有房产均未取得产权证书

根据申请文件，发行人公司已取得西安半导体产业园第 201 幢 13 层 01 号房、12 层 01 号房、13 层 02 号房、5 层 01 号房的长期使用权，并作为公司主要办公场所。由于上述房产所处土地性质为工业用地，电子信息集团作为该园区土地使用权拥有方，尚未取得园区内第 201 幢独栋不动产权证书，无法按层、间分别办理独立不动产权证书。根据保荐工作报告，公司通过直接向电子信息集团购买，以及通过受让创通利达、国经长天、佳禾物联网自电子信息集团所购买房产的方式取得位于西安半导体产业园的 4 处房产并作为公司主要办公场所。

请发行人：（1）说明电子信息集团、创通利达、国经长天、佳禾物联网的基本情况，是否为发行人及其实际控制人、董监高的关联方，发行人分别向相关主体购买房产的合同签署、交易方式、款项支付时间、单价情况，与产业园其他房产的交易价格、周边房产交易价格相比是否存在显著差异，说明定价公允性，说明发行人在无其他自有房产的情况下，向不同对手方分别购买权属不清晰的房产的原因及合理性，是否存在利益输送情形。（2）说明未取得不动产权证书的相关土地是否存在争议、纠纷，发行人相关房产的不动产权属证书是否有明确的办理时限，是否存在长期无法办理的可能，结合发行人无其他自有房产、现有房产为发行人的主要生产经营场所的背景，说明相关权属瑕疵是否对发行人的持续经营能力构成重大不利影响，是否符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-8 的相关要求。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

（一）说明电子信息集团、创通利达、国经长天、佳禾物联网的基本情况，是否为发行人及其实际控制人、董监高的关联方

1、电子信息集团

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，电子信息集团基本情况如下：

|          |                    |
|----------|--------------------|
| 企业名称     | 陕西电子信息集团有限公司       |
| 统一社会信用代码 | 91610000797924728K |



|       |   |
|-------|---|
| 注册地址  | 陕西省西安市高新区锦业路 125 号  |
| 法定代表人 | 燕林豹   |
| 注册资本  | 247933.4544 万元人民币   |
| 企业类型  | 有限责任公司（国有控股）  |
| 经营范围  | 一般项目：雷达及配套设备制造；通信设备制造；导航终端制造；计算机软硬件及外围设备制造；软件开发；电子专用设备制造；电子元器件制造；电力电子元器件制造；其他电子器件制造；电子专用材料研发；电子专用材料制造；半导体照明器件制造；光伏设备及元器件制造；互联网数据服务；网络技术服务；数据处理服务；物联网设备制造；大数据服务；云计算设备制造；国内贸易代理；销售代理；信息技术咨询服务；非居住房地产租赁；物业管理；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动） |
| 成立日期  | 2007 年 02 月 28 日  |
| 经营期限  | 长期  |
| 主要人员  | 董事长：燕林豹<br>董事兼总经理：任进良<br>董事：翟日强、常鹏举、王海帆、扈广法、杨丽君、李智学、朱桂玲<br>监事会主席：闫玉峰<br>监事：刘培玉、戴明、夜梦晓、赵重云<br>财务负责人：张春科  |

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，电子信息集团股权结构如下：

| 股东名称/姓名            | 出资额（万元）      | 出资比例（%） |
|--------------------|--------------|---------|
| 陕西省人民政府国有资产监督管理委员会 | 126,446.0617 | 51      |
| 长安汇通有限责任公司         | 121,487.3927 | 49      |
| 合计                 | 247,933.4544 | 100     |

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，长安汇通有限责任公司基本情况如下：

|          |  |
|----------|--|
| 企业名称     | 长安汇通有限责任公司   |
| 统一社会信用代码 | 91610131MA7110K11T   |
| 注册地址     | 陕西省西安市高新区唐延路 69 号陕西国际体育之窗 3 号楼 1210 室                        |
| 法定代表人    | 陶峰   |
| 注册资本     | 2010000 万元人民币  |
| 企业类型     | 有限责任公司（国有独资）   |
| 经营范围     | 一般项目：以自有资金从事投资活动；社会经济咨询服务；人力资源服务（不含职业中介活动）；企业管理。             |
| 成立日期     | 2020 年 02 月 24 日   |
| 经营期限     | 长期   |
| 主要人员     | 董事长：陶峰<br>董事兼总经理：李聪<br>董事：刘勇力、尤西蒂、张培林<br>监事：王瀚博<br>财务负责人：李秀平 |

其中，长安汇通有限责任公司为陕西省人民政府国有资产监督管理委员会 100% 出资的国有独资企业。

经核查，2020 年 1 月 1 日以来，电子信息集团和长安汇通有限责任公司均无退出的股东。

根据发行人及其实际控制人、董监高出具的书面确认，将发行人董监高调查表列示的关联自然人与电子信息集团、长安汇通有限责任公司董监高进行比对，电子信息集团、长安汇通有限责任公司与发行人及其实际控制人、董监高不存在关联关系。

## 2、创通利达

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，创通利达基本情况如下：

|          |   |
|----------|---|
| 企业名称     | 陕西创通利达科技发展有限公司  |
| 统一社会信用代码 | 916100007799362311  |
| 注册地址     | 陕西省西安市碑林区雁塔北路 67 号红锋商务大厦 4 楼东区  |
| 法定代表人    | 柯军  |
| 注册资本     | 2000 万元人民币  |
| 企业类型     | 有限责任公司（自然人投资或控股）  |
| 经营范围     | 一般项目：办公设备销售；办公设备耗材销售；计算机及办公设备维修；计算机软硬件及外围设备制造；云计算设备销售；软件销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；广播电视传输设备销售；办公用品销售；日用杂品销售；日用百货销售；日用品销售；日用品批发；照明器具销售；家具销售；劳动保护用品销售；家用电器销售；体育用品及器材零售；礼品花卉销售；第二类医疗器械销售；五金产品批发；厨具卫具及日用杂品批发；五金产品零售；数字视频监控系统销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；文化用品设备出租；办公设备租赁服务；安全系统监控服务；信息系统集成服务；信息系统运行维护服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准） |
| 成立日期     | 2005 年 10 月 25 日  |
| 经营期限     | 长期  |
| 主要人员     | 执行董事兼总经理：柯军<br>监事：杨元瑞<br>财务负责人：王晓婕  |

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，创通利达股权结构如下：

| 股东名称/姓名 | 出资额（万元） | 出资比例（%） |
|---------|---------|---------|
| 柯军      | 1100    | 55      |

|     |      |     |
|-----|------|-----|
| 杨元瑞 | 900  | 45  |
| 合计  | 2000 | 100 |

经核查，2020年1月1日以来，创通利达股权结构未发生变更。

根据创通利达和发行人及其实际控制人、董监高出具的书面确认，将发行人董监高调查表列示的关联自然人与创通利达董监高、自然人股东进行比对，创通利达与发行人及其实际控制人、董监高不存在关联关系。

### 3、国经长天

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，国经长天基本情况如下：

|          |  |
|----------|--|
| 企业名称     | 西安国经长天环保科技有限公司   |
| 统一社会信用代码 | 916101316986146366   |
| 注册地址     | 陕西省西安市高新区锦业路125号西安半导体产业园E6栋2层  |
| 法定代表人    | 王海潮  |
| 注册资本     | 1000 万元人民币   |
| 企业类型     | 有限责任公司（自然人投资或控股）   |
| 经营范围     | 一般项目：环保咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；水污染治理；水环境污染防治服务；环境保护专用设备制造；环境保护专用设备销售；非居住房地产租赁。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动） |
| 成立日期     | 2009年12月17日  |
| 经营期限     | 长期   |
| 主要人员     | 执行董事：张磊<br>监事：王晓东<br>总经理：王海潮   |

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，国经长天股权结构如下：

| 股东名称/姓名 | 出资额（万元） | 出资比例（%） |
|---------|---------|---------|
|---------|---------|---------|

|     |      |       |
|-----|------|-------|
| 王晓东 | 386  | 38.60 |
| 王海潮 | 314  | 31.40 |
| 程建民 | 300  | 30.00 |
| 合计  | 2000 | 100   |

经核查，2020年1月1日以来，国经长天股权结构未发生变更。

根据国经长天和发行人及其实际控制人、董监高出具的书面确认，将发行人董监高调查表列示的关联自然人与国经长天董监高、自然人股东进行比对，国经长天与发行人及其实际控制人、董监高不存在关联关系。

#### 4、佳禾物联

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，佳禾物联基本情况如下：

|          |  |
|----------|--|
| 企业名称     | 西安佳禾物联网科技股份有限公司  |
| 统一社会信用代码 | 91610131742838478J   |
| 注册地址     | 西安市高新区锦业路125号西安半导体产业园201幢5层01号   |
| 法定代表人    | 田亚峰  |
| 注册资本     | 600 万元人民币  |
| 企业类型     | 股份有限公司（非上市、自然人投资或控股）   |
| 经营范围     | 一般经营项目：计算机及软硬件的开发、销售；电子产品、通讯设备（不含地面卫星接收设备）、电力控制设备、仪器仪表、传感设备的销售；信息技术咨询；承接监控系统、楼宇自控系统、工业自动化系统工程。（以上经营范围除国家专控及前置许可项目） |
| 成立日期     | 2003年09月28日  |
| 经营期限     | 长期   |
| 主要人员     | 董事长：田亚峰<br>董事：刘清林、岳莉、张小敏、薛帆<br>监事：王梅、刘星辰、赵阳波<br>总经理：张彤   |

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，佳禾物联股权结构如下：

| 股东名称/姓名 | 出资额（万元） | 出资比例（%） |
|---------|---------|---------|
| 田亚峰     | 221.10  | 36.85   |
| 刘清林     | 144.00  | 24.00   |
| 李莉      | 140.70  | 23.45   |
| 杨建刚     | 40.20   | 6.70    |
| 岳莉      | 36.00   | 6.00    |
| 严立鸥     | 18.00   | 3.00    |
| 合计      | 600     | 100     |

经核查，2020年1月1日以来，佳禾物联股权结构未发生变更。

经核查，发行人实际控制人魏小立报告期内曾担任佳禾物联董事，发行人2021年11月向佳禾物联购买房产事项属于关联交易，发行人已按照《公司章程》及关联交易管理制度的相关规定进行审议，除此以外，佳禾物联与发行人及其实际控制人、董监高不存其他在关联关系。

（二）发行人分别向相关主体购买房产的合同签署、交易方式、款项支付时间、单价情况，与产业园其他房产的交易价格、周边房产交易价格相比是否存在显著差异，说明定价公允性

1、经核查，发行人分别向相关主体购买房产的合同签署、交易方式、款项支付时间、单价情况如下：

| 序号 | 房产位置    | 直接购买对象 | 交易方式   |                              | 成交单价（元/平方米） | 款项支付情况                  |
|----|---------|--------|--|------------------------------|-------------|-------------------------|
| 01 | 13层01号房 | 电子信息集团 | 2022年12月4日，发行人与电子信息集团签署《“西安半导体产业园”建设项目投资协议书》购买该房产。 | 2022年12月30日，发行人与电子信息集团签署《补充协 | 3980.00     | 于2022年7月18日结清全部尾款，2022年 |

| 序号 | 房产位置    | 直接购买对象 | 交易方式  |                                | 成交单价<br>(元/平方米) | 款项支付情况                |
|----|---------|--------|---|--------------------------------|-----------------|-----------------------|
|    |         |        |   | 议》，确认<br>发行人取得前述房屋使用权，<br>期限至  |                 | 12月28日结清利息，无争议        |
| 02 | 12层01号房 | 创通利达   | 1、2012年12月4日，创通利达与电子信息集团签署《“西安半导体产业园”建设项目投资协议书》取得该房产，购买单价为3,980元/平方米；<br>2、2016年9月7日，发行人与创通利达签署《房屋使用权转让协议》，创通利达将取得的房屋使用权转让给发行人，约定以现金方式支付价款。 | 2059年10月22日，前述房产的所有费用手续均已全部结清。 | 5600.00         | 于2022年7月18日结清全部尾款，无争议 |
| 03 | 13层02号房 | 国经长天   | 1、2012年12月4日，国经长天与电子信息集团签署《“西安半导体产业园”建设项目投资协议书》取得该房产，购买单价为3,980元/平方米；<br>2、2021年4月27日，发行人与国经长天签署《房屋使用权转让协议》，国经长天将取得的房屋使用权转让给                |                                | 6260.66         | 于2022年7月18日结清全部尾款，无争议 |

| 序号 | 房产位置    | 直接购买对象 | 交易方式  | 成交单价<br>(元/平方米) | 款项支付情况               |
|----|---------|--------|---|-----------------|----------------------|
|    |         |        | 发行人，约定以现金方式支付价款。  |                 |                      |
| 04 | 05层01号房 | 佳禾物联   | 1、2012年12月4日，佳禾物联与电子信息集团签署《“西安半导体产业园”建设项目投资协议书》取得该房产，购买单价为3,980元/平方米；<br>2、2021年11月10日，发行人与佳禾物联签署《房屋使用权转让协议》，佳禾物联将取得的房屋使用权转让给发行人，约定以现金方式支付价款。 | 7209.00         | 于2023年3月9日结清全部款项，无争议 |

2、与产业园其他房产的交易价格、周边房产交易价格相比是否存在显著差异，说明定价公允性

2012年12月公司自电子信息集团购买西安半导体产业园201幢13层01号房的成交单价与同时期创通利达、国经长天、佳禾物联网购买园区内同幢楼内房产的成交单价一致，均为3,980元/平方米，不存在差异。因购房时间较早，无法通过公开数据查询周边相似房产的交易价格情况。根据电子信息集团出具的说明，西安半导体产业第201幢在2012年开盘销售时，通过统一定价公开销售，因所在土地为工业用地等原因，销售定价相比周边写字楼有一定优惠，不同房屋售价因楼层等区别有一定差异，不存在向不同销售对象定价政策不一致的情况。

2016年9月发行人向创通利达购买西安半导体产业园201幢12层01号房的成交单价为5,600元/平方米，同年3月西安半导体产业园203幢14层01号房及02号房（面积合计为2121.21平方米）对外转让成交单价为5,500元/平方米，与



发行人房产购买价格不存在显著差异。

2021年发行人向电子信息集团以外的其他主体购买相关房产时，除发行人所购房产外，无西安半导体产业园区其他类似房产的公开成交数据，根据网络公开数据查询，2021年西安市写字楼新房成交均价普遍在15,000.00元/平方米及以上，2021年发行人所购二手房成交价格与西安市2021年写字楼新房市场均价存在较大差异，主要因为西安半导体产业园土地性质为工业用地，相关房产尚未办理房产证，产业园区办公楼与其他商用写字楼在位置、配套设施等方面存在一定差异等，具有合理性，在无有效可比市场的情况下，买卖双方主要基于自身对于房产价值及变化趋势的判断，经双方协商一致确定交易价格，定价具有公允性。

### **（三）说明发行人在无其他自有房产的情况下，向不同对手方分别购买权属不清晰的房产的原因及合理性，是否存在利益输送情形**

2012年，因经营发展需要发行人拟购置自有房产。西安高新区是1991年3月国务院首批批准成立的国家级高新区之一，产业配套较为完善，产业集群较为丰富、完善，人才集中度较高，符合发行人未来发展规划需要，是发行人置业的主要目标区域。西安半导体产业园由陕西省国有独资企业电子信息集团策划、组织建设，该建设项目为陕西省和西安市两级重点建设项目，建设标准、建设质量具有保障，园区位于西安市高新区软件园，地理位置优越，但因暂无法办理产权证书原因售价相对较低。由于当时发行人规模较小，资金有限，综合考虑电子信息集团国资背景等因素，发行人决定购买电子信息集团公开出售的产业园区201幢13层01号房，面积1,054.23平方米。该处房产能够满足发行人当时经营发展需要。

2012年，发行人营业收入为1,043.76万元。随着业务不断发展，2015年发行人营业收入增至2,519.20万元，年末员工人数达到120人，2020年末营业收入增至10,166.47万元，年末员工人数达到326人。原有的13层01号房已逐渐无法满足发行人的经营需要，发行人拟购置新的办公场所。自2012年购买西安半导体产业园房产以来，发行人对房产使用情况、配套情况等均较为满意，且园区内房产售价相对周边价格较低，再综合考虑管理成本、工作沟通便利性等因素，发行人愿意继续购买园区内房产。因电子信息集团已将西安半导体产业园第201幢其他房产销售给不同业主，发行人根据自身发展需要及其他业主出售情况，向其购买各自持有的同幢楼内不同房产。

发行人向不同对手方购买权属不清晰房产系结合自身发展需要及标的房产的具体情况做出的决定，符合公司经营发展阶段的情况，具有合理性。发行人购买时价格具有公允性，不存在利益输送情形。

**（四）说明未取得不动产权证书的相关土地是否存在争议、纠纷，发行人相关房产的不动产权属证书是否有明确的办理时限，是否存在长期无法办理的可能**

西安半导体产业园已取得《建设工程规划许可证》、《建筑工程施工许可证》、《建设用地规划许可证》、《土地使用权证》，尚未办理不动产权证。信达律师在“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”搜索“陕西电子信息集团有限公司”、“西安半导体产业园”，未发现电子信息集团存在与西安半导体产业园有关的土地争议、纠纷或执行案件，信达律师认为，截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，西安半导体产业园不存在与不动产权证书办理相关的争议、纠纷。

发行人办公场地所在的西安半导体产业园第 201 幢作为在工业用地上建设的楼宇及其配套办公用房，由于工业用地性质的原因导致无法进行产权分割转让，因此发行人购买的房屋暂时无法按层、间办理不动产权证书。

虽然《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》《城市房地产管理法》和《物权法》等都没有规定工业用地不能分割转让，但传统的工业用地都是出让给工业企业自建自用，工业用地上的房屋只能按整体的方式办理一个房产证，如果后期要出售，也只能整体转让，无法分割。根据国务院于 2019 年 5 月印发的《关于推进国家级经济技术开发区创新提升打造改革开放新高地的意见》中明确提到，允许对具备土地独立分宗条件的工业物业产权进行分割，用以引进优质项目、盘活利用存量土地。根据《西安市人民政府办公厅关于印发〈西安市支持工业园区发展的实施意见〉的通知（市政办发〔2020〕6 号）》、《西安航空基地工业厂房产权分割转让暂行办法》等规范性文件的规定，西安市已经出台关于工业用地建筑物产权分割转让的支持政策，并已在西安航空基地试行。

截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，西安半导体产业园所在高新区尚未出台关于工业用地可分割办理产权证书的明确政策。根据电子信息集团 2023 年 8 月 2 日出具的书面说明，第 201 幢房产至今未取得不动产权证的原因系园区绿地面积及充电桩数量等配套设施尚未整改完成，导致园区规划验收滞后，待园区整体规划验收后，可办理不动产权证；电子信息集团保证第 201 幢房产没有抵

押或其他权利限制，保证发行人能够一直使用所购房屋至 2059 年 10 月 22 日土地使用权期限届满，并在政策允许时将发行人所购房屋的建筑物区分不动产权证办理至发行人名下。

**（五）结合发行人无其他自有房产、现有房产为发行人的主要生产经营场所的背景，说明相关权属瑕疵是否对发行人的持续经营能力构成重大不利影响，是否符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-8 的相关要求**

**1、发行人所购房产不存在发生纠纷或及潜在纠纷的情形**

2022年12月30日，发行人与电子信息集团签署《补充协议》，确认了发行人已结清半导体产业园第201幢13层01号房、第201幢13层02号房、第201幢12层01号房、第201幢05层01号房等房产全部款项，并且已经于2022年12月28日支付因延迟支付尾款而发生的50万元利息，双方确认上述标的房产的所有价款、费用均已结清，双方不存在因房产问题发生纠纷或潜在纠纷的情形；通过“中国裁判文书网”核查与发行人、西安半导体产业园的相关诉讼情况，未发现与发行人所购房产相关的纠纷。

**2、发行人所购房产被要求拆除和搬迁的可能性较小**

发行人四处房产位于西安半导体产业园201幢内，产业园区具有合法的土地、规划、建设、施工等许可手续，归属于陕西省属国有独资企业电子信息集团，项目建设时为陕西省和西安市两级重点建设项目。根据公开信息查询，截至目前电子信息集团不存在因该幢大楼土地、规划、建设方面的违法违规行为受到主管部门行政处罚的情形。发行人与电子信息集团签署的协议中已明确相关房产的使用权、处置权及房款、费用等事项，双方未因为上述房产问题发生纠纷。综上，发行人所购上述房产被要求拆除和搬迁可能性较小。

**3、发行人所购房产如需搬迁对发行人影响较小**

发行人四处房产总面积为4,229.67平方米，含装修费账面原值为2,565.31万元，2022年末账面净值为2103.22万元，占发行人总资产比例为9.80%，2022年折旧额占当期营业利润的4.19%。上述瑕疵房产作为发行人主要办公场所，其账面净值占发行人总资产的比重较低，不会实质影响发行人资产充足性。

西安为我国西部重要的发达城市之一，办公用房市场规模大，特别是发行人所在的西安高新区，软件、半导体、人工智能等数字经济产业相对发达，产业集聚效益明显，适合软件企业办公的园区及建筑很多，就发行人目前所处西安半导体产业园来说，该产业园位于西安软件园，西安软件园下设软件新城片区、软件园示范区、数字经济产业园、新一代人工智能产业园、国家外包服务基地等五大片区，其中软件新城片区规划建筑面积约 2,400 万平方米，软件园示范区建筑面积 55 万平方米，数字经济产业园建筑面积 20.88 万平方米；假定发行人因现有房产发生被收回或所有权争议等问题必须搬迁，发行人预计可以在 1 个月内找到合适的替代场所，而且，由于园区建筑基本带装修，在签订租房合同或购房合同后，发行人可在 2-4 周内入驻。

无论是基于合同约定还是商业惯例，电子信息集团都应当给予发行人必要的搬迁时间。发行人可派专人利用周末、节假日合理安排搬迁事宜，搬迁工作不会影响发行人的正常生产经营，除可能发生加班费用外，不会产生其他误工损失。发行人作为软件企业，属于轻资产企业，主要生产资源要素为员工，固定资产主要为办公、研发用电脑等硬件，搬迁费用相对较低。

如产生搬迁费用、误工损失（含加班费）、行政罚款，发行人可依据《投资协议书》要求电子信息集团承担赔偿责任。此外，针对房屋产权瑕疵问题，发行人控股股东、实际控制人已做出如下承诺：“如因公司房屋未取得不动产证而导致公司房屋发生相关产权纠纷、债权债务纠纷、整体规划拆除、出卖或抵押、诉讼/仲裁、行政命令等情形，并导致公司无法继续正常使用该等房屋或遭受损失的，本人承诺承担因此造成公司的所有损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、罚款、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用，且无需公司及其子公司支付任何对价，确保公司及其子公司的正常生产经营不受影响。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。在本人作为公司控股股东、实际控制人期间，上述承诺持续有效。”因此，即便发生费用损失，也无需由发行人承担。

通过查询安居客租赁信息（2023年8月数据），发行人租入西安软件园中同等用途、配置齐全的房屋租赁情况如下：

| 楼盘                          | 房产位置                          | 面积 (m <sup>2</sup> ) | 月租金(万元/月) | 装修程度      |
|-----------------------------|-------------------------------|----------------------|-----------|-----------|
| 创新信息大厦                      | 西安软件园，科技二路 72 号               | 1,000.00             | 6.00      | 精装、配套设施齐全 |
| 西安软件园研发大厦                   | 西安软件园，锦业一路                    | 1,200.00             | 6.60      | 精装、配套设施齐全 |
| 中软国际（西安）科技园软件研发基地 1 期       | 西安软件园，太白南路云水一路与天谷七路交叉口南 200 米 | 2,000.00             | 9.00      | 精装、配套设施齐全 |
| 大景国际                        | 西安软件园，科技二路 65 号               | 1,187.00             | 10.68     | 精装、配套设施齐全 |
| 平均值（每 1000 m <sup>2</sup> ） |                               |                      | 6.25      |           |
| 中位值（每 1000 m <sup>2</sup> ） |                               |                      | 5.75      |           |

假定发行人除了上述瑕疵房屋的当期折旧变成当期租金外，其他财务因素均不变，搬迁对2020年、2021年、2022年发行人营业利润影响的分析如下：

单位：元

| 项目                   | 2022 年   |        | 2021 年   |        | 2020 年   |        |
|----------------------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
|                      | 租金最低测算   | 租金最高测算 | 租金最低测算   | 租金最高测算 | 租金最低测算   | 租金最高测算 |
| 原营业利润(A)             | 3,044.97 |        | 2,597.88 |        | 2,168.33 |        |
| 面积 (m <sup>2</sup> ) | 4,229.67 |        | 3,175.44 |        | 2,108.46 |        |
| 瑕疵房屋的当期折旧影响金额(B)     | 127.55   |        | 70.41    |        | 57.19    |        |
| 租入同等面积、用途的当期租金 (C)   | 228.40   | 456.65 | 171.47   | 342.83 | 113.86   | 227.64 |
| 瑕疵房屋的当期              |          |        |          |        |          |        |

|                                    |          |          |          |          |          |          |
|------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 折旧变更为租赁<br>房产租金后的营<br>业利润(D=A+B-C) | 2,944.12 | 2,715.87 | 2,496.81 | 2,325.45 | 2,111.66 | 1,997.88 |
| 当期租金占变更<br>后的营业利润比<br>例(E)         | 7.76%    | 16.81%   | 6.87%    | 14.74%   | 5.39%    | 11.39%   |
| 营业利润变动率<br>(F=D/A-1)               | -3.31%   | -10.81%  | -3.89%   | -10.49%  | -2.61%   | -7.86%   |

根据上表所示，瑕疵房屋的当期折旧转换为当期租金，按照园区内可比房产最低和最高的月租金测算，报告期各期对发行人营业利润可能产生的影响在56.67万元至329.11万元之间，较原营业利润降低2.61%至10.81%，不构成对发行人生产经营、财务状况的重大不利影响。

综上，相关房产权属瑕疵不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响，符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》1-8中对发行人主要业务有重大影响的土地使用权、房屋所有权不存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的权属纠纷的相关要求。

#### （六）信达律师的核查过程和核查意见

##### 信达律师的核查过程：

1、通过国家企业信用信息公示网核查电子信息集团、创通利达、国经长天和佳禾物联的基本信息、董监高和股权结构等情况，并与发行人控股股东、实际控制人和董监高填写的《调查表》进行对比，确认是否存在关联关系；

2、取得电子信息集团关于房产性质、销售价格、房产证办理的书面确认，创通利达、国经长天和佳禾物联关于房产交易价格、与发行人关联关系的书面确认；

3、查阅发行人与电子信息集团、创通利达、国经长天和佳禾物联等签署的房产购买相关协议、支付凭证等；

4、收集发行人购买房产时的西安半导体产业园区房产交易情况、西安写字楼成交价格、周边租赁价格信息，并与发行人购买的价格进行对比，确认交易价格是否合理、公允；

5、通过“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”搜索“陕西电子信息集团有限公司”、“西安半导体产业园”，确认电子信息集团是否存在与西安半导体产业园有关的土地争议、纠纷或执行案件；

6、访谈发行人实际控制人魏小立，了解发行人购买西安半导体产业园房产的原因和合理性，是否存在利益输送情形；

7、访谈电子信息集团相关人员了解相关情况，取得电子信息集团提供的所在园区土地证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建筑工程施工许可证等文件；

8、取得发行人实际控制人出具的关于房产瑕疵问题的承诺函；

9、访谈发行人财务负责人，确认模拟分析对发行人经营情况的影响；

10、通过“信用中国”、“西安市住房和城乡建设局”和“西安市自然资源和规划局”网站检索确认电子信息集团不存在因西安半导体产业园土地、规划、建设方面的违法违规行为受到主管部门行政处罚的情形

**经核查，信达律师认为：**

1、电子信息集团、创通利达、国经长天不属于发行人及其实际控制人、董监高的关联方，发行人实际控制人魏小立报告期内曾在佳禾物联担任董事，已于2021年10月辞任，发行人向佳禾物联购买房产事宜已参照公司关联交易相关管理制度履行审议程序。

2、发行人向产业园区不同主体购买房产的价格因购买时间存在差异，价格差异符合房产价格变化趋势，相邻交易时间成交价格差异较小，具有公允性。因西安市半导体产业园土地性质为工业用地且尚未办理产权证书，园区房产价格显著低于西安市写字楼成交价格，具有合理性。

3、发行人向不同对手方分别购买权属不清晰的房产系结合发行人当时条件满足自身经营需要，具有合理性，向不同主体的购买价格系买卖双方根据各自对交易时点房屋价值及变化趋势的判断，经协商一致确定交易价格，不存在利益输送情形；

4、发行人所购房产所在西安半导体产业园土地不存在不动产证书办理相关的

争议、纠纷；电子信息集团已明确待整改园区绿化、充电桩数量等问题完成竣工验收后将及时办理园区不动产权证；目前尚未出台可为发行人房产办理独立产权证书的明确政策，电子信息集团表示在办证条件具备时为发行人购买的房屋分别办理不动产权证。

5、发行人所购房产不存在发生纠纷的情形，发生潜在纠纷的可能性较小。发行人实际控制人已出具有关房产瑕疵的承诺函，承担发行人因房产瑕疵所产生的损失。发行人为轻资产运营的软件公司，如发生需要搬迁情形，周边写字楼资源供给充沛，搬迁周期较短，搬迁成本较低，不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响，符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》1-8的相关要求。

## 二、反馈问题 5—订单获取的合规性与可持续性

根据申请文件，公司主要下游市场以高校为主，涉及政府、企业、健康等行业，一般通过营销中心搜集、整理、获取市场机会和线索，之后通过销售中心的全国性营销网络进行全行业客户开发和业务拓展，通过商务活动、招投标等方式获取客户订单。此外，发行人销售人员占比较高，存在终端客户与发行人直接客户不一致的情形。

请发行人：（1）说明报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比，与同行业可比公司是否存在差异及合理性，与各期招投标服务费是否匹配。

（2）说明报告期内公司主要订单获取是否符合招投标、主要客户采购等相关规定，是否存在应当履行招投标程序而未履行的情形，如是，进一步关注前述订单所涉及具体项目名称、金额及占比、执行情况、订单的有效性、合规性、是否存在被处罚的风险、是否构成重大违法违规，是否存在纠纷或潜在纠纷以及对公司经营稳定性的影响。（3）说明招投标与非招投标模式下所获取的订单在毛利率方面是否存在较大差异，如是，说明相关差异的原因及合理性、合规性。（4）说明报告期内发行人中标率情况及变动趋势，与为主要客户提供相同或类似服务的主要竞争对手相比中标率是否存在差异及合理性，订单获取过程中是否存在商业贿赂、回扣、不正当竞争等违法违规情形。（5）说明终端客户与发行人直接客户不一致的



原因及合理性，发行人是否为直接客户的外包机构，合同签署是双方还是三方，与终端客户是否存在纠纷、诉讼风险。（6）说明发行人与主要客户的合同签署周期、执行周期，报告期各期末及 2023 年 6 月 30 日在手订单情况，分析其变动趋势；说明高校是否为一次性采购发行人产品，相关产品的使用周期、系统升级需求以及政策要求等情况，说明发行人订单获取是否可持续，是否存在订单萎缩、影响持续经营能力的风险。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

（一）说明报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比，与同行业可比公司是否存在差异及合理性，与各期招投标服务费是否匹配

1、报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比

根据《中华人民共和国招标投标法》第十条的规定：“招标分为公开招标和邀请招标。公开招标，是指招标人以招标公告的方式邀请不特定的法人或者其他组织投标。邀请招标，是指招标人以投标邀请书的方式邀请特定的法人或者其他组织投标。”发行人以公开招标、邀请招标模式获得的项目作为招投标类项目。

报告期内，发行人招投标、非招投标模式下各自收入金额及占比情况如下表：

| 模式   | 2022 年度      |        | 2021 年度      |        | 2020 年度      |        |
|------|--------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|
|      | 收入金额<br>(万元) | 占比     | 收入金额<br>(万元) | 占比     | 收入金额<br>(万元) | 占比     |
| 招投标  | 2,548.46     | 17.30% | 2,131.45     | 16.37% | 2,356.32     | 23.18% |
| 非招投标 | 12,180.63    | 82.70% | 10,887.30    | 83.63% | 7,810.15     | 76.82% |
| 合计   | 14,729.09    | 100%   | 13,018.75    | 100%   | 10,166.47    | 100%   |

报告期内，发行人招投标模式取得的收入占收入金额的比例为 23.18%、16.37% 和 17.30%；非招投标模式取得的收入占收入金额的比例为 76.82%、83.63% 和 82.70%；由于发行人的客户相对分散，单笔销售金额相对较低，对未达到客户招

招标采购限额标准的项目，客户主要通过竞争性磋商、竞争性谈判、询价、商务谈判等方式向发行人采购，非招标模式方式取得的收入金额占比较高。

## 2、与同行业可比公司是否存在差异及合理性

同行业可比公司中新开普、开普云、致远互联为已上市公司，未披露招投标、非招投标模式下利润数据；报告期内，同行业可比公司金智教育、国子软件招投标收入及占比情况如下：

| 公司名称 | 模式   | 2022 年度      |        | 2021 年度      |        | 2020 年度          |        |
|------|------|--------------|--------|--------------|--------|------------------|--------|
|      |      | 收入金额<br>(万元) | 占比     | 收入金额<br>(万元) | 占比     | 收入金<br>额(万<br>元) | 占比     |
| 发行人  | 招投标  | 2,548.46     | 17.30% | 2,131.45     | 16.37% | 2,356.32         | 23.18% |
|      | 非招投标 | 12,180.63    | 82.70% | 10,887.30    | 83.63% | 7,810.15         | 76.82% |
| 国子软件 | 招投标  | 6,116.07     | 43.01% | 8,437.03     | 44.96% | 5,524.56         | 39.16% |
|      | 非招投标 | 8,102.53     | 56.99% | 10,327.24    | 55.04% | 8,584.34         | 60.84% |
| 金智教育 | 招投标  | 18,047.72    | 39.67% | 22,860.54    | 46.49% | 24,658.6<br>5    | 51.88% |
|      | 非招投标 | 27,447.52    | 60.33% | 26,304.24    | 53.51% | 22,872.3<br>9    | 48.12% |

报告期内，发行人招投标方式取得的收入占比分别为 23.18%、16.37%和 17.30%，略低于同行业可比公司，主要原因为发行人的客户相对分散，导致单笔销售金额相对较低，且发行人非直销收入占比高于国子软件非直销收入占比，非直销模式下集成商或合作商与最终用户通过各种方式获取合同后，多采用单一来源采购或询价等方式与发行人签订合同，基本不采用招投标方式，因此发行人招投标的收入占比符合发行人业务特点，具有合理性。

## 3、与各期招投标服务费是否匹配

发行人报告期内各期招投标费用与招投标取得的收入情况如下：

| 期间     | 投标服务费（万元） | 招投标取得的收入 |             |
|--------|-----------|----------|-------------|
|        |           | 金额（万元）   | 投标服务费占收入的比例 |
| 2022 年 | 25.96     | 2,548.46 | 1.02%       |
| 2021 年 | 26.95     | 2,131.45 | 1.26%       |
| 2020 年 | 28.60     | 2,356.32 | 1.21%       |

报告期内，发行人发生的投标服务费分别为 28.60 万元、26.95 万元、25.96 万元，占招投标模式收入的比例分别为 1.21%、1.26 和 1.02%，各期差异较小。招投标方式收入金额系当期或前期通过招投标方式获取并在当期确认收入的金额，而招投标服务费系当期因招投标发生的费用或支出，因此招投标取得的收入确认时点与投标服务费发生时点可能存在一定时间差异。因此，发行人各期招投标收入与招投标服务费存在一定波动，但整体相对稳定，具有匹配性。

综上，报告期内发行人招投标模式下收入占比略低于同行业可比公司，主要原因为发行人客户较为分散，单笔销售金额相对较低，非直销占比相比同行业较高，发行人招投标的收入占比符合发行人业务特点及行业特征，与招投标服务费相匹配，具有合理性。

（二）说明报告期内公司主要订单获取是否符合招投标、主要客户采购等相关规定，是否存在应当履行招投标程序而未履行的情形，如是，进一步关注前述订单所涉具体项目名称、金额及占比、执行情况、订单的有效性、合规性、是否存在被处罚的风险、是否构成重大违法违规，是否存在纠纷或潜在纠纷以及对公司经营稳定性的影响

1、发行人相关业务不属于《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》规定的必须招投标的情形

根据《中华人民共和国招标投标法》第三条的规定：“在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标：（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目；（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。前款所列项目的具体范围和规模标准，由国务院发展计划部门会同国务院有关部

门制订，报国务院批准。法律或者国务院对必须进行招标的其他项目的范围有规定的，依照其规定。”根据《中华人民共和国招标投标法实施条例》第二条的规定：“招标投标法第三条所称工程建设项目，是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。前款所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。”

发行人主营业务为提供软件产品及软件实施、平台运维类技术服务。不属于《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》规定的必须招投标的情形。

## 2、发行人主要客户适用《中华人民共和国政府采购法》等的相关规定

根据《中华人民共和国政府采购法》第二条的规定：“在中华人民共和国境内进行的政府采购适用本法。本法所称政府采购，是指各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。政府集中采购目录和采购限额标准依照本法规定的权限制定。本法所称采购，是指以合同方式有偿取得货物、工程和服务的行为，包括购买、租赁、委托、雇用等。本法所称货物，是指各种形态和种类的物品，包括原材料、燃料、设备、产品等。本法所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建、装修、拆除、修缮等。本法所称服务，是指除货物和工程以外的其他政府采购对象。”及第二十六条第一款规定：“政府采购采用以下方式：（一）公开招标；（二）邀请招标；（三）竞争性谈判；（四）单一来源采购；（五）询价；（六）国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。”

发行人主要面向高校为主的教育行业客户，政府机构客户、大型国有企业及以三甲医院为主的健康行业客户，该等客户的采购需要遵守《中华人民共和国政府采购法》的相关规定。

此外，发行人存在部分三方合同，主要由发行人、银行及高校共同签署或发行人与银行签署。根据《国有金融企业集中采购管理暂行规定》第二条的规定，

“国有金融企业实施集中采购适用本规定。本规定所称国有金融企业，包括所有获得金融业务许可证的国有企业，以及国有金融控股公司、国有担保公司和其他金融类国有企业。按现行法律法规实行会员制的金融交易场所参照本规定执行。本规定所称集中采购，是指国有金融企业以合同方式有偿取得纳入集中采购范围的货物、工程和服务的行为。”第十二条的规定“国有金融企业可参考省级以上人民政府定期发布的集中采购目录及标准，结合企业实际情况，制定本企业的集中采购目录及限额标准。”及第十八条的规定“国有金融企业集中采购可以采用公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源采购、询价，以及有关管理部门认定的其他采购方式。”因此，国有银行参与签署的三方合同，需要遵守《国有金融企业集中采购管理暂行规定》。

### 3、中央及各地发布的政府采购目录及限额标准

根据中央及各地发布的政府采购目录及限额标准，政府采购货物及服务金额达到公开招标数额标准的，应当履行公开招标程序。

截至 2022 年末，发行人业务区域所涉及中央及各省、直辖市服务类采购项目的公开招标数额标准如下表所示：

| 序号 | 适用地区   | 2022 年 | 2021 年 | 2020 年 |
|----|--------|--------|--------|--------|
| 01 | 中央预算单位 | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 02 | 安徽     | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 03 | 北京     | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 04 | 福建     | 300 万元 | 300 万元 | 200 万元 |
| 05 | 甘肃     | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 06 | 广东     | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 07 | 广西     | 300 万元 | 300 万元 | 200 万元 |
| 08 | 贵州     | 200 万元 | 200 万元 | 100 万元 |
| 09 | 海南     | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 10 | 河北     | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 11 | 河南     | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 12 | 黑龙江    | 400 万元 | 200 万元 | 200 万元 |

|    |     |        |        |        |
|----|-----|--------|--------|--------|
| 13 | 湖北  | 400 万元 | 400 万元 | 300 万元 |
| 14 | 湖南  | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 15 | 吉林  | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 16 | 江苏  | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 17 | 江西  | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 18 | 辽宁  | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 19 | 内蒙古 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 20 | 宁夏  | 200 万元 | 200 万元 | 100 万元 |
| 21 | 青海  | 400 万元 | 400 万元 | 300 万元 |
| 22 | 山东  | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 23 | 山西  | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 24 | 陕西  | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 25 | 上海  | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 26 | 四川  | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 27 | 天津  | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 28 | 西藏  | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 29 | 新疆  | 200 万元 | 200 万元 | 150 万元 |
| 30 | 云南  | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 31 | 浙江  | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 32 | 重庆  | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |

4、发行人报告期内签署的金额 150 万元及以上的重大销售合同的获取方式情况如下：

| 序号 | 客户名称 | 合同名称 | 签订时间 | 合同金额<br>(万元) | 合同签订年份<br>公开招标数额<br>标准(万元) | 获取方式 |
|----|------|------|------|--------------|----------------------------|------|
|    |      |      |      |              |                            |      |

|    |                               |                                  |            |        |     |       |
|----|-------------------------------|----------------------------------|------------|--------|-----|-------|
| 01 | 金堆城铝业集团有限公司                   | 金堆城铝业集团有限公司融媒体中心建设项目合同书          | 2021/11/1  | 315.84 | 400 | 公开招标  |
| 02 | 长城计算机软件与系统有限公司                | 武警总部融媒体中心全域智慧媒体编辑部支撑软件项目软件产品采购合同 | 2022/9/1   | 312.08 | 400 | 商务谈判  |
| 03 | 天水市人民政府办公室                    | 天水市政府网站集约化建设项目政府采购合同             | 2022/12/29 | 247.50 | 200 | 公开招标  |
| 04 | 四川省消防救援总队                     | 四川省消防救援总队全媒体中心软硬件升级改造采购项目政府采购合同  | 2021/11/8  | 246.51 | 400 | 公开招标  |
| 05 | 中国银行股份有限公司山东省分行、山东大学          | 山东大学网站群与融媒体建设（一）设备采购合同           | 2020/12/16 | 227.18 | 400 | 公开招标  |
| 06 | 西安凌云数据科技有限公司                  | 西安市人民医院（西安市第四医院）信息系统采购合同书        | 2022/12/13 | 190.00 | 400 | 商务谈判  |
| 07 | 青海柴达木职业技术学院（海西蒙古族藏族自治州职业技术学院） | 青海柴达木职业技术学院校园融媒体中心系统建设项目采购合同书    | 2021/12/27 | 198.00 | 400 | 竞争性磋商 |

|    |                                 |                                    |            |        |     |       |
|----|---------------------------------|------------------------------------|------------|--------|-----|-------|
| 08 | 中国银行股份有限公司青岛市北支行、青岛科技大学         | 青岛科技大学软件系统项目合同                     | 2020/10/13 | 196.80 | 400 | 竞争性磋商 |
| 09 | 中国建设银行股份有限公司长春工农大路支行（终端客户为吉林大学） | 吉林大学移动校园项目（网络综合教育平台项目部分）采购合同       | 2020/11/6  | 196.00 | 200 | 邀请招标  |
| 10 | 中国银行股份有限公司吉林省分行（终端客户为吉林大学）      | 吉林大学校园智能化建设项目（第一包）综合智能服务平台软件产品采购合同 | 2020/5/18  | 191.00 | 200 | 竞争性谈判 |
| 11 | 山西传媒学院                          | 山西传媒学院综合信息门户平台开发服务合同               | 2021/7/9   | 189.96 | 400 | 竞争性磋商 |
| 12 | 中国民用航空飞行学院                      | 中国民用航空飞行学院校园集约化网站群管理平台采购项目销售合同     | 2020/12/2  | 174.60 | 200 | 竞争性磋商 |
| 13 | 中央民族大学                          | 中央民族大学网站群系统升级项目货物及相关服务采购合同         | 2022/12/25 | 168.00 | 400 | 公开招标  |



|    |        |                               |            |        |     |      |
|----|--------|-------------------------------|------------|--------|-----|------|
| 14 | 中央音乐学院 | 中央音乐学院官网改版和站群系统升级改造项目<br>采购合同 | 2021/12/16 | 158.60 | 400 | 公开招标 |
|----|--------|-------------------------------|------------|--------|-----|------|

上表中采取商务谈判方式获取订单的客户中，长城计算机软件与系统有限公司为上市公司全资子公司，西安凌云数据科技有限公司为民营企业，其采购资金不属于财政性资金，不适用《中华人民共和国政府采购法》，经走访客户确认无需履行招投标程序。其他订单均不存在达到所在地区省级采购公开招标限额未履行公开招标程序的情形。综上，报告期内，发行人主要订单获取符合招投标、主要客户采购相关规定，不存在应当履行招投标程序而未履行的情形。（三）说明招投标与非招投标模式下所获取的订单在毛利率方面是否存在较大差异，如是，说明相关差异的原因及合理性、合规性

报告期内，发行人在招投标与非招投标模式下所获取的订单毛利率情况如下：

| 年度      | 业务获取方式 | 收入金额（万元）  | 毛利金额（万元） | 毛利率    |
|---------|--------|-----------|----------|--------|
| 2022 年度 | 招投标    | 2,548.46  | 1,629.54 | 63.94% |
|         | 非招投标   | 12,180.63 | 9,274.85 | 76.14% |
| 2021 年度 | 招投标    | 2,131.45  | 1,287.89 | 60.42% |
|         | 非招投标   | 10,887.30 | 8,299.60 | 76.23% |
| 2020 年度 | 招投标    | 2,356.32  | 1,544.55 | 65.55% |
|         | 非招投标   | 7,810.15  | 5,717.93 | 73.21% |

发行人通过招投标方式获取的订单毛利分别为 73.21%、76.23%、76.14%，非招投标方式获取的订单毛利分别为 65.55%、60.42%、63.94%，招投标方式获取的项目毛利率低于非招投标方式主要原因为招投标方式获取的业务合同通常金额较大，项目复杂程度及难度较高，个性化要求较高，发行人在项目上需投入更多的人力成本或外购成本。

（四）说明报告期内发行人中标率情况及变动趋势，与为主要客户提供相同

或类似服务的主要竞争对手相比中标率是否存在差异及合理性，订单获取过程中是否存在商业贿赂、回扣、不正当竞争等违法违规情形

1、报告期内发行人和同行业可比公司中标率情况及变动趋势

报告期内发行人中标率情况如下：

| 中标率  | 2022 年度 | 2021 年度 | 2020 年度 |
|------|---------|---------|---------|
| 博达软件 | 71.32%  | 66.77%  | 69.50%  |
| 国子软件 | 76.26%  | 75.78%  | 62.34%  |

报告期内，发行人中标率基本保持稳定，不存在较大波动。同行业可比公司中，仅国子软件公布了报告期内的中标情况。金智教育、新开普、开普云均未公布。报告期内发行人中标率在 66.77%至 71.32%之间，国子软件中标率在 62.34%至 76.26%之间，中标率均超过 60%，不存在重大差异；发行人主要面向高校提供全媒体网站群及融媒体内容生产管理平台等软件产品与配套服务，国子软件主营业务聚焦资产管理相关软件开发、技术服务以及配套硬件产品，业务存在一定差异；国子软件 2021 年及 2022 年中标率略高于发行人，主要系国子软件约 50%的业务集中在华东地区特别是山东省，地区影响力相对较强，中标率较高。

综上，发行人与可比公司中标率不存在重大差异，相关差异具有合理性。

2、订单获取过程中是否存在商业贿赂、回扣、不正当竞争等违法违规情形

发行人已制定了《投标管理制度》《反商业贿赂制度》，要求在商业交易活动中，发行人员工不得采取不正当手段获取商业机会、商业利益、对发行人经营有实际价值的任何信息或机会，并对具体情形及管理制度做了细化规定。

经信达律师走访发行人报告期内主要客户，确认发行人主要客户及其重要人员（公司客户的董事、监事、高级管理人员、实际控制人；高校客户的书记、校长、副校长；政府机构客户的书记、局长、副局长等，下同）与发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员等不存在资金往来或其他利益安排。

发行人及其控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具了书面确认函，确认报告期内其与发行人主要客户及其重要人员不存在资金往来或其他利益安排，不存在商业贿赂、回扣、不正当竞争等违法违规情形。

信达律师通过“国家企业信用信息公示系统”、“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“信用中国”、“中国政府采购网”、“12309 中国检察网”等网站核查，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在因商业贿赂、回扣、不正当竞争等行为而产生的纠纷、被处罚或被立案调查的情形。

综上，信达律师认为，发行人订单获取过程中不存在商业贿赂、回扣、不正当竞争等违法违规情形。

#### **（五）说明终端客户与发行人直接客户不一致的原因及合理性，发行人是否为直接客户的外包机构，合同签署是双方还是三方，与终端客户是否存在纠纷、诉讼风险**

报告期内，发行人以直销为主，在直销模式下，发行人大部分订单与高等院校、政企、医院等客户直接签署合同，根据客户需求向其提供产品及服务，合同签署为双方；此外，发行人存在少量由商业银行基于业务合作的目的，作为投资方支付高校向公司采购的信息化项目建设和服务的价款，该类情形下合同签署为三方。

报告期内，发行人存在少量非直销业务，即通过大型信息化建设集成商、本地专业化信息技术公司提供相关产品或服务，最终产品用户仍为教育、政企和健康类客户群体，非直接销售模式下合同签署为双方，该类业务模式对应的收入规模相对较小。

同行业企业大多采用“直销与非直销结合”的模式进行销售。非直销模式存在的主要原因为终端客户往往与其他集成商或软件实施企业已建立长期合作关系，终端客户有采购需求时，有长期合作关系的企业通常可以优先获得订单，同时终端客户的项目或产品及服务需求往往较为复杂，当获得订单的企业不能独立完成业务合同时，会通过对外采购的方式，购买发行人的成品软件及服务，发行人不属于直接客户的外包服务机构。非直销模式下，发行人不直接与终端客户签署合同，发行人对集成商或合作商负责，集成商或合作商对终端客户负责，因发行人与终端客户不直接建立合同关系，根据合同的相对性，如因合同履行发生争议时，终端客户可以要求集成商或合作商承担相应的责任，集成商或合作商可依据合同约定向发行人主张相应责任。

经信达律师通过“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”和“人民法院公告网”等核查发行人及其子公司与终端客户的诉讼情况，报告期内发行人与集成商或合作商、终端客户不存在诉讼情况，结合发行人与集成商或合作商报告期初至今的合同履行情况，信达律师认为，截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，发行人与集成商或合作商、终端客户发生重大纠纷、诉讼的可能性较低。

**（六）说明发行人与主要客户的合同签署周期、执行周期，报告期各期末及2023年6月30日在手订单情况，分析其变动趋势**

**1、发行人与主要客户的合同签署周期、执行周期**

（1）报告期内，发行人主要为高校、政府、企业、大型医院等客户群体提供软件平台及运维服务，各类客户根据当时自身信息化建设的需求，并经一系列决策审批流程，最终与发行人签订合同，因此发行人与客户无固定的合同签署周期。

（2）发行人与主要客户的加权平均执行周期如下：

| 期间         | 客户名称               | 加权平均执行周期（天） |
|------------|--------------------|-------------|
| 2022年<br>度 | 清华大学               | 182         |
|            | 中国农业银行             | 394         |
|            | 金堆城钼业集团有限公司        | 372         |
|            | 北京航空航天大学           | 394         |
|            | 青海柴达木职业技术学院        | 112         |
| 2021年<br>度 | 清华大学               | 245         |
|            | 中国银行股份有限公司及其分支机构   | 517         |
|            | 中国建设银行股份有限公司及其分支机构 | 563         |
|            | 四川省消防救援总队          | 60          |
|            | 西安交通大学             | 168         |
| 2020年<br>度 | 中国银行股份有限公司及其分支机构   | 386         |
|            | 清华大学               | 242         |
|            | 甘南藏族自治州人民政府办公室     | 256         |

|  |               |    |
|--|---------------|----|
|  | 中国人民解放军陆军指挥学院 | 79 |
|  | 成都师范学院        | 61 |

注：上述执行周期统计不包括技术服务及按期提供的第三方服务项目的执行周期。

上表为发行人报告期各期主要客户（前五大客户）加权平均执行周期情况，以上项目分类为软件及软件实施，部分附加第三方产品及服务，考虑到主要客户涉及的项目实施规模较大，具体定制化程度及难度各有不同，涉及软件系统开发、部署、测试等多个方面，且验收时间需客户进行测试，具体测试进度由客户把控，因此各项目执行周期差异较大，少数客户加权平均执行周期超出一一年，涉及的主要项目具体情况如下：

| 期间     | 客户名称             | 项目名称             | 开工日期       | 完工日期       | 验收日期       | 执行周期较长的原因   |
|--------|------------------|------------------|------------|------------|------------|---|
| 2022年度 | 中国农业银行股份有限公司济南分行 | 山东大学综合项目三期       | 2020-12-18 | 2022-12-04 | 2022-12-31 | 该项目提供的实施业务主要包括站群运维分析平台移动端建设、信息发布审核流开发、网站群微信助手开发、10套模板设计、40套网站新建改版制作及迁移等，项目建设需求个性化程度高，其次该项目涉及银行、学校双方，各方部门间沟通确认流程有所延长，因此项目周期较长。 |
|        | 金堆城铝业集团有限公司      | 金堆城铝业集团融媒体中心建设项目 | 2021-10-29 | 2022-11-05 | 2022-11-23 | 该项目为融媒体中心建设项目，其建设规模较大、内容较多、需求较为复杂，项目技术难度较高，因此该项目执行周期较长。   |
|        | 北京               | 北京               | 2021-3-18  | 2022-11-28 | 2022-12-09 | 该项目涉及的产品及服务主要包  |

|            |  |  |            |            |            |   |
|------------|--|--|------------|------------|------------|---|
|            | 航空<br>航天<br>大学                                     | 航空<br>航天<br>大学<br>网站<br>制作<br>项目       |            |            |            | 括全媒体应用开放平台、网站群运维分析平台、网站高端个性化设计、网站群个性化设计，项目建设内容较多，建设需求较为复杂，个性化需求较高且客户确定具体实施需求的审批流程较为复杂，因此执行周期较长。   |
| 2021<br>年度 | 中国<br>银行<br>股份<br>有限<br>公司<br>及其<br>分支<br>机构       | 吉林<br>大学<br>智能<br>机器<br>人项<br>目        | 2019-08-20 | 2021-06-09 | 2021-06-25 | 本项目综合自然语言理解、智能知识库管理人工智能等先进技术，建立一套针对吉林大学的全渠道综合智能服务平台，通过一问一答或者多轮会话的形式，智能理解访客问题并精确匹配，准确定位答案或某个业务信息，通过为用户精选交互，为用户提供个性化的信息服务和便捷化的业务流，项目建设内容较多，建设需求较为复杂，同时为开拓东北高校市场，发行人投入成本较高，因此项目周期较长。 |
|            | 中国<br>建设<br>银行<br>股份<br>有限<br>公司<br>长春<br>工农<br>大路 | 吉林<br>大学<br>网络<br>综合<br>教育<br>平台<br>项目 | 2019-09-23 | 2021-06-12 | 2021-06-28 | 本项目方案为吉林大学网络综合教育平台,平台功能要求较高，项目建设内容较多，个性化需求较多，建设需求较为复杂；其次该项目为银校企合作项目，合同签订、需求确定等环节涉及银行、学校、企业三方协调工作，流程较为复杂，审批流程较长；同时为开拓东北高校市场，发行人投   |

|        |                 |                |            |            |            |  |
|--------|-----------------|----------------|------------|------------|------------|--|
|        | 支行              |                |            |            |            | 入精力较多，因此项目周期较长。  |
| 2020年度 | 中国银行股份有限公司山东省分行 | 山东大学济南校区二期建设项目 | 2019-07-03 | 2020-12-03 | 2020-12-25 | 该项目为山东大学网站群与融媒体建设，项目建设内容较多，个性化需求较多；其次该项目为发行人早期开展的融媒体项目，建设内容及流程较为复杂，可利用的前期项目经验较少；同时该项目为银校企合作项目，合同签订、需求确定等环节涉及银行、学校、企业三方协调工作，流程较为复杂，审批流程较长，因此项目周期较长。 |

发行人项目实施周期受各类客户的信息基础、需求复杂度、客户配合程度、审批流程及效率等多种因素影响，因此各项目执行周期差异较大，在软件行业属于合理情况。

## 2、报告期各期末及 2023 年 6 月 30 日在手订单情况，分析其变动趋势

报告期各期末及 2023 年 6 月 30 日各类业务的在手订单情况及同比情况如下：

单位：万元

| 项目       | 2023年06月<br>30日 | 2022年12<br>月31日 | 2021年12<br>月31日 | 2020年12<br>月31日 |
|----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 软件及软件实施  | 6,073.58        | 4,032.91        | 3,734.32        | 3,060.65        |
| 技术服务     | 3,166.73        | 2,852.36        | 1,539.09        | 873.44          |
| 第三方产品及服务 | 1,002.54        | 409.35          | 632.20          | 248.75          |
| 合计       | 10,242.85       | 7,294.63        | 5,905.61        | 4,182.84        |
| 变动率      | 40.42%          | 23.52%          | 41.19%          | —               |

报告期各期末及 2023 年 6 月 30 日，发行人在手订单规模呈持续上升趋势，发行人已签订合同未确认收入的在执行订单金额（含税）分别为 4,182.84 万元、5,905.61 万元及 7,294.63 万元，其在手订单情况良好，2021 年末较 2020 年末同比

增长 41.19%，2022 年末较 2021 年末同比增长 23.52%，虽然 2022 年受宏观环境因素影响，在手订单增长率有所下降，但报告期内在手订单金额一直呈现增长趋势；2023 年 6 月 30 日发行人在手订单金额为 10,242.85 万元，较 2022 年末增长 40.42%，增长趋势良好；发行人软件及软件实施业务的加权平均执行周期约为 174 天，因此 2022 年末在手订单基本会于 2023 年确认收入；技术服务合同的执行周期一般约为 1-3 年，因此各期末在手订单会在报告期及未来 1-3 年之间转化为收入，因此未来 1-3 年的收入与现在的订单量高度相关，发行人在手订单的快速增长对未来收入增长奠定了坚实的基础。

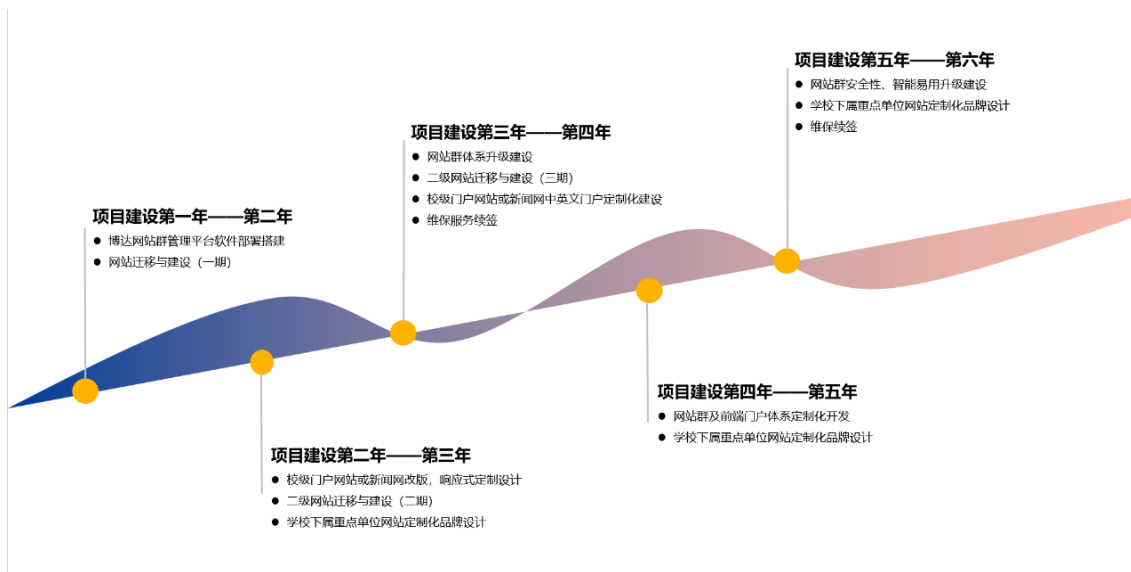
**（七）说明高校是否为一次性采购发行人产品，相关产品的使用周期、系统升级需求以及政策要求等情况，说明发行人订单获取是否可持续，是否存在订单萎缩、影响持续经营能力的风险**

#### 1、全媒体内容管理平台

在高校采购全媒体软件平台完成部署搭建之后，其对全媒体内容管理平台产品及服务仍具有复购需求，主要体现在：一是系统平台大版本升级需求，二是二级网站分批次建设与迁移需求，三是每年度网站改版建设、专题活动改版建设需求；四是基于国家政策要求、安全性能、智能化产生的升级建设需求；五是对于质保期后每年运营维保需求。

