

北京市君合律师事务所

关于

智选数字技术（广州）股份有限公司申请股票在
全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的

补充法律意见书（一）



君合律师事务所

二零二二年六月

目 录

正文	3
《挂牌申请反馈意见》问题 2：关于公司业务及行业分类.....	3
《挂牌申请反馈意见》问题 3：关于专利与技术.....	21
《挂牌申请反馈意见》问题 4：关于信息收集、使用、存储、管理的合规性.....	32
《挂牌申请反馈意见》问题 5：关于特殊投资条款.....	41
《挂牌申请反馈意见》问题 6：关于历史沿革.....	56
《挂牌申请反馈意见》问题 7：关于股权激励.....	75
《挂牌申请反馈意见》问题 13：关于信息披露.....	83

北京市君合律师事务所
关于智选数字技术（广州）股份有限公司
申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的
补充法律意见书（一）

智选数字技术（广州）股份有限公司：

本所接受智选数字技术（广州）股份有限公司的委托，作为其本次挂牌的专项法律顾问，就本次挂牌事宜，于 2022 年 5 月 6 日出具了《北京市君合律师事务所关于智选数字技术（广州）股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）。

鉴于全国股份转让系统公司挂牌审查部于 2022 年 5 月 25 日向公司下发了《关于智选数字技术（广州）股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见》（以下简称“《挂牌申请反馈意见》”），本所就《挂牌申请反馈意见》中要求本所律师核查的事项所涉的法律问题进行了回复，出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书系根据《公司法》《证券法》《管理办法》《业务规则》等在本补充法律意见书出具日以前中国正式公布并实施的法律、法规及规范性文件而出具，并不对境外法律发表法律意见。

本补充法律意见书仅就与本次挂牌有关的法律问题发表意见，并不对会计、审计、资产评估、投资决策等事宜发表意见。在本补充法律意见书中对有关审计报告、验资报告、资产评估报告等专业报告中某些数据和结论的引述，并不意味着本所对这些数据、结论的真实性和准确性作出任何明示或默示保证。本所并不具备核查并评价该等数据的适当资格。

为出具本补充法律意见书，本所律师审查了公司提供的有关文件及其复印件，公司向本所保证：公司已提供了出具本补充法律意见书所必须的、真实、准确、完整的原始书面材料、副本材料、复印件或口头证言，不存在任何遗漏或隐瞒；其所提供的副本材料或复印件与正本材料或原件完全一致，各文件的原件的效力在其有效期内均未被有关政府部门撤销，且于本补充法律意见书出具之日均由其各自的合法持有人持有；其所提供的文件及文件上的签名和印章均是真实的；其所提供的文件及所述事实均为真实、准确和完整。对于出具本补充法律意见书至关重要而又无法得到独立的证据支持的事实，本所依赖有关政府部门或者其他有

关机构出具的证明文件以及公司向本所出具的确认出具本补充法律意见书。

本所及本所律师依据本补充法律意见书出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了充分、必要的核查验证，保证本补充法律意见书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

本补充法律意见书仅供公司本次挂牌之目的使用，不得用作任何其它目的。本所律师同意公司将本补充法律意见书作为其申请本次挂牌的申请材料的组成部分，并对本补充法律意见书承担责任。

本补充法律意见是对《法律意见书》的补充，并构成《法律意见书》不可分割的一部分。除有特别说明外，本所在《法律意见书》中发表法律意见的前提、声明、简称、释义和假设同样适用于本补充法律意见。对于本补充法律意见所说明的事项，以本补充法律意见的说明为准。

本所同意公司在本次挂牌的《公开转让说明书》中自行引用或按照全国股份转让系统公司审查要求引用本补充法律意见书的部分或全部内容，但该等引用不应采取任何可能导致对本所意见的理解出现偏差的方式进行。

本所律师根据《管理办法》《业务规则》的相关规定及中国律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对公司提供的文件及有关事实进行了审查和验证，现出具本补充法律意见书。

正文

《挂牌申请反馈意见》问题 2：关于公司业务及行业分类

请公司：（1）补充披露线下营销业务的主要品牌、开展区域、覆盖的实体门店数量；公司开展线上营销的主要平台；公司吸引消费者线上线下消费的具体措施；（2）结合公司数字营销的业务场景和营销活动实施流程，营销内容的投放方式、投放渠道，说明公司是否通过自有的 APP、小程序、网站等互联网平台工具投放营销信息，是否涉及（互联网）信息服务业务、在线数据处理与交易业务等增值电信业务，是否提供互联网文化产品及其服务，是否需要并已经取得增值电信业务经营许可证等资质，APP 是否符合《移动互联网应用程序信息服务管理规定》；（3）说明公司营销业务涉及的商品或服务类型，是否涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品或服务；（4）补充说明公司购买平台广告位、广告服务情况以及广告投放的具体情况；结合营销业务涉及的商品类型、营销信息或广告内容，说明相关广告是否需要并已经办理广告发布审查、备案手续，是否存在因虚假宣传或者发布违法违规信息受到行政处罚的情形；（5）补充说明公司是否存在向消费者发放可直接兑换各类电子优惠券的“积分”、“代币”、“虚拟货币”等标准化数字产品，如存在，补充说明前述数字产品能否与法定货币兑换、能否在消费者间横向流通以及公司针对前述数字产品采取的管控方式，是否存在洗钱等非法金融活动的风险；（6）结合公司业务实质、行业主管机关、适用的监管规定等说明公司行业分类未认定为互联网相关行业的理由，认定为租赁和商务服务业是否准确；（7）说明公司申请挂牌是否需要取得主管机关的同意及依据。

请主办券商、律师核查上述事项，发表明确意见，并说明公司是否取得开展业务所需全部资质、是否存在超范围经营的情形，以及公司营销信息发布的合规性。

一、补充披露线下营销业务的主要品牌、开展区域、覆盖的实体门店数量；公司开展线上营销的主要平台；公司吸引消费者线上线下消费的具体措施

根据《公开转让说明书》、公司提供的资料及其书面确认，并经本所律师核查，公司线下营销业务的主要品牌、开展区域、覆盖的实体门店数量，公司开展

线上营销的主要平台及公司吸引消费者线上线下消费的具体措施如下：

1、线下营销业务的主要品牌、开展区域、覆盖的实体门店数量

公司主要通过到店数字化营销活动、到家数字化营销和消费者数字营销三大业务场景为品牌客户提供数字营销活动，促进品牌产品在线下实体店、O2O 平台和品牌商城等的销售增长。

到店数字化营销活动是指促进在线下实体门店的消费者通过扫码领券、支付有礼等方式领取优惠券并在线下实体门店购买商品的模式，实现品牌客户在线下门店渠道的动销率提升。

在这一模式下，目前公司已与全国 800 多家零售商、30 余万家实体零售门店打通了电子优惠券核销数据的回传通道，能够准确地采集到品牌客户产品在不同省市线下门店的促销执行情况，帮助品牌客户更好地策划和执行促销活动，并依据消费行为数据优化营销活动。

到店数字化营销活动合作的主要品牌客户包括雀巢、康师傅、联合利华、玛氏集团、蒙牛等。

2、公司开展线上营销的主要平台

公司开展线上营销的主要平台包括到店数字化营销活动合作的平台支付宝及微信支付两大支付商平台以及到家数字化营销活动合作的京东到家、饿了么、淘鲜达、美团、多点等 O2O 平台。

3、公司吸引消费者线上线下消费的具体措施

顺应消费场景的升级变化，公司根据品牌客户的不同需求与预期目标，对 DSM Cloud 平台系统中的多种营销工具进行差异化组合，达到促进消费的效果，具体措施如下：

（1）到店数字化营销

公司为品牌客户策划以电子优惠券、一物一码、H5 小票等多形式的促销活动，主要通过第三方支付平台（支付宝、微信支付）、扫码领券等，吸引消费者到线下实体门店参与品牌客户的促销及营销活动，从而增加品牌产品在零售门

店的销量。

(2) 到家数字化营销

顺应“线上下单，送货到家”的新消费趋势，公司为品牌客户提供从策略制定、电子优惠券配置、全平台投放到全域数据归集以及数据分析洞察的整体运营服务，主要通过 O2O 平台（美团、饿了么、京东到家、淘鲜达、多点）配置投放品牌客户商品的电子优惠券，吸引消费者通过登录前述平台领取优惠券并下单核销，从而提高平台用户的活跃度，促进线上消费。

(3) 消费者数字营销

帮助品牌客户搭建微信公众号和小程序等，为品牌客户的会员提供会员权益、电子礼品、H5 小票等营销活动的策划与执行，促使品牌客户的会员更为活跃地购买或复购品牌商品。

二、结合公司数字营销的业务场景和营销活动实施流程，营销内容的投放方式、投放渠道，说明公司是否通过自有的 APP、小程序、网站等互联网平台工具投放营销信息，是否涉及（互联网）信息服务业务、在线数据处理与交易业务等增值电信业务，是否提供互联网文化产品及其服务，是否需要并已经取得增值电信业务经营许可证等资质，APP 是否符合《移动互联网应用程序信息服务管理规定》

（一）公司数字营销的业务场景和营销活动实施流程，营销内容的投放方式、投放渠道

根据公司提供的资料及其书面确认，针对不同营销业务场景，公司营销活动实施流程、营销内容的投放方式及投放渠道如下：

业务场景	营销活动实施流程	营销内容	
		投放方式	投放渠道
到店数字化营销	为品牌客户策划门店的数字化促销活动-升级运维及组件-发放优惠券、落地执行营销方案，促进消费者参与品牌营销活动-活动数据复盘	电子优惠券、一物一码、H5 小票活动等	微信、支付宝等支付平台、现场扫码
到家数字化营销	为品牌客户策划 O2O 平台的营销策略并输出活动方案-落地执行营销方案，配置电子优惠券-活动数据复盘	电子优惠券等	O2O 平台

业务场景	营销活动实施流程	营销内容	
		投放方式	投放渠道
消费者数字化运营	为品牌客户搭建微信公众号、品牌小程序（会员销售平台）等-在上述渠道中叠加电子优惠券、H5 小票等会员权益活动-实现品牌私域用户的活跃	电子优惠券、一物一码、H5 小票活动等	品牌小程序、品牌公众号
数字化门店运营	品牌客户门店信息采集-品牌客户门店数据清理-对门店数据进行可视化展示与建模分析-为品牌客户制定分销策略、渠道资源分配、选址优化等，提供数字营销解决方案	-	-
数据分析和决策支持	确定品牌客户需求-利用 DSM Cloud 平台系统当中的分析云系统进行新零售渠道监测和数据分析-出具数据分析报告	-	-

（二）公司不存在通过自有的 APP、小程序、网站等互联网平台工具投放营销信息，公司未从事（互联网）信息服务业务、在线数据处理与交易业务等增值电信业务，未提供互联网文化产品及其服务，无需取得增值电信业务经营许可证等资质，公司 APP 不存在违反《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的情形

根据《公开转让说明书》、公司提供的资料及其书面确认，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，公司数字营销服务主要通过新零售 O2O 第三方平台（如美团、饿了么等 APP）和微信、支付宝等支付平台以及品牌客户的小程序、公众号等渠道展开；公司自有的 APP 和小程序仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，公司网站用于向公众介绍公司基本信息、公司提供的产品及服务概况等内容，公司不存在通过自有的 APP、小程序、网站等互联网平台工具投放营销信息的情形。

公司未从事（互联网）信息服务业务、在线数据处理与交易业务等增值电信业务，未提供互联网文化产品及其服务，无需取得增值电信业务经营许可证等资质，公司 APP 不存在违反《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的情形，具体分析如下：

序号	相关事项	法律规定	公司实际从事业务情况	分析与结论
1	公司是否涉及(互联网)信息服务业务、在线数据处理与交易业务等增值电信业务、是否需要取得互联网信息服务增值电信业务经营许可证	<p>《中华人民共和国电信条例》《互联网信息服务管理办法》规定，国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；电信业务分为基础电信业务和增值电信业务。电信业务分类的具体划分在本条例所附的《电信业务分类目录》中列出。国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动。</p> <p>《电信业务分类目录（2015年版）》规定：</p> <p>B21 在线数据处理与交易处理业务：指利用各种与公用通信网或互联网相连的数据与交易/事务处理应用平台，通过公用通信网或互联网为用户提供在线数据处理和交易/事务处理的业务。在线数据处理与交易处理业务包括交易处理业务、电子数据交换业务和网络/电子设备数据处理业务；</p> <p>B25 信息服务业务：指通过信息采集、开发、处理和信息平台的建设，通过公用通信网或互联网向用户提供信息服务的业务。信息服务的类型按照信息组织、传递等技术服务方式，主要包括信息发布平台和递送服务、信息搜索查询服务、信息社区平台服务、信息即时交互服务、信息保护和处理服务等。</p>	公司是一家新零售 O2O 模式下的数字营销解决方案及相关营销技术服务的提供商及服务商，公司主要为品牌客户提供基于互联网的 digital marketing 解决方案及相关营销技术服务，公司服务的对象为线下的品牌方（如联合利华、伊利等）。	<p>如左侧所述，截至本补充法律意见书出具之日：</p> <p>1、公司提供主要产品或服务的对象为品牌客户而非上网用户，公司仅向线上消费者开展无偿发放电子优惠券等营销活动，公司未向上网用户收取任何费用。因此，公司的主营业务活动不属于通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动，公司业务活动中不包括经营性（互联网）信息服务业务，无需取得互联网信息服务增值电信业务经营许可证。</p> <p>2、公司的实际业务并未通过自有 APP、小程序、网站等互联网平台从事在线数据处理与交易处理业务（包括交易处理业务、电子数据交换业务和网络/电子设备数据处理业务）以及向用户提供信息服务的业务（包括信息发布平台和递送服务、信息搜索查询服务、信息社区平台服务、信息即时交互服务、信息保护和处理服务等），公司亦未向从事《电信业务分类目录（2015年版）》规定的其他增值电信业务。</p>
2	是否提供互联网文化产品及其服务、是否需要取得《网	<p>《互联网文化管理暂行规定》规定：</p> <p>互联网文化产品是指通过互联网生产、传播和流通的文化产品，主要包括：</p> <p>（一）专门为互联网而生产的网络音乐娱乐、网络游戏、</p>	公司的业务系为品牌企业提供数字营销方案设计、制作、技术支持等一系列综合营销服务，其客户均为具有线下零售需	如左侧所述，截至本补充法律意见书出具之日，公司实际开展业务所提供的主要产品或服务为数字营销解决方案及相关营销技术服务，不属于《互联网文化管理暂行规定》中规定的互联网文化产品及其服务，公司实际开展业务过程中不存

	<p>络文化经营许可证》或需要办理非经营性互联网文化单位备案</p>	<p>网络演出剧（节）目、网络表演、网络艺术品、网络动漫等互联网文化产品；</p> <p>（二）将音乐娱乐、游戏、演出剧（节）目、表演、艺术品、动漫等文化产品以一定的技术手段制作、复制到互联网上传播的互联网文化产品。</p> <p>互联网文化活动是指提供互联网文化产品及其服务的活动，主要包括：</p> <p>（一）互联网文化产品的制作、复制、进口、发行、播放等活动；</p> <p>（二）将文化产品登载在互联网上，或者通过互联网、移动通信网等信息网络发送到计算机、固定电话机、移动电话机、电视机、游戏机等用户端以及网吧等互联网上网服务营业场所，供用户浏览、欣赏、使用或者下载的在线传播行为；</p> <p>（三）互联网文化产品的展览、比赛等活动。</p> <p>互联网文化活动分为经营性和非经营性两类。省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门对申请从事经营性互联网文化活动的单位进行审批，对从事非经营性互联网文化活动的单位进行备案。</p>	<p>求及品牌推广需求的大型消费品企业，实际业务中不涉及向上网用户有偿或无偿提供互联网文化产品及其服务的情形。</p>	<p>在有偿或无偿向上网用户提供互联网文化产品及其服务的情形，公司无需取得《网络文化经营许可证》或办理非经营性互联网文化单位备案。</p>
3	<p>公司自有的APP是否符合《移动互联网应用程序信息服务管理规定》</p>	<p>《移动互联网应用程序信息服务管理规定》规定，移动互联网应用程序，是指通过预装、下载等方式获取并运行在移动智能终端上、向用户提供信息服务的应用软件。移动互联网应用程序提供者应当严格落实信息安全管理责任，依法履行以下义务：</p> <p>（一）按照“后台实名、前台自愿”的原则，对注册用户</p>	<p>公司自有APP仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体。</p>	<p>截至本补充法律意见书出具之日，公司APP仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，移动智能终端的个人用户无法再通过互联网应用商店等平台下载、获取与使用公司APP，公司APP不属于《移动互联网应用程序信息服务管理规定》所规定的移动互联网应用程序，因此公司</p>

	定》	<p>进行基于手机号码等真实身份信息认证。</p> <p>（二）建立健全用户信息安全保护机制，收集、使用用户个人信息应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集使用信息的目的、方式和范围，并经用户同意。</p> <p>（三）建立健全信息内容审核管理机制，对发布违法违规信息内容的，视情采取警示、限制功能、暂停更新、关闭账号等处置措施，保存记录并向有关主管部门报告。</p> <p>（四）依法保障用户在安装或使用过程中的知情权和选择权，未向用户明示并经用户同意，不得开启收集地理位置、读取通讯录、使用摄像头、启用录音等功能，不得开启与服务无关的功能，不得捆绑安装无关应用程序。</p> <p>（五）尊重和保护知识产权，不得制作、发布侵犯他人知识产权的应用程序。</p> <p>（六）记录用户日志信息，并保存六十日”。</p>		<p>APP 不存在违反《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的情形。</p>
--	----	---	--	---

综上所述，截至本补充法律意见书出具之日，公司实际从事的业务不存在通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动的情形，也不属于《电信业务分类目录（2015 年版）》规定的增值电信业务范围，公司业务不涉及（互联网）信息服务业务、在线数据处理与交易业务等增值电信业务，公司无需申请取得增值电信业务经营许可证；公司实际业务中所提供的主要产品或服务不属于《互联网文化管理暂行规定》中规定的互联网文化产品及其服务，公司实际开展业务过程中不存在有偿或无偿向上网用户提供互联网文化产品及其服务的情形，公司无需申请取得《网络文化经营许可证》或办理非经营性互联网文化单位备案；公司未实际运营 APP，公司 APP 仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，因此公司 APP 不存在违反《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的情形。