大型组织网站群建设一般分为三个阶段。第一阶段，重点基于现有完善的全媒体内容管理平台，实现一批次网站前端页面和基本框架建设，网站前端页面搭建后，下一步则是从原有网站上实现网站数据内容的迁移导入。第二阶段，参考每年大型组织的网站建设改版需求，针对二级单位网站或者新增网站，会产生一定数量的新建、改版等站点建设设计的需求，与此同时，建设过程中，还伴随着网站前端应用模块的新建，例如各类查询、填报、流程等的构建，使得网站逐步完善。第三阶段，随着网站的页面需求、交互需求、新建需求等不断变化或衍生，会持续不断进行批量化的网站开发、设计与建设过程。尤其是高校客户，普遍存在较多的二级单位子站，为了实现对现有子站的集约化管理，需要对二级子站实施迁移，因此可能会涉及到多期分批次建设。高校网站分阶段建设情况如下所示：





在全媒体内容管理平台的建设生命周期过程中，会根据国家的安全政策以及规范，如《信息安全技术网络安全等级保护基本要求》GB/T 22239-2019，进行安全体系的完善和升级；亦会根据客户实际业务发展，例如国家对内容安全做出的一系列要求，实现站群性能和功能上的突破革新；最后还会根据国家的重大策略方针，如《关于加强网络信息内容建设的意见》，实现网站服务国产化建设的产品优化设计。因此每间隔 3-5 年左右的时间，高校网站群就进入到必要性的升级阶段，确保平台整体搭建，符合国家政策和业务实际需求两个大方向。

此处以山东大学为例，山东大学全媒体内容管理平台建设时间较早，于 2015 年启动第一次网站群管理平台的升级过程，面向网站对外展示和发布提供移动端页面适配的能力，打造了校级新闻网。2017 年启动网站群管理平台的第二次升级，针对学校现有互联网宣传名片进行改造设计，提升学校互联网宣传力量，提升网站群管理平台本身的安全性和易用性。2019 年启动网站群全媒体版本的升级建设，整体项目需求聚焦在两点，一方面加快建设网站群管理平台对网站、微博、微信等多媒体渠道的监管及审查能力，另一方面保障学校网站群符合当前国家安全及最新等保测评标准。2022 年，前端二级网站衍生出更多的交互需求，因此针对二级网站开发了跳蚤市场、档案预约等交互应用。网站建设的需求不断衍生，推动网站项目逐步完善。山东大学全媒体内容管理平台建设回顾如下图所示：

## 2、融媒体内容生产平台

针对融媒体产品，高校并非一次性采购发行人产品。报告期内融媒体已有复购客户如下：

| 客户名称   | 初购情况       |        | 复购情况       |        |
|--------|------------|--------|------------|--------|
|        | 购买时间       | 价格（万元） | 购买时间       | 价格（万元） |
| 清华大学   | 2020-10-30 | 45     | 2021-12-31 | 25     |
| 北方工业大学 | 2020-09-18 | 25     | 2021-11-02 | 25     |

根据以往系统升级的经验对比，融媒体产品使用周期预计在 1.5 年-3 年。系统升级的内容主要有以下几个方面：

#### （1）关键安全补丁

系统升级是及时安装和应用关键安全补丁的方式之一。随着技术的发展和漏洞的出现，旧版本的系统可能存在各种漏洞和安全风险。通过升级系统，可以及时修复这些漏洞，提高系统的安全性，防止黑客攻击和数据泄露。

#### （2）性能优化和修复错误

系统升级可以包含性能优化和错误修复的更新。通过升级，可以改进系统的响应速度、稳定性和可靠性，提高用户的使用体验。同时，修复了已知的问题和错误，减少了系统故障和不稳定性的风险。

#### （3）兼容性和可扩展性

随着技术的不断发展，新硬件和软件标准的出现，系统需要进行升级以保持与新技术的兼容性。升级系统可以确保它与新设备和应用程序的可交互性，并能够满足新的业务需求和扩展。

#### （4）新功能和改进

系统升级经常包含新功能和改进。这些功能和改进可以提供更多的功能选择和灵活性，使系统能够满足不断变化的业务需求和用户期望。

综上，发行人产品并非一次性采购，订单获取具有可持续性，不存在可预见的订单萎缩、影响持续经营能力的风险。

### （八）信达律师的核查过程和核查意见

#### 信达律师的核查过程：

1、取得并查阅发行人报告期内招投标项目统计表、招投标服务费统计表、中

标项目统计表，并抽查部分（包括全部合同金额 150 万元及以上的重大销售合同）招投标项目的招标公告、投标文件、中标通知、投标费支付凭证和发票、项目合同等；

2、取得发行人关于报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比、招投标费用与招投标收入的匹配关系分析的书面说明；

3、查阅同行业公司的招股说明书、年报等，获取同行业公司报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比、中标率及变动情况，并与发行人进行对比；

4、查阅《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》关于招投标定义，必须招投标的情形相关规定；

5、通过客户网站、“全国组织机构代码公示查询”、“国家企业信用信息公示系统”等网站核查主要客户性质、共建单位，确认客户采购发行人产品是否可能使用财政性资金，是否属于政府采购；

6、查阅《中华人民共和国政府采购法》《国有金融企业集中采购管理暂行规定》关于政府采购的相关规定，通过“中国政府采购网”核查中央预算单位和各地方政府采购目录及采购限额标准，收集相关客户自身的采购管理制度，确认非公开招标方式是否符合政府采购规定、主要客户采购管理制度的相关规定；

7、访谈发行人财务负责人，了解招投标与非招投标模式下毛利率的差异及原因、合理性、合规性，了解报告期内在手订单及变动趋势情况；

8、访谈发行人业务负责人，了解发行人中标率及变动趋势与同行业公司的差异及原因；

9、走访发行人报告期内部分主要客户，了解其与发行人业务合作来源和合作方式；确认发行人主要客户及其重要人员与博达软件及其股东、董事、监事、高级管理人员等不存在资金往来或其他利益安排；

10、取得并查阅发行人及其控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的书面确认函，确认报告期内其与发行人主要客户及其重要人员不存在资金往来或其他利益安排，不存在商业贿赂、回扣、不正当竞争等违法违规情形；

11、取得并查阅发行人《投标管理制度》《反商业贿赂制度》的规定情况；

12、通过“国家企业信用信息公示系统”、“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“信用中国”、“中国政府采购网”、“12309 中国检察网”、“人民法院公告网”等网站核查发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在因商业贿赂、回扣、不正当竞争等行为而产生的纠纷、被处罚或被立案调查的情形，发行人及其子公司与终端客户的诉讼情况。

13、取得并查阅实际控制人、董事、监事、高级管理人员无犯罪记录证明；

14、访谈发行人业务负责人，了解终端客户与发行人直接客户不一致的原因及合理性，发行人是否为直接客户的外包机构；

15、取得发行人收入明细表，并抽查部分经销合同及相应的验收、款项支付、发票开具情况，了解经销合同签署及履行的基本情况等；

16、抽查部分合同的约定、执行情况与发行人的主要客户合同签署周期、执行周期统计表列示是否一致；

17、取得发行人报告期销售合同台账，并抽查部分订单，确认在手订单真实性；

18、访谈发行人业务部门负责人，了解高校是否为一次性采购发行人产品，相关产品的使用周期、系统升级需求以及政策要求等情况，了解发行人订单获取是否可持续，是否存在订单萎缩、影响持续经营能力的风险；

19、取得并查阅高校客户产品复购合同，确认高校不是一次性采购发行人产品。

**经核查，信达律师认为：**

1、报告期各期内发行人招投标、非招投标模式收入金额及占比情况与同行业可比公司不存在重大差异，差异主要由于发行人业务订单较为分散，大量订单单笔销售金额较小，具有合理性；报告期各期内发行人招投标、非招投标模式收入金额与招标服务费相匹配。

2、发行人报告期内主要订单获取符合招投标、主要客户采购等相关规定，不存在应当履行招投标程序而未履行的情形。

3、发行人招投标、非招投标模式下所获取订单在毛利率方面不存在较大差异。

4、报告期内，发行人中标率基本保持稳定，与同行业可比公司相比不存在重大差异；发行人订单获取过程中不存在商业贿赂、回扣、不正当竞争等违法违规情形。

5、发行人终端客户与发行人直接客户不一致的情形符合行业惯例，具有合理性；发行人不属于直接客户的外包机构；非直销模式下合同签署为双方，发行人与终端客户不存在可预见的纠纷、诉讼风险。

6、发行人与主要客户的合同签署周期、执行周期主要根据具体项目及合同约定执行，具有合理性；发行人报告期在手订单充足；高校采购发行人产品具有系统平台升级、新增应用功能开发、改版涉及、分批次建站、安全性能提升等方面的复购需求，发行人订单获取具有可持续性，不存在可预见的订单萎缩、影响持续经营能力的风险。

### 三、反馈问题 6—业务开展的合规性

根据申请文件，融媒体中心生产平台，可为大型组织新闻宣传与生产活动提供信息化平台解决方案，以支撑基于全媒体数字内容的策划、采编、审核、传播、舆情分析、融合展现等全流程业务节点。内容运营解决方案提供基于全媒体及融媒体中心平台之上的渠道建设、内容制作、创意设计服务，服务型轻应用开发。发行人持有陕西省文化和旅游厅许可的《网络文化经营许可证》。

请发行人：（1）说明发行人业务开展过程中是否存在收集、存储、传输、处理、使用客户数据或个人信息的情形，如是，结合发行人能够获取个人、企业信息的环节、信息内容范围，说明数据采集过程是否获得客户许可，是否存在违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形，对相关信息数据的采集、使用是否符合互联网用户数据使用及数据安全方面的法律、法规及规章制度，是否存在发行人利用相关个人或企业客户信息进行牟利等违法违规行为。（2）说明发行人获取相关用户、个人信息后的用途、利用方式，是否存在过度利用的情形，发行人在保护个人信息方面所采取的措施，是否存在法律风险。（3）说明发行人持有《网络文

化经营许可证》的背景及原因、许可从事的业务内容，说明发行人提供的产品功能中，与内容制作、发布、传播等相关的业务场景、运行方式，是否面向不特定公众进行传播，分析相关业务开展的合规性。（4）说明业务开展过程中行业监管、客户要求的相关必备资质条件，发行人是否需要具备传媒相关资质，分析说明发行人及其子公司是否已取得业务开展所需的相关资质及业务资质许可的具体内容，是否符合国家相关法律法规及行业标准规定，报告期内是否存在违反相关规定超出资质规定范围开展业务的情形，是否受到相关行政处罚。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

（一）说明发行人业务开展过程中是否存在收集、存储、传输、处理、使用客户数据或个人信息的情形，如是，结合发行人能够获取个人、企业信息的环节、信息内容范围，说明数据采集过程是否获得客户许可，是否存在违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形

1、发行人业务开展过程中是否存在收集、存储、传输、处理、使用客户数据或个人信息的情形

发行人业务开展过程中收集、存储、传输、处理、使用客户数据或个人信息的情形如下所示：

| 业务类型      | 业务过程描述                                   | 业务过程是否存在个人信息或用户数据的收集（采集）、存储、传输、处理、使用等行为 | 涉及的用户数据  |
|-----------|--|---|--|
| 全媒体内容管理平台 | 1、网站建设过程，迁移用户站点原始内容；<br>2、主页系统，教师基本信息展现。 | 不涉及个人信息，用户数据的传输、存储、处理、使用均在用户端           | 1、用户的身份鉴权信息；<br>2、用户所管辖的网站公开数据；<br>3、学校提供的教师基本信息（如教育经历、工作经历、荣誉、论文、获奖、著作等，来 |

|           |   |                               |   |
|-----------|---|-------------------------------|---|
|           |   |                               | 自学校统一提供的清洗脱敏之后的中间数据库，是学校为教学和招生需要在互联网公开的数据，不包含国家秘密或个人隐私信息，仅供查询用于展现，不存储不备份，中间库的维护、备份等权限在用户端）。 |
| 融媒体内容生产平台 | 根据不同的用户角色，用户在融媒体产品系统中主动录入采访线索、人员安排、编写稿件、审核等，对文字进行字体字号的调整、对图片进行裁切、对视频提取关键帧等操作              | 不涉及个人信息，用户数据的传输、存储、处理、使用均在用户端 | 1、用户身份鉴权信息；<br>2、用户自行录入的稿件内容，属于对外公开的宣传文章。   |
| 内容大数据解决方案 | 1、通过爬虫采集用户所管辖的指定的网站公开数据内容，提取其中的文字和链接，分析链接和文字中是否存在非法内容；<br>2、预检为用户主动输入文字内容，通过调用内容安全检测接口，检查 | 不涉及个人信息，存在用户公开数据的收集、传输、存储、处理  | 1、用户身份鉴权信息；<br>2、用户所管辖的网站、公众号、微博等互联网公开数据。   |

|          |                        |                                   |                     |
|----------|------------------------|-----------------------------------|---------------------|
|          | 链接和文字中是否存在非法内容。        |                                   |                     |
| 安全运行维护服务 | 1、客户联络环节；<br>2、远程运维环节。 | 个人信息部分仅涉及 1-2 名系统责任人基本概况的收集、存储、使用 | 产品系统相关的用户远程维护账号鉴权信息 |

2、结合发行人能够获取个人、企业信息的环节、信息内容范围，说明数据采集过程是否获得客户许可，是否存在违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形

| 业务类型      | 数据相关业务环节                           | 信息内容范围  | 授权方式        | 是否存在违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形 |
|-----------|------------------------------------|---|-------------|------------------------|
| 全媒体内容管理平台 | 1、站点迁移环节；<br>2、教师主页系统对教师基本情况的展现环节。 | 1、客户所管辖网站公开内容（文字、图片、视频、样式等）；<br>2、学校提供的中间库中教师基本情况（如教育经历、工作经历、荣誉、论文、获奖、著作等，来自学校统一提供的清洗脱敏之后的中间数据库，是学校为教学和招生需要在互联网公开的数据，不包含国家秘密或个人隐私信息，仅供查询用于展现，不存储不备份，中 | 公开信息，获得客户许可 | 否                      |



|   |  |  |             |   |
|---|--|--|-------------|---|
|   |  | 间库的维护、备份等权限在用户端)。                                  |             |   |
| 融<br>媒<br>体<br>内<br>容<br>生<br>产<br>平<br>台 | 根据不同的用户角色,用户在融媒体产品系统中主动录入采访线索、人员安排、编写稿件、审核等,对文字进行字体字号的调整、对图片进行裁切、对视频提取关键帧等操作。                            | 1、客户设置的不同用户信息;<br>2、用户录入的稿件中的文字、图片、视频。             | 获得客户许可      | 否 |
| 内<br>容<br>大<br>数<br>据<br>解<br>决<br>方<br>案 | 1、通过爬虫采集用户所管辖的指定的网站公开数据内容,提取其中的文字和链接,分析链接和文字中是否存在非法内容;<br>2、预检为用户主动输入文字内容,通过调用内容安全检测接口,检查链接和文字中是否存在非法内容。 | 1、客户所管辖网站、公众号等互联网公开内容(文字、图片等);<br>2、预检为用户主动录入文字内容。 | 公开信息,获得客户许可 | 否 |
| 安<br>全<br>运<br>行<br>维<br>护<br>服<br>务      | 1、客户联络环节;<br>2、远程运维环节;   | 1、姓名、工作单位、个人电话、邮箱、微信昵称;<br>2、远程登录客户环境的账号密码。        | 获得客户许可      | 否 |

(二) 对相关信息数据的采集、使用是否符合互联网用户数据使用及数据安

**全方面的法律、法规及规章制度，是否存在发行人利用相关个人或企业客户信息进行牟利等违法违规行为**

发行人在项目实施或提供服务过程中，各业务节点所涉及的信息数据，不存在《中华人民共和国数据安全法》第三十二条规定的窃取或者以其他非法方式获取数据的情况，也不存在将数据出境的情况；运维人员获取的客户联络人的信息，目的是满足运维服务的需要，符合《中华人民共和国个人信息保护法》第十三条的规定；发行人对相关信息数据的采集、使用符合互联网用户数据使用及数据安全方面的法律、法规及规章制度，不存在利用相关个人或客户信息进行牟利等违法违规行为。

**（三）说明发行人获取相关用户、个人信息后的用途、利用方式，是否存在过度利用的情形，发行人在保护个人信息方面所采取的措施，是否存在法律风险**

发行人运维过程中下载的客户数据，均会在运维服务完成后删除，不会再次利用，不存在将收集的客户联络人信息或客户数据再次利用的情况，不存在相关信息过度利用的情形，相关保护措施合法合规，不存在相关法律风险。发行人获取相关用户、个人信息后的用途及在保护个人信息方面所采取的措施具体如下：

| 业务类型      | 用途               | 保护措施  |
|-----------|------------------|---|
| 全媒体内容管理平台 | 用于原站点迁移及教师基本信息展现 | 1、在前端展现配置有 IP 访问控制，用户可以根据需要配置学校内部访问或其他 IP 段访问；<br>2、配置备份计划，按天备份，确保网站的公开内容发生损毁可以及时恢复；<br>3、在产品的设计过程中加入内容安全检测模块，客户在上传数据过程中可将部分敏感信息拦截处理； |
| 融媒体内容生产平台 | 用于业务过程角色划分及稿件编审  | 4、针对已存储在系统的信息，可采用模块设置提醒功能，确保用户信息安全；<br>5、教师主页平台数据来自学校统一提供的清洗脱敏之后的中间数据库，是教师为教学和招生需要在互联网公开的数据，程序遵循数据安全共享基本原则，连接中间数据库，只                  |

|           |               |  |
|-----------|---------------|--|
|           |               | 读取按需展现，本地不进行任何的存储。   |
| 内容大数据解决方案 | 用于内容安全扫描及内容预检 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1、因为用户的网站内容持续更新，且非法内容的词库不断变化，因此内容扫描检测结果只保留 30 天，逾期自动清理；</li> <li>2、数据库采用集群部署模式，具有完整的备份策略；</li> <li>3、文章内容预检为接口会话形式，针对用户的输入内容，即时返回结果，后端的检测接口不存储用户的任何输入内容，不携带用户任何信息，会话关闭以后，服务端无任何信息留存。</li> </ol> |
| 安全运行维护服务  | 用于客户服务档案      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1、使用独立的运维信息管理系统按不同的账号分配访问权限，保证获取的账号密码仅用于目标客户的运维支持服务；</li> <li>2、与客户签订保密协议，按照公司内部《客户运维信息安全管理规定》及《客户环境信息安全保密要求及操作管理规范》要求，使用独立存储设备，统一加密保存；</li> <li>3、通过 OA 申请流程申请使用，双因素验证用户身份，过程可查可追溯。</li> </ol> |

（四）说明发行人持有《网络文化经营许可证》的背景及原因、许可从事的业务内容，说明发行人提供的产品功能中，与内容制作、发布、传播等相关的业务场景、运行方式，是否面向不特定公众进行传播，分析相关业务开展的合规性

1、说明发行人持有《网络文化经营许可证》的背景及原因、许可从事的业务内容

经核查，为了提升客户服务体验，2020 年发行人开发了“站点管理员”微信小程序，主要用于发布公司为客户制作的与客户应用场景相关的全媒体软件产品使用教学培训视频，并免费供客户员工等特定对象观看学习。

根据《互联网文化管理暂行规定（2017 修订）》第三条，“互联网文化活动分为经营性和非经营性两类。经营性互联网文化活动是指以营利为目的，通过向上网用户收费或者以电子商务、广告、赞助等方式获取利益，提供互联网文化产品及其服务的活动。非经营性互联网文化活动是指不以营利为目的向上网用户提供互联网文化产品及其服务的活动。”根据《互联网文化管理暂行规定（2017 修

订)》第八条,“申请从事经营性互联网文化活动,应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门提出申请,由省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门审核批准。”

虽然发行人发布培训视频不以营利为目的,但根据微信小程序相关管理要求,发行人申请并于2020年6月28日首次取得陕西省文化和旅游厅核发的《网络文化经营许可证》,许可证列明的经营范围:利用信息网络经营网络演出剧(节)目、网络表演,有效期三年。2023年6月1日发行人取得新换发的《网络文化经营许可证》,有效期延长至2026年6月27日,许可范围不变。

2、说明发行人提供的产品功能中,与内容制作、发布、传播等相关的业务场景、运行方式,是否面向不特定公众进行传播,分析相关业务开展的合规性

发行人依托自主研发的全媒体内容管理平台和融媒体内容生产平台两个核心产品体系,主要向客户提供软件产品及软件实施、平台运维类技术服务。发行人全媒体内容管理平台主要功能包括网站及新媒体建设、网站及新媒体管理员授权管理,网站及新媒体图文、音视频处理与发布、敏感信息检测、分析与处理、网站交互应用功能开发、网站及新媒体账号用户访问及行为分析、网站运维监控及安全防护等;融媒体内容生产平台主要针对大型组织新闻宣传工作实际,对选题策划、任务分派、稿件采写、审核编辑、多类型发布渠道管理、稿件资源管理、采编人员绩效考核等业务关键节点,建立统一业务流程平台,实现全部业务的线上化、专业化和标准化。发行人软件产品主要提供内容生产端、组织端、发布端的联通与统一管理,具体内容客户通过软件平台进行生产制作并选择新媒体渠道进行发布、传播,由客户决定发布内容是否面向不特定公众传播。

为了提升客户服务体验,截至本《补充法律意见书(一)》出具之日,发行人除通过“站点管理员”微信小程序上公开发布教学视频外,发行人还通过腾讯会议、微信视频号在线直播,给客户讲解与产品有关的操作指南、基础技能介绍、典型解决方案。根据《广播电视节目制作经营管理规定》的“第二条、第四条”、《互联网文化管理暂行规定》的“第二条、第三条和第四条”以及《互联网视听节目服务管理规定(2015)》第九条等相关规定的要求,发行人仅通过自有媒介载体及第三方网络平台提供视频、图文等类型的产品使用说明,未开展广播电视节目制作、互联网文化产品以及网络表演经营活动,发行人无需办理上述规定所

述《广播电视节目制作经营许可证》《网络文化经营许可证》等相关业务资质，发行人取得《网络文化经营许可证》仅仅为了满足微信小程序平台提供方的管理需要，发行人业务开展合法、合规。

**（五）说明业务开展过程中行业监管、客户要求的相关必备资质条件，发行人是否需要具备传媒相关资质，分析说明发行人及其子公司是否已取得业务开展所需的相关资质及业务资质许可的具体内容，是否符合国家相关法律法规及行业标准规定，报告期内是否存在违反相关规定超出资质规定范围开展业务的情形，是否受到相关行政处罚**

发行人所处的行业为《国民经济行业分类（GB/T 4754-2017）》中“I65 软件和信息技术服务业”所属子行业——软件开发，不存在与行业相关的资质准入；根据上文所述，发行人业务开展过程中不涉及与传媒相关的内容制作、发布、传播等相关的业务场景，无需取得传媒相关资质。

报告期内，发行人取得的业务资质如下：

| 序号 | 资质名称                                 | 有效期                         | 取得目的                        |
|----|--------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 01 | 《武器装备科研生产单位三级保密资格证书》                 | 2019年04月30日至<br>2024年04月29日 | 获取军事机关、军事院校、公安武警或其他特殊机构客户订单 |
| 02 | 《武器装备科研生产单位二级保密资格证书》                 | 2022年10月14日至<br>2026年10月13日 |                             |
| 03 | 《网络文化经营许可证》（证书编号：陕网文[2020]2543-041号） | 2020年06月28日至<br>2023年06月27日 | 因微信小程序发布产品教学视频，平台管理所需       |
| 04 | 《网络文化经营许可证》（证书编号：陕网文[2023]1961-049号） | 2023年06月28日至<br>2026年06月27日 |                             |

综上，发行人及其子公司已取得报告期内主要业务开展所需的相关资质，符合国家相关法律法规及行业标准规定，报告期内不存在因超出资质规定范围开展业务而受到行政处罚的情形。

## （六）信达律师的核查过程和核查意见

### 信达律师的核查过程：

- 1、试用发行人部分产品，了解产品的基本功能；
- 2、访谈发行人数据安全相关负责人，了解发行人产品研发、使用、运维过程中数据处理情况；
- 3、取得并查阅发行人《客户运维信息安全管理制​​度》及《客户环境信息安全保密要求及操作管理规范》及其他与数据安全、个人信息保护相关的内部管理制度；
- 4、取得发行人 2020 年首次取得的《网络文化经营许可证》及 2023 年续期的《网络文化经营许可证》，查阅《互联网文化管理暂行规定（2017 修订）》等相关法规的规定；
- 5、取得发行人的《武器装备科研生产单位三级保密资格证书》和《武器装备科研生产单位二级保密资格证书》；
- 6、试用发行人“站点管理员”微信小程序，了解其功能；
- 7、就《网络文化经营许可证》的取得背景、发行人是否有传媒相关业务及发行人业务开展过程中的资质情况访谈发行人业务部门相关负责人；
- 8、抽查发行人部分业务合同，确认数据处理情况、所涉业务资质情况。

### 经核查，信达律师认为：

1、发行人不存在违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形；发行人对相关信息数据的采集、使用符合《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等互联网用户数据使用及数据安全方面的法律、法规及规章制度；发行人不存在利用相关个人或企业客户信息进行牟利等违法违规行为；发行人在研发及运维过程中，使用的都是公开或经客户许可的数据，不存在《中华人民共和国数据安全法》第三十二条规定的窃取或者以其他非法方式获取数据的情况，也不存在将数据出境的情况，运维人员获取的客户联络人的信息，目的是满足运维服务的需要，符合《中华人民共和国个人信息保护法》第十三条的规定；发行人运维过程中下载的客户数据，均会在运维服务完成后删除，不会再次利用，不

存在将收集的客户联络人信息或客户数据再次利用的情况。

2、发行人取得《网络文化经营许可证》的原因是“站点管理员”微信小程序发布培训视频的平台管理要求；发行人客户可通过发行人开发的全媒体、融媒体平台软件发布相关互联网信息，但该等发布行为来源于客户，应当由客户自身根据实际发布和传播情况申请相关资质；发行人的培训视频发布行为合法、合规；

3、发行人仅通过自有媒介载体及第三方网络平台提供视频、图文等类型的产品使用说明，并未开展广播电视节目制作、互联网文化产品以及网络表演经营活动，发行人无需办理《广播电视节目制作经营许可证》《网络文化经营许可证》等相关业务资质，发行人取得《网络文化经营许可证》仅为了满足微信小程序平台提供方的管理需要，发行人业务开展合法、合规。

4、发行人业务开展过程中不涉及与传媒相关的内容制作、发布、传播等相关的业务场景，无需取得传媒相关资质；发行人及其子公司已取得报告期内主要业务开展所需的相关资质，符合国家相关法律法规及行业标准规定，报告期内不存在因超出资质规定范围开展业务而受到行政处罚的情形。

#### 四、反馈问题 7—直销与非直销业务模式及客户情况

根据申报材料，（1）报告期内，发行人客户群体主要包括教育、政企、健康行业等，主要客户销售占比分别为 11.20%、11.54%和 10.31%，客户较为分散。（2）发行人以直销模式为主，直销收入占比分别为 80.52%、76.59%、76.28%，其中，存在以银行、公司、高校为主体签订三方协议的业务，银行作为投资方支付高校向公司采购的信息化项目建设和服务的价款，其拥有项目所有权，高校拥有使用权；非直销模式为向其他集成商或软件实施企业提供软件及软件实施、技术服务，最终用户仍为高校等。（3）发行人存在客户供应商重合的情形。

请发行人说明：（1）直销与非直销两种销售模式的主要差异，包括但不限于客户获取方式、定价方式、信用期、回款周期、毛利率、客户粘性等；两种销售模式的客户数量及单个客户平均销售额、合同数量及单个合同平均金额，收入占比分布情况是否与行业发展情况相符。（2）两种销售模式下前五大客户情况，包

括客户名称、销售金额及占比、毛利率、业务获取方式、与发行人的合作历史、产品最终使用方，是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、其他核心人员等存在关联关系或其他利益安排。（3）报告期各期直销收入中教育、政企、健康行业客户的收入、客户数量、单个客户销售额、毛利率及波动情况，并视情况进行数据变动分析。（4）直销模式下公司与银行、高校之间的合作模式，合同签署情况、权利义务划分情况，该种合作模式是否符合行业惯例，是否存在纠纷或潜在纠纷；银行将发行人提供的产品或服务免费提供给高校使用的商业合理性，与同行业可比公司是否存在差异；该种模式下各期销售金额、验收主体，验收主体与款项支付主体是否一致，收入确认是否合规。（5）非直销的具体业务模式，包括但不限于产品或服务内容、安装验收、售后运维的具体约定、双方权利义务及责任的划分、费用承担原则、是否存在补贴或返利等，该模式下收入确认原则及方法的合规性；非直销模式的主要客户类型、最终销售情况、采取非直销模式的原因、是否符合行业惯例，发行人是否实质上为非直销客户的外包服务供应商；非直销模式下客户是否专门销售发行人产品，是否存在个人等非法人实体，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东等是否存在实质和潜在关联关系。（6）客户与供应商重叠的合理性，是否具有商业实质，是否符合行业惯例；客户供应商重叠的具体情况，包括销售及采购的具体内容、金额及占比、对应的具体项目或产品名称、价格的公允性等，上述主体与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东是否存在关联关系。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，请发行人律师对问题（2）（4）（5）进行核查，并发表明确意见。

#### 回复：

（一）两种销售模式下前五大客户情况，包括客户名称、销售金额及占比、毛利率、业务获取方式、与发行人的合作历史、产品最终使用方，是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、其他核心人员等存在关联关系或其他利益安排

##### 1、直销模式下各期前五大客户情况



| 年度   | 序号 | 客户名称               | 销售金额(不含税)    | 占营业收入比例(%) | 毛利率(%) | 业务获取方式                   | 与发行人的合作历史 | 产品最终使用方  |
|------|----|--------------------|--------------|------------|--------|--------------------------|-----------|--|
| 2022 | 1  | 清华大学               | 4,458,597.33 | 3.03       | 67.18  | 招投标、询价、单一来源采购、竞争性磋商、商务谈判 | 3年        | 清华大学   |
|      | 2  | 中国农业银行股份有限公司及其分支机构 | 3,845,228.46 | 2.61       | 70.28  | 招投标、询价、单一来源采购、竞争性磋商      | 4年        | 山东大学、山东建筑大学、山东科技大学、武汉工程大学、武汉体育学院、南京工业大学、南京信息工程大学、湖南工业大学、洛阳理工学院 |
|      | 3  | 金堆城铝业集团有限公司        | 2,717,291.23 | 1.84       | 7.92   | 招投标                      | 1年        | 金堆城铝业集团有限公司  |
|      | 4  | 北京航空航天大学           | 2,407,539.45 | 1.63       | 65.76  | 招投标、询价、单一来源采购、竞争性谈判、商务谈判 | 7年        | 北京航空航天大学   |

|      |    |                    |               |       |       |                       |    |                                   |
|------|----|--------------------|---------------|-------|-------|-----------------------|----|-----------------------------------|
|      | 5  | 青海柴达木职业技术学院        | 1,756,670.25  | 1.19  | 41.09 | 竞争性磋商                 | 1年 | 青海柴达木职业技术学院                       |
|      | 合计 |                    | 15,185,326.72 | 10.31 | /     | /                     | /  | /                                 |
| 2021 | 1  | 清华大学               | 5,742,909.92  | 4.41  | 54.11 | 询价、单一来源采购、竞争性磋商、竞争性谈判 | 2年 | 清华大学                              |
|      | 2  | 中国银行股份有限公司及其分支机构   | 3,657,833.53  | 2.81  | 38.63 | 询价、单一来源采购、竞争性谈判、竞争性磋商 | 3年 | 吉林大学、青岛科技大学、西安理工大学、中国矿业大学、郑州西亚斯学院 |
|      | 3  | 中国建设银行股份有限公司及其分支机构 | 2,306,156.42  | 1.77  | 44.45 | 招投标、单一来源采购、竞争性磋商      | 2年 | 西安交通大学、吉林大学、宿迁学院                  |
|      | 4  | 四川省消防救援总队          | 2,181,544.02  | 1.68  | 26.38 | 招投标                   | 1年 | 四川省消防救援总队                         |
|      | 5  | 西安交通大学             | 1,995,231.55  | 1.53  | 72.53 | 招投标、单一来源采购、竞争性磋商      | 6年 | 西安交通大学                            |

|      |    |                  |               |       |       |                 |    |                           |
|------|----|------------------|---------------|-------|-------|-----------------|----|---------------------------|
|      | 合计 | 15,883,675.44    | 12.20         | /     | /     | /               | /  |                           |
| 2020 | 1  | 中国银行股份有限公司及其分支机构 | 4,154,268.87  | 4.09  | 69.06 | 招投标、竞争性磋商       | 2年 | 山东大学、青岛科技大学、中国矿业大学、宝鸡文理学院 |
|      | 2  | 清华大学             | 2,766,704.00  | 2.72  | 74.53 | 询价、单一来源采购、竞争性磋商 | 1年 | 清华大学                      |
|      | 3  | 甘南藏族自治州人民政府办公室   | 2,044,231.09  | 2.01  | 33.08 | 招投标             | 1年 | 甘南藏族自治州人民政府办公室            |
|      | 4  | 中国人民解放军陆军指挥学院    | 1,270,337.30  | 1.25  | 33.10 | 招投标             | 1年 | 中国人民解放军陆军指挥学院             |
|      | 5  | 成都师范学院           | 1,146,613.82  | 1.13  | 78.44 | 招投标             | 1年 | 成都师范学院                    |
|      |    | 合计               | 11,382,155.08 | 11.20 | /     | /               | /  | /                         |

注：与发行人的合作历史为 2016 年后首次合作时间起至报告期当年累计的年度数。

信达律师通过“国家企业信用信息公示系统”、“启信宝”等公开渠道检索和访谈部分主要客户等方式，核查报告期内发行人直销模式的前五大客户的控股股东、实际控制人、董监高、主要领导的任职情况和对外投资情况，与发行人持股 5%以上股东、实际控制人、董监高、核心员工等进行核对，并获取了客户在访谈问卷中关于关联关系和其他利益安排的回复；同时，发行人持股 5%以上股东、

实际控制人、董监高等均出具了与客户和供应商不存在关联关系或其他利益关系的相关声明承诺文件；经核查，发行人与报告期直销模式前五大客户不存在关联关系或其他利益安排。

2、非直销模式下各期前五大客户情况

| 期间   | 序号 | 客户名称             | 收入金额<br>(不含税) | 占营业收入比例<br>(%) | 毛利率<br>(%) | 业务获取方式    | 与发行人的合作历史 | 产品最终使用方  |
|------|----|------------------|---------------|----------------|------------|-----------|-----------|--|
| 2022 | 1  | 西安凌云数据科技有限公司     | 1,681,415.93  | 1.14           | 31.00      | 商务谈判      | 1年        | 西安市人民医院  |
|      | 2  | 陕西北佳信息技术有限责任公司   | 1,387,831.85  | 0.94           | 62.94      | 询价        | 5年        | 陕西应用物理化学研究所                                      |
|      | 3  | 东软集团股份有限公司       | 1,150,442.48  | 0.78           | 66.68      | 询价        | 5年        | 东莞市教育局   |
|      | 4  | 新开普电子股份有限公司      | 882,926.20    | 0.60           | 87.33      | 询价        | 7年        | 南京工程学院、新疆第二医学院、新疆医科大学、郑州经贸学院                     |
|      | 5  | 安联恒信(天津)信息技术有限公司 | 848,508.93    | 0.58           | 98.95      | 询价、单一来源采购 | 5年        | 南开大学、天津渤海职业技术学院、天津公安警官职业学院、天津机电职业技术学院、天津理工大学、天津外 |

|      |   |                  |              |              |       |           |    |                                   |
|------|---|------------------|--------------|--------------|-------|-----------|----|-----------------------------------|
|      |   |                  |              |              |       |           |    | 国语大学、天津医学高等专科学校、中国民航大学            |
|      |   | 合计               | 5,951,125.39 | 4.04         | /     | /         | /  | /                                 |
| 2021 | 1 | 神州龙安（北京）信息服务有限公司 | 1,061,946.96 | 0.82         | 97.56 | 询价、单一来源采购 | 1年 | 陕西省人民检察院                          |
|      | 2 | 新华三信息技术有限公司      | 973,451.33   | 0.75         | 84.00 | 询价        | 1年 | 安徽理工大学                            |
|      | 3 | 天津中软信息系统有限公司     | 938,053.10   | 0.72         | 90.48 | 单一来源采购    | 1年 | 新疆维吾尔自治区人民政府办公厅                   |
|      | 4 | 杭州咸升科技有限公司       | 557,855.25   | 0.43         | 85.99 | 询价        | 6年 | 浙江开放大学、浙江理工大学                     |
|      | 5 | 山西青视界科技有限公司      | 530,973.46   | 0.41         | 81.24 | 询价        | 1年 | 晋能控股集团有限公司                        |
|      |   |                  | 合计           | 4,062,280.10 | 3.12  | /         | /  | /                                 |
| 2020 | 1 | 新开普电子股份有限公司      | 657,398.35   | 0.65         | 73.98 | 询价、单一来源采购 | 5年 | 安徽师范大学、湖南医药学院、陕西警官职业学院、商丘医学高等专科学校 |
|      | 2 | 广西鑫瀚             | 591,668.07   | 0.58         | 80.47 | 询价        | 1年 | 广西民族大学、广                          |

|   |                              |                          |             |       |                   |     |  |   |
|---|------------------------------|--------------------------|-------------|-------|-------------------|-----|--|---|
|   | 科技有限<br>公司                   |                          |             |       |                   |     |  | 西体育高等专科学<br>校、南宁师范大学  |
| 3 | 巨鹏信息<br>科技有限<br>公司           | 572,163.57               | 0.56        | 74.99 | 询价、<br>单一来<br>源采购 | 1年  |  | 内蒙古农业大学、<br>内蒙古大学   |
| 4 | 安联恒信<br>(天津)<br>信息技术<br>有限公司 | 534,544.58               | 0.53        | 85.57 | 询价、<br>单一来<br>源采购 | 3年  |  | 天津海运职业学<br>院、天津商业大学、<br>天津财经大学、天<br>津市大学软件学<br>院、天津公安警官<br>职业学院、中国民<br>航大学、天津铁道<br>职业技术学院、南<br>开大学、天津商务<br>职业技术学院 |
| 5 | 吉林省奕<br>飞电子科<br>技有限公<br>司    | 530,973.46               | 0.52        | 95.64 | 询价                | 1年  |  | 白城师范学院  |
|   | 合计                           | <b>2,886,748.0<br/>3</b> | <b>2.84</b> | / /   | / /               | / / |  | / /   |

注：与发行人的合作历史为 2016 年后首次合作时间起至报告期当年累计的年度数。

信达律师通过国家企业信用信息公示系统、启信宝等公开渠道检索和访谈部分客户等方式，核查报告期内发行人非直销模式的前五大客户的控股股东、实际控制人、董监高的任职情况和对外投资情况，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、其他核心人员进行核对，并获取了客户在访谈问卷中关于关联关系和其他利益安排的回复。同时，发行人控股股东、实际控制人、董监高等均出具了与客户和供应商不存在关联关系或其他利益关系的相关声明承诺

文件。经核查，发行人与报告期非直销模式前五大客户不存在关联关系或其他利益安排。

(二) 直销模式下公司与银行、高校之间的合作模式，合同签署情况、权利义务划分情况，该种合作模式是否符合行业惯例，是否存在纠纷或潜在纠纷；银行将发行人提供的产品或服务免费提供给高校使用的商业合理性，与同行业可比公司是否存在差异；该种模式下各期销售金额、验收主体，验收主体与款项支付主体是否一致，收入确认是否合规

1、直销模式下公司与银行、高校之间的合作模式，合同签署情况、权利义务划分情况，该种合作模式是否符合行业惯例，是否存在纠纷或潜在纠纷；

(1) 合同签署情况

报告期内，发行人与银行、高校之间签署三方协议，涉及中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、汉口银行、招商银行、长沙银行等。

(2) 权利义务划分情况

协议中对于各方的权利义务约定如下：1) 银行向发行人采购信息化产品或服务并提供给高校使用，承担相应的合同价款，并获取潜在的业务机会；2) 高校作为最终使用方享有相关产品或服务的使用权，且有义务配合发行人并保证项目的正常实施；3) 发行人作为项目的承做方执行相关信息化建设的工作并收取合同价款。

(3) 符合行业惯例

高校是我国科技创新的重要推动力量，也是金融服务的重点领域。银校合作是银行和高校的双赢之举，推动一流大学与金融行业深度合作、协同发展，推动学校科学研究、人才培养优势与各大银行的产业背景、创新需求相结合，既有必要性，也有互补性。

根据公开资料显示，同行业可比公司中新开普、金智教育的前五大应收账款客户或收入客户中均含有银行，金智教育 2021 年第一大客户为中国农业银行股份有限公司，合作中涉及吉林师范大学、天津理工大学、怀化学院、复旦大学等各类高校。此种三方合作模式符合行业惯例。

(4) 是否存在纠纷或潜在纠纷

经访谈上述软件产品的部分实际使用高校，并通过“中国裁判文书网”、“人民法院公告网”、“中国执行信息公开网”核查发行人与银行、高校的纠纷、诉讼等情况，确认截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，发行人与银行、高校不存在纠纷或潜在纠纷。

2、银行将发行人提供的产品或服务免费提供给高校使用的商业合理性，与同行业可比公司是否存在差异

(1) 三方协议的商业合理性

发行人、银行、高校的三方合作模式是符合党的二十大关于教育、科技、人才一体部署的，可以推动一流大学与金融行业的协同发展，携手打造人才高地、科研高峰。同时，银行在合作过程中可获取部分潜在的业务机会，例如智慧校园中的金融服务等，因此该种三方合作模式下签订的协议具有商业合理性。

(2) 与同行业可比公司不存在差异

根据公开资料显示，同行业可比公司中新开普、金智教育的前五大应收账款客户或收入客户中均含有银行，金智教育 2021 年第一大客户为中国农业银行股份有限公司，合作中涉及吉林师范大学、天津理工大学、怀化学院、复旦大学等各类高校。因此，该种发行人、银行和高校之间的三方协议与同行业可比公司不存在差异。

3、该种模式下各期销售金额、验收主体，验收主体与款项支付主体是否一致，收入确认是否合规

(1) 销售金额

报告期各期，涉及三方合作的数量和销售收入金额明细如下：

| 校银合作模式   | 2022 年 | 2021 年 | 2020 年 |
|----------|--------|--------|--------|
| 合同数量（个）  | 22     | 12     | 8      |
| 收入金额（万元） | 719.79 | 461.10 | 521    |

报告期各期，三方协议涉及到的合同数量和收入金额均呈上升趋势，符合国家政策的相关支持。



## （2）验收主体、支付主体

发行人、银行及高校签订的三方协议中，验收主体为银行和高校，或者仅为高校，一般情况下，合同中会明确规定验收方，相关付款标准和条件也基于验收方的验收成立，此外，除合同更改导致付款方变更的情况，校银合作模式下的项目支付主体均为银行。该种三方合作模式下，验收主体与支付主体不一致。

## （3）收入确认合规

由于发行人、银行、高校的三方协议中明确规定验收主体，相关付款标准和条件也基于验收方的验收后付款，因此，实际在高校或银行、高校验收时，控制权已经转移，因此相关收入确认符合会计准则的规定。

**（三）非直销的具体业务模式，包括但不限于产品或服务内容、安装验收、售后运维的具体约定、双方权利义务及责任的划分、费用承担原则、是否存在补贴或返利等，该模式下收入确认原则及方法的合规性；非直销模式的主要客户类型、最终销售情况、采取非直销模式的原因、是否符合行业惯例，发行人是否实质上为非直销客户的外包服务供应商；非直销模式下客户是否专门销售发行人产品，是否存在个人等非法人实体，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东等是否存在实质和潜在关联关系**

1、非直销的具体业务模式，包括但不限于产品或服务内容、安装验收、售后运维的具体约定、双方权利义务及责任的划分、费用承担原则、是否存在补贴或返利等，该模式下收入确认原则及方法的合规性

### （1）非直销的具体业务模式

非直销模式下，发行人与本地专业化信息技术公司、信息系统集成商签订合同，主要通过询价、单一来源采购等方式与非直销客户签订合同。非直销客户与最终用户签订合同后，根据合同所需的产品或服务的内容，综合考虑其自身提供产品服务的能力，向发行人采购相关产品或服务，最终销售给高校、政企、医院等客户。

非直销模式下业务模式具体分析如下：

| 业务分类  | 软件及软件实施  | 技术服务   | 第三方产品及服务   |
|-------|--|--|--|
| 服务内容  | 全媒体内容管理平台、融媒体内容生产平台软件销售、平台安装部署、项目实施、应用及系统开发等相关服务。  | 数据采集服务、内容安全检测扫描服务、网站驻场服务、技术支持服务、日常运维服务、安全服务、应急服务，系统健康预警服务、历史内容巡检服务等。       | 外采的网络存储器、数据库管理系统、web 应用防火墙、云防火墙服务、云安全中心及相关部署技术服务等。   |
| 安装和验收 | 对纯软件销售业务，发行人应在约定时间内向非直销客户交付软件产品，交付后非直销客户组织对产品进行验收，确认产品质量无误后签收产品，出具签收回执。对软件实施业务，平台建设完成并上线运行后组织验收工作，根据双方约定的验收标准，由非直销客户确定产品质量无误且网站运行正常后出具签收回执和验收报告。 | 安装：发行人需在合同约定的技术服务期限内远程或现场完成技术服务；验收：技术服务为网站驻场服务、技术支持服务、日常运维服务等年度服务，不适用验收流程。 | 安装：发行人需按照合同约定在交货期内将产品交货至指定地点，并在合同签署的日期内安装调试完毕；或在合同约定的技术服务期限内远程或现场完成部署相关的技术服务；验收：货物到达客户指定地点且接到发行人书面通知后当日内进行初步验收，待试运行结束或发行人安装调试完成后由客户组织最终质量验收。 |
| 售后运维  | 合同通常约定 1-3 年的免费维护期，在免费维护期内为客户提   | 不适用  | 一般情况下，发行人应对所提供的服务提供 1-3 年的维保。维保期   |

|                  |  |  |   |
|------------------|--|--|---|
|                  | 供产品使用指导、常见疑难问题解答、远程技术一对一指导、网站 bug 修复、在线公开课培训等。   |  | 自验收合格日期算起，保修期内免收各种费用。   |
| 权利义务及责任划分、费用承担原则 | 对纯软件销售业务，非直销客户应在发行人交付产品前准备好系统安装环境，发行人部署人员进行产品安装调试。对软件实施业务，非直销客户应提供发行人产品所需的软硬件环境，确保满足公司软件运行环境的需求，并为发行人工作人员的服务提供便利的工作条件，在产品安装调试时如牵涉到最终客户的配合，非直销客户应负责协调最终客户配合工作。合同中会约定合同总价包括的费用明细，发行人在项目交付过程中按照合同约定自行承担相应的费用支出。 | 发行人在合同约定的技术服务期限远程或现场提供技术服务并提交技术服务成果，在合同约定的期间内按期获取相应的技术服务报酬。非直销客户应配合发行人协调项目过程中的相关事宜，例如提供资料和工作条件等，并按时支付服务报酬。部分项目规定合同金额包括所需的人员差旅费、技术服务费、备案费等全部费用。除另有规定外，客户无需支付合同规定以外的任何其他费用及税费。 | 发行人需承担相关产品的安装、升级及相应的技术服务工作，及时汇报工作进展，并积极做好技术支持工作。非直销客户应配合发行人协调项目过程中的相关事宜，提供便利的工作条件，有权督促发行人完成项目工作计划，和提出对具体问题的意见。一般情况下，合同中会约定合同总价包括的费用明细，发行人在项目交付过程中按照合同约定自行承担相应的费用支出。 |
| 补贴和              | 发行人的非直销合同无补贴或者返利的相关约定，在实际项目执行中也  |  |   |

|    |           |
|----|-----------|
| 返利 | 不存在补贴或返利。 |
|----|-----------|

(2) 非直销模式下收入确认原则方法及合规性

发行人非直销模式下收入确认方法如下：

①软件及软件实施收入

按照产品实施合同的约定，为客户完成产品的安装调试及网站实施、测试和交付工作，经必要的用户培训和系统的试运行，取得《软件产品签收回执》或《验收报告》之后确认收入。

②技术服务收入

发行人的技术服务收入系在向客户完成软件实施的基础上，为客户提供维护服务或者驻场服务，及按照合同约定内容提供年度维护服务等有偿售后服务，并满足上述提供劳务收入确认条件时按期确认技术服务收入。

③第三方产品及服务收入

发行人通常不单独销售第三方产品及服务，仅根据合同执行的需要向客户销售第三方产品或提供第三方服务。在提供第三方产品并取得客户签署的《签收回执》时确认第三方产品收入；发行人按合同约定条款为客户提供第三方服务，按期间提供的服务，发行人按照合同约定内容提供服务，在服务期间内分期确认服务收入；按次提供的服务，发行人在相关服务已经提供完毕并经客户验收后确认收入。

非直销模式下发行人收入确认原则与发行人直销模式下不存在差异，收入确认符合《企业会计准则》的规定，具有合规性。

2、非直销模式的主要客户类型、最终销售情况、采取非直销模式的原因、是否符合行业惯例，发行人是否实质上为非直销客户的外包服务供应商

(1) 非直销模式下主要客户类型及最终销售情况

报告期各期，非直销模式下的收入分别为 1,980.86 万元、3,048.28 万元和 3,493.41 万元，占比分别为 19.48%、23.41%和 23.72%。其主要客户为本地专业化信息技术公司和信息系统集成商，一般情况下，与非直销客户签订的合同中会明

确列明产品及服务的最终使用客户，因此，发行人非直销模式下签订的合同均实现了最终销售，最终销售的客户包括高校、政企、医院，具体明细如下：

| 客户类型 | 2022 年          |               | 2021 年          |               | 2020 年          |               |
|------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
|      | 收入（万元）          | 占比（%）         | 收入（万元）          | 占比（%）         | 收入（万元）          | 占比（%）         |
| 教育   | 2,775.52        | 79.45         | 2,084.72        | 68.39         | 1,545.08        | 78.00         |
| 政企   | 427.99          | 12.25         | 818.40          | 26.85         | 412.27          | 20.81         |
| 健康   | 289.89          | 8.30          | 145.17          | 4.76          | 23.51           | 1.19          |
| 合计   | <b>3,493.41</b> | <b>100.00</b> | <b>3,048.28</b> | <b>100.00</b> | <b>1,980.86</b> | <b>100.00</b> |

## （2）采用非直销模式的原因、是否符合行业惯例

### ①采用非直销模式的原因

发行人采用非直销模式的原因一是高校分布遍布全国，在发行人进入其他地区市场之前，客户往往已经与本地信息化企业建立长期合作关系，有相关采购需求时，已建立联系的企业能够优先获得订单，由于各企业提供的产品服务类型不同，客户需求较为多元化，当获得订单的企业不能独立满足客户需求时，会采购其他企业的产品服务。在稳固原有优势市场的同时，为了迅速开拓新市场，发行人在业务拓展过程中，积极选择与拥有当地客户资源的本地信息化企业合作，各自发挥产品及渠道优势，提升发行人市场占有率。

二是由于发行人全媒体及融媒体产品经过多年沉淀，在高校数字内容与信息服务细分行业内，已经形成显著的口碑认同，具有良好的行业品牌影响力，其他信息化企业知悉并认可发行人在该领域的品牌影响力，在其客户有相关需求时，积极寻求与发行人的合作，向发行人采购产品及服务。

### ②采用非直销模式是否符合行业惯例

发行人所处行业内普遍存在非直销模式，可比公司中金智教育存在非直销销售模式，向其他信息化企业提供高校信息化产品或服务，最终用户为院校；国子软件存在非直销模式，向其他信息化企业提供资产管理软件开发与服务，最终用户为行政事业单位与各级各类学校；开普云在招股说明书中披露其以直销模式为

主，但存在少量业务直接客户为系统集成商但最终用户仍为党政机关；新开普存在非直销模式，终端用户为学校；致远互联同样存在采取经销模式的情形。综上所述，发行人非直销模式与同行业可比公司一致，符合行业惯例。

### （3）发行人是否实质上为非直销客户的外包服务供应商

发行人软件及软件实施项目中，对于纯软件销售，向非直销客户交付的是发行人的软件产品，签收后即完成验收，软件产品可直接应用，不属于为非直销客户提供外包服务；对于软件实施项目，向最终客户提供的是完整项目的实施，发行人产品在最终客户处完成部署后即可独立上线使用，不属于为非直销客户提供部分技术开发服务，不属于为非直销客户提供外包服务。

技术服务项目中，发行人直接向最终客户提供运维、迁移等服务，不属于为非直销客户提供外包服务。

综上，发行人向非直销客户销售的产品和服务，系发行人直接向非直销客户交付标准化产品或可独立使用的完整项目，直接或向最终客户提供服务，发行人实质上不属于非直销客户的外包服务供应商。

3、非直销模式下客户是否专门销售发行人产品，是否存在个人等非法人实体，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东等是否存在实质和潜在关联关系

发行人的非直销客户主要为本地专业化信息技术公司和信息系统集成商，具备整合软件及软件实施或系统集成业务的能力，不仅采购发行人的产品和服务，还向其他各类信息化服务供应商采购，因此不属于专门销售发行人产品及服务的情况，非直销模式下的客户均为公司单位等法人主体，不存在个人等非法人实体，且与发行人及其实际控制人、董监高、5%以上股东等不存在实质和潜在的关联关系。

### （四）信达律师的核查过程和核查意见

#### 信达律师的核查过程：

1、取得并查阅发行人销售合同台账、收入明细表，确认发行人两种销售模式下报告期各期前五大客户情况，包括客户名称、销售金额及占比、业务获取方式

等；

2、访谈发行人报告期各期主要客户，确认该等客户的业务获取方式、与发行人的合作历史，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、其他核心人员是否存在关联关系或其他利益安排；

3、取得并查阅发行人两种销售模式下报告期各期前五大客户的招投标资料、销售合同、销售发票、支付凭证、验收报告，确认发行人业务获取方式、实际履行情况、产品实际使用方情况；

4、收集并查阅同行业可比公司的招股说明书、年度报告等，确认三方合作模式是否符合行业惯例，同行业可比公司是否存在非直销业务模式；

5、访谈发行人财务负责人，了解三方合作模式发行人收入确认方式及合规性，非直销模式下收入确认原则及方法的合规性；

6、通过“中国裁判文书网”、“人民法院公告网”、“中国执行信息公开网”核查发行人与银行、高校的纠纷、诉讼等情况，确认发行人与银行、高校不存在纠纷或潜在纠纷；

7、抽查公司与银行、高校合作模式下签订的三方合同、验收单、发票和银行回单，确认该种模式下的验收方、回款方等；

8、访谈发行人销售负责人，了解发行人与银行、高校这种三方合作模式的原因、具体执行方式，了解发行人与非直销客户的具体业务合作模式、合作背景等；

9、获取发行人与非直销客户签订的合同，查阅关于产品或服务内容、安装验收、售后运维的具体约定、双方权利义务及责任的划分、费用承担原则的约定；

10、通过国家企业信用信息公示系统、启信宝等公开渠道检索和访谈等方式，核查报告期内发行人两种销售模式的前五大客户的控股股东、实际控制人、董监高的任职情况和对外投资情况，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、核心技术人员等进行核对。

**经核查，信达律师认为：**

1、发行人直销模式下和非直销模式下报告期各期前五大客户与发行人及其实际控制人、董监高、持股 5%以上股东、核心技术人员不存在关联关系或其他利益

安排。

2、直销模式下公司与银行、高校之前的合作模式，合同签署规范、权利义务划分准确，该种业务合作模式符合行业惯例，具有商业合理性，不存在纠纷或潜在纠纷；该模式下各项目的验收主体基本为高校，支付主体基本为银行，相关的收入确认符合会计准则的规定，不存在异常情况。

3、发行人非直销客户与最终用户签订合同后，结合其自身的供应能力，根据合同所需的软件产品或服务的内容，向发行人采购相关软件产品或服务；发行人非直销模式下收入确认原则符合《企业会计准则》的规定；非直销模式下最终均销售给高校、政企、健康客户，该模式符合行业惯例；发行人不属于非直销客户的外包服务供应商，报告期内发行人非直销主要客户不存在专门销售发行人产品的情况；客户不属于专门销售发行人产品，不存在个人等非法人实体，客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东等不存在实质和潜在关联关系。

## 五、反馈问题 13—募投项目的合理性、合规性

根据申请文件，募集资金 13,188 万元，拟投资于全媒体群数字内容综合管理平台升级建设项目、融媒体数字内容智能协作平台升级建设项目、内容大数据中心升级建设项目、营销与服务网络建设项目。目前发行人已在全国多个地区设置办事处。

请发行人：（1）说明全媒体平台、融媒体平台、内容大数据中心的升级所要达到的目标、是否有具体的实施方案，结合相关升级情况以及同行业竞争对手的发展方向，说明是否与同行业的发展趋势、下游客户需求相一致，并评估其实施效果。（2）说明平台升级项目与发行人在研项目之间是否存在内在联系，说明相关研发费用的具体投入计划，人、财、物的相关配置是否合理。（3）说明发行人融媒体平台是否转向 PaaS+SaaS 平台，相关规划是否与发行人业务实质、下游客户需求向适应，是否可能导致发行人成本大幅增加、产品价格大幅增加，是否可能影响业务稳定性。（4）说明营销网络下沉的具体规划，相关销售模式、策略是否



与同行业是否存在重大差异，说明该部分的募集资金投入是否必要、合理。（5）补充披露募投项目的用地情况，如募投用地尚未取得，请补充披露募投用地的计划、取得土地的具体安排、进度。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。请保荐机构、发行人律师对募投用地是否符合土地政策、城市规划、募投用地落实的风险等进行核查并发表明确意见。

#### 回复：

##### （一）募投用地是否符合土地政策、城市规划、募投用地落实的风险等

经核查发行人募投项目《可行性研究报告》《投资项目项目备案确认书》，发行人的募投项目仅涉及硬件设备购置，不涉及购置土地、房屋建设的投入，不存在募投用地的情况，不存在土地政策、城市规划、募投用地落实的风险。

##### （二）信达律师的核查过程和核查意见

###### 信达律师的核查过程：

1、取得并查阅发行人募投项目《可行性研究报告》，了解募投项目投资及使用情况；

2、取得并查阅发行人募投项目《投资项目项目备案确认书》，确认募投项目备案情况。

###### 经核查，信达律师认为：

信达律师认为，发行人的募投项目不涉及购置土地、房屋建设的投入，不存在募投用地的情况，不存在土地政策、城市规划、募投用地落实的风险。

## 六、反馈问题 14—其他问题

（1）发行相关。根据申请文件，本次公开发行底价为 12 元/股；拟采取超额配售选择权。请发行人：说明本次发行底价确定依据，列表对比分析发行底价与前期二级市场交易价格、报告期内定向发行股票价格的关系以及对应的本次发行前后市盈率水平。结合超额配售选择权具体内容、审议程序及本次发行后股权分

散度等，说明设置超额配售选择权是否已履行必要审议程序及是否满足股权分散度要求。

(2) 是否涉及信息披露豁免情形。根据申请文件，公司拥有《武器装备科研生产单位二级保密资格证书》。请发行人说明相关资质取得的背景、业务开展情况，服务内容是否涉密，如是，说明发行人内部保密制度的制定和执行情况，是否符合《保密法》等法律法规的规定；本次申报是否应当申请信息披露豁免，相关信息披露是否存在泄密风险。

(3) 劳动用工是否合规。请发行人补充说明报告期内的劳动用工情况，是否存在劳务外包、劳务派遣、实习生等用工形式，相关业务开展的具体情况及其合法合规性。

(4) 核心技术人员对外投资及兼职。根据申请文件，陕西如易云信息技术有限公司为发行人核心技术人员曾入股并担任执行董事的企业，于 2023 年 3 月注销，此外，核心技术人员还对外投资或兼职聚鼎宝（北京）科技有限公司等公司。请发行人：说明实际控制人及董监高、核心技术人员对外投资或兼职的企业是否存在发行人同行业公司或上下游行业公司的情形，报告期内是否与发行人及其实际控制人、董监高存在业务、资金往来，是否存在资金体外循环或代垫成本、费用的情形。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。请发行人律师核查（2）（3）并发表明确意见。

#### 回复：

(一) 是否涉及信息披露豁免情形。根据申请文件，公司拥有《武器装备科研生产单位二级保密资格证书》。请发行人说明相关资质取得的背景、业务开展情况，服务内容是否涉密，如是，说明发行人内部保密制度的制定和执行情况，是否符合《保密法》等法律法规的规定；本次申报是否应当申请信息披露豁免，相关信息披露是否存在泄密风险

1、请发行人说明相关资质取得的背景、业务开展情况，服务内容是否涉密

发行人存在部分军事机关、军事院校、公安武警或其他特殊机构客户，经抽查发行人与特殊机构的销售合同约定，发行人为该等客户提供融媒体相关软件开

发、网站及网站群等建设工作，与该等客户的销售合同仅对商业秘密的保护作出了约定，并未涉及保守国家秘密的相关约定，该等项目合同也未标明密级或存在任何体现国家秘密的标识，因此，发行人与该等客户的交易情况，包括合同签订、开票、付款等不属于国家秘密；经信达律师访谈发行人业务部门相关负责人，发行人为该等客户提供服务过程仅接触该等客户已经或拟在官方网站、微信公众号等公开发布的内容或数据，不存在接触国家秘密的情况。

部分特殊机构客户根据采购惯例，在采购过程中明确要求供应商取得相关保密资格证书作为交易的前置条件或作为招投标加分条件，因此，发行人基于获取特殊机构客户单的需求，申请并取得了《武器装备科研生产单位二级保密资格证书》。

2、说明发行人内部保密制度的制定和执行情况，是否符合《保密法》等法律法规的规定

为遵守军工保密业务的法律法规，发行人建立了如下保密管理内部控制制度：

(1) 建立了保密机构组织

为遵守涉军保密业务相关的法律法规及规范或标准，发行人设立了保密工作领导小组和保密办公室。其中，保密工作领导小组是发行人保密工作的领导决策机构；保密办公室是具体负责发行人日常保密管理工作的机构。

(2) 制定了相关保密管理制度

发行人已建立了编制了各项保密管理制度，形成了完备的保密制度体系和管理体系，具体如下：

| 序号 | 制度名称      | 主要内容                   |
|----|-----------|------------------------|
| 01 | 保密工作责任制度  | 用于确认公司内保密组织、各类人员的保密责任  |
| 02 | 定密工作管理制度  | 用于公司国家秘密的确定、变更、解除和管理工作 |
| 03 | 涉密人员管理制度  | 用于公司涉密人员岗前、在岗、离岗离职的管理  |
| 04 | 保密教育培训制度  | 用于公司全体涉密人员的保密教育培训工作    |
| 05 | 国家秘密载体管理制 | 用于公司涉密载体的制作、收发、传递、使用、复 |

|    |               |   |
|----|---------------|---|
|    | 度             | 制、保存、维修和销毁过程的管理                                       |
| 06 | 密品管理制度        | 用于公司密品研制、生产、试验、运输、使用、保存、维修、销毁的生命周期管理                  |
| 07 | 保密要害部位管理制度    | 用于公司保密要害部位确定、变更、撤销及日常维护管理。                            |
| 08 | 信息设备和存储设备管理制度 | 用于公司信息设备和存储设备的使用寿命管理                                  |
| 09 | 新闻宣传管理制度      | 用于公司宣传报道、展览、产品宣传介绍彩页、公开发表著作和论文等事项的保密管理                |
| 10 | 涉密会议管理制度      | 用于公司组织的涉及国家秘密事项和信息的会议，预防和杜绝失泄密事件发生，有效确保涉密会议过程中国家秘密的安全 |
| 11 | 外场试验管理制度      | 用于公司外场试验的保密管理   |
| 12 | 协作配套管理制度      | 用于规范公司协作配套工作管理，确保涉密任务顺利完成                             |
| 13 | 涉外活动管理制度      | 用于规范加强我公司涉外活动保密管理，确保国家秘密安全                            |
| 14 | 保密监督检查制度      | 用于贯彻国家有关保密规范，促进公司各项保密规章制度的执行，全面落实保密工作管理责任，规范保密监督、检查工作 |
| 15 | 泄密事件报告和查处制度   | 用于规范公司报告泄露国家秘密事件的程序，使保密工作部门及时掌握泄密事件的情况，加强对泄密事件的查处     |
| 16 | 考核与奖惩制度       | 表彰和奖励在公司日常保密工作中表现突出的集体和个人，惩处违反保密规定的行为，推进落实公司保密工作的良好氛围 |

经核查，报告期内，发行人严格执行对涉密人员的管理，包括岗位审查、岗前培训、涉密培训、离岗审批、离职员工回访等，报告期内，发行人不存在因违反保密管理规定而受到行政处罚或刑事处罚的情形。

3、本次申报是否应当申请信息披露豁免，相关信息披露是否存在泄密风险

根据《军工企业对外融资特殊财务信息披露管理暂行办法》（科工财审 2008 [702] 号）规定：“军工企业涉密信息应采取脱密处理的方式进行披露，部分无法进行脱密处理或者进行脱密处理后仍存在泄密风险的信息，军工企业应向国家主管部门或证券交易所申请豁免披露。”

经核查，发行人本次发行申请文件中披露了与部分军事院校、武警部门的交易信息，该等交易信息不属于国家秘密，本次发行申请文件中不存在的国家涉密信息。发行人本次发行所披露的信息已由发行人保密委员会根据相关保密规定和要求及发行人保密管理制度进行了审查，确认发行人就本次发行所披露的信息不涉及国家秘密，本次申报无需申请信息披露豁免，相关信息披露不存在泄密风险。

**（二）劳动用工是否合规。请发行人补充说明报告期内的劳动用工情况，是否存在劳务外包、劳务派遣、实习生等用工形式，相关业务开展的具体情况及其合法合规性**

经核查，发行人不存在劳务外包、劳务派遣用工形式，但聘用了少量实习生，报告期各期末，发行人聘用的实习生人数如下：

| 时间 | 2022年12月31日 | 2021年12月31日 | 2020年12月31日 |
|----|-------------|-------------|-------------|
| 人数 | 6           | 11          | 7           |

发行人聘用的实习生人数较少，主要为了满足发行人人才储备的需要，通过为相关专业的在校生提供实践机会，观察其实习期间的工作、学习能力，待毕业后择优录用。因此，聘用实习生具有合理性。

经核查，发行人实习生薪酬水平低于正式员工，也未为实习生购买社会保险、住房公积金等，根据《关于贯彻执行<中华人民共和国劳动法>若干问题的意见》（劳部发[1995]309号）第十二条规定，“在校生利用业余时间勤工助学，不视为就业，未建立劳动关系，可以不签订劳动合同”。因此，发行人与实习生建立的是劳务关系，无需遵守关于最低工资保障、缴纳社会保险、住房公积金的相关规定。发行人聘用实习生的用工形式合法合规。

**（三）信达律师的核查过程和核查意见**

### 信达律师的核查过程：

1、访谈发行人业务部门主要负责人，了解发行人申请武器装备科研生产单位保密资格证书的原因及背景，业务开展情况，服务内容是否涉密；

2、取得并查阅发行人保密管理制度，了解发行人保密机构组织建立、保密管理制度制定情况；

3、取得发行人涉密人员的管理、培训文件模板，了解发行人对涉密人员的管理执行情况；

4、通过“信用中国”、“中国裁判文书网”、“人民法院公告网”、“中国执行信息公开网”、“12309 中国检察网”、“陕西省国防科技工业办公室”网站核查发行人不存在因违反保密管理规定而受到行政处罚或刑事处罚的情形；

5、取得发行人保密办公室关于本次申报文件不存在军工企业涉密信息的审查意见；

6、取得发行人出具的确认本次发行所披露的信息不涉及涉密信息，不存在可能间接推断出国家秘密的财务或其他信息，本次发行所披露的信息不违反国家相关保密规定，无需申请信息披露豁免，相关信息披露是不存在泄密风险的书面声明；

7、取得报告期内发行人与特殊机构的项目明细表，并抽查该等项目的招投标文件、合同、验收资料，确认该等项目的涉密情况；

8、访谈发行人人事负责人，了解发行人是否存在劳务外包、劳务派遣等用工形式，招聘在校生实习的原因及合理性等；

9、查阅发行人各期末实习生用工情况表，以及相应实习协议、学信网教育部学籍在线验证报告、学生证、实习用工内部管理制度等文件，了解发行人实习生聘用合法合规性。

### 经核查，信达律师认为：

1、发行人取得《武器装备科研生产单位二级保密资格证书》目的是为了获得军事院校、军事机关、公安武警或其他特殊机构的订单；发行人业务开展、服务过程中不会接触国家秘密；发行人已按照《中华人民共和国保守国家秘密法》《武

器装备科研生产单位保密资格审查认证管理办法》等保密法律法规的规定建立保密组织及相关管理制度，并严格执行；发行人本次发行申请文件中披露的与部分军事院校、武警部门的交易信息不属于国家秘密，发行人就本次发行所披露的信息不涉及国家秘密，本次申报无需申请信息披露豁免，相关信息披露不存在泄密风险。

2、发行人招聘的均为全日制员工，不存在劳务外包、劳务派遣用工形式；发行人因满足人才储备的需要聘用了少量实习生，并给予适当的实习报酬，合法合规。

本《补充法律意见书（一）》一式两份，每份具有同等法律效力。

（以下无正文）

(此页无正文，系《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的补充法律意见书(一)》之签署页)



负责人: 魏天慧  
魏天慧

经办律师: 尹公辉  
尹公辉

杨易成  
杨易成

钱程  
钱程

2023年9月12日





关于西安博达软件股份有限公司  
向不特定合格投资者公开发行股票  
并在北京证券交易所上市的  
补充法律意见书（二）

中国 深圳 福田区 益田路6001号太平金融大厦11-12楼 邮政编码：518038  
11F-12F, TAIPING FINANCE TOWER, 6001 YITIAN ROAD, FUTIAN, SHENZHEN, CHINA  
电话（Tel.）：（0755）88265288 传真（Fax.）：（0755）88265537  
邮箱：info@sundiallawfirm.com 网站（Website）：www.sundiallawfirm.com

## 目 录

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 第一部分 本次反馈问题的法律意见 .....           | 5  |
| 一、反馈问题 1—进一步分析销售费用率显著较高的合理性..... | 5  |
| 二、反馈问题 4—其他问题.....               | 7  |
| 第二部分 关于发行人相关事项的变化情况的法律意见 .....   | 19 |
| 一、本次发行上市的批准和授权.....              | 19 |
| 二、发行人本次发行上市的主体资格.....            | 19 |
| 三、本次发行上市的实质条件.....               | 19 |
| 四、发行人的独立性.....                   | 23 |
| 五、发起人和股东（实际控制人） .....            | 24 |
| 六、发行人的业务.....                    | 25 |
| 七、关联交易与同业竞争.....                 | 28 |
| 八、发行人的主要财产变化情况.....              | 30 |
| 九、发行人的重大债权债务.....                | 37 |
| 十、发行人的重大资产变化及收购兼并.....           | 43 |
| 十一、发行人章程的制定与修改.....              | 43 |
| 十二、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作..... | 44 |
| 十三、发行人董事、监事、高级管理人员及其变化.....      | 47 |
| 十四、发行人的税务.....                   | 50 |
| 十五、发行人的环境保护、产品质量、技术标准及劳动保障.....  | 51 |
| 十六、发行人募集资金的运用.....               | 55 |
| 十七、发行人业务发展目标.....                | 55 |

---

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| 十八、诉讼、仲裁或行政处罚.....             | 55        |
| 十九、关于发行人《招股说明书》法律风险的评价.....    | 56        |
| <b>第三部分 对前次反馈问题回复的更新 .....</b> | <b>56</b> |
| 一、反馈问题 5—订单获取的合规性与可持续性.....    | 56        |
| 二、反馈问题 7—直销与非直销业务模式及客户情况.....  | 71        |
| 三、反馈问题 14—其他问题.....            | 87        |
| <b>本次发行上市的总体结论性意见 .....</b>    | <b>88</b> |

**广东信达律师事务所**  
**关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者**  
**公开发行股票并在北京证券交易所上市的**  
**补充法律意见书（二）**

信达首北意字[2023]第 003-2 号

**致：西安博达软件股份有限公司**

根据西安博达软件股份有限公司（以下简称“发行人”）与广东信达律师事务所（以下简称“信达”）签署的《专项法律顾问聘请协议》，信达接受委托，担任发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市（以下简称“本次发行上市”）的特聘专项法律顾问，为发行人提供法律服务。

信达根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规及《注册管理办法》《编报规则第 12 号》《监管规则适用指引——法律类第 2 号》《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）》等规范性文件的规定，并按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，于 2023 年 6 月 21 日出具了《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）和《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”），于 2023 年 9 月 12 日出具了《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）。

大华会计师对发行人自 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日的财务报表进行补充审计,并于 2023 年 10 月 18 日出具了《审计报告》(大华审字[2023]0020653 号)(以下简称“《审计报告》”),北京证券交易所于 2023 年 9 月 28 日下发了《关于西安博达软件股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》,信达根据前述《审计报告》,以及在对发行人自《律师工作报告》及《法律意见书》出具之日以来与本次发行上市的相关情况进行补充核查验证的基础上,并针对北京证券交易所第二轮审核问询函所述反馈的问题,出具本《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的补充法律意见书(二)》(以下简称“《补充法律意见书(二)》”),对信达已出具的《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书(一)》的相关内容进行修改补充或作进一步的说明,并构成《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书(一)》不可分割的一部分。对于《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书(一)》中未变化的内容,本《补充法律意见书(二)》将不再重复披露。

信达律师已严格履行法定职责,遵循了勤勉尽责和诚实信用原则,对发行人的有关经营活动以及本次发行上市的合法性、真实性、准确性进行了补充核查验证,保证《补充法律意见书(二)》不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。《补充法律意见书(二)》须与《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书(一)》一并使用,《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书(一)》中未被《补充法律意见书(二)》修改的内容仍然有效。信达律师在《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书(一)》中声明的事项以及所使用的简称仍适用于本《补充法律意见书(二)》。

信达律师同意将本《补充法律意见书(二)》作为发行人申请本次发行上市所必备的法定文件随其他材料一起上报,并依法对本《补充法律意见书(二)》承担责任;本《补充法律意见书(二)》仅供发行人本次发行上市之目的使用,不得用作任何其他用途。

基于上述,信达按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神,出具补充法律意见如下:

## 第一部分 本次反馈问题的法律意见

### 一、反馈问题 1—进一步分析销售费用率显著较高的合理性

根据申报材料及首轮问询回复，报告期内，发行人销售费用率分别为 31.94%、31.73%、32.08%，同行业可比公司平均水平为 25.17%、22.66% 和 22.89%，发行人销售费用率显著高于同行业可比公司平均水平；发行人销售人员占比为 42% 左右，显著高于可比公司。

请发行人说明：（1）结合销售费用明细构成情况，分析发行人销售费用率较高的主要原因。（2）销售人员的学历及年龄构成、主要工作，销售人员获取订单的主要过程、人员分布情况、业务划分、人均销售收入贡献情况，分析销售人员数量与各地业务规模的匹配性，销售人员薪酬的确定方式，是否与业绩挂钩。

（3）报告期内收入增长比例分别为 28.06%、13.14%，销售人员数量增长比例分别为 29.63%、25.71%，销售人员数量持续增长且高于收入增长比例的原因，人均覆盖客户数量的变化情况及合理性，销售人员是否对发行人经营业绩及客户维持存在重大影响。

请保荐机构、发行人律师对发行人是否存在直接或变相商业贿赂、利益输送进行核查并发表明确意见。

#### 回复：

##### （一）发行人是否存在直接或变相商业贿赂、利益输送

经核查，发行人已制定《反商业贿赂制度》，要求公司及其子公司全体员工、董事、监事均应进行正当商业往来，严格杜绝任何形式的商业贿赂行为。

根据发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员出具的书面说明，发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员报告期内与发行人主要客户及其重要人员（包括客户的控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员等）不存在资金往来或其他利益安排，不存在商业贿赂、提供或收取回扣、不正当竞争等违法违规情形。

经信达律师走访发行人报告期内部分主要客户，了解其与发行人业务合作来源和合作方式，确认发行人主要客户及其重要人员与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员等不存在资金往来或其他利益安排。

经信达律师通过“国家企业信用信息公示系统”、“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“信用中国”、“中国政府采购网”、“12309 中国检察网”、“人民法院公告网”等网站核查，确认发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员报告期内不存在因商业贿赂、回扣、不正当竞争等行为而产生纠纷、被处罚或被立案调查的情形。

## （二）信达律师的核查过程和核查意见

### 信达律师的核查过程：

1、走访发行人报告期内部分主要客户，了解其与发行人业务合作来源和合作方式，发行人主要客户及其重要人员与发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员等是否存在资金往来或其他利益安排；

2、取得并查阅发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员出具的关于是否存在商业贿赂等行为的书面确认函；

3、取得并查阅发行人《投标管理制度》《反商业贿赂制度》的规定情况；

4、通过“国家企业信用信息公示系统”、“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“信用中国”、“中国政府采购网”、“12309 中国检察网”、“人民法院公告网”等网站核查发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员的商业贿赂纠纷、违法违规情况。

5、取得并查阅实际控制人、董事、监事和高级管理人员无犯罪记录证明。

### 经核查，信达律师认为：

发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员报告期内不存在直接或变相商业贿赂、利益输送的行为。

## 二、反馈问题 4—其他问题

（1）关于采购。根据申报材料及首轮问询回复，发行人报告期内采购内容主要为项目实施采购、外购产品及服务，发行人首轮问询回复未对采购公允性进行具体说明。请发行人进一步分析相关采购内容的采购公允性；结合若神（上海）信息技术服务中心和西安启脉信息技术有限公司的经营情况、发行人与其合作背景，说明发行人与其交易的具体情况，向其采购项目实施、产品和服务、委托研发等多项内容的合理性。

（2）关于存货。根据首轮问询回复，各期末合同履约成本中未签约项目占比分别为 29.40%、33.85%和 35.61%。请发行人说明对于未签约的合同如何确定预计售价，相关减值测算是否合理；库龄超过 1 年的项目，期后结转情况及毛利率情况，是否存在减值情形。

（3）关于公司治理。2023 年 7 月 26 日，经发行人股东大会审议通过选举朱莉欣担任公司独立董事，公司董事会成员变更为 8 人，其中 3 名为独立董事。请发行人说明董事会现有董事人数是否可能导致董事会无法形成有效决议，是否影响公司治理的有效性。

（4）未取得房屋所有权证书是否影响经营稳定性。发行人现有 4 处经营场所均未取得房屋产权证书。发行人回复认为工业用地上的房屋只能按整体的方式办理一个房产证，如果后期要出售，也只能整体转让，无法分割。发行人 2021 年 11 月向佳禾物联网购买 05 层 01 号房，单价为 7,209.00 元/平米，发行人实际控制人魏小立在报告期内曾担任佳禾物联网董事，于 2021 年 10 月离任。请发行人：①说明前述回复相关内容是否有明确的法律依据，园区内相关企业是否均未取得房屋产权证书；结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-8 的要求，说明主要不动产权属是否存在争议、纠纷，结合发行人行业特点与核心竞争力情况，重点说明产权瑕疵是否对主营业务开展、持续经营能力存在重大不利影响。②说明发行人向佳禾物联网购买房产的必要性，交易对价是否公允、是否存在利益输送，佳禾物联网是否与发行人的客户供应商存在业务、资金往来，是否存在为发行人代垫成本费用的情形。

（5）进一步分析公司的成长性。公司主要产品为自主研发的标准化产品，



并在此基础上根据客户多元化需求提供软件实施和二次开发服务，核心产品全媒体网站群管理平台在普通高等学校市场覆盖率超过 43%。请发行人：①补充披露全媒体网站群管理平台、融媒体内容生产平台、内容大数据平台之间的关系、商业逻辑、后续业务规划，量化分析发行人的横向及纵向拓展空间。②报告期内各类产品实现首次销售、持续优化服务的客户数量及相应收入结构，并说明不同产品的定价依据及售价情况。

（6）补充说明向银行销售的商业模式合理性。发行人存在少量由商业银行基于业务合作的目的，作为投资方支付高校向公司采购的信息化项目建设和服务的价款，该类情形下合同签署为三方。请发行人说明该业务模式报告期内的前五大客户、收入情况，说明发行人销售的软件产品的所有人是否为银行、是否存在与高校等最终用户合作稳定性风险，是否有相关解决措施或约定。

（7）提升招股说明书信息披露质量。请发行人：①全面梳理“重大事项提示”“风险因素”各项内容，突出重大性，增强针对性，强化风险导向，删除针对性不强的表述，按重要性进行排序。对风险因素作定量分析，无法定量分析的，针对性作出定性描述。②招股说明书业务与技术部分“一、主营业务、主要产品或服务情况”与“行业基本情况”存在部分重复披露的信息，请优化整合，选取具有显著代表性的案例用于增强对业务模式的理解，相关内容一次性在恰当的章节、位置予以披露；将业务披露与财务数据进行融合，补充披露收入构成情况、主要材料采购构成明细及价格变动情况、主要客户及类型，为投资者决策提供有效信息，删除业务与技术部分中与发行人产品关联性不强、影响可读性的信息。请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

请发行人律师核查问题（3）（4）并发表明确意见。

**回复：**

**（一）请发行人说明董事会现有董事人数是否可能导致董事会无法形成有效决议，是否影响公司治理的有效性**

1、《公司法》相关规定

《公司法》第一百零八条的规定，“股份有限公司设董事会，其成员为五人

至十九人。”，未规定董事会人数必须为单数，发行人董事会由 8 名董事组成符合《公司法》的规定。

## 2、发行人现行有效制度的规定

发行人现行有效《董事会议事规则》第十四条第一款的规定，“董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。”第二十七条第一款的规定，“董事会审议通过会议提案并形成相关决议，必须有超过公司全体董事人数过半数的董事对该提案投赞成票。法律、行政法规、《公司章程》和本规则规定董事会形成决议应当取得更多董事同意的，从其规定。”第四十二条规定，“在本规则中，除非上下文另有说明，‘以上’、‘以内’含本数，‘超过’、‘低于’、‘多于’不含本数。”

## 3、发行人北交所上市后适用制度的规定

发行人北交所上市后适用的《董事会制度》第十五条第一款的规定，“董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。”第十五条第二款的规定，“如果出席董事人数无法满足会议召开的最低人数要求时，会议召集人应当宣布另行召开董事会会议，同时确定召开的时间。”第二十八条规定，“董事会审议通过会议提案并形成相关决议，必须有超过公司全体董事人数过半数的董事对该提案投赞成票。法律、行政法规、《公司章程》和本规则规定董事会形成决议应当取得更多董事同意的，从其规定。”第四十三条规定，“在本规则中，除非上下文另有说明，‘以上’、‘以内’含本数，‘超过’、‘低于’、‘多于’不含本数。”

根据上述规定，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人董事会由 8 名董事组成，发行人董事会作出有效决议，至少必须超过半数（5 名或以上）董事出席董事会会议，并经超过半数（5 名或以上）的董事通过，发行人董事会现有董事人数不会导致董事会无法形成有效决议，不会影响公司治理的有效性。

## （二）说明前述回复相关内容是否有明确的法律依据，园区内相关企业是否均未取得房屋产权证书

### 1、根据法律法规及政策惯例，发行人暂无法取得所购房产之不动产权证书

根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国城市房地产管理法》《城

市房地产开发经营管理条例》《商品房销售管理办法》等法律法规并没有直接规定工业用地不能分割转让，但传统的工业用地都是出让给工业企业自建自用以满足生产经营所需，区别于商业房地产开发的营利性用途，因而各地制度惯例均系将工业用地上的房屋建筑物按整体方式办理一个产权证，无法进行产权分割登记。

根据西安市自然资源和规划局于 2020 年 8 月 26 日发布的《关于推动工业用地供给侧结构性改革的实施意见》（试行）第五、（十三）项之规定：“鼓励工业企业延长产业链，拓展生产性服务功能，在符合控制性详细规划的前提下，现有工业企业可通过提高工业用地容积率、调整用地结构适当增加研发设计等配套服务设施。配套服务设施用地面积不超过工业项目总用地面积 7%，建筑面积不超过总建筑面积 15%的，仍按工业用途管理，不得单独办理产权和分割转让。”发行人办公场地所在的西安半导体产业园第 201 幢作为在工业用地上建设的配套行政办公用房，由于工业用地性质的原因导致无法进行产权分割转让，因此发行人购买的房屋暂时无法按层、间办理不动产权证书。

综上，根据目前的法律法规及政策惯例，电子信息集团暂无法为发行人按层/套办理不动产权证。

## 2、园区内相关企业是否均未取得房屋产权证书

根据电子信息集团于 2023 年 10 月 11 日出具的《关于西安半导体产业园房产情况的回复》，确认西安半导体产业园含博达软件所在的 201 幢楼在内的所有建筑物均未办理不动产权证书。

**（三）结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-8 的要求，说明主要不动产权属是否存在争议、纠纷，结合发行人行业特点与核心竞争力情况，重点说明产权瑕疵是否对主营业务开展、持续经营能力存在重大不利影响**

### 1、发行人所购房产不存在权属争议或纠纷

西安半导体产业园已取得《建设用地规划许可证》《土地使用权证》《建设工程规划许可证》《建筑工程施工许可证》，根据信达律师对电子信息集团进行

访谈的笔录内容、电子信息集团出具的相关说明和回复，园区因绿化、充电桩数量等问题尚未达到竣工验收条件，目前无法办理不动产权证，电子信息集团正在积极整改，待整改完成竣工验收后将及时办理园区不动产权证。

2022年12月30日，发行人与电子信息集团签署《补充协议》，确认了发行人已结清半导体产业园第201幢13层01号房、第201幢13层02号房、第201幢12层01号房、第201幢05层01号房等房产全部款项，并且已经于2022年12月28日支付因延迟支付尾款而发生的50万元利息，双方确认上述标的房产的所有价款、费用均已结清，双方不存在因房产问题发生纠纷或潜在纠纷的情形。

2023年8月2日，电子信息集团出具了《关于房产销售情况的说明》，就发行人向电子信息集团购买的西安市高新区锦业路125号西安半导体产业园第201幢房产相关情况，说明如下：

“一、本公司已将西安半导体产业园第201幢13层01号房、第201幢13层02号房、第201幢12层01号房、第201幢05层01号房销售给博达软件，本公司不再保留与上述房屋所有权相关的任何权利；

二、本公司通过出让方式取得西安半导体产业园国有土地使用权，并合法建造了包括201幢在内的产业园房产，本公司作为西安半导体产业园的合法开发主体，有权对外销售第201幢房产，不存在违法或违规销售的情况；

三、西安半导体产业园第201幢在2012年开盘销售时，通过统一定价公开销售，因所在土地为工业用地等原因，销售定价相比周边写字楼有一定优惠，不同房屋售价因楼层等区别有一定差异，不存在向不同销售对象定价政策不一致的情况；

四、第201幢房产至今未取得不动产权证的原因系园区绿地面积及充电桩等配套设施尚未整改完成，导致园区规划验收滞后，待园区整体规划验收后，可办理不动产权证；

五、本公司保证第201幢房产没有抵押或其他权利限制，保证博达软件能够一直使用所购房屋至2059年10月22日土地使用权期限届满，并在政策允许时

将博达软件所购房屋的建筑物区分不动产权证办理至博达软件名下。”

通过“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“信用中国”、“西安市住房和城乡建设局”和“西安市自然资源和规划局”等网站查询，并取得电子信息集团的书面回复，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及电子信息集团不存在与房产权属相关的诉讼、执行案件或因西安半导体产业园土地、规划、建设方面的违法违规行为受到主管部门行政处罚的情形。

综上，信达律师认为，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人所购房产不存在权属相关的争议或纠纷。

2、发行人所购房产未来发生权属纠纷可能性较小，发行人能够持续稳定使用所购房产

发行人所购四处房产均位于西安半导体产业园 201 幢内，归属于陕西省属国有独资企业电子信息集团，项目建设时为陕西省和西安市两级重点建设项目，产业园区具有合法的土地、规划、建设、施工等许可手续。

根据公开信息查询及电子信息集团的书面确认，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，电子信息集团不存在因该幢大楼土地、规划、建设方面的违法违规行为受到主管部门行政处罚的情形，没有因销售西安半导体产业园房产受到过行政处罚，也没有因销售西安半导体产业园房产发生过相关争议或纠纷。

根据电子信息集团的书面确认并经信达律师实际走访，西安半导体产业园部分房产由电子信息集团及其下属企业自用，其余部分出售或租赁给第三方，发行人所在 201 幢部分楼层由电子信息集团及其下属企业自用。综上，结合西安半导体产业园项目的开发定位、实际使用情况，信达律师认为，发行人所购房产发生权属纠纷的可能性较小。

如电子信息集团在西安半导体产业园开发或销售过程中存在违法违规行为，导致发行人所购房产未来发生权属纠纷，处罚对象及责任承担主体是电子信息集团，与发行人无关。若因此导致发行人所购房产一直无法办理不动产权证，发行人仍然可以根据《投资协议》约定，要求继续对房产进行占有、使用、收益和处分，发行人仍然能够持续稳定使用所购房产，不会对发行人持续经营造成重大影响。

3、如电子信息集团无法保证发行人继续使用所购房产，不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响

如因政策调整或其他不可抗力，导致电子信息集团无法保证发行人继续使用所购房产的，发行人需要寻找替代场所并进行搬迁，该等情形对发行人持续经营能力的影响较小，具体分析如下：

（1）发行人被迫退回所购房产对其造成的直接损失影响较小

发行人四处房产总面积为 4,229.67 平方米，含装修费账面原值为 2,565.31 万元，2023 年末预计账面净值为 1,975.68 万元，如发生电子信息集团无法保证公司继续使用房产的情况，根据《投资协议》的约定发行人有权要求电子信息集团退还剩余年限使用费相当的转让款，并赔偿尚未使用年限的费用的 3% 的违约金。发行人四处房产最初向电子信息集团购买的总价款为 1,683.41 万元，按《投资协议》约定的 2013 年 12 月 31 日至 2059 年 10 月 22 日的使用期限测算，每年的使用费为 36.60 万元，假设 2023 年末发生无法使用房产的事件，按照剩下未使用的 36 年测算，电子信息集团合计需要退回的转让款为 1,317.45 万元，需要支付违约金为 39.52 万元，电子信息集团违约对发行人的直接损失影响金额预计为 618.71 万元，结合发行人的净资产、营收及利润规模等情况，不会对发行人的持续经营构成重大不利影响。

（2）发行人作为软件开发企业，符合发行人办公要求的经营场所较多

发行人作为软件开发企业，经营场所主要用于员工办公，主要配置为桌椅、卡座、电脑和主机、打印机、服务器等办公设备，对办公场地的特殊性要求不高，写字楼、产业园区、工业厂房均可。西安为我国西部重要的发达城市之一，办公用房市场规模大，特别是发行人所在的西安高新区，软件、半导体、人工智能等数字经济产业相对发达，产业聚集效益明显，适合软件企业办公的园区及建筑较多，就发行人目前所处西安半导体产业园来说，该产业园位于西安软件园，西安软件园下设软件新城片区、软件园示范区、数字经济产业园、新一代人工智能产业园、国家外包服务基地等五大片区，其中软件新城片区规划建筑面积约 2,400 万平方米，软件园示范区建筑面积 55 万平方米，数字经济产业园建筑面积 20.88 万平方米。假定发行人因公司现有房产发生权属争议等问题必须搬迁，发行人预

计可以在 1 个月内找到合适的替代场所，园区建筑基本自带装修，在签订租房合同或购房合同后，发行人可在 2-4 周内入驻。无论是基于合同约定还是商业惯例，电子信息集团都应当给予公司必要的搬迁时间，发行人可派专人利用周末、节假日合理安排搬迁事宜，搬迁工作不会影响发行人的日常经营，除可能发生加班费用外，不会产生其他误工损失，且发行人大部分岗位均可居家办公，即使发生短期办公场所无法衔接的极端情况，也不会对发行人的日常经营产生重大不利影响。

### （3）发行人实际控制人已作出兜底承诺

就房产退回及搬迁可能造成的损失，发行人实际控制人（魏小立、李传咏、王逸杰）已作出承诺，“如因房屋实际用途与规划用途不一致、未办理不动产证而导致上述房屋发生相关产权纠纷、债权债务纠纷、整体规划拆除、出卖或抵押、诉讼/仲裁、行政命令等情形，并导致公司无法继续正常使用该等房屋或遭受损失的，我方承诺承担因此造成公司的所有损失（扣除陕西省电子信息集团按协议约定应给予的赔偿），包括但不限于因进行诉讼或仲裁、罚款、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用”。综上，如发生无法使用房产导致搬迁的情形，产生的搬迁损失对发行人影响较小，且实际控制人已作出承诺，补偿发行人因搬迁产生的全部损失。

### （4）同行业可比公司的经营场所情况

经核查，同行业可比公司主要经营场所情况如下：

| 公司名称 | 主要经营场所用途 | 是否存在产权瑕疵  |
|------|----------|---|
| 国子软件 | 办公       | 1、2015 年 6 月，公司与山东金奥电子科技有限公司签订了《房屋买卖合同》，购买了济南高新区舜风路齐鲁文化创意基地 5 号楼面积为 1,997.53 平方米的办公用房。虽然该房产所在园区取得了《土地使用权登记证书》《建设用地规划许可证》、济南市规划局出具的《建设工程规划设计审查核准意见书》、济南市高新技术产业开发区管委会建设局出具的《金奥电子工业园二期工程项目登记备案证明》、济南市公安消防分局出具的《关于同意山 |

|      |       |  |
|------|-------|--|
|      |       | <p>东金奥电子工业园工程建筑消防设计的审核意见》，但该处房产目前尚未办理产权证书，存在产权证书无法办理的风险。公司购买上述房产的合同总金额为 1,475.1580 万元且合同约定山东金奥电子科技有限公司协助公司办理产权证书，由于上述房产尚未办理产权证书，公司存在 425.1580 万元余款尚未进行支付。虽然公司与山东金奥电子科技有限公司未因房产权证书未办理、余款未支付而发生诉讼、仲裁等事项，但未来不排除由于上述房产权证书未办理、余款未支付等原因导致公司发生诉讼、仲裁等纠纷的风险。此外，公司还可能面临因瑕疵房产登记产权人涉及债务、诉讼等导致房产被执行、查封而无法继续使用该房产或遭受损失的风险。</p> <p>2、截至 2022 年 6 月 30 日，公司分别租赁了王永贵、亚德客（中国）有限公司位于济南高新区舜风路齐鲁文化创意基地 6 号楼的 2,000.00 平方米、1,004.59 平方米房产用于公司的办公及研发，上述租赁的房产所在园区已经取得了《土地使用权登记证书》，但目前尚未办理房屋产权证书，存在房屋产权证书无法办理的风险。虽然公司与出租方均签署了租赁协议，且该类办公用房市场供应充足，但若因出租人不再继续租赁或者因产权证书未办理等原因导致公司无法继续租赁上述房产，公司存在一定搬迁风险。</p> |
| 致远互联 | 办公、研发 | <p>公司自成立以来的经营场地主要通过租赁方式取得，相关房产均已签署房屋租赁合同，租赁期通常为 2-5 年，截至 2019 年 6 月 30 日，公司正在履行的租赁合同为 39 份，其中 17 处租赁房产未办理租赁备案，上述情形对公司正常使用租赁房屋暂未构成影响。</p> <p>公司租赁的房屋主要用于办公和研发等，不涉及厂房和大型生产设备，搬迁的直接成本低，但考虑到寻找新的合适场地需要一定的时间，且变更办公地点可能影响一般员工的稳定性。因此，若因产权瑕疵或因其他原因导致公司无法继续租赁该等房屋，公司将面临临时搬迁的风险，对公司经营在短期内产生一定程度的不利影响。</p>   |



|      |    |                |
|------|----|----------------|
| 金智教育 | 办公 | 均为租赁，未披露存在房产瑕疵 |
|------|----|----------------|

由上表可知，同行业可比公司与发行人的主要经营场所用途一致，主要用于员工办公使用，其中国子软件、致远互联的自有房产或租赁房产存在产权瑕疵或使用稳定性方面的瑕疵，但该等同行业公司均认为发生搬迁不会对其持续经营造成重大影响，金智教育的经营场所均为租赁，也存在租赁到期无法续租导致的搬迁风险。

基于上述，信达律师认为，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人所购房产不存在权属争议或纠纷，未来发生权属纠纷的可能性较小，如发生权属纠纷导致发行人无法继续使用所购房产，也不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响，符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》1-8规定的对发行人主要业务有重大影响的土地使用权、房屋所有权不存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的权属纠纷的相关要求。

**（四）说明发行人向佳禾物联网购买房产的必要性，交易对价是否公允、是否存在利益输送，佳禾物联网是否与发行人的客户供应商存在业务、资金往来，是否存在为发行人代垫成本费用情形**

经核查，自2012年首次购置西安半导体产业园201幢13层01号房产以来，发行人的经营规模持续扩大，具体如下表所示：

| 年度    | 营业收入(万元)  | 年末员工人数(人) | 购入房产                 |
|-------|-----------|-----------|----------------------|
| 2012年 | 1,043.76  | 未统计       | 1、2012年12月，购入13层01号房 |
| 2015年 | 2,519.20  | 120       | 2、2016年09月，购入12层01号房 |
| 2020年 | 10,166.47 | 326       | 3、2021年04月，购入13层02号房 |
| 2021年 | 13,018.75 | 446       | 4、2021年11月，购入05层01号房 |

由上表可知，2012年以来，发行人营业收入及员工人数持续增长，原有的13层01号房已逐渐无法满足日常经营对场地的需求，迫切需要购置新的办公场所。自2012年购买西安半导体产业园房产以来，发行人对房产使用情况、配套情况等均较为满意，且园区内房产售价相对周边价格较低，综合考虑管理成本、工作沟通便利性等因素，发行人优先考虑继续购买园区内房产以满足集中办公需

求。因电子信息集团已将西安半导体产业园第 201 幢其他房产销售给不同业主，发行人根据自身发展需要及其他业主出售情况，陆续向不同业主购买各自持有的同幢楼内不同房产。

经核查，因西安半导体产业园产权性质原因，房产交易数据很少，发行人 2021 年向佳禾物联购买 05 层 01 号房时，无西安半导体产业园区其他类似房产的公开成交数据，根据网络公开数据查询，2021 年西安市写字楼新房成交均价普遍在 15,000.00 元/平方米及以上，发行人向佳禾物联的购买单价为 7,209 元/平方米，与西安市 2021 年写字楼新房市场均价存在较大差异，主要因为西安半导体产业园土地性质为工业用地，相关房产尚未办理房产证，产业园区办公楼与其他商用写字楼在位置、配套设施等方面存在一定差异等，交易价格具有合理性。

经核查，发行人与佳禾物联的本次房产交易，经发行人董事会、股东大会审议通过，并经佳禾物联股东大会审议通过，履行了交易双方必要的审议程序。

根据佳禾物联的书面确认，佳禾物联与发行人报告期内的主要客户、供应商不存在业务、资金往来，不存在为发行人代垫成本费用的情形。

根据信达律师对发行人报告期内部分主要客户、供应商的访谈，发行人与该等客户、供应商交易价格公允，与该等客户、供应商不存在除采购产品/服务外的商业往来，供应商不存在为发行人承担成本、分摊费用或其他利益安排的情形。

#### （五）信达律师的核查过程和核查意见

##### 信达律师的核查过程：

1、查阅《公司法》关于股份有限公司董事会人数的规定，发行人公司章程、董事会制度关于董事会决策的相关规定，发行人公司章程、董事会制度关于部分词汇释义的相关规定；

2、就西安半导体产业园产权分割转让事宜访谈电子信息集团相关负责人，取得电子信息集团的书面说明或回复；

3、取得并查阅电子信息集团提供的所在园区土地出让合同、土地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建筑工程施工许可证等文件；

- 4、取得并查阅发行人购买房产的相关协议文件；
- 5、收集并查阅关于工业性质建筑物产权分割转让的相关法律法规和监管政策；
- 6、通过“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“信用中国”、“西安市住房和城乡建设局”和“西安市自然资源和规划局”网站检索确认发行人及电子信息集团是否存在因西安半导体产业园土地、规划、建设方面的违法违规行为受到主管部门行政处罚的情形，是否存在与房产权属相关的诉讼、执行案件；
- 7、取得并查阅发行人实际控制人出具的关于房产瑕疵问题的承诺函；
- 8、取得并查阅同行业公司公开披露文件涉及经营场所相关内容的表述；
- 9、访谈发行人财务负责人，模拟分析房产瑕疵对发行人经营情况的影响；
- 10、取得并查阅信达律师对发行人报告期内部分主要客户、供应商的访谈问卷；
- 11、取得佳禾物联的书面说明，确认佳禾物联与发行人报告期内的主要客户、供应商不存在业务、资金往来，不存在为发行人代垫成本费用的情形；
- 12、实地走访发行人所在西安半导体产业园办公场所；
- 13、取得并查阅发行人与佳禾物联房产交易的各方内部决策文件。

**经核查，信达律师认为：**

- 1、发行人董事会现有董事人数符合《公司法》的规定，不会导致董事会无法形成有效决议的情况，不会影响公司治理的有效性。
- 2、发行人关于西安半导体产业园分割办理不动产权证的相关回复内容有明确的法律依据，园区内相关企业均未取得房屋产权证书。
- 3、截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人所购房产不存在权属纠纷，未来发生权属纠纷的可能性较小，如发生权属纠纷导致发行人无法继续使用所购房产，也不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响，符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》1-8

规定的对发行人主要业务有重大影响的土地使用权、房屋所有权不存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的权属纠纷的相关要求。

4、发行人向佳禾物联在内的不同对手方购买西安半导体产业园房产目的是满足发行人的经营发展需要，具有必要性和合理性；交易价格公允，不存在利益输送；佳禾物联与发行人报告期内的主要的客户、供应商不存在业务、资金往来，佳禾物联不存在为发行人代垫成本费用情形。

## 第二部分 关于发行人相关事项的变化情况的法律意见

### 一、本次发行上市的批准和授权

经信达律师核查，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，《律师工作报告》《法律意见书》中披露的发行人第四届董事会第二次会议及 2023 年第一次临时股东大会对本次发行上市的批准和授权仍在有效期内。截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人关于本次发行上市的批准和授权未发生变化。

### 二、发行人本次发行上市的主体资格

经核查，信达律师认为，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人是依法设立并有效存续的股份有限公司，是在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司，不存在根据法律、法规、规范性文件以及《公司章程》规定需要终止的情形，具备本次发行上市的主体资格。

### 三、本次发行上市的实质条件

信达律师对发行人本次发行上市应满足的实质条件重新进行了核查，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，本次发行上市仍符合《公司法》《证券法》及《注册管理办法》规定的向不特定合格投资者公开发行股票并上市的条件，具体如下：

## （一）本次发行的实质条件

经核查，信达律师认为：

1、发行人本次拟发行的股票为每股面值人民币壹元的人民币普通股，同股同权、同股同利，每股的发行条件与发行价格相同，每股发行价格不低于票面金额，符合《公司法》第一百二十六条及第一百二十七条的规定。

2、本次发行上市方案已经发行人 2023 第一次临时股东大会审议通过，本次会议提供网络投票方式，决议内容包含本次发行股票种类及数额、发行对象范围、向原有股东发行新股的种类及数额、定价方式和发行价格（区间）或发行底价、募集资金用途、新股发行的起止日期、决议有效期、对董事会办理本次发行具体事宜的授权、发行前滚存利润的分配方案等，并对出席会议的持股比例在 5% 以下的中小股东表决情况单独计票并予以披露，符合《公司法》第一百三十三条及《注册管理办法》第十三条、第十四条的规定。

3、发行人已与开源证券签署了《保荐协议》，聘请开源证券为其本次发行上市的保荐机构，符合《证券法》第十条第一款的规定。

4、根据发行人股东大会、董事会、监事会的议事规则及会议文件、《审计报告》及大华会计师出具的大华审字[2023]0020653 号《审计报告》（以下合称“《审计报告》”）、大会核字[2023]0014823 号《内部控制鉴证报告》（以下简称“《内部控制鉴证报告》”）、相关政府部门出具的发行人的合规证明文件、公安部门出具的发行人实际控制人无犯罪记录证明、发行人出具的书面确认并经信达律师查询中国裁判文书网、12309 中国检察网，发行人符合《证券法》第十二条及《注册管理办法》第十条、第十一条第（一）项的规定。具体如下：

（1）发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项的规定和《注册管理办法》第十条第（一）项的规定。

（2）发行人具有持续经营能力，财务状况良好，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项的规定和《注册管理办法》第十条第（二）项的规定。

（3）发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项的规定和《注册管理办法》第十条第（三）项

的规定。

（4）发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，发行人最近三年依法规范经营，符合《证券法》第十二条第一款第（四）项、《注册管理办法》第十条第（四）项的规定，不存在《注册管理办法》第十一条第（一）项所列情形。

5、经信达律师查询“国家企业信用信息公示系统”、“信用中国”、“北交所”、“深圳证券交易所”、“上海证券交易所”、“全国股转公司”、“证券期货市场失信记录查询平台”、相关政府主管部门网站信息，发行人不存《注册管理办法》第十一条第（二）项和第（三）项所列情形。具体如下：

（1）发行人最近三年内不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为；

（2）发行人最近一年内未受到中国证监会行政处罚。

6、发行人为在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司，符合《注册管理办法》第九条的规定。

## （二）本次发行上市的实质条件

经核查，信达律师认为，发行人除符合上述公开发行股票的条件外，在本次发行通过北交所发行审核及中国证监会同意发行注册程序并发行完毕后，还符合《股票上市规则》规定的上市条件。具体如下：

1、发行人为在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（一）项的规定。

2、如本《补充法律意见书（二）》“三、本次发行上市的实质条件”之“（一）本次发行的实质条件”部分所述，发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（二）项的规定。

3、根据《审计报告》，发行人 2023 报告期末归属于公司股东的净资产为 134,132,662.26 元，不低于 5,000 万元，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款

第（三）项的规定。

4、根据发行人 2023 年第一次临时股东大会会议决议，发行人拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 10,990,000 股（含本数，未考虑超额配售选择权的情况下）或不超过 12,638,500 股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况下）；根据发行人的确认，本次拟向不特定合格投资者公开发行股票的股份数量不少于 100 万股，发行对象为已开通北交所上市公司股票交易权限的合格投资者，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（四）项的规定。

5、根据《审计报告》及发行人在“全国股转系统网站”披露的公告，本次发行上市前，发行人股本总额为 3,297 万元，本次发行后公司股本总额将不少于 3,000 万元，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（五）项的规定。

6、根据全国股转公司出具的 2023 年 9 月 28 日的《前 200 名全体排名证券持有人名册》（以下简称“《股东名册》”），截至 2023 年 9 月 28 日，发行人的股东人数为 53 名，其中公众股东持股不低于发行人股本总额的 25%；根据发行人 2023 年第一次临时股东大会会议决议，本次为公开发行，发行对象为已开通北交所上市公司股票交易权限的合格投资者，因此，本次发行后发行人的股东人数预计将不少于 200 人，公众股东持股比例不低于公司股本总额的 25%，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（六）项的规定。

7、根据保荐人出具的《开源证券股份有限公司关于西安博达软件股份有限公司预计市值的分析报告》，发行人预计市值不低于 2 亿元；根据《审计报告》，发行人 2021 年度、2022 年度归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为依据）分别为 21,359,970.60 元、26,519,633.76 元，均不低于 1,500 万元；且加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低者为依据）分别为 21.40%、19.16%，平均不低于 8%，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（七）项、第 2.1.3 条第一款第（一）项的规定。

8、如本《补充法律意见书（二）》“三、本次发行上市的实质条件”之“（一）本次发行的实质条件”部分所述，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（一）项规定的情形。

9、根据公安机关出具的无犯罪记录的证明，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的声明，发行人的确认，并经信达律师查询“国家企业信用信息公示系统”、“信用中国”、“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“12309 中国检察网”、“北交所网站”、“深圳证券交易所网站”、“上海证券交易所网站”、“全国股转公司网站”、“证券期货市场失信记录查询平台”、相关政府主管部门网站信息，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（一）项至第（五）项规定的情形。

10、根据发行人的确认，如本《补充法律意见书（二）》“五、发行人的独立性”、“六、发起人和股东（实际控制人）”、“八、发行人的业务”、“九、关联交易及同业竞争”、“十、发行人的主要财产”、“十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化”部分所述，并经信达律师查询“中国执行信息公开网”网站信息，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（六）项规定的情形；发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 24 个月内主营业务未发生重大变化，最近 24 个月内实际控制人未发生变更，最近 24 个月内董事、高级管理人员未发生重大不利变化，发行人或其控股股东、实际控制人、对发行人主营业务收入或净利润占比超过 10%的重要子公司不存在被列入失信被执行人名单且尚未消除的情形。

11、根据发行人的确认，并经信达律师核查《公司章程》条款内容，发行人无表决权差异安排，不适用《股票上市规则》第 2.1.5 条的规定。

基于上述，信达律师认为，截至本《本次法律意见书（二）》出具之日，发行人本次发行上市已符合相关法律、法规及中国证监会、北交所规定的各项实质性条件，但尚需取得北交所认为发行人符合发行条件和信息披露要求的审核意见、中国证监会予以注册的决定及北交所同意上市的决定。

#### 四、发行人的独立性

自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人仍保持业务独立，资产独立完整，具有独立完整的供应、生产、销售系统，



人员独立、机构独立、财务独立，发行人仍具面向市场自主经营的能力。

## 五、发起人和股东（实际控制人）

### （一）发行人现有股东情况

经核查，发行人向北交所报送本次发行上市的申报材料后，根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司股票停复牌业务实施细则》等相关规定，申请了股票停牌，发行人股票于2023年6月26日起停牌。发行人根据中登公司北京分公司于2023年6月30日提供的《前200名全体排名证券持有人名册》（以下简称“《证券持有人名册》”），自《律师工作报告》出具之日起至2023年6月30日，发行人的前十大股东及其持有发行人股份情况未发生变化，期间新入股的自然人股东及持股比例如下：

| 序号 | 股东姓名 | 身份证号码              | 持股数量<br>(股) | 持股比例<br>(%) | 住址/住所     |
|----|------|--------------------|-------------|-------------|-----------|
| 01 | 刘辉   | 3402*2197*04162*30 | 5,300       | 0.0161      | 上海市闵行区    |
| 02 | 孔灵   | 5105*2197*10190*10 | 1,488       | 0.0045      | 四川省成都市武侯区 |

上述新增自然人股东均为通过二级市场取得发行人股份的外部股东，经信达律师查询“证券期货市场失信记录查询平台”的信息，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，上述新增自然人股东均不存在被法律法规限制或者禁止投资的情形。

自2023年6月30日至2023年9月28日，发行人的股东情况未发生变化。

截至2023年9月28日，发行人的非自然人股东未发生变化，分别为文投博达、一八九六、深圳源烯，该等非自然人股东的基本信息未发生变化。

（二）根据发行人前十大股东、文投博达、一八九六、樊五洲和全体内部自然人股东的书面确认并经信达律师核查，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人上述股东实际持有发行人股份，不存在委托持股、信托持股、表决权委托等情形，不存在对赌等特殊约定的情形，不存在被质押、权属争议或者瑕

疵。

（三）截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的近亲属未通过直接或间接的方式持有发行人股份。

（四）截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人控股股东、实际控制人不存在变化。

## 六、发行人的业务

经核查，信达律师认为：

（一）发行人及其子公司的经营范围已在市场监督管理部门进行登记，符合法律法规的规定，符合市场监督管理部门的注册、登记、核准或者备案要求。发行人及其子公司的经营范围和经营方式符合有关法律、法规和规范性文件的规定；发行人的生产经营真实，符合法律法规的规定，符合国家产业政策。

（二）发行人已对照其开展经营业务所必须的各项资质证照和行政许可的准入条件和续展要求，确认其目前符合相关法律法规规定的准入条件，并承诺将采取一切措施保证其在未来持续满足法律法规所规定的准入条件。

（三）截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人不存在中国大陆以外经营的情况。

（四）2023年1月1日至2023年6月30日，发行人主营业务稳定，主营业务未发生过变更。

（五）2023年1月1日至2023年6月30日，发行人主营业务占当期营业收入的比例一直为100%，发行人主营业务突出。

（六）截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人的持续经营不存在法律障碍。

（七）发行人的主要客户和供应商

## 1、主要客户

根据《审计报告》、发行人书面说明并经信达律师核查，发行人 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日前五大客户的注册情况如下（按照受同一实际控制人控制的客户报告期合并计算的采购额的标准）：

| 序号 | 客户名称               | 注册地址                                | 机构类型   | 是否存在经营异常 |
|----|--------------------|-------------------------------------|--------|----------|
| 01 | 长城计算机软件与系统有限公司     | 北京市海淀区中关村东路 66 号甲 1 号楼 17-19 层      | 有限责任公司 | 否        |
| 02 | 中国银行股份有限公司及其分支机构   | 北京市西城区复兴门内大街 1 号                    | 国有上市公司 | 否        |
| 03 | 北京邮电大学             | 北京市海淀区西土城路 10 号                     | 事业单位   | 否        |
| 04 | 中国建设银行股份有限公司及其分支机构 | 北京市西城区金融大街 25 号                     | 国有上市公司 | 否        |
| 05 | 龙岩市鸿镜电子科技有限公司      | 福建省龙岩市新罗区西陂街道华莲社区华莲路 53 号 J 幢 911 室 | 有限责任公司 | 否        |

注：上表中经营异常是指经查询“国家企业信用信息公示系统”或“全国组织机构代码统一社会信用代码查询平台”、“信用中国”网站，存在注销、吊销、被列入经营异常名录、被列为失信被执行人、存在信用风险的任一情形。

2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日，中国银行股份有限公司及其分支机构投资了东北大学教师个人主页项目、西安交通大学音视频网站建设项目、大连海事大学站群升级项目等，因此经合并后中国银行股份有限公司及其分支机构成为公司 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日的第二大客户；中国建设银行股份有限公司及其分支机构投资了济南大学网站群升级和投稿系统项目，因此中国建设银行股份有限公司及其分支机构成为公司 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日的第四大客户。

## 2、主要供应商

发行人的书面说明并经信达律师核查，发行人 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日前五大供应商的注册情况如下（按照受同一实际控制人控制的客户报告期合并计算的采购额的标准）：

| 序号 | 供应商名称          | 注册地址  | 机构类型   | 是否存在经营异常 |
|----|----------------|---|--------|----------|
| 01 | 西安飞乐云科技有限公司    | 陕西省西安市高新区太白南路科技六路建邦华庭 12 号楼一单元 613 室        | 有限责任公司 | 否        |
| 02 | 云南开皓科技有限公司     | 云南省昆明市西山区西园路融城优郡 B5 座 906-31 号              | 有限责任公司 | 否        |
| 03 | 西安聚力企业形象设计有限公司 | 陕西省西安市雁塔区太白南路 191 号崇立金世园 1 幢 10608 室        | 有限责任公司 | 否        |
| 04 | 西安和谐网络科技有限责任公司 | 西安经济技术开发区明光路 166 号西安工业设计产业园 7 号楼 0108 室     | 有限责任公司 | 否        |
| 05 | 陕西秦忻泰工贸有限公司    | 陕西省西安市高新区唐延路 25 号银河新坐标 A 座 12 层 1204 号 H053 | 有限责任公司 | 否        |

注：上表中经营异常是指经查询“国家企业信用信息公示系统”、“信用中国”网站，存在注销、吊销、被列入经营异常名录、被列为失信被执行人、存在信用风险的任一情形。

经核查，发行人 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日前五大客户均正常经营，主要为高校、政府机构等，不存在成立后短期内即成为发行人主要客户的情形；发行人 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日前五大供应商均正常经营，不存在成立后短期内即成为发行人主要供应商的情形。

## 七、关联交易与同业竞争

### （一）发行人的主要关联方变化情况

根据发行人实际控制人、持股 5% 以上的股东、董事、监事、高级管理人员的书面确认、信达律师通过查询国家企业信用信息公示系统，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，除《律师工作报告》已披露的关联方及基本情况外，发行人关联方情况存在如下变动：

#### 1、增加的关联方

（1）除实际控制人之外，直接或间接持有发行人 5% 以上股份的自然人股东、发行人的董事、监事及高级管理人员

朱莉欣，2023 年 7 月 26 日，发行人召开 2023 年第二次临时股东大会，选举朱莉欣为独立董事。

（2）朱莉欣关系密切的家庭成员均构成发行人的关联方，其中关系密切的家庭成员包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

因本部分所述关联自然人较多，且报告期内未与发行人及其控股子公司发生交易或持有发行人股份，因此不具体披露本部分所述的关联自然人姓名。

（3）直接或者间接持有发行人 5% 以上股份的自然人、发行人董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的或者担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或者其他组织

根据直接或者间接持有发行人 5% 以上股份的自然人，发行人的董事、监事、高级管理人员填写的书面确认并经信达律师查询“国家信用信息公示系统”网站、“电子营业执照”小程序及其他网络公开信息资料，自《律师工作报告》出具之日起至本《补充法律意见书（二）》出具之日，新增的直接或者间接持有发行人 5% 以上股份的自然人、发行人董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）直接或间接控制的或者担任董事、

高级管理人员的除公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织如下：

| 序号 | 关联方名称            | 关联关系             |
|----|------------------|------------------|
| 01 | 陕西金泰恒业房地产有限公司    | 朱莉欣配偶汪方军担任董事     |
| 02 | 开源证券股份有限公司       | 朱莉欣配偶汪方军担任独立董事   |
| 03 | 杨凌美畅新材料股份有限公司    | 朱莉欣配偶汪方军担任独立董事   |
| 04 | 西安曲江文化旅游股份有限公司   | 朱莉欣配偶汪方军担任独立董事   |
| 05 | 中航电测仪器股份有限公司     | 朱莉欣配偶汪方军担任独立董事   |
| 06 | 陕西域览九州智能光电科技有限公司 | 钱学明持股 70%，担任执行董事 |
| 07 | 国融证券股份有限公司       | 梁芳担任独立董事         |

## 2、减少的关联方（但仍然属于报告期内曾经存在的关联方）

| 序号 | 关联方名称       | 关联关系                                    |
|----|-------------|---|
| 01 | 苏州佳茂芯科技有限公司 | 钱学明报告期内持股 30%并担任董事，已于 2023 年 8 月 18 日注销 |

## （二）关联交易情况

根据《审计报告》、发行人书面确认并经信达律师核查，发行人于 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日期间新发生的关联交易如下：

| 关联方                | 关联交易内容  | 2023 年 1-6 月（元） |
|--------------------|---------|-----------------|
| 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司 | 技术服务    | 13,207.51       |
| 陕西文投资本管理有限公司       | 软件及软件实施 | 3,183.96        |

2023 年 1 月 1 日至 6 月 30 日，发行人向陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司提供技术服务、向陕西文投资本管理有限公司提供软件及软件实施服务等累计各期关联销售占当期营业收入的比重很小。根据发行人当时有效的公司章程及关联交易管理制度的规定，上述关联销售无需经董事会、股东大会审议。

发行人向陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司提供技术服务，向陕西文投资本管理有限公司提供软件及软件实施服务，属于发行人主营业务内容，系客户实际业务所需，具备必要性及合理性，定价系基于市价的原则协商确定，具有公允性。

发行人控股股东、实际控制人魏小立、李传咏、王逸杰，董事、监事、高级管理人员出具的关于规范和减少关联交易的承诺未发生变化。

### （三）同业竞争情况

根据发行人控股股东、实际控制人魏小立、李传咏、王逸杰的书面确认并经信达律师核查，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间均不存在同业竞争；魏小立、李传咏、王逸杰作出的关于避免同业竞争的承诺未发生变化。

## 八、发行人的主要财产变化情况

### （一）土地使用权及房屋所有权

根据发行人的说明并经信达律师核查，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司拥有土地使用权及房屋所有权情况未发生变化。

### （二）注册商标专用权

根据发行人提供的注册商标证书、发行人出具的书面确认并经信达律师查询国家商标局网站信息，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司拥有注册商标专用权情况未发生变化。

### （三）专利权

根据发行人提供的专利证书、国家知识产权局出具的专利证明文件、发行人出具的书面确认并经信达律师查询中国及多国专利审查信息查询网站，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司新取得 1 项专利权，具体如下：

| 序号 | 名称                 | 专利号            | 专利类型 | 申请日        | 取得方式 |
|----|--------------------|----------------|------|------------|------|
| 01 | 一种基于微服务的网站动态应用管理系统 | 201911223112.2 | 发明   | 2023-08-10 | 原始取得 |

根据发行人出具的书面确认、国家知识产权局出具的证明并经信达律师核查，发行人及其子公司所拥有的境内专利权系发行人及其子公司依法申请或受让取得且均取得了完备的权属证书，就受让取得的专利权，发行人与权利人签署了相关协议，并支付了相应的价款；截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，不存在质押或优先权等权利瑕疵或受限的情形，不存在许可第三方使用等情形，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