三、说明公司营销业务涉及的商品或服务类型不涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品或服务

根据《公开转让说明书》、公司提供的资料及其书面确认，并经本所律师核查，公司的品牌客户主要是食品饮料、个护美妆和母婴等行业的知名大型消费品企业，报告期内公司的营销业务不涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品销售或服务的商业广告；2021年公司新增客户有葛兰素史克日用保健品（中国）有限公司（以下简称“葛兰素史克”）、晖致医药有限公司（以下简称“晖致医药”）；报告期内，公司为 BEIERSDORF CEE HOLDING GMBH（以下简称“拜尔斯道夫”）的境内全资子公司妮维雅（上海）有限公司提供妮维雅、美涛等护肤品牌的营销服务。根据公司提供的资料及其书面确认，并经本所律师核查，公司为2021年新增客户及拜尔斯道夫提供营销服务的具体内容如下：

客户名称	服务内容	服务内容细分
葛兰素史克	公司为葛兰素史克提供营销服务的商品为牙膏，根据《化妆品监督管理条例》第七十七条的规定，牙膏参照普通化妆品的规定进行管理，公司不为葛兰素史克提供保健品等特殊商品的营销服务。	到家数字化营销
晖致医药	公司为晖致提供患者教育、疾病预防相关的医学知识科普与教育活动，不涉及对晖致医药商品的宣传。	到家数字化营销
拜尔斯道夫	公司为拜尔斯道夫提供妮维雅、美涛等护肤品牌的到家业务、到店业务服务项目；服务内容包括提供渠道分销拓展建议、制定并执行营销方案等新零售营销服务。公司不为拜尔斯道夫提供任何包括但不限于药品等特殊商品的营销服务。	到家数字化营销和到店数字化营销

综上所述，报告期内公司营销业务不涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品销售或服务的商业广告。

四、补充说明公司购买平台广告位、广告服务情况以及广告投放的具体情况；结合营销业务涉及的商品类型、营销信息或广告内容，说明相关广告是否需要并已经办理广告发布审查、备案手续，是否存在因虚假宣传或者发布违法违规信息受到行政处罚的情形

（一）补充说明公司购买平台广告位、广告服务情况以及广告投放的具体情况

根据公司提供资料及其书面确认，公司采购的产品主要是第三方平台的应用服务、平台广告位、广告服务等，用于提供数字营销服务的配置资源；为公司提供平台广告位、广告服务的供应商主要有拉扎斯网络科技（上海）有限公司（饿了么）、北京三快在线科技有限公司（美团）、上海京东到家元信信息技术有限公司、杭州淘鲜达网络科技有限公司等；公司向前述主要供应商购买广告位、广告服务及广告投放的具体内容如下：

供应商	采购的主要商品/服务类型	广告服务内容	广告投放内容
拉扎斯网络科技（上海）有限公司	信息发布位	在本协议有效期内，为推广、宣传公司自有或公司代理客户的品牌、产品或服务，饿了么（拉扎斯网络科技（上海）有限公司）基于其自有的软件系统为公司进行营销活动提供技术、数据服务，公司使用饿了么技术服务在饿了么平台举办营销活动，对饿了么而言，公司为营销活动的发布和推广主体。	在平台O2O广告栏为26个快消品牌发布促销档期的产品促销广告，如为联合利华力士洗护发布618购物节每满XX元减XX元的促销广告。
北京三快在线科技有限公司	广告投放和优惠券、红包费用	协议有效期内，双方将不定期以美团闪购网络交易服务平台为媒介面向用户推出关于公司的推广活动。推广活动包括：在美团经营的APP应用中专门推介公司页面，包括但不限于品牌介绍、品牌相关产品专属促销活动、供给优化活动规划及技术支持、活动文字及图片展示等功能。	在平台O2O广告栏为20个快消品牌发布促销档期的产品促销广告，如为伊利特仑苏发布开学季每满XX元减XX元的促销广告。
杭州淘鲜达网络科技有限公司	营销活动发布	（1）公司通过品牌营销后台自行配置包括红包、优惠券、满减等在内的优惠活动并对外发布。公司通过品牌营销后台进行优惠活动的模式包含两种，一是消费者直接在线上通过领取优惠券等方式直接参与优惠活动；二是消费者通过线下扫码等方式到线上参与优惠活动。 （2）杭州淘鲜达网络科技有限公司为公司使用品牌营销后台提供技术、数据服务，包括优惠活动规则发布、电子优惠券领取、优惠商品核销数据统计和回流、电子优惠券核销、账务核对等。	在平台O2O广告栏为30个快消品牌发布促销档期的产品促销广告，如为益海嘉里金龙鱼发布春节每满XX元减XX元的促销广告。
上海京东到家元信信息技术有限公司	推广方案制定、平台广告投放	平台营销推广合作：公司（作为甲方）委托上海京东到家元信信息技术有限公司（作为乙方）在京东到家平台及/或京东平台为其或甲方客户提供营销推广服务，即乙方根据京东到家平台及/或京东	在平台O2O广告栏为16个快消品牌发布促销档期的产品促销广告，如为汉高施华蔻洗护发布

供应商	采购的主要商品/服务类型	广告服务内容	广告投放内容
		<p>平台资源及甲方营销推广需求向甲方提供营销推广活动方案（以下简称“营销方案”），甲乙双方协商一致后，乙方通过技术手段或凭借其品牌服务平台能力实现营销方案在京东到家平台的落地实施，如营销方案涉及京东到家平台功能迭代的，乙方还应当负责相关功能的优化及迭代。</p> <p>京东到家线下推广合作：即甲方委托乙方为甲方寻找推广员，由推广员于超市、商场等场所向不特定对象推广甲方或甲方客户旗下商品或品牌。</p> <p>第三方平台广告投放合作：即甲方委托乙方在乙方合作媒体平台发布广告内容。</p> <p>品类共建合作：即甲乙双方根据各自的技术或经验优势，就甲方旗下商品品类共建深度合作，以向京东到家平台赋能并提升甲方或甲方客户旗下商品输出。</p> <p>直播合作：即甲方通过“京东到家”小程序或其他具有直播功能的终端通过直播活动推广由京东到家平台入驻商户售卖的甲方或甲方客户旗下商品。</p>	<p>女神节每满XX元减XX元的促销广告。</p>

注：截至本补充法律意见书出具之日，上述发布广告内容均不涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品销售或服务的商业广告。

（二）结合营销业务涉及的商品类型、营销信息或广告内容，说明相关广告是否需要并已经办理广告发布审查、备案手续，是否存在因虚假宣传或者发布违法违规信息受到行政处罚的情形

1、公司无需办理广告发布审查、备案手续

根据《中华人民共和国广告法》（以下简称“《广告法》”）第二条，《广告法》所称广告主，是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织；《广告法》所称广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织。根据公司提供的资料及其书面确认，并经本所律师核查，公司主要为食品饮料、个护美妆和母婴等行业的品牌客户提供基于互联网的营销解决方案及相关营销技术服务，属于

接受委托提供广告设计、制作、代理服务的法人组织，公司属于广告经营者。

根据《广告法》第四十六条，发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下称广告审查机关）对广告内容进行审查；未经审查，不得发布；第四十七条规定，广告主申请广告审查，应当依照法律、行政法规向广告审查机关提交有关证明文件。根据《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第十二条，药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品注册证明文件或者备案凭证持有人及其授权同意的生产、经营企业为广告申请人。

根据上述规定，公司无需办理广告发布审查、备案手续，具体分析如下：

（1）如前所述，报告期内公司营销业务不涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品销售或服务的商业广告，公司无需向广告审查机关申请广告内容审查；

（2）公司系广告经营者，不属于《广告法》规定的广告主，也不属于药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品注册证明文件或者备案凭证持有人及该等商品的生产、经营企业，公司无需向广告审查机关申请广告内容审查。

2、是否存在因虚假宣传或者发布违法违规信息受到行政处罚的情形

根据公司的书面确认、信用广东平台于 2022 年 3 月 1 日出具的公司和广州智曹的《企业信用报告（无违法违规证明版）》、北京市朝阳区市场监督管理局于 2022 年 1 月 18 日出具的“京朝市监信字【2022】101 号”《企业信息查询结果》、上海市长宁区市场监督管理局于 2022 年 1 月 6 日出具的“05000020221000015”《合规证明》、武汉东湖新技术开发区工商行政管理局于 2022 年 1 月 26 日出具的《情况说明》并经本所律师通过全国股份转让系统公司、信用中国网、中国市场监督管理行政处罚文书网的公开信息查询，报告期内公司及其控股子公司不存在因虚假宣传或者发布违法违规信息受到行政处罚的情形。

综上所述，报告期内公司营销业务不涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品销售或服务的商业广告，且公司系广告经营

者，不属于《广告法》规定的广告主，也不属于药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品注册证明文件或者备案凭证持有人及该等商品的生产、经营企业，公司无需向广告审查机关申请广告内容审查；报告期内公司及其控股子公司不存在因虚假宣传或者发布违法违规信息受到行政处罚的情形。

五、补充说明公司是否存在向消费者发放可直接兑换各类电子优惠券的“积分”、“代币”、“虚拟货币”等标准化数字产品，如存在，补充说明前述数字产品能否与法定货币兑换、能否在消费者间横向流通以及公司针对前述数字产品采取的管控方式，是否存在洗钱等非法金融活动的风险

根据公司的书面确认并经本所律师核查，报告期内公司不存在向消费者发放可直接兑换各类电子优惠券的“积分”、“代币”、“虚拟货币”等标准化数字产品。

六、公司行业分类未认定为互联网相关行业的理由合理，租赁和商务服务业认定准确

根据公司的书面确认，公司的主营业务为数字营销业务，反映了我国经济新常态和产业结构转型升级涌现出来的新产业、新业态、新商业模式。公司所提供的数字营销服务通常被认为是营销服务一个高级的发展阶段，即数字营销服务以现代信息网络为主要载体，以信息通信技术融合应用、全要素数字化转型为推动力，让传统的数字营销服务依托新兴技术来展开，以数据驱动提升智能决策能力、提升企业整体运行效率和产业链上下游协同效率。

（一）公司的业务实质

公司的业务模式是为品牌客户提供数字营销方案策划和执行等一系列综合营销服务，公司仅向互联网线上消费者开展无偿发放电子优惠券等营销活动，未向互联网用户收取任何费用，公司收入主要来自于具有线下零售需求及品牌推广需求的大型消费品企业。公司客户订单的获取来源于与品牌客户进行直接洽谈，通过线下签订框架协议和合同订单展开数字营销服务的合作；基于 O2O 新零售的大背景下，在数字营销服务业务的开展过程中，公司利用移动互联网通信技术手段将营销服务产品化、数字化，为品牌客户提供多场景的营销解决方案，为品牌客户实现最优的营销服务效果。在此过程中，公司并未通过自有网站、APP 等互联网平台开展营销服务，亦未面向终端的互联网用户有偿或无偿提供具有公

开性、共享性信息或互联网产品及其服务，无需取得增值电信业务经营许可证等资质。

公司的业务实质是通过线下与品牌客户洽谈获取订单的方式为品牌方客户提供整体营销服务项目的策划和执行等一系列解决方案，公司 DSM Cloud 系统是公司服务品牌客户的工具。

（二）公司的行业主管机关及相关政策

公司系利用数字化信息和网络媒体的交互性来辅助品牌企业实现营销目标的解决方案提供商，公司依托大数据技术的运营管理能力以及全流程的服务能力，可将单一、分散的服务环节进行一体化整合，输出定制化的数字营销解决方案，以满足客户多场景的管理及优化需求，符合数字营销管理服务一体化的特征。公司因其提供营销服务的行业属性，其主要行业监管部门为市场监督管理部门，包括国家市场监督管理总局及各级分局，其具有维护行业的市场秩序、检查行业的服务质量、促进行业健康发展、保护消费者合法权益等职能。根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，以服务制造业高质量发展为导向，推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸。聚焦提高产业创新力，加快发展研发设计、工业设计、商务咨询、检验检测认证等服务。推动现代服务业与先进制造业、现代农业深度融合，深化业务关联、链条延伸、技术渗透，支持智能制造系统解决方案、流程再造等新型专业化服务机构发展。因此，公司系在 O2O 新零售业态下的专业营销服务机构，其在行业认定上符合租赁与商务服务业行业，属于政策鼓励类产业。

根据国家统计局和国家统计局办公室发布的《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》、《2017 国民经济行业分类注释》，结合《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，关于“L72 商业服务业”和“I64 互联网和相关服务”和相关二级分类定义和注释如下：

一级分类	二级分类	定义	注释
L72 商业服务业	L7299 其他未列明商务服务业	指上述未列明的商务、代理等活动,包括商业保理	包括下列其他未列明商业服务业活动： 商业保理公司服务：有追索权保理服务，无追索权保理服务，其他保理服务； 个人商务服务：个人形象设计服务、个人活动安排

一级分类	二级分类	定义	注释
		活动	服务、其他个人商务服务； 各种项目的策划服务与公关服务； 信息自动查询机服务； 未列明手续费的收取（如提供场地或其他服务而收取手续费）； 公司礼仪服务：开业典礼、庆典及其他重大活动的礼仪服务； 电话呼叫服务； 接待服务； 其他未包括商务服务。
I64 互联网和相关服务	I6490 其他互联网服务	指除基础电信运营商服务、互联网接入及相关服务、互联网信息服务以外的其他未列明互联网服务	包括下列其他互联网服务： 物联网服务：工业、农业、智能交通、医疗、环保、物流、安防、电网、水务、供热、供气、监控、公共安全等物联网应用服务，其他物联网服务； 互联网资源协作服务； 基于 IPv6 技术提供的网络平台服务； 其他未列明互联网服务。 不包括： 电子商务（如网络销售、网络银行支付、网络证券交易、网络保险、网络拍卖、网络咨询、网络教学、网络医疗等），列入相应的行业中； 互联网国际出口、网络通信、线路、服务器、注册等管理，列入 6410（互联网接入及相关服务）； 互联网上广播电视传输、接入服务，列入 6321（有线广播电视传输服务）； 数据库开发，列入 651（软件开发）相关类别中； 提供上网服务（网吧），列入 9013（网吧活动）。

公司主要通过为品牌客户提供以数字营销服务项目的策划和执行的一系列解决方案，实现盈利，属于基于 O2O 新零售业态下为传统消费品企业策划、执行营销服务的解决方案提供商，公司 DSM Cloud 系统是公司服务品牌客户的工具。根据上表中的行业分类标准，公司业务模式属于“L7299 其他未列明商务服务业”中“各种项目的策划服务与公关服务”。

综合上述，结合公司自身业务实质、行业主管机关、行业分类所遵循的法规及依据将公司所属行业认定商务服务业具有合理性。

七、说明公司申请挂牌无需取得主管机关的同意及依据

根据《公开转让说明书》及公司的书面确认，公司的主要行业主管机关为中

中华人民共和国商务部、中华人民共和国工业和信息化部、国家工商行政管理总局、中华人民共和国国家互联网信息办公室，主管机关的主要监管职能和内容具体如下：

序号	主管机关	监管职能/内容
1	中华人民共和国商务部	中华人民共和国商务部下设消费促进司、电子商务司等，负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，提出促进商贸中小企业发展的政策建议，推动流通标准化和连锁经营、商业特许经营、物流配送、电子商务等现代流通方式的发展。
2	中华人民共和国工业和信息化部	中华人民共和国工业和信息化部下设信息化推进司，主要指导推进信息化工作，协调信息化建设中的重大问题，协助推进重大信息化工程；指导协调电子政务和电子商务发展，协调推动跨行业、跨部门的互联互通；推动重要信息资源的开发利用、共享；促进电信、广播电视和计算机网络融合等。
3	国家工商行政管理总局	国家工商行政管理总局主要负责监督管理市场秩序，依法监督管理市场交易、网络商品交易及有关服务的行为，组织指导查处价格收费违法违规、不正当竞争、违法直销、传销、侵犯商标专利知识产权和制售假冒伪劣行为，指导广告业发展，监督管理广告活动等。
4	中华人民共和国国家互联网信息办公室	中华人民共和国国家互联网信息办公室主要职责包括落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理，依法查处违法违规网站等。

根据《中华人民共和国行政许可法》，“行政许可是指行政机关根据公民、法人或者其他组织的申请，经依法审查，准予其从事特定活动的行为；法律可以设定行政许可，尚未制定法律的，行政法规可以设定行政许可；必要时，国务院可以采用发布决定的方式设定行政许可”。经本所律师检索法律、行政法规及国务院做出的决定等相关规定，截至本补充法律意见书出具之日，上述主管机关及相关法律、行政法规、国务院决定未就公司本次挂牌设置行政许可。

经本所律师检索公司同行业可比公司元隆雅图、创科股份申请上市或挂牌的公告文件，相关公告文件亦未披露该等公司申请公司股票上市或挂牌时需主管机关的批准。

综上所述，截至本补充法律意见书出具之日，公司申请挂牌无需取得上述主管机关的同意。

八、公司已经取得开展业务所需全部资质、不存在超范围经营的情形，公司营销信息发布不存在违法违规的情形

1、公司已经取得开展业务所需全部资质、不存在超范围经营的情形

根据广州市天河区行政审批局于 2022 年 2 月 16 日核发的公司《营业执照》（统一社会信用代码：914401063313785262），公司经营范围为“商品零售贸易（许可审批类商品除外）；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；信息技术咨询服务；市场营销策划服务；策划创意服务；商品信息咨询服务；科技信息咨询服务；广告业；软件批发；软件开发；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；软件服务；货物进出口（专营专控商品除外）；佣金代理；互联网商品销售（许可审批类商品除外）”。根据《公开转让说明书》及公司的书面确认，并经本所律师核查，公司的主营业务为新零售 O2O 数字营销解决方案及相关营销技术服务，品牌客户主要是食品饮料、个护美妆和母婴等行业的知名大型消费品企业；公司开展过程中不涉及经营性互联网信息服务业务、在线数据处理与交易业务等增值电信业务，公司不提供互联网文化产品及服务，无需取得增值电信业务经营许可证、网络文化经营许可证等资质。因此，公司开展数字营销业务无需取得特定行业资质。