#### （四）计算机软件著作权

根据发行人提供的计算机软件著作权证书、中国版权保护中心计算机软件著作权登记概况查询结果、发行人出具的书面确认并经信达律师核查，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司新取得的计算机软件著作权登记证书如下：

| 序号 | 作品名称               | 权利人  | 登记号           | 首次发表日      | 取得方式 |
|----|--------------------|------|---------------|------------|------|
| 1  | 博达融媒体融合发布平台 V3.0   | 博达软件 | 2023SR0368247 | 2021.06.29 | 原始取得 |
| 2  | 博达音视频资源聚合管理平台 V1.0 | 博达软件 | 2023SR0131002 | 2021.11.15 | 原始取得 |
| 3  | 高校档案预约管理系统 V1.0    | 博达软件 | 2023SR0483483 | 2022.03.20 | 原始取得 |
| 4  | 博达软件统一身份认证系统 V1.0  | 博达软件 | 2023SR0383685 | 2022.06.15 | 原始取得 |
| 5  | 博达资源知识图谱系统 V1.0    | 博达软件 | 2023SR1096090 | 2022.07.02 | 原始取得 |
| 6  | 博达资讯聚合平台 V1.0      | 博达软件 | 2023SR0464508 | 2022.09.13 | 原始取得 |
| 7  | 博达 AI 服务平台 V1.0    | 博达软件 | 2022SR1520553 | 2022.05.25 | 原始取得 |
| 8  | 博达资源归档软件 V1.0      | 博达软件 | 2023SR1183608 | 2022.09.25 | 原始取得 |



|    |                          |      |               |            |      |
|----|--------------------------|------|---------------|------------|------|
| 9  | 博达资源下载管理软件<br>V1.0       | 博达软件 | 2023SR1108078 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 10 | 博达资源上传助手软件<br>V1.0       | 博达软件 | 2023SR1188286 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 11 | 博达新媒体内容聚合软件<br>V1.0      | 博达软件 | 2023SR1110933 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 12 | 博达新媒体内容安全检测软件<br>V3.0    | 博达软件 | 2023SR1094492 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 13 | 博达网络宣传阵地备案系统<br>V1.0     | 博达软件 | 2023SR1153833 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 14 | 博达图片人脸识别软件<br>V1.0       | 博达软件 | 2023SR1109956 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 15 | 博达水印生成软件 V1.0            | 博达软件 | 2023SR1187153 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 16 | 博达数据模型训练软件<br>V1.0       | 博达软件 | 2023SR1096101 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 17 | 博达视频点播软件 V1.0            | 博达软件 | 2023SR1153580 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 18 | 博达稿件一键排版软件<br>V1.0       | 博达软件 | 2023SR1188182 | 2022.10.20 | 原始取得 |
| 19 | 博达规范性文件管理及检索系统软件<br>V1.0 | 博达软件 | 2023SR0368246 | 2022.12.10 | 原始取得 |
| 20 | 博达智讯门户平台 V1.0            | 博达软件 | 2023SR0368244 | 2023.01.09 | 原始取得 |
| 21 | 博达智享内容开发平台<br>V1.0       | 博达软件 | 2023SR0368245 | 2023.01.09 | 原始取得 |
| 22 | 博达融媒体大屏设备控制软件<br>V1.0    | 博达软件 | 2023SR1099673 | 2023.01.20 | 原始取得 |
| 23 | 博达内容安全管控门户               | 博达软件 | 2023SR0440603 | 2023.02.13 | 原始取得 |

|    |                      |      |               |            |      |
|----|----------------------|------|---------------|------------|------|
|    | 系统 V1.0              |      |               |            | 得    |
| 24 | 博达直播软件系统 V1.0        | 博达软件 | 2023SR1094502 | 2023.02.20 | 原始取得 |
| 25 | 博达内容智能处理系统 V1.0      | 博达软件 | 2023SR0794346 | 2023.04.10 | 原始取得 |
| 26 | 博达信创全媒体网站群管理平台 V12.0 | 博达软件 | 2023SR0674490 | 2023.04.20 | 原始取得 |
| 27 | 博达内容融合智能管理中台软件 V1.0  | 博达软件 | 2023SR0737573 | 2023.04.30 | 原始取得 |
| 28 | 博达智能搜索系统 V1.0        | 博达软件 | 2023SR0794345 | 2023.05.15 | 原始取得 |
| 29 | 博达信创融媒体管理平台 V3.0     | 博达软件 | 2023SR1098993 | 2023.06.20 | 原始取得 |

根据发行人书面确认及信达律师核查，发行人及其子公司拥有的计算机软件著作权系发行人及其子公司依法申请取得且均取得了完备的权属证书，不存在质押或优先权等其他权利瑕疵或限制的情形，不存在许可第三方使用等情形，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

### （五）域名

根据发行人提供的域名证书、发行人出具的书面确认并经信达律师查询 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司拥有的域名使用权情况未发生变化。

### （六）主要生产经营设备

根据《审计报告》、发行人及其子公司提供的截至 2023 年 6 月 30 日的《固定资产清单》，发行人及其子公司拥有的主要经营设备包括电子设备、办公家具、运输设备等。

根据发行人出具的书面确认并经信达律师抽查发行人主要生产经营设备的购置合同、购置发票等资料，信达律师认为，发行人通过购买取得上述设备的所

有权，权属关系真实、合法、有效。

### （七）发行人的长期股权投资情况

经核查，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人拥有的子公司及其情况未发生变化。

### （八）发行人的房屋租赁情况

经核查，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司的房屋租赁情况如下：

| 序号 | 用途 | 出租方          | 承租方 | 地址                                   | 面积 (M <sup>2</sup> ) | 租赁期限至     | 是否取得产权证          |
|----|----|--------------|-----|--------------------------------------|----------------------|-----------|------------------|
| 01 | 居住 | 崔倩           | 发行人 | 广州市番禺区南村镇兴南大道398号广州雅居乐花园上善若水雅园6幢1001 | 195.90               | 2024/8/14 | 是                |
| 02 | 办公 | 李明铭、周俐       | 发行人 | 南京市雨花台区南京南站站西片区绿地之窗商务广场C3幢-839       | 80.14                | 2024/4/14 | 取得商品房预售合同        |
| 03 | 居住 | 南京蚁群数字科技有限公司 | 发行人 | 南京市雨花台区梅香路7号绿地之窗D3栋1010房             | 53.00                | 2024/7/12 | 取得利安人寿保险股份有限公司授权 |
| 04 | 居住 | 张岩           | 发行人 | 哈尔滨市南岗区发展大道与高铁南街交角以北5栋1单元16层1602     | 78.64                | 2024/3/31 | 取得商品房买卖合同        |
| 05 | 办公 | 朴慧勇          | 发行人 | 哈尔滨市南岗区哈尔滨大街616号金爵万象1栋5层13号          | 73.75                | 2024/3/23 | 是                |
| 06 | 居住 | 牛松、周爱平       | 发行人 | 郑州市郑东新区姚桥路66号13号楼2单元4层402号           | 94.44                | 2024/3/31 | 是                |

|    |    |             |     |  |        |            |          |
|----|----|-------------|-----|--|--------|------------|----------|
| 07 | 办公 | 张星          | 发行人 | 郑州市高新技术开发区科学大道 89 号升龙又一城 4 号楼 B 座 17 层 530 号 | 92.11  | 2024/6/30  | 是        |
| 08 | 办公 | 魏宏鑫         | 发行人 | 西宁市城北区海西西路金座威尼谷小区二号楼一单元 1183 室               | 106.26 | 2024/3/2   | 是        |
| 09 | 办公 | 申玉萍         | 发行人 | 山西省太原市科技街 1 号 1 幢 2 单元 4 层 0401 号            | 144.00 | 2024/2/28  | 是        |
| 10 | 办公 | 北京北航科技园有限公司 | 发行人 | 北京市海淀区北四环中路 238 号“柏彦大厦”5 层 507 单元            | 116.24 | 2023/12/31 | 是        |
| 11 | 居住 | 曹国滨、马慧莹     | 发行人 | 北京市海淀区学院路 6 号 2 号楼 1507                      | 109.70 | 2023/10/31 | 是        |
| 12 | 居住 | 郭洁          | 发行人 | 济南市历下区保利华庭 1 号楼 2 单元 1603 室                  | 70.02  | 2023/10/31 | 是        |
| 13 | 办公 | 陈飞          | 发行人 | 云南省昆明市官渡区世纪城玉春苑 18 栋 4 单元 03K                | 113.94 | 2024/9/11  | 是        |
| 14 | 办公 | 刘明明         | 发行人 | 石家庄市裕华区塔北路 85 号天海誉天下小区 6-1-2603              | 96.87  | 2024/9/9   | 是        |
| 15 | 居住 | 郑媛          | 发行人 | 上海市杨浦区睿达路 189 弄 07 号 702 室                   | 152.82 | 2024/9/4   | 取得特殊住房协议 |
| 16 | 居住 | 董克勇         | 发行人 | 兰州市安宁区建宁西路 118 号                             | 177.29 | 2024/8/31  | 有        |
| 17 | 办公 | 张金富         | 发行人 | 合肥市马鞍山路 130 号万达广场 3 幢 1402 室                 | 89.30  | 2025/8/26  | 是        |
| 18 | 居住 | 艾鹿春         | 发行人 | 武汉市时代花园东区 10 栋 2 单元 1301                     | 135.00 | 2025/7/22  | 取得拆迁协议   |
| 19 | 居住 | 曹满彬         | 发行人 | 成都市金牛区蜀蓉路 39 号凯丽豪景 2 栋 25 层 1 号              | 118.60 | 2024/5/31  | 是        |

|    |    |     |     |  |        |           |   |
|----|----|-----|-----|--|--------|-----------|---|
| 20 | 办公 | 李晓妹 | 发行人 | 厦门市集美区诚毅北路 311 号<br>1903 室                       | 80.48  | 2024/3/19 | 是 |
| 21 | 居住 | 杜顺虎 | 发行人 | 南昌市青山湖区双港西大街<br>999 号万科金域国际 16 栋单元<br>3201       | 88.00  | 2024/6/3  | 是 |
| 22 | 居住 | 纳伟  | 发行人 | 呼和浩特新城区新华东街 85<br>号太伟方恒广场二期住宅 0 号<br>楼 1 单元 2603 | 95.89  | 2024/8/31 | 是 |
| 23 | 居住 | 袁亚绒 | 发行人 | 西安市雁塔区丈八西路西沙湖<br>花园 2-1-2404                     | 90.00  | 2024/9/4  | 是 |
| 24 | 居住 | 吴海敏 | 发行人 | 南宁市西乡塘区大学东路 128<br>号裕丰荔园 B 单元 1902 号             | 89.41  | 2024/9/24 | 是 |
| 25 | 办公 | 李刚  | 发行人 | 乌鲁木齐市新市区青海路 66<br>号翰墨府小区 3 号 1 单元 304<br>室       | 105.95 | 2024/9/20 | 是 |

发行人租赁上述房屋主要用于分公司、办事处员工办公或居住使用。根据发行人出具的书面确认并经核查租赁房屋的产权证、租赁合同，发行人租赁的上述房屋个别尚未办理不动产权证，均未办理租赁备案手续。发行人控股股东、实际控制人魏小立、李传咏和王逸杰已出具《承诺函》，其承诺：“如因承租物业权属存在瑕疵、产权证书及报建许可不齐全、租赁合同未办理登记备案等原因而受到任何行政处罚或遭受任何损失，致使公司及其子公司无法继续使用相关房产的，本人将承担公司及其子公司因此发生的一切支出和损失，且无需公司及其子公司支付任何对价，确保公司及其子公司的正常生产经营不受影响。”

信达律师认为：

1、发行人就上述房屋租赁情形均已签署了租赁合同，发行人承租的部分房屋尚未办理不动产权证书，除南京蚁群数字科技有限公司出租的房屋外，其余未办理不动产权证的房屋已提供房屋购买合同或拆迁协议等，根据发行人的书面说明并经信达律师核查“中国裁判文书网”、“人民法院公告网”及“中国执行信

息公开网”，截至本《律师工作报告》出具之日，租赁双方均依约履行该等房屋租赁合同，租赁双方不存在纠纷，且发行人实际控制人已出具承担损失的承诺，租赁房屋可替代性较强，因此，发行人承租的部分房屋未取得房屋产权证书的情况不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不会对发行人本次发行上市造成实质性影响。

2、发行人上述承租的房产未办理租赁备案手续，根据《中华人民共和国民法典》相关规定，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力；根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，未办理租赁备案手续存在被予以行政处罚的风险；但由于法定的处罚金额较小，且发行人实际控制人已出具承担损失的承诺，发行人租赁的房产存在未办理租赁备案手续的情况不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不会对发行人本次发行上市造成实质性影响。

## 九、发行人的重大债权债务

### （一）重大合同

本《补充法律意见书（二）》中的“重大合同”是指对发行人正在履行、将要履行或已履行完毕但可能存在潜在纠纷的对发行人报告期生产经营活动、财务状况或者未来发展等具有重要影响的合同。

#### 1、采购合同

截至本《律师工作报告》出具之日，发行人报告期内签署的已履行完毕或正在履行金额 50 万元及以上的重大采购合同情况如下：

| 序号 | 供应商名称        | 项目名称            | 合同价款<br>(万元) | 合同签署日期/合同期限 | 履行情况 |
|----|--------------|-----------------|--------------|-------------|------|
| 01 | 上海游学网络科技有限公司 | 上海中医药大学智慧学习平台项目 | 222.30       | 2019/1/23   | 正在履行 |

|    |                 |                                       |        |            |      |
|----|-----------------|---------------------------------------|--------|------------|------|
| 02 | 武汉冠兴科技有限公司      | 海军工程大学数字化资源管理平台开发采购项目                 | 74.66  | 2021/7/16  | 正在履行 |
| 03 | 西安秦基软件科技有限公司    | 吉林大学智能机器人项目                           | 50.00  | 2020/12/23 | 履行完毕 |
| 04 | 西安驰越网络信息技术有限公司  | 吉林大学网络综合教育平台项目                        | 50.00  | 2020/12/25 | 履行完毕 |
| 05 | 西安驰越网络信息技术有限公司  | 吉林大学智能机器人项目                           | 80.00  | 2020/12/25 | 履行完毕 |
| 06 | 西安启脉信息技术有限公司    | 吉林大学网络综合教育平台项目                        | 50.00  | 2020/12/14 | 履行完毕 |
| 07 | 医卫康（上海）信息科技有限公司 | 西安市人民医院（西安市第四医院）管理系统外采                | 130.00 | 2022/12/25 | 正在履行 |
| 08 | 北京领祎科技有限公司      | 北京信息科技大学新校区室内外信息发布系统及学术报告厅—校园文化阵地建设项目 | 57.00  | 2021/9/16  | 履行完毕 |
| 09 | 陕西鑫盛合科工贸有限公司    | 金堆城钼业集团有限公司融媒体建设项目                    | 79.68  | 2021/12/1  | 履行完毕 |
| 10 | 北京恒星科通科技发展有限公司  | 青海柴达木职业技术学院融媒体项目                      | 80.00  | 2021/1/28  | 履行完毕 |
| 11 | 云南开皓科技有限公司      | 普洱市人民政府办公室市政府网站集群系统密码应用改造和软件升级采购项目    | 230.66 | 2023/6/27  | 正在履行 |

|    |             |                       |       |           |      |
|----|-------------|-----------------------|-------|-----------|------|
| 12 | 西安飞乐云科技有限公司 | 兰州理工大学融媒体中心建设项目政府采购合同 | 91.50 | 2023/5/29 | 履行完毕 |
| 13 | 西安飞乐云科技有限公司 | 北部战区陆军某部全媒体中心设备采购项目   | 59.88 | 2023/4/7  | 履行完毕 |
| 14 | 陕西秦忻泰工贸有限公司 | 全媒体中心设备采购项目           | 50.39 | 2023/4/13 | 履行完毕 |

经核查，发行人及其子公司与供应商签署的《采购合同》的主要内容包括合同标的、工作条件和协作事项、合同价款及其支付方式、履行期限和方式、工作要求、验收与交付、成果约定、保密、合同变更与解除、违约责任条款等。

## 2、销售合同

截至本《律师工作报告》出具之日，发行人报告期内签署的已履行完毕或正在履行金额 150 万元及以上的重大销售合同情况如下：

| 序号 | 客户名称                        | 项目名称                      | 合同金额（万元） | 签订日期       | 履行情况 |
|----|-----------------------------|---------------------------|----------|------------|------|
| 15 | 金堆城钼业集团有限公司                 | 金堆城钼业集团融媒体中心项目            | 315.84   | 2021/11/1  | 正在履行 |
| 16 | 长城计算机软件与系统有限公司（终端客户为中国武警总部） | 武警总部融媒体中心全域智慧媒体编辑部支撑软件项目  | 312.08   | 2022/9/1   | 正在履行 |
| 17 | 天水市人民政府办公室                  | 天水市政府网站集约化建设项目            | 247.50   | 2022/12/29 | 正在履行 |
| 18 | 四川省消防救援总队                   | 四川省消防救援总队全媒体中心软硬件升级改造采购项目 | 246.51   | 2021/11/8  | 履行完毕 |



|    |                                 |                            |        |            |      |
|----|---------------------------------|----------------------------|--------|------------|------|
| 19 | 中国银行股份有限公司山东省分行、山东大学            | 山东大学网站群与融媒体建设（一）项目         | 227.18 | 2020/12/16 | 履行完毕 |
| 20 | 西安凌云数据科技有限公司（终端客户为西安市人民医院）      | 西安市人民医院（西安市第四医院）急诊信息系统     | 190.00 | 2022/12/13 | 履行完毕 |
| 21 | 青海柴达木职业技术学院（海西蒙古族藏族自治州职业技术学校）   | 青海柴达木职业技术学院校园融媒体系统建设项目     | 198.00 | 2021/12/15 | 履行完毕 |
| 22 | 中国银行股份有限公司青岛市北支行、青岛科技大学         | 青岛科技大学软件系统项目               | 196.80 | 2020/10/13 | 正在履行 |
| 23 | 中国建设银行股份有限公司长春工农大路支行（终端客户为吉林大学） | 吉林大学移动校园项目（网络综合教育平台项目）     | 196.00 | 2020/11/6  | 履行完毕 |
| 24 | 中国银行股份有限公司吉林省分行（终端客户为吉林大学）      | 吉林大学校园智能化建设项目（第一包）综合智能服务平台 | 191.00 | 2020/5/18  | 履行完毕 |
| 25 | 山西传媒学院                          | 山西传媒学院综合信息门户平台开发服务         | 189.96 | 2021/7/9   | 履行完毕 |

|    |            |                                    |        |            |      |
|----|------------|------------------------------------|--------|------------|------|
| 26 | 中国民用航空飞行学院 | 中国民用航空飞行学院校园集约化网站群管理平台采购项目         | 174.60 | 2020/12/2  | 履行完毕 |
| 27 | 中央民族大学     | 中央民族大学网站群系统升级项目                    | 168.00 | 2022/12/25 | 正在履行 |
| 28 | 中央音乐学院     | 中央音乐学院官网改版和站群系统升级改造项目              | 158.60 | 2021/12/16 | 正在履行 |
| 29 | 普洱市人民政府    | 普洱市人民政府办公室市政府网站集群系统密码应用改造和软件升级采购项目 | 292.80 | 2023/6/21  | 正在履行 |
| 30 | 兰州理工大学     | 兰州理工大学融媒体中心建设项目政府采购合同              | 192.85 | 2023/5/10  | 正在履行 |

经核查，发行人上述重大合同形式及内容均合法，不存在无效、可撤销、效力待定的情形，不存在重大法律风险；上述重大合同均无需履行股东大会、董事会或监事会等内部决策程序；上述重大合同均无需办理批准、登记手续。

## （二）侵权之债

根据发行人及其子公司住所地的生态环境、市场监管、社会保障等政府主管部门出具的证明及发行人出具的书面确认并经信达律师核查“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“信用中国”及相关政府部门网站等，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人没有因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身侵权等原因产生的侵权之债。

## （三）发行人与关联方之间的重大债权债务及担保

根据《审计报告》及发行人出具的书面确认，除本《补充法律意见书（二）》

第二部分之“七、（二）关联交易情况”所披露的情形外，2023年1月1日至2023年6月30日期间发行人及其子公司与关联方之间不存在其他重大债权债务关系，也不存在其他发行人与关联方互相提供担保的情形。

#### （四）金额较大的其他应收款、其他应付款

##### 1、其他应收款

根据《审计报告》，截至2023年6月30日，发行人按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况如下：

| 单位名称                          | 款项性质   | 金额（元）             | 占其他应收款期末余额合计数的比例 |
|-------------------------------|--------|-------------------|------------------|
| 青海柴达木职业技术学院（海西蒙古族藏族自治州职业技术学校） | 保证金及押金 | 198,000.00        | 2.79%            |
| 山西传媒学院                        | 保证金及押金 | 189,960.00        | 2.68%            |
| 长城计算机软件与系统有限公司                | 保证金及押金 | 166,000.00        | 2.34%            |
| 东北大学                          | 保证金及押金 | 160,800.00        | 2.27%            |
| 金陵科技学院                        | 保证金及押金 | 147,000.00        | 2.07%            |
| <b>合计</b>                     |        | <b>861,760.00</b> | <b>12.14%</b>    |

##### 2、其他应付款

根据《审计报告》及发行人提供的其他应付款科目余额表，截至2023年6月30日，发行人其他应付款（按款项性质归集的余额）具体如下：

| 单位名称             | 款项性质  | 金额（元）      | 占其他应付款期末余额合计数的比例 |
|------------------|-------|------------|------------------|
| 大华会计师事务所（特殊普通合伙） | 费用性采购 | 303,092.07 | 13.07%           |
| 在路上（北京）科技有限公司    | 费用性采购 | 174,702.00 | 7.53%            |

|                |       |                   |               |
|----------------|-------|-------------------|---------------|
| 山西云之数信息技术有限公司  | 费用性采购 | 110,880.00        | 4.78%         |
| 西安索尔软件科技有限公司   | 费用性采购 | 87,000.00         | 3.75%         |
| 陕西求源创新电子科技有限公司 | 费用性采购 | 67,504.00         | 2.91%         |
| <b>合计</b>      |       | <b>743,178.07</b> | <b>32.05%</b> |

根据发行人出具的书面确认、抽查上述金额较大的其他应收款、其他应付款所涉及的相关合同/协议，信达律师认为，发行人金额较大的其他应收款、其他应付款是因发行人正常的生产经营活动发生，真实、有效；与发行人金额较大的其他应收款、其他应付款相关的合同或者协议真实有效履行。

## 十、发行人的重大资产变化及收购兼并

经信达律师核查，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人未发生过增资扩股、减少注册资本、合并、分立的行为。

根据发行人出具的书面确认并经信达律师核查，发行人报告期内未发生收购或出售股权资产、资产置换、资产剥离等情况。

根据发行人出具的书面确认，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人不存在拟进行的资产置换、资产剥离、资产出售或收购等行为。

## 十一、发行人章程的制定与修改

### （一）《公司章程》的修改

经信达律师核查，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人修改《公司章程》1次，具体如下：

根据中国证监会2023年7月28日修订的《上市公司独立董事管理办法》第五条的规定，为完善公司治理，发行人董事会增加了1名独立董事，董事会人数

增至 8 人，并在董事会中设置了审计委员会，因此对《公司章程》相关条款进行了修订。2023 年 8 月 7 日，发行人在西安市监局高新区分局将上述修订后的《公司章程》进行了备案登记。

经核查，信达律师认为，发行人《公司章程》的修改已履行法定程序。发行人现行有效的《公司章程》内容符合现行法律、法规和规范性文件的规定。

## （二）《公司章程（草案）》的修改

根据中国证监会 2023 年 7 月 28 日修订的《上市公司独立董事管理办法》第五条的规定，为完善公司治理，发行人董事会增加了 1 名独立董事，董事会人数增至 8 人，并在董事会中设置了审计委员会，因此对《公司章程（草案）》相关条款进行了修订。

经核查，信达律师认为，发行人《公司章程（草案）》的修改已履行法定程序。发行人《公司章程（草案）》内容符合现行法律、法规和规范性文件的规定。

## 十二、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

### （一）发行人的组织机构

经核查发行人自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人的组织机构变化如下：

根据中国证监会 2023 年 7 月 28 日修订的《上市公司独立董事管理办法》第五条的规定，为完善公司治理，发行人董事会增加了 1 名独立董事，董事会人数增至 8 名，其中独立董事 3 名，独立董事占董事会成员的比例不低于三分之一，并在董事会中设置了审计委员会。

### （二）股东大会、董事会、监事会议事规则

#### 1、现行有效议事规则的修订程序

因增加独立董事并设置审计委员会的需要，2023 年 7 月 26 日，发行人召开 2023 年第二次临时股东大会，审议通过了修改后的《西安博达软件股份有限公

司董事会议事规则》。

## 2、与本次发行上市有关的修订

因增加独立董事并设置审计委员会的需要，2023年7月26日，发行人召开2023年第二次临时股东大会，审议通过了修改后的《西安博达软件股份有限公司董事会制度（北交所上市后适用）》。

### （三）发行人历次股东大会、董事会、监事会

自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人召开的股东大会、董事会和监事会具体情况如下：

#### 1、股东大会

发行人在上述期间召开1次股东大会，具体情况如下：

| 序号 | 召开日期       | 会议名称           | 审议事项  |
|----|------------|----------------|---|
| 01 | 2023-07-26 | 2023年第二次临时股东大会 | 审议通过了《关于选举朱莉欣女士为独立董事的议案》《关于修订<公司章程>的议案》《关于修订<董事会制度>的议案》《关于修订公司在北京证券交易所上市后适用的<西安博达软件股份有限公司章程（草案）>的议案》《关于修订公司在北京证券交易所上市后适用的<西安博达软件股份有限公司董事会制度（北交所上市后适用）>的议案》等议案 |

#### 2、董事会

发行人在上述期间共召开4次董事会，具体情况如下：

| 序号 | 召开日期       | 会议名称        | 审议事项   |
|----|------------|-------------|--|
| 01 | 2023-07-10 | 第四届董事会第三次会议 | 审议通过了《关于选举朱莉欣女士为独立董事的议案》《关于修订<公司章程>的议案》《关于修订<董事会制度>的议案》《关于修订公司在北京证券交易所上市后适用的<西安博达软件股份有限公司章程（草案）>的议案》《关于修订公司在北京证券交易所上市后适用的<西安博达软件股份有限公司董事会制度（北交所上市后适用）>的议案》《关于提请召开2023年第二次临时股东大会的议案》等议案 |

| 序号 | 召开日期       | 会议名称            | 审议事项  |
|----|------------|-----------------|---|
| 02 | 2023-08-28 | 第四届董事会<br>第四次会议 | 审议通过了《关于 2023 年半年报的议案》《关于 2023 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告的议案》《关于更正 2022 年半年度报告的议案》《关于前期会计差错更正的议案》《关于公司 2023 年 1-6 月审阅报告的议案》《关于设立第四届董事会审计委员会并选委员的议案》《关于制定<董事会审计委员会工作细则>的议案》等议案 |
| 03 | 2023-09-04 | 第四届董事会<br>第五次会议 | 审议通过了《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市发行底价的议案》等议案   |
| 04 | 2023-10-18 | 第四届董事会<br>第六次会议 | 审议通过了《关于 2023 年 1-6 月审计报告的议案》《关于批准报出公司<非经常性损益鉴证报告>的议案》《关于公司<前次募集资金使用情况鉴证报告>的议案》《关于批准报出公司<内部控制鉴证报告>的议案》  |

### 3、监事会

发行人在上述期间共召开 4 次监事会，具体情况如下：

| 序号 | 召开日期       | 会议名称            | 审议事项   |
|----|------------|-----------------|--|
| 01 | 2023-07-10 | 第四届监事会<br>第三次会议 | 审议通过了《关于修订<公司章程>的议案》《关于修订<董事会制度>的议案》《关于修订公司在北京证券交易所上市后适用的<西安博达软件股份有限公司章程（草案）>的议案》《关于修订公司在北京证券交易所上市后适用的<西安博达软件股份有限公司董事会制度（北交所上市后适用）>的议案》等议案 |
| 02 | 2023-08-28 | 第四届监事会<br>第四次会议 | 审议通过了《关于 2023 年半年报的议案》《关于 2023 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告的议案》《关于更正 2022 年半年度报告的议案》《关   |

| 序号 | 召开日期       | 会议名称        | 审议事项   |
|----|------------|-------------|--|
|    |            |             | 于前期会计差错更正的议案》《关于公司 2023 年 1-6 月审阅报告的议案》等议案   |
| 03 | 2023-09-04 | 第四届监事会第五次会议 | 审议通过了《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市发行底价的议案》等议案  |
| 04 | 2023-10-18 | 第四届监事会第六次会议 | 审议通过了《关于 2023 年 1-6 月审计报告的议案》《关于批准报出公司<非经常性损益鉴证报告>的议案》《关于公司<前次募集资金使用情况鉴证报告>的议案》《关于批准报出公司<内部控制鉴证报告>的议案》 |

经核查，信达律师认为，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人历次股东大会、董事会及监事会的召集、召开等程序符合法律法规和公司章程的规定；发行人独立董事的选举履行了公司章程和相关议事规则制定的审议程序；股东大会、董事会、监事会的决议内容及签署合法、合规、真实、有效，不存在侵害股东的权利的情形。

#### （四）发行人的内部治理制度

2023 年 8 月 28 日，因本次发行上市完善公司治理需要，发行人召开第四届董事会第四次会议，审议通过了《关于制定<董事会审计委员会工作细则>的议案》。

经核查，信达律师认为，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人已制定相应的内部治理制度，发行人上市后适用的内部治理制度符合相关法律法规和北交所的上市公司治理规则的规定。

### 十三、发行人董事、监事、高级管理人员及其变化

#### （一）发行人董事、监事和高级管理人员的任职及其变化

1、2023 年 7 月 26 日发行人召开 2023 年第二次临时股东大会，选举朱莉欣女士为独立董事，至此发行人独立董事增加至 3 名，发行人董事会成员人数增加至 8 名，发行人独立董事占董事会成员的比例不低于三分之一，且包括一名会计



专业人士，符合中国证监会、全国股转公司关于上市公司独立董事的相关规定。

## 2、发行人董事、监事及高级管理人员兼职的情况

根据发行人董事、监事、高级管理人员的书面确认并经信达律师核查，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人董事、监事、高级管理人员的其他兼职情况如下：

| 姓名  | 职务    | 兼职情况                            |
|-----|-------|---------------------------------|
| 魏小立 | 董事长   | 西安天元合众企业管理咨询有限公司，任执行董事兼总经理      |
| 聂丽洁 | 董事    | 秦川机床工具集团股份公司，任独立董事              |
|     |       | 陕西天润科技股份有限公司，任独立董事              |
|     |       | 陕西烽火电子股份有限公司，任独立董事              |
|     |       | 荣信教育文化产业发展股份有限公司，任独立董事          |
|     |       | 西部宝德科技股份有限公司，任独立董事              |
| 钱学明 | 独立董事  | 台州智必安科技有限责任公司，任监事               |
|     |       | 浙江柯西物联科技有限公司，任董事                |
|     |       | 浙江沃洛海智慧科技股份有限公司，任执行董事兼总经理       |
|     |       | 陕西域览九州智能光电科技有限公司，任执行董事          |
| 梁芳  | 独立董事  | 国融证券股份有限公司，任独立董事                |
| 霍鹏  | 监事    | 陕西云璟企业管理咨询有限公司，任执行董事兼总经理        |
|     |       | 广东咏声动漫股份有限公司，任董事                |
|     |       | 成都重回汉唐文化传播有限公司，任董事              |
|     |       | 陕西文投资本管理有限公司，任董事兼总经理            |
|     |       | 陕西知行和合企业管理咨询合伙企业（有限合伙），任执行事务合伙人 |
|     |       | 陕西盈复企业管理咨询合伙企业（有限合伙），任执行事务合伙人   |
| 陈西宝 | 财务负责人 | 松原市胜源宏石油技术服务有限公司，任监事            |

## 3、发行人董事、监事、高级管理人员的任职资格

经查阅董事、监事和高级管理人员书面确认、无犯罪记录证明及个人征信报告并经信达律师核查证券期货市场失信记录查询平台、深圳证券交易所、上海证券交易所、北交所、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法

院公告网等网站信息，发行人现任董事、监事及高级管理人员的任职符合法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定。

信达律师认为，发行人董事、监事和高级管理人员的任职资格无需经有关监管部门核准或者备案；发行人董事、监事和高级管理人员的任职符合有关法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定。

## （二）发行人的独立董事制度

经核查，发行人董事会由 8 名董事组成，其中 3 名为独立董事，包含 1 名会计专业人士梁芳；发行人现任独立董事的任职资格符合《公司法》《上市公司独立董事规则》《北京证券交易所上市公司持续监管指引第 1 号--独立董事》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的有关规定，符合中国证监会和北交所的要求，独立董事依法履行职责。

2022 年 12 月 29 日，发行人 2022 年第三次临时股东大会审议通过了《西安博达软件股份有限公司独立董事工作制度》，该制度规定了独立董事的职权；2023 年 8 月 28 日，发行人召开第四届董事会第四次会议，审议通过了《西安博达软件股份有限公司董事会审计委员会工作细则》，发行人审计委员会成员由三名董事组成，其中独立董事占二名，委员中至少有一名独立董事为会计专业人士。

经核查，信达律师认为，发行人独立董事职权范围未违反有关法律、法规、规范性文件的規定。

## （三）发行人与董事、监事和高级管理人员签订的协议

根据发行人提供的发行人与其董事、监事、高级管理人员和核心技术人员签署的劳动合同或聘用协议、保密协议、竞业限制协议的约定，发行人及其董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的调查表，发行人与其董事（独立董事和外部董事除外）、监事（外部投资机构提名的霍鹏除外）、高级管理人员和核心技术人员均签署了劳动合同、保密协议、竞业限制协议，与独立董事及外部董事签署了聘用协议，该等协议约定符合法律、法规的规定。截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，前述协议正常履行中，发行人、发行人的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员不存在违反该等协议的情形。

## 十四、发行人的税务

### （一）发行人执行的主要税种税率

根据《审计报告》、发行人出具的书面确认并经信达律师核查报告期内发行人及其子公司的纳税申报表，发行人及其子公司 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日执行的主要税种、税率如下表所示：

| 税 种     | 计 税 依 据          | 税 率                   |
|---------|------------------|-----------------------|
| 企业所得税   | 应纳税所得额           | 发行人15%、萨维斯20%、西咸博达20% |
| 增值税     | 技术服务、技术开发、产品销售收入 | 13%                   |
|         | 销售不动产、转让土地使用权    | 9%                    |
|         | 其他应税销售服务行为       | 6%                    |
|         | 简易计税方法           | 5%或3%                 |
| 城市维护建设税 | 实缴流转税税额          | 7%                    |
| 教育费附加   | 实缴流转税税额          | 3%                    |
| 地方教育费附加 | 实缴流转税税额          | 2%                    |

经核查，信达律师认为，发行人及其子公司执行的税种、税率符合法律、法规和规范性文件的要求，发行人依法纳税。

### （二）享受税收优惠情况

根据《审计报告》及发行人提供的相关文件资料并经信达律师核查，发行人及其子公司在 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日期间享受的主要税收优惠未发生变化。

### （三）财政补贴

根据《审计报告》、发行人提供的 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日期间其取得财政补贴的依据文件、收款凭证及书面说明并经信达律师核查，发行人

及其子公司在 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日期间享受的与收益相关 10 万元（期间合计）以上的财政补贴具体情况如下：

| 序号 | 项目               | 依据   | 金额（元）        |
|----|------------------|--|--------------|
| 01 | 21-22 年度创业专项资金拨款 | 《西安高新区管委会关于落实 2021-2022 年度三次创业系列优惠政策第一批次的公示》   | 4,000,000.00 |
| 02 | 西安市企业上市挂牌融资奖励    | 《西安市鼓励企业上市挂牌融资奖励办法（修订）》（市金融发[2022]30 号）、《西安市金融工作局关于 2022 年度西安市鼓励企业上市挂牌融资奖励资金审核结果的公示》                         | 1,038,365.00 |
| 03 | 科技型企业上市培育项目      | 《陕西省科学技术厅关于印发〈陕西省技术创新引导计划（基金）管理办法（暂行）〉的通知》陕科发〔2022〕34 号、《2023 年度陕西省技术创新引导计划项目申报指南》《陕西省技术创新引导专项（基金）项目合同（任务）书》 | 300,000.00   |

经核查，信达律师认为，发行人及其子公司报告期内享受的上述主要财政补贴合法、合规、真实、有效。

#### （四）发行人及其子公司依法纳税的情况

根据发行人出具的书面确认、发行人及其子公司主管税务机关出具的合规证明并经信达律师查询发行人及其子公司主管税务局、信用中国等网站信息，发行人及其子公司报告期内不存在重大税收违法违纪情形。

### 十五、发行人的环境保护、产品质量、技术标准及劳动保障

#### （一）环境保护

2023 年 8 月 29 日，西安高新区生态环境局出具了《关于西安博达软件股份

有限公司合法合规情况的说明》，确认“西安博达软件股份有限公司位于西安市高新区锦业路西安半导体产业园 125 号 201 幢 13 层，在该地址的主要功能为办公，未纳入环保监管。经生态环境局综合执法部门查询，2023 年 1 月 1 日至今，未在高新区内未有生态环境处罚情况。”

2023 年 8 月 29 日，西安高新区生态环境局出具了《关于西安萨维斯智能科技有限公司合法合规情况的说明》，确认“西安萨维斯智能科技有限公司位于西安市高新区锦业路西安半导体产业园 201 幢 5 层 01 号，在该地址的主要功能为办公，未纳入环保监管。经生态环境局综合执法部门查询，2023 年 1 月 1 日至今，未在高新区内未有生态环境处罚情况。”

根据发行人及其董事、监事和高级管理人员出具的书面说明，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司未发生环保事故或重大群体性的环保事件。

经信达律师登录百度（<https://www.baidu.com/>）、搜狗（<http://www.sogou.com/>）、必应（<http://cn.bing.com/>）以发行人及子公司名称、“环保”“处罚”为关键词进行检索并根据发行人出具的书面确认，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司不存在与环保有关的负面报道。

基于上述，信达律师认为，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司未发生环保事故或重大群体性的环保事件，不存在因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情况。

## （二）产品质量、技术标准

根据发行人及萨维斯市场监督主管部门出具的合规证明并经信达律师查询“国家企业信用信息公示系统”、“信用中国”等网站信息，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司不存因违反产品质量和技术监督方面的法律法规而受到处罚的情形。

## （三）安全生产的合规情况

2023 年 8 月 21 日，西安高新区应急管理局出具回复函，确认“西安博达软

件股份有限公司是西安高新区注册登记企业，公司管理机制健全，能够根据《安全生产法》开展生产活动。自 2023 年 1 月 1 日起在高新区内未接到对西安博达软件股份有限公司安全生产责任事故的举报和投诉。”

2023 年 8 月 21 日，西安高新区应急管理局出具回复函，确认“西安萨维斯智能科技有限公司是西安高新区注册登记企业，公司管理机制健全，能够根据《安全生产法》开展生产活动。自 2023 年 1 月 1 日起在高新区内未接到对西安萨维斯智能科技有限公司安全生产责任事故的举报和投诉。”

根据上述主管机关的证明，发行人出具的书面确认并经信达律师核查“西安市应急管理局”、“信用中国”等网站，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书》出具之日，发行人及其子公司不存在重大税收违法违规情形。

#### （四）劳动关系和社会保障

##### 1、劳动用工方面的合法合规

经核查发行人及其子公司的员工花名册、并抽查员工劳动合同并经访谈发行人人事负责人，报告期内，发行人及其子公司与其员工均签署了劳动合同。

根据发行人及其子公司分别出具的书面确认文件并经信达律师查询“信用中国”等网站信息，发行人及其子公司最近三年不存在违反劳动管理相关法律、法规受到行政处罚的情形。

##### 2、社会保险及住房公积金缴纳方面的合规情况

###### （1）社会保险缴纳情况

经核查，截至 2023 年 6 月 30 日，发行人社会保险缴纳和公积金缴纳情况如下：

单位：人

| 项目      |      | 社会保险缴纳 |     |      | 住房公积金缴纳情况 |     |      |
|---------|------|--------|-----|------|-----------|-----|------|
|         |      | 博达软件   | 萨维斯 | 博达未来 | 博达软件      | 萨维斯 | 博达未来 |
| 2023 年  | 员工人数 | 507    | 19  | 0    | 507       | 19  | 0    |
| 06 月 30 | 缴纳人数 | 501    | 18  | —    | 497       | 18  | —    |

| 日 | 未缴人数    | 5   | 1 | — | 10 | 1 | — |  |
|---|---------|---|---|---|----|---|---|--|
|   | 差异原因及说明 | <p>1、博达软件员工人数与社会保险缴纳人数差异原因为：1）16 名员工 6 月入职时已过当月申报节点，未缴纳社会保险，12 名员工 6 月离职时已缴纳社会保险；2）1 名员工为退休返聘人员，未缴纳社会保险；</p> <p>2、博达软件员工人数与住房公积金缴纳人数差异原因为：1）5 名员工自愿放弃缴纳公积金；2）16 名员工 6 月入职时已过当月申报节点，未缴纳住房公积金，12 名员工 6 月离职时已缴纳住房公积金；3）1 名员工为退休返聘人员，未缴纳住房公积金；</p> <p>3、博达软件 65 名异地员工通过第三方代缴社会保险和住房公积金；</p> <p>4、萨维斯员工人数与社会保险缴纳人数差异原因为：2 名员工 6 月入职时已过当月申报节点，未缴纳社会保险，1 名员工 6 月离职时已缴纳社会保险；</p> <p>5、萨维斯员工人数与住房公积金缴纳人数差异原因为：2 名员工 6 月入职时已过当月申报节点，未缴纳住房公积金，1 名员工 6 月离职时已缴纳住房公积金；</p> <p>6、萨维斯 6 名异地员工通过第三方代缴社会保险和住房公积金；</p> |   |   |    |   |   |  |

由上表可知，发行人已按照法律法规的规定为员工缴纳社会保险，存在通过第三方代缴社会保险和住房公积金的情况及个别员工未缴纳住房公积金的情况。发行人控股股东、实际控制人魏小立、李传咏和王逸杰已就发行人及其子公司员工缴纳社会保险及住房公积金之相关事宜承诺如下：“如发行人及其子公司被有关政府部门依法认定或被发行人及其子公司的员工合法要求补缴或者被追缴本次发行及上市前应缴而未缴、未足额为其全体员工缴纳和代扣代缴各项社会保险金及住房公积金，或因此被有关部门处以罚款或遭受任何损失，本人将承担发行人所有补缴款项、罚款及遭受任何损失，以确保不会给发行人及其子公司造成额外支出或使其收到任何损失，不会对发行人及其子公司的生产经营、财务状况和盈利能力产生重大不利影响。”

根据发行人及其子公司社会保险和住房公积金的主管部门出具的合规证明、发行人出具的书面确认说明并经信达律师查询“信用中国”等网站信息，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子

公司不存在违反社会保险、住房公积金管理相关法律、法规受到行政处罚的情形。

基于上述，信达律师认为，自《律师工作报告》出具之日至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司的劳动用工及社会保险及住房公积金方面不存在重大违法违规行为。

## 十六、发行人募集资金的运用

经核查，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人本次募集资金拟投资的项目情况未发生变化。

## 十七、发行人业务发展目标

经核查，截至本《补充法律意见书二》出具之日，发行人的业务发展目标未发生变化，发行人的业务发展目标与其主营业务一致，发行人业务发展目标符合国家法律、法规和规范性文件的规定，不存在潜在的法律风险。

## 十八、诉讼、仲裁或行政处罚

经核查，信达律师认为：

（一）截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人及其子公司不存在尚未了结的或虽然发生在报告期外但仍对发行人产生较大影响以及可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件情况。

（二）截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，持有发行人 5% 以上股份股东、实际控制人、董事长、总经理不存在尚未了结的或虽然发生在报告期外但仍对发行人产生较大影响以及可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件情况。



## 十九、关于发行人《招股说明书》法律风险的评价

发行人关于本次发行上市的《招股说明书》系由发行人及其所聘请的保荐机构开源证券共同编制。信达律师未参与《招股说明书》的编制，但参与了对《招股说明书》中涉及中国法律的相关内容的讨论，并特别审阅了《招股说明书》中引用本《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》和《补充法律意见书（二）》的相关内容。

信达及信达律师对《招股说明书》中引用的《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》和《补充法律意见书（二）》的内容无异议，确认《招股说明书》中引用的法律意见与《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》和《补充法律意见书（二）》的内容不存在矛盾，《招股说明书》对《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》和《补充法律意见书（二）》相关内容的引用不存在因虚假记载、误导性陈述或重大遗漏而引致法律风险的情况。

## 第三部分 对前次反馈问题回复的更新

### 一、反馈问题 5—订单获取的合规性与可持续性

涉及更新的回复如下：

（一）说明报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比，与同行业可比公司是否存在差异及合理性，与各期招投标服务费是否匹配

#### 1、报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比

根据《中华人民共和国招标投标法》第十条的规定：“招标分为公开招标和邀请招标。公开招标，是指招标人以招标公告的方式邀请不特定的法人或者其他组织投标。邀请招标，是指招标人以投标邀请书的方式邀请特定的法人或者其他组织投标。”发行人以公开招标、邀请招标模式获得的项目作为招投标类项目。

报告期内，发行人招投标、非招投标模式下各自收入金额及占比情况如下表：

| 模式   | 2023年1-6月 |        | 2022年度       |        | 2021年度       |        | 2020年度       |        |
|------|-----------|--------|--------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|
|      | 金额        | 占比     | 收入金额<br>(万元) | 占比     | 收入金额<br>(万元) | 占比     | 收入金额<br>(万元) | 占比     |
| 招投标  | 310.00    | 8.47%  | 2,548.46     | 17.30% | 2,131.45     | 16.37% | 2,356.32     | 23.18% |
| 非招投标 | 3,348.21  | 91.53% | 12,180.63    | 82.70% | 10,887.30    | 83.63% | 7,810.15     | 76.82% |
| 合计   | 3,658.22  | 100%   | 14,729.09    | 100%   | 13,018.75    | 100%   | 10,166.47    | 100%   |

报告期内，发行人招投标模式取得的收入占收入金额的比例为 23.18%、16.37%、17.30%和 8.47%；非招投标模式取得的收入占收入金额的比例为 76.82%、83.63%、82.70%和 91.53%；由于发行人的客户相对分散，单笔销售金额相对较低，对未达到客户招投标采购限额标准的项目，客户主要通过竞争性磋商、竞争性谈判、询价、商务谈判等方式向发行人采购，非招标模式方式取得的收入金额占比较高。

## 2、与同行业可比公司是否存在差异及合理性

同行业可比公司中新开普、开普云、致远互联为已上市公司，未披露招投标、非招投标模式下利润数据；报告期内，同行业可比公司金智教育、国子软件招投标收入及占比情况如下：

| 公司名称 | 模式   | 2022年度       |        | 2021年度       |        | 2020年度       |        |
|------|------|--------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|
|      |      | 收入金额<br>(万元) | 占比     | 收入金额<br>(万元) | 占比     | 收入金额<br>(万元) | 占比     |
| 发行人  | 招投标  | 2,548.46     | 17.30% | 2,131.45     | 16.37% | 2,356.32     | 23.18% |
|      | 非招投标 | 12,180.63    | 82.70% | 10,887.30    | 83.63% | 7,810.15     | 76.82% |
| 国子软件 | 招投标  | 6,116.07     | 43.01% | 8,437.03     | 44.96% | 5,524.56     | 39.16% |
|      | 非招投标 | 8,102.53     | 56.99% | 10,327.24    | 55.04% | 8,584.34     | 60.84% |

|      |      |           |        |           |        |           |        |
|------|------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| 金智教育 | 招投标  | 18,047.72 | 39.67% | 22,860.54 | 46.49% | 24,658.65 | 51.88% |
|      | 非招投标 | 27,447.52 | 60.33% | 26,304.24 | 53.51% | 22,872.39 | 48.12% |

注：国子软件、金智教育未披露 2023 年 1 至 6 月的招投标收入及占比情况，因此仅比较 2020 年至 2022 年数据情况

报告期内，发行人招投标方式取得的收入占比分别为 23.18%、16.37% 和 17.30%，略低于同行业可比公司，主要原因为发行人的客户相对分散，导致单笔销售金额相对较低，且发行人非直销收入占比高于国子软件非直销收入占比，非直销模式下集成商或合作商与最终用户通过各种方式获取合同后，多采用单一来源采购或询价等方式与发行人签订合同，基本不采用招投标方式，因此发行人招投标的收入占比符合发行人业务特点，具有合理性。

### 3、与各期招投标服务费是否匹配

发行人报告期内各期招投标费用与招投标取得的收入情况如下：

| 期间           | 投标服务费（万元） | 招投标取得的收入 |             |
|--------------|-----------|----------|-------------|
|              |           | 金额（万元）   | 投标服务费占收入的比例 |
| 2023 年 1-6 月 | 5.89      | 310.00   | 1.90%       |
| 2022 年       | 25.96     | 2,548.46 | 1.02%       |
| 2021 年       | 26.95     | 2,131.45 | 1.26%       |
| 2020 年       | 28.60     | 2,356.32 | 1.21%       |

报告期内，发行人发生的投标服务费分别为 28.60 万元、26.95 万元、25.96 万元和 5.89 万元，占招投标模式收入的比例分别为 1.21%、1.26%、1.02% 和 1.90%，各期差异较小。招投标方式收入金额系当期或前期通过招投标方式获取并在当期确认收入的金额，而招投标服务费系当期因招投标发生的费用或支出，因此招投标取得的收入确认时点与投标服务费发生时点可能存在一定时间差异。因此，发行人各期招投标收入与招投标服务费存在一定波动，但整体相对稳定，具有匹配性。

综上，报告期内发行人招投标模式下收入占比略低于同行业可比公司，主要原因为发行人客户较为分散，单笔销售金额相对较低，发行人招投标的收入占比符合发行人业务特点及行业特征，与招投标服务费相匹配，具有合理性。

**（二）说明报告期内公司主要订单获取是否符合招投标、主要客户采购等相关规定，是否存在应当履行招投标程序而未履行的情形，如是，进一步关注前述订单所涉具体项目名称、金额及占比、执行情况、订单的有效性、合规性、是否存在被处罚的风险、是否构成重大违法违规，是否存在纠纷或潜在纠纷以及对公司经营稳定性的影响**

1、发行人相关业务不属于《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》规定的必须招投标的情形

根据《中华人民共和国招标投标法》第三条的规定：“在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标：（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目；（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。前款所列项目的具体范围和规模标准，由国务院发展计划部门会同国务院有关部门制订，报国务院批准。法律或者国务院对必须进行招标的其他项目的范围有规定的，依照其规定。”根据《中华人民共和国招标投标法实施条例》第二条的规定：“招标投标法第三条所称工程建设项目，是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。前款所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。”

发行人主营业务为提供软件产品及软件实施、平台运维类技术服务。不属于《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》规定的必须招投标的情形。

2、发行人主要客户适用《中华人民共和国政府采购法》等的相关规定

根据《中华人民共和国政府采购法》第二条的规定：“在中华人民共和国境

内进行的政府采购适用本法。本法所称政府采购，是指各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。政府集中采购目录和采购限额标准依照本法规定的权限制定。本法所称采购，是指以合同方式有偿取得货物、工程和服务的行为，包括购买、租赁、委托、雇用等。本法所称货物，是指各种形态和种类的物品，包括原材料、燃料、设备、产品等。本法所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建、装修、拆除、修缮等。本法所称服务，是指除货物和工程以外的其他政府采购对象。”及第二十六条第一款规定：“政府采购采用以下方式：（一）公开招标；（二）邀请招标；（三）竞争性谈判；（四）单一来源采购；（五）询价；（六）国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。”

发行人主要面向高校为主的教育行业客户，政府机构客户、大型国有企业及以三甲医院为主的健康行业客户，该等客户的采购需要遵守《中华人民共和国政府采购法》的相关规定。

此外，发行人存在部分三方合同，主要由发行人、银行及高校共同签署或发行人与银行签署。根据《国有金融企业集中采购管理暂行规定》第二条的规定，“国有金融企业实施集中采购适用本规定。本规定所称国有金融企业，包括所有获得金融业务许可证的国有企业，以及国有金融控股公司、国有担保公司和其他金融类国有企业。按现行法律法规实行会员制的金融交易场所参照本规定执行。本规定所称集中采购，是指国有金融企业以合同方式有偿取得纳入集中采购范围的货物、工程和服务的行为。”第十二条的规定“国有金融企业可参考省级以上人民政府定期发布的集中采购目录及标准，结合企业实际情况，制定本企业的集中采购目录及限额标准。”及第十八条的规定“国有金融企业集中采购可以采用公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源采购、询价，以及有关管理部门认定的其他采购方式。”因此，国有银行参与签署的三方合同，需要遵守《国有金融企业集中采购管理暂行规定》。

### 3、中央及各地发布的政府采购目录及限额标准

根据中央及各地发布的政府采购目录及限额标准，政府采购货物及服务金额

达到公开招标数额标准的，应当履行公开招标程序。

截至 2023 年 6 月 30 日，发行人业务区域所涉及中央及各省、直辖市服务类采购项目的公开招标数额标准如下表所示：

| 序号 | 适用地区   | 2023 年 1-6 月                | 2022 年 | 2021 年 | 2020 年 |
|----|--------|-----------------------------|--------|--------|--------|
| 33 | 中央预算单位 | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 34 | 安徽     | 400 万元                      | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 35 | 北京     | 400 万元                      | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 36 | 福建     | 300 万元                      | 300 万元 | 300 万元 | 200 万元 |
| 37 | 甘肃     | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 38 | 广东     | 400 万元                      | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 39 | 广西     | 300 万元                      | 300 万元 | 300 万元 | 200 万元 |
| 40 | 贵州     | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 100 万元 |
| 41 | 海南     | 400 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 42 | 河北     | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 43 | 河南     | 400 万元                      | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 44 | 黑龙江    | 400 万元                      | 400 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 45 | 湖北     | 400 万元                      | 400 万元 | 400 万元 | 300 万元 |
| 46 | 湖南     | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 47 | 吉林     | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 48 | 江苏     | 400 万元                      | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 49 | 江西     | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 50 | 辽宁     | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 51 | 内蒙古    | 400 万元                      | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 52 | 宁夏     | 200 万元                      | 200 万元 | 200 万元 | 100 万元 |
| 53 | 青海     | 400 万元                      | 400 万元 | 400 万元 | 300 万元 |
| 54 | 山东     | 400 万元（省级、济南、青岛）；200 万元（其他） | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |

|    |    |        |        |        |        |
|----|----|--------|--------|--------|--------|
| 55 | 山西 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 56 | 陕西 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 57 | 上海 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 |
| 58 | 四川 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 59 | 天津 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 60 | 西藏 | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 61 | 新疆 | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 | 150 万元 |
| 62 | 云南 | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |
| 63 | 浙江 | 400 万元 | 400 万元 | 400 万元 | 200 万元 |
| 64 | 重庆 | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 | 200 万元 |

4、发行人报告期内签署的金额 150 万元及以上的重大销售合同的获取方式情况如下：

| 序号 | 客户名称           | 合同名称                             | 签订时间       | 合同金额<br>(万元) | 合同签订<br>年份公开<br>招标数额<br>标准(万<br>元) | 获取方式 |
|----|----------------|----------------------------------|------------|--------------|------------------------------------|------|
| 01 | 金堆城铝业集团有限公司    | 金堆城铝业集团有限公司融媒体中心建设项目合同书          | 2021/11/1  | 315.84       | 400                                | 公开招标 |
| 02 | 长城计算机软件与系统有限公司 | 武警总部融媒体中心全域智慧媒体编辑部支撑软件项目软件产品采购合同 | 2022/9/1   | 312.08       | 400                                | 商务谈判 |
| 03 | 天水市人民政府办公室     | 天水市政府网站集约化建设项目政府采购合同             | 2022/12/29 | 247.50       | 200                                | 公开招标 |

|    |                                 |                                    |            |        |     |       |
|----|---------------------------------|------------------------------------|------------|--------|-----|-------|
| 04 | 四川省消防救援总队                       | 四川省消防救援总队全媒体中心软硬件升级改造采购项目政府采购合同    | 2021/11/8  | 246.51 | 400 | 公开招标  |
| 05 | 中国银行股份有限公司山东省分行、山东大学            | 山东大学网站群与融媒体建设（一）设备采购合同             | 2020/12/16 | 227.18 | 400 | 公开招标  |
| 06 | 西安凌云数据科技有限公司                    | 西安市人民医院（西安市第四医院）信息系统采购合同书          | 2022/12/13 | 190.00 | 400 | 商务谈判  |
| 07 | 青海柴达木职业技术学院（海西蒙古族藏族自治州职业技术学校）   | 青海柴达木职业技术学院校园融媒体系统建设项目采购合同书        | 2021/12/27 | 198.00 | 400 | 竞争性磋商 |
| 08 | 中国银行股份有限公司青岛市北支行、青岛科技大学         | 青岛科技大学软件系统项目合同                     | 2020/10/13 | 196.80 | 400 | 竞争性磋商 |
| 09 | 中国建设银行股份有限公司长春工农大路支行（终端客户为吉林大学） | 吉林大学移动校园项目（网络综合教育平台项目部分）采购合同       | 2020/11/6  | 196.00 | 200 | 邀请招标  |
| 10 | 中国银行股份有限公司吉林省分行（终端客户为吉林大学）      | 吉林大学校园智能化建设项目（第一包）综合智能服务平台软件产品采购合同 | 2020/5/18  | 191.00 | 200 | 竞争性谈判 |



|    |            |                                    |            |        |     |       |
|----|------------|------------------------------------|------------|--------|-----|-------|
| 11 | 山西传媒学院     | 山西传媒学院综合信息门户平台开发服务合同               | 2021/7/9   | 189.96 | 400 | 竞争性磋商 |
| 12 | 中国民用航空飞行学院 | 中国民用航空飞行学院校园集约化网站群管理平台采购项目销售合同     | 2020/12/2  | 174.60 | 200 | 竞争性磋商 |
| 13 | 中央民族大学     | 中央民族大学网站群系统升级项目货物及相关服务采购合同         | 2022/12/25 | 168.00 | 400 | 公开招标  |
| 14 | 中央音乐学院     | 中央音乐学院官网改版和站群系统升级改造项目采购合同          | 2021/12/16 | 158.60 | 400 | 公开招标  |
| 15 | 普洱市人民政府    | 普洱市人民政府办公室市政府网站集群系统密码应用改造和软件升级采购项目 | 2023/6/21  | 292.80 | 200 | 公开招标  |
| 16 | 兰州理工大学     | 兰州理工大学融媒体中心建设项目政府采购合同              | 2023/5/10  | 192.85 | 200 | 公开招标  |

上表中采取商务谈判方式获取订单的客户中，长城计算机软件与系统有限公司为上市公司全资子公司，西安凌云数据科技有限公司为民营企业，其采购资金不属于财政性资金，不适用《中华人民共和国政府采购法》，经走访客户确认无需履行招投标程序。其他订单均不存在达到所在地区省级采购公开招标限额未履行公开招标程序的情形。综上，报告期内，发行人主要订单获取符合招投标、主要客户采购相关规定，不存在应当履行招投标程序而未履行的情形。

**（三）说明招投标与非招投标模式下所获取的订单在毛利率方面是否存在较大差异，如是，说明相关差异的原因及合理性、合规性**

报告期内，发行人在招投标与非招投标模式下所获取的订单毛利率情况如下：

| 年度        | 业务获取方式 | 收入金额（万元）  | 毛利金额（万元） | 毛利率    |
|-----------|--------|-----------|----------|--------|
| 2023年1-6月 | 招投标    | 310.00    | 199.85   | 64.47% |
|           | 非招投标   | 3,348.21  | 2,399.62 | 71.67% |
| 2022年度    | 招投标    | 2,548.46  | 1,629.54 | 63.94% |
|           | 非招投标   | 12,180.63 | 9,274.85 | 76.14% |
| 2021年度    | 招投标    | 2,131.45  | 1,287.89 | 60.42% |
|           | 非招投标   | 10,887.30 | 8,299.60 | 76.23% |
| 2020年度    | 招投标    | 2,356.32  | 1,544.55 | 65.55% |
|           | 非招投标   | 7,810.15  | 5,717.93 | 73.21% |

报告期内，发行人通过招投标方式获取的订单毛利分别为 73.21%、76.23%、76.14% 和 71.67%，非招投标方式获取的订单毛利分别为 65.55%、60.42%、63.94% 和 64.47%。招投标方式获取的项目毛利率低于非招投标方式主要原因为招投标方式获取的业务合同通常金额较大，项目复杂程度及难度较高，个性化要求较多，发行人在项目上需投入更多的人力成本或外购成本。

**（四）说明发行人与主要客户的合同签署周期、执行周期，报告期各期末及 2023 年 6 月 30 日在手订单情况，分析其变动趋势**

1、发行人与主要客户的合同签署周期、执行周期

（1）报告期内，发行人主要为高校、政府、企业、大型医院等客户群体提供软件平台及运维服务，各类客户根据当时自身信息化建设的需求，并经一系列决策审批流程，最终与发行人签订合同，因此发行人与客户无固定的合同签署周期。

（2）发行人与主要客户的加权平均执行周期如下：

| 期间        | 客户名称               | 加权平均执行周期<br>(天) |
|-----------|--------------------|-----------------|
| 2023年1-6月 | 长城计算机软件与系统有限公司     | 340             |
|           | 中国银行股份有限公司及其分支机构   | 523             |
|           | 北京邮电大学             | 430             |
|           | 中国建设银行股份有限公司及其分支机构 | 234             |
|           | 龙岩市鸿镜电子科技有限公司      | 189             |
| 2022年度    | 清华大学               | 182             |
|           | 中国农业银行             | 394             |
|           | 金堆城钼业集团有限公司        | 372             |
|           | 北京航空航天大学           | 394             |
|           | 青海柴达木职业技术学院        | 112             |
| 2021年度    | 清华大学               | 245             |
|           | 中国银行股份有限公司及其分支机构   | 517             |
|           | 中国建设银行股份有限公司及其分支机构 | 563             |
|           | 四川省消防救援总队          | 60              |
|           | 西安交通大学             | 168             |
| 2020年度    | 中国银行股份有限公司及其分支机构   | 386             |
|           | 清华大学               | 242             |
|           | 甘南藏族自治州人民政府办公室     | 256             |
|           | 中国人民解放军陆军指挥学院      | 79              |
|           | 成都师范学院             | 61              |

注：上述执行周期统计不包括技术服务及按期提供的第三方服务项目的执行周期。

上表为发行人报告期各期主要客户（前五大客户）加权平均执行周期情况，以上项目分类为软件及软件实施，部分附加第三方产品及服务，考虑到主要客户涉及的项目实施规模较大，具体定制化程度及难度各有不同，涉及软件系统开发、部署、测试等多个方面，且验收时间需客户进行测试，具体测试进度由客户把控，因此各项目执行周期差异较大，少数客户加权平均执行周期超出一一年，涉及的主

要项目具体情况如下：

| 期间            | 客户名称             | 项目名称             | 开工日期       | 完工日期       | 验收日期       | 执行周期较长的原因  |
|---------------|------------------|------------------|------------|------------|------------|--|
| 2023年<br>1-6月 | 中国银行股份有限公司沈阳分行   | 东北大学教师个人主页项目     | 2020-7-9   | 2023-3-15  | 2023-3-15  | 该项目主要包括教师主页系统、主页数据交换平台、主页系统运维监控中心平台、网站群管理平台、不少于 84 套模板部署等产品及实施业务，项目建设内容较多，建设需求较为复杂，个性化需求较高且客户确定具体实施需求的审批流程较为复杂，其次该项目涉及银行、学校双方，各方部门间沟通确认导致流程有所延长，因此该项目执行周期较长。 |
|               | 北京邮电大学           | 北京邮电大学本科招生网站建设项目 | 2022-1-28  | 2023-5-31  | 2023-6-30  | 该项目涉及本科招生网站、学校医院网站、组织部网站、审计处网站、研究生院网站、集成电路学院网站的建设工作，项目建设内容较多，建设需求较为复杂，个性化需求较高且涉及多个部门，个性化需求较高且客户确定具体实施需求的审批流程较为复杂，其次该项目涉学校多个部门，各方部门间沟通确认导致流程有所延长，因此该项目执行周期较长。 |
| 2022年<br>度    | 中国农业银行股份有限公司济南分行 | 山东大学综合项目三期       | 2020-12-18 | 2022-12-04 | 2022-12-31 | 该项目提供的实施业务主要包括站群运维分析平台移动端建设、信息发布审核流开发、网站群微信助手开发、10 套模板设计、40 套网站新建改版制作及迁移等，项目建设需求个性化程度高，其次该项目涉及银行、学校双   |

|            |                                  |                                      |            |            |            |   |
|------------|----------------------------------|--------------------------------------|------------|------------|------------|---|
|            |                                  |                                      |            |            |            | 方，各方部门间沟通确认流程有所延长，因此项目周期较长。   |
|            | 金堆城<br>钼业集<br>团有限<br>公司          | 金堆城<br>钼业集<br>团融媒<br>体中心<br>建设项<br>目 | 2021-10-29 | 2022-11-05 | 2022-11-23 | 该项目为融媒体中心建设项目，其建设规模较大、内容较多、需求较为复杂，项目技术难度较高，因此该项目执行周期较长。   |
|            | 北京航<br>空航天<br>大学                 | 北京航<br>空航天<br>大学网<br>站制作<br>项目       | 2021-3-18  | 2022-11-28 | 2022-12-09 | 该项目涉及的产品及服务主要包括全媒体应用开放平台、网站群运维分析平台、网站高端个性化设计、网站群个性化设计，项目建设内容较多，建设需求较为复杂，个性化需求较高且客户确定具体实施需求的审批流程较为复杂，因此执行周期较长。   |
| 2021年<br>度 | 中国银<br>行股份<br>有限公司及其<br>分支机<br>构 | 吉林大<br>学智能<br>机器人<br>项目              | 2019-08-20 | 2021-06-09 | 2021-06-25 | 本项目综合自然语言理解、智能知识库管理人工智能等先进技术，建立一套针对吉林大学的全渠道综合智能服务平台，通过一问一答或者多轮会话的形式，智能理解访客问题并精确匹配，准确定位答案或某个业务信息，通过为用户精选交互，为用户提供个性化的信息服务和便捷化的业务流，项目建设内容较多，建设需求较为复杂，同时为开拓东北高校市场，发行人投入成本较高，因此项目周期较长。 |
|            | 中国建<br>设银行<br>股份有                | 吉林大<br>学网络<br>综合教                    | 2019-09-23 | 2021-06-12 | 2021-06-28 | 本项目方案为吉林大学网络综合教育平台，平台功能要求较高，项目建设内容较多，个性化需求较多，建设需求   |

|            |                                 |                                |            |            |            |  |
|------------|---------------------------------|--------------------------------|------------|------------|------------|--|
|            | 限公司<br>长春工<br>农大路<br>支行         | 育平台<br>项目                      |            |            |            | 较为复杂；其次该项目为银校企合作项目，合同签订、需求确定等环节涉及银行、学校、企业三方协调工作，流程较为复杂，审批流程较长；同时为开拓东北高校市场，发行人投入精力较多，因此项目周期较长。  |
| 2020年<br>度 | 中国银<br>行股份<br>有限公<br>司山东<br>省分行 | 山东大<br>学济南<br>校区二<br>期建设<br>项目 | 2019-07-03 | 2020-12-03 | 2020-12-25 | 该项目为山东大学网站群与融媒体建设，项目建设内容较多，个性化需求较多；其次该项目为发行人早期开展的融媒体项目，建设内容及流程较为复杂，可利用的前期项目经验较少；同时该项目为银校企合作项目，合同签订、需求确定等环节涉及银行、学校、企业三方协调工作，流程较为复杂，审批流程较长，因此项目周期较长。 |

发行人项目实施周期受各类客户的信息化基础、需求复杂度、客户配合程度、审批流程及效率等多种因素影响，因此各项目执行周期差异较大，在软件行业属于合理情况。

## 2、报告期各期末及 2023 年 6 月 30 日在手订单情况，分析其变动趋势

报告期各期末及 2023 年 6 月 30 日各类业务的在手订单情况及同比情况如下：

单位：万元

| 项目       | 2023 年 06 月<br>30 日 | 2022 年 12 月<br>31 日 | 2021 年 12 月<br>31 日 | 2020 年 12 月<br>31 日 |
|----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 软件及软件实施  | 6,073.58            | 4,032.91            | 3,734.32            | 3,060.65            |
| 技术服务     | 3,166.73            | 2,852.36            | 1,539.09            | 873.44              |
| 第三方产品及服务 | 1,002.54            | 409.35              | 632.20              | 248.75              |

|     |           |          |          |          |
|-----|-----------|----------|----------|----------|
| 合计  | 10,242.85 | 7,294.63 | 5,905.61 | 4,182.84 |
| 变动率 | 40.42%    | 23.52%   | 41.19%   | —        |

报告期各期末及 2023 年 6 月 30 日，发行人在手订单规模呈持续上升趋势，发行人已签订合同未确认收入的在执行订单金额（含税）分别为 4,182.84 万元、5,905.61 万元、7,294.63 万元和、10,242.85 万元，其在手订单情况良好，2021 年末较 2020 年末同比增长 41.19%，2022 年末较 2021 年末同比增长 23.52%，虽然 2022 年受宏观环境因素影响，在手订单增长率有所下降，但报告期内在手订单金额一直呈现增长趋势；2023 年 6 月 30 日发行人在手订单金额为 10,242.85 万元，较 2022 年末增长 40.42%，增长趋势良好；发行人软件及软件实施业务的加权平均执行周期约为 174 天，因此 2022 年末在手订单基本会于 2023 年确认收入；技术服务合同的执行周期一般约为 1-3 年，因此各期末在手订单会在报告期及未来 1-3 年之间转化为收入，因此未来 1-3 年的收入与现在的订单量高度相关，发行人在手订单的快速增长对未来收入增长奠定了坚实的基础。

#### （五）信达律师的核查过程和核查意见

##### 信达律师的核查过程：

1、取得并查阅发行人报告期内招投标项目统计表、招投标服务费统计表、中标项目统计表，并抽查部分（包括全部合同金额 150 万元及以上的重大销售合同）招投标项目的招标公告、中标通知、投标费支付凭证和发票、项目合同等；

2、取得发行人关于报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比、招投标费用与招投标收入的匹配关系分析的书面说明；

3、查阅同行业公司的招股说明书、年报等，获取同行业公司报告期各期招投标、非招投标模式下各自的收入金额及占比、中标率及变动情况，并与发行人进行对比；

4、查阅《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》关于招投标定义，必须招投标的情形相关规定；

5、查阅《中华人民共和国政府采购法》《国有金融企业集中采购管理暂行规定》关于政府采购的相关规定，通过“中国政府采购网”核查中央预算单位和

各地方政府采购目录及采购限额标准，收集相关客户自身的采购管理制度，确认非公开招标方式是否符合政府采购规定、主要客户采购管理制度的相关规定；

6、访谈发行人财务负责人，了解招投标与非招投标模式下毛利率的差异及原因、合理性、合规性，了解报告期内在手订单及变动趋势情况；

7、抽查部分合同的约定、执行情况与发行人的主要客户合同签署周期、执行周期统计表列示是否一致；

8、取得发行人报告期销售合同台账，并抽查部分订单，确认在手订单真实性。

**经核查，信达律师认为：**

1、报告期各期内发行人招投标、非招投标模式收入金额及占比情况与同行业可比公司不存在重大差异，差异主要由于发行人业务订单较为分散，大量订单单笔销售金额较小，具有合理性；报告期各期内发行人招投标、非招投标模式收入金额与招标服务费相匹配。

2、发行人报告期内主要订单获取符合招投标、主要客户采购等相关规定，不存在应当履行招投标程序而未履行的情形。

3、发行人招投标、非招投标模式下所获取订单在毛利率方面不存在较大差异。

4、发行人与主要客户的合同签署周期、执行周期主要根据具体项目及合同约定执行，具有合理性；发行人报告期在手订单充足。

**二、反馈问题 7—直销与非直销业务模式及客户情况**

**涉及更新的回复如下：**



（一）两种销售模式下前五大客户情况，包括客户名称、销售金额及占比、毛利率、业务获取方式、与发行人的合作历史、产品最终使用方，是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、其他核心人员等存在关联关系或其他利益安排

1、直销模式下各期前五大客户情况

| 年度        | 序号 | 客户名称                | 销售金额（不含税）    | 占营业收入比例(%)   | 毛利率(%) | 业务获取方式               | 与发行人的合作历史 | 产品最终使用方                   |
|-----------|----|---------------------|--------------|--------------|--------|----------------------|-----------|---------------------------|
| 2023年1-6月 | 1  | 中国银行股份有限公司及其分支机构    | 1,308,223.41 | 3.58         | 56.24  | 询价、单一来源采购、竞争性磋商      | 5年        | 青岛科技大学、东北大学、西安交通大学、大连海事大学 |
|           | 2  | 北京邮电大学              | 645,597.49   | 1.76         | 88.00  | 单一来源采购、竞争性磋商、商务谈判    | 8年        | 北京邮电大学                    |
|           | 3  | 中国建设银行股份有限公司及其分支机构  | 548,672.57   | 1.50         | 93.24  | 单一来源采购               | 4年        | 济南大学                      |
|           | 4  | 中国人民解放军空军军医大学第二附属医院 | 519,339.62   | 1.42         | 85.11  | 招投标                  | 2年        | 中国人民解放军空军军医大学第二附属医院       |
|           | 5  | 中央财经大学              | 505,650.95   | 1.38         | 25.11  | 招投标、询价、商务谈判          | 8年        | 中央财经大学                    |
|           | 合计 |                     |              | 3,527,484.04 | 9.64   | /                    | /         | /                         |
| 2022      | 1  | 清华大学                | 4,458,597.33 | 3.03         | 67.18  | 招投标、询价、单一来源采购、竞争性磋商、 | 3年        | 清华大学                      |

|      |   |                    |                      |              |       |                          |    |  |
|------|---|--------------------|----------------------|--------------|-------|--------------------------|----|--|
|      |   |                    |                      |              |       | 商务谈判                     |    |  |
|      | 2 | 中国农业银行股份有限公司及其分支机构 | 3,845,228.46         | 2.61         | 70.28 | 招投标、询价、单一来源采购、竞争性磋商      | 4年 | 山东大学、山东建筑大学、山东科技大学、武汉工程大学、武汉体育学院、南京工业大学、南京信息工程大学、湖南工业大学、洛阳理工学院 |
|      | 3 | 金堆城铝业集团有限公司        | 2,717,291.23         | 1.84         | 7.92  | 招投标                      | 1年 | 金堆城铝业集团有限公司  |
|      | 4 | 北京航空航天大学           | 2,407,539.45         | 1.63         | 65.76 | 招投标、询价、单一来源采购、竞争性谈判、商务谈判 | 7年 | 北京航空航天大学   |
|      | 5 | 青海柴达木职业技术学院        | 1,756,670.25         | 1.19         | 41.09 | 竞争性磋商                    | 1年 | 青海柴达木职业技术学院  |
|      |   | <b>合计</b>          | <b>15,185,326.72</b> | <b>10.31</b> | /     | /                        | /  | /  |
| 2021 | 1 | 清华大学               | 5,742,909.92         | 4.41         | 54.11 | 询价、单一来源采购、竞争性磋商、竞争性谈判    | 2年 | 清华大学   |
|      | 2 | 中国银行股份有限公司及其分支机构   | 3,657,833.53         | 2.81         | 38.63 | 询价、单一来源采购、竞争性谈判、竞争性磋商    | 3年 | 吉林大学、青岛科技大学、西安理工大学、中国矿业大学、郑州西亚斯学院                              |
|      | 3 | 中国建设银行股份有限公司       | 2,306,156.42         | 1.77         | 44.45 | 招投标、单一来源采                | 2年 | 西安交通大学、吉林大学、宿迁学院   |

|      |           |                      |                      |              |                  |                 |           |                           |
|------|-----------|----------------------|----------------------|--------------|------------------|-----------------|-----------|---------------------------|
|      | 公司及其分支机构  |                      |                      |              | 购、竞争性磋商          |                 |           |                           |
| 4    | 四川省消防救援总队 | 2,181,544.02         | 1.68                 | 26.38        | 招投标              | 1年              | 四川省消防救援总队 |                           |
| 5    | 西安交通大学    | 1,995,231.55         | 1.53                 | 72.53        | 招投标、单一来源采购、竞争性磋商 | 6年              | 西安交通大学    |                           |
|      | <b>合计</b> | <b>15,883,675.44</b> | <b>12.20</b>         | <b>/</b>     | <b>/</b>         | <b>/</b>        | <b>/</b>  |                           |
| 2020 | 1         | 中国银行股份有限公司及其分支机构     | 4,154,268.87         | 4.09         | 69.06            | 招投标、竞争性磋商       | 2年        | 山东大学、青岛科技大学、中国矿业大学、宝鸡文理学院 |
|      | 2         | 清华大学                 | 2,766,704.00         | 2.72         | 74.53            | 询价、单一来源采购、竞争性磋商 | 1年        | 清华大学                      |
|      | 3         | 甘南藏族自治州人民政府办公室       | 2,044,231.09         | 2.01         | 33.08            | 招投标             | 1年        | 甘南藏族自治州人民政府办公室            |
|      | 4         | 中国人民解放军陆军指挥学院        | 1,270,337.30         | 1.25         | 33.10            | 招投标             | 1年        | 中国人民解放军陆军指挥学院             |
|      | 5         | 成都师范学院               | 1,146,613.82         | 1.13         | 78.44            | 招投标             | 1年        | 成都师范学院                    |
|      |           | <b>合计</b>            | <b>11,382,155.08</b> | <b>11.20</b> | <b>/</b>         | <b>/</b>        | <b>/</b>  | <b>/</b>                  |

注：与发行人的合作历史为2016年后首次合作时间起至报告期当年累计的年度数。

信达律师通过“国家企业信用信息公示系统”、“启信宝”等公开渠道检索和访谈部分主要客户等方式，核查报告期内发行人直销模式的前五大客户的控股股东、实际控制人、董监高、主要领导的任职情况和对外投资情况，与发行人持股5%以上股东、实际控制人、董监高、核心员工等进行核对，并获取了客户在访谈问卷中关于关联关系和其他利益安排的回复；同时，发行人持股5%以上股

东、实际控制人、董监高等均出具了与客户和供应商不存在关联关系或其他利益关系的相关声明承诺文件；经核查，发行人与报告期直销模式前五大客户不存在关联关系或其他利益安排。

## 2、非直销模式下各期前五大客户情况

| 期间                 | 序号 | 客户名称           | 收入金额<br>(不含税) | 占营<br>业收<br>入比<br>例(%) | 毛利率<br>(%)   | 业务获<br>取方式 | 与发行<br>人的合<br>作历史 | 产品最终使用方     |
|--------------------|----|----------------|---------------|------------------------|--------------|------------|-------------------|-------------|
| 2023<br>年 1-6<br>月 | 1  | 长城计算机软件与系统有限公司 | 2,768,911.34  | 7.57                   | 48.15        | 单一来源采购     | 1年                | 中国武警总部      |
|                    | 2  | 龙岩市鸿镜电子科技有限公司  | 530,973.45    | 1.45                   | 81.84        | 竞争性谈判      | 1年                | 龙岩学院        |
|                    | 3  | 陕西胜创实业有限公司     | 321,794.57    | 0.88                   | 12.30        | 单一来源采购     | 1年                | 渭南市烟草局      |
|                    | 4  | 铜仁市精诚商贸有限公司    | 292,164.38    | 0.80                   | 85.86        | 竞争性磋商      | 1年                | 铜仁学院        |
|                    | 5  | 天津盛世佰汇科技有限公司   | 230,005.01    | 0.63                   | 50.29        | 询价         | 1年                | 海军勤务学院      |
|                    |    |                | <b>合计</b>     | <b>4,143,848.75</b>    | <b>11.33</b> | /          | /                 | /           |
| 2022               | 1  | 西安凌云数据科技有限公司   | 1,681,415.93  | 1.14                   | 31.00        | 商务谈判       | 1年                | 西安市人民医院     |
|                    | 2  | 陕西北佳信息技术有限责任公司 | 1,387,831.85  | 0.94                   | 62.94        | 询价         | 5年                | 陕西应用物理化学研究所 |

|      |   |                              |                     |             |       |                   |    |  |
|------|---|------------------------------|---------------------|-------------|-------|-------------------|----|--|
|      |   | 公司                           |                     |             |       |                   |    |  |
|      | 3 | 东软集团<br>股份有限公司               | 1,150,442.48        | 0.78        | 66.68 | 询价                | 5年 | 东莞市教育局   |
|      | 4 | 新开普电<br>子股份有<br>限公司          | 882,926.20          | 0.60        | 87.33 | 询价                | 7年 | 南京工程学院、新疆<br>第二医学院、新疆医<br>科大学、郑州经贸学<br>院   |
|      | 5 | 安联恒信<br>(天津)信<br>息技术有<br>限公司 | 848,508.93          | 0.58        | 98.95 | 询价、单<br>一来源<br>采购 | 5年 | 南开大学、天津渤海<br>职业技术学院、天津<br>公安警官职业学院、<br>天津机电职业技术学<br>院、天津理工大学、<br>天津外国语大学、天<br>津医学高等专科学校、<br>中国民航大学 |
|      |   | <b>合计</b>                    | <b>5,951,125.39</b> | <b>4.04</b> | /     | /                 | /  | /  |
| 2021 | 1 | 神州龙安<br>(北京)信<br>息服务有<br>限公司 | 1,061,946.96        | 0.82        | 97.56 | 询价、单<br>一来源<br>采购 | 1年 | 陕西省人民检察院   |
|      | 2 | 新华三信<br>息技术有<br>限公司          | 973,451.33          | 0.75        | 84.00 | 询价                | 1年 | 安徽理工大学   |
|      | 3 | 天津中软<br>信息系统<br>有限公司         | 938,053.10          | 0.72        | 90.48 | 单一来源<br>采购        | 1年 | 新疆维吾尔自治区人<br>民政府办公厅  |
|      | 4 | 杭州咸升<br>科技有限<br>公司           | 557,855.25          | 0.43        | 85.99 | 询价                | 6年 | 浙江开放大学、浙江<br>理工大学  |
|      | 5 | 山西青视<br>界科技有<br>限公司          | 530,973.46          | 0.41        | 81.24 | 询价                | 1年 | 晋能控股集团有限公司   |

| 合计   |    | 4,062,280.10     | 3.12         | /    | /     | /         | /  |   |
|------|----|------------------|--------------|------|-------|-----------|----|---|
| 2020 | 1  | 新开普电子股份有限公司      | 657,398.35   | 0.65 | 73.98 | 询价、单一来源采购 | 5年 | 安徽师范大学、湖南医药学院、陕西警官职业学院、商丘医学高等专科学校   |
|      | 2  | 广西鑫瀚科技有限公司       | 591,668.07   | 0.58 | 80.47 | 询价        | 1年 | 广西民族大学、广西体育高等专科学校、南宁师范大学  |
|      | 3  | 巨鹏信息科技有限公司       | 572,163.57   | 0.56 | 74.99 | 询价、单一来源采购 | 1年 | 内蒙古农业大学、内蒙古大学   |
|      | 4  | 安联恒信(天津)信息技术有限公司 | 534,544.58   | 0.53 | 85.57 | 询价、单一来源采购 | 3年 | 天津海运职业学院、天津商业大学、天津财经大学、天津市大学软件学院、天津公安警官职业学院、中国民航大学、天津铁道职业技术学院、南开大学、天津商务职业技术学院 |
|      | 5  | 吉林省奕飞电子科技有限公司    | 530,973.46   | 0.52 | 95.64 | 询价        | 1年 | 白城师范学院  |
|      | 合计 |                  | 2,886,748.03 | 2.84 | /     | /         | /  | /   |

注：与发行人的合作历史为2016年后首次合作时间起至报告期当年累计的年度数。

信达律师通过“国家企业信用信息公示系统”、“启信宝”等公开渠道检索和访谈部分客户等方式，核查报告期内发行人非直销模式的前五大客户的控股股东、实际控制人、董监高的任职情况和对外投资情况，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、其他核心人员进行核对，并获取了客户在访谈问卷中关于关联关系和其他利益安排的回复。同时，发行人控股股东、实际控制人、董监高等均出具了与客户和供应商不存在关联关系或其他利益关系的相关

声明承诺文件。经核查，发行人与报告期非直销模式前五大客户不存在关联关系或其他利益安排。

（二）直销模式下公司与银行、高校之间的合作模式，合同签署情况、权利义务划分情况，该种合作模式是否符合行业惯例，是否存在纠纷或潜在纠纷；银行将发行人提供的产品或服务免费提供给高校使用的商业合理性，与同行业可比公司是否存在差异；该种模式下各期销售金额、验收主体，验收主体与款项支付主体是否一致，收入确认是否合规

1、直销模式下公司与银行、高校之间的合作模式，合同签署情况、权利义务划分情况，该种合作模式是否符合行业惯例，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（1）合同签署情况

报告期内，发行人与银行、高校之间签署三方协议，涉及中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、汉口银行、招商银行、长沙银行等。

（2）权利义务划分情况

协议中对于各方的权利义务约定如下：1）银行向发行人采购信息化产品或服务并提供给高校使用，承担相应的合同价款，并获取潜在的业务机会；2）高校作为最终使用方享有相关产品或服务的使用权，且有义务配合发行人并保证项目的正常实施；3）发行人作为项目的承做方执行相关信息化建设的工作并收取合同价款。

（3）符合行业惯例

高校是我国科技创新的重要推动力量，也是金融服务的重点领域。银校合作是银行和高校的双赢之举，推动一流大学与金融行业深度合作、协同发展，推动学校科学研究、人才培养优势与各大银行的产业背景、创新需求相结合，既有必要性，也有互补性。

根据公开资料显示，同行业可比公司中新开普、金智教育的前五大应收账款客户或收入客户中均含有银行，金智教育 2021 年第一大客户为中国农业银行股份有限公司，合作中涉及吉林师范大学、天津理工大学、怀化学院、复旦大学等各类高校。此种三方合作模式符合行业惯例。

#### （4）是否存在纠纷或潜在纠纷

经访谈上述软件产品的部分实际使用高校，并通过“中国裁判文书网”、“人民法院公告网”、“中国执行信息公开网”核查发行人与银行、高校的纠纷、诉讼等情况，确认截至本《补充法律意见书（一）》出具之日，发行人与银行、高校不存在纠纷或潜在纠纷。

2、银行将发行人提供的产品或服务免费提供给高校使用的商业合理性，与同行业可比公司是否存在差异

##### （1）三方协议的商业合理性

发行人、银行、高校的三方合作模式是符合党的二十大关于教育、科技、人才一体部署的，可以推动一流大学与金融行业的协同发展，携手打造人才高地、科研高峰。同时，银行在合作过程中可获取部分潜在的业务机会，例如智慧校园中的金融服务等，因此该种三方合作模式下签订的协议具有商业合理性。

##### （2）与同行业可比公司不存在差异

根据公开资料显示，同行业可比公司中新开普、金智教育的前五大应收账款客户或收入客户中均含有银行，金智教育 2021 年第一大客户为中国农业银行股份有限公司，合作中涉及吉林师范大学、天津理工大学、怀化学院、复旦大学等各类高校。因此，该种发行人、银行和高校之间的三方协议与同行业可比公司不存在差异。

3、该种模式下各期销售金额、验收主体，验收主体与款项支付主体是否一致，收入确认是否合规

##### （1）销售金额

报告期各期，涉及三方合作的数量和销售收入金额明细如下：

| 校银合作模式   | 2023 年 1-6 月 | 2022 年 | 2021 年 | 2020 年 |
|----------|--------------|--------|--------|--------|
| 合同数量（个）  | 8            | 22     | 12     | 10     |
| 收入金额（万元） | 206.83       | 764.21 | 461.10 | 610.82 |



2020年至2022年，三方协议涉及到的合同数量呈上升趋势，符合国家政策的相关支持，相关收入变动较大，主要是由于单个合同的金额大小不一。2023年上半年，三方合同涉及到的收入金额有一定幅度的下降，主要系发行人收入确认具有季节性的特点，因此每年上半年涉及到的收入金额较小。

## （2）验收主体、支付主体

发行人、银行及高校签订的三方协议中，验收主体为银行和高校，或者仅为高校，一般情况下，合同中会明确规定验收方，相关付款标准和条件也基于验收方的验收成立，此外，除合同更改导致付款方变更的情况，校银合作模式下的项目支付主体均为银行。该种三方合作模式下，验收主体与支付主体不一致。

## （3）收入确认合规

由于发行人、银行、高校的三方协议中明确规定验收主体，相关付款标准和条件也基于验收方的验收后付款，因此，实际在高校或银行、高校验收时，控制权已经转移，因此相关收入确认符合会计准则的规定。

**（三）非直销的具体业务模式，包括但不限于产品或服务内容、安装验收、售后运维的具体约定、双方权利义务及责任的划分、费用承担原则、是否存在补贴或返利等，该模式下收入确认原则及方法的合规性；非直销模式的主要客户类型、最终销售情况、采取非直销模式的原因、是否符合行业惯例，发行人是否实质上为非直销客户的外包服务供应商；非直销模式下客户是否专门销售发行人产品，是否存在个人等非法人实体，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东等是否存在实质和潜在关联关系**

1、非直销的具体业务模式，包括但不限于产品或服务内容、安装验收、售后运维的具体约定、双方权利义务及责任的划分、费用承担原则、是否存在补贴或返利等，该模式下收入确认原则及方法的合规性

### （1）非直销的具体业务模式

非直销模式下，发行人与本地专业化信息技术公司、信息系统集成商签订合同，主要通过询价、单一来源采购等方式与非直销客户签订合同。非直销客户与最终用户签订合同后，根据合同所需的产品或服务的内容，综合考虑其自身提供

产品服务的能力，向发行人采购相关产品或服务，最终销售给高校、政企、医院等客户。

非直销模式下业务模式具体分析如下：

| 业务分类  | 软件及软件实施  | 技术服务   | 第三方产品及服务   |
|-------|--|--|--|
| 服务内容  | 全媒体内容管理平台、融媒体中心内容生产平台软件销售、平台安装部署、项目实施、应用及系统开发等相关服务。  | 数据采集服务、内容安全检测扫描服务、网站驻场服务、技术支持服务、日常运维服务、安全服务、应急服务，系统健康预警服务、历史内容巡检服务等。       | 外采的网络存储器、数据库管理系统、web 应用防火墙、云防火墙服务、云安全中心及相关部署技术服务等。   |
| 安装和验收 | 对纯软件销售业务，发行人应在约定时间内向非直销客户交付软件产品，交付后非直销客户组织对产品进行验收，确认产品质量无误后签收产品，出具签收回执。对软件实施业务，平台建设完成并上线运行后组织验收工作，根据双方约定的验收标准，由非直销客户确定产品质量无误且网站运行正常后出具签收回执和验收报告。 | 安装：发行人需在合同约定的技术服务期限内远程或现场完成技术服务；验收：技术服务为网站驻场服务、技术支持服务、日常运维服务等年度服务，不适用验收流程。 | 安装：发行人需按照合同约定在交货期内将产品交货至指定地点，并在合同签署的日期内安装调试完毕；或在合同约定的技术服务期限内远程或现场完成部署相关的技术服务；验收：货物到达客户指定地点且接到发行人书面通知后当日内进行初步验收，待试运行结束或发行人安装调试完成后由客户组织最终质量验收。 |
| 售后运维  | 合同通常约定 1-3 年的免费维护期，在免费维护期内为客户提供产品使用指导、常见疑难问题解答、远程技术一对一指导、网站 bug 修复、在线  | 不适用  | 一般情况下，发行人应对所提供的服务提供 1-3 年的维保。维保期自验收合格日期算起，保修期内免收各种费用。  |

|                                  |  |  |   |
|----------------------------------|--|--|---|
|                                  | 公开课培训等。  |  |   |
| 权利义<br>务及责<br>任划分、<br>费用承<br>担原则 | 对纯软件销售业务,非直销客户应在发行人交付产品前准备好系统安装环境,发行人部署人员进行产品安装调试。对软件实施业务,非直销客户应提供发行人产品所需的软硬件环境,确保满足公司软件运行环境的需求,并为发行人工作人员的服务提供便利的工作条件,在产品安装调试时如牵涉到最终客户的配合,非直销客户应负责协调最终客户配合工作。合同中会约定合同总价包括的费用明细,发行人在项目交付过程中按照合同约定自行承担相应的费用支出。 | 发行人在合同约定的技术服务期限远程或现场提供技术服务并提交技术服务成果,在合同约定的期间内按期获取相应的技术服务报酬。非直销客户应配合发行人协调项目过程中的相关事宜,例如提供资料和工作条件等,并按时支付服务报酬。部分项目规定合同金额包括所需的人员差旅费、技术服务费、备案费等全部费用。除另有规定外,客户无需支付合同规定以外的任何其他费用及税费。 | 发行人需承担相关产品的安装、升级及相应的技术服务工作,及时汇报工作进展,并积极做好技术支持工作。非直销客户应配合发行人协调项目过程中的相关事宜,提供便利的工作条件,有权督促发行人完成项目工作计划,和提出对具体问题的意见。一般情况下,合同中会约定合同总价包括的费用明细,发行人在项目交付过程中按照合同约定自行承担相应的费用支出。 |
| 补贴和<br>返利                        | 发行人的非直销合同无补贴或者返利的相关约定,在实际项目执行中也不存在补贴或返利。   |  |   |

## （2）非直销模式下收入确认原则方法及合规性

发行人非直销模式下收入确认方法如下：

### ①软件及软件实施收入

按照产品实施合同的约定,为客户完成产品的安装调试及网站实施、测试和交付工作,经必要的用户培训和系统的试运行,取得《软件产品签收回执》或《验收报告》之后确认收入。

### ②技术服务收入

发行人的技术服务收入系在向客户完成软件实施的基础上,为客户提供维护服务或者驻场服务,及按照合同约定内容提供年度维护服务等有偿售后服务,并满足上述提供劳务收入确认条件时按期确认技术服务收入。

### ③第三方产品及服务收入

发行人通常不单独销售第三方产品及服务,仅根据合同执行的需要向客户销售第三方产品或提供第三方服务。在提供第三方产品并取得客户签署的《签收回执》时确认第三方产品收入;发行人按合同约定条款为客户提供第三方服务,按期间提供的服务,发行人按照合同约定内容提供服务,在服务期间内分期确认服务收入;按次提供的服务,发行人在相关服务已经提供完毕并经客户验收后确认收入。

非直销模式下发行人收入确认原则与发行人直销模式下不存在差异,收入确认符合《企业会计准则》的规定,具有合规性。

2、非直销模式的主要客户类型、最终销售情况、采取非直销模式的原因、是否符合行业惯例,发行人是否实质上为非直销客户的外包服务供应商

#### (1) 非直销模式下主要客户类型及最终销售情况

报告期各期,非直销模式下的收入分别为 1,980.86 万元、3,048.28 万元、3,493.41 万元和 991.29 万元,占比分别为 19.48%、23.41%、23.72%和 27.10%。其主要客户为本地专业化信息技术公司和信息系统集成商,一般情况下,与非直销客户签订的合同中会明确列明产品及服务的最终使用客户,因此,发行人非直销模式下签订的合同均实现了最终销售,最终销售的客户包括高校、政企、医院,具体明细如下:

| 客户类型 | 2023 年 1-6 月 |        | 2022 年   |        | 2021 年   |        | 2020 年   |        |
|------|--------------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
|      | 收入           | 占比 (%) | 收入(万元)   | 占比 (%) | 收入(万元)   | 占比 (%) | 收入(万元)   | 占比 (%) |
| 教育   | 598.05       | 60.33  | 2,775.52 | 79.45  | 2,084.72 | 68.39  | 1,545.08 | 78.00  |
| 政企   | 392.67       | 39.61  | 427.99   | 12.25  | 818.40   | 26.85  | 412.27   | 20.81  |
| 健康   | 0.57         | 0.06   | 289.89   | 8.30   | 145.17   | 4.76   | 23.51    | 1.19   |

|    |        |        |          |        |          |        |          |        |
|----|--------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| 合计 | 991.29 | 100.00 | 3,493.41 | 100.00 | 3,048.28 | 100.00 | 1,980.86 | 100.00 |
|----|--------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|

(2) 采用非直销模式的原因、是否符合行业惯例

①采用非直销模式的原因

发行人采用非直销模式的原因一是高校分布遍布全国，在发行人进入其他地区市场之前，客户往往已经与本地信息化企业建立长期合作关系，有相关采购需求时，已建立联系的企业能够优先获得订单，由于各企业提供的产品服务类型不同，客户需求较为多元化，当获得订单的企业不能独立满足客户需求时，会采购其他企业的产品服务。在稳固原有优势市场的同时，为了迅速开拓新市场，发行人在业务拓展过程中，积极选择与拥有当地客户资源的本地信息化企业合作，各自发挥产品及渠道优势，提升发行人市场占有率。

二是由于发行人全媒体及融媒体产品经过多年沉淀，在高校数字内容与信息服务细分行业内，已经形成显著的口碑认同，具有良好的行业品牌影响力，其他信息化企业知悉并认可发行人在该领域的品牌影响力，在其客户有相关需求时，积极寻求与发行人的合作，向发行人采购产品及服务。

②采用非直销模式是否符合行业惯例

发行人所处行业内普遍存在非直销模式，可比公司中金智教育存在非直销销售模式，向其他信息化企业提供高校信息化产品或服务，最终用户为院校；国子软件存在非直销模式，向其他信息化企业提供资产管理软件开发与服务，最终用户为行政事业单位与各级各类学校；开普云在招股说明书中披露其以直销模式为主，但存在少量业务直接客户为系统集成商但最终用户仍为党政机关；新开普存在非直销模式，终端用户为学校；致远互联同样存在采取经销模式的情形。综上所述，发行人非直销模式与同行业可比公司一致，符合行业惯例。

(3) 发行人是否实质上为非直销客户的外包服务供应商

发行人软件及软件实施项目中，对于纯软件销售，向非直销客户交付的是发行人的软件产品，签收后即完成验收，软件产品可直接应用，不属于为非直销客户提供外包服务；对于软件实施项目，向最终客户提供的是完整项目的实施，发

行人产品在最终客户处完成部署后即可独立上线使用，不属于为非直销客户提供部分技术开发服务，不属于为非直销客户提供外包服务。

技术服务项目中，发行人直接向最终客户提供运维、迁移等服务，不属于为非直销客户提供外包服务。

综上，发行人向非直销客户销售的产品和服务，系发行人直接向非直销客户交付标准化产品或可独立使用的完整项目，直接或间接向最终客户提供服务，发行人实质上不属于非直销客户的外包服务供应商。

3、非直销模式下客户是否专门销售发行人产品，是否存在个人等非法人实体，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东等是否存在实质和潜在关联关系

发行人的非直销客户主要为本地专业化信息技术公司和信息系统集成商，具备整合软件及软件实施或系统集成业务的能力，不仅采购发行人的产品和服务，还向其他各类信息化服务供应商采购，因此不属于专门销售发行人产品及服务的情况，非直销模式下的客户均为公司单位等法人主体，不存在个人等非法人实体，且与发行人及其实际控制人、董监高、5%以上股东等不存在实质和潜在的关联关系。

#### （四）信达律师的核查过程和核查意见

##### 信达律师的核查过程：

1、取得并查阅发行人《审计报告》、销售合同台账、收入明细表，确认发行人两种销售模式下报告期各期前五大客户情况，包括客户名称、销售金额及占比、业务获取方式等；

2、访谈发行人报告期各期部分主要客户，确认该等客户的业务获取方式、与发行人的合作历史，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、其他核心人员是否存在关联关系或其他利益安排；

3、取得并查阅发行人两种销售模式下报告期各期前五大客户的招投标资料、销售合同、销售发票、支付凭证、验收报告，确认发行人业务获取方式、实际履行情况、产品实际使用方情况；

4、收集并查阅同行业可比公司的招股说明书、年度报告等，确认三方合作模式是否符合行业惯例，同行业可比公司是否存在非直销业务模式；

5、访谈发行人财务负责人，了解三方合作模式发行人收入确认方式及合规性，非直销模式下收入确认原则及方法的合规性；

6、通过“中国裁判文书网”、“人民法院公告网”、“中国执行信息公开网”核查发行人与银行、高校的纠纷、诉讼等情况，确认发行人与银行、高校不存在纠纷或潜在纠纷；

7、抽查公司与银行、高校合作模式下签订的三方合同、验收单、发票和银行回单，确认该种模式下的验收方、回款方等；

8、访谈发行人销售负责人，了解发行人与银行、高校这种三方合作模式的原因、具体执行方式，了解发行人与非直销客户的具体业务合作模式、合作背景等；

9、获取发行人与非直销客户签订的合同，查阅关于产品或服务内容、安装验收、售后运维的具体约定、双方权利义务及责任的划分、费用承担原则的约定；

10、通过国家企业信用信息公示系统、启信宝等公开渠道检索和访谈等方式，核查报告期内发行人两种销售模式的前五大客户的控股股东、实际控制人、董监高的任职情况和对外投资情况，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东、核心技术人员等进行核对。

**经核查，信达律师认为：**

1、发行人直销模式下和非直销模式下报告期各期前五大客户与发行人及其实际控制人、董监高、持股 5% 以上股东、核心技术人员不存在关联关系或其他利益安排。

2、直销模式下公司与银行、高校之前的合作模式，合同签署规范、权利义务划分准确，该种业务合作模式符合行业惯例，具有商业合理性，不存在纠纷或潜在纠纷；该模式下各项目的验收主体基本为高校，支付主体基本为银行，相关的收入确认符合会计准则的规定，不存在异常情况。

3、发行人非直销客户与最终用户签订合同后，结合其自身的供应能力，根据合同所需的软件产品或服务的内容，向发行人采购相关软件产品或服务；发行人非直销模式下收入确认原则符合《企业会计准则》的规定；非直销模式下最终均销售给高校、政企、健康客户，该模式符合行业惯例；发行人不属于非直销客户的外包服务供应商，报告期内发行人非直销主要客户不存在专门销售发行人产品的情况；客户不属于专门销售发行人产品，不存在个人等非法人实体，客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、主要股东等不存在实质和潜在关联关系。

### 三、反馈问题 14—其他问题

#### 回复更新：

（一）劳动用工是否合规。请发行人补充说明报告期内的劳动用工情况，是否存在劳务外包、劳务派遣、实习生等用工形式，相关业务开展的具体情况及其合法合规性

经核查，发行人不存在劳务外包、劳务派遣用工形式，但聘用了少量实习生，报告期各期末，发行人聘用的实习生人数如下：

| 时间 | 2023年06月30日 | 2022年12月31日 | 2021年12月31日 | 2020年12月31日 |
|----|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 人数 | 6           | 6           | 11          | 7           |

发行人聘用的实习生人数较少，主要为了满足发行人人才储备的需要，通过为相关专业的在校生提供实践机会，观察其实习期间的工作、学习能力，待毕业后择优录用。因此，聘用实习生具有合理性。

经核查，发行人实习生薪酬水平低于正式员工，也未为实习生购买社会保险、住房公积金等，根据《关于贯彻执行〈中华人民共和国劳动法〉若干问题的意见》（劳部发[1995]309号）第十二条规定，“在校生利用业余时间勤工助学，不视为就业，未建立劳动关系，可以不签订劳动合同”。因此，发行人与实习生建立的是劳务关系，无需遵守关于最低工资保障、缴纳社会保险、住房公积金的相关



规定。发行人聘用实习生的用工形式合法合规。

## （二）信达律师的核查过程和核查意见

### 信达律师的核查过程：

1、访谈发行人人事负责人，了解发行人是否存在劳务外包、劳务派遣等用工形式，招聘在校生实习的原因及合理性等；

2、查阅发行人各期末实习生用工情况表，以及相应实习协议、学信网教育部学籍在线验证报告、学生证、实习用工内部管理制度等文件，了解发行人实习生聘用合法合规性。

### 经核查，信达律师认为：

发行人招聘的均为全日制员工，不存在劳务外包、劳务派遣用工形式；发行人因满足人才储备的需要聘用了少量实习生，并给予适当的实习报酬，合法合规。

## 本次发行上市的总体结论性意见

综上所述，信达律师认为，截至本《补充法律意见书（二）》出具之日，发行人不存在影响本次发行上市的重大违法违规行为；发行人本次发行及上市符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》和《股票上市规则》等法律法规及规范性文件规定的股票发行上市条件；《招股说明书》所引用的《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》和《补充法律意见书（二）》内容适当；《招股说明书》不会因引用《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》和《补充法律意见书（二）》的内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；发行人本次发行上市尚需经北交所发行上市审核并报经中国证监会履行发行注册程序。

本《补充法律意见书（二）》一式两份，每份具有同等法律效力。

（以下无正文）

（此页无正文，系《广东信达律师事务所关于西安博达软件股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的补充法律意见书（二）》之签署页）

广东信达律师事务所



负责人： 魏天慧  
魏天慧

经办律师： 尹公辉  
尹公辉

杨易成  
杨易成

钱程  
钱程

2023年 10月 27日



广东信达律师事务所

《关于落实上市委员会审议会议意见的函》

的回复

中国 深圳 福田区 益田路6001号太平金融大厦11-12楼 邮政编码：518038  
11F-12F, TAIPING FINANCE TOWER, 6001 YITIAN ROAD, FUTIAN, SHENZHEN, CHINA  
电话 (Tel.) : (0755) 88265288 传真 (Fax.) : (0755) 88265537  
邮箱: info@sundiallawfirm.com 网站 (Website) : www.sundiallawfirm.com

## 广东信达律师事务所

### 《关于落实上市委员会审议会议意见的函》 的回复

致：西安博达软件股份有限公司

根据西安博达软件股份有限公司（以下简称“发行人”）与广东信达律师事务所（以下简称“信达”）签署的《专项法律顾问聘请协议》，信达接受委托，担任发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市（以下简称“本次发行上市”）的特聘专项法律顾问，为发行人提供法律服务。

北京证券交易所上市委员会（以下简称“上市委”）2023年第63次审议会议对本次发行上市事项进行了审议，根据审议会议结果，上市委对部分问题提出了进一步落实意见，并出具了《关于落实上市委员会审议会议意见的函》（以下简称“《上市委意见函》”）。信达律师对《上市委意见函》所列问题逐项进行了落实，并对《上市委意见函》回复如下：

#### 问题一：关于信息披露准确性

请发行人：（1）说明全媒体市场占有率测算依据及其准确性。（2）说明融媒体及子站建设业务与全媒体业务是否具有协同性，报告期未能有效开拓融媒体及子站建设业务的原因，详细说明相关市场前景及可触达性的测算依据。（3）结合上海交大等客户全媒体相关产品及服务的初次购买、迭代升级复购等情况，说明高校每3-5年采购全媒体网站群平台的表述是否准确。（4）依据主营产品类型收入占比，准确披露主营业务相关表述。（5）结合上述问题以及公司行业地位、核心竞争力、获客能力，详细说明预测未来收入增长空间依据的充分性及准确性。

回复：

## 一、说明全媒体市场占有率测算依据及其准确性

招股说明书及申报材料相关内容披露原文为：“公司已累计服务超过 1,300 所各类型高等院校客户，根据教育部 2023 年 6 月数据，全国共 3,072 家高校，公司在普通高等学校细分市场覆盖率超 43%。”此处为细分市场覆盖率，并非市场占有率。相关内容在招股说明书中补充披露如下：

“根据教育部 2023 年 6 月数据，全国普通高等学校数量 2,820 家。截至报告期末，从客户数量来看，使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量为 1,225 所，占普通高等学校的比例为 43.44%；从销售金额来看，根据《中国高校信息化发展报告（2021）》（2023 年尚未发布 2022 年报告）中数据测算，公司 2020 至 2022 年度平均营业收入占普通高等学校年度信息化总经费的比例约为 0.46%。”

### （一）使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量及占比

#### 1、测算过程及测算依据

##### （1）测算过程

根据教育部 2023 年 6 月数据，全国普通高等学校数量 2,820 家。截至报告期末，使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量为 1,225 所，占普通高等学校的比例为 43.44%。具体测算如下所示：

| 项目                         | 仅全媒体网站群产品 |
|----------------------------|-----------|
| 购买并使用公司全媒体网站群管理平台的普通高等学校数量 | 1,225     |
| 普通高等学校总数量                  | 2,820     |
| 客户数量占比                     | 43.44%    |

##### （2）测算依据

| 项目 | 测算依据及准确性和权威性说明 |
|----|----------------|
|    |                |

|    |  |
|----|--|
| 分子 | 购买并使用发行人全媒体网站群管理平台的普通高等学校数量，本数据源自于保荐机构核查结果。                  |
| 分母 | 教育部 2023 年 6 月公布的普通高等学校数量 2,820 家，本数据源自于教育部网站公布结果，具有准确性及权威性。 |

## 2、同行业可比公司的披露情况

| 可比公司         | 关于市场份额的披露   |
|--------------|---|
| 金智教育(创业板已过会) | 截至 2022 年 12 月 31 日，全国普通高等学校中累计已采购金智教育智慧校园运营支撑平台的高校数量为 628 所，占全国普通高等学校总数的 22.76%。   |
| 新开普(300248)  | 截至 2023 年 6 月 30 日，新开普是国内高校信息化龙头公司之一，客户范围遍及校园、企事业、城市等领域，校园信息化产品覆盖高校总数达千余所，市场占有率逾 40%。   |
| 国子软件(872953) | 根据教育部数据，截至 2022 年，全国共有普通高中学校 1.5 万所、中等职业教育学校 7,201 所、初中 5.25 万所、普通小学 14.91 万所、幼儿园 28.92 万所。报告期内公司服务该业务领域的用户超过 7,000 家，仍然具有较大发展空间。 |
| 开普云(688228)  | 开普云在政府网站内容监测领域市场占有率较高，2019 年全年为省级政府、国务院组成部门和直属机构、地级政府提供监测服务的比率分别为 58.06%、31.58%和 33.53%，而其他同类服务供应商较为分散。                           |
| 致远互联(688369) | 公司的客户数量位于同行业主要厂商的前列。公司拥有 30,000 多家企业和组织级客户，业务范围基本覆盖全国大部分省、自治区及直辖市，下游客户涵盖了制造、建筑、能源、金融、电信、互联网及政府机构等众多行业及领域。                         |

注：资料来源于公开披露信息整理

由上表可知，同行业可比上市公司均以服务客户数量作为市场份额的测算依据，公司与同行业可比上市公司测算及披露方式一致。

### (二) 使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量及占比

#### 1、测算过程及测算依据

(1) 测算过程

根据《中国高校信息化发展报告（2021）》（2023 年尚未发布 2022 年报告）中数据测算得出 2021 年普通高等学校信息化总经费为 275.52 亿元，发行人 2020 年至 2022 年年均营业收入为 1.26 亿元，发行人 2020 至 2022 年度平均营业收入占普通高等学校年度信息化总经费的比例约为 0.46%。具体如下：

单位：万元

| 项目                      | 金额及占比        |
|-------------------------|--------------|
| 2020 年至 2022 年发行人年均营业收入 | 12,638.10    |
| 普通高等学校年度信息化总经费          | 2,755,224.00 |
| 发行人按照收入测算的市场份额          | 0.46%        |

(2) 测算依据

| 项目 | 测算依据及准确性和权威性说明  |
|----|---|
| 分子 | 数据来源于报告期内发行人审计报告中披露的营业收入，此处采用 2020 年-2022 年年均营业收入。  |
| 分母 | 1、数据来源于《中国高校信息化发展报告（2021）》（2023 年尚未发布 2022 年报告），该报告由教育部高等学校科学研究发展中心与中国高等教育学会教育信息化分会出具；<br>2、根据《中国高校信息化发展报告（2021）》中公布各类型高校平均信息化总经费测算出高校平均每年信息化经费投入，根据教育部 2023 年 6 月公布的普通高等学校数量测算出高校信息化建设的市场规模。 |

普通高等学校年度信息化总经费 275.52 亿元的测算如下：

单元：个、万—

| 高校类型 | 学校总数量 | 年度信息化总经费 | 合计           |
|------|-------|----------|--------------|
| 双一流  | 145   | 3,343.50 | 484,807.50   |
| 双高计划 | 195   | 1,582.90 | 308,665.50   |
| 其他普通 | 1,130 | 1,012.20 | 1,143,786.00 |
| 其他高职 | 1,350 | 605.90   | 817,965.00   |

|    |       |   |              |
|----|-------|---|--------------|
| 合计 | 2,820 | — | 2,755,224.00 |
|----|-------|---|--------------|

综上，公司针对客户数量及销售金额两个维度的测算依据充分合理，计算过程准确无误。

## 二、说明融媒体及子站建设业务与全媒体业务是否具有协同性，报告期未能有效开拓融媒体及子站建设业务的原因，详细说明相关市场前景及可触达性的测算依据

### （一）融媒体及子站建设业务与全媒体业务具有协同性

公司核心产品全媒体网站群平台作为高校基础信息化平台，主要面向信息中心提供全校所有网站的统一建设运维及统一安全管理；融媒体产品主要面向高校党委宣传部提供网站和新媒体的内容生产、审核与融合发布等服务，构建了以学校主站及新闻网为核心的宣传体系；子站建设主要面向二级院系及职能部门，提供基于全媒体网站群平台之上的子站建设运维、子站页面设计、子站交互应用开发等服务。因此，三类业务具有较强的业务逻辑和内在联系，具备一定的协同性。具体分析如下：

#### 1、融媒体与全媒体业务具有协同性

融媒体业务主要服务于高校党委宣传部，系专门为其打造的专业内容生产与协作的业务系统，本质上两类业务核心解决的是高等学校的信息发布与内容管理，公司全媒体系统与融媒体系统可以平滑对接、高效协同，有效降低客户内容生产、发布与管理的对接成本与技术安全风险。融媒体与全媒体业务在业务本质、数据资源、平台安全保障、市场拓展等方面均具有协同性，具体如下：

| 项目   | 融媒体与全媒体的协同性说明  |
|------|--|
| 业务协同 | 由同一家公司建设的两个平台互通互联，可实现统一的内容管理，全媒体网站群平台作为学校主站、新闻网的基础运行及管理平台，融媒体系统作为学校主站、新闻网的内容生产及发布平台，所有内容均需要通过网站群发布并持续进行平台安全管理，确保系统兼容性、业务连续性、系统稳定性、降低开发难度和成本。 |



|      |   |
|------|---|
| 数据协同 | 融媒体与全媒体可以共享数据资源，保证两个平台之间数据的一致性，降低系统运维难度，节省存储空间。   |
| 安全协同 | 两类业务可实现用户身份统一管理、用户权限统一认证，并形成统一的安全标准及安全漏洞管理，有利于快速发现安全风险，确保平台及内容安全性。  |
| 市场协同 | 网络信息中心为高校信息化工作整体建设规划和技术保障部门。公司全媒体产品在高校的大量使用，其性能和安全性满足网络信息中心需求，公司整体技术和服务能力获得高校认可，有利于公司融媒体产品在高校内落地使用，用户从网络信息中心延伸至党委宣传部。 |

## 2、子站建设业务与全媒体业务的协同性

子站建设与全媒体具有协同性。具体从业务协同、数据协同、安全协同及市场协同四个层面详细分析如下：

| 项目   | 子站建设业务与全媒体业务的协同性说明  |
|------|---|
| 业务协同 | 子站建设业务基于公司全媒体网站群平台之上进行。将二级院系网站迁移至全媒体网站群平台，实现各站点统一的内容管理与发布；公司直接进行子站建设可提升交付效率，满足客户个性化建设需求。              |
| 数据协同 | 在全媒体网站群平台之上进行子站建设，可实现不同站点之间数据资源的协同，促进相关信息在高校内部的交流和共享，并保证各站点信息的一致性，提升高校工作效率和管理水平。                      |
| 安全协同 | 在全媒体网站群平台之上进行子站建设业务，各站点具备统一的安全防护体系，信息安全性得到提升。通过防篡改、防火墙及加密认证机制等方式，确保所有站点均符合国家网络信息安全等级保护要求，保障数据安全及内容安全。 |
| 市场协同 | 全媒体网站群平台的客户群主要为高校网络信息中心，子站建设业务的客户群主要为高校各二级院系及职能部门。公司凭借优质的产品良好的口碑，可快                                   |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
|  | 速将客户群由网络信息中心延伸至各二级院系及职能部门，有利于降低营销成本。 |
|--|--------------------------------------|

综上所述，融媒体及子站建设业务与全媒体业务具有较强的业务逻辑和内在联系，具备一定的协同性。

## （二）报告期未能有效开拓融媒体及子站建设业务的原因

根据公司市场策略，结合三类业务的内在逻辑及业务间的协同性，公司在资源投入有限情况下，首先聚焦于全媒体网站群平台的客户开发和市场覆盖，在此基础上逐步进行融媒体、子站建设及其他业务的需求挖掘和市场开拓。

报告期内发行人未能有效开拓融媒体业务主要因为高校融媒体行业 2019 年 12 月才启动试点工作，客户认知和市场发展从起步到成熟需要一定的时间周期。报告期内发行人未能有效开拓子站建设业务的原因主要是公司首先聚焦于全媒体网站群平台的市场拓展和客户覆盖，再逐步下沉至二级院系及职能部门的子站建设业务。

### 1、未能有效开拓融媒体的原因及分析

高校融媒体平台业务自 2019 年 12 月方开始启动试点工作，公司抓住了高校融媒体业务的新机遇，在 2019 年与 2020 年的两批教育融媒体建设 24 家试点高校中公司融媒体产品共计服务 11 家，占试点高校数量的比例为 45.83%。目前已经取得了有效开拓布局，2020 年至 2022 年公司融媒体内容生产平台所产生的收入分别为 428.81 万元、915.76 万元及 964.65 万元，整体呈现增长态势。未来计划将在继续大力发展全媒体业务基础上开拓融媒体业务，打造第二利润增长极。具体展开如下：

#### （1）高校融媒体市场起步较晚

高校融媒体市场自 2019 年 12 月开始启动第一批试点工作，从教育部推动到地方教育主管部门具体落实需要一定的时间周期。根据教育部 2022 年 2 月发布的《教育部关于推进教育融媒体建设的意见》，力争 3 年内，全国各级教育部门、各高等学校建立适合各地各校特点的教育融媒体传播机制，构建教育新闻宣传大

格局。继教育部发布文件后，地方教育部门相继发布相关文件推动教育融媒体中心建设。高校融媒体发展阶段及政策背景具体如下：

| 时间                  | 发展阶段         | 政策/背景                             | 具体内容   |
|---------------------|--------------|-----------------------------------|--|
| 2019年<br>12月5日      | 第一批全国试点      | “2019 教育融媒体中心建设试点工作推进会在复旦大学召开”    | 在高校中展开融媒体试点工作， <b>首批确定清华大学、武汉大学、西安交通大学等 15 家融媒体试点单位（其中高校客户 11 家）。</b>  |
| 2020年<br>11月12日-13日 | 第二批全国试点      | “2020 年教育融媒体中心建设试点工作推进会”在西安交通大学举行 | 确定天津大学、大连理工大学、陕西师范大学等 <b>第二批 15 家教育融媒体中心建设试点单位（其中高校客户 13 家）。</b>   |
| 2022年<br>2月23日      | 教育部发布文件推动    | 《教育部关于推进教育融媒体中心建设的意见》             | <b>力争 3 年内，全国各级教育部门、各高等学校建立适合各地各校特点的教育融媒体传播机制，构建教育新闻宣传大格局。</b>   |
| 2022年<br>2月25日      | 地方教育部门发布文件推动 | 湖北省教育厅转发《教育部关于推进教育融媒体中心建设的意见》的通知  | 各地各校要积极配合共同建设全省教育系统全媒体传播体系，建立上下贯通、多方联动的融媒体传播矩阵，构建省域教育传播品牌。   |
| 2022年<br>3月23日      | 地方教育部门发布文件推动 | 《山东省教育厅关于推进教育融媒体中心建设的通知》          | 力争 1 年内推动全省各地各校着手布局，2 年内推动 20 家教育融媒体试点建设单位，3 年内各地各高校建立适合自身特点的教育融媒体传播机制，形成上下贯通、多方联动的“山东教育发布”融媒体传播矩阵，为山东教育高质量发展提供舆论支持。 |
| 2023年               | 地方教育         | 江苏教育融媒体联盟                         | 成立江苏教育融媒体联盟并开通“江苏教育  |

|        |          |                         |                                   |
|--------|----------|-------------------------|-----------------------------------|
| 11月21日 | 部门发布文件推动 | 成立暨“江苏教育发布”视频号开通仪式在无锡举行 | 发布”视频号，梳理总结融媒体试点单位经验，探索教育政务传播新路径。 |
|--------|----------|-------------------------|-----------------------------------|

### (2) 公司在高校融媒体市场已具备先发优势

在 2019 年与 2020 年的两批教育融媒体建设试点单位 30 家中，试点高校共计 24 家。截至本回复出具日，两批试点高校中公司融媒体产品共计已服务 11 家，占试点高校数量的比例为 45.83%。第一批试点单位中公司融媒体产品所服务的高校分别为北京大学、清华大学、浙江大学、武汉大学及西安交通大学；第二批试点单位中，公司融媒体产品所服务的高校分别为北京科技大学、东北大学、同济大学、厦门大学、大连理工大学及陕西师范大学。公司较早进入高校融媒体行业，具有一定的先发优势。

### (3) 公司融媒体整体呈现增长态势

报告期内公司融媒体内容生产平台所产生的收入分别为 428.81 万元、915.76 万元、964.65 万元及 355.17 万元。公司融媒体产品营业收入逐年递增预计 2023 年融媒体收入约为 1,935.39 万元（未经审计）。综上，公司融媒体业务整体增速较快。