综上所述，公司提供 O2O 模式下的数字营销解决方案及相关营销技术服务，系在经市场主体登记机关登记的经营范围内开展业务活动，公司不存在超范围经营的情形。

2、公司营销信息发布不存在违法违规的情形

根据公司提供的资料及其书面确认，公司在为品牌客户提供品牌营销服务的过程中主要通过 O2O 平台（如饿了么、京东到家等）、支付平台和品牌小程序、公众号等渠道为品牌方客户发布营销信息，品牌客户主要是食品饮料、个护美妆和母婴等行业的知名大型消费品企业，不涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品销售或服务的商业广告，且公司非广告主，无需向广告审查机关申请广告内容审查；报告期内公司及其控股子公司不存在因虚假宣传或者发布违法违规信息受到行政处罚的情形。

根据公司的书面确认、信用广东平台于 2022 年 3 月 1 日出具的公司和广州

智曹的《企业信用报告（无违法违规证明版）》、北京市朝阳区市场监督管理局于2022年1月18日出具的“京朝市监信字【2022】101号”《企业信息查询结果》、上海市长宁区市场监督管理局于2022年1月6日出具的“05000020221000015”《合规证明》、武汉东湖新技术开发区工商行政管理局于2022年1月26日出具的《情况说明》，并经本所律师通过全国股份转让系统公司、信用中国网、中国市场监督管理行政处罚文书网的公开信息查询，报告期内，公司及其控股子公司不存在因违反市场监管相关法律法规而受到主管部门行政处罚的情形。

综上所述，本所律师认为，报告期内，公司开展数字营销业务无需取得特定行业资质、不存在超范围经营的情形；公司营销信息发布不存在违法违规的情形。

九、核查程序和核查意见

就上述问题，本所律师主要执行了如下核查程序：

1、访谈公司总经理，了解公司营销模式和主营业务的开展情况，了解公司吸引消费者线上线下消费的具体措施；

2、访谈公司核心技术人员，了解公司营销内容的投放情况；

3、查阅《中华人民共和国电信条例》《互联网文化管理暂行规定》《互联网信息服务管理办法》《移动互联网应用程序信息服务管理规定》等相关法律、法规、规范性文件，核查公司是否需要申请办理《增值电信业务经营许可证》《网络文化经营许可证》、公司APP是否存在违反《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的情形；

4、查阅公司与主要供应商签署的服务合同、框架协议以及与公司品牌客户签署的销售合同、服务合同、销售订单等合同以及购销合同台账，了解公司关于其营销模式、营销业务场景、营销活动实施流程、营销业务涉及的商品或服务类型以及公司购买平台广告位、广告服务情况以及广告投放的具体情况等相关内容，并取得公司关于上述事项的书面确认；

5、查阅《广告法》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》，核查公司发布广告是否需要办理广告发布审查、备案手续；

6、访谈公司核心技术人员及实际控制人，并取得公司关于运用算法技术通过互联网开展业务活动的模式的书面说明与确认；

7、查阅同行业可比挂牌/上市公司的《招股说明书》《公开转让说明书》等挂牌/上市公告文件；

8、查阅公司提供的信用广东平台于 2022 年 3 月 1 日出具的公司和广州智曹的《企业信用报告（无违法违规证明版）》、北京市朝阳区市场监督管理局于 2022 年 1 月 18 日出具的“京朝市监信字【2022】101 号”《企业信息查询结果》、上海市长宁区市场监督管理局于 2022 年 1 月 6 日出具的“05000020221000015”《合规证明》、武汉东湖新技术开发区工商行政管理局于 2022 年 1 月 26 日出具的《情况说明》等市场监督管理部门出具的合规证明文件；

9、通过信用中国网、国家企业公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、中国市场监督管理行政处罚文书网等网站的公示信息查询和查阅《审计报告》，查询公司报告期内的诉讼、仲裁和行政处罚情况；

10、通过查询公司的营业执照、工商登记信息及公司网站，随机抽查公司在不同平台发布的品牌营销内容并查阅公司的业务合同，核查公司实际开展主营业务情形；

11、访谈公司管理层，了解公司的业务实质；查询公司所在行业主管机关、行业分类所遵循的法规，并检索同行业可比公司的行业分类情况进行比对分析；

12、查阅《中华人民共和国行政许可法》等相关法律、行政法规、国务院决定等，核查公司挂牌是否需取得主管机关的同意。

经核查，本所律师认为：

1、公司已在《公开转让说明书》中补充披露公司线上和线下营销业务的主要合作品牌、开展区域、覆盖的实体门店数量情况，以及公司吸引消费者线上线下消费的具体措施；

2、截至本补充法律意见书出具之日，（1）公司实际从事的业务不属于《电信业务分类目录（2015 年版）》规定的增值电信业务范围，公司无需申请取得增值电信业务经营许可证；（2）公司实际业务中不涉及直接面向终端的互联网

用户有偿或无偿提供具有公开性、共享性信息或互联网文化产品及其服务，公司无需申请取得《网络文化经营许可证》；（3）公司未实际运营 APP，目前公司 APP 仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，因此公司 APP 不存在违反《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的情形；

3、报告期内公司的营销业务不涉及医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、保健食品等特殊商品销售或服务的商业广告；且公司系广告经营者，不属于《广告法》规定的广告主，也不属于药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品注册证明文件或者备案凭证持有人及该等商品的生产、经营企业，公司无需向广告审查机关申请广告内容审查；报告期内公司及其控股子公司不存在因虚假宣传或者发布违法违规信息受到行政处罚的情形；

4、报告期内，公司不存在向消费者发放可直接兑换各类电子优惠券的“积分”、“代币”、“虚拟货币”等标准化数字产品；

5、结合公司自身业务实质、行业主管机关、行业分类所遵循的法规及依据以及可比公司的行业分类等维度将公司所属行业认定为商务服务业具有合理性；

6、截至本补充法律意见书出具之日，公司申请挂牌无需取得主管机关的同意；

7、报告期内，公司开展数字营销业务无需取得特定行业资质、不存在超范围经营的情形；公司营销信息发布不存在违法违规的情形。

《挂牌申请反馈意见》问题 3：关于专利与技术

关于专利与技术。根据公转书披露：（1）公司与湖南大学、广州数说故事信息科技有限公司、北京智海创讯信息技术有限公司存在合作研发；（2）公司核心技术人员罗勇负责研发 DSM Cloud 平台系统，其曾在多家软件技术公司任职；（3）公司以“一种基于大数据的用户购物行为识别方法储存设备及移动终端”和“一种数字化彩页促销管理和分析方法、存储设备及移动终端两项专利技术质押”。

请公司：（1）补充披露 DSM Cloud 平台具体的功能内容及功能之间的协作配合情况，实现各项功能是否主要依靠第三方技术或者行业普遍性、基础性技

术，公司在实现各项功能中体现的自主研发情况；DSM Cloud 平台相关模型、算法的技术含量、可复制性、可替代性情况，公司在营销技术服务领域体现的核心竞争力；（2）说明合作研发的进展，是否形成知识产权或其他成果及其归属情况，相关成果的所有权、使用权及其收益是否存在纠纷或潜在争议；合作研发是否涉及公司的核心技术或主要业务，结合公司对合作研发成果的使用情况，说明公司是否在关键技术方面存在重大依赖；（3）补充说明公司的核心技术人员是否与原任职单位存在知识产权、商业秘密、竞业禁止方面的纠纷或潜在争议，如存在，相关纠纷或争议是否涉及 DSM Cloud 平台系统的归属和使用、是否对公司经营构成重大不利影响；（4）结合质押专利与公司主营业务的关联性及使用情况、担保的主债务金额及偿还期限、公司的偿债能力，说明质押专利是否存在被强制处分的可能、是否对公司经营构成重大不利影响；（5）采用通俗易懂的语言描述主要技术在公司经营及盈利模式中的作用，并对专业名词补充释义。

请主办券商、律师核查上述事项，发表明确意见，并说明公司是否存在未经授权使用第三方技术、算法的情形及其潜在的法律风险。

一、补充披露 DSM Cloud 平台具体的功能内容及功能之间的协作配合情况，实现各项功能是否主要依靠第三方技术或者行业普遍性、基础性技术，公司在实现各项功能中体现的自主研发情况；DSM Cloud 平台相关模型、算法的技术含量、可复制性、可替代性情况，公司在营销技术服务领域体现的核心竞争力

（一）补充披露 DSM Cloud 平台具体的功能内容及功能之间的协作配合情况，实现各项功能是否主要依靠第三方技术或者行业普遍性、基础性技术，公司在实现各项功能中体现的自主研发情况

根据德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）北京本所出具的《智选数字技术（广州）股份有限公司 2020-2021 年度信息系统专项核查报告》（以下简称“《IT 审计报告》”）及公司的书面确认，公司 DSM Cloud 平台相关情况如下：

1、DSM Cloud 平台具体的功能内容、协作配合情况和自主研发情况

公司 DSM Cloud 平台是公司执行新零售营销解决方案的载体。DSM Cloud 平台的核心功能包括两大块，分别是营销引擎和分析引擎。营销引擎主要包括 H5 活动、品牌小程序、一物一码、电子优惠券、智能导购、电子礼品等一系列

营销工具；分析引擎主要包括数据洞察、品效分析、渠道分析等一系列数据分析工具。基于 DSM Cloud 平台中上述营销工具和数据分析工具的组合使用，可形成针对具体客户的新零售营销解决方案。

DSM Cloud 平台搭建（部署）在阿里云服务器上，平台通过对积累的不同领域的功能、模块、算法、模型进行封装，建立了一系列 AI、大数据、地理信息方向的内部服务组件，产品组件可快速并重复调用生成不同的营销或数据分析工具。同时 DSM Cloud 平台还配备了完善的服务治理体系和运维管理体系，保障整个系统架构具备可伸缩性，既保障所有产品组件能稳定、高效、安全地运行和迭代，也能快速平滑地纳入新研发的产品组件。DSM Cloud 平台功能均为行业普遍性的技术，结合公司业务的特点进行创新、封装自主研发完成，未依靠第三方技术。

营销工具和数据分析工具的功能、协作情况和自主研发情况如下：

大类	类型	功能	协作情况	研发情况
营 销 工 具	H5 活动	基于移动端网页技术来快速创建 H5 营销活动，可使用模板快速构建也可通过 SDK 开放定制化开发，通常通过购买行为完成对消费者的激励确认。	H5 活动支持在互动过程中向参与者发放电子优惠券，以及通过优惠券的核销状态来推动互动流程。支持使用电子礼品作为激励方式。能够快速集成到品牌小程序、智能导购、一物一码等营销工具中。	自主研发
	电子优惠券	根据业务场景创建电子优惠券，发券核券实现活动管理、账单管理、基础数据管理和风控预警等。	电子优惠券可以通过 H5 活动、品牌小程序、智能导购、一物一码等产品进行投放，同时也支持将优惠券的发放、核销数据反馈到这些产品，驱动营销活动的交互流程，支持订阅模式。	自主研发
	智能导购	通过赋能一线导购人员，利用导购人员的推广能力进行线上、线下活动的全面拉动。通过为导购人员提供技术支持，在协助导购引导顾客参与营销活动的过程中，帮助品牌实现以真实业绩驱动的促销效果计费模式。	在智能导购中可以无缝接入 H5 活动、品牌小程序、一物一码、电子优惠券等多种类型的活动。	自主研发
	品牌小程序	为客户建立品牌私域，利用产品和服务，重新定义线下购物场景，提升消费者购物体验。平台可提供小程序积木化搭建和一键式发布、小程序运营和优惠券发放等。	可以作为 H5 活动、电子优惠券活动的载体。	自主研发
	电子礼品	对接第三方礼品资源，简化客户选品流程，搭建会员权益平台，作为	可以在 H5 活动、一物一码活动、品牌小程序等中直接使用。	自主研发

		激励,可提供供应商管理、礼品管理和对账功能等。		
	一物一码	通过为产品赋予唯一的二维码,可以实现防伪溯源、营销互动等功能,可提供活动、码包的管理和数据分析及风控预警。	可以与 H5 活动、优惠券的发放、品牌小程序等营销产品无缝连接,通过一物一码一步直达活动。	自主研发
数 据 分 析 工 具	数据洞察	提供篮分析、消费偏好、价格分析、购物行为分析。	数据来源于营销类数据,分析结果数据将作为整体趋势数据反馈到风控数据库进行学习,为风控识别算法、营销活动开展提供策略支持。	自主研发
	品效分析	新零售数据全品类全维度分析、提供投放策略、POI 筛选建议、活动效率评估与优化等。		自主研发
	渠道分析	实现品牌客户经销商潜力评价、宏观市场潜力评估和门店潜力评估;分析产品的区域覆盖情况并提供高价值终端筛选建议。		自主研发

(二) DSM Cloud 平台相关模型、算法的技术含量、可复制性、可替代性情况,公司在营销技术服务领域体现的核心竞争力

根据公司的书面确认,DSM Cloud 平台相关模型、算法的技术含量、可复制性、可替代性情况,公司在营销技术服务领域体现的核心竞争力的具体情况如下:

1、DSM Cloud 平台关键技术包括:

(1) “自助交互核验技术”、“包装扫码核验技术”、“平台互联核验技术”、“市场主体识别匹配技术”,此类技术可概括为以消费核验为核心的智能物联技术,主要为营销引擎提供字符识别、防伪识别、防篡改识别、实体识别、风控分析等算法的支撑。

(2) “时空数据融合引擎”、“空间数据智慧模型技术”,此类技术可总结为基于时空数据的数字孪生技术,主要为数据分析引擎提供数据模型和算法的支撑。

上述 DSM Cloud 平台的关键技术系公司基于行业普遍性的技术,结合多年行业经验积累自主研发而成,截至 2021 年 12 月 31 日,公司已形成 2 项发明专利和 38 项软件著作权。公司所使用的关键技术虽然为行业普遍技术,但其在营销垂直细分领域的深入应用、数据积累、优化与迭代,并以此为基础具备的提供系统性数字营销解决方案的能力,并不可以在短时间内实现简单地复制和替代。

2、具体而言,DSM Cloud 平台在营销技术服务领域的核心竞争力体现在:

(1) 平台聚焦垂直细分领域并不断优化与迭代

DSM Cloud 平台所使用的技术均为行业普遍性和基础性技术,但进行了垂直行业的独特性应用。平台所使用的算法聚焦数字营销的垂直领域,并与特定的营销场景和产品结合进行优化和定制,最终实现效果相较于基础技术应用截然不同。例如字符识别算法,相对大众化的 OCR 识别,DSM Cloud 的字符识别针对购物凭据类的字符做了专项的优化,加入深度学习算法,同时对模型按业务场景进行细分,对针式小票、热敏小票、购物发票等不同类型进行独立处理,从而最大程度地提升识别的准确度和速度。

(2) 平台算法和模型的建立是大量持续样本监督学习和积累的结果

平台算法和模型的建立需要输入大量的样本数据作为基础,并需要通过人工监督数据来进行学习和验证,只有样本量达到一定程度才能达到满意的结果。同时,随着外部因素的不断变化,新的数据需要不断地反哺到模型中,才能保证模型符合市场的变化。DSM Cloud 平台的反复实践和不断优化实现了平台模型和算法的良性循环,形成了细分领域应用的技术壁垒。

(3) 公司基于 DSM Cloud 平台提供系统化的数字营销整体解决方案

DSM Cloud 平台中营销工具的组合使用形成特定客户特定场景的数字营销整体解决方案是一项系统化工作,需要完善的业务流程和客户服务体系来支撑。此外,营销活动数据是单一的、特定性的,而有价值的营销大数据分析结果是整体的、全面的。除依靠系统活动数据的积累,公司还需要基于行业经验嫁接宏观数据、新零售渠道等各类外部信息,实现数字营销整体解决方案的输出。

二、说明合作研发的进展,是否形成知识产权或其他成果及其归属情况,相关成果的所有权、使用权及其收益是否存在纠纷或潜在争议;合作研发是否涉及公司的核心技术或主要业务,结合公司对合作研发成果的使用情况,说明公司是否在关键技术方面存在重大依赖

(一) 合作研发进展、成果及其归属情况

根据公司提供资料及其书面确认,报告期内,公司合作研发费用分别为45.92万元、65.00万元。合作研发的主要情况如下:

合作对象	研发内容	研发进展	成果	权利归属
湖南大学	购物小票文字识别软件项目	已履行完毕	购物小票文字识别软件（OCR）	双方均有权使用
广州数说故事信息科技有限公司	到家宝品类数据收集业务	已履行完毕	到家渠道监控分析报告	工作成果归公司所有并使用
北京智海创讯信息技术有限公司	到家宝品类数据收集业务	正在履行中	到家渠道监控分析报告	工作成果归公司所有并使用

根据公司的书面确认，截至本补充法律意见书出具之日，公司合作研发项目不存在纠纷或潜在争议的情形。

（二）合作研发成果的使用情况及对公司关键技术方面的影响

根据公司的书面确认，湖南大学提供“购物小票文字识别软件（OCR）”是针对H5小票营销工具的识别软件，用于提升公司H5小票活动的运营审核效率。而广州数说故事信息科技有限公司、北京智海创讯信息技术有限公司，主要通过提供O2O平台市场公开数据，用于公司DSM Cloud营销云和分析云平台系统中产品模块的优化与升级。

公司应用于主营业务的关键技术是：以消费核验为核心的智能物联技术和基于时空数据的数字孪生技术。因此，公司合作研发的项目非公司的核心技术，公司在关键技术方面不存在重大依赖的情况。

三、补充说明公司的核心技术人员是否与原任职单位存在知识产权、商业秘密、竞业禁止方面的纠纷或潜在争议，如存在，相关纠纷或争议是否涉及 DSM Cloud 平台系统的归属和使用、是否对公司经营构成重大不利影响

根据《公开转让说明书》并经本所律师对罗勇进行访谈，公司核心技术人员罗勇在加入公司前，于2010年10月至2014年12月在广东用友软件有限公司担任软件开发总监，主要负责U9系统软件的研究开发工作；该软件系统系面向中型及中大型制造业的企业管理系统软件，其应用方向、产品特点与目前公司的DSM Cloud平台系统存在显著差异。

根据公司的书面确认并经本所律师对罗勇进行访谈，以及本所律师通过国家企业公示系统、中国执行信息公开网、人民法院公告网、中国裁判文书网的公开信息查询，截至本补充法律意见书出具之日，罗勇、公司与广东用友软件有限公司不存在知识产权、商业秘密、竞业禁止方面的纠纷或潜在争议。

四、结合质押专利与公司主营业务的关联性及使用情况、担保的主债务金额及偿还期限、公司的偿债能力，说明质押专利是否存在被强制处分的可能、是否对公司经营构成重大不利影响