## 2、未能有效开拓子站建设的原因

公司核心产品为全媒体网站群管理平台，报告期内公司在资源投入有限的情况下首先聚焦于核心产品的市场开发，当高校客户的全媒体网站群管理平台建设之后，每年均会产生大量的子站建设需求，公司子站建设业务拓展对象主要为已使用公司全媒体网站群平台高校的各二级学院和职能部门，未来公司将在取得一定细分市场优势背景下，继续利用业务链延伸和客户下沉带来的协同性持续开发子站建设业务，因此该业务模式具有商业合理性。2020 年至 2022 年公司子站建设所产生的收入分别为 1,005.64 万元、1,321.00 万元及 2,226.28 万元，整体呈现增长态势。子站建设具体开拓情况如下：

### (1) 聚焦核心产品的市场开拓及客户覆盖

公司市场战略和资源投入主要聚焦于核心产品全媒体网站群平台的市场开发，在此基础上公司进一步面向高校的二级院系及职能部门提供子站建设业务，解决其网站建设维护与管理问题，提升客户粘性和市场渗透率。

### (2) 公司子站建设整体呈现增长态势

报告期内公司子站建设所产生的收入分别为 1,005.64 万元、1,321.00 万元、2,226.28 万元及 652.02 万元。2020 年至 2022 年公司子站建设营业收入逐年递增，整体呈现增长态势。

综上，公司首先聚焦于全媒体网站群平台的客户拓展和市场覆盖，在此基础上逐步进行融媒体、子站建设及其他业务的需求挖掘和市场开拓，与业务发展逻辑及客户的阶段性需求相匹配，同时有利于加强公司产品的客户粘性。

### (三) 详细说明相关市场前景及可触达性的测算依据

#### 1、定量测算市场前景

已购买并使用公司全媒体网站群产品的 1,225 所普通高等学校是公司最稳固、最核心的客户资源。围绕上述客群深度开发，是公司从“跑马圈地”向“深耕细作”发展的必然选择。仅考虑上述 1,225 所现有客群，融媒体每年市场空间约 0.89 亿元，子站建设每年市场空间约 0.74 亿元，融媒体及子站建设具有广阔的市场前景。具体如下：

#### (1) 融媒体内容生产平台

##### ① 测算结果

单位：个，万元

| 主要产品类型    | 客户数量(A) | 报告期内平均单价(B) | 市场规模(C=A*B) | 年均市场规模(D=C/5) |
|-----------|---------|-------------|-------------|---------------|
| 融媒体内容生产平台 | 1,225   | 36.25       | 44,406.25   | 8,881.25      |

注 1：基于谨慎性考虑，本测算表未考虑产品功能进一步完善后的价格涨幅；

注 2：合理预估现有 1,225 所高校客户在未来 5 年内将产生全面建设融媒体的市场需求，故此处均按 5 年时间周期进行测算。

②测算依据

融媒体产品报告期内平均单价为各报告期内营业收入除以客户数量后的平均值。具体计算过程如下：

单位：万元，个

| 项目        |      | 2023 年 1-6 月 | 2022 年 | 2021 年 | 2020 年 | 报告期内平均单价 |
|-----------|------|--------------|--------|--------|--------|----------|
| 融媒体内容生产平台 | 营业收入 | 355.17       | 964.65 | 915.76 | 428.81 | 36.25    |
|           | 客户数量 | 6            | 32     | 26     | 21     |          |
|           | 单价   | 59.19        | 30.15  | 35.22  | 20.42  |          |

(1) 子站建设业务

①测算结果

单位：万元

| 类型             | 客户数      | 子站建设客单价 | 市场规模      |
|----------------|----------|---------|-----------|
| 双一流            | 93.00    | 103.88  | 9,660.84  |
| 普通本科           | 573.00   | 43.48   | 24,914.04 |
| 高职             | 559.00   | 4.24    | 2,370.16  |
| 合计             | 1,225.00 | —       | 36,945.04 |
| 子站建设业务平均每年市场规模 |          |         | 7,389.01  |

注：考虑到产品迭代周期为 5 年，故此处按 5 年时间周期进行测算。

## ②测算依据

以分布在全国各大区域标杆客户<sup>1</sup>为标准，挖掘非标杆客户深度需求，是未来市场开发计划的重点工作。因此，此处子站建设业务的测算主要基于将公司历史已成交的普通高等学校客户依次按照双一流、普通本科、高职院校进行分层，每层分别选取覆盖各地区的7所标杆高校。由于每层高校的资金预算投入、网络安全意识、网站和新媒体数量、信息发布需求、内容管理复杂程度具有一定的需求相似性，随着信息化建设持续推进，预计每层其他高校未来可达到该层标杆高校的子站建设业务需求和建设投入水平。此外，因产品迭代周期为5年，故选取各地区标杆高校2018年至2022年子站建设业务的收入金额作为测算基准。

### a.双一流

在双一流高校中，各地区标杆客户2018年至2022年子站建设业务的收入金额如下所示：

单位：万元

| 地区  | 分类  | 名称  | 2018至2022年子站建设合计营业收入 |
|-----|-----|-----|----------------------|
| 地区一 | 双一流 | 客户1 | 11.56                |
| 地区二 | 双一流 | 客户2 | 78.50                |
| 地区三 | 双一流 | 客户3 | 5.30                 |
| 地区四 | 双一流 | 客户4 | 600.21               |
| 地区五 | 双一流 | 客户5 | 10.64                |
| 地区六 | 双一流 | 客户6 | 11.83                |

<sup>1</sup> 系将目前已购买并使用公司全媒体网站群产品的1,225所普通高等学校依次按照双一流、普通本科、高职院校进行分层，每层分别选取公司2018至2022年度在全国七大地区采购相应业务（全媒体内容管理平台+子站建设业务+维保）合计收入最高的高校客户。

|           |     |      |               |
|-----------|-----|------|---------------|
| 地区七       | 双一流 | 客户 7 | 9.15          |
| 合计        |     |      | <b>727.19</b> |
| 平均每所高校客单价 |     |      | <b>103.88</b> |

b.普通本科

在普通本科高校中，各地区标杆客户 2018 年至 2022 年子站建设业务的收入金额如下所示：

单位：万元

| 地区        | 分类   | 名称   | 2018 至 2022 年子站建设合计营业收入 |
|-----------|------|------|-------------------------|
| 地区一       | 普通本科 | 客户 1 | 219.60                  |
| 地区二       | 普通本科 | 客户 2 | 21.21                   |
| 地区三       | 普通本科 | 客户 3 | 3.58                    |
| 地区四       | 普通本科 | 客户 4 | 8.99                    |
| 地区五       | 普通本科 | 客户 5 | 24.91                   |
| 地区六       | 普通本科 | 客户 6 | 23.87                   |
| 地区七       | 普通本科 | 客户 7 | 2.17                    |
| 合计        |      |      | <b>304.33</b>           |
| 平均每所高校客单价 |      |      | <b>43.48</b>            |

c.高职院校

在高职院校中，各地区标杆客户 2018 年至 2022 年子站建设业务的收入金额



如下所示：

单位：万元

| 地区        | 分类   | 名称   | 2018 至 2022 年子站建设合计营业收入 |
|-----------|------|------|-------------------------|
| 地区一       | 高职院校 | 客户 1 | 18.23                   |
| 地区二       | 高职院校 | 客户 2 | 6.13                    |
| 地区三       | 高职院校 | 客户 3 | 1.70                    |
| 地区四       | 高职院校 | 客户 4 | 1.51                    |
| 地区五       | 高职院校 | 客户 5 | 0.75                    |
| 地区六       | 高职院校 | 客户 6 | 0.46                    |
| 地区七       | 高职院校 | 客户 7 | 0.90                    |
| 合计        |      |      | <b>29.68</b>            |
| 平均每所高校客单价 |      |      | <b>4.24</b>             |

## 2、定性分析市场前景

### (1) 融媒体从政策保障、资金来源、经费标准方面具有广阔的市场空间

第一，从政策保障来看，宣传工作是党的一项极其重要的工作。十八大以来，习近平总书记主持召开了全国宣传思想工作会议、新闻舆论工作座谈会等一系列重要会议，发表了一系列重要讲话，对宣传能力建设、媒体建设管理、网络信息安全等作出了重要部署，强调要高度重视传播手段建设和创新，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。2022年2月23日《教育部关于推进教育融媒体建设的意见》要求，大力推进教育融媒体建设，构建教育系统全媒体传播体系，遵循教育规律，立足教育实际，推动各地各校在教育新闻舆论工作的思维理念、

体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐，不断开创教育融媒体宣传的新局面。力争3年内，全国各级教育部门、各高等学校建立适合各地各校特点的教育融媒体传播机制，形成上下贯通、多方联动的“中国教育发布”融媒体传播矩阵，更好地服务于构建教育新闻宣传大格局。

第二，从资金来源来看，教育融媒体资金来源渠道较为广泛，主要包括网络思政工作专项经费、国家教育信息化建设工程专项资金、中央高校改善基本办学条件专项资金（信息化类）、学校常规经费、信息化课题经费等。

第三，从经费投入来看，思想政治工作专项资金可以用于高校融媒体建设，一定程度上可以保障融媒体业务建设可持续发展。2020年11月教育部召开2020年教育融媒体建设试点工作推进会，会议强调：“要把教育融媒体建设和思政工作紧密结合起来；要搭平台，形成教育融媒体“新闻+政务+服务”格局。”《教育部思想政治工作司2023年工作要点》指出要进一步加强网络思想政治教育，指导各地各高校加大省级、校级网络思政中心建设力度，形成立体化网络思政平台矩阵。

教育部、省级教育行政部门、部分高校针对高校思想政治工作专项资金出台了系列文件，具体如下所示：

| 文件名称                                    | 制定单位/发布单位 | 发布时间    | 主要内容  |
|---|-----------|---------|---|
| 关于《普通高等学校本科教育教学审核评估实施方案（2021-2025年）》的通知 | 教育部       | 2021年1月 | 已将生均网络思政工作专项经费投入指标作为审核评估重点项，并纳入普通高等学校本科教育教学审核评估指标体系中。 |
| 《教育部等八部门关                               | 教育        | 2020    | 各地各高校要明确落实期限和时间节点。如，“按                                |

|                                      |                 |         |  |
|--------------------------------------|-----------------|---------|--|
| 于加快构建高校思想政治工作体系的意见》及答记者问             | 部               | 年4月     | 照在校生总数每生每年不低于30元的标准设立网络思政工作专项经费”、“严格落实中央关于高校思想政治工作和党务工作队伍配备的各项指标性要求”等，教育部将会同有关部门对上述文件的落实情况适时开展督导检查。  |
| 关于印发《高校思想政治工作专项资金管理暂行办法》的通知          | 教育部             | 2018年9月 | 高校思想政治工作专项资金由中央财政安排，列入教育部部门预算，同时鼓励生产、创新、推广高校思想政治工作优秀案例、作品、成果，建设相关网络育人平台和载体。  |
| 关于贯彻落实《新时代高等学校思想政治理论课教师队伍建设规定》的通知    | 四川省委教育工委、四川省教育厅 | 2020年3月 | 要求各地各高校把思政建设情况纳入学校党的建设工作考核、办学质量和学科建设评估标准体系。要根据全日制在校生总数，按照本科院校每生每年不低于40元、专科院校每生每年不低于30元的标准安排专项经费，并根据实际情况逐步加大支持力度。   |
| 湖南：开辟思政全方位育人新路径（教育部新闻办公室关于高校思政工作的采访） | 教育部新闻办公室        | 2017年4月 | 湖南各高校积极探索“互联网+创新思想政治工作”新路径，在打造新媒体矩阵，线上线下融合，网络舆情引导等方面，抢占育人新高地。中南大学先后投入2亿元打造“数字中南”智慧网，创建的22个思政教育网站中有12个成为省部级示范网站。同时，依托校、院、班、学生会、社团5级体系构建了包括校领导、教学名师、辅导员、优秀学生在内的四类“达人”网络平台，建设校、院各类特色“两微一端”平台120余个，实现了全校思政教育线上线下全覆盖。 |
| 《西安文理学院网络                            | 西安              | 2022    | 学校按全日制在校生总数每生每年30元的标准设   |

|                              |        |         |   |
|------------------------------|--------|---------|---|
| 思政工作专项经费使用办法》                | 文理学院   | 年10月    | 立网络思政工作专项经费，列入党委宣传部年度部门预算。网络思政工作专项经费主要用于提升学校网络阵地建设水平；网络评论员队伍建设；培育思政类公众号；引导师生创作优秀校园网络文化作品；开展学校网络文化研究、网络思政课题研究等方面。  |
| 《闽南科技学院网络思政工作专项经费使用管理办法》     | 闽南科技学院 | 2022年5月 | 学校按全日制在校生总数每生不低于30元的标准提取专项经费，用于加强网络思政育人。专项经费用于提升校园新媒体网络平台的服务力、吸引力和黏合度，增强网络阵地的示范性、引领性和辐射度。建设思政类公众号，发挥新媒体平台对高校思政工作的促进作用。引导和扶持师生积极创作导向正确、内容生动、形式多样的网络文化产品。 |
| 《天津天狮学院思想政治工作专项经费管理办法》的通知    | 天津天狮学院 | 2021年6月 | 网络思想政治教育工作专项经费按照在校学生人数核定，生均30元/年。网络思想政治教育工作专项经费用途包括思想政治工作类网站、公众号、视频平台等新媒体相关工作的运行经费及新媒体建设的设计费、开发费、搭建费、设备购置费等。  |
| 河南城建学院：构建“大思政”格局，谱写思政育人“协同曲” | 河南省教育厅 | 2021年3月 | 河南城建学院成立以校党委书记、校长为组长的学校“三全育人”综合改革工作领导小组，构建了党委统一领导、党政齐抓共管、宣传部门牵头协调、相关部门分工负责、广大干部师生共同参与的“大思政”领导体制和工作机制，进一步落实思政重点建设地位，按照生均40元标准投入年度建设经费80万元。               |

综上，从政策保障、资金来源、经费投入等方面来看，教育融媒体具有广阔的市场前景。

(2) 子站建设从业务逻辑、政策保障、经费来源及客户建站需求方面具有广阔的市场空间前景

高校子站市场具有其独特的管理逻辑，在政策方面得到了教育部门、地方政府及高校自身的支持保障，经费来源较为多样化及且具有充足性保证、同时高校子站建设市场呈现周期性、高频率更新建设特点，具有良好的市场前景。具体分析如下：

第一，从网站的建设与管理的内部要求来看，高校发布“网站群管理平台管理办法”、“网络信息内容管理办法”等制度，同时按照信息安全等级保护条例要求保障系统及内容安全，高校网络与信息中心要求院系及职能部门在学校统一全媒体网站群平台上进行子站建设，实现统一安全、统一发布、统一管理、统一运维，为子站的大规模建设提供大量的市场机会。

第二，从政策保障来看，教育部、省级教育行政部门、部分高校针对校园网站建设出台了系列政策文件，具体如下所示：

| 法律法规/政策名称                 | 制定单位/发布单位 | 发布时间      | 主要内容  |
|---------------------------|-----------|-----------|---|
| 《关于开展2022年国家教学成果奖评审工作的通知》 | 教育部       | 2022年9月8日 | 根据该文件要求，各申报单位需提供一个成果网址，将认为必要的视频及其他补充支撑材料放在此网址下，并保证网络畅通。                                 |
| 《教育部2022年工作要点》            | 教育部       | 2022年2月1日 | 强化需求牵引，深化融合、创新赋能、应用驱动，积极发展“互联网+教育”，加快推进教育数字转型和智能升级。推进教育新型基础设施建设，建设国家智慧教育公共服务平台。建设国家教育治理 |

|                                |         |             |   |
|--------------------------------|---------|-------------|---|
|                                |         |             | 公共服务平台和基础教育综合管理服务平台，提升数据治理、政务服务和协同监管能力。强化数据挖掘和分析，构建基于数据的教育治理新模式。指导推进教育信息化新领域新模式试点示范，深化信息技术与教育教学融合创新。  |
| 关于推进教育新型基础设施建设构建高质量教育支撑体系的指导意见 | 教育部等六部门 | 2021年7月1日   | 坚持创新引领，推动教育数字转型，统筹网络安全和信息化。信息网络新型基础设施：建设教育专网、升级校园网络。平台体系新型基础设施，促进教育数据应用、推动平台开放协同、升级网络学习空间。支持有条件的学校利用信息技术升级教学设施、科研设施和公共设施，促进学校物理空间与网络空间一体化建设。      |
| 教育部关于加强新时代教育管理信息化工作的通知         | 教育部     | 2021年3月10日  | 教育部科技司下发文件要求全国教育行业，组织各个单位（包括下属机构）对“双非”（非学校域名，非学校IP的系统）信息系统进行排查、清理工作，对拒不清理的予以通报；保障经费投入，加大教育管理信息化投入，为系统建设、运行维护、安全防护、应用培训、服务运营、队伍建设等提供必要保障。          |
| 关于印发《教育移动互联网应用程序备案管理办法》的通知     | 教育部办公厅  | 2019年11月13日 | 一、高度重视教育移动应用备案工作；二、分阶段完成教育移动应用备案工作；三、设置ICP备案和等级保护备案缓冲期；四、加强政策宣传解读，加强对广大师生使用教育移动应用的宣传教育，介绍相关政策；五、提高事中事后监管能力。各单位应以备案为基础建立监测预警通报机制，及时发现、处置问题隐患和安全事件。 |
| 《教育部等                          | 教育部等八   | 2019年8      | 教育移动应用提供者应当建立覆盖个人信息收  |

|  |                          |                        |  |
|--|--------------------------|------------------------|--|
| <p>八部门关于引导规范教育移动互联网应用有序健康发展的意见》</p>                          | <p>部门</p>                | <p>月 15 日</p>          | <p>集、储存、传输、使用等环节的数据保障机制；应当落实网络安全主体责任，防范应对网络攻击，保障系统的平稳、安全运行，教育移动应用和后台系统应当统一落实网络安全等级保护要求；面向师生提供管理和服务的教育移动应用应当整合为“互联互通、业务协同、信息共享”的综合性教育移动应用；教育行政部门应当加强对教育移动应用管理的经费支持。</p>   |
| <p>教育部关于印发《教育部重点实验室建设与运行管理办法》和《教育部重点实验室评估规则(2015年修订)》的通知</p> | <p>教育部</p>               | <p>2015 年 8 月 26 日</p> | <p>第二十六条 实验室必须编制年度报告，并在实验室网站公布。</p> <p>第二十七条 高等学校以年度报告为基础，每年组织对实验室进行年度考核，并将考核结果与年度报告一并报主管部门和教育部备案。</p> <p>第二十八条 根据年度考核情况，教育部可会同高等学校主管部门，抽取部分实验室进行现场检查，发现、研究和解决实验室存在的问题。</p> <p>第二十九条 教育部对实验室进行定期评估。定期评估周期为 5 年，每年评估 1-2 个领域。开放运行满 3 年的实验室应当参加定期评估。</p> |
| <p>北京市高等学校智慧校园建设规范（试行）</p>                                   | <p>北京市教育委员会、北京市教育委员会</p> | <p>2023 年 4 月 1 日</p>  | <p>建设完善的多媒体信息发布系统、正版化软件服务、个人网络存储空间服务等公共网络应用服务，加强网络应用的建设与管理，为师生学习生活和校园管理提供优质网络应用服务。建立聚合全校业务信息资源的统一信息门户和移动服务门户，建设统一的网站信息发布平台和融媒体管理平台，对全校自媒体及网站信息发布实行统一管理。持续保障教育信息化各项投入，强化信息化经费</p>   |

|                                     |                         |            |  |
|-------------------------------------|-------------------------|------------|--|
|                                     |                         |            | 统筹归口管理，将教育信息化建设、应用、服务、培训和运维等经费纳入常态化预算。   |
| 上海市教育数字化转型实施方案（2021-2023）           | 上海市教育委员会办公室             | 2021年9月17日 | 强化网络安全体制机制，深化落实网络安全责任制，以学校为最小单位落实网络安全主体责任。提供重点系统和关键信息基础设施的检测、防御、响应等保障服务。建设一体化的网络安全保障监管机制，提升对网络安全的态势感知、智能诊断、应急响应与处置能力。落实网络安全等级保护制度，强化网络安全隐患与风险信息的互通共享、关联分析和联动应对，建立常态化网络安全攻防演练和培训考评工作机制。 |
| 中共陕西省委教育工委陕西省教育厅2023年教育网络安全和信息化工作要点 | 中共陕西省委教育工委办公室、陕西省教育厅办公室 | 2023年3月20日 | 加强教育网络空间统筹管理。加强教育系统网站管理，开展全省教育网站和重要信息系统专项监测。完善网络安全防护体系。健全网络安全责任制，加强关键信息基础设施保护，开展信息系统网络安全等级保护工作。完善多元化教育信息化投入格局。继续完善政府和市场作用相互补充、相互促进的教育信息化投入机制。鼓励企业等社会力量积极支持教育信息化建设与应用。                  |
| 关于印发《河南省“十四五”教育信息化发展规划》的通知          | 河南省教育厅、网信办、发改委、工信厅等     | 2022年4月26日 | 建设全省教育专网。充分利用国家和我省公共通信资源，依托电子政务外网和教育网已有建设基础，按照分级负责原则，建成由省级主干网、市县教育网和学校校园网组成的全省教育专网，覆盖各级各类学校和其他教育机构，推动网址、域名和用户的统一管理。加强教育专网和公共网络的互联互通，优化教育专网网内、网间互访质量，提供快速、稳定、绿色、安全的网络服务。分级              |



|            |             |             |   |
|------------|-------------|-------------|---|
|            |             |             | 建设网络安全态势感知平台，实现平台联动对接、信息实时共享。健全网络安全信息通报、共享和报告机制，强化在漏洞收集验证、安全风险感知方面的协同。  |
| 北京大学网站管理办法 | 北京大学        | 2021年12月10日 | 学校各单位是本单位内部各级各类网站的主责单位。主责单位应落实网站建设和运行中的各项责任，建立有效的工作机制，确保网站管理有章可依、内容及时更新、信息准确得当、运行安全稳定。网站的主责单位须建立网站内容发布审批机制，指定专人分别负责网站的信息发布和信息审核，对涉及保密工作、意识形态、个人信息和知识产权等领域的内容须严格把关，加强对网站内容的管理。   |
| 厦门大学网站管理办法 | 厦门大学信息与网络中心 | 2021年8月25日  | 党委宣传部是学校网站内容信息的主管部门，负责校园网络文化建设、网站开办的审查、学校主页内容建设，负责对校内网站内容建设的业务指导。信息与网络中心是网站建设和备案的技术支撑单位，负责网站群平台建设、运行和维护，负责校内网站的技术监管，参与网站安全的应急处置。各学院、部处和直属单位为网站开办者，按照“谁主管谁负责，谁运维谁负责，谁使用谁负责”的原则，网站开办者负责日常管理，依照国家《网络安全法》及《网络安全等级保护条例》履行网站安全保护义务。新建网站应同步落实安全保护措施，满足基本安全保护要求的，方可上线运行。未进入网站群平台的网站，网站开办者是网站技术安全和内容安全责任单位，单位正职领导是网站安全第一责任人，网站管理员是网站安全的直 |

|                        |          |             |   |
|------------------------|----------|-------------|---|
|                        |          |             | 接责任人。   |
| 复旦大学校园网络系统安全管理规定       | 复旦大学     | 2010年8月14日  | 加强复旦大学校园网的管理，学校成立校园网安全管理小组。组长由校领导兼任，成员为相关职能部门的负责人。信息办负责校园网的日常安全管理工作，落实安全保护技术措施，保障校园网的运行安全和信息安全，对各单位网络安全工作小组提供网络安全维护方面的技术指导及培训。各部门、各单位网络安全工作小组负责本单位的网络安全管理工作，接受学校校园网络安全管理小组的领导、监督和检查，维护本单位的网络及信息安全。  |
| 中国科学技术大学网站建设运行管理办法（试行） | 中国科学技术大学 | 2021年11月23日 | 根据校院两级管理体制，全面加强对各类网站的管理。各单位为网站安全管理责任单位，应严格按照学校相关规定、和要求，落实本单位门户网站以及管辖范围内网站建设、运维、安全等各项责任。为适应互联网发展变化，发挥网络宣传引领作用，各单位均应建设中文门户网站。为提升国际声誉，加强国际合作与交流，鼓励各单位建设英文门户网站。学校实行网站群系统集中化管理，由网站群系统进行统一管理、统一防护和统一监测。各单位门户网站以及管辖范围内网站均应进入网站群系统。各单位应严格按照国家网络安全法律政策和安全等级保护制度要求，建立并落实安全管理制度。 |

|                    |        |            |  |
|--------------------|--------|------------|--|
| 西安财经大学重点学科建设经费管理办法 | 西安财经大学 | 2020年1月9日  | 学科建设运行经费主要用于学科规划论证，网站建设与维护，对外工作交流、研讨与调研，宣传简报，办公用品与耗材、通信与网络运行等相关运行业务费用。   |
| 西北大学英文版网站管理办法      | 西北大学   | 2021年3月16日 | 各单位党政领导为本单位网站建设的第一责任人，要对上网内容严格把关。网站维护人员要认真做好本单位网站或网页的总体设计、日常维护、内容更新、信息安全等工作。在网站上发布、转载的所有信息，必须严格遵守国家有关法律、法规，严格执行国家保密制度，未经相关责任人审核的信息不得发布。各单位要加强对网站维护人员和系统账户的管理，各种管理密码应由系统管理员统一管理，严格保密。 |

第三，从资金来源及经费保障来看，高校网站建设资金来源渠道较为广泛，主要包括国家教育信息化建设工程专项资金、中央高校改善基本办学条件专项资金（信息化类）、学校常规经费、信息化课题经费等。根据教育部2021年3月关于加强新时代教育管理信息化工作的通知，明确提出保障经费投入，加大教育管理信息化投入，为系统建设、运行维护、安全防护、应用培训、服务运营、队伍建设等提供必要保障。上述经费可以用于高校子站建设业务，一定程度上保证公司子站建设业务的持续发展。

第四，学校子站具有周期性建设规律。从客户需求角度来看，每年会产生诸如网站新建、改版设计、网站迁移、安全加固、多语种改造、轻应用开发等业务需求。

结合高校日常管理需要，网站建设主要驱动因素的具体规律如下：

| 规律总结 | 建设类型 |
|------|------|
|------|------|

|           |  |
|-----------|--|
| 高校业务发展的要求 | 教学成果奖申报、学科评估、本科教学评估、党代会、校庆、迎新、招生、就业、会议、重点实验室建设等。 |
| 网站建设管理的要求 | 网站评比、安全扫描、移动化、国际化多语言网站版本等。                       |
| 活动及事件的要求  | 党建学习、重要会议、重大节日及庆典等专题网站建设。                        |
| 组织结构变化的要求 | 高校院系及职能部门新建、合并、拆分等。                              |

### (3) 可触达性测算依据

针对此前披露的关于细分行业优势客群的未来成长性测算部分，可触达性的测算依据解释如下：

#### ①客群范围

公司所处细分行业优势客群主要为高校及医院。高校项下，根据教育部网站公开数据，截至 2023 年 6 月 15 日，全国高等学校共计 3,072 所，其中：普通高等学校 2,820 所，含本科院校 1,275 所、高职（专科）院校 1,545 所；成人高等学校 252 所。因公司主要服务的高校类型为普通高等学校，故仅选取普通高等学校 2,820 所，在此基础上剔除各类型产品在报告期内已服务的普通高等学校数量，计算出未来待开拓客户数量作为测算基准。医院项下，根据公司内部统计整理，截至目前全国共 673 家高校附属医院，基于公司在高校客群较大的市场影响力，在医院客群中，最易触达的即为高校附属医院客户，故仅选取 673 家高校附属医院，在此基础上剔除公司报告期内已服务的高校附属医院数量，计算出未来待开拓客户数量。

#### ②触达方式

公司以西安总部为核心，在全国一线城市、重点二线及省会城市设立办事处及销售大区，搭建了全国性的营销与销售网络，可以在全国范围内快速响应客户需求，为客户提供本地化咨询和服务。公司有效使用的主要触达手段包括建立高校相关客户资源数据库、电话与社交媒体联系、上门拜访沟通业务需求、现场业务测试演示、市场推广展会及老客户口碑传播等。公司所利用的可触达的手段较

为客观、合理、有效，是业务开展过程中正常使用的方式，具有一般的商业逻辑合理性。

综上，从现有客群量化测算、政策保障、资金来源、业务逻辑等方面来看，融媒体和子站建设业务具有广阔的市场空间前景。结合发行人客群范围及触达方式，可触达性的测算依据具有合理性。

### 三、结合上海交大等客户全媒体相关产品及服务的初次购买、迭代升级复购等情况，说明高校每 3-5 年采购全媒体网站群平台的表述是否准确

全媒体相关产品及服务的初次购买、迭代升级复购受到客户需求拉动、技术发展驱动和国家政策推动等因素影响。首先，客户需求拉动，高校网络安全意识逐年提升、信息服务需求逐渐增强，客户对平台安全和功能的需求不断增加；其次，技术发展驱动，随着高校信息化建设的稳步推进和质量提升，网站建设及内容管理技术不断迭代，经历了 PC 端、移动端、全媒体发布、内容安全及内容智能等阶段，国产化替代与适配改造（信创产业）也在同步持续发展，网站群产品需不断升级以满足客户需求；再次，国家政策推动，根据国家安全政策、规范的要求，需不断提升产品的安全防护能力，确保平台安全可靠。因此，高校客户一般每间隔 3-5 年，其网站群就进入到必要的升级阶段，各高校客户根据实际需求及预算审批情况，进行全媒体网站群平台的复购。结合上海交通大学及其他高校迭代升级和复购情况进行分析可知，高校客户一般每间隔 3-5 年采购全媒体网站群平台表述准确。

#### 1、产品迭代升级情况

##### (1) 公司全媒体网站群平台产品重大产品迭代升级情况

公司基于行业技术发展、客户需求和国家政策方针的发布，每 3-5 年对主要全媒体网站群平台软件产品进行重大产品迭代，截至本回复之日，公司取得的此类重大软件著作权的建设背景、核心需求及产品功能详见下表：

| 序号 | 著作权名称 | 主要应用时段 | 建设背景 | 产品功能 |
|----|-------|--------|------|------|
|    |       |        |      |      |

|   |                           |           |   |  |
|---|---------------------------|-----------|---|--|
| 1 | 博达网站综合管理平台软件 V50.06       | 2007-2010 | <p><b>需求拉动：</b>高校网站群的管理体系建设处于起步探索阶段，大量分散、独立建设的网站所采用的技术语言、技术架构、数据库类型等各不相同，建设效率低，存在无法统一监管、缺乏整体层面的监测、管理成本高，安全防护难度高、成本投入大等问题，页面篡改、漏洞攻击、信息泄露、网页暗链等安全事件频发。</p>  | <p>建设统一技术架构、统一系统资源、统一运维、统一防护的网站群管理体系：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、网站群管理：包括网站管理、组织机构管理、安全管理、配置管理等部分；</li> <li>2、网站建设管理：包括网站建设、站点设置、用户管理、信息采集、网站统计、网站安全、备份恢复等模块；</li> <li>3、内容管理：包括内容编辑、内容发布、栏目管理等模块；</li> <li>4、系统安全管理：应用防护、备份恢复、磁盘使用监控等模块。</li> </ol> |
| 2 | 博达网站群管理平台软件[简称]：VSB9JV9.0 | 2011-2014 | <p><b>技术驱动：</b>随着互联网技术迅猛发展，从静态信息展示为主的 Web1.0 向网页内容交互创作和双向传递的 Web2.0 时期进行转变，推动了高校网站建设及应用的多样化发展。</p> <p><b>需求拉动：</b>高校网站对常见 Web 安全漏洞，如 SQL 注入等漏洞防护多依赖外部安全设备，需要从网站管理平台进行加强，降低网站被注入攻击、挂马、篡改等风险。</p> | <p>针对安全防护体系进行升级：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、产品增加了应用防火墙、文件防火墙、数据库防火墙等功能；</li> <li>2、系统安全管理：账号安全管理、远程诊断、备份恢复、站点可用性监测、磁盘使用监控、运维监控等模块。</li> </ol>  |

|   |                       |           |   |  |
|---|-----------------------|-----------|---|--|
| 3 | 博达高校网站群管理平台移动版软件 V6.0 | 2015-2017 | <p><b>政策推动:</b> 2015年《中华人民共和国网络安全法(草案)》公布,要求实行网络安全等级保护制度,即等保1.0,网站需要通过等保测评,确保网站安全性和可靠性得到有效的保障。</p> <p><b>技术驱动:</b> 随着移动互联网技术的发展,手机等智能移动终端设备已普及,社会公众开始使用手机访问高校的门户网站。</p> <p><b>需求拉动:</b> 高校的主网站、新闻网、二级院系及职能部门网站以传统PC网站为主,不能满足移动互联网时代的宣传展示需求。</p> | <p>实现PC端、移动端网站在同一后台建设、管理、维护,同时满足等保测评相关安全要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、具有多屏展示功能,不同设备浏览网站时获得最佳的用户体验,展示效果、互动功能依照不同设备进行自动适配;</li> <li>2、具有实施快捷高效、图文自动清洗、移动版与主网站同一域名、内容同步更新等特点;</li> <li>3、根据等保1.0要求,产品实现了浏览和管理分离的架构、多因素验证、安全审计等相关功能。</li> </ol> |
| 4 | 博达高校网站群管理平台软件 V10.0   | 2018-2020 | <p><b>政策推动:</b> 2018年公安部发布《网络安全等级保护条例(征求意见稿)》,简称等保2.0;</p> <p><b>需求拉动:</b> 学校网站数量大规模增长,网站群平台面临大量访问,作为学校最重要的信息发布和获取的渠道,如何确保网站群平台的高可用性、稳定性和响应速度是学校网站群</p>   | <p>实现集群化架构,迭代安全功能,升级人机交互界面,提升用户体验:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、支持集群化部署,包括管理端集群化、数据库读写分离、Docker部署,可支撑大规模站点管理、发布、维护的需求;</li> <li>2、实现基于微服务架构的互动应用,引入redis缓存、实现了数据库读写分离,稳定性增强,实现双机热备;</li> </ol>   |

|   |                                   |           |   |   |
|---|-----------------------------------|-----------|---|---|
|   |                                   |           | <p>建设面临的主要挑战；</p> <p><b>技术驱动：</b>IPv6 技术及大规模集约化管理技术逐渐成熟。</p>  | <p>3、满足等保 2.0 新规要求，对产品的安全环境、备份恢复、多因素验证等多个方面进行升级。</p>  |
| 5 | 博达高校全媒体网站群管理平台软件 V11.0            | 2019-2021 | <p><b>政策推动：</b>政府部门相继出台网络安全相关政策文件，以规范促进教育信息化发展，确保教育信息系统的持续安全运行，如教育部发布的《教育信息化和网络安全工作要点》、《教育信息化 2.0 行动计划》；</p> <p><b>技术驱动：</b>防篡改技术及双因子认证技术不断成熟；</p> <p><b>需求拉动：</b>全面提高平台安全及内容安全保障能力成为高校网络安全建设的重要工作。</p> | <p>对平台的安全功能进行重构，构建全生命周期的安全体系：</p> <p>1、从安全管控、系统监控、主动防御、应急响应等多个维度出发，建立健全学校网站群系统运维安全服务机制；</p> <p>2、新增安全中心子系统，构建从部署、运行、管理、运维等全生命周期的安全防护体系，包括实时安全监控、操作溯源、日志管理、文件实时防护等功能；升级登录安全、网页防篡改、运维监控等模块。</p> |
| 6 | 博达全媒体网站群管理平台 [简称：全媒体网站群管理平台]V12.0 | 2022-至今   | <p><b>政策推动：</b>2022 年《信息安全技术关键信息基础设施安全保护要求》对供应链安全做出规定，要求对网络产品和服务的设计、研发、生产、交付等关键环节加强安全管理，避免非法获取用户数据、控制</p>   | <p>引入 RASP 技术，加强动态内容交互和多维展示能力，在平台上对网站、微信公众号、微博等新兴媒体进行统一管理：</p> <p>1、基于 RASP 构建站群安全中心，提供防篡改、安全预警、双因子验证、场景化安全运维等功能；</p>   |



|   |                      |         |   |  |
|---|----------------------|---------|---|--|
|   |                      |         | <p>和操纵用户系统和设备，对定制开发的软件进行源代码安全检测等；</p> <p><b>技术驱动：</b> 5G 技术和数字化的发展，加速了网站群的技术变革；</p> <p><b>需求拉动：</b> 随着数字化技术在教育领域深入应用，安全风险也在不断增加，供应链安全问题已经成为关系到教育数字化安全发展的关键因素之一。</p> | <p>2、实现媒体素材的多渠道汇聚、统一编辑加工、多平台统一发布、传播效果统一监测分析；</p> <p>3、强化数据运维分析和管理能力，升级站群内容编辑器、可视化审核流等功能。</p> |
| 7 | 博达信创全媒体网站群管理平台 V12.0 | 2023-至今 | <p><b>政策推动：</b> 信息技术应用创新产业旨在实现信息技术领域的安全、自主、可控，保障国家信息安全，推动国产化适配、国产密码改造。2021 年教育部发布《关于推进教育新型基础设施建设构建高质量教育支撑体系的指导意见》，要求优先选用具有核心技术以及安全性达到要求的国产化产品。</p>                  | <p>国产化底层能力支持，支持国产主流数据库、操作系统、中间件及国产硬件系统(服务器、CPU)改造与适配，与主流国产化软硬件厂商达成相互兼容认证和合作关系。</p>           |

注 1：上表仅列示主要版本的更迭情况，并非全部版本；

注 2：RASP（Runtime application self-protection）是一种新型应用安全保护技术，它将保护程序想疫苗一样注入到应用程序和应用程序融为一体，能实时检测和阻断安全攻击，使应用程序具备自我保护能力，当应用程序遇到特定漏洞和攻击时不需要人工干预就可以进行自动

重新配置应对新的攻击。

以 ChatGPT 为代表的 AIGC 技术（全称为 AI-GeneratedContent，是指采用人工智能技术来自动生成内容）正在蓬勃发展，未来，全媒体内容管理技术将全面步入 AI 智能化时代，公司产品也将从网站及新媒体建设、内容生成、安全运维等多个维度逐步引入 AIGC 能力，实现自动生成内容文本，音视频多模态生成，内容安全治理，智能搜索与推荐等技术，助力客户信息发布与数字内容管理水平进一步提升。

## （2）同行业可比公司迭代及复购情况

随着互联网技术的不断升级发展、应用场景的扩展及应用需求深度加强，其他行业公司根据自身产品特性及客户需求也会对其软件产品进行版本迭代。根据金智教育在首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的相关回复，金智教育的智慧校园、运营支撑平台、智慧校园应用系统中的学生事务管理与服务系统更新迭代周期为 3-4 年，智慧校园应用系统中的综合人事管理与服务系统与教务管理系统更新迭代周期为 2-3 年；根据国子软件公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的相关回复，国子软件软件产品更新迭代周期一般为 3-5 年；根据致远互联在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的相关回复，致远互联不断加大研发投入，并对产品进行迭代升级，大版本升级更新周期一般为 2-3 年左右，小版本更新周期一般为 1 年左右；根据开普云在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的相关回复，开普云紧密结合数字内容管理技术的发展方向，在互联网内容服务平台和大数据服务平台两大应用领域持续进行研发投入，在现有核心技术的基础上持续升级迭代；新开普在公开披露的信息中也多次提到公司进行了产品迭代。因此，公司所属行业为技术创新型产业，具有技术进步、产品迭代较快等特点。

综上，随着各类新兴技术应用不断普及，为满足客户各类需求，符合国家政策方针，公司持续利用产品和服务优势，抓住市场机遇，不断扩大规模，平均每 3-5 年对主要全媒体网站群平台软件产品进行重大产品迭代，以促进公司持续发展，同时产品迭代也符合行业惯例。

## 2、上海交通大学及其他高校产品迭代升级和复购情况分析

(1) 上海交通大学案例分析

以上海交通大学为例，上海交通大学全媒体网站群平台建设时间较早、建设周期长，平均 4 年左右即进行全媒体网站群产品版本迭代复购（含局部更新改造），具体如下：

①2010 年启动第一次全媒体网站群平台的建设工作，向公司购买“网站综合管理平台 V50.06”，初步形成统一技术架构、统一系统资源、统一运维、统一防护的校级网站群管理体系；

②2014 年启动全媒体网站群平台升级部署工作，向公司购买了全媒体网站群平台的升级版“博达网站群管理平台软件 V9.0”，升级安全中心解决学校网站 Web 安全漏洞、注入攻击、挂马、篡改等风险，并提供集群化能力，提升网站群负载和灾备能力；

③2018 年上海交通大学医学院启动全媒体网站群升级工作，向公司购买了“博达高校网站群管理平台软件 V6.0”，实现学院网站的多端发布、运维，满足等保及移动化需求；

④2022 年，为了满足等保 2.0 及供应链安全的需求，上海交通大学对全媒体网站群平台进行升级，向公司采购“博达全媒体网站群管理平台 V12.0”。

因此，上海交通大学平均每 4 年向发行人采购一次核心软件产品，同时每年向发行人采购网站新建、改版、迁移等实施业务或安全运行维护等服务。

以下是上海交通大学的网站群建设具体历程，表格详细阐明了历次升级改造的具体业务背景：

| 时间     | 业务分类         | 建设内容                     | 建设背景   |
|--------|--------------|--------------------------|--|
| 2010 年 | 产品初购——核心平台建立 | 网站群管理平台——网站综合管理平台 V50.06 | 随着学校整体信息化的不断建设，大量单独部署的网站占用过多的服务器资源、域名资源，也因为各自采用不同的技术架构建设，管理运维服务复杂；同时网络安全面临的威胁越来越严峻。因此，2010 年上海交通大学启动第一次全媒体网站群平台的建设工作，向公司购买“博达网站综 |

| 时间    | 业务分类         | 建设内容                                      | 建设背景   |
|-------|--------------|---|--|
|       |              |   | 合管理平台软件”，初步建成统一技术架构、统一安全防护的校级网站群管理体系，解决了安全防护上难度高、成本投入大的问题。同时开始提供网站改版、迁移的服务，面向全校各个部门、院系提供集约化的网站建设、统一管理与发布服务，学校的网站管理运维从零散管理进入网站群管理时代，形成若干主站+子站的网站群体系，是解决一群网站安全管理等问题行之有效的手段。同时实现拖拽式建站技术、Word 一键导入技术，使得操作更加便捷，网站更加美观。                                    |
| 2014年 | 产品复购——核心平台升级 | 网站群系统升级部署项目——博达高校网站群管理平台软件 V6.0           | <p>随着 4G 网络的普及，老师、学生、家长利用手机等移动设备浏览网站的需求已经变的越来越迫切，学校的网站需要与手机等移动设备适配，形成适合手机浏览的移动版网站，从而可以给师生、家长提供更加优质的信息服务。</p> <p>因此，2014 年，上海交通大学启动全媒体网站群平台升级部署项目，向公司购买了网站群系统的升级版本，提供全媒体发布与管理能力，使网站群满足移动化时代要求；内置安全中心，综合保障网站群安全性，增强网站互动应用及服务管理功能，提升不同设备访问网站群的用户体验。</p> |
| 2018年 | 产品复购——核心平台建设 | 上海交通大学医学院网站群及教师主页大屏项目——博达高校网站群管理平台软件 V6.0 | <p>上海交通大学医学院拥有 25 个学院（系）和 12 所附属医院，组织的规模大、人员多，相较于学校其他学院，医学院的信息化建设需求更大；同时，2018 年，上海交通大学医学院首批入选上海高等学校一流本科建设引领计划，对医学院信息化提出了更高的要求。</p> <p>因此，同年上海交通大学医学院启动网站群全媒</p>  |

| 时间    | 业务分类              | 建设内容                              | 建设背景  |
|-------|-------------------|-----------------------------------|---|
| 2022年 | 定制开发及产品复购——核心平台升级 | 上海交通大学服务类项目采购——博达全媒体网站群管理平台 V12.0 | <p>体版本的升级建设，为了满足等保的安全性要求，升级“网站群管理系统”，实现学院网站的多端发布、运维，满足医学院在当前移动互联网时代的宣传展示需求。</p> <p>2022年，随着互联网技术的发展，交大网站群建设规模的持续扩大，站点数量不断增加，网站群已经成为学校重要的信息化资产，基于服务平台和院系管理平台衍生出更多的交互需求，同时等保 2.0 带来了更高安全标准。</p> <p>因此 2022 年上海交通大学向公司购买“博达全媒体网站群管理平台 V12.0”该版本全面满足等保 2.0 的安全要求；提供文章内容信息安全全闭环管理模块；内置应用开放平台，解决互动应用的快速开发与管理。</p> |

注：上表仅列示涉及全媒体网站群平台相关合同，未列示上述客户就实施、维保等其他业务签署的合同。

## （2）其他学校示例

除上海交通大学外，我们随机抽取了部分双一流高校、普通高校、双高高职、普通高职高校客户，统计分析其自 2017 年以来对全媒体网站群平台的升级或更换频率情况，具体如下：

| 序号 | 学校名称   | 学校类别  | 产品名称                  | 采购年份   |
|----|--------|-------|-----------------------|--------|
| 1  | 中央民族大学 | 双一流高校 | 博达高校网站群管理平台移动版软件 V6.0 | 2018 年 |
|    |        |       | 博达全媒体网站群管理平台 V12.0    | 2022 年 |
| 2  | 大连理工大  | 双一流高  | 博达高校网站群管理平台软件 V10.0   | 2019 年 |

|   |            |      |                       |        |
|---|------------|------|-----------------------|--------|
|   | 学          | 校    | 博达全媒体网站群管理平台 V12.0    | 2023 年 |
| 3 | 东北电力大学     | 普通高校 | 博达高校网站群管理平台移动版软件 V6.0 | 2018 年 |
|   |            |      | 博达高校全媒体群管理平台软件 V2.0   | 2022 年 |
| 4 | 遵义师范学院     | 普通高校 | 博达高校网站群管理平台移动版软件 V6.0 | 2019 年 |
|   |            |      | 博达全媒体网站群管理平台 V12.0    | 2022 年 |
| 5 | 贵州交通职业技术学院 | 双高双职 | 博达高校网站群管理平台软件 V10.0   | 2019 年 |
|   |            |      | 博达全媒体网站群管理平台 V12.0    | 2022 年 |
| 6 | 许昌职业技术学院   | 双高双职 | 博达高校网站群管理平台软件 V10.0   | 2019 年 |
|   |            |      | 博达全媒体网站群管理平台 V12.0    | 2023 年 |
| 7 | 福建农业职业技术学院 | 普通高职 | 博达高校网站群管理平台移动版软件 V6.0 | 2019 年 |
|   |            |      | 博达全媒体网站群管理平台 V12.0    | 2022 年 |
| 8 | 浙江邮电职业技术学院 | 普通高职 | 博达高校网站群管理平台软件 V6.0    | 2017 年 |
|   |            |      | 博达网站群管理平台软件 V11.0     | 2021 年 |

注 1：上表仅列示涉及全媒体网站群平台相关合同，未列示上述客户就实施、维保等其他业务签署的合同；

注 2：上表为举例列示，并非全部复购情况。

结合上海交通大学及其他高校迭代升级和复购情况进行分析可知，随着高校对系统平台升级、新增应用功能开发、安全性能提升等方面的需求增加，根据其预算审批情况，一般每 3-5 年进行一次产品版本的迭代优化。高校是公司核心

客户群体，根据教育部 2023 年 6 月数据，全国普通高等学校数量 2,820 家。截至报告期末，从客户数量来看，购买并使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量为 1,225 所，占普通高等学校的比例为 43.44%，公司持续加强产品与市场投入，报告期内每年均成功开发一定比例的新增客户。《关于推进教育新型基础设施建设构建高质量教育支撑体系的指导意见》提出，促进信息技术应用创新，提升供应链安全水平；有序推动数据中心、信息系统和办公终端的国产化改造，推进国产正版软件使用。伴随信创产业发展在教育行业深入推进，以及公司产品持续迭代升级，庞大客户群体产生的持续、刚性复购建设需求，为公司持续稳定业绩增长奠定坚实基础。

#### 四、依据主营产品类型收入占比，准确披露主营业务相关表述

##### （一）主营产品类型收入占比

报告期内，公司按产品分类收入构成情况如下：

单位：万元，%

| 主<br>营<br>业<br>务                | 产品与服务类型           | 2023 年 1-6 月 |       | 2022 年   |       | 2021 年   |       | 2020 年   |       |
|---------------------------------|-------------------|--------------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
|                                 |                   | 收入           | 占比    | 收入       | 占比    | 收入       | 占比    | 收入       | 占比    |
| 软<br>件<br>及<br>软<br>件<br>实<br>施 | 全媒体内容管理平台         | 1,599.08     | 43.71 | 9,022.62 | 61.26 | 9,033.95 | 69.39 | 7,838.73 | 77.10 |
|                                 | 融媒体内容生产平台         | 355.17       | 9.71  | 964.65   | 6.55  | 915.76   | 7.03  | 428.81   | 4.22  |
|                                 | 网站建设解决方案          | 652.02       | 17.82 | 2,226.28 | 15.11 | 1,321.00 | 10.15 | 1,005.64 | 9.89  |
|                                 | 内容<br>大<br>预<br>检 | 6.02         | 0.16  | 34.5     | 0.23  | —        | —     | —        | —     |

|      |          |               |                 |               |                  |               |                  |               |                  |               |
|------|----------|---------------|-----------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
|      | 数据解决方案   | 系统、内容安全跟踪管理系统 |                 |               |                  |               |                  |               |                  |               |
| 技术服务 |          | 内容安全扫描服务      | 174.77          | 4.78          | 245.27           | 1.67          | 145.89           | 1.12          | —                | —             |
|      |          | 安全运行维护服务      | 771.86          | 21.10         | 1,229.13         | 8.34          | 677.56           | 5.20          | 523.21           | 5.15          |
|      | 第三方产品及服务 |               | 99.3            | 2.71          | 1,006.64         | 6.83          | 924.59           | 7.10          | 370.09           | 3.64          |
|      | 合计       |               | <b>3,658.22</b> | <b>100.00</b> | <b>14,729.09</b> | <b>100.00</b> | <b>13,018.75</b> | <b>100.00</b> | <b>10,166.47</b> | <b>100.00</b> |

注：内容大数据解决方案中内容在线预检系统、内容安全跟踪管理系统属于软件及软件实施，内容安全扫描服务属于技术服务。

## （二）主营业务相关表述已做修订并准确披露

针对主营业务的相关表述，相关披露内容修改如下：

“公司作为全媒体数字内容智能服务提供商，以自主研发的全媒体内容管理平台及其建设实施为核心业务，融媒体、内容安全等产品及解决方案为业务延伸，主要面向教育行业，并拓展到政府、企业、健康等行业，提供软件及软件实施、平台运维等技术服务。”

### 1、全媒体内容管理平台是公司主要收入的来源

报告期内，公司全媒体内容管理平台收入分别为 7,838.73 万元、9,033.95 万元、9,022.62 万元和 1,599.08 万元，收入占比分别为 77.10%、69.39%、61.26% 和 43.71%，全媒体内容管理平台是公司收入的主要来源。



## 2、以融媒体中心生产平台为代表的其他业务是公司收入的重要组成部分

报告期内，公司融媒体中心生产平台收入分别为 428.81 万元、915.76 万、964.65 万元和 355.17 万元，公司子站建设解决方案收入分别为 1,005.64 万元、1,321.00 万、2,226.28 万元和 652.02 万元，公司内容大数据解决方案收入分别为 0.00 万元、145.89 万元、279.77 万元和 180.78 万元，公司以融媒体中心生产平台为代表的其他业务收入规模逐年上涨，已经日益成为公司整体收入的重要组成部分。

## 3、融媒体是公司未来重点发展的方向之一

公司本次发行募集资金投资项目“融媒体数字内容智能协作平台升级建设项目”主要通过将平台架构与自然语言处理等新一代技术融合升级，强化视频、语音、图片处理能力，推动大型组织数字内容大规模协作创作与生产流程创新，提升宣传、营销等场景中采写、编辑、审核、发布、反馈等业务智能化处理水平，构建媒体矩阵安全管控体系，强化公司在行业内的核心竞争力，公司将通过加强在融媒体业务领域的投入力度，以进一步扩大公司未来经营规模、提升公司的整体竞争力。

## 4、同行业可比公司的披露情况

同行业可比公司中，金智教育及国子软件主营业务的披露方式均为“以自主研发的 XXX 平台为基础，面向所服务的 XXX 客户群体，提供 XXX 产品及服务”；2017 年-2019 年，开普云大数据服务业务收入占比分别为 29.03%、25.69% 和 21.23%，其根据业务的发展方向、业务板块的技术含量等多方面考虑后将其业务披露为“致力于研发数字内容管理和大数据相关技术”；故公司基于自身的业务特性针对主营业务的表述符合同行业的披露惯例。

报告期内公司同行业可比公司的主要收入结构及主营业务定位情况如下：

| 可比公司 | 主要收入构成（各年度各类型业务收入金额及占比情况）                               | 主营业务定位            |
|------|---|-------------------|
| 金智教育 | 2022 年：<br>软件开发 37,000.23 万元 81.33%；SaaS 服务 3,181.34 万元 | 公司是国内领先的高校信息化服务提供 |

|                  |   |   |
|------------------|---|---|
|                  | <p>6.99%；运维服务 4,257.35 万元 9.36%；系统集成 642.54 万元 1.41%；其他服务 413.79 万元 0.91%。</p> <p>2021 年：<br/>软件开发 40,352.64 万元 82.08%；SaaS 服务 2763 万元 5.62%；运维服务 3,693.38 万元 7.51%；系统集成 927.55 万元 1.89%；其他服务 1,428.20 万元 2.90%。</p> <p>2020 年：<br/>软件开发 40,039.84 万元 84.24%；SaaS 服务 1,294.54 万元 2.72%；运维服务 3,502.29 万元 7.37%；系统集成 1,189.85 万元 2.50%；其他服务 1,504.53 万元 3.17%。</p>                                      | <p>商，以自主研发的基于私有云和公有云架构的智慧校园运营支撑平台产品、应用系统产品为基础，为高等院校和中职学校提供软件开发、SaaS 服务、运维服务、系统集成等信息化服务。</p> |
| <p>国子<br/>软件</p> | <p>2022 年：<br/>软件产品 8,835.11 万元 44.06%；资产管理数据治理和管理体系建设服务 6,009.90 万元 29.97%；软件运维服务 3,680.42 万元 18.35%；硬件产品 1,528.41 万元 7.62%。</p> <p>2021 年：<br/>软件产品 8,107.03 万元 43.20%；资产管理数据治理和管理体系建设服务 5,654.02 万元 30.13%；软件运维服务 3,438.14 万元 18.32%；硬件产品 1,565.07 万元 8.34%。</p> <p>2020 年：<br/>软件产品 6,340.91 万元 44.94%；资产管理数据治理和管理体系建设服务 3,623.20 万元 25.68%；软件运维服务 2,942.78 万元 20.86%；硬件产品 1,202.00 万元 8.52%。</p> | <p>公司是资产管理数字化服务提供商，以自主研发的资产管理数字化平台为基础，面向行政事业单位和各级各类学校，提供软件开发、技术服务以及配套硬件产品等。</p>             |
| <p>开普<br/>云</p>  | <p>2019 年：<br/>互联网内容服务平台建设 20,172.65 万元 67.68%；大数据服务 6,328.13 万元 21.23%；运维服务 3,305.99 万元 11.09%。</p> <p>2018 年：<br/>互联网内容服务平台建设 15,034.56 万元 65.93%；大数据服务 5,858.67 万元 25.69%；运维服务 1,910.20 万元 8.38%。</p> <p>2017 年：</p>   | <p>公司是一家致力于研发数字内容管理和大数据相关技术的软件企业，为全国各级党政机关、大中型企业、媒体单位提供互联网内容服务平台的建</p>                      |

|  |  |              |
|--|--|--------------|
|  | 互联网内容服务平台建设 9,479.92 万元 60.50%；大数据服务 4,548.45 万元 29.03%；运维服务 1,639.76 万元 10.47%。 | 设、运维以及大数据服务。 |
|--|--|--------------|

注：资料来源于各可比公司《招股说明书》

综上所述，虽然报告期内公司全媒体内容管理平台收入占比较高，同时以融媒体中心内容生产平台为代表的其他业务也是公司收入的重要组成部分，其业务规模也呈现逐年递增态势。结合同行业可比公司业务定位描述情况，公司主营业务定义符合公司实际业务情况及业务方向。

### 五、结合上述问题以及公司行业地位、核心竞争力、获客能力，详细说明预测未来收入增长空间依据的充分性及准确性

根据上述问题分析可知，第一，从客户数量来看，购买并使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量为 1,225 所，占普通高等学校的比例为 43.44%；从销售金额来看，根据《中国高校信息化发展报告（2021）》（2023 年尚未发布 2022 年报告）中数据测算，公司 2020 至 2022 年度平均营业收入占普通高等学校年度信息化总经费的比例约为 0.46%。第二，融媒体建设和子网站建设与全媒体网站群建设具有协同性，全媒体网站群产品庞大客户群体为新产品服务的延伸开发奠定了良好的市场基础，有利于开拓新的业务增长点。第三，全媒体网站群产品具有周期性、高频率复购的特点，为公司业务的可持续性 & 增长性提供了保障。综上，基于存量客户的潜在需求挖掘与增量客户的进一步拓展，同时综合考虑教育强国背景下教育信息化经费投入及当前信创产业市场机遇，公司未来仍有较大增长空间。后文继续结合产品优势、行业地位、核心竞争力、获客能力、教育信息化经费投入和信创产业市场机遇等方面，对未来收入增长空间展开分析如下：

#### 1、产品优势

公司多年来对产品研发及高校行业的聚焦，奠定了公司的行业地位，增强了公司获客能力。高校客户对公司产品的高度认可是公司的核心竞争力，是公司未来收入增长的关键因素。

##### （1）产品发展历程

从产品发展来看，公司始终聚焦于数字内容管理产品，持续进行产品的研发。

从最初的可视化网站建设，到研发网站群管理平台，解决了一群网站的集中建设与管理；到移动化网站群管理平台，解决了网站的移动化建设与管理；到全媒体网站群平台，解决了网站、微信、微博等新媒体的多渠道发布与管理；再到融媒体内容生产平台，解决了网站与传统媒体和新兴媒体的媒体融合与内容协同生产与管理。公司通过对产品研发的持续投入，产品成熟度不断提升，产品功能不断完善，系统稳定性、客户易用性、平台安全性日益加强，满足客户多样化需求，解决客户痛点问题，得到客户的广泛认可。

## （2）产品安全优势

高校是网络安全的重要阵地，网站安全是高校网络安全中最基础且重要的组成部分。学校及其各院系部门的网站是对外形象展示和文化宣传的窗口，尤其如招生就业、政策研究等具有广泛社会影响力网站，一旦发生安全事故将造成较大的负面影响和损失。随着技术的发展，网站的安全形势日益严峻，页面篡改、漏洞攻击、信息泄露、网页暗链等安全事件频发；随着《网络安全法》《网络安全审查办法》《网络信息内容生态治理规定》等监管政策出台，内容安全问题受到政府及社会各界关注，各类型网站、微信、微博等新媒体形成新的传播矩阵，内容安全问题也日益显现；网站安全占网络安全事故总数量比例居高不下，给网站安全管理、内容安全管理带来巨大压力，给高校形象造成较大的负面影响。

为解决这些问题，公司结合技术发展方向及高校信息化趋势，以平台安全管理为核心，结合应用安全与内容安全，以“集中管理保安全”理念，通过建设通用“大”平台管理零散“小”网站。将原有各类网站迁移至平台统一管理，使其具有统一技术标准和安全体系。公司全媒体网站群内容管理平台的安全防控中心具有主动防御控制、系统防火墙、web应用防火墙、网页防篡改、用户访问控制等功能。同时，各高校根据平台管理结构和功能特点，制定了各项关于网站安全的管理制度。

同时，公司依托内容大数据、人工智能技术，面向网页和新媒体平台，针对暗链、错链，各类危险、不当、非法内容信息和涉及个人的敏感、隐私信息，为客户提供的内容安全管控中心具有内容安全预检、内容安全扫描、内容安全处置的功能，形成以“预检、扫描、处置”为关键节点的内容安全解决方案，并将检

测能力与全媒体平台及融媒体相结合，有效帮助高校规避内容安全问题。

综上所述，公司全媒体网站群管理平台通过安全防控中心和内容安全管控中心，从平台安全、到网站安全、到运维安全、到应用与数据安全、到内容安全、到管理安全等，形成事前检测、事中扫描、事后处置、全面防护的全媒体网站群安全防护体系，解决了学校网站安全与内容安全等一系列安全问题。

## 2、行业地位

### （1）客户数量占比高

公司是专业的全媒体数字内容智能服务提供商，根据教育部 2023 年 6 月数据，全国普通高等学校数量 2,820 家。截至报告期末，从客户数量来看，购买并使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量为 1,225 所，占普通高等学校数量的比例为 43.44%。因此，公司基于 1,225 所使用全媒体网站群产品的高校进行收入增长的测算具有客观性和合理性。