（一）质押专利与公司主营业务的关联性及使用情况

2021年7月6日，公司与中国银行股份有限公司广州番禺支行（以下简称“中国银行广州番禺支行”）签署《最高额质押合同》（GZY476780120210042号），公司以其拥有的2017106132953号发明专利“一种数字化彩页促销管理和分析方法、存储设备及移动终端”和2017106126581号发明专利“一种基于大数据的用户购物行为识别方法、储存设备及移动终端”作为质押物，为公司向中国银行广州番禺支行的银行借款提供担保。根据公司的书面确认，上述质押的专利与公司主营业务的关联性及使用情况如下：

1、一种数字化彩页促销管理和分析方法、存储设备及移动终端

该专利为公司提供了数字化彩页的管理方法，用于指导将线下的传统彩页进行线上化并采用促销手段进行监控分析，为公司各项营销分析提供了数据基础。该专利的促销管理方法也适用于其他营销活动，在H5小票、电子优惠券、一物一码等营销工具中，均使用到该方法，为活动提供了流程化、数字化的管理模式。

2、一种基于大数据的用户购物行为识别方法、储存设备及移动终端

该专利为公司提供了消费者购物行为识别和数字化表达方法，为消费者购物行为的收集、处理、分析提供了技术基础。具体应用情况如下：

（1）在H5小票、电子优惠券、一物一码等营销工具中，公司使用该专利方法对消费者购物行为的数据特征等相关数据进行采集和存储，为后续的分析提供数据基础。

（2）在DSM Cloud平台系统的购物者数据洞察、购物篮分析、消费偏好分析等分析功能中，公司通过该专利方法，对购物者的行为数据进行识别，将消费者行为数据转换为数字特征，通过运算模型进行计算并最终产出分析结果。

根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国专利法》《专利权质押登记办法》等相关法律、法规的规定，未经质权人同意，公司不得转让或者许可他人

使用质押专利；如公司转让或者许可他人实施质押专利，所得转让费、许可费应当向质权人提前清偿债务或者提存。根据公司提供的资料并经本所律师核查，除上述法律、法规规定的受限情形外，质权人与公司未就质押专利的转让、许可、实施另行约定限制性条款；在质押期间，上述专利受限事项不影响公司日常生产经营中对相关专利的正常使用。

（二）担保的主债务金额及偿还期限、公司的偿债能力，质押专利不存在被强制处分的可能、是否对公司经营构成重大不利影响

如前所述，公司质押上述两项专利用于担保公司与中国银行广州番禺支行自2020年4月20日起至2025年12月31日止签署的借款、贸易融资、保函、资金业务及其它授信业务合同项下的债权提供担保，担保的最高限额为2,000万元。

截至本补充法律意见书出具之日，公司与中国银行广州番禺支行就《最高额质押合同》（合同编号：GZY476780120210042）所担保的尚未履行完毕的借款如下：

序号	合同名称	合同编号	借款人	贷款人	借款金额 (万元)	年利率	期限	偿还情况
1	流动资金借款合同	GDK476780120220300	智选股份	中国银行广州番禺支行	900	4.95%	2022.06.14-2024.06.08	尚未偿还
2	短期流动资金贷款合同	GDKED476780120210107			500	4.7%	2021.07.13-2022.07.11	尚未偿还
3	额度合同				500	4.7%	2021.08.05-2022.08.04	尚未偿还

注1：根据公司提供的资料并经本所律师核查，公司与中国银行广州番禺支行签署的《授信业务总协议及其补充协议》（合同编号：GSXZ476782020048、GSXZBC476782021025，借款金额为900万元）项下债务已由公司全部偿还。

注2：《流动资金借款合同》（合同编号：GDK476780120220300）为智选股份与中国银行广州番禺支行于2020年5月25日签署的《授信业务总协议》（合同编号：GSXZ476782020048）及其补充协议（合同编号：GSXZBC476782021025）项下的单项协议。

根据公司的书面确认并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，公司经营状况良好，业务经营不存在重大不利变化，公司有足够的货币资金用于

偿付对中国银行广州番禺支行的上述债务，两项质押专利不存在被强制处分的风险，不会对公司经营构成重大不利影响。

五、采用通俗易懂的语言描述主要技术在公司经营及盈利模式中的作用，并对专业名词补充释义

根据公司的书面确认，公司的主要技术均为自主研发，包括：自助交互核验技术、包装扫码核验技术、平台互联核验技术、市场主体识别匹配技术、时空数据融合引擎、空间数据智慧模型技术；上述主要技术可分类为以消费核验为核心的智能物联技术和基于时空数据的数字孪生技术。

以消费核验为核心的智能物联技术（包括自助交互核验技术、包装扫码核验技术、平台互联核验技术、市场主体识别匹配技术）通过核查和校验消费者的真实购买行为，为公司进一步分析消费者真实需求提供可靠的闭环基础和数据依据，增加公司为品牌方定制营销方案所依赖的消费者数据的精准度与真实程度，进而提高公司针对于消费者行为的分析营销能力，反哺公司主营业务经营，促进公司可持续盈利。

基于时空数据的数字孪生技术（包括市场主体识别匹配技术、时空数据融合引擎、空间数据智慧模型）则是通过提供分析和运算模型进行数据的挖掘和分析，并通过数据的分析和挖掘对市场主体进行综合评价反作用于公司自主研发的DSM Cloud 系统，为品牌客户提供合理化的分析形成后的营销策略指导与商业决策支持。

公司在《公开转让说明书》“释义”之“专业释义”中对专业名词释义补充披露如下：

“

H5 活动	指	基于新一代移动端网页技术(Html 5)开展的营销活动
MPP 架构	指	大规模并行处理架构 (Massively Parallel Processing)
RFID 物联网	指	使用射频识别 (Radio Frequency Identification) 技术的物联网
数据立方	指	一种多维数据存储模型，用于从多角

		度多层次进行数据分析
渠道 PCV 模型	指	品类潜力价值 (Product Catalogue Value) 模型

”

六、说明公司是否存在未经授权使用第三方技术、算法的情形及其潜在的法律风险。

根据公司提供的资料及其书面确认，公司坚持自主研发的主线，以品牌客户的需求为根本，结合市场发展方向、技术导向及公司的战略规划，经过系列可行性分析及市场调研后完成新产品技术的开发应用与 DSM Cloud 平台系统及各产品模块的更新迭代，逐渐积累形成了公司开展业务所需的软件著作权等知识产权及主要技术；截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有发明专利 2 项、软件著作权 38 项；公司拥有的以消费核验为核心的智能物联技术、基于时空数据的数字孪生技术等主要技术、算法均系自主研发，不存在使用第三方技术、算法的情形及与第三方的潜在纠纷。

根据公司的书面确认，并经本所律师通过中国版权保护中心、专利综合查询系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业公示系统、信用中国网的公开信息查询，截至本补充法律意见书出具之日，公司不存在与其他单位或个人因知识产权、技术侵权而发生的诉讼、仲裁事项，亦不存在有关知识产权方面的行政处罚。

综上所述，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，公司主要技术来源于自主研发，不存在未经授权使用第三方技术、算法的情形，不存在与其他单位或个人因知识产权、技术侵权而发生的诉讼、仲裁及潜在纠纷等事项。

七、核查程序和核查意见

就上述问题，本所律师主要执行了如下核查程序：

1、访谈公司核心技术人员及总经理，了解公司 DSM Cloud 平台具体的功能内容、协作配合情况及自主研发情况，以及 DSM Cloud 平台相关模型、算法的技术含量、可复制性、可替代性情况，分析公司在营销技术服务领域的核心竞争力；

2、获取公司的研发费用辅助账、研发立项资料、研发项目验收报告、研发工时表等资料，核查公司目前实际应用的技术与算法是否系公司自主研发；

3、查阅公司与湖南大学、广州数说故事信息科技有限公司、北京智海创讯信息技术有限公司等签署的技术开发协议、合作协议等合同，核实公司合作研发项目的进展、成果及其归属情况；

4、查阅公司核心技术人员、监事罗勇签署的《董事、监事、高级管理人员、核心技术人员情况核查表》；通过国家企业公示系统、企查查等平台查询罗勇原任职单位的经营范围等工商登记与备案信息、通过国家企业公示系统、中国执行信息公开网、人民法院公告网、中国裁判文书网的公示信息查询核心技术人员涉及的诉讼、纠纷情况并对罗勇进行访谈，核查其与原任职单位是否存在纠纷或潜在争议；

5、查阅公司关于核心技术人员罗勇与原任职单位不存在知识产权、商业秘密、竞业禁止方面的纠纷或潜在争议的书面确认；

6、查阅公司关于质押专利与公司主营业务的关联性及使用情况的书面确认；

7、查阅公司向专利局申请取得的专利登记簿副本，并登录国家知识产权局网站查询复核公司所拥有的专利情况；

8、查阅公司与中国银行广州番禺支行签订的短期流动资金贷款额度合同（GDKED476780120210107）、授信业务总协议及补充协议（GSXZ476782020048、GSXZBC476782021025）、流动资金借款合同（GDK476780120220300）、提款申请书（GDK476780120220300-1）以及前述授信合同、借款合同对应的担保合同、中国银行广州番禺支行发放相应借款的借据以及公司偿还质押专利所担保债务的支付凭证；

9、访谈公司核心技术人员及实际控制人，了解公司的研发过程、研发模式、技术来源、技术与算法的被许可情况，并取得公司的书面确认。

经核查，本所律师认为：

1、公司已补充披露 DSM Cloud 平台具体的功能内容、协作配合情况和自主研发情况，以及 DSM Cloud 平台相关模型、算法的技术含量、可复制性、可替

代性情况、公司在营销技术服务领域体现的核心竞争力；

2、公司已补充说明合作研发的进展和合作研发成果的使用情况，合作研发项目均未形成知识产权，相关成果的所有权、使用权及其收益不存在纠纷或潜在争议；合作研发不涉及公司的核心技术或主要业务，公司在关键技术方面不存在重大依赖；

3、截至本补充法律意见书出具之日，公司的核心技术人员罗勇、公司与广东用友软件有限公司（罗勇原任职单位）不存在知识产权、商业秘密、竞业禁止方面的纠纷或潜在争议；

4、截至本补充法律意见书出具之日，质押专利不存在被强制处分的风险，不会对公司经营构成重大不利影响；

5、公司已补充说明主要技术在公司经营及盈利模式中的作用，并对相关专业名词的释义进行补充披露；

6、截至本补充法律意见书出具之日，公司主要技术来源于自主研发，不存在在未经授权使用第三方技术、算法的情形，不存在与其他单位或个人因知识产权、技术侵权而发生的诉讼、仲裁及潜在纠纷等事项。

《挂牌申请反馈意见》问题 4：关于信息收集、使用、存储、管理的合规性

根据公转书及内核文件：（1）公司存在直接向品牌客户获取并校验、清洗其品牌门店数据以及向供应商采购各大互联网平台商超店铺数据；（2）公司在营销活动实施过程中，通过 DSM Cloud 平台系统自动归集活动数据和消费行为数据并进行分析，为品牌客户提供营销策略指导与商业决策支持。

请公司：（1）补充披露公司获取的用户信息和数据来源、内容范围，信息和数据的收集过程中（包括外购供应商的数据收集过程）是否需要并获得相关主体的授权或许可，是否符合相关法律法规规定；自有的 APP 及小程序获取个人数据是否对用户有明确提示、是否仅概括性提示收集用户信息、收集的数据是否限制在必要的范围内；（2）补充说明公司获取相关信息和数据的用途，是否存在泄露、未经授权或违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形，是否因此产生纠纷、受到处罚或存在相关法律风险；公司是否建立健全信息和数据安全管理制度。

措施并有效执行；(3) 结合当前关于数据安全、个人信息保护方面法律法规的变化，说明公司获取信息和数据的来源是否稳定持续，公司是否存在无法获取数据、获取的数据不符合数量或精确度要求的风险，相关风险是否对公司开展业务构成重大不利影响；(4) 补充说明公司采集的用户信息的存储方式、存储地，是否涉及个人信息出境；(5) 补充说明公司在收集分析数据、提供营销策略过程中是否涉及“大数据杀熟”、价格歧视等侵犯消费者权益的情形，是否违反《互联网信息服务算法推荐管理规定》相关规定。

请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

一、补充披露公司获取的用户信息和数据来源、内容范围，信息和数据的收集过程中（包括外购供应商的数据收集过程）是否需要并获得相关主体的授权或许可，是否符合相关法律法规规定；自有的 APP 及小程序获取个人数据是否对用户有明确提示、是否仅概括性提示收集用户信息、收集的数据是否限制在必要的范围内

（一）公司获取的用户信息和数据来源、内容范围，信息和数据的收集过程中（包括外购供应商的数据收集过程）是否需要并获得相关主体的授权或许可，是否符合相关法律法规规定

根据公司提供的资料及其书面确认，并经本所律师核查，公司不同业务场景下所获取的数据类型、来源及相关主体的授权情况如下：

业务场景	数据类型	数据来源	获得授权和许可情况
到店数字化营销	消费者行为数据， 具体包括：购买日期和时间、购买门店或平台、购买商品名称、商品单价、促销折扣、核销金额等信息，上述信息中未包含用户的个人信息	来源于公司从移动支付平台（如微信、支付宝）和 O2O 平台（如美团、饿了么）定期获取的优惠券核销账单	公司收集的数据是消费行为数据，不涉及用户的个人隐私信息，消费者行为数据的获取已取得平台方的同意
到家数字化营销			
消费者数字化运营	消费者行为数据， 具体包括：购买日期和时间、购买门店或平台、购买商品名称、商品单价、促销折扣、购物篮	来源于消费者自主上传的小票、品牌小程序收集的消费者购物数据	属于消费者行为数据，由消费者自主上传或品牌客户提供。品牌小程序属于品牌客户的私域，相关用户的隐私数据存放在

	等信息，上述信息中未包含用户的个人隐私信息		品牌客户的服务器上，公司无法接触到这部分数据
数字化门店运营	品牌门店数据、平台门店和商超向品牌客户的采购量和销售量数据等，具体包括品牌门店信息、地理位置、所属渠道、商品属性、商品销售和库存情况等	品牌客户提供、优惠券核销账单提取	门店数据由品牌客户提供、消费者行为数据的获取已取得平台方的同意，不涉及用户的个人隐私信息
数据分析和决策支持			

根据公司的书面确认，在报告期内，（1）公司自移动支付平台、O2O平台、品牌客户以及供应商处获取优惠券核销数据、品牌门店数据、互联网平台商超店铺数据等数据和信息，该等数据和信息均不包含用户个人信息，公司依据合同约定获取前述数据和信息，不存在侵犯他人信息安全、使用未被许可信息导致违反《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称“《个人信息保护法》”）等相关法律法规的情形；（2）公司曾通过自有小程序获取用户个人信息（微信昵称、微信头像、浏览痕迹、位置信息等基本信息），用以协助品牌客户分发品牌商电子优惠券、推广用户附近促销活动，在通过自有小程序收集、存储用户个人信息前，公司通过《用户隐私政策》明确告知用户信息收集范围、信息使用目的等，在用户授权许可范围内收集相应用户个人信息，符合合法、正当、必要的原则，不存在侵犯他人信息安全、使用未被许可信息导致违反《个人信息保护法》等相关法律法规的情形；截至本补充法律意见书出具之日，公司小程序已经对外停用，仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，已经不存在对外收集用户个人信息数据的情形。

根据公司的书面确认和《审计报告》，并经本所律师通过信用中国网、国家企业公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、中国市场监督管理行政处罚文书网的公示信息核查，报告期内，公司不存在因非法直接或间接获取用户数据和个人资料而导致的被立案调查、行政处罚、索赔、诉讼、投诉或举报的情况，亦不存在因侵犯他人信息安全、使用未被许可信息导致诉讼、仲裁或行政处罚的情况。

综上所述，报告期内，公司的信息和数据收集过程中已获取移动支付平台、平台到家平台、品牌客户以及供应商的授权或许可，公司依据合同约定获取数据

和信息，不涉及个人信息的收集，不存在侵犯他人信息安全、使用未被许可信息导致违反《个人信息保护法》等相关法律法规的情形。

（二）自有的 APP 及小程序获取个人数据是否对用户有明确提示、是否仅概括性提示收集用户信息、收集的数据是否限制在必要的范围内

《中华人民共和国网络安全法》（以下简称“《网络安全法》”）第四十一条规定：“网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息，不得违反法律、行政法规的规定和双方的约定收集、使用个人信息，并应当依照法律、行政法规的规定和与用户的约定，处理其保存的个人信息。”

根据公司的书面确认，并经本所律师查阅公司自有小程序的《用户隐私政策》，公司通过自有小程序获取用户信息之前以明确提示的方式告知用户信息收集范围和收集目的等情况，公司收集的用户信息均为向用户提供相关服务所使用，收集信息未超过必要范围，具体如下：

所实现的小程序功能	收集用户信息类型/范围	具体收集目的
登陆功能	用户微信昵称、微信头像	完成用户注册或注册后登录小程序并在小程序内呈现用户信息，以便用户登陆平台享受或使用平台的其他功能/服务，也为了区别用户与其他平台用户
推送附近门店/活动功能	用户位置信息	匹配用户附近门店或活动，向用户推荐、展示附近门店的优惠活动
优惠券领取功能	用户微信昵称、浏览痕迹、位置信息	为了实现用户领取的优惠券并将优惠券权益归属用户个人，便于其使用优惠券，享受优惠券权益

注：截至本补充法律意见书出具之日，公司 APP、小程序已经对外停用，仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，已经不存在对外收集用户个人信息数据的情形。

综上所述，报告期内，公司曾通过自有小程序获取个人信息前以向用户展示

《用户隐私政策》的方式详细告知用户个人信息收集范围、个人信息收集目的、个人信息使用用途等信息，公司通过自有小程序收集使用用户信息的目的在于向用户提供相关服务，公司收集的个人信息未超过必要限度。截至本补充法律意见书出具之日，公司自有 APP 和小程序均已停止对外使用，仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，已经不存在对外收集用户个人信息数据的情形。由于公司的自有 APP 和小程序并非公司执行业务的主要渠道，未来公司自有 APP 和小程序也将仅作为公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，不会对外经营使用。

二、补充说明公司获取相关信息和数据的用途，是否存在泄露、未经授权或违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形，是否因此产生纠纷、受到处罚或存在相关法律风险；公司是否建立健全信息和数据安全管理制度并有效执行