### （2）专利、著作权等知识产权数量较多

公司拥有完全自主的知识产权。截至 2023 年 10 月末，公司已形成发明专利共 13 项、计算机软件著作权 226 项，并通过了 CMMI3 认证以及质量管理体系（GB/T19001-2016/ISO9001：2015）、信息安全管理体系（GB/T22080-2016/ISO/IEC27001：2013）等系列认证。因此，公司通过研发驱动下形成系列专利及著作权保障，为未来收入空间测算提供了研发技术保障。

### （3）双一流高校和双高计划高校客户占比较大

双一流高校和双高计划高校客户在高校信息化建设中影响力较大，具有较强的示范效应和引领作用。根据教育部 2023 年 6 月公布的数据，双一流高校数量共计 145 家，其中公司客户数量为 93 家，占比 64.14%；双高计划高校数量共计 195 家，其中公司客户数量为 110 家，占比 56.41%。公司通过服务双一流和双高计划高校建立了良好的品牌优势，为未来拓展业务空间提供了坚实保障。

## 3、核心竞争力

### （1）核心技术优势

公司作为全媒体数字内容智能服务提供商，自主研发数字内容综合管理技术、动态应用开发技术、内容大数据智能技术、运维处置安全防控技术、多媒体内容融合生产技术、内容安全检测技术、数据智能分类技术、媒体资源控制与挖掘技术等多项核心技术，运用人工智能前沿的自然语言处理和深度学习技术对互联网文本内容进行实时处理和分析，在高校行业依据应用场景形成了格局清晰的产品矩阵，并通过设立内容大数据中心对前沿技术预研与储备，保证自身持续具有技术优势。

## （2）客户规模及影响力优势

公司凭借多年专业技术积累和营销服务体系布局，长期为高校客户群体提供软件平台及运维服务，形成了较为明显的竞争优势地位，且均保持了长期、稳定的合作关系。根据教育部《2022年全国教育事业发展统计公报》，截至2022年末，全国共有高等学校3013所，高等教育专任教师197.78万人，各种形式的高等教育在学总规模4655万人。按此数据测算的每所学校平均教师规模为656人，每所学校平均在校生规模为15,450人，则公司所服务的1300余家高校共计服务教师数量超过85万人，服务在校生数量超过2,000万人。

## （3）行业经验优势

公司通过与大量客户的长期沟通，以及对行业前瞻性的预判，对高校客户的行业属性、组织结构、管理模式、业务流程、风控要求、需求痛点、决策路径、信息化与数字化转型现状等多方面信息，有着深度的积累和研究。公司结合不同应用场景和客户实际需求，在高校提出矩阵式建设思路，助力高校客户的数字化转型。

## （4）服务优势

截至目前公司已在全国16个重点城市设立办事处，并在西安总部设立技术服务中心，部分客户现场派驻专项服务人员，依托专业服务运维工具，通过公众号及小程序等多种方式，具备线上线下相结合的全天候不间断的及时、专业服务响应能力，通过服务中心及本地化服务相结合的方式促进需求沟通，为客户提供优质贴心的高效服务。公司已通过信息技术服务标准ITSS认证，从级别管理、

服务报告、事件管理、问题管理、配置管理、变更管理、发布管理、信息安全管理等不断优化服务规范化流程，提升服务标准化水平。

#### 4、获客能力

公司自成立以来，始终通过持续的产品研发投入和完善的服务体系赢得客户认可。首先，公司长期聚焦高校行业，持续加大产品研发投入，不断进行产品升级和迭代；其次，公司建立了完善的客户服务体系，为客户提供及时、高质量的运维保障服务；同时，公司通过搭建营销服务网络，传递产品价值理念，提升客户满意度，并通过地区标杆效应和客户口碑传播，进一步促进新客户的增加及老客户的复购。

下文将从公司定位及产品研发、客户服务体系、新老客户规模等方面对公司获客能力进行具体分析。

##### （1）公司定位及产品研发

公司定位于全媒体数字内容智能服务提供商，长期聚焦高校行业，积累了丰富的丰富高校信息化建设经验。从产品发展历程来看，从单一平台管理到网站群管理、移动化管理、全媒体管理的演进，直至融媒体平台的推出。这一发展过程不仅体现了技术进步，更体现了对用户内容生产流程的深刻理解与创新。从最初的内容策划、编辑、发布、审核，到如今的内容安全管控与处置，始终坚持以客户为中心，不断深化产品研发。正是凭借持续的产品创新，产品功能日趋丰富，系统稳定性、客户易用性和平台安全性也得到了显著提升。从客户群体来看，公司始终聚焦于高校行业，持续进行高校客户的市场拓展。报告期内公司核心产品覆盖双一流、双高计划、普通本科等各层次高校客户共计 1,225 家。通过大量客户的需求反馈及问题解决，公司产品的高校行业适用性优势不断加强，行业竞争力不断提升，产品得到广大高校客户的普遍认可。

##### （2）客户服务体系

公司在全国设立 16 家办事处，有效覆盖全国各地高校，及时跟进客户需求。同时成立专门的服务团队，通过自研的客户运维保障服务平台，形成从客户报修、服务人员受理、系统派单、技术人员处理、客户评价的完整服务体系，面向平台

管理人员和运营人员提供全方位的服务。其中，平台管理人员主要负责网站群建设、运维，针对这类人员提供故障处置、日常运维、定期巡检、重大活动安全保障、应急响应、系统稳定性监测等服务；运营人员主要为高校各二级院系及职能部门的网站管理人员，主要为其提供日常的技术指导及培训服务，包括安装部署、使用技巧、技术开发三大类共计 20 个分类。公司持续为上述客户提供服务，报告期内，平均每年服务学校平台管理人员约 3.5 万次，平均每年培训运营人员逾 3,000 人次。

### （3）新老客户规模

报告期各期，公司已成交客户总数分别为 751 个、943 个、1,175 个和 765 个，2020 年至 2022 年呈现逐年上升趋势，其中老客户数量分别为 411 个、588 个、732 个和 648 个，新客户数量分别为 340 个、355 个、443 个和 117 个。报告期内公司积极扩展新客户的销售渠道，并持续跟进老客户的升级迭代需求，导致新、老客户数量都有较大幅度的增加。报告期各期公司新老客户数量具体如下：

单位：个、%

| 客户  | 2023 年 1-6 月 |               | 2022         |               | 2021       |               | 2020       |               |
|-----|--------------|---------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
|     | 数量           | 占比            | 数量           | 占比            | 数量         | 占比            | 数量         | 占比            |
| 新客户 | 117          | 15.29         | 443          | 37.70         | 355        | 37.65         | 340        | 45.27         |
| 老客户 | 648          | 84.71         | 732          | 62.30         | 588        | 62.35         | 411        | 54.73         |
| 合计  | <b>765</b>   | <b>100.00</b> | <b>1,175</b> | <b>100.00</b> | <b>943</b> | <b>100.00</b> | <b>751</b> | <b>100.00</b> |

2020 年度老客户是指 2016 年到 2019 年与公司合作过并于 2020 年实现收入的客户，2021 年度老客户是指 2016 年到 2020 年与公司合作过并于 2021 年实现收入的客户，2022 年度老客户是指 2016 年到 2021 年与公司合作过并于 2022 年实现收入的客户，2023 年上半年老客户是指 2016 年到 2022 年与公司合作过并于 2023 年上半年实现收入的客户。

### 5、教育信息化经费投入仍有较大提升空间

从信息化经费投入来看，中国高校与国外高校投入还有较大的差距，根据《中国高校信息化发展报告（2021）》及《2021 EDUCAUSE Core



DataService(CDS)Benchmarking Report》, 2021 年度国内高校师生人均经费投入 831.6 元, 合计信息化经费投入占学校总支出比为 3.5%; 2021 年美国高校生均信息化经费投入中位数为 1,500 美元 (按照报告期末汇率 1:7.25 计算折合人民币 10,875 元), 合计信息化经费投入占学校总支出比为 4.9%。由上可知, 国内高校信息化经费投入比例低于美国高校平均水平, 从人均经费投入绝对额来看, 国内高校信息化经费投入金额不到美国高校的十分之一, 其中差距说明在教育强国背景下, 当前国内高校信息化工作在经费保障方面仍有较大提升空间。

上述报告出具机构分别为教育部高等学校科学研究发展中心及 EDUCAUSE。教育部高等学校科学研究发展中心权威性前文已经论述; EDUCAUSE 指美国高等教育技术协会, 也是为促进高等教育而成立的最大的 IT 领导者和专业人士委员会。EDUCAUSE 是一个全球性的非营利组织, 其成员包括美国和国际高等教育机构、公司、非营利组织和 K-12 机构, 上述机构公布的相关报告数据具有权威性和准确性。

## 6、信创产业市场机遇

信创产业以安全、自主、可控为核心, 以国产替代为方向, 近年来快速发展。从党政机构开始实现国产化, 逐步向教育、医疗、国有企业、金融、电信、电力及交通等行业持续推进实践。信创产业链条长, 覆盖行业广, 市场空间广阔。

信创产业国产替代分为“全面替换”、“应替就替”、“能替就替”三种情况, 其中门户网站和 OA 办公系统属于“全面替换”。另外, 教育部《关于推进教育新型基础设施建设构建高质量教育支撑体系的指导意见》要求, 各高校应尽快推动可信应用, 促进信息技术应用创新, 提升供应链安全水平, 有序推动信息系统等的国产化改造。

公司现有软件平台已与主流的国产化信创厂商实现产品兼容和互认并形成开发伙伴和合作关系, 如龙芯 CPU、飞腾 CPU、银河麒麟、统信操作系统、东方通中间件、金蝶中间件、达梦数据库、人大金仓数据库及华为云等。与教育行业业务规划相契合, 政策支持下行业需求有望持续增长并进一步带动公司业务的快速增长。

综上所述，公司通过长期坚持行业深耕，积累了丰富的高校信息化建设经验，通过持续的产品研发投入，形成完整的产品矩阵，行业地位较为突出，核心竞争力日益提升，获客能力逐步增强。结合公司产品优势、行业地位、核心竞争力、获客能力、教育信息化经费投入和信创产业市场机遇等多方面因素，公司未来仍有较大增长空间。

#### 7、预测市场空间依据的充分性及准确性

招股说明书中关于成长性风险的披露补充修订如下所示：

“2020 年度、2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月，公司营业收入分别为 10,166.47 万元、13,018.75 万元、14,729.09 万元及 3,658.22 万元，2020 年至 2022 年营业收入复合增长率为 20.37%。报告期内公司教育行业类客户收入占比分别为 79.38%、80.15%、81.56%、75.41%。”

按照客群开发的阶段和难易程度将市场空间测算依次划分为公司收入增长测算、现有客群市场空间测算及尚未开拓客群市场空间测算。需要特别补充说明的是，公司收入增长测算指根据公司过往年度各类业务营业收入的增长率测算未来收入增长；而现有客群市场空间测算和尚未开拓客群市场空间测算属于设定前提条件下进行测算得到的市场空间，并不意味着发行人必然达到或者承诺达到的业绩增长目标。

公司收入增长测算是指根据公司过往年度各类业务营业收入的增长率测算未来收入增长，客群范围为报告期内已成交客户及未来 3 年预计成交客户。根据公司收入增长测算，公司主要产品未来 3 年收入分别为 1.64 亿元、1.98 亿元及 2.44 亿元。

现有客群市场空间测算是指根据公司历史已成交的客户情况测算现有客群每年收入规模，客群范围为购买并使用公司全媒体网站群产品的 1,225 所普通高等学校。根据现有客群市场空间测算，购买并使用公司全媒体网站群产品的 1,225 所普通高等学校每年收入增长空间为 4.74 亿元。

尚未开拓客群市场空间测算分为可触达市场空间测算及潜在市场空间测算。可触达市场空间测算是指通过较易触达的客群，测算希望通过特定产品业务或者

服务实际瞄准的市场部分，客群范围是指在教育部 2023 年 6 月公布的普通高等学校 2,820 所及公司内部统计整理的高校附属医院 673 家的基础上扣除公司已成交的相应客户数。潜在市场空间测算是指通过有可能拓展的客群，测算所处细分行业的发展潜力，客群范围是指在教育部 2023 年 6 月公布的全国高校 3,072 所及国家卫健委公布的三级医院 3,275 家的基础上扣除公司已成交的相应客户数。根据可触达市场空间测算，可触达市场空间约为 27 亿元，平均每年约为 5.48 亿元；根据潜在市场空间测算，潜在市场空间约为 44 亿元，平均每年约为 8.87 亿元。

如果财政资金投入、宏观经济环境、产业政策、跨行业竞争态势等发生不利变化，且公司在技术研发、市场推广等方面未能及时采取措施积极应对，将导致公司下游客户开拓及新订单获取不及预期，存在成长性下降或者业绩不能达到预期的风险。

按照客群开发的阶段和难易程度将市场空间测算依次划分为公司收入增长测算、现有客群市场空间测算及尚未开拓客群市场空间测算。需要特别补充说明的是，公司收入增长测算指根据公司过往年度各类业务营业收入的增长率测算未来收入增长；而现有客群市场空间测算和尚未开拓客群市场空间测算属于设定前提条件下进行测算得到的市场空间，并不意味着发行人必然达到或者承诺达到的业绩增长目标。

具体测算结果如下所示：

| 市场空间分类     |           | 测算结果  |
|------------|-----------|---|
| 公司收入增长测算   |           | 公司主要产品未来 3 年收入分别为 1.64 亿元、1.98 亿元及 2.44 亿元      |
| 现有客群市场空间测算 |           | 购买并使用公司全媒体网站群产品的 1,225 所普通高等学校每年收入增长空间为 4.74 亿元 |
| 尚未开拓       | 可触达市场空间测算 | 平均每年的可触达市场空间约为 5.48 亿元                          |

|          |          |                       |
|----------|----------|-----------------------|
| 客群市场空间测算 | 潜在市场空间测算 | 平均每年的潜在市场空间约为 8.87 亿元 |
|----------|----------|-----------------------|

注 1：上表测算依据公司市场开发战略要求，按照客群开发的阶段和难易程度将市场空间测算依次划分为公司收入增长测算、现有客群市场空间测算、尚未开拓客群市场空间测算；

注 2：公司收入增长测算是指根据公司过往年度各类业务营业收入的增长率测算未来收入增长，客群范围为报告期内已成交客户及未来 3 年预计成交客户；

注 3：现有客群市场空间测算是指根据公司历史已成交的客户情况测算现有客群每年收入规模，客群范围为购买并使用公司全媒体网站群产品的 1,225 所普通高等学校；

注 4：尚未开拓客群市场空间测算分为可触达市场空间测算及潜在市场空间测算。可触达市场空间测算是指通过较易触达的客群，测算希望通过特定产品业务或者服务实际瞄准的市场部分，客群范围是指在教育部 2023 年 6 月公布的普通高等学校 2,820 所及公司内部统计整理的高校附属医院 673 家的基础上扣除公司已成交的相应客户数。潜在市场空间测算是指通过有可能拓展的客群，测算所处细分行业的发展潜力，客群范围是指在教育部 2023 年 6 月公布的全国高校 3,072 所及国家卫健委公布的三级医院 3,275 家的基础上扣除公司已成交的相应客户数。

### （1）公司收入增长测算

公司收入增长测算是指根据公司过往年度各类业务营业收入的增长率测算未来收入增长，客群范围为报告期内已成交客户及未来 3 年预计成交客户。具体测算如下所示：

#### ①测算结果

2020 年-2022 年发行人各类型产品收入情况如下所示：

单位：万元，%

| 主要产品类型               | 2020 年   | 2021 年    | 2022 年    | 2020-2022 复合增长率 |
|----------------------|----------|-----------|-----------|-----------------|
| 全媒体内容管理平台+子网站建设业务+维保 | 9,367.58 | 11,032.51 | 12,478.03 | 15.41           |

|           |                 |                  |                  |              |
|-----------|-----------------|------------------|------------------|--------------|
| 融媒体中心生产平台 | 428.81          | 915.76           | 964.65           | 49.99        |
| 内容大数据解决方案 | 0               | 145.89           | 279.77           | 91.77        |
| <b>合计</b> | <b>9,796.38</b> | <b>12,094.16</b> | <b>13,722.45</b> | <b>18.35</b> |

注 1：因子站建设及维保服务主要基于全媒体内容管理平台之上的进行的建设运维及服务，考虑到公司业务实质及发展逻辑，上表测算将三类业务合并计算；

注 2：基于谨慎性考虑，上表仅列举公司主要产品，未考虑第三方产品及服务。

根据 2020-2022 年复合增长率测算发行人未来 3 年收入增长，具体如下所示：

单位：万元

| 主要产品类型              | 2023 年预计         | 2024 年预计         | 2025 年预计         |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|
| 全媒体内容管理平台+子站建设业务+维保 | 14,400.89        | 16,620.07        | 19,181.22        |
| 融媒体中心生产平台           | 1,446.88         | 2,170.18         | 3,255.05         |
| 内容大数据解决方案           | 536.51           | 1,028.87         | 1,973.06         |
| <b>合计</b>           | <b>16,384.28</b> | <b>19,819.12</b> | <b>24,409.33</b> |

注 1：因子站建设及维保服务主要基于全媒体内容管理平台之上的进行的建设运维及服务，考虑到公司业务实质及发展逻辑，上表测算将三类业务合并计算；

注 2：基于谨慎性考虑，本测算表仅列举公司主要产品，未考虑第三方产品及服务，与公司 2023 年度盈利预测中营业收入 16,947.47 万元不存在冲突，上表仅为估测数据，不构成公司未来年度的业绩承诺。

## ②测算依据的充分性及准确性

通过公司 2020-2022 年各类产品相应的收入，根据 2020-2022 年复合增长率测算发行人未来收入增长具有充分性及准确性。

## (2) 现有客群市场空间测算

现有客群市场空间测算是根据公司历史已成交的客户情况测算现有客群每年收入规模，客群范围为购买并使用公司全媒体网站群产品的 1,225 所普通高等学校。

### 1) 关于客群范围的说明

已购买并使用公司全媒体网站群产品的 1,225 所普通高等学校是公司最稳固、最核心的客户资源。围绕上述客群深度开发，是公司从“跑马圈地”向“深耕细作”发展的必然选择。以分布在全国各大区域标杆客户为标准，挖掘非标杆客户深度需求，是未来市场开发计划的重点工作。

### 2) 测算结果

#### ①全媒体内容管理平台+子站建设业务+维保服务

通过全媒体内容管理平台建设开发、基于平台的子站建设、以及平台运维保障服务相互组合，有力解决了大型组织大量网站安全信息发布和统一集中管理问题。上述三类业务是公司客户粘性最强，收入实现确定性最高，具备长期持续增长潜力的业务。报告期内三类业务收入占总收入比例分别为 92.14%、84.78%、84.72%。其中，高校行业三类业务合计占比最高，2020 年至 2022 年度高校行业三类业务收入分别为 7,331.25 万元、8,567.27 万元、10,060.84 万元，年化复合增速 17.15%，占总收入比例分别为 72.11%、65.81%、68.31%。考虑到公司业务实质及发展逻辑，此处将全媒体、子站建设及维保服务合并测算。

将公司历史已成交的普通高等学校客户依次按照双一流、普通本科、高职院校进行分层，每层分别选取覆盖各地区的 7 所标杆高校。由于每层高校的资金预算投入、网络安全意识、网站和新媒体数量、信息发布需求、内容管理复杂程度具有一定的需求相似性，随着信息化建设持续推进，预计每层其他高校未来可达到该层标杆高校的子站建设业务需求和建设投入水平。此外，因相关产品迭代周期为 5 年，故选取各地区标杆高校 2018 年至 2022 年相应业务的收入金额作为测算基准。全媒体、子站建设及维保服务三类业务测算具体如下：

单位：个，万元

| 类型       | 客户数量     | 标杆客户客单价 | 市场规模             |
|----------|----------|---------|------------------|
| 双一流      | 93.00    | 580.92  | 54,025.17        |
| 普通本科     | 573.00   | 147.12  | 84,299.07        |
| 高职       | 559.00   | 58.99   | 32,976.23        |
| 合计       | 1,225.00 | —       | 171,300.47       |
| 平均每年市场规模 |          |         | <b>34,260.80</b> |

注：考虑到上表相关产品迭代周期为 5 年，故此处按 5 年时间周期进行测算。

### ② 融媒体内容生产平台

对于新兴的融媒体市场，此处假设现有 1,225 所高校客户在未来 5 年内将产生全面建设融媒体的市场需求，具体测算如下：

单位：万元

| 主要产品类型    | 客户数量<br>(A) | 客单<br>价 (B) | 预计收入规模<br>(C=A*B) | 平均每年收入增长上限<br>(D=C/5) |
|-----------|-------------|-------------|-------------------|-----------------------|
| 融媒体内容生产平台 | 1,225       | 36.25       | 44,406.25         | 8,881.25              |

### ③ 内容大数据解决方案

单位：万元

| 主要产品类型    | 客户数量 (A) | 客单价 (B) | 预计收入规模 (C=A*B) |
|-----------|----------|---------|----------------|
| 内容大数据解决方案 | 1,225    | 3.45    | 4,226.25       |

综上，仅考虑购买并使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量 1,225 所，全媒体、子站建设及维保服务每年的市场空间约为 3.43 亿元，融媒体每年的市场空间约为 0.89 亿元，内容大数据每年的市场空间约为 0.42 亿元，合计每

年市场空间约 4.74 亿元，2022 年度公司营业收入为 1.47 亿元，未来尚有较大的收入增长空间。

### 3) 测算依据的充分性及准确性

#### ①全媒体内容管理平台+子站建设业务+维保服务

##### a.双一流

在双一流高校中，各地区标杆客户 2018 年至 2022 年相应业务的收入金额如下所示：

单位：万元

| 地区        | 分类  | 名称   | 2018 至 2022 年全媒体+子站+维保合计营业收入 |
|-----------|-----|------|------------------------------|
| 地区一       | 双一流 | 客户 1 | 938.55                       |
| 地区二       | 双一流 | 客户 2 | 781.70                       |
| 地区三       | 双一流 | 客户 3 | 695.37                       |
| 地区四       | 双一流 | 客户 4 | 1,143.42                     |
| 地区五       | 双一流 | 客户 5 | 236.07                       |
| 地区六       | 双一流 | 客户 6 | 203.62                       |
| 地区七       | 双一流 | 客户 7 | 67.67                        |
| 合计        |     |      | <b>4,066.41</b>              |
| 平均每所高校客单价 |     |      | <b>580.92</b>                |

##### b.普通本科

在普通本科高校中，各地区标杆客户 2018 年至 2022 年相应业务的收入金额



如下所示：

单位：万元

| 地区        | 分类   | 名称   | 2018 至 2022 年全媒体+子站+维保合计营业收入 |
|-----------|------|------|------------------------------|
| 地区一       | 普通本科 | 客户 1 | 378.90                       |
| 地区二       | 普通本科 | 客户 2 | 116.69                       |
| 地区三       | 普通本科 | 客户 3 | 99.72                        |
| 地区四       | 普通本科 | 客户 4 | 197.16                       |
| 地区五       | 普通本科 | 客户 5 | 94.30                        |
| 地区六       | 普通本科 | 客户 6 | 78.09                        |
| 地区七       | 普通本科 | 客户 7 | 64.96                        |
| 合计        |      |      | <b>1,029.83</b>              |
| 平均每所高校客单价 |      |      | <b>147.12</b>                |

c.高职院校

在高职院校中，各地区标杆客户 2018 年至 2022 年相应业务的收入金额如下所示：

单位：万元

| 地区  | 分类   | 名称   | 2018 至 2022 年全媒体+子站+维保合计营业收入 |
|-----|------|------|------------------------------|
| 地区一 | 高职院校 | 客户 1 | 141.81                       |
| 地区二 | 高职院校 | 客户 2 | 60.97                        |

|           |      |      |               |
|-----------|------|------|---------------|
| 地区三       | 高职院校 | 客户 3 | 45.68         |
| 地区四       | 高职院校 | 客户 4 | 41.82         |
| 地区五       | 高职院校 | 客户 5 | 40.52         |
| 地区六       | 高职院校 | 客户 6 | 36.75         |
| 地区七       | 高职院校 | 客户 7 | 45.38         |
| 合计        |      |      | <b>412.94</b> |
| 平均每所高校客单价 |      |      | <b>58.99</b>  |

### ②融媒体内容生产平台

融媒体内容生产平台报告期内平均单价为各报告期营业收入除以客户数量后的平均值。具体计算过程如下：

单位：万元，个

| 项目        |      | 2023年1-6月 | 2022年  | 2021年  | 2020年  | 报告期内平均单价 |
|-----------|------|-----------|--------|--------|--------|----------|
| 融媒体内容生产平台 | 营业收入 | 355.17    | 964.65 | 915.76 | 428.81 | 36.25    |
|           | 客户数量 | 6         | 32     | 26     | 21     |          |
|           | 单价   | 59.19     | 30.15  | 35.22  | 20.42  |          |

### ③内容大数据解决方案

内容大数据解决方案报告期内平均单价为各报告期营业收入除以客户数量后的平均值。具体计算过程如下：

单位：万元，个

| 项目        |      | 2023年1-6月 | 2022年  | 2021年  | 2020年 | 报告期内平均单价 |
|-----------|------|-----------|--------|--------|-------|----------|
| 内容大数据解决方案 | 营业收入 | 180.78    | 279.77 | 145.89 | —     | 3.45     |
|           | 客户数量 | 77        | 71     | 36     | —     |          |
|           | 单价   | 2.35      | 3.94   | 4.05   | —     |          |

综上，公司关于现有客群市场空间的测算数据来源依据充分，测算过程准确合理，相关披露客观谨慎。

### （3）尚未开拓客群市场空间测算

#### 1）可触达市场空间测算

可触达市场空间测算是指通过较易触达的客群，测算希望通过特定产品业务或者服务实际瞄准的市场部分，客群范围是指在教育部 2023 年 6 月公布的普通高等学校 2,820 所及公司内部统计整理的高校附属医院 673 家的基础上扣除公司已成交的相应客户数。

#### ①测算结果

就高校客群而言，根据教育部网站公开数据，截至 2023 年 6 月 15 日，全国高等学校共计 3,072 所，其中：普通高等学校 2,820 所，成人高等学校 252 所。因公司主要服务的高校类型为普通高等学校，故此处仅选取普通高等学校 2,820 所，在此基础上剔除各类型产品在报告期内已成交的普通高等学校数量，计算出高校可触达数量；就医院客群而言，根据公司内部统计整理，截至目前全国共 673 家高校附属医院，基于公司在高校客群较大的市场占有率和影响力，在医院客群中，最易触达的即为高校附属医院客户，故此处仅选取 673 家高校附属医院，在此基础上剔除公司报告期内已成交的高校附属医院数量，计算出未来医院可触达数量。

单位：个，万元

| 主要产品类型          | 高校潜在客户数量 | 医院潜在客户数量 | 潜在客户数量合计 | 报告期内平均单价 | 潜在市场规模            |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| 全媒体内容管理平台       | 1,823    | 3,141    | 4,964    | 16.00    | 79,424.00         |
| 融媒体内容生产平台       | 2,985    | 3,269    | 6,254    | 36.25    | 226,707.50        |
| 网站建设业务（按站点数）    | 89,327   | -        | 89,327   | 1.47     | 131,310.69        |
| 内容大数据解决方案       | 1,823    | -        | 1,823    | 3.45     | 6,289.35          |
| <b>合计潜在市场规模</b> |          |          |          |          | <b>443,731.54</b> |
| <b>每年潜在市场规模</b> |          |          |          |          | <b>88,746.31</b>  |

注 1：基于谨慎性考虑，本测算表仅列举公司主要产品，未考虑技术服务等其他类型的业务收入贡献，未考虑公司产品功能进一步完善后的价格涨幅，未考虑全国高校及医院未来数量的增长；

注 2：对于新兴的融媒体市场，此处假设 2,820 所高校客户及 673 家高校附属医院在未来 5 年内将产生全面建设融媒体的市场需求，且考虑到上表主要产品迭代周期为 5 年，故此按 5 年时间周期进行测算。

## ②测算依据的充分性及准确性

### a.高校可触达数量

高校可触达数量测算过程具体如下所示：

单位：个

| 项目                            | 测算结果   |
|-------------------------------|--------|
| 教育部 2023 年 6 月公布的普通高等学校数量 (A) | 2,820  |
| 发行人全媒体产品目前已成交的普通高等学校数量 (B)    | 1,225  |
| 全媒体产品高校可触达数量 (C=A-B)          | 1,595  |
| 发行人融媒体产品目前已成交的普通高等学校数量 (D)    | 86     |
| 融媒体产品高校可触达数量 (E=A-D)          | 2,734  |
| 子站建设高校可触达数量 (F=C)             | 1,595  |
| 子站建设高校潜在站点数量 (G=F*49)         | 78,155 |
| 内容大数据高校可触达数量 (H=C)            | 1,595  |

上表中高校平均站点数（49 个）根据《中国高校信息化发展报告（2021）》计算得出，具体测算过程如下所示：

单位：个

| 高校类型 | 教育部 2023 年 6 月公布的普通高等学校数量 | 平均网站数（《中国高校信息化发展报告（2021）》公布数据） | 合计     |
|------|---------------------------|--------------------------------|--------|
| 双一流  | 145                       | 231                            | 33,495 |
| 双高计划 | 195                       | 47                             | 9,165  |
| 其他普通 | 1,130                     | 68                             | 76,840 |
| 其他高职 | 1,350                     | 13                             | 17,550 |

|                      |       |   |         |
|----------------------|-------|---|---------|
| 合计                   | 2,820 | — | 137,050 |
| 按各类型学校数量加权平均计算的平均网站数 |       |   | 49      |

b. 医院可触达数量

根据公司内部统计整理，截至目前全国共 673 家高校附属医院，其中公司已成交的附属医院为 116 家，待开拓高校附属医院客户数量为 557 家。此外，截至本回复出具日，公司已成交的医院客户中，非高校附属医院客户为 38 家，占比为 24.68%。

高校附属医院可触达数量测算过程具体如下所示：

单位：个

| 项目                      | 测算结果 |
|-------------------------|------|
| 发行人内部统计整理的全国高校附属医院数量（A） | 673  |
| 发行人已成交的高校附属医院数量（C）      | 116  |
| 高校附属医院可触达数量（D=B-C）      | 557  |

c. 报告期内平均单价

全媒体、融媒体及内容大数据产品报告期内平均单价为各报告期内各类业务营业收入除以客户数量后的平均值；子站建设报告期内平均单价为报告期内该类业务营业收入除以站点数后的平均值。具体计算过程如下：

单位：万元，个

| 项目         | 2023 年 1-6 月 | 2022 年   | 2021 年   | 2020 年   | 报告期内平均单价 |
|------------|--------------|----------|----------|----------|----------|
| 全媒体内容 营业收入 | 1,599.08     | 9,022.62 | 9,033.95 | 7,838.73 | 16.00    |

|                      |      |        |          |          |          |       |
|----------------------|------|--------|----------|----------|----------|-------|
| 管理平台                 | 客户数量 | 135    | 533      | 526      | 434      |       |
|                      | 单价   | 11.85  | 16.93    | 17.17    | 18.06    |       |
| 融媒体内容<br>生产平台        | 营业收入 | 355.17 | 964.65   | 915.76   | 428.81   | 36.25 |
|                      | 客户数量 | 6      | 32       | 26       | 21       |       |
|                      | 单价   | 59.19  | 30.15    | 35.22    | 20.42    |       |
| 子站建设业<br>务（按站点<br>数） | 营业收入 | 652.02 | 2,226.28 | 1,321.00 | 1,005.64 | 1.47  |
|                      | 站点数量 | 420    | 1,373    | 907      | 805      |       |
|                      | 单价   | 1.55   | 1.62     | 1.46     | 1.25     |       |
| 内容大数据<br>解决方案        | 营业收入 | 180.78 | 279.77   | 145.89   | —        | 3.45  |
|                      | 客户数量 | 77     | 71       | 36       | —        |       |
|                      | 单价   | 2.35   | 3.94     | 4.05     | —        |       |

## 2) 潜在市场空间测算

潜在市场空间测算是指通过有可能拓展的客群，测算所处细分行业的发展潜力，客群范围是指在教育部 2023 年 6 月公布的全国高校 3,072 所及国家卫健委公布的三级医院 3,275 家的基础上扣除公司已成交的相应客户数。

### ① 测算结果

就教育行业而言，高校潜在客户数量为教育部 2023 年 6 月公布的全国高校数量 3,072 所，包括普通高等学校 2,820 所与成人高等学校 252 所，剔除各类型产品在报告期内已成交的高校数量，计算出潜在高校客户数量；就健康行业而言，医院潜在客户数量为国家卫健委《2021 年我国卫生健康事业发展统计公报》公布的三级医院数量 3,275 家，并剔除各类型产品在报告期内已成交的三级医院数

量，计算出未来潜在医院客户数量。

单位：个，万元

| 主要产品类型          | 高校潜在客户数量 | 医院潜在客户数量 | 潜在客户数量合计 | 报告期内平均单价 | 潜在市场规模            |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| 全媒体内容管理平台       | 1,823    | 3,141    | 4,964    | 16.00    | 79,424.00         |
| 融媒体内容生产平台       | 2,985    | 3,269    | 6,254    | 36.25    | 226,707.50        |
| 子站建设业务（按站点数）    | 89,327   | —        | 89,327   | 1.47     | 131,310.69        |
| 内容大数据解决方案       | 1,823    | —        | 1,823    | 3.45     | 6,289.35          |
| <b>合计潜在市场规模</b> |          |          |          |          | <b>443,731.54</b> |
| <b>每年潜在市场规模</b> |          |          |          |          | <b>88,746.31</b>  |

注 1：基于谨慎性考虑，本测算表仅列举公司主要产品，未考虑技术服务等其他类型的业务收入贡献，未考虑公司产品功能进一步完善后的价格涨幅，未考虑全国高校及医院未来数量的增长；

注 2：对于新兴的融媒体市场，此处假设 3,072 所高校客户及 3,275 家三级医院数量在未来 5 年内将产生全面建设融媒体的市场需求，且考虑到上表主要产品迭代周期为 5 年，故此按 5 年时间周期进行测算。

## ②测算依据的充分性及准确性

### a. 高校潜在客户数量



发行人高校潜在客户数量测算过程具体如下所示：

单位：个

| 项目                          | 测算结果   |
|-----------------------------|--------|
| 教育部 2023 年 6 月公布的全国高校数量 (A) | 3,072  |
| 发行人全媒体产品目前已成交的高校数量 (B)      | 1,249  |
| 全媒体产品高校潜在数量 (C=A-B)         | 1,823  |
| 发行人融媒体产品目前已成交的高校数量 (D)      | 87     |
| 融媒体产品高校潜在数量 (E=A-D)         | 2,985  |
| 子站建设高校潜在数量 (F=C)            | 1,823  |
| 子站建设高校潜在站点数量 (G=F*49)       | 89,327 |
| 内容大数据高校潜在客户数量 (H=C)         | 1,823  |

上表中高校平均站点数 (49 个) 根据《中国高校信息化发展报告 (2021)》计算得出，具体测算过程如下所示：

单位：个

| 高校类型 | 教育部 2023 年 6 月公布的普通高等学校数量 | 平均网站数 (《中国高校信息化发展报告 (2021)》公布数据) | 合计     |
|------|---------------------------|----------------------------------|--------|
| 双一流  | 145                       | 231                              | 33,495 |
| 双高计划 | 195                       | 47                               | 9,165  |

|                      |       |    |         |
|----------------------|-------|----|---------|
| 其他普通                 | 1,130 | 68 | 76,840  |
| 其他高职                 | 1,350 | 13 | 17,550  |
| 合计                   | 2,820 | —  | 137,050 |
| 按各类型学校数量加权平均计算的平均网站数 |       |    | 49      |

b.医院潜在客户数量

发行人医院潜在客户数量测算过程具体如下所示：

单位：个

| 项目                     | 测算结果  |
|------------------------|-------|
| 国家卫健委最新公布的全国三级医院数量（A）  | 3,275 |
| 发行人全媒体产品已成交的三级医院数量（B）  | 134   |
| 全媒体产品医院潜在客户数量（C=A-B）   | 3,141 |
| 发行人融媒体产品已成交三级医院客户数量（D） | 6     |
| 融媒体产品医院潜在客户数量（E=A-D）   | 3,269 |

c.报告期内平均单价

全媒体、融媒体及内容大数据产品报告期内平均单价为各报告期内各类业务营业收入除以客户数量后的平均值；子站建设报告期内平均单价为报告期内该类业务营业收入除以站点数后的平均值。具体计算过程如下：

单位：万元，个

| 项目 | 2023年1-6月 | 2022年 | 2021年 | 2020年 | 报告期内平均单价 |
|----|-----------|-------|-------|-------|----------|
|    |           |       |       |       |          |

|                      |      |          |          |          |          |       |
|----------------------|------|----------|----------|----------|----------|-------|
| 全媒体内容<br>管理平台        | 营业收入 | 1,599.08 | 9,022.62 | 9,033.95 | 7,838.73 | 16.00 |
|                      | 客户数量 | 135      | 533      | 526      | 434      |       |
|                      | 单价   | 11.85    | 16.93    | 17.17    | 18.06    |       |
| 融媒体内容<br>生产平台        | 营业收入 | 355.17   | 964.65   | 915.76   | 428.81   | 36.25 |
|                      | 客户数量 | 6        | 32       | 26       | 21       |       |
|                      | 单价   | 59.19    | 30.15    | 35.22    | 20.42    |       |
| 子站建设业<br>务（按站点<br>数） | 营业收入 | 652.02   | 2,226.28 | 1,321.00 | 1,005.64 | 1.47  |
|                      | 站点数量 | 420      | 1,373    | 907      | 805      |       |
|                      | 单价   | 1.55     | 1.62     | 1.46     | 1.25     |       |
| 内容大数据<br>解决方案        | 营业收入 | 180.78   | 279.77   | 145.89   | —        | 3.45  |
|                      | 客户数量 | 77       | 71       | 36       | —        |       |
|                      | 单价   | 2.35     | 3.94     | 4.05     | —        |       |

综上，发行人针对未来收入增长测算的依据充分合理，计算过程准确无误，相关测算结果与发行人所处细分行业发展实际相符合。

## 六、信达律师的核查过程和核查意见

### 信达律师的核查过程：

1、获取发行人合同台账及已签订合同，核实使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量，确认报告期内使用公司全媒体网站群产品的普通高等学校数量占比；

2、查询可比公司公开披露信息，核实发行人相关数据披露口径及表述是否

具有合理性；

3、查阅教育部高等学校科学研究发展中心发布的《2021 中国高校信息化发展报告》，了解各类型高校平均信息化经费；

4、取得发行人报告期内审计报告，计算 2020 年-2022 年年均营业收入及其按照收入测算的市场份额；

5、查阅发行人主要产品及服务相关资料，获取高校客户采购发行人产品的公示资料，查阅高校网站建设相关制度，核实发行人业务是否具有协同性；结合各类业务发展历史分析未能有效开拓融媒体及子站建设业务的原因；

6、获取发行人自 2017 年以来签订的合同及合同台账，核实高校采购全媒体网站群平台的情况，获取上海交通大学历次网站群建设明细及销售合同，核实其升级改造的具体业务情况及背景；

7、查阅同行业可比公司业务定位描述情况，分析公司主营业务定义是否符合公司实际业务情况及业务方向，核查是否存在误导投资者的情形；

8、核查发行人报告期各期客户数量及收入明细表，分析其变动情况，了解公司获客能力，并结合业务分析未来业绩的增长空间；

9、查阅教育部 2023 年 6 月公布的高校名单及国家卫健委最新公布的《2021 年我国卫生健康事业发展统计公报》等资料，了解公司行业地位、核心竞争力，结合目前已服务客户情况及报告期内已实现的营业收入，预测未来收入增长空间；

10、分别获取了有关全媒体、融媒体、子站建设的法规及支持性政策文件，取得了有关国际组织的统计分析白皮书等文件，了解公司相关业务的政策支持、经费来源等。

**经核查，信达律师认为：**

1、发行人针对全媒体市场份额的相关数据披露真实准确，测算依据充分合理，计算过程准确无误，参考报告具有权威性，相关披露客观谨慎；

2、全媒体内容管理平台、融媒体内容生产平台及子站建设解决方案三类业

务具有较强的业务逻辑和内在联系，具备一定的协同性；

3、报告期内发行人未能有效开拓融媒体业务主要因为高校融媒体行业 2019 年 12 月才启动试点工作，客户认知和市场发展从起步到成熟需要一定的时间周期。报告期内发行人未能有效开拓子站建设业务的原因主要是公司首先聚焦于全媒体网站群平台的市场拓展和客户覆盖，再逐步下沉至二级院系及职能部门的子站建设业务；

4、随着高校对系统平台升级、新增应用功能开发、安全性能提升等方面的需求增加，结合其预算审批情况，一般每 3-5 年进行一次产品版本的升级优化；

5、公司针对主营业务的相关表述包含全媒体、融媒体及其他业务，符合公司实际业务情况及业务方向，参考公司目前收入构成及同行业可比公司主营业务披露内容，公司主营业务披露具有合理性；

6、从现有客群量化测算、政策保障、资金来源、业务逻辑等方面来看，融媒体和子站建设业务具有广阔的市场空间前景。结合发行人客群范围及触达方式，可触达性的测算依据具有合理性；

7、结合公司产品优势、行业地位、核心竞争力、获客能力、教育信息化经费投入、信创产业市场机遇及市场空间等方面，发行人针对未来收入增长测算的依据充分合理，计算过程准确无误，相关测算结果与发行人业务发展实际情况相符合。。

## 问题二：关于经营业绩

请发行人：（1）结合报告期前后各期末确认收入合同的具体会计处理情况，补充说明报告期各期末确认收入相关合同的收入总金额及其占比、2017 年-2019 年各期末确认收入相关合同的收入总金额及其占比，进一步说明是否存在跨期确认收入的情形。（2）结合销售模式及销售人员区域分配情况、负责销售订单及销售客户的具体情况是否从事技术工作的情形，进一步说明报告期各期销售费用大幅增长、销售费用率高于同行业可比公司的合理性，是否存在销售人员、技术

人员混同的情形。（3）说明报告期销售人员来自中间商的情况，新增销售人员是否与客户存在关联关系或潜在利益关系，量化分析新增销售人员与销售增长的匹配关系，是否仍将通过新增销售人员实现销售增长的目的及可持续性。

回复：

一、结合报告期前后各期末确认收入合同的具体会计处理情况，补充说明报告期各期末确认收入相关合同的收入总金额及其占比、2017年-2019年各期末确认收入相关合同的收入总金额及其占比，进一步说明是否存在跨期确认收入的情形

公司在报告期内在第四季度确认收入的情况属于高校信息化市场较为正常的情况，与业务实施特征、高校财务预决算机制及结算规律较为一致，同行业上市公司均有类似财务特征，不存在报告期各期期末突击确认收入或者跨期确认收入的情况。

发行人在日常核算项目收入时，制定了《网站群项目过程指南》《产品出货、授权管理办法》《收入成本管理办法》等项目实施及收入核算相关管理制度，明确了财务部门收入会计在项目立项、合同签署、生产交付、收入确认以及回款跟催等流程的证据链收集以及关键环节审核的主要职责，具体情况如下：

| 序号 | 流程节点 | 主要内容  | 涉及部门                   | 财务部门主要职责   |
|----|------|---|------------------------|--|
| 1  | 项目立项 | 以公司对外销产品、客户、合同、时间等信息为标识进行项目命名，由销售人员在OA发起立项流程，确立收入成本核算对象 | 销售部门、交付部门、财务部门         | 依据《项目立项管理办法》审核项目立项。  |
| 2  | 合同签署 | 销售人员在OA系统发起公司内部合同起草、审核、签订流程，并与客户协调完成合同签订                | 销售部门、交付部门、财务部门、总裁办的法务组 | 依据《企业会计准则第14号—收入》、《收入成本管理办法》、《应收账款管理办法》审核合同中针对报价、验收、回款等关键信息描述。 |

|   |      |  |                                    |   |
|---|------|--|------------------------------------|---|
| 3 | 生产交付 | 公司交付部门进行生产需求沟通、项目生产、项目过程管理、提交验收申请、提交公司收入确认流程 | 交付部门、<br>财务部门                      | 依据《收入成本管理办法》审核各项目工时统计，进行项目成本归集、分配，分析存货库龄。   |
| 4 | 收入确认 | 依据交付部门提交的收入确认流程、项目验收单、签收回执、销售合同进行收入确认        | 销售部门、<br>交付部门、<br>财务部门、<br>总裁办的法务组 | 依据《企业会计准则第 14 号—收入》、《收入成本管理办法》核对销售合同关于项目验收、报价的条款约定，审核验收报告等资料合规性，按照会计准则相关规定确认项目收入。 |
| 5 | 回款跟催 | 依据销售合同，跟催项目进度款                               | 销售部门、<br>交付部门、<br>财务部门、<br>总裁办的法务组 | 按照销售合同约定、甲方结算进度进行发票开具、项目回款确认，并依据《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》计提信用减值损失。                 |

公司确认收入及入账流程具体如下：

1、报告期各月内，发行人在项目达到交付验收条件时，由交付相关人员实时在 OA 系统发起“实施项目验收流程”并附带合同及验收相关资料；

2、在月初至结账日，收入会计主要工作为项目立项审核、销售合同审核、项目过程跟踪、销售回款分析及收入确认证据链的收集（即：根据 OA 系统的提交验收流程情况，实时审核标的项目是否满足收入确认条件，并依据《企业会计准则第 14 号-收入》相关规定，以签署合同日期和经过确认的验收报告中所载明的日期孰晚作为收入确认时点，取得相应单据后，公司即将商品的控制权转移给客户并取得对应的合同对价收款权）；

3、在月初至结账日，收入会计实时根据 OA 系统的验收流程情况，将满足收入确认条件的项目匹配收入确认相关核算辅助信息，并于月末根据财务系统模

板的规定编制“信息导入表”，该表经责任领导审核后，根据工作量及审核进度，单批或多批将其导入财务系统进行入账，并结转对应项目成本。为提高效率、方便进行项目收入管理及核查，收入会计一般会默认选择财务系统每月的 30 日或 31 日作为做账日期。

因此，报告期各月内，各项目实际验收日期并非集中于每月月末，同时收入会计在月初至结账日期间，根据 OA 系统的验收流程情况，实时审核标的项目是否满足收入确认条件、进行收入确认，仅系统做账日期多为每月的 30 日或 31 日。发行人的收入确认时点准确，不存在大量项目集中月末一天验收或跨期确认收入情况。

公司核算项目收入中主要涉及科目如下：

借：应收账款\已开票\\*\*客户

借：应收账款\未开票\\*\*客户

贷：主营业务收入\软件销售

贷：主营业务收入\技术开发

贷：主营业务收入\技术服务

贷：主营业务收入\第三方硬件

贷：主营业务收入\第三方软件

贷：主营业务收入\第三方服务

贷：应交税费\应交增值税（销项税额）\即征即退 软件销售

贷：应交税费\应交增值税（销项税额）\一般计税 除软件销售外

报告期各期末确认收入相关合同的收入总金额及其占比、2017 年-2019 年各期末确认收入相关合同的收入总金额及其占比具体如下：

单位：万元

| 项目         | 2023 年<br>1-6 月 | 2022 年度       | 2021 年度       | 2020 年度       | 2019 年度       | 2018 年度       | 2017 年度       |
|------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 全年收入金额 A   | 3,658.22        | 14,729.09     | 13,018.75     | 10,166.47     | 9,278.70      | 6,994.28      | 4,843.41      |
| 12 月收入金额 B | 2,458.13        | 8,787.70      | 7,526.91      | 6,518.19      | 5,168.37      | 3,933.00      | 2,663.78      |
| 占全年收入比例    | 67.19%          | <b>59.66%</b> | <b>57.82%</b> | <b>64.11%</b> | <b>55.70%</b> | <b>56.23%</b> | <b>55.00%</b> |



|                                 |          |               |               |               |               |               |               |
|---------------------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| C=B/A                           |          |               |               |               |               |               |               |
| 做账日期为 12 月 31 日<br>收入金额 D       | 2,458.13 | 8,787.70      | 6,458.88      | 4,526.77      | 1,708.53      | 3,933.00      | 1,327.00      |
| 占全年收入比例<br>E=D/A                | 67.19%   | <b>59.66%</b> | <b>49.61%</b> | <b>44.53%</b> | <b>18.41%</b> | <b>56.23%</b> | <b>27.40%</b> |
| 做账日期为 12 月 30 日<br>及 31 日收入金额 F | 2,458.13 | 8,787.70      | 6,509.10      | 4,526.77      | 5,168.37      | 3,933.00      | 1,327.00      |
| 占全年收入比例<br>G=F/A                | 67.19%   | 59.66%        | 50.00%        | 44.53%        | 55.70%        | 56.23%        | 27.40%        |
| 做账日期为期末最后五<br>天收入金额 H           | 2,458.13 | 8,787.70      | 6,509.10      | 4,526.77      | 5,168.37      | 3,933.00      | 1,985.41      |
| 占全年收入比例<br>I=H/A                | 67.19%   | <b>59.66%</b> | <b>50.00%</b> | <b>44.53%</b> | <b>55.70%</b> | <b>56.23%</b> | <b>40.99%</b> |

注：上表中 2023 年 1-6 月的“12 月收入金额”、“做账日期为 12 月 30 日及 31 日”及“项目验收日期为 12 月 31 日”实际分别为“6 月收入金额”、“做账日期为 6 月 29 日及 30 日收入金额”及“做账日期为 6 月 30 日收入金额”。

如上表所示，2020 至 2022 年各期末（12 月 30 日及 31 日）确认收入相关合同的收入总金额分别为 4,526.77 万元、6,509.10 万元、8,787.70 万元，占比分别为 44.53%、50.00% 及 59.66%，占比较高，主要系发行人在日常核算项目收入时，为了便于项目收入管理及核查，收入会计实时在 OA 系统审核验收资料的合规性后，一般会默认选择财务系统每月的 30 日或 31 日作为确认收入的做账日期，因此导致各期末（12 月 30 日及 31 日）确认收入金额的占比较高。

报告期内，发行人在项目在达到交付验收时，由交付相关人员实时在 OA 系统发起“实施项目验收流程”并附带合同及验收相关资料，各项目实际验收日期较为分散，不存在大量项目集中一天突击验收的情况，相关流程履行复核程序后流转至财务部门的收入会计，收入会计实时在 OA 系统审核验收资料的合规性。报告期各期末项目实际完成验收的总金额及其占比如下：

单位：万元

| 项目                  | 2023年<br>1-6月* | 2022年<br>度    | 2021年<br>度    | 2020年<br>度    | 2019年<br>度   | 2018年度       | 2017年度       |
|---------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| 全年收入金额 A            | 3,658.22       | 14,729.09     | 13,018.75     | 10,166.47     | 9,278.70     | 6,994.28     | 4,843.41     |
| 项目验收日期为12月31日收入金额 B | 789.66         | 173.10        | 831.79        | 452.34        | 22.19        | -            | -            |
| 占全年收入比例<br>C=B/A    | 21.59%         | <b>1.18%</b>  | <b>6.39%</b>  | <b>4.45%</b>  | <b>0.24%</b> | -            | -            |
| 项目验收日期为期末最后三天收入金额 D | 1,300.89       | 905.08        | 1,573.66      | 34.47         | 323.82       | 14.48        | 128.84       |
| 占全年收入比例<br>E=D/A    | 35.56%         | <b>6.14%</b>  | <b>12.09%</b> | <b>0.34%</b>  | <b>3.49%</b> | <b>0.21%</b> | <b>2.66%</b> |
| 项目验收日期为期末最后五天收入金额 F | 1,407.68       | 1,848.21      | 2,186.32      | 1,136.52      | 540.43       | 189.17       | 244.21       |
| 占全年收入比例<br>G=F/A    | 38.48%         | <b>12.55%</b> | <b>16.79%</b> | <b>11.18%</b> | <b>5.82%</b> | <b>2.70%</b> | <b>5.04%</b> |

注：上表中 2023 年 1-6 月的“项目验收日期为 12 月 31 日收入金额”实际为“项目验收日期为 6 月 30 日收入金额”。

如上表所示，2020 至 2022 年各期末（12 月 31 日）实际验收项目的收入总金额分别为 452.34 万元、831.79 万元及 173.10 万元，占比分别为 4.45%、6.39% 及 1.18%，2020 至 2022 年各期末最后五天（12 月 27 日-31 日）实际验收项目的收入总金额分别为 1,136.52 万元、2,186.32 万元以及 1,848.21 万元，占比分别为 11.18%、16.79% 及 12.55%，各期末最后五天实际完成验收项目的占比较低，发行人各项目实际验收日期较为分散，不存在大量项目集中一天突击验收的情况。

综上，发行人在项目在达到交付验收时，公司即将商品的控制权转移给客户并取得对应的合同对价收款权；同时，收入会计实时在 OA 系统审核验收资料的合规性后，便在财务系统核算项目收入，并依据《企业会计准则第 14 号-收入》相关规定，以签署合同日期和经过确认的验收报告中所载明的日期孰晚作为收入

确认时点，收入确认时点准确，不存在跨期确认收入情况。

二、结合销售模式及销售人员区域分配情况、负责销售订单及销售客户的具体情况是否从事技术工作的情形，进一步说明报告期各期销售费用大幅增长、销售费用率高于同行业可比公司的合理性，是否存在销售人员、技术人员混同的情形

报告期内发行人销售费用增长稳健，报告期内 2021 到 2022 年销售费用增长比率与研发投入、技术投入等均同比例增长，并非单纯销售驱动所致；2022 年与 2023 年相比销售费率增长率高于收入增长率，一方面由于宏观环境因素，收入增长放缓所致，另一方面为了突破服务半径壁垒，更好地贴近服务客户，发行人开设了多家办事处，并相应配备适当的销售人员。此外，报告期内发行人仍然保持了研发投入和生产成本的稳步增长，由此可见报告期内发行人收入增长主要由技术产品及研发驱动，并非单纯销售驱动。

发行人销售费用率高于同行业可比公司，主要由于发行人主要采用直销模式，客户及订单数量较多，以及发行人销售区域遍布全国，发行人不仅需要服务高校信息技术中心，还需要服务二级学院及其他职能部门，相关销售人员需要准确了解客户需求，需要详细了解客户需求后方可配备相应产品，属于产品型销售，同时高校信息化服务具有多样化、动态化服务特点，因此需要配置较多销售人员和营销及服务人员，薪酬总额较大，具有商业逻辑合理性。根据内部岗位职责分析及有关财务核算，发行人不存在销售人员、技术人员混同的情形。具体分析如下：

（一）结合销售模式及销售人员区域分配情况、负责销售订单及销售客户的具体情况是否从事技术工作的情形，进一步说明报告期各期销售费用大幅增长、销售费用率高于同行业可比公司的合理性

报告期内，发行人各期销售费用及增长情况如下：

单位：元、个、%

| 项目 | 2023 年 1 月—6 月 |    | 2022 年度 |    | 2021 年度 |    | 2020 年度 |
|----|----------------|----|---------|----|---------|----|---------|
|    | 金额/数量          | 增长 | 金额/数量   | 增长 | 金额/数量   | 增长 | 金额/数量   |
|    |                |    |         |    |         |    |         |

|                |               | 比例    |                | 比例    |                | 比例    |                |
|----------------|---------------|-------|----------------|-------|----------------|-------|----------------|
| 销售费用           | 26,773,891.89 | 24.04 | 47,251,504.43  | 14.39 | 41,307,982.38  | 27.20 | 32,475,155.13  |
| 营业收入           | 36,582,169.18 | 18.23 | 147,290,917.25 | 13.14 | 130,187,514.61 | 28.06 | 101,664,705.22 |
| 销售人员和营销及服务人员数量 | 232           | 13.73 | 220            | 25.71 | 175            | 29.63 | 135            |

注：人数为各月平均人数。

报告期内，发行人销售费用较上年同期增长比例分别为 27.20%、14.39% 及 24.04%，与营业收入增长比例基本一致，2022 年销售人员和营销及服务人员增长比例高于营业收入增长比例，主要由于发行人为加强业务的本地化，更好地触达客户，以及为客户提供高质量的售前售后服务，新聘任较多销售人员和营销及服务人员。

报告期内，发行人与同行业可比公司销售费用率如下：

| 公司名称 | 2023 年 1 月-6 月 | 2022 年度       | 2021 年度       | 2020 年度       |
|------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| 新开普  | 41.44%         | 26.33%        | 24.69%        | 23.70%        |
| 开普云  | 24.21%         | 9.59%         | 8.75%         | 12.06%        |
| 国子软件 | 25.18%         | 20.82%        | 22.07%        | 30.04%        |
| 金智教育 | —              | 18.57%        | 18.84%        | 16.97%        |
| 致远互联 | 44.93%         | 39.16%        | 38.94%        | 43.09%        |
| 平均值  | <b>33.94%</b>  | <b>22.89%</b> | <b>22.66%</b> | <b>25.17%</b> |
| 博达软件 | <b>73.19%</b>  | <b>32.08%</b> | <b>31.73%</b> | <b>31.94%</b> |

注：截至本回复出具日，金智教育未披露 2023 年 1-6 月财务数据。

报告期内，发行人销售费用率分别为 31.94%、31.73%、32.08%、73.19%，整体高于同行业可比公司平均销售费用率，主要原因系发行人销售人员和营销及服务人员人数较多，职工薪酬数额较大导致。发行人销售人员和营销及服务人员数量较多原因主要包括：一是为了突破服务半径壁垒，精准把握客户需求、快速响应客户要求，为客户提供本地化咨询和服务，考虑到发行人高校客户遍布全国各地，发行人在全国一线城市、重点二线及省会城市设立办事处，因此销售人员

和营销及服务人员数量较多，以充分调研和响应各地区客户需求；二是由于发行人客户分散程度较高、单笔订单金额较小，需要同时覆盖学校本部以及二级三级单位，客户数量及订单数量较大，销售各环节均需要相应的人员参与，需要配置较多销售人员和营销及服务人员以满足业务拓展各环节的要求。

具体分析如下：

## 1、销售模式

发行人销售模式主要为直销模式，少量业务为非直销模式，即通过大型信息化建设集成商、本地专业化信息技术公司提供相关产品或服务。销售主要过程包括销售人员通过与客户现场交流触达客户，营销人员通过举办线下论坛会议、线上会议交流等活动推广公司产品及解决方案，收集项目线索并将项目线索转交至销售人员进一步跟踪，转化形成具体建设方案，根据客户采购流程完成商务谈判并签署合同。

发行人订单获取到合同签订需要市场营销人员、售前及方案支持人员、销售人员合作完成。根据订单规模、客户需求不同及是否为新开发的客户，发行人各项目参与的销售人员数量存在差异。

一般而言，发行人一个项目从获取线索到项目签订至售后服务至少需要 1 至 2 名一线销售人员和 2-3 名营销及服务人员，其中项目获取需要至少 1 名线索开发人员收集及转交销售线索，1-2 名售前及方案支持人员为客户提供方案规划，1-2 名销售人员进行客户拜访、商务谈判，1-2 名以上销售人员参与合同签署，如为招投标项目，需要 1-2 名标书支持人员协助，售后服务则由售后服务人员统一提供 7×24 小时响应服务。报告期内发行人各期客户数量分别为 751 个、943 个、1,166 个、765 个，合同数量分别为 1,451 个、1,930 个、2,545 个、1,248 个，由于发行人客户数量众多、订单数量庞大，因此需要较多销售人员和营销及服务人员。

## 2、销售人员区域分配情况

报告期内，发行人销售人员和营销及服务人员分布情况如下：

单位：人，%

| 项目        | 2023年1-6月  |        | 2022年度     |        | 2021年度     |        | 2020年度     |        |
|-----------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|           | 人数         | 占比     | 人数         | 占比     | 人数         | 占比     | 人数         | 占比     |
| 销售人员数量    | 130        | 56.03  | 124        | 56.36  | 97         | 55.43  | 83         | 61.48  |
| 营销及服务人员数量 | 102        | 43.97  | 96         | 43.64  | 78         | 44.57  | 52         | 38.52  |
| 合计        | <b>232</b> | 100.00 | <b>220</b> | 100.00 | <b>175</b> | 100.00 | <b>135</b> | 100.00 |

注：人员数量为各月平均人数。

报告期各期，发行人销售人员和营销及服务人员占比总体保持稳定，随业务规模扩大数量增加。

发行人销售人员分为地区部与行业部，二者为平行关系，行业部销售人员未严格按照地区划分，负责拓展全国范围内政企、健康、院系相关业务，地区部销售人员整体根据公司各地业务开展情况进行划分，报告期内地区部与行业部销售人员分布情况如下：

| 人员类别       | 2023年1-6月  | 2022年度     | 2021年度    | 2020年度    |
|------------|------------|------------|-----------|-----------|
| 地区部销售人员（人） | 119        | 75         | 71        | 59        |
| 行业部销售人员（人） | 11         | 49         | 26        | 24        |
| 合计         | <b>130</b> | <b>124</b> | <b>97</b> | <b>83</b> |