（一）补充说明公司获取相关信息和数据的用途，是否存在泄露、未经授权或违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形，是否因此产生纠纷、受到处罚或存在相关法律风险

1、公司获取相关信息和数据的用途

根据公司提供的资料和其书面确认，（1）移动支付平台、O2O 平台按照其与公司签订的合同，定期将平台回流的匿名消费记录提供给公司，公司将该等数据用于执行促销活动时，确定营销方案的具体效果和进一步优化活动机制；（2）公司根据与客户签订的合同获取并校验、清洗品牌门店数据以及向供应商采购各大互联网平台商超店铺数据，公司利用自行开发的 DSM Cloud 平台系统，在与客户约定范围内对该等数据进行分析，为客户提供营销策略指导与商业决策支持；

（3）报告期内，公司曾通过自有小程序中收集的用户会员信息、微信昵称和微信头像用于完成注册或登录小程序，并在小程序内呈现用户信息以区别于其他用户，收集的位置信息用于向用户推荐、展示其位置附近的门店优惠信息，除此之外，经公司自有小程序收集的用户信息未用于其他用途；截至本补充法律意见书出具之日，该小程序已经对外停用，不存在对外收集用户个人信息数据的情形。

2、是否存在泄露、未经授权或违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形，

是否因此产生纠纷、受到处罚或存在相关法律风险

根据公司的书面确认，截至本补充法律意见书出具之日，公司目前从事的实际业务中已不存在收集用户个人信息的情形，公司不存在泄露、未经授权或违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形。

根据公司的书面确认，并经本所律师通过信用中国网、国家企业公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网的公示信息核查，报告期内，公司不存在因泄露、未经授权或违规使用用户数据、侵犯用户权益而产生的纠纷、行政处罚等情形。

(二) 公司是否建立健全信息和数据安全管理制度并有效执行

根据公司提供的资料和书面确认，公司已制定《信息安全管理制度》《数据安全机制指引》《信息系统事故责任追究办法》等相关内部规章制度，对网络数据安全以及开展数据分析业务过程中所涉及的数据处理、使用等情形进行了具体规定，并结合公司的实际情况设置了数据安全小组作为数据安全的决策和执行机构；公司及其控股子公司上海智士的信息安全管理体系已经通过了北京中安质环认证中心有限公司的相关认证，均已取得《信息安全管理体系认证证书》，该等公司的相关信息安全管理体系符合《信息技术安全技术信息安全管理体系要求》(GB/T22080-2016/ISO/IEC27001:2013)。

根据公司的书面确认及《IT 审计报告》，公司已按照建立的信息安全与数据保护相关管理制度要求，将管理责任落实到具体部门和责任人，严格有效执行该等管理制度。

根据公司的书面确认，并经本所律师通过信用中国网、国家企业公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网的公示信息核查，公司报告期内不存在因信息安全与数据保护事项而被起诉或受到行政处罚的情形。

综上所述，公司已建立健全信息和数据安全管理制度并有效执行。

三、结合当前关于数据安全、个人信息保护方面法律法规的变化，说明公司获取信息和数据的来源是否稳定持续，公司是否存在无法获取数据、获取的数据不符合数量或精确度要求的风险，相关风险是否对公司开展业务构成重大

不利影响

根据《中华人民共和国数据安全法》（以下简称“《数据安全法》”）第三十二条规定：“任何组织、个人收集数据，应当采取合法、正当的方式，不得窃取或者以其他非法方式获取数据。法律、行政法规对收集、使用数据的目的、范围有规定的，应当在法律、行政法规规定的目的和范围内收集、使用数据”。《个人信息保护法》第六条规定：“处理个人信息应当具有明确、合理的目的，并应当与处理目的直接相关，采取对个人权益影响最小的方式。收集个人信息，应当限于实现处理目的的最小范围，不得过度收集个人信息”。《电信和互联网用户个人信息保护规定》第十条规定：“电信业务经营者、互联网信息服务提供者及其工作人员对在提供服务过程中收集、使用的用户个人信息应当严格保密，不得泄露、篡改或者毁损，不得出售或者非法向他人提供”。《互联网信息服务算法推荐管理规定》第二条规定：“应用算法推荐技术，是指利用生成合成类、个性化推送类、排序精选类、检索过滤类、调度决策类等算法技术向用户提供信息”。

根据公司的书面确认，公司为实现向品牌客户提供营销策略与商业决策支持的目的而使用的数据来自于向品牌客户获取、向各大移动支付平台、O2O 平台等供应商获取的营销活动相关的消费行为数据、各大互联网平台商超店铺数据，该等数据不包含任何用户个人信息，无需取得用户个人的授权许可；公司获取该等数据前已取得品牌客户、移动支付平台、O2O 平台等供应商的同意或授权，不存在违反《数据安全法》《个人信息保护法》《电信和互联网用户个人信息保护规定》《互联网信息服务算法推荐管理规定》等相关规定的情形。

综上所述，公司主营业务的开展不依靠获取用户隐私信息展开。关于数据安全、个人信息保护方面法律法规的变化不会对公司获取信息和数据的来源持续稳定性产生重大不利影响，公司不存在因数据安全、个人信息保护方面的法律法规变化而无法获取数据、获取的数据不符合数量或精确度要求的风险。

四、补充说明公司采集的用户信息的存储方式、存储地，是否涉及个人信息出境

根据公司提供的资料和其书面确认，公司在自移动支付平台、O2O 平台等收集的匿名消费记录等信息通过数据库系统（MySQL、Doris 等）存储于阿里云

服务器（Linux）；公司向品牌客户获取并校验、清洗其品牌门店数据以及向供应商采购的各大互联网平台商超店铺数据，储存于供应商或品牌客户的服务器中；公司报告期内曾通过自有小程序收集的用户信息存储于公司数据库中，截至本补充法律意见书出具之日，该小程序已经对外停用，不存在对外收集用户个人信息数据的情形；以上数据均为境内存储。

根据公司的书面确认并经本所律师核查，前述数据的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等数据处理活动均不涉及任何个人信息出境的情形。

五、补充说明公司在收集分析数据、提供营销策略过程中是否涉及“大数据杀熟”、价格歧视等侵犯消费者权益的情形，是否违反《互联网信息服务算法推荐管理规定》相关规定

公司收集的信息仅为消费者的行为数据，不涉及消费者的个人信息，据此，公司分析数据、提供营销策略过程中不存在“大数据杀熟”、价格歧视等侵犯消费者权益的情形，不存在违反《互联网信息服务算法推荐管理规定》相关规定，具体分析如下：

法律规定	法规内容	公司的操作方式及规范性
《个人信息保护法》	第二十四条，个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策，应当保证决策的透明度和结果公平、公正，不得对个人在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。	公司在收集分析数据、提供营销策略过程中所获取和使用的数据为匿名消费行为数据、行业数据等不包含任何用户个人信息的数据，公司通过自有小程序收集的个人信息仅为协助品牌客户发放品牌优惠券，不涉及个人用户行为分析，且该小程序目前已经对外停用不再收集用户个人信息。
《互联网信息服务算法推荐管理规定》	第二十一条，算法推荐服务提供者向消费者销售商品或者提供服务的，应当保护消费者公平交易的权利，不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征，利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等违法行为。	因此公司无法通过获取的数据识别具体终端消费者的偏好、交易习惯等特征，从而无法进一步利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等违法行为。 综上所述，公司收集分析数据、提供营销策略业务过程中不存在“大数据杀熟”、价格歧视等侵犯消费者权益的情形不存在违反《互联网信息服务算法推荐管理规定》相关规定。

六、核查程序和核查意见

就上述问题，本所律师主要执行了如下核查程序：

1、查阅《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》《电信和互联网用户个人信息保护规定》《互联网信息服务算法推荐管理规定》等相关法律、法规、规范性文件，核查公司处理数据是否存在违反上述规定的情形；

2、和公司管理层访谈，了解公司获取数据来源、数据内容和数据的收集过程、收集数据的用途、是否已获得相关主体的授权或许可以及公司数据的储存方式，并取得公司的书面确认；

3、和公司管理层访谈，了解公司信息安全与数据保护的内部控制制度以及公司收集的数据是否存在出境情形，并取得公司的书面确认；

4、查阅公司与主要供应商签署的服务合同、框架协议以及公司品牌客户签署销售合同、服务合同、销售订单等合同以及购销合同台账，了解公司关于收集数据的渠道以及数据所有权；

5、登录了公司自有小程序产品，并查阅公司提供的“自有小程序隐私政策”等资料；

6、通过信用中国网、国家企业公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等公开信息查询和查阅《审计报告》，查询报告期内公司是否存在受到相关部门行政处罚和诉讼、仲裁的情况；

7、查阅公司的《信息安全管理制制度》《数据安全机制指引》《信息系统事故责任追究办法》以及公司及其子公司上海智士取得的《信息安全管理体体系认证证书》。

经核查，本所律师认为：

1、公司的信息和数据收集过程中已获取移动支付平台、O2O平台、品牌客户以及供应商的授权或许可，公司依据合同约定获取数据和信息，不涉及个人信息的收集，不存在侵犯他人信息安全、使用未被许可信息导致违反《个人信息保护法》等相关法律法规的情形；公司的前述用户信息使用用途均在自有小程序中的隐私政策中进行了明确列示，使用用户信息的目的在于向用户提供相关服务，公司收集的个人信息未超过必要限度。截至本补充法律意见书出具之日，公司自

有小程序已停止对外使用，仅用于公司新产品测试和根据客户需求调试最终营销服务展示效果的内部技术测试载体，已经不存在对外收集用户个人信息数据的情形；

2、公司已建立健全信息和数据安全管理制度并有效执行；公司不存在泄露、未经授权或违规使用用户数据、侵犯用户权益的情形，不存在因此产生纠纷、受到处罚或存在潜在纠纷的情形，公司已按照建立的信息安全与数据保护相关管理制度要求，有效执行有关管理制度；

3、关于数据安全、个人信息保护方面法律法规的变化不会对公司获取信息和数据的来源持续稳定性产生重大不利影响，公司不存在因数据安全、个人信息保护方面的法律法规变化而无法获取数据、获取的数据不符合数量或精确度要求的风险；

4、公司的数据处理过程中不涉及个人信息出境的情形；

5、公司在收集分析数据、提供营销策略过程中不涉及“大数据杀熟”、价格歧视等侵犯消费者权益的情形，不存在违反《互联网信息服务算法推荐管理规定》相关规定的情形。

《挂牌申请反馈意见》问题 5：关于特殊投资条款

根据公转书披露，创大科技、广州天程、天诺营销、池倩钊、富海铎创、富海永成、白玮、西藏宝信、富海华金、富海创新、WANG XIN、一普大数等投资方与公司、实际控制人张凯签署的投资协议中含有特殊权利条款（包括但不限于优先认购权、反稀释权、回购权、优先清算权、知情权等条款）。

请公司：（1）补充相关投资方（含富海铎创、富海永成、富海创新、富海华金同一实际控制人陈玮）投资公司的背景及资金来源，与公司及其实际控制人、董监高、主要客户和供应商是否存在关联关系，是否存在股权代持或其他利益安排；（2）补充披露特殊投资条款的具体内容、履行的内部审议程序、权利义务承担主体、相关条款的修改情况；特殊投资条款的履行情况，包括但不限于优先认购权、反稀释权、回购权等条款是否触发及后续义务的承担，履行过程中是否存在纠纷，是否存在损害公司及其他股东利益的情形；（3）说明特殊投资条

款的效力恢复日为在新三板申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时，或《协议书》之补充协议生效之日起 18 个月内未能完成新三板挂牌（以孰早日为准），是否导致相关特殊投资条款在挂牌前存在效力恢复或挂牌期间尚未彻底解除的风险。

请主办券商、律师结合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第 1 号》相关规定，核查上述事项，发表明确意见，并说明公司是否存在尚未终止的特殊投资条款，如存在，是否已履行内部审议程序、是否存在应当予以清理的情形、相关义务主体的履约能力、对公司可能产生的影响等。

一、相关投资方（含富海铎创、富海永成、富海创新、富海华金同一实际控制人陈玮）投资公司的背景及资金来源，与公司及其实际控制人、董监高、主要客户和供应商是不存在关联关系，亦不存在股权代持或其他利益安排

根据公司提供的历次增资相关协议及补充协议、投资款支付凭证、各股东（含陈玮）出具的确认函，并经本所律师核查，公司投资方天诺营销、西藏宝信、富海铎创、富海永成、富海华金、富海创新、创大科技、白玮、池倩钊投资公司的背景均为看好公司发展前景，具体请见本补充法律意见书“《挂牌申请反馈意见》问题 6：关于历史沿革/一/（一）”。上述投资方均以其自有/自筹资金对公司进行投资，其中，一普大数以其对股东益索（中国）咨询有限公司对其的借款用于投资公司；除天诺营销外，上述投资人与公司及其实际控制人、董监高、主要客户和供应商均不存在关联关系，亦不存在股权代持或其他利益安排。

二、特殊投资条款的具体内容、履行的内部审议程序、权利义务承担主体、相关条款的修改情况；特殊投资条款的履行情况，包括但不限于优先认购权、反稀释权、回购权等条款是否触发及后续义务的承担，履行过程中是否存在纠纷，是否存在损害公司及其他股东利益的情形

（一）特殊投资条款的具体内容、履行的内部审议程序、权利义务承担主体、相关条款的修改情况

根据公司提供的历次增资相关协议及补充协议、各股东出具的确认函，并经本所律师核查，特殊投资条款的具体内容、履行的内部审议程序、权利义务承担主体、相关条款的修改情况如下：

序号	协议名称	签署主体	审议程序	条款类型	协议内容	终止或修改的情况
1	广州智选网络科技有限公司之补充协议（2019年1月29日）	甲方之一：富海创新 甲方之二：富海华金 甲方之三：西藏宝信 甲方之四：WANG XIN （以下简称“甲方”或 投资方 ） 乙方之一：张凯 乙方之二：广州梭伦 乙方之三：天诺营销 乙方之四：池倩钊 乙方之五：创大科技 乙方之六：富海铎创 乙方之七：富海永成 乙方之八：白玮 （以下合称“乙方”） 丙方：智选有限	2019年4月18日，智选有限董事会和全体股东分别通过董事会决议和股东会决议。	公司治理	1.1 公司董事会由六名董事组成。董事会成员可由其各自的委派方更换。其中，甲方之一，甲方之二，乙方之六，乙方之七有权提名一名董事，若西藏宝信投资直接持有目标公司10%（包括本数）以上股权，有权提名一名董事。 1.2 以下公司及其子公司的重大事项须征得董事会三分之二以上董事同意（其中需包括甲方之一，甲方之二，乙方之六，乙方之七委派的董事的同意）： （1）决定公司的经营计划和投资方案； …… （26）决定乙方之一（或乙方之二）是否可以将自己在公司的股权质押或用自己在公司的股权为其他人做担保。 1.3 在满足公司法规定的前提下，股东会审议以下事项还需经持股比例达到甲方、乙方之三、乙方之四、乙方之五、乙方之六、乙方之七以及乙方之八全部持股比例三分之二以上表决通过方可执行： （1）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案； （2）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案； （3）审议批准公司增加或者减少注册资本以及发行公司债券的方案； （4）审议批准公司合并、分立、解散或者变更公司形式的方案； （5）审议批准公司章程修改方案； （6）审议批准公司的上市计划方案；	张凯、智选股份分别与富海铎创、富海永成、富海创新、富海华金于2022年1月1日签署《<协议书>之补充协议（二）》，约定左述特殊权利条款自动失效；张凯、智选股份分别与西藏宝信、WANG XIN、天诺营销、池倩钊、创大科技、白玮于2022年1月1日签署《<协议书>之补充协议（一）》，约定左述特殊权利条款自动失效。

					(7) 审议批准公司任何员工股权激励计方案, 乙方之一(或乙方之二) 出让自身股份给核心员工进行激励, 且该等激励不会导致公司控制权发生转移的员工股权激励计方案除外。	
				反稀释	如公司以低于本轮投资后估值的公司估值发行新股, 则公司应无偿向甲方发行新的股份, 或以甲方认可的其他方式, 使本轮的投后估值调整为新股发行前的投前估值。但下列情况除外: 经公司股东会/董事会批准的发行新的普通股给公司员工、管理者或董事, 以增加员工期权安排; 经公司股东会/董事会批准的因公司公开发行或被上市公司收购而发行的股份。 如公司以低于本轮融资之前融资的公司投后估值发行新股, 则公司(在向甲方按照本条第一段的要求向甲方发新股的同时) 应无偿向乙方之六、乙方之七、乙方之八发行新的股份, 或以该等股东方认可的其他方式, 使该等股东方原初入股目标公司时的投后估值调整为新股发行前的投前估值。但下列情况除外: 经公司股东会/董事会批准的发行新的普通股给公司员工、管理者或董事, 以增加员工期权安排; 经公司股东会/董事会批准的因公司公开发行或被上市公司收购而发行的股份。	
2	关于广州智选网络科技有限公司之投资协议(2019年5月7日,	甲方: 一普大数 乙方之一: 张凯 乙方之二: 天诺营销 乙方之三: 广州梭伦 乙方之四: 富海铎创 乙方之五: 西藏宝信 乙方之六: 富海永成	2019年6月18日, 全体股东通过股东会决议	信息权	丙方还应当向甲方和乙方提供如下资料 and 文件: 7.1.1 每一财务年度结束后的一百二十日内, 提供按中国会计准则准备并由具备上市公司审计资质与能力且具有业内知名度的注册会计师事务所出具的经审计的年度独立财务报表; 7.1.2 在每一财务季度结束后三十日内, 提供按中国会计准则准备的该季度未经审计的季度合并财务报表; 7.1.3 在每一财务年度结束前至少提前四十五日, 提交经董事会	张凯、白玮、智选股份于2022年1月1日签署《<协议书>之补充协议(一)》, 约定左述条款自动失效, 但在公司在全国中小企业股份转

	<p>以下简称“《投资协议》”)</p>	<p>乙方之七：创大科技 乙方之八：白玮 乙方之九：池倩钊 乙方之十：富海创新 乙方之十一：富海华金 乙方之十二：WANG XIN （以上合称为“乙方”） 丙方：智选有限</p>			<p>批准的下一年度的合并年度预算以及经营计划。 上述每份财务报表均应包括资产负债表、损益表及现金流量表，并应按照甲方要求的格式说明丙方在相关财务期间的经营状况（包括与年度预算的差异）。</p>	<p>让系统申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时，或该补充协议生效之日（即 2022 年 1 月 1 日）起 18 个月内未能完成挂牌的（以孰早日为准），则该条款自动恢复效力。 除上述情况外，张凯、智选股份分别与富海铎创、富海永成、富海创新、富海华金于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议书>之补充协议（二）》以及分别与西藏宝信、WANG XIN、天诺营销、池倩钊、创大科技于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议书>之补充协议（一）》，约定左述条款自动失效，且不附</p>
--	----------------------	--	--	--	--	---

					带恢复条件。
			公司治理	<p>8.1 董事会 甲方有权委派一名董事作为丙方董事会的成员。丙方董事会至少每 6 个月召开一次董事会会。</p> <p>8.2 特别批准事项 在丙方首次公开发行前，非经甲方事先书面（电子邮件可以作为正式的书面证明文件）同意或甲方委派的董事在董事会上表决赞成，丙方不得从事或进行下列任何事项，丙方的股东会与董事会亦不得批准该等事项：</p> <p>8.2.1 丙方及任一丙方子公司的业务合并（任何部分或全部经营业务）、分立、中止、解散或清算；</p> <p>8.2.2 丙方及任一丙方子公司对属于或将转移给丙方及任一丙方子公司的知识产权及主要资产进行出售、处置、质押或设置限制或权利负担；</p> <p>8.2.3 新投资者对丙方进行投资，且该投资者本身或其任何关联公司从事与甲方或本协议附件三所列的甲方股东及关联方的主营业务（主营业务范围请见本协议附件三）相竞争的业务；</p> <p>8.2.4 丙方停止经营或处置其全部或实质部分的业务；</p> <p>8.2.5 任一乙方或新股东对丙方的股东贷款转为该乙方或该新股东对丙方的股权</p>	<p>张凯、智选股份分别与富海铨创、富海永成、富海创新、富海华金于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议书>之补充协议（二）》以及分别与西藏宝信、WANG XIN、天诺营销、池倩钊、创大科技、白玮于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议书>之补充协议（一）》，均约定左述条款自动失效。</p>
			优先认购权	<p>就丙方的新增注册资本（包括任何可以转换为丙方注册资本的权利），甲方有权按照本第 9.1 条的规定行使优先认购权，如甲方放弃行使优先认购权或甲方已行使该等优先认购权，则乙方之四、乙方之五、乙方之六、乙方之八、乙方之十、乙方之十</p>	<p>张凯、白玮、智选股份于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议书>之补充协议（一）》，</p>

				<p>一有权按照本第 9.1 条的规定行使优先认购权，剩余股东仅在甲方、乙方之四、乙方之五、乙方之六、乙方之八、乙方之十、乙方之十一放弃行使优先认购权或已行使该等优先认购权的情况下行使优先认购权</p>	<p>约定左述条款自动失效，但公司在全国中小企业股份转让系统申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时，或该补充协议生效之日（即 2022 年 1 月 1 日）起 18 个月内未能完成挂牌的（以孰早日为准），则该条款自动恢复效力。</p> <p>除上述情况外，张凯、智选股份分别与富海铎创、富海永成、富海创新、富海华金于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议书>之补充协议（二）》以及分别与西藏宝信、WANG XIN、天诺营销、池倩钊、创大科技于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议</p>
		反摊薄条款	<p>9.2.1 在丙方拟增加注册资本的情况下，除应遵守本协议第 8.2 条与第 9.1 条的规定外，非经甲方同意，每元新增注册资本的认购价格（以下简称“每股新价格”）不得低于甲方增资款项金额除以其认购丙方注册资本金额所得认购价格，即每股人民币 43.5943 元（以下简称“每股原价格”）。如果丙方未经甲方同意，以低于每股原价格的价格增加注册资本，则甲方有权选择以书面通知的形式要求乙方之一向甲方无偿或以法律允许的最低价格转让及/或要求丙方向甲方无偿或以法律允许的最低价格增发相应的丙方注册资本金额（“额外股权”），或以其他甲方认可的方式进行补偿，以使得（1）甲方的平均持股成本等于每股新价格，和/或（2）甲方持有的丙方股权比例等于丙方增加注册资本前的股权比例</p>		
		股权转让限制	<p>乙方之一承诺，未经董事会同意及甲方、乙方之四、乙方之五、乙方之六、乙方之十、乙方之十一的同意，在丙方首次公开发行或被第三方战略收购前，乙方之一不得向第三方转让其所持丙方的部分或全部股权，不得赠予、质押、处置该等股权，也不得在该等股权上设定任何其他权利限制，不得导致其丧失丙方第一大股东或其丧失对丙方的实际控制权，因员工股权激励或持股计划而转让股权或乙方之一、乙方之三、乙方之九及乙方之十二之间互相转让其持有的丙方股权的除外。</p>		

				<p>优先购买权</p> <p>任何乙方（“售股股东”）拟向丙方股东以外的人转让丙方股权的，其应在完成该等股权转让前给予其他股东（包括甲方）事先书面通知（“售股通知”），列明该售股股东拟转让的股权（“待售股权”）的数额、价格、其他重要交易条件以及拟受让方的名称等情况。甲方享有与乙方之四、乙方之五、乙方之六、乙方之八、乙方之十及乙方之十一同等的优先购买全部或部分待售股权的权利。</p>	<p>书 > 之 补充 协 议（一）》，约定左述条款自动失效，且不附带恢复条件。</p>
				<p>共同出售权</p> <p>10.3.1 如果售股股东系任一乙方之一、乙方之三或乙方之十二，且在履行完上述第 10.2 条规定的优先购买权程序后，仍有待售股权未被认购，并在此后拟出售予拟受让人（“附共同出售权的待售股权”），则未根据第 10.2 条的规定行使优先购买权的甲方有权经其自主决定按照其共同出售权比例（见下文定义），并以售股通知中规定的价格与条件与售股股东一起向拟受让人出售其所持有的股权，乙方之四、乙方之六、乙方之八、乙方之十、乙方之十一在甲方行使或放弃行使共同出售权后行使共同出售权，但甲方、乙方之四、乙方之六、乙方之八、乙方之十或乙方之十一（“共同出售权人”）参与共同出售的股权不应超过附共同出售权的待售股权总数与其共同出售权比例之乘积</p>	
				<p>回购权</p> <p>发生第 12.1 条所列的以下情形之一，甲方有权要求乙方之一、乙方之三及乙方之十二（“回购义务人”）回购其所持有的丙方的全部或部分股权（“回购股权”）；发生第 12.1.1、12.1.2、12.1.3、12.1.5 及 12.1.6 条所列的任一情形，乙方之四、乙方之五、乙方之六、乙方之八、乙方之十、乙方之十一和乙方之十二（与甲方合称为“回购权利人”），单独或共同有权要求乙方之一回</p>	<p>截至 2022 年 1 月 1 日，“回购权”条款已经失效，但富海铎创、富海永成、富海华金、富海创新、西藏宝信、白玮等 6 名</p>

				<p>购其所持有的丙方的全部或部分股权。</p> <p>12.1.1 丙方未能在 2021 年 12 月 31 日前完成首次公开发行或挂牌交易；或</p> <p>12.1.2 丙方未能在 2021 年 12 月 31 日前被第三方战略收购；或</p> <p>12.1.3 丙方发生未经甲方事先书面同意的兼并、收购或者乙方之一对丙方实际控制权发生变更的情形；或</p> <p>12.1.4 丙方出现法定破产清算或解散事由或董事会决定进行清算或解散；或</p> <p>12.1.5 丙方管理层或实际控制人出现重大诚信问题，如：出现甲方不知情的金额较大（超过人民币 100 万元）的财产转移、帐外销售、对外借款、担保等；或</p> <p>12.1.6 丙方不能按照本协议第七条的相关约定及时提供审计报告的；或</p> <p>12.1.7 出现 12.1.1-12.1.4 任一甲方根据本协议第 17 条终止本协议的情形。</p> <p>各乙方与丙方签署的相关投资协议中有关回购条款与本协议不一致的，启动回购的条件及回购价格以本协议为准。</p>	<p>投资人进一步约定“回购权”在一定情形下自动恢复效力，具体请见本补充法律意见书“《挂牌申请反馈意见》问题 5：关于特殊投资条款/三”。</p> <p>除上述情况外，张凯、智选有限与公司其他股东于 2021 年 8 月 16 日签署《协议书》，约定《投资协议》项下池倩钊、WANG XIN 享有的回购权自动失效，且不附带恢复条件。</p>
			最优惠条款	<p>如果丙方在未来完成的下一轮融资中，给予任何丙方股东或其他投资方任何优先于甲方的权利、权益或任何其他待遇，则甲方应当自动享有同等的权利、权益或任何其他待遇。获得公司控制权的股权并购交易除外</p>	<p>张凯、白玮、智选股份于 2022 年 1 月 1 日签署《〈协议书〉之补充协议（一）》，</p>
			优先清算权	<p>丙方发生乙方之一丧失对丙方的控制权，主要资产发生转移，或丙方发生清盘、关闭或解体等法定清算事由时，甲方有权要求行使优先清算权，对丙方资产进行清算分配：</p>	<p>约定左述条款自动失效，但在公司在全国中小企业股份转</p>

				<p>15.1 在股东可分配财产中，首先向甲方支付（1）甲方的投资款加上复合回报金额。复合回报金额等于自交割日直至丙方向甲方支付全部金额之日，以投资款为基数按照每年 12%单利计算所得的金额；及（2）丙方已产生但尚未支付予甲方的收益（包括但不限于股息与红利）而计算得出的金额。</p> <p>15.2 如果乙方之一处置其持有的丙方股权所获得的对价（“转让对价”）高于本协议第 15.1 条约定的公式计算所得的金额，则在股东可分配财产中，丙方应首先向甲方支付转让对价所对应的金额。</p> <p>15.3 剩余部分先向乙方之五支付 1.8 倍其初始投资款的款额，再向乙方之四、乙方之六、乙方之八、乙方之十、乙方之十一各方支付 1.8 倍各自初始投资款的款额，余额由丙方届时的全体股东按照持股比例进行分配。</p>	<p>让系统申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时，或该补充协议生效之日（即 2022 年 1 月 1 日）起 18 个月内未能完成挂牌的（以孰早日为准），则该条款自动恢复效力。</p> <p>除上述情况外，张凯、智选股份分别与富海铨创、富海永成、富海创新、富海华金于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议书>之补充协议（二）》以及分别与西藏宝信、WANG XIN、天诺营销、池倩钊、创大科技于 2022 年 1 月 1 日签署《<协议书>之补充协议（一）》，均约定左述条款自动失效，且不</p>
--	--	--	--	---	---

（二）特殊投资条款的履行情况，包括但不限于优先认购权、反稀释权、回购权等条款是否触发及后续义务的承担，履行过程中是否存在纠纷，是否存在损害公司及其他股东利益的情形

根据公司提供的资料及各股东出具的书面确认，并经本所律师核查，除下述情况外，公司各股东未行使过特殊权利条款，亦不存在触发及后续义务履行的情形：

根据西藏宝信及公司的书面确认，其 2019 年 4 月认缴公司新增注册资本 6.2514 万元的原因系富海华金、富海创新于 2018 年 7 月投资入股智选有限的估值低于其投资入股智选有限的估值，因此根据增资协议的相关约定行使反稀释权，即智选有限向西藏宝信按照 1 元/1 元注册资本的价格新增注册资本的方式履行反稀释补偿义务。

根据公司提供的资料及各股东出具的书面确认，公司及其股东就特殊权利条款的履行及解除不存在争议、纠纷或潜在纠纷，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

综上所述，公司历史沿革中除西藏宝信行使过反稀释权外，公司其他股东未行使过特殊权利条款，亦不存在触发及后续义务履行的情形，公司及其股东就特殊权利条款的履行及解除不存在争议、纠纷或潜在纠纷，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

三、说明特殊投资条款的效力恢复日为在新三板申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时，或《协议书》之补充协议生效之日起 18 个月内未能完成新三板挂牌（以孰早日为准），是否导致相关特殊投资条款在挂牌前存在效力恢复或挂牌期间尚未彻底解除的风险

根据公司提供的资料及各股东出具的书面确认，并经本所律师核查，富海铎创、富海永成、富海华金、富海创新、西藏宝信、白玮等 6 名投资人在补充协议中进一步约定，若发生下列情形的，则下述特殊权利条款将自动恢复效力，具体如下：

序号	投资人	附恢复条件特殊权利条款内容
----	-----	---------------

序号	投资人	附恢复条件特殊权利条款内容
1	富海铎创	<p>在公司在新三板申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时，或《协议书》之补充协议（二）生效之日（即 2022 年 1 月 1 日）起 18 个月内未能完成新三板挂牌的（以孰早日为准，以下简称“效力恢复日”），《投资协议》第 12 条“回购权”之约定恢复效力。</p> <p>于效力恢复日之日起，如富海铎创/富海永成行使《投资协议》项下的回购权利，则届时投资方应得的回购价款应扣除自 2022 年 1 月 1 日（含）至投资方行使回购权利向张凯发出书面通知之日（含）期间内以《投资协议》约定的基数和利率计算所得的金额，且张凯应在收到投资方要求回购的书面通知之日起六个月内自行或指定第三方（不包括智选股份）履行完成回购义务。</p>
2	富海永成	
3	富海华金	<p>在公司在新三板申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时，或《协议书》之补充协议（二）生效之日（即 2022 年 1 月 1 日）起 18 个月内未能完成新三板挂牌的（以孰早日为准，以下简称“效力恢复日”），《投资协议》第 12 条“回购权”之约定恢复效力。</p> <p>于效力恢复日之日起，如富海创新、富海华金行使《投资协议》项下的回购权利，则届时富海创新、富海华金应得的回购价款应扣除自 2022 年 1 月 1 日（含）至富海创新、富海华金各自行使回购权利向张凯发出书面通知之日（含）期间内以《投资协议》约定的基数和利率计算所得的金额，且张凯应在收到富海创新、富海华金要求回购的书面通知之日起一个月内自行或指定第三方（不包括智选股份）履行完成回购义务。</p>
4	富海创新	
5	西藏宝信	<p>如果公司未能在 2024 年 12 月 31 日前完成首次公开发行、挂牌交易或者被第三方战略收购，则《投资协议》第 12 条“回购权”之约定自 2025 年 1 月 1 日起自动恢复效力，并且届时西藏宝信依据该等约定应得的回购价款应扣除自 2022 年 1 月 1 日（含）至 2024 年 12 月 31 日（含）期间以《投资协议》约定的基数和利率计算所得的金额。</p>
6	白玮	<p>在全国中小企业股份转让系统申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时，或本协议生效之日（即 2022 年 1 月 1 日）起 18 个月内未能完成挂牌的（以孰早日为准），《投资协议》第 3.4 条、第 7 条“甲方之信息权和检查权”、第 8 条“公司治理”、第 9 条“首次公开发行前新增注册资本”、第 10 条“股权转让”、第 14 条“最优惠条款及后续融资”、第 15 条“优先清算权”之约定自动恢复效力。</p>

基于以下理由，本所律师认为，特殊投资条款在挂牌前恢复效力的风险较小，在挂牌期间不存在恢复的风险：

1、如上表所示，张凯、公司与富海铎创、富海永成、富海华金、富海创新、白玮约定的特殊权利条款的效力恢复日为 2023 年 7 月 1 日，与西藏宝信约定特殊权利条款的效力恢复日为 2024 年 12 月 31 日。根据本所律师对过去 12 个月在

全国股份转让系统挂牌公司从受理到最终挂牌所需时间的检索，该等公司挂牌从受理到最终挂牌平均所需时间为 124 天（约 4 个月）。公司全国股份转让系统挂牌申请由全国股份转让系统公司于 2022 年 5 月 11 日受理，参照上述所需平均时间（4 个月）进行计算，触发效力恢复时间点的可能性较小。同时，富海铎创、富海永成、富海华金、富海创新、西藏宝信、白玮等 6 名投资人已签署承诺函，明确公司在取得全国股份转让系统公司的挂牌同意函后，上述条款约定的特殊权利条款均全部失效；

2、虽然上述特殊权利条款在公司在全国中小企业股份转让系统申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时将恢复效力，但在上述情况下，公司已不属于申请挂牌的审查期间，其与投资人签署的投资协议无需遵守《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第 1 号》的相关规定；

3、如公司取得全国股份转让系统公司的挂牌同意函，则上述条款约定的特殊权利条款均全部失效，因此不存在挂牌期间恢复的风险。

综上所述，特殊投资条款在挂牌前恢复效力的风险较小，在挂牌期间不存在恢复的风险。

四、请主办券商、律师结合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第 1 号》相关规定，核查上述事项，发表明确意见，并说明公司是否存在尚未终止的特殊投资条款，如存在，是否已履行内部审议程序、是否存在应当予以清理的情形、相关义务主体的履约能力、对公司可能产生的影响等

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第 1 号》（以下简称“《1 号指引》”）“1-3 对赌等特殊投资条款”之规定：“一、对赌等特殊投资条款的规范性要求投资方在投资申请挂牌公司时约定的对赌等特殊投资条款存在以下情形的，公司应当清理：（一）公司为特殊投资条款的义务或责任承担主体；（二）限制公司未来股票发行融资的价格或发行对象；（三）强制要求公司进行权益分派，或者不能进行权益分派；（四）公司未来再融资时，如果新投资方与公司约定了优于本次投资的特殊投资条款，则相关条款自动适用于本次投资方；（五）相关投资方有权不经公司内部决策程序直接向公司派驻董

事，或者派驻的董事对公司经营决策享有一票否决权；（六）不符合相关法律法规规定的优先清算权、查阅权、知情权等条款；（七）触发条件与公司市值挂钩；（八）其他严重影响公司持续经营能力、损害公司及其他股东合法权益、违反公司章程及全国股转公司关于公司治理相关规定的情形”。

经核查相关股东签署的股东协议及历次补充协议，截至本补充法律意见书出具之日，公司及股东不存在仍在履行/履行中《1号指引》“1-3 对赌等特殊投资条款”之规定的公司应当清理的对赌等特殊投资条款的八种情形，尽管存在尚未彻底终止的附条件恢复效力的特殊投资条款，但仅在公司全国中小企业股份转让系统申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时等特定情形下才恢复效力，且公司与其股东对该等特殊权利条款不存在任何纠纷或潜在纠纷，公司不存在违反《1号指引》相关规定的情形。