注：2023年发行人将院系行业部划分至各个地区，因此2023年1-6月地区部销售人员数量明显增长。

报告期内发行人销售人员中地区部人员地域分布情况如下：

| 地区   | 2023年1-6月 | 2022年度 | 2021年度 | 2020年度 |
|------|-----------|--------|--------|--------|
| 华北地区 | 14.29%    | 13.33% | 19.72% | 22.03% |
| 华东地区 | 25.21%    | 22.67% | 12.68% | 11.86% |
| 华中地区 | 15.13%    | 16.00% | 12.68% | 15.25% |
| 华南地区 | 8.40%     | 6.67%  | 8.45%  | 6.78%  |

|      |                |                |                |                |
|------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 西南地区 | 13.45%         | 10.67%         | 12.68%         | 11.86%         |
| 西北地区 | 16.81%         | 21.33%         | 19.72%         | 20.34%         |
| 东北地区 | 6.72%          | 9.33%          | 14.08%         | 11.86%         |
| 合计   | <b>100.00%</b> | <b>100.00%</b> | <b>100.00%</b> | <b>100.00%</b> |

报告期内各地区部销售人员分布情况与各地区销售收入占比情况如下：

单位：%

| 项目   | 2023年1-6月     |               | 2022年度        |               | 2021年度        |               | 2020年度        |               |
|------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|      | 销售人员数量占比      | 收入占比          | 销售人员数量占比      | 收入占比          | 销售人员数量占比      | 收入占比          | 销售人员数量占比      | 收入占比          |
| 华北地区 | 14.29         | 24.51         | 13.33         | 18.61         | 19.72         | 18.73         | 22.03         | 15.09         |
| 华东地区 | 25.21         | 22.20         | 22.67         | 23.70         | 12.68         | 20.41         | 11.86         | 26.06         |
| 华中地区 | 15.13         | 6.72          | 16.00         | 12.10         | 12.68         | 7.79          | 15.25         | 10.14         |
| 华南地区 | 8.40          | 13.06         | 6.67          | 10.28         | 8.45          | 7.37          | 6.78          | 9.99          |
| 西南地区 | 13.45         | 11.11         | 10.67         | 11.31         | 12.68         | 17.96         | 11.86         | 13.49         |
| 西北地区 | 16.81         | 14.40         | 21.33         | 18.11         | 19.72         | 18.72         | 20.34         | 16.68         |
| 东北地区 | 6.72          | 8.00          | 9.33          | 5.88          | 14.08         | 9.02          | 11.86         | 8.56          |
| 合计   | <b>100.00</b> | <b>100.00</b> | <b>100.00</b> | <b>100.00</b> | <b>100.00</b> | <b>100.00</b> | <b>100.00</b> | <b>100.00</b> |

报告期内，各地区销售人员占比基本与收入占比情况相一致，华东地区 2020 年及 2021 年收入占比高于销售人员数量占比，主要系华东地区中有山东大学、复旦大学等较大的客户，收入占比相对较高，公司为进一步拓展华东地区业务、开拓地区市场，2022 年初起增加了该地区派驻的销售人员数量，华东地区 2022 年销售收入较 2021 年度上升 833.68 万元，增幅 31.36%，2023 年 1-6 月较上年同期上升 301.03 万元，增幅 22.20%。

由于发行人业务覆盖全国各地高校，为方便业务拓展、及时跟进客户诉求、为客户提供本地化咨询服务，发行人在各地区均派驻销售人员，因此需要配置较多销售人员和营销及服务人员，同时随着业务规模扩大及客户订单数增多，发行人相应增加营销及服务人员。

### 3、负责销售订单及销售客户的具体情况

报告期内销售人员和营销及服务人员、销售人员人均订单数量情况如下：

单位：人、个

| 项目                 | 2023年1-6月 | 2022年 | 2021年 | 2020年 |
|--------------------|-----------|-------|-------|-------|
| 合同数量               | 1248      | 2545  | 1930  | 1451  |
| 销售人员和营销及服务人员数量     | 232       | 220   | 175   | 135   |
| 销售人员和营销及服务人员人均合同数量 | 5.38      | 11.57 | 11.03 | 10.75 |
| 销售人员数量             | 130       | 124   | 97    | 83    |
| 销售人员人均合同数量         | 9.60      | 20.52 | 19.90 | 17.48 |

报告期内销售人员人均合同数量分别为 17.48 个、19.90 个、20.52 个和 9.60 个，人均合同数量逐年上升。

报告期内销售人员人均成交客户数量情况如下：

单位：人、个

| 项目             | 2023年1-6月 | 2022年度 | 2021年度 | 2020年度 |
|----------------|-----------|--------|--------|--------|
| 客户数量           | 765       | 1,166  | 943    | 751    |
| 销售人员和营销及服务人员数量 | 130       | 124    | 97     | 83     |
| 人均客户数量         | 5.88      | 9.40   | 9.72   | 9.05   |

报告期内销售人员和营销及服务人员人均覆盖客户数量分别为 5.56 个、5.39 个、5.30 个、3.30 个。发行人客户开拓及维持工作由销售人员负责，报告期内销售人员人均覆盖客户数量情况如下：

单位：人、个

| 项目        | 2023年1-6月 | 2022年度 | 2021年度 | 2020年度 |
|-----------|-----------|--------|--------|--------|
| 客户数量      | 765       | 1,166  | 943    | 751    |
| 销售人员数量    | 130       | 124    | 97     | 83     |
| 销售人员人均客户数 | 5.88      | 9.40   | 9.72   | 9.05   |



报告期内销售人员人均成交客户数量分别为 9.05 个、9.72 个、9.40 个、5.88 个，公司不断加大市场开拓力度，持续进行新客户拓展工作，2022 年销售人员人均成交客户数量略有下降，主要系 2022 年公司基于未来发展战略，储备较多销售人才所致，2023 年 1-6 月人均成交客户数量较低系因为发行人收入存在季节性，上半年确认收入客户数较少。

随着发行人业务规模不断扩大，发行人不断开拓新客户的同时需不断发掘、跟进老客户的深度需求及业务延伸需求，订单数量快速增长，相应地需要配置更多销售人员支持业务开展。

#### 4、销售人员是否存在从事技术工作的情形

发行人薪酬计入销售费用的人员包括销售人员和营销及服务人员。

项目组取得了发行人有关内部管理制度并进行了相应访谈，公司对于销售、营销及服务人员、技术人员等进行分部门管理，分别设置了不同的考核机制和绩效机制，并通过公司统一的 OA 系统管控打卡、日常报销等，彼此职责划分清晰，不存在销售人员与技术人员混同的情形。

报告期内，销售人员主要归口于销售中心管理，销售人员即负责一线销售工作的人员，主要工作包括发掘客户资源、维护客户关系、参与招投标、进行商务谈判和合同签署。具体为通过各类渠道发掘销售线索、及时跟进市场部转交的线索，发掘集成商、合作商及其他潜在合作伙伴资源，与客户沟通确认项目相关要求并完成合同签署，定期拜访客户维护客户关系、了解并反馈客户，跟踪项目款项的回收情况，协调售前方案讲解和售后客户服务。

报告期内，营销及服务人员主要归口于营销中心以及服务中心下设的服务组管理，为销售人员的业务开展提供支持，主要负责博达品牌运营，负责搜集、整理、获取市场机会和线索，负责公司各层级营销活动策划、组织、实施和管理，售前为客户提供讲解咨询，售后质保期内为客户提供产品使用指导、常见疑难问题解答、远程技术一对一指导、网站 Bug 修复、在线公开课培训等。

报告期内，技术人员主要归口于全媒体事业部和融媒体中心下设的交付中心、服务中心下设的驻场组以及 PMO 办公室管理，负责具体项目向客户交付、

上线实施相关工作，主要工作包括项目成本及风险评估、需求调研、项目方案策划、产品部署、页面设计、网站实施、二次开发、项目上线交付及验收。

综上，销售人员和营销及服务人员的业务活动均与销售工作相关，与技术人员之间的归口管理部门清晰，在发行人内部由 OA 系统进行统一管控，销售人员和营销及服务人员均不涉及项目实施技术工作，不存在销售人员和营销及服务人员从事技术工作的情形。

## 5、销售费用率与同行业可比公司的对比情况

报告期内，发行人及同行业可比公司销售费用率如下：

| 公司名称 | 2023年1月-6月    | 2022年度        | 2021年度        | 2020年度        |
|------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 新开普  | 41.44%        | 26.33%        | 24.69%        | 23.70%        |
| 开普云  | 24.21%        | 9.59%         | 8.75%         | 12.06%        |
| 国子软件 | 25.18%        | 20.82%        | 22.07%        | 30.04%        |
| 金智教育 | -             | 18.57%        | 18.84%        | 16.97%        |
| 致远互联 | 44.93%        | 39.16%        | 38.94%        | 43.09%        |
| 平均值  | <b>33.94%</b> | <b>22.89%</b> | <b>22.66%</b> | <b>25.17%</b> |
| 博达软件 | <b>73.19%</b> | <b>32.08%</b> | <b>31.73%</b> | <b>31.94%</b> |

(1) 新开普：报告期内发行人销售费用率略高于新开普，由于发行人客户地域分布较为分散，新开普业务主要集中在华东、华中地区，报告期内占比分别为 52.33%、53.87%、53.56%、53.18%，发行人需要在全国各地配置销售人员进行业务拓展。

(2) 开普云：报告期内发行人销售费用率高于开普云，主要由于客户分散程度差异导致，2020年至2022年度开普云前五大客户收入占比分别为 37.62%、35.39%、34.73%，发行人前五大客户收入占比分别为 11.20%、12.20%、10.31%，客户集中度较低，需要较多销售人员进行业务拓展。

(3) 国子软件：报告期内发行人销售费用率高于国子软件，主要由于国子软件业务高度集中在华东地区特别是山东省，报告期内占比分别为 58.77%、57.56%、47.90%、63.01%，销售人员可集中在华东地区进行业务拓展。

(4) 金智教育：报告期内发行人销售费用率高于金智教育，主要由客户及订单分散程度差异导致，发行人与金智教育订单及客户对比情况如下：

单位：万元、个

| 项目   | 2022 年度   |      |       | 2021 年度   |      |       | 2020 年度   |      |       |
|------|-----------|------|-------|-----------|------|-------|-----------|------|-------|
|      | 收入金额      | 合同数量 | 平均收入  | 收入金额      | 合同数量 | 平均收入  | 收入金额      | 合同数量 | 平均收入  |
| 金智教育 | 34,066.95 | 1729 | 19.70 | 38,225.57 | 1647 | 23.21 | 39,197.83 | 1411 | 27.78 |
| 博达软件 | 14,729.09 | 2545 | 5.79  | 13,018.75 | 1930 | 6.75  | 10,166.47 | 1451 | 7.01  |

单位：万元、个

| 项目   | 2022 年度   |      |       | 2021 年度   |      |       | 2020 年度   |      |       |
|------|-----------|------|-------|-----------|------|-------|-----------|------|-------|
|      | 收入金额      | 客户数量 | 平均收入  | 收入金额      | 客户数量 | 平均收入  | 收入金额      | 客户数量 | 平均收入  |
| 金智教育 | 34,066.95 | 689  | 49.44 | 38,225.57 | 743  | 51.45 | 39,197.83 | 677  | 57.90 |
| 博达软件 | 14,729.09 | 1166 | 12.63 | 13,018.75 | 943  | 13.81 | 10,166.47 | 751  | 13.54 |

注：金智教育未披露客户总数，表中数据为金智教育直销收入及直销客户数量。

发行人单个客户及订单金额显著低于金智教育，客户及订单较为分散，需要较多销售人员完成业务拓展。

(5) 致远互联：2020 年至 2022 年，致远互联销售费用率高于发行人，主要由于致远互联与发行人类似，产品标准化程度较高，单笔订单金额较小，客户较为分散。2023 年 1-6 月致远互联销售费用率低于发行人，主要由于发行人收入主要集中在四季度，上半年收入占比较低，2020 年至 2022 年发行人上半年收入占比分别为 15.03%、18.22%、21.01%，致远互联上半年收入占比分别为 32.97%、35.44%、40.99%。。

综上，报告期内销售费用与研发投入、技术投入等均保持同比例增长，发行人收入增长主要由技术产品及研发驱动，并非单纯销售驱动；2022 年与 2021 年相比销售人员增长率高于收入增长率，一方面由于宏观环境因素收入增长放缓，另一方面由于发行人为了突破公司服务半径壁垒，更好的贴近服务客户，在主要

城市设立多家办事处，相应配备销售人员，为提高服务质量，增强客户粘性，营销及服务人员也相应增加。

发行人销售费用率高于同行业可比公司主要由于发行人主要采用直销模式，客户及订单数量较多，以及发行人销售区域遍布全国，发行人不仅需要服务高校信息技术中心，还需要服务二级学院及其他职能部门，相关销售人员需要准确了解客户需求，需要详细了解客户需求后方可配备相应产品，属于产品型销售，因此需要配置较多销售人员和营销及服务人员，薪酬总额较大，具有商业逻辑合理性。发行人不存在销售人员、技术人员混同的情形。

## （二）是否存在销售人员、技术人员混同的情形

报告期内公司不存在销售人员、技术人员混同情形，一方面公司建立了较为清晰严密的管理制度，另一方面，发行人不存在通过销售人员从事可以单独拆分计量收入的技术服务工作，具体分析如下：

1、报告期内发行人建立了清晰的销售人员和技术人员管理制度，从制度和执行上保证了不存在销售人员、技术人员混同的情形

报告期内，发行人建立并有效执行项目实施人员管理相关的内控制度，通过人员招聘制度、薪酬管理制度等具体规则，能够根据工作岗位职责和实际开展的工作内容划分技术人员与其他人员。

发行人技术人员的工作岗位职责如下：

| 人员划分 | 具体分工   | 岗位职责及内容   | 岗位职责是否与销售人员的混同 |
|------|--------|---|----------------|
| 技术人员 | PMO 人员 | 项目管理办公室（Project Management Office）缩写简称：PMO，PMO 人员主要负责项目立项审核、项目计划复核、项目上线报备、验收文档审核等工作 | 否              |
|      | 交付经理   | 主要负责立项审核、项目经理确定及项目风险把控；合同审核及合同风险把控；项目验  |                |

|  |        |   |  |
|--|--------|---|--|
|  |        | 收标准确认及问题项目处理  |  |
|  | 项目经理   | 组织承担公司具体项目管理和协调工作，合理评估项目实施计划、调配实施开发资源，检查项目进度，改进方法提升效率，对项目进行全程管控直至交付验收 |  |
|  | 项目实施人员 | 执行具体的基于产品的网站数据迁移、模板建站、改版设计等实施任务                                       |  |
|  | 部署运维人员 | 负责受理产品部署需求、人员分派、追踪处理；确保产品按期交付   |  |
|  | 二次开发人员 | 负责项目中出现的功能开发等的后端开发工作；进行功能设计、代码设计编写、性能、安全等优化设计和实现                      |  |

如上表所示，发行人技术人员分为 PMO 人员、交付经理、项目经理、项目实施人员、部署运维人员以及二次开发人员，主要参与项目实施管理工作。在各项目实施阶段中，发行人通常需要一名项目经理，一名交付经理，一至多名项目实施人员，一至多名二次开发人员（若涉及开发任务）、一名部署运维人员（若涉及产品部署）参与全部项目立项至最终交付验收流程，工作岗位职责内容与销售人员不存在混同。同时，发行人相关技术人员实际参与项目实施阶段及相互配合的具体情况如下：

| 项目实施阶段 | 技术人员参与及相互配合情况   | 单个项目参与人员和频次   |
|--------|---|---|
| 项目立项   | 项目立项统一由 <b>一线销售人员</b> 发起，公司 <b>交付经理、PMO 人员</b> 进行评审。结合客户建设历史及需求背景，确定项目范围，项目成本评估，项目风险评估等；项目评审通过后确定 <b>项目经理</b> ， <b>项目经理</b> 可获取上述立项信息，对接客户启动项目。 | <b>一线销售人员</b> 提交立项流程，一个项目立项一次； <b>交付经理</b> 进行审核，一个项目审核一次； <b>PMO 人员</b> 一个项目审核一次，同时会把审核通过的立项信息进行归档。 |

|                |   |   |
|----------------|---|---|
| 需求调研           | <p>项目经理根据立项信息，与客户确认具体需求，包括确认客户部署技术环境、内容展示方式与效果、栏目架构、页面风格，定制设计要求等细节。</p>   | <p>项目经理联系客户进行需求沟通，沟通结束之后整理需求文档对接客户确认，整体沟通过程通常需要一到三次。</p>  |
| 项目策划           | <p>项目经理根据需求调研结果，规划项目整体进度计划，客户配合注意要点等，提交给公司交付经理审核，审核通过发给客户确认，客户确认后提交给 PMO 人员进行复核。</p>  | <p>交付经理进行项目策划方案评审确认，通常为一到两次；<br/>PMO 人员对客户对于项目策划的确认结果进行复核，通常为一次；大型复杂项目会组织项目启动会，由交付经理、项目经理、一线销售人员、PMO 等一起对项目策划进行确认，确认后对接客户组织外部启动会进行确认。</p> |
| 产品部署           | <p>项目经理确定项目中产品部署相关需求，及时提交部署申请，交付经理审核通过，部署运维人员反馈服务器等部署环境等技术要求，项目经理对接客户确认产品部署及实施相关资源和环境情况；确认后联系一线销售人员申请产品出货，部署运维人员进行产品部署，部署完成后项目经理进行确认。</p> | <p>项目经理对接部署运维人员和客户进行资源协调，涉及多次反复沟通，一线销售人员进行产品出货申请，通常为一次。</p>   |
| 页面设计、网站实施、二次开发 | <p>项目经理提交生产任务申请，分别由项目实施人员、二次开发人员（若涉及开发任务）承接并完成具体工作。</p>   | <p>项目经理进行生产任务申请提交和完成情况确认，通常根据工作量大小和交付时间要求确定所需的项目实施人员、二次开发人员的数量和频次。</p>  |
| 上线交付           | <p>工作量实施完成后，由项目经理对接客户沟通上线，确定上线时间，向 PMO 人员</p>   | <p>项目经理对接客户及项目相关人员进行上线沟通，通常为频</p>   |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    | 进行上线报备， <b>部署运维人员、项目实施人员、二次开发人员</b> 等项目相关人员在上线时间待命配合，应对可能存在的问题，直至成功上线。   | 繁沟通，反复进行。  |
| 验收 | <b>项目经理与交付经理</b> 确认项目是否达到验收标准，由 <b>项目经理</b> 提交验收申请， <b>PMO 人员</b> 对照合同约定的项目范围进行审核，无误后交由项目经理对接客户进行验收，并向 <b>PMO 人员</b> 交回验收报告。 | <b>项目经理</b> 对接 <b>交付经理</b> 确认验收标准，通常为一到两次； <b>PMO 人员</b> 进行验收报告审核，通常为一到两次。 |

如上表所示，技术人员与其他人员相互配合的项目实施工作中，技术人员的工作职责明确，亦不存在与其他人员的工作职责混同情况。同时，发行人规定了项目实施人员工时管理相关的制度，即在项目立项阶段基本确定参与该项目的人员名单，相关项目人员线下填报工时并对应项目信息，经员工所在部门负责人审核后提交给人力资源部，人力资源部每月汇总整理经审核后的每个实施、运维人员在各项目的工时记录，编制项目工时表并履行复核程序后递交财务部门，财务部根据人力资源部提供考勤表和审批后项目工时表进行核对，无异常后以人员项目工时作为分配标准进行项目成本分配，将与各项目相关员工的薪酬分摊至各个项目。

同时，报告期内，发行人销售人员和营销及服务人员的工作岗位职责如下：

| 人员划分 | 具体分工   | 岗位职责及内容  | 岗位职责是否与技术人员的混同 |
|------|--------|--|----------------|
| 销售人员 | 一线销售人员 | 主要工作包括发掘客户资源、维护客户关系、参与招投标、进行商务谈判和合同签署。具体为通过各类渠道发掘销售线索、及时跟进市场部转交的线索，发掘集成商、合作商及其他潜在合作伙伴资源，与客户沟通确认项目相关要求并 | 否              |

|  |         |        |   |
|--|---------|--------|---|
|  |         |        | 完成合同签署，定期拜访客户维护客户关系、了解并反馈客户，跟踪项目款项的回收情况，协调售前方案讲解和售后客户服务。  |
|  | 市场开发人员  | 市场营销人员 | 制定公司市场开发计划，提升品牌形象；维护公司媒体宣传通道；负责线上、线下营销活动的策划、执行、跟踪；维护公司宣传资源库；进行客户拉新、促活、留存、转化、传播等流程闭环管理。                          |
|  |         | 线索开发人员 | 负责市场信息调研收集、线索挖掘、线索输出及线索交付，完成客户回访，对产品定位、推广方案等进行市场验证。   |
|  | 营销及服务人员 | 售前支持人员 | (1) 根据不同产品线设立售前及方案支持团队，针对全媒体、融媒体、内容安全等产品线，向客户进行产品及服务演示、功能与特点讲解，解答客户疑问，进行个性化需求沟通、具体建设方案的优化和迭代，对公司新产品进行天使客户验证和推广。 |
|  |         |        | (2) 标书的制作、审核和封装。建立投标项目台账数据库，进行投标分析，为公司经营预测提供依据；制定并完善公司内部标书管理工作流程。   |
|  |         | 销售管理人员 | 面向一线销售人员进行业务支撑、流程管理工作。负责合同回款管理、销售流程优化、销售制度修订、绩效管理、销售活动策划及执行、销售会议安排、销售数据及文件的汇总与分析、组织销售人员培训等。                     |



|  |  |        |   |  |
|--|--|--------|---|--|
|  |  | 售后服务人员 | 处理客户服务问题。提供远程培训、远程技术指导、网站性能优化、网站故障修复、疑难问题处置等。 |  |
|--|--|--------|---|--|

如上表所示，发行人销售人员分为一线销售工作的人员和营销及服务人员。其中，发行人的一线销售工作的人员主要工作包括发掘客户资源、维护客户关系、参与招投标、进行商务谈判和合同签署；营销及服务人员主要负责博达品牌运营，负责搜集、整理、获取市场机会和线索，负责公司各层级营销活动策划、组织、实施和管理，售前为客户提供讲解咨询，售后质保期内为客户提供产品使用指导、常见疑难问题解答、远程技术一对一指导、网站 Bug 修复、在线公开课培训等。同时，发行人相关销售人员实际参与项目实施阶段及相互配合的具体情况详见本问题“（一）结合销售模式及销售人员区域分配情况、负责销售订单及销售客户的具体情况是否从事技术工作的情形…”相关回复。综上，发行人销售人员的工作岗位职责内容与技术人员的亦不存在混同。

综上，发行人销售人员的工作岗位职责内容与技术人员的亦不存在混同。

## 2、关于公司售后服务人员费用计入销售费用的会计处理准确性说明

根据《中华人民共和国产品质量法》第 40 条规定公司负有相应产品质量保证义务且允许交易双方约定质保期限，同时根据国家信息产业部和国家质检总局联合制定的《微型计算机商品修理更换退货责任规定》，有关软件的“三包”期限，预装软件是一年，随机销售（含赠送软件）为三个月。凡在硬件系统标准配置下不能正常工作，或不能支持产品使用说明明示支持的产品及系统以及不支持产品使用说明明示的软件功能都构成为软件的质量问题。综合以上法律法规和部门规章，结合公司商业惯例，公司与客户签订的合同中会约定 1-3 年的免费质保服务，该等质保期限具有法定性质。

公司软件及软件实施销售合同免费质保条款约定系根据有关产品质量保证的法规下做出的约定。根据合同协议规定，后续质保服务的具体内容包括：7\*24 小时技术支持服务、日常运维服务、安全服务、应急服务等。该等免费质保服务一般在客户发生安全维护、保障需求时才会要求公司提供相应服务内容，主要以线上操作为主如：各类常见问题疑难解答、电话技术支持、远程技术一对一指导、

产品使用指导、产品 bug 修改、安全补丁主动更新服务等。上述服务目的为向客户保证交付的软件产品按约定的功能、性能正常运行，且该免费质保服务与合同中承诺的产品具有高度关联性，因此，合同中约定的免费质保服务属于产品质量保证，不构成单项履约义务。

参考同行业软件类企业有关会计处理，如达梦数据（2022 年 12 月份科创板过会）第一轮问询回复：“公司在软件产品使用授权业务中提供的其他附加服务主要包括软件使用培训类服务、为解决软件故障或使用问题的技术支持服务和产品缺陷及运行适配性升级类服务，该等附加服务与公司提供的数据库软件产品本身具有高度关联性，主要目的是向客户保证所销售的商品符合既定标准或能被正常使用，并不构成提供符合既定标准的软件产品之外的单项服务，因此不构成单项履约义务。”又如金智教育（2023 年 7 月份创业板过会）第一轮问询回复：

“有关质保服务，合同约定免费质保服务是在规定的质保期内，就已交付的软件产品提供售后维保服务，目的为向客户保证交付的软件产品按约定的功能、性能正常运行，且该免费质保服务与合同中承诺的产品具有高度关联性，因此，合同中约定的免费质保服务属于产品质量保证，不构成单项履约义务。综上，发行人在软件开发业务合同中负责提供的软件开发、安装部署、现场实施、试运行以及质保服务等承诺共同构成一项整体履约义务。发行人在向客户完成交付后，向客户申请项目验收，验收通过后，以客户出具的验收文件作为收入确认依据。”

综上所述，公司在项目验收时不针对免费质保服务作为单独履约以为分拆确认收入具有合理性，符合行业惯例。根据北交所会计监管动态 2023 年第 1 期（总第 2 期），对于售后阶段所发生的维保服务，公司结合提供服务的年限和内容，合理判断属于法定质保，并不是额外提供的服务。同时公司额外提供的服务已经按照运维服务单独进行了收入确认计量。

结合上述有关销售人员与技术人员岗位职责分析，同时结合公司售后服务人员费用会计处理，发行人建立并有效执行项目实施人员和销售人员管理相关的制度，发行人销售人员及技术人员通过所属部门、岗位职责进行区别，销售人员及技术人员的职责分工明确，公司售后服务人员费用会计处理准确，与同行业公司不存在重大差异，不存在销售人员与技术人员混同的情形。

三、说明报告期销售人员来自中间商的情况，新增销售人员是否与客户存在关联关系或潜在利益关系，量化分析新增销售人员与销售增长的匹配关系，是否仍将通过新增销售人员实现销售增长的目的及可持续性

(一) 报告期销售人员来自中间商的情况

报告期销售人员和营销及服务人员来自非直销客户（也即中间商）的人数占共 13 人，占截至 2023 年 6 月 30 日销售人员和营销及服务人员总数的 5.83%，产生的相关业绩订单金额较小，仅 1 名销售人员与前任职单位有签单记录，该客户在该名销售人员入职前已与发行人合作多年，并非由该销售人员开拓，同时公司的相关非直销客户均为上市公司或者行业知名企业，公司与之不存在代垫费用或者利益输送关系。

经对比发行人报告期内销售人员和营销及服务人员进入发行人前任职单位与发行人非直销客户名单，销售人员中共 10 名前任职单位为发行人非直销客户，占截至 2023 年 6 月 30 日销售人员总数的 7.94%，其中 5 名已在报告期内离职，目前 5 名在职，占截至 2023 年 6 月 30 日销售人员总数的 3.97%，营销及服务人员中共 3 名前任职单位为发行人非直销客户，占截至 2023 年 6 月 30 日营销及服务人员总数的 3.09%，其中 2 名已在报告期内离职，目前 1 名在职，占截至 2023 年 6 月 30 日营销及服务人员总数的 1.03%，以上销售人员和营销及服务人员均系通过市场招聘入职发行人任职。相关销售人员和营销及服务人员前任职单位及入职时间、离职时间如下：

| 序号 | 人员类别 | 前任职单位        | 是否在职 | 入职时间       | 离职时间 |
|----|------|--------------|------|------------|------|
| 1  | 销售人员 | 西安康恩电子科技有限公司 | 是    | 2019/12/2  | —    |
| 2  | 销售人员 | 辽宁新资江软件有限公司  | 是    | 2020/12/21 | —    |
| 3  | 销售人员 | 精华教育科技股份有限公司 | 是    | 2021/2/22  | —    |
| 4  | 销售人员 | 精华教育科技股份有限公司 | 是    | 2022/3/22  | —    |

|    |         |                    |   |           |            |
|----|---------|--------------------|---|-----------|------------|
| 5  | 销售人员    | 联奕科技股份有限公司         | 是 | 2023/5/15 | —          |
| 6  | 销售人员    | 新开普电子股份有限公司        | 否 | 2023/5/15 | 2023/6/9   |
| 7  | 销售人员    | 江苏金智教育信息股份有限公司     | 否 | 2022/5/10 | 2022/10/31 |
| 8  | 销售人员    | 三盟科技股份有限公司         | 否 | 2021/3/1  | 2021/6/24  |
| 9  | 销售人员    | 北京世纪超星信息技术发展有限责任公司 | 否 | 2021/5/24 | 2021/7/5   |
| 10 | 销售人员    | 上海泛微网络科技股份有限公司     | 否 | 2020/4/13 | 2020/4/24  |
| 11 | 营销及服务人员 | 精华教育科技股份有限公司       | 是 | 2021/9/13 | —          |
| 12 | 营销及服务人员 | 上海泛微网络科技股份有限公司     | 否 | 2022/2/7  | 2022/3/9   |
| 13 | 营销及服务人员 | 北京智麟科技有限公司         | 否 | 2022/5/30 | 2022/6/10  |

报告期内发行人与上表中非直销客户交易情况如下：

单位：元

| 客户名称                       | 2023年1-6月  | 2022年      | 2021年      | 2020年      |
|----------------------------|------------|------------|------------|------------|
| 辽宁新资江软件有限公司                | —          | —          | 106,249.99 | 8,254.72   |
| 精华教育科技股份有限公司               | —          | 147,169.80 | 475,999.99 | 90,248.79  |
| 联奕科技股份有限公司                 | 191,976.95 | 15,094.34  | 188,999.99 | 174,119.21 |
| 西安康恩电子科技有限公司               | —          | 694,835.13 | —          | —          |
| 北京智麟科技有限公司                 | —          | 41,509.43  | —          | —          |
| 新开普电子股份有限公司<br>(300248.SZ) | 20,235.85  | 882,926.20 | —          | 657,398.35 |
| 江苏金智教育信息股份有限               | 53,419.81  | 611,571.92 | 583,413.31 | 263,495.58 |

|                               |           |   |            |   |
|-------------------------------|-----------|---|------------|---|
| 公司                            |           |   |            |   |
| 三盟科技股份有限公司                    | —         | — | 274,000.00 | — |
| 北京世纪超星信息技术发展<br>有限责任公司        | 61,320.75 | — | —          | — |
| 上海泛微网络科技股份有限<br>公司（603039.SH） | —         | — | 379,999.99 | — |

经查询公开资料、员工履历及合同台账，发行人来自非直销客户的 10 名销售人员及 3 名营销及服务人员未担任前任职单位董监高，仅 1 名销售人员与前任职单位精华教育科技股份有限公司有签单记录，合同金额 35.20 万元，该销售人员于 2021 年 2 月入职发行人，发行人与精华教育科技股份有限公司 2016 年开始合作，该非直销客户并非由该名销售人员开拓。保荐机构对其中精华教育科技股份有限公司、西安康恩电子科技有限公司、新开普电子股份有限公司（信达律师同时参与）、江苏金智教育信息股份有限公司和上海泛微网络科技股份有限公司，已进行走访了解合作背景及合作方式等，并核查包括合同、验收单、回款凭证等在内的单据，其他非直销客户报告期内发生交易金额较小，已核查包括合同、验收单、回款凭证等在内的单据，相关交易均为真实发生。

此外，非直销客户中新开普电子股份有限公司（300248.SZ）为创业板上市公司，上海泛微网络科技股份有限公司（603039.SH）为上交所主板上市公司，江苏金智教育信息股份有限公司申请创业板上市已经上市委审议通过，联奕科技股份有限公司为创业板上市公司华宇软件（300271.SZ）子公司，三盟科技股份有限公司、北京世纪超星信息技术发展有限责任公司、精华教育科技股份有限公司为行业内知名集成商，不存在为发行人承担成本费用的情形。

综上，报告期存在少数销售人员来自中间商的情形，相关人员均通过市场招聘进入发行人任职，不存在中间商代发行人承担成本、利益输送的情形。

## （二）新增销售人员是否与客户存在关联关系或潜在利益关系

### 1、新增销售人员与客户关联关系核查

经对比报告期内新增销售人员与发行人报告期内客户的董监高、股东或院校

等机构主要负责人是否存在重名情况，经核查，发行人报告期内新增销售人员 308 人，存在重名情况涉及销售人员 16 人，对于存在的重名情况，通过公开信息查询比对或取得重名销售或客户书面确认均不属于同一人。具体重名情况如下：

| 序号 | 销售人员姓名 | 重名情况                                     | 是否是其<br>签单客户 | 客户性质       | 是否属于同一人核查                       |
|----|--------|--|--------------|------------|---------------------------------|
| 01 | 李明     | 安徽省能源集团有限公司董事兼总经理                        | 否            | 国有独资企业     | 经比对网络公开照片，不属于同一人                |
|    |        | 安徽开源路桥有限责任公司董事长                          | 否            | 国有控股公司     | 经比对网络公开照片，不属于同一人                |
| 02 | 李岩     | 济南出版有限责任公司董事                             | 否            | 国有独资企业     | 通过销售人员确认不属于同一人，与客户不存在关联关系       |
| 03 | 张磊     | 杭州亿易网络科技有限公司控股股东、董事长兼总经理                 | 否            | 民营企业       | 通过销售人员和客户确认不属于同一人，与客户不存在关联关系    |
| 04 | 刘丽     | 陕西投资集团有限公司董事                             | 否            | 国有独资企业     | 经比对网络公开照片，不属于同一人                |
| 05 | 杨刚     | 西安经发物业股份有限公司董事                           | 否            | 国有控股公司     | 通过销售人员确认不属于同一人，与客户不存在关联关系       |
| 06 | 谢伟     | 成都米拓联创科技有限公司持股 10% 股东、监事                 | 否            | 民营企业       | 通过销售人员确认不属于同一人，与客户不存在关联关系       |
| 07 | 宋建华    | 中国工商银行股份有限公司高级业务总监                       | 否            | 国有控股上市金融企业 | 经比对网络公开照片，不属于同一人                |
| 08 | 李宏伟    | 金堆城钼业集团有限公司财务负责人<br>金钼股份（601958.SH）监事会主席 | 否            | 国有控股公司     | 对比金钼股份（601958.SH）披露的公开信息，不属于同一人 |
| 09 | 曹阳     | 益阳市连大信息技术有限公司持股 13% 股东、董事                | 否            | 民营企业       | 通过销售人员确认不属于同一人，与客户不存在关联关系       |
| 10 | 李鹏     | 中国水电建设集团十五工程局有限公司董事兼总经理                  | 否            | 国有控股       | 经比对网络公开照片，不属于同一人                |
| 11 | 刘鹏     | 大连奥远电子股份有限公司持股 0.45% 股东                  | 否            | 新三板挂牌公司    | 通过销售人员确认不属于同一人，与客户不存在关联关系       |

|    |     |                   |   |        |                           |
|----|-----|-------------------|---|--------|---------------------------|
|    |     | 西安沣东文化投资发展有限公司董事  | 否 | 国有控股公司 | 通过销售人员确认不属于同一人，与客户不存在关联关系 |
|    |     | 苏州亿阳值通科技发展有限公司监事  | 否 | 非上市公司  | 通过销售人员确认不属于同一人，与客户不存在关联关系 |
| 12 | 李磊  | 贵州通信建设工程有限公司财务负责人 | 否 | 国有控股公司 | 通过销售人员确认不属于同一人，与客户不存在关联关系 |
| 13 | 吕国荣 | 泉州医学高等专科学校校长      | 否 | 院校     | 经比对网络公开照片，不属于同一人          |
| 14 | 刘英  | 黑龙江外国语学院校长        | 否 | 院校     | 经比对网络公开照片，不属于同一人          |
| 15 | 张丽  | 南京中医药大学翰林学院院长     | 否 | 院校     | 经比对网络公开照片，不属于同一人          |
|    |     | 河北美术学院法定代表人       | 否 | 院校     | 经比对网络公开照片，不属于同一人          |

综上，发行人报告期内新增销售人员未在发行人客户处担任董监高、主要负责人或持有股权，与发行人客户不存在关联关系。

基于上述核查，发行人报告期内新增销售人员与报告期客户不存在关联关系或潜在利益关系。

### （三）量化分析新增销售人员与销售增长的匹配关系

报告期内销售人员数量及收入情况如下：

单位：元、人

| 项目         | 2023年1-6月     |         | 2022年度         |         | 2021年度         |         | 2020年度         |
|------------|---------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|
|            | 金额/数量         | 较上年同期增长 | 金额/数量          | 较上年同期增长 | 金额/数量          | 较上年同期增长 | 金额/数量          |
| 营业收入       | 36,582,169.18 | 18.23%  | 147,290,917.25 | 13.14%  | 130,187,514.61 | 28.06%  | 101,664,705.22 |
| 销售人员和营销及服务 | 232           | 13.73%  | 220            | 25.71%  | 175            | 29.63%  | 135            |

|        |     |        |     |        |    |        |    |
|--------|-----|--------|-----|--------|----|--------|----|
| 人员数量   |     |        |     |        |    |        |    |
| 销售人员数量 | 130 | 14.04% | 124 | 27.84% | 97 | 16.87% | 83 |

注：人数为月平均人数。

报告期内发行人销售人员和营销及服务人员数量持续增长,其中 2023 年 1-6 月销售人员和营销及服务人员增长比例略低于收入增长比例,2021 年、2022 年销售人员和营销及服务人员增长比率高于营业收入增长比率,2022 年销售人员数量增长速度明显高于收入增长速度,一方面由于 2022 年受宏观环境因素影响,销售收入增长速度较此前预期有所放缓,另一方面发行人为加强销售工作本地化新聘用较多销售人员,2022 年之前院系行业业务以线上联系线下推进为主,2022 年起发行人为落实“客户部门化、校园网格化”,基于平台的客户下沉及纵向挖掘策略,实现子站建设业务的本地化,同时加强与客户的接触,新增较多院系行业部门销售人员,行业部销售人员从 2021 年的 26 人增长到 49 人,其中院系行业部由 10 人增长至 34 人,新进入销售人员尚需一定时间学习公司产品知识,熟悉公司营销及管理模式、大型项目客户决策流程和行业竞争情况、提升商务谈判技能等,签署合同数量和金额较小。

报告期内,人均销售收入贡献情况如下:

单位:元、人

| 项目             | 2023 年 1-6 月  | 2022 年度        | 2021 年度        | 2020 年度        |
|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| 营业收入           | 36,582,169.18 | 147,290,917.25 | 130,187,514.61 | 101,664,705.22 |
| 销售人员和营销及服务人员数量 | 232           | 220            | 175            | 135            |
| 人均销售收入         | 157,681.76    | 669,504.17     | 743,928.65     | 753,071.89     |
| 销售人员数量         | 130           | 124            | 97             | 83             |
| 人均销售收入         | 281,401.30    | 1,187,829.98   | 1,342,139.33   | 1,224,875.97   |

注：人员数量为各月平均人数

报告期内销售人员和营销及服务人员人均销售收入贡献金额分别为 75.31 万元、74.39 万元、66.95 万元及 15.77 万元,销售人员人均销售收入贡献金额分别



为 122.49 万元、134.21 万元、118.78 万元及 28.14 万元，由于发行人收入主要集中在四季度，上半年销售收入较低，2023 年 1-6 月人均销售收入较低。2021 年度及 2022 年度销售人员和营销及服务人员人均销售收入逐年降低，主要由于发行人为加强业务的本地化，更好地触达客户，以及为客户提供高质量的售前售后服务，新聘任较多销售人员和营销及服务人员。

发行人商务谈判及合同签署工作由销售人员负责，2021 年销售人员人均销售收入较 2020 年略有上升，2022 年人均销售收入较前两年下降，主要系 2022 年宏观环境因素影响导致收入增长速度不及预期，以及发行人为实现院系业务本地化，加强客户触达新聘用较多销售人员，新进入销售人员尚需一定时间学习公司产品知识，熟悉公司营销及管理模式、大型项目客户决策流程和行业竞争情况、提升商务谈判技能等，签署合同数量和金额较小，由此导致人均销售收入有所下降。

发行人新进入销售人员试用期约定为 6 个月，试用期内进行相关技能培训、熟悉业务模式，报告期各期入职 6 个月及以内和入职 6 个月以上的销售人员数量如下：

单位：元、人

| 入职时长       | 2023 年 1-6 月 |                | 2022 年度    |                | 2021 年度   |                | 2020 年度   |                |
|------------|--------------|----------------|------------|----------------|-----------|----------------|-----------|----------------|
|            | 人数           | 占比             | 人数         | 占比             | 人数        | 占比             | 人数        | 占比             |
| 入职 6 个月及以内 | 12           | 9.23%          | 34         | 27.42%         | 22        | 22.68%         | 11        | 13.25%         |
| 入职 6 个月以上  | 118          | 90.77%         | 90         | 72.58%         | 75        | 77.32%         | 72        | 86.75%         |
| <b>合计</b>  | <b>130</b>   | <b>100.00%</b> | <b>124</b> | <b>100.00%</b> | <b>97</b> | <b>100.00%</b> | <b>83</b> | <b>100.00%</b> |

注：销售人员数量为各月平均人数

发行人基于发展战略进行销售人员人才储备，2021 年及 2022 年招聘较多销售人员，特别是 2022 年新进入销售人员比例较高。

报告期各期入职 6 个月及以内的销售人员创造的销售收入及入职 6 个月以上的销售人员创造的销售收入如下：

单位：元、人

| 项目                   | 2023年1-6月     | 2022年度         | 2021年度         | 2020年度         |
|----------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| 营业收入                 | 36,582,169.18 | 147,290,917.25 | 130,187,514.61 | 101,664,705.22 |
| 入职6个月以上销售人员人数        | 118           | 90             | 75             | 71             |
| 入职6个月及以内销售人员人数       | 12            | 34             | 22             | 11             |
| 入职6个月以上的销售人员实现的销售收入  | 35,073,408.55 | 136,875,026.33 | 125,301,378.22 | 99,417,709.42  |
| 入职6个月以上的销售人员人均销售收入   | 297,232.28    | 1,520,833.63   | 1,670,685.04   | 1,400,249.43   |
| 入职6个月及以内的销售人员实现的销售收入 | 1,508,760.63  | 10,415,890.92  | 4,886,136.39   | 2,246,995.80   |
| 入职6个月及以内的销售人员人均销售收入  | 125,730.05    | 306,349.73     | 222,097.11     | 204,272.35     |

注：销售人员数量为各月平均人数

报告期各期入职6个月以内的销售人员人均创造收入分别为20.43万元、22.21万元、30.63万元及12.57万元，入职6个月以上的销售人员人均创造收入分别为140.02万元、167.07万元、152.08万元及29.72万元，入职6个月以上的销售人员人均创造收入显著高于入职6个月及以内的销售人员，2022年由于新进入销售人员较多以及宏观环境因素影响，销售人员人均销售收入略有下降。

报告期内发行人营销及服务人员变动情况如下：

单位：元、人

| 人员类别 | 2023年1-6月 | 2022年度 | 2021年度 | 2020年度 |
|------|-----------|--------|--------|--------|
|------|-----------|--------|--------|--------|

|           |        |            |           |           |           |
|-----------|--------|------------|-----------|-----------|-----------|
| 市场开发人员    | 市场营销人员 | 18         | 17        | 14        | 8         |
|           | 线索开发人员 | 7          | 8         | 7         | 8         |
| 售前支持人员    |        | 43         | 38        | 27        | 11        |
| 销售管理人员    |        | 10         | 9         | 9         | 10        |
| 售后服务人员    |        | 24         | 24        | 21        | 15        |
| <b>合计</b> |        | <b>102</b> | <b>96</b> | <b>78</b> | <b>52</b> |

报告期各期，发行人营销及服务人员数量分别为 52 人、78 人、96 人及 102 人，2021 年及 2022 年较上年人数增长较为明显，主要系发行人基于未来发展战略，为进一步开拓市场、为客户提供更优质的售前服务招聘市场营销人员及售前支持人员，为提升售后服务水平招聘售后服务人员。

#### （四）发行人主要通过技术产品和研发驱动实现销售增长的目的并具有可持续性

发行人属于技术产品及研发驱动公司，发行人收入增长主要依靠在高校网站群领域技术的先进性以及产品服务的可靠性，新增销售人员主要为更好的触达和服务客户，发行人不是单纯通过新增销售人员来实现销售的增长，未来实现销售增长仍将依靠产品的创新性及服务的可靠性，增长可持续。

技术产品及研发驱动，主要指由技术推动业务发展，直接面向市场竞争。公司发展并不单独依赖于销售人员，并不存在“订单随人走”的情形，报告期内发行人客户流失数量极小。公司的发展依赖于研发费用的长期持续投入、技术人员的专业化实施服务、销售人员的本地化触达服务来实现业绩连续增长。

结合以上定义及报告期内发行人研发、技术、销售人员分析如下：

报告期内，发行人员工结构如下：

单位：人

| 人员类别 | 2023 年 1-6 月 |        | 2022 年 |        | 2021 年 |        | 2020 年 |        |
|------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|      | 人数           | 比例     | 人数     | 比例     | 人数     | 比例     | 人数     | 比例     |
| 销售人员 | 232          | 42.18% | 220    | 42.23% | 175    | 41.47% | 135    | 40.06% |
| 管理人员 | 49           | 8.91%  | 44     | 8.45%  | 40     | 9.48%  | 32     | 9.50%  |

|           |            |                |            |                |            |                |            |                |
|-----------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|
| 研发人员      | 128        | 23.27%         | 129        | 24.76%         | 102        | 24.17%         | 86         | 25.52%         |
| 生产人员      | 141        | 25.64%         | 128        | 24.57%         | 105        | 24.88%         | 84         | 24.93%         |
| <b>合计</b> | <b>550</b> | <b>100.00%</b> | <b>521</b> | <b>100.00%</b> | <b>422</b> | <b>100.00%</b> | <b>337</b> | <b>100.00%</b> |

注：员工人数为各月平均人数。

报告期内发行人员工结构保持稳定，随着公司业务规模的扩大，为支持公司业务开展，各类别员工数量相应增加。

### 1、研发投入与产品性能是根本驱动

发行人始终围绕大型组织互联网数字内容与信息服务行业属性与业务特点进行技术积累和研发。以自主研发的高性能内核 Webber Core 为起点，发行人结合新一代信息技术不断迭代构建了包括数字内容综合管理技术、动态应用开发技术在内的八大类核心技术门类以及数十项细分场景支撑技术，核心技术已应用于主要产品及服务。

报告期内发行人聚焦业务核心、专注细分市场、探索前沿技术，持续稳定加大研发投入，各期研发费用分别为 1,528.15 万元、2,028.70 万元、2,414.16 万元、1236.98 万元。发行人与同行业可比公司研发活动相关情况如下：

| 公司名称 | 知识产权情况   | 研发人员情况 |       | 研发费用率（%） |         |         |
|------|--|--------|-------|----------|---------|---------|
|      |  | 数量（人）  | 占比（%） | 2022 年度  | 2021 年度 | 2020 年度 |
| 金智教育 | 截至 2022 年 12 月 31 日，累计获得发明专利 10 项，软件著作权 287 项。                     | 320    | 27.44 | 20.40    | 22.15   | 20.92   |
| 新开普  | 2021 年内取得了专利证书 23 个，著作权证书 69 个。                                    | 1,363  | 47.24 | 10.61    | 11.13   | 10.22   |
| 国子软件 | 截至 2022 年 12 月 31 日，已获得发明专利 1 项、外观设计专利 1 项、软件著作权 169 项、软件产品证书 6 件。 | 204    | 27.87 | 10.92    | 10.41   | 12.64   |

|      |  |     |       |       |       |       |
|------|--|-----|-------|-------|-------|-------|
| 开普云  | 截至 2023 年 6 月末，拥有发明专利共 25 件，计算机软件著作权 402 个。          | 266 | 26.44 | 13.18 | 14.63 | 18.09 |
| 致远互联 | 截至 2023 年 6 月末，公司共获得专利批准 29 项，获得认证的软件著作权 207 项。      | 659 | 22.34 | 19.85 | 17.56 | 15.67 |
| 博达软件 | 截至 2023 年 10 月末，公司及控股子公司拥有发明专利共 13 项，计算机软件著作权 226 项。 | 125 | 23.76 | 16.39 | 15.58 | 15.03 |

注 1：新开普未公开披露截至 2022 年末知识产权情况；

注 2：因发行人收入存在明显季节性，上半年收入占比较低，研发费用率对比 2020 年至 2022 年年度数据；

注 3：金智教育研发人员及研发费用采用 2022 年末/度数据，新开普及国子软件研发人员及占比采用 2022 年末数据，除上述外，其他研发人员及研发费用数据均已更新至 2023 年 6 月。

发行人研发费用率与同行业可比公司水平基本保持一致，不存在重大差异。发行人建立了一支专业技术过硬、研发经验丰富、行业认识深刻的研发团队，研发人员占比与除新开普外其他同行业可比公司相比不存在重大差异，新开普（300248.SZ）为创业板上市公司，主营业务为智慧校园综合解决方案，因此配备较多研发人员。发行人不断打造具有完全自主知识产权的核心产品，截至 2023 年 10 月末已形成发明专利共 13 项、计算机软件著作权 226 项，专利及软件著作权情况与同行业可比公司水平相比不存在重大差异。

面向未来，公司将融合研究成果及新一代信息技术对现有全媒体和融媒体平台进行整体架构升级、智能化处理能力改造、行业应用能力提升，持续进行研发投入。

随着高校对系统平台升级、新增应用功能开发、安全性能提升等方面的需求

增加，结合其预算审批情况，一般每 3-5 年进行一次产品版本的迭代优化。伴随信创产业发展在教育行业深入推进，以及公司产品持续迭代升级，庞大客户群体产生的持续、刚性复购建设需求，同样为公司持续稳定业绩增长奠定坚实基础。

## 2、技术人员负责保障业务落地

发行人技术人员工作包括项目成本及风险评估、需求调研、项目方案策划、产品部署、页面设计、网站实施、二次开发、项目上线交付及验收。报告期内发行人成本及技术人员数量如下：

单位：万元、人、个

| 项目     | 2023 年 1 月-6 月 |          | 2022 年度   |          | 2021 年度   |          | 2020 年度   |
|--------|----------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
|        | 金额/数量          | 增长比例 (%) | 金额/数量     | 增长比例 (%) | 金额/数量     | 增长比例 (%) | 金额/数量     |
| 营业收入   | 3,658.22       | 18.23    | 14,729.09 | 13.14    | 13,018.75 | 28.06    | 10,166.47 |
| 营业成本   | 1,058.75       | 25.36    | 3,824.70  | 11.47    | 3,431.26  | 35.10    | 2,539.87  |
| 技术人员   | 141            | 19.49    | 128       | 21.90    | 105       | 25.00    | 84        |
| 项目数量   | 1218           | —        | 2542      | 31.71    | 1930      | 33.29    | 1448      |
| 人均项目数量 | 8.64           | —        | 19.86     | —        | 18.38     | —        | 17.24     |

注 1：人数为各月平均人数；

注 2：2023 年 1-6 月增长比例为相对于上年同期增长比例。

发行人技术人员的相关工作保障了产品的顺利上线运行以及日常安全、稳定运行，报告期内随着业务规模的扩大和项目数量的增长，为保障向客户提供高质量的实施及技术服务，技术人员数量相应增长。

## 3、销售人员本地化触达服务收集客户需求

发行人销售人员核心工作内容及触达手段，主要通过详细了解客户需求并提供深度解决方案后实现销售，并不是通过纯粹售卖通用产品进行销售。

报告期内发行人销售人员数量变动及与营业收入增长配比情况详见本题之“三、量化分析新增销售人员与销售增长的匹配关系”之回复，销售人员数量与客户、订单数的关系详见本题之“二（一）”之“3、负责销售订单及销售客户

的具体情况”之回复。发行人销售人员数量增加系随着业务规模扩大、客户及订单数增加，为了更好地触达和服务客户，相应配备更多销售人员和营销及服务人员，主要系服务客户可持续增长所致，公司并非销售驱动型公司。

此外，通过长期聚焦并持续深入开拓，发行人全媒体网站群管理平台已与客户日常业务流程、机构设置、人员能力、决策机制等业务深度融合，具备较高的客户粘性和转换成本，客户大量网站及新媒体在发行人平台上运行维护，存在长期、稳定、刚性的建设需求与多样化的服务内容，发行人客户向发行人采购产品服务系出于对产品可靠性及服务质量的认可，而不是依赖特定销售人员。报告期各期末，发行人教育类客户流失数量如下所示：

单位：家，%

| 客户分类     | 2023年1-6月    |               | 2022         |               | 2021         |               | 2020年      |               |
|----------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|------------|---------------|
|          | 数量           | 占比            | 数量           | 占比            | 数量           | 占比            | 数量         | 占比            |
| 流失客户数量   | 1            | 0.07          | 5            | 0.38          | 5            | 0.45          | 4          | 0.44          |
| 持续服务客户数量 | 1,348        | 99.93         | 1,305        | 99.62         | 1,098        | 99.55         | 898        | 99.56         |
| 合计       | <b>1,349</b> | <b>100.00</b> | <b>1,310</b> | <b>100.00</b> | <b>1,103</b> | <b>100.00</b> | <b>902</b> | <b>100.00</b> |

注：流失客户指之前使用公司产品，后同类产品改为其他厂商或不使用同类产品的教育类客户；持续服务客户指报告期内采购公司产品或服务且持续使用的客户，以及报告期外采购公司产品或服务，并在报告期内持续使用的客户。

由上表可知，报告期各期，发行人流失教育类客户数量分别为4家、5家、5家及1家，占比分别为0.44%、0.45%、0.38%及0.07%，客户粘性较强，不会随着销售人员的流动而流失。

综上，发行人实现销售增长主要依靠其在高校网站群领域技术的先进性、产品的可靠性、全天候的服务和即时响应能力以及多年来积累的客户声誉和品牌影响力。发行人销售人员和营销及服务人员主要职责是快速了解并及时响应客户需求、传达产品价值理念、确保本地化服务触达，发行人未来实现销售增长仍将依靠安全可靠的产品质量及快速响应的服务体验，销售增长可持续。

#### 四、信达律师的核查过程和核查意见

##### 信达律师的核查过程：

##### （一）关于报告期各期末确认收入合同的具体会计处理和金额占比

1、向发行人财务负责人了解公司收入确认的流程及具体会计处理情况，获取收入确认相关的管理制度；获取发行人报告期以及 2017 年至 2019 年各期收入明细表，分析上述各期末确认收入相关合同的收入总金额及其占比，并判断是否存在跨期确认收入的情形。

##### （二）关于销售费用增长及销售费用率与同行业可比公司对比情况、销售人员与技术人员是否混同

1、针对发行人销售费用增长及销售费用率高于同行业可比公司，执行以下核查程序：

（1）访谈发行人销售主管，了解发行人销售模式；

（2）查阅员工花名册及收入大表，获得员工区域分布及收入区域分布情况；

（3）对比销售人员数量增长与客户数量增长、收入增长情况；

（4）查阅同行业可比公司招股说明书或定期报告等其他公开披露信息，获取可比公司销售费用率、客户及订单分布情况并与发行人进行对比。

2、关于销售人员真实性，执行以下核查程序：

（1）获得公司报告期内员工花名册，确定公司销售人员名单；

（2）获取公司报告期内打卡系统导出的员工考勤情况，查看全部销售人员和营销及服务人员是否有打卡记录；

（3）获取报告期内合同台账，查看全部销售人员是否有订单签订记录；

（4）检查全部销售人员和营销及服务人员劳动合同；

3、关于销售人员和技术人员是否存在混同，执行以下核查程序：

（1）获取报告期内员工花名册、工资表，了解销售人员及技术人员的部门



构成以及成本费用划分情况；

(2) 查阅关于售后服务相关的法律法规，查阅发行人合同中关于免费质保的相关规定，判断是否构成单项履约义务，了解同行业上市公司关于同类业务的会计处理；

(3) 访谈发行人相关管理人员，了解销售人员及技术人员划分标准以及相关的工作岗位职责，分析是否存在技术开发人员与销售混同的情形；

(4) 抽查报告期内项目实施技术人工时记录表，分析其工时记录表的工作内容是否与岗位职责内容相矛盾。

**(三) 关于销售人员来自中间商情况、是否与客户存在关联关系或潜在利益关系、新增销售人员与销售增长的匹配关系，是否仍将通过新增销售人员实现销售增长的目的及可持续性**

1、关于销售人员来自中间商的情况，执行以下核查程序：

(1) 获取报告期内销售人员和营销及服务人员名单及其上一家任职单位，与发行人非直销客户名单进行比对；

(2) 对上家任职单位与非直销客户相同的销售人员和营销及服务人员，获取其签单情况，查看是否与前任职单位有签单；

(3) 通过走访客户了解与相关非直销客户的合作背景，检查交易相关合同、收入单据、回款凭证；

(4) 访谈相关员工，了解进入发行人任职原因、在上家单位任职情况、与前任职单位往来情况等。

2、新增销售人员是否与客户存在关联关系或潜在利益关系

(1) 获取发行人报告期内新增销售人员名单和报告期客户汇总表，通过“企查查”、“天眼查”等第三方工具核查发行人报告期内企业客户董监高、股东情况及院校、医院或机关单位主要负责人情况；

(2) 将报告期内新增销售人员名单与企业客户董监高、自然人股东及院校、

医院或机关单位主要负责人名单进行比对，确认是否存在重名情况，对于情况，通过网络公开查询或销售人员与客户书面确认的方式，核查是否为同一人；

3、关于新增销售人员与销售增长的匹配关系，是否仍将通过新增销售人员实现销售增长的目的及可持续性，执行以下核查程序：

- (1) 访谈了解公司业务增长模式；
- (2) 分析销售人员增长情况与销售增长情况；
- (3) 获取销售人员绩效考核资料，了解新增销售人员业绩完成情况。

**经核查，信达律师认为：**

#### **(一) 关于报告期各期末确认收入合同的具体会计处理和金额占比**

报告期以及 2017 年至 2019 年各期，发行人项目在达到交付验收时，按照与收入确认相关的管理制度，收入会计实时在 OA 系统审核验收资料的合规性后，及时在财务系统核算项目收入，并依据企业会计准则相关规定，以签署合同日期和验收报告中所载明的日期孰晚作为收入确认时点，收入确认时点准确，上述各期末确认收入相关合同的收入总金额及其占比合理，不存在跨期确认收入情况。

#### **(二) 关于销售费用增长及销售费用率与同行业可比公司对比情况、销售人员与技术人员是否混同**

1、经核查，销售费用大幅增长主要由于发行人基于未来发展战略，储备更多销售人员，薪酬总额上升，销售费用率高于同行业可比公司主要由于发行人主要采用直销模式，客户及订单数量较多，以及发行人销售区域遍布全国，需要配置较多销售人员和营销及服务人员，薪酬总额较大，具有合理性；

2、经核查，公司销售人员均真实从事一线销售谈判活动、营销推广活动及售后服务相关工作，不存在利用销售人员薪酬等进行资金体外循环的情形；

3、经核查，销售人员与技术人员不存在混同的情形。

**(三) 关于销售人员来自中间商情况、是否与客户存在关联关系或潜在利益关系、新增销售人员与销售增长的匹配关系，是否仍将通过新增销售人员实**

## 现销售增长的目的及可持续性

1、报告期存在少数销售人员来自中间商的情形，相关人员均系由于个人职业发展考虑进入发行人任职，不存在中间商代发行人承担成本、利益输送的情形；

2、发行人报告期新增销售人员与客户不存在关联关系或潜在利益关系；

3、报告期内发行人销售人员和营销及服务人员数量持续增长，其中 2023 年 1-6 月销售人员和营销及服务人员增长比例略低于收入增长比例，2021 年、2022 年销售人员和营销及服务人员增长比率高于营业收入增长比率，2022 年销售人员数量增长速度明显高于收入增长速度，主要原因系基于未来发展战略及销售布局需要，发行人招募销售人员作为支持后续业务拓展的人才储备，新增销售人员与销售增长匹配；

4、发行人销售增长主要依靠在高校网站群领域技术的先进性以及产品服务的可靠性，新增销售人员主要为更好的触达和服务客户，发行人不是通过新增销售人员来实现销售的增长，未来实现销售增长仍将依靠产品可靠性及服务质量，增长可持续。

（以下无正文）

（此页无正文，系《广东信达律师事务所<关于落实上市委员会审议会议意见的函>的回复》之签署页）

广东信达律师事务所



负责人： 魏天慧  
魏天慧

经办律师： 尹公辉  
尹公辉

杨易成  
杨易成

钱程  
钱程

2024年 1 月 11 日