五、核查程序和核查意见

就上述问题，本所律师主要执行了如下核查程序：

1、查阅公司历次增资协议及补充协议、股权转让协议、股东会决议、投资款支付凭证、各股东（含陈玮）出具的确认函；

2、通过企查查等网站的公示信息核查公司的投资方与公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及公司的主要客户和供应商是否存在关联关系；

3、分析特殊投资条款中的效力恢复条款是否符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第1号》的规定，是否存在应当予以清理的情形、相关义务主体的履约能力、对公司挂牌可能产生的影响。

经核查，本所律师认为：

1、公司已补充说明相关投资方投资公司的背景及资金来源、投资方与公司及其实际控制人、董监高、主要客户和供应商的关联关系情况。截至本补充法律意见书出具之日，公司投资方不存在股权代持或其他利益安排；

2、公司历史沿革中除西藏宝信行使过反稀释权外，公司其他股东未行使过特殊权利条款，亦不存在触发及后续义务履行的情形，公司及其股东就特殊权利条款的履行及解除不存在争议、纠纷或潜在纠纷，不存在损害公司及其他股东利

益的情形；

3、特殊投资条款在挂牌前存在效力恢复的可能性较低，不存在挂牌期间恢复的风险；

4、截至本补充法律意见书出具之日，公司及股东不存在仍在履行/履行中《1号指引》“1-3 对赌等特殊投资条款”之规定的公司应当清理的对赌等特殊投资条款的八种情形，尽管存在尚未彻底终止的附条件恢复效力的特殊投资条款，但仅在公司全国中小企业股份转让系统申请被撤回、退回、驳回、失效、否决时等特定情形下才恢复效力，且公司与其股东对该等特殊权利条款不存在任何纠纷或潜在纠纷，公司不存在违反《1号指引》相关规定的情形。

《挂牌申请反馈意见》问题 6：关于历史沿革

根据公转书披露：（1）公司设立时，创始人池倩钊所持有的 25%股权系代广州天程持有；2015 年 12 月，池倩钊受广州天程委托将 5%股权转让给创大科技；2016 年 1 月，池倩钊向广州天程转让 20%股权解除代持；2017 年 2 月，广州天程 0.3455%股权转让至池倩钊并退出公司；（2）子公司上海智士设立时，李淳杰代 WANG XIN 持有上海智士 30%的股权；2019 年 4 月，李淳杰向公司转让 20%股权并解除代持。

请公司补充说明：（1）公司历次出资及股权转让价格、定价依据，对应市盈率或每股净资产情况等；公司整体变更及历次股权转让的税款缴纳情况，是否符合税务相关监管定；（2）池倩钊在代持期间出资的资金来源、是否取得创大科技股权转让款项，是否与广州天程存在股权权属纠纷或其他争议；池倩钊解除代持后又受让广州天程部分股权的背景及资金来源，股权代持的解除是否真实、有效；（3）WANG XIN 委托李淳杰持有上海智士股权是否违反外商投资相关规定，是否存在受到行政处罚的风险；WANG XIN 与公司共同出资设立上海智士的原因及合理性，共同对外投资期间是否存在利益输送的情形。

请主办券商、律师核查上述事项，发表明确意见。

一、公司历次出资及股权转让价格、定价依据，对应市盈率或每股净资产情况等；公司整体变更及历次股权转让的税款缴纳情况，是否符合税务相关监

管规定

（一）公司历次出资及股权转让价格、定价依据，对应市盈率或每股净资产情况及完税情况

根据公司提供的资料及各股东书面确认，并经本所律师核查，公司历次出资及股权转让价格、定价依据、对应每股净资产及完税情况如下：

序号	事项	增资/股权转让	增资/股权转让原因/背景	增资/股权转让价格	增资/股权转让定价依据	最近一个会计年度每股净资产	完税情况	股份支付的确认情况及判断依据
1	2015年2月智选有限设立	张凯以货币出资300万元，认缴智选有限300万元注册资本；池倩钊（代广州天程）以货币出资300万元（其中100万元计入智选有限注册资本，200万元计入智选有限资本公积），共同成立智选有限	广州天程看好智选有限的业务发展，拟对智选有限进行投资，但智选有限设立时广州天程尚未成立（广州天程系2015年3月3日成立），为尽快实现广州天程对智选有限的投资，不影响智选有限的设立和业务的开展，广州天程委托池倩钊代广州天程持有智选有限25%的股权（对应100万元注册资本）	张凯：1元/1元注册资本 广州天程：3元/1元注册资本	张凯：作为智选有限设立的主要发起人与创始人，与天使投资人广州天程协商一致定价 广州天程：看好拟设立的智选有限的发展前景，对智选有限进行的天使轮投资，与张凯协商一致定价	-	智选有限设立，不涉及所得税	智选有限设立，广州天程对智选有限进行财务投资而认缴智选有限注册资本（由池倩钊代持），其未向智选有限提供服务，不涉及股份支付
2	2015年12月智选	池倩钊将其持有的20万元智选有限注册资	创大科技看好智选有限发展前景，与池倩钊及	3元/1元注册	智选有限成立尚未满1年，业务发展属于早期	-	以投资成本价格转让，	创大科技基于财务投资而受

序号	事项	增资/股权转让	增资/股权转让原因/背景	增资/股权转让价格	增资/股权转让定价依据	最近一个会计年度每股净资产	完税情况	股份支付的确认情况及判断依据
	有限第一次股权转让	本对应的智选有限5%的股权以60万元的价格转让给创大科技	其代持股权的隐名股东广州天程协商一致	资本	阶段，用设立之初的价格进行转让，转让价格和广州天程投资智选有限的价格一致		不涉及所得税	让股权，其未向智选有限提供服务，不涉及股份支付
3	2016年2月智选有限第二次股权转让	池倩钊将80万元出资额对应的股权以80万元的价格转让给广州天程	池倩钊将代广州天程持有智选有限的股权还原给广州天程	1元/1元注册资本 ¹	代持还原，广州天程未实际支付股权转让价款，定价为代持人池倩钊与被代持人广州天程协商确定	0.5元/股	以投资成本价格转让，无需缴纳个人所得税	为解除股份代持而导致股权变动，不涉及股份支付
4	2016年6月智选有限第一次增资	智选有限注册资本由300万增加至463.1578万元，其中富海铎创认缴31.5879万元注	引入财务投资者，解决智选有限资金需求，进一步发展智选有限业务	47.5元/1元注册资本	财务投资者看好智选有限业务发展前景，并与智选有限其他股东协商一致确定	0.5元/股	以增资的方式进行投资，不涉及所得税	富海铎创、富海永成、白玮基于财务投资而认缴智选有限新

¹ 本次股权转让，广州天程未向池倩钊支付股权转让价款。2016年7月18日至7月20日，广州天程向池倩钊支付其代为向智选有限的出资款240万元。

序号	事项	增资/股权转让	增资/股权转让原因/背景	增资/股权转让价格	增资/股权转让定价依据	最近一个会计年度每股净资产	完税情况	股份支付的确认情况及判断依据
		册资本，富海永成认缴 21.0526 万元注册资本，白玮认缴 10.5263 万元注册资本						增注册资本，该等投资人未向智选有限提供服务，不涉及股份支付
5	2016 年 10 月智选有限第三次股权转让	张凯将其持有的 60 万元注册资本对应的智选有限 12.9545% 的股权以 60 万元的价格转让给广州梭伦	广州梭伦为智选有限的员工持股平台，张凯向其转让股权主要用于对智选有限核心员工进行股权激励	1 元/1 元注册资本	用于对智选有限核心员工进行股权激励	0.5 元/股	平价转让，无需缴纳个人所得税	智选有限控股股东基于员工股权激励的目的而转让股权，股份支付的确认情况见于补充法律意见书之“问题 7、关于股权激励”的相关回复

序号	事项	增资/股权转让	增资/股权转让原因/背景	增资/股权转让价格	增资/股权转让定价依据	最近一个会计年度每股净资产	完税情况	股份支付的确认情况及判断依据
6	2017年2月智选有限第四次股权转让	广州天程将其持有的78.3996万元智选有限注册资本对应的智选有限16.9272%的股权转让给天诺营销	2017年为保证电声股份顺利在创业板上市，消除智选有限与电声股份潜在的同业竞争（广州天程与电声股份的实际控制人均为梁定郊先生），广州天程将对智选有限的股权转让给电声股份的全资子公司天诺营销	3元/1元注册资本	梁定郊控制的公司持股形式调整，以广州天程对智选有限的投资成本价格进行转让	4.11元/股	以投资成本价格转让，不涉及所得税	天诺营销基于解决潜在同业竞争问题而受让广州天程持有的智选有限股权，天诺营销未向智选有限提供服务，不涉及股份支付
7	股权转让	广州天程将其持有的1.6004万元智选有限注册资本对应的智选有限0.3455%的股权转让给池倩钊	池倩钊看好智选有限的发展前景，拟继续持有智选有限股权，且池倩钊未在电声股份持股，因此由广州天程将持有智选有限的部分股权转让	3元/1元注册资本	池倩钊看好智选有限的发展前景，拟继续持有智选有限股权，从间接通过广州天程持有智选有限股权变为直接持股，以投资成本价	4.11元/股	以投资成本价格转让，不涉及个人所得税	池倩钊基于财务投资而受让广州天程持有的智选有限股权，其未向智选有限提供服务，不涉及股份支

序号	事项	增资/股权转让	增资/股权转让原因/背景	增资/股权转让价格	增资/股权转让定价依据	最近一个会计年度每股净资产	完税情况	股份支付的确认情况及判断依据
			让给池倩钊		格进行转让			付
8	2017年7月智选有限第二次增资	智选有限注册资本由463.1578万元增至488.8890万元，新增的注册资本25.7312万元全部由西藏宝信认缴	引入财务投资者，解决智选有限资金需求，进一步发展智选有限业务	58.3元/1元注册资本	西藏宝信看好智选有限业务发展前景，并与智选有限其他股东协商一致确定	4.18元/股	以增资的方式投资，不涉及所得税	西藏宝信基于财务投资而认缴智选有限新增注册资本，其未向智选有限提供服务，不涉及股份支付
9	2018年7月智选有限第三次增资	智选有限注册资本由488.8890万元增至499.4153万元，新增的注册资本富海创新、富海华金同比例认缴	引入财务投资者，解决智选有限资金需求，进一步发展智选有限业务	47.5元/1元注册资本	本轮投资人与本表格第4项富海铎创、富海永成系同一实际控制人陈玮控制，入股价格与富海铎创、富海永成保持一致，系上一轮投资的延续，并与智选有	4.18元/股	以增资的方式投资，不涉及所得税	富海创新、富海华金基于财务投资而认缴智选有限新增注册资本，该等投资人均未向智选有限提供服

序号	事项	增资/股权转让	增资/股权转让原因/背景	增资/股权转让价格	增资/股权转让定价依据	最近一个会计年度每股净资产	完税情况	股份支付的确认情况及判断依据
					限其他股东协商一致确定			务，不涉及股份支付
10	2019年4月智选有限第四次增资	智选有限注册资本由499.4153万元增至562.0013万元，其中WANG XIN认缴56.2001万元，西藏宝信认缴6.2514万元，富海创新认缴0.06725万元，富海华金认缴0.06725万元	WANG XIN作为智选有限联合创始人持有智选有限股权；智选有向西藏宝信履行反稀释义务；西藏宝信行使反稀释权后导致富海创新、富海华金持有智选有限的股比下降，故向智选有限认缴新增注册资本	WANGXIN： 2.67元/1元注册资本 西藏宝信、富海创新、富海华金：1元/1元注册资本	WANGXIN 增资入股的定价依据及合理性： WANGXIN 作为智选有限联合创始人进行持股，以西藏宝信入股智选有限的估值为定价基础，并与智选有限其他股东协商一致确定 西藏宝信、富海创新、富海华金增资入股的定价依据及合理性：智选有限向西藏宝信履行反稀释义务，西藏宝	5.97元/股	以增资的方式投资，不涉及所得税	WANG XIN 作为智选有限联合创始人而认缴智选有限新增注册资本，系智选有限对其的股权激励，股份支付的确认情况见于本补充法律意见书之“问题7、关于股权激励”的相关回复；西藏宝信基于行使

序号	事项	增资/股权转让	增资/股权转让原因/背景	增资/股权转让价格	增资/股权转让定价依据	最近一个会计年度每股净资产	完税情况	股份支付的确认情况及判断依据
					信行使反稀释权后导致富海创新、富海华金持有智选有限的股比下降，故富海创新、富海华金向智选有限认缴新增注册资本，并与智选有限其他股东协商一致确定			反稀释权而认缴智选有限新增注册资本，其未向智选有限提供服务，不涉及股份支付；富海创新、富海华金基于财务投资而认缴智选有限新增注册资本，未向智选有限提供服务，不涉及股份支付
11	2019年6月智选有	智选有限注册资本由562.0013万元增至66	引入产业投资者，解决智选有限资金需求，进	43.59元/1元注册资本	基于智选有限上一轮融资的价格及业绩增	5.97元/股	以增资的方式投资，不	一普大数作为产业投资者而

序号	事项	增资/股权转让	增资/股权转让原因/背景	增资/股权转让价格	增资/股权转让定价依据	最近一个会计年度每股净资产	完税情况	股份支付的确认真情况及判断依据
	限第五次股权转让、第五次增资	5.2257 万元，新增注册资本 103.2244 万元全部由一普大数认缴	一步发展智选有限业务		长预期，一普大数作为产业投资者投资智选有限，并与智选有限其他股东协商一致确定		涉及所得税	认缴智选有限新增注册资本，其未向智选有限提供服务，不涉及股份支付
12		创大科技将其所持智选有限注册资本 13.3045 万元对应的智选有限 2%的股权转让给一普大数	一普大数看好智选有限前景，与创大科技协商一致	30.52 元/1 元注册资本	创大科技有减持智选有限股权的需求、一普大数拟进一步增持持有智选有限的股权，故由一普大数、创大科技双方协商一致确定，转让价格为一普大数增资价格的 70%，原因系创大科技无需等到智选有限上市后进行减持	5.97 元/股	创大科技为企业法人，按年度汇算清缴缴税，不涉及缴纳个人所得税	一普大数作为产业投资者而受让股权，其未向智选有限提供服务，不涉及股份支付

注：因智选有限成立至 2019 年均处于亏损状态，故未计算对应股权变动时的市盈率情况。

（二）公司整体变更及历次股权转让的税款缴纳情况

1、公司整体变更涉及的税款缴纳情况

（1）整体变更时相关股东的个人所得税缴纳情况

根据公司提供的资料及其书面确认，公司 2021 年 12 月整体变更为股份有限公司，整体变更前智选有限的注册资本为 665.23 万元，整体变更后公司的注册资本为 3,326.13 万元。智选有限整体变更为股份公司时发起人股东共 13 名，其中自然人股东 4 名、法人股东 3 名，合伙企业股东 6 名；截至本补充法律意见书出具之日，公司自然人股东及合伙企业股东中的自然人合伙人暂未就智选有限整体变更事宜缴纳个人所得税。

（2）相关自然人/合伙企业股东出具的书面承诺

根据作为公司股改时发起人的自然人股东和合伙企业股东出具的《承诺函》，该等自然人股东及合伙企业股东均对公司整体变更所涉个人所得税事宜承诺：在公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司时，其所享有的以未分配利润、盈余公积和除股票溢价发行外的其他资本公积转增股本的部分，如税务部门向其征缴个人所得税或要求承担扣缴义务时，其将依法履行相应的纳税义务。

（3）整体变更时相关股东个人所得税不构成公司本次挂牌的实质障碍

虽然作为公司股改时发起人的自然人股东及合伙企业股东中的自然人合伙人暂未就智选有限整体变更事宜缴纳个人所得税，但不构成公司本次挂牌的实质障碍。具体分析如下：

1) 如上所述，相关股东均已出具承诺，如税务部门向其征缴个人所得税或要求承担扣缴义务时，其将依法履行相应的纳税义务。

2) 根据公司的书面确认，本所律师通过信用广东网、国家税务总局广东省税务局 (<https://guangdong.chinatax.gov.cn/gdsw/index.shtml>)、广州市税务局网站 (https://guangdong.chinatax.gov.cn/gdsw/gzsw/gzsw_index.shtml) 的公示信息核查，截至本补充法律意见书出具之日，公司不存在因上述情形被主管税务部门予以处罚的情形。

3) 就相关股东个人所得税缴纳事宜, 公司已向相关发起人股东发送邮件, 敦促其应按照相关法律法规的规定履行智选有限整体变更过程中涉及个人所得税缴纳义务。

综上, 本所律师认为相关股东未就智选股份整体变更时转增股本申报缴纳个人所得税的事项, 不会构成公司本次挂牌的实质障碍。

2、公司历次股权转让的税款缴纳情况请见本题“一/（一）”所述。

二、池倩钊在代持期间出资的资金来源、是否取得创大科技股权转让款项, 是否与广州天程存在股权权属纠纷或其他争议; 池倩钊解除代持后又受让广州天程部分股权的背景及资金来源, 股权代持的解除是否真实、有效

（一）池倩钊在代持期间出资的资金来源系其自有资金、已取得创大科技股权转让款项, 与广州天程不存在股权权属纠纷或其他争议

根据池倩钊与广州天程签署的《股份代持协议》、池倩钊向公司缴付出资的凭证、公司的书面确认以及本所律师对上述主体的访谈, 智选有限设立时广州天程尚未成立（广州天程系 2015 年 3 月 3 日成立）, 为尽快实现广州天程对智选有限的投资, 不影响智选有限的设立和业务的开展, 广州天程委托池倩钊代广州天程持有智选有限 25% 的股权（对应 100 万元注册资本）, 池倩钊以其自有资金分别于 2015 年 6 月 11 日、2015 年 6 月 12 日向智选有限缴付 200 万元、100 万元。

根据公司提供的资料、创大科技受让股权的支付凭证, 以及池倩钊、创大科技签署《股东转让出资合同书》, 池倩钊将 20 万元出资额对应的股权以 60 万元的价格转让给创大科技, 池倩钊已取得上述 60 万元的股权转让价款。

2016 年 7 月 18 日至 7 月 20 日, 广州天程向池倩钊支付其代为向公司的出资款 240 万元。

根据本所律师对池倩钊、广州天程的访谈以及上述主体的书面确认, 池倩钊与广州天程就公司的股权不存在任何纠纷、争议或潜在纠纷、争议。

综上所述, 池倩钊在代持期间出资的资金来源系其自有资金, 广州天程已于 2016 年 7 月将代持股权的出资款支付给池倩钊, 以及池倩钊已取得创大科技股权转让款项; 池倩钊与广州天程就公司股权不存在权属纠纷或其他争议、纠纷。

（二）池倩钊解除代持后又受让广州天程部分股权的背景及资金来源，股权代持的解除是否真实、有效

2016年1月25日，为还原代持，池倩钊、广州天程签署《股东转让出资合同书》，约定池倩钊将80万元出资额对应的股权以80万元的价格转让给广州天程。根据池倩钊、广州天程出具的书面确认，上述股权代持解除系其各自真实意思表示，股权代持已经真实、有效解除。

根据公司提供的资料、本所律师查询电声股份的招股说明书以及对广州天程、池倩钊的访谈，2017年为保证电声股份顺利在创业板上市，消除智选有限与电声股份潜在的同业竞争（广州天程与电声股份的实控人均均为梁定郊先生），广州天程（池倩钊系其股东之一）拟将其持有的智选有限股权转让给电声股份的全资子公司天诺营销。由于当时池倩钊仍有兴趣继续对智选有限进行投资，且鉴于其未在电声股份持股，经池倩钊、广州天程协商一致，双方同意广州天程将其所持智选有限0.3455%的股权（对应智选有限1.6004万元注册资本）以4.8010万元的价格转让给池倩钊，池倩钊以其自有资金于2017年4月7日向广州天程支付上述股权转让价款，前述股权转让完成后，池倩钊由通过广州天程间接持有智选有限的股权变更为直接持股。

综上所述，池倩钊、广州天程的股权代持解除系其各自真实意思表示，股权代持已经真实、有效解除。池倩钊解除代持后又受让广州天程持有的智选有限股权原因系其看好公司未来发展，但因其未在电声股份持股，故以自有资金从广州天程处受让智选有限股权，从而由通过广州天程间接持有智选有限的股权变更为直接持有。

三、WANG XIN 委托李淳杰持有上海智士股权是否违反外商投资相关规定，是否存在受到行政处罚的风险；WANG XIN 与公司共同出资设立上海智士的原因及合理性，共同对外投资期间是否存在利益输送的情形

（一）WANG XIN 委托李淳杰持有上海智士股权违反了外商投资相关规定，但不存在因此被有关主管部门事后处罚的风险

上海智士于2016年5月17日成立。根据李淳杰与WANG XIN的书面确认以及本所律师对于前述人员的访谈，李淳杰（系WANG XIN的配偶LI ZHUNSHI

的兄弟)系代 WANG XIN 持有上海智士 30%的股权, WANG XIN 的国籍为加拿大; 上述股权代持的原因系基于 WANG XIN 业务出差较多, 签字办理工商登记手续多有不便。

根据上海智士设立时适用的《中华人民共和国中外合资经营企业法(2001修正)》的规定, 合营各方签订的合营协议、合同、章程, 应报国家对外经济贸易主管部门(以下称审查批准机关)审查批准。审查批准机关应在三个月内决定批准或不批准; 合营企业经批准后, 向国家工商行政管理主管部门登记, 领取营业执照, 开始营业。上述规定并未对设立中外合资经营企业未履行审批程序的罚则作出规定。

2016年10月8日,《外商投资企业设立及变更备案管理暂行办法》(中华人民共和国商务部令2016年第3号,2016年10月8日生效,2020年1月1日废止)取消了外商投资企业审批的制度,但规定设立外商投资企业,属于规定的备案范围的,在取得企业名称预核准后,应通过综合管理系统,办理设立备案手续;外商投资企业或其投资者违反该办法的规定,未能按期履行备案义务,或在进行备案时存在重大遗漏的,商务主管部门应责令限期改正;逾期不改正,或情节严重的,处3万元以下罚款。根据2016年09月30日发布的国家工商行政管理总局《关于做好外商投资企业实行备案管理后有关登记注册工作的通知》(工商企注字(2016)189号)的规定,境外投资者在国家规定实施外商投资准入特别管理措施以外的产业进行投资的,商务部门的备案证明不是企业进行工商登记的前置条件;工商行政管理部门直接受理不涉及《负面清单》管理的外商投资企业设立、变更登记申请。根据上述规定, WANG XIN 与公司共同设立上海智士,未履行外商投资企业的备案义务,存在程序性瑕疵,但基于以下原因,本所律师认为上海智士上述情况已不存在被有关主管部门事后处罚的风险:

1、上海智士从事的新零售 O2O 数字营销解决方案及相关营销技术服务不属于《外商投资产业指导目录(2015年修订)》规定外商限制及禁止投资范围, WANG XIN 不存在为规避外商投资限制而委托李淳杰进行代持的主观故意;

2、2020年1月1日《中华人民共和国外商投资法》生效,该法已经全面取消了商务部门对外商投资企业设立和变更事项的审批和备案,该法二十八条规定,

“外商投资准入负面清单以外的领域，按照内外资一致的原则实施管理”，公司现所从事的业务，不属于负面清单范畴内的业务。根据最高人民法院于 2004 年 5 月 18 日作出的《最高人民法院关于审理行政案件适用法律规范问题的座谈会纪要》，在新旧法对情况的处理不一致的情况下，如适用新的执法依据对保护行政相对人的合法权益更为有利，则适用新法。虽然上海智士设立存在程序性瑕疵，但 2020 年 1 月 1 日起实施的《中华人民共和国外商投资法》已全面取消了商务部门对外商投资企业设立和变更事项的审批和备案，原商务主管部门已不再对外商投资公司历史上股份变动情况进行补办审批和备案手续，亦不会对历史上存在前述程序瑕疵的公司及 WANG XIN 进行处罚；

3、截至本补充法律意见书出具之日，商务主管部门从未责令上海智士就设立未备案事项限期改正，亦未对上海智士就此进行过处罚。根据《中华人民共和国行政处罚法》第三十六条，违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚；涉及公民生命健康安全、金融安全且有危害后果的，上述期限延长至五年；前款规定的期限，从违法行为发生之日起计算；违法行为有连续或者继续状态的，从行为终了之日起计算。2019 年 4 月 30 日上海智士已变更为智选有限的全资子公司，公司、WANG XIN 未履行外商投资备案的违法行为已经消除，该等违法行为不涉及公民生命健康安全、金融安全且有危害后果，因此截至本补充法律意见书出具日，上述违法行为终了之日已过二年，根据《中华人民共和国行政处罚法》前述规定，不再给予行政处罚；

4、公司实际控制人张凯作出书面承诺，如上海智士因未办理公司设立的外商投资备案而导致相关政府部门要求上海智士承担任何责任或受到任何处罚，并致使上海智士遭受任何损失的，其将承担全部损失且不向公司或其他股东进行追偿。上海智士承诺如商务部门责令限期改正的，保证在限定期限内予以改正。

综上所述，WANG XIN 与公司共同设立上海智士，未履行外商投资企业的备案义务，存在程序性瑕疵，但上海智士、WANG XIN 已不存在因此被有关主管部门事后处罚的风险，上述情形不构成公司本次挂牌的实质性障碍。

（二）WANG XIN 与公司共同出资设立上海智士的原因及合理性，共同对外投资期间是否存在利益输送的情形

1、WANG XIN 与公司共同出资设立上海智士具有合理性

根据公司提供的资料以及张凯、WANG XIN 以及公司的书面确认，并经本所律师核查，WANG XIN 与智选有限共同出资设立上海智士的主要理由如下：

智选有限于 2015 年 2 月 14 日在广州市由张凯、广州天程共同设立，拟开展新零售 O2O 数字营销解决方案及相关营销技术服务，随着智选有限业务的不断扩大，为便于开拓、联络、维护上海的客户，2017 年智选有限拟在上海成立子公司，作为在上海本地开展业务的主体。WANG XIN 与张凯曾共同任职于广州宝洁有限公司，与张凯相识多年，对品牌营销行业有着丰富的经验和深刻的理解，看好智选有限未来业务的发展方向，在 2016 年 6 月作为公司联合创始人之一加入智选有限，并担任智选有限副总经理兼首席市场运营官。作为智选有限联合创始人身份加入智选有限后，张凯及智选有限同意由 WANG XIN 在智选有限持有-定比例的股权，以使得创始人个人利益与智选有限利益深度绑定，共谋发展。由于智选有限 2016 年 6 月完成第一轮融资，与白玮、富海铎创、富海永成签署的增资协议中有约定反稀释条款，考虑到在此时如由 WANG XIN 以低于上述投资人的价格直接在公司持股，将触发反稀释条款进一步稀释创始人张凯在智选有限的持股比例。为使投资人了解 WANG XIN 作为智选有限联合创始人对智选有限业务发展的促进作用，同意 WANG XIN 在智选有限直接持股且不触发投资人的反稀释权，并为后续 WANG XIN 在智选有限直接持股作出安排，经智选有限与 WANG XIN 协商，双方同意共同投资设立上海智士，在投资人同意 WANG XIN 在智选有限持股不触发反稀释权的条件下，WANG XIN 可通过以其持有的上海智士股权对智选有限作价出资，实现在智选有限层面的持股。

综上所述，WANG XIN 与智选有限共同出资设立上海智士主要出于智选有限需在上海设立子公司开展业务，同时为联合创始人 WANG XIN 后续在智选有限直接持股作出安排，具有真实的商业背景，理由合理。

2、共同对外投资期间不存在利益输送

根据公司提供的资料及公司、WANG XIN 的书面确认，并经本所律师核查，共同投资期间不存在对 WANG XIN 进行利益输送：

(1) 如前所述，共同投资成立上海智士的原因系为智选有限在上海本地承

接及开拓业务以及为 WANG XIN 后续在智选有限持股作出安排，具有真实的商业背景，理由合理，不存在对 WANG XIN 进行利益输送的主观故意；

(2) WANG XIN 与智选有限共同投资期间（2016 年 5 月 17 日至 2019 年 4 月 30 日），上海智士未对 WANG XIN 进行过分红；

(3) 2019 年 4 月智选有限以 150 万元受让 WANG XIN 持有的上海智士股权，上述股权转让价款为 WANG XIN 对上海智士的初始投资成本，不存在溢价。

综上所述，WANG XIN 与智选有限共同出资设立上海智士期间不存在利益输送，上述共同投资未损害公司的合法权益。

四、核查程序和核查意见

就上述问题，本所律师主要执行了如下核查程序：

1、查阅公司的工商登记档案及公司历次增资协议及补充协议、股权转让协议、股东会决议、投资款支付凭证、各股东（含陈玮）出具的确认函；

2、和公司管理层访谈，了解公司历次股权变动的背景及原因、定价依据，并取得各股东的书面确认；

3、查阅公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司时的资产评估报告、审计报告、验资报告；

4、查阅《国家税务总局关于进一步加强高收入者个人所得税征收管理的通知》（国税发[2010]5 号）《关于将国家自主创新示范区有关税收试点政策推广到全国范围实施的通知》（财税〔2015〕116 号）等相关规定，并和公司财务总监进行访谈；查阅公司自然人股东张凯、池倩钊、白玮、WANG XIN 出具《承诺函》；

5、查阅池倩钊与广州天程签署的《股份代持协议》、池倩钊对公司的出资凭证、广州天程偿还池倩钊出资款的支付凭证，并对池倩钊、广州天程、天诺营销进行访谈；查阅电声股份的招股说明书；

6、对李淳杰、WANG XIN 进行访谈，了解股权代持的背景与原因，并取得上述人员的书面确认；

7、查阅《外商投资产业指导目录（2015年修订）》《中华人民共和国中外合资经营企业法（2001修正）》《外商投资企业设立及变更备案管理暂行办法》《中华人民共和国外商投资法》等法律法规，核查李淳杰代 WANG XIN 持有上海智士股权是否违反了外商投资相关规定，是否存在被有关主管部门事后处罚的风险；

8、对公司管理层、WANG XIN 进行访谈，了解 WANG XIN 与公司共同出资设立上海智士的背景和原因，并取得公司、WANG XIN 的书面确认；

9、查阅上海智士（2016年5月17日至2019年4月30日）的财务报表、业务合同；

10、通过信用广东网、国家税务总局广东省税务局、广州市税务局等网站的公示信息查询，截至本补充法律意见书出具之日，公司是否存在因整体变更时相关股东暂未缴纳个人所得税被主管税务部门处罚的情形。

经核查，本所律师认为：

1、就作为公司发起人的自然人股东及合伙企业股东中的自然人合伙人暂未就智选有限整体变更缴纳个人所得税事宜，截至本补充法律意见书出具之日，公司未因此受到主管税务部门的行政处罚；此外，公司自然人股东张凯、池倩钊、白玮、WANG XIN 及相关合伙企业股东均已出具《承诺函》，在公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司时，其所享有的以未分配利润、盈余公积和除股票溢价发行外的其他资本公积转增股本的部分，如税务部门向其征缴个人所得税或要求承担扣缴义务时，其将依法履行相应的纳税义务；据此上述情形不会对公司本次挂牌构成实质性障碍；

2、池倩钊在代持期间出资的资金来源系其自有资金，其已取得创大科技股权转让款项，与广州天程就公司股权不存在权属纠纷或其他争议。池倩钊解除代持后又受让广州天程持有的公司股权原因系其看好公司未来发展，但其未在电声股份持股，因此以自有资金从广州天程处受让公司股权。上述股权代持已经真实、有效解除；

3、WANG XIN 委托李淳杰持有上海智士股权违反了外商投资相关规定，但

不存在因此被有关主管部门事后处罚的风险。WANG XIN 与智选有限共同出资设立上海智士主要出于智选有限需在上海设立子公司开展业务，同时为联合创始人 WANG XIN 后续在智选有限直接持股作出安排，具有真实的商业背景，具备合理性。WANG XIN 与智选有限共同出资设立上海智士期间不存在利益输送。

《挂牌申请反馈意见》问题 7：关于股权激励

根据公转书披露：（根据公转书披露：（1）2016 年 8 月至 2021 年 12 月，公司通过授予员工持股平台广州梭伦的份额进行激励；（2）2019 年 4 月，公司通过授予股权对 WANG XIN 进行激励。

请公司补充说明：（1）说明股权激励公允价格的计算依据，股份支付费用计算及在服务期限内的摊销是否准确，相关处理是否符合《企业会计准则》相关规定；（2）说明激励对象的资金来源、支付情况，是否存在代持或其他利益安排；（3）补充披露广州梭伦相关激励计划的实施情况，包括但不限于激励对象在公司的任职情况，激励份额的锁定期安排、日常管理、流转及退出机制，激励份额的授予和行权时点、数量、价格情况，是否符合期权激励协议相关约定，是否存在纠纷或潜在争议；激励份额是否已经授予完毕，是否存在预留份额及其授予计划；（4）说明 WANG XIN 的股权激励份额显著高于其他员工的原因及合理性，WANG XIN 是否实质参与公司经营管理，公司的获客方式及渠道是否依赖于 WANG XIN；若 WANG XIN 退出、调整或者发生其他变动或纠纷时，对公司生产经营、客户稳定、业务持续性的具体影响。

请主办券商、律师核查上述事项（2）至（4），并发表明确意见。

一、说明激励对象的资金来源、支付情况，是否存在代持或其他利益安排

根据公司提供资料，并经本所律师对公司激励对象进行的访谈及其书面确认，各激励对象均以自有资金进行出资获取激励股权、激励份额，不存在资金来源于公司及其主要关联方的情形，激励对象已经全部实缴支付激励股权/激励份额所对应的价款；激励股权/份额均为激励对象实际持有，不存在代持或其他利益安排。

二、补充披露广州梭伦相关激励计划的实施情况，包括但不限于激励对象

在公司的任职情况，激励份额的锁定期安排、日常管理、流转及退出机制，激励份额的授予和行权时点、数量、价格情况，是否符合期权激励协议相关约定，是否存在纠纷或潜在争议；激励份额是否已经授予完毕，是否存在预留份额及其授予计划

(一) 补充披露广州梭伦相关激励计划的实施情况，包括但不限于激励对象在公司的任职情况，激励份额的锁定期安排、日常管理、流转及退出机制，激励份额的授予和行权时点、数量、价格情况，是否符合股权激励协议相关约定

1、激励份额的授予情况

根据公司提供的资料，2016年8月10日，广州梭伦、张凯和第一批激励对象张志军、罗勇、许昊和胡咏芝签署股权激励协议；2018年7月1日，广州梭伦、张凯和第二批激励对象翟笑慰、王培铭签署股权激励协议；2020年7月1日，广州梭伦、张凯和第三批激励对象许炳校签署股权激励协议。

根据上述股权激励协议及公司的书面确认，公司通过实际控制人张凯转让其持有的广州梭伦财产份额的方式对公司核心员工进行股权激励，激励对象的名单、授予广州梭伦财产份额占比、间接授予公司股权数量、占比、授予时间、激励对象职务情况等具体如下：

授予对象	授予广州梭伦财产份额占比	间接授予公司股份数（股）	间接授予持有公司股权比例	授予时间	任职情况
张志军	33.3333%	1,000,000.00	3.01%	2016.08.09	公司董事、产品总监
罗勇	16.6700%	500,000.00	1.50%	2016.08.09	公司监事、技术总监
许昊	3.3300%	100,000.00	0.30%	2016.08.09	公司监事、人力总监
胡咏芝	3.3300%	100,000.00	0.30%	2016.08.09	公司董事、财务总监、董事会秘书
翟笑慰	4.0000%	120,000.00	0.36%	2018.07.01	上海智士业务发展二部副总裁
王培铭	3.2000%	96,000.00	0.29%	2018.07.01	上海智士业务发展一部副总裁
许炳校	2.2000%	66,000.00	0.20%	2020.07.01	上海智士业务发展

					展三部副总裁
--	--	--	--	--	--------

2、激励份额的锁定期安排

根据股权激励协议，广州梭伦为公司直接股东，公司实际控制人张凯通过将其持有的广州梭伦合伙企业份额转让给激励对象，使激励对象通过间接持有公司的股份而享有公司股权的增值收益；合伙企业份额在被激励员工行权期满之前处于锁定状态，激励对象不得将该等合伙企业份额转让、赠与或设定质押；此外，除前述股权激励协议另有约定外，激励对象通过行权取得的合伙企业份额不得向广州梭伦或张凯以外的任何第三方进行转让，不得以任何方式将合伙企业份额设定抵押、质押、担保、赠与、交换、还债；如激励对象被人民法院依法强制执行的，广州梭伦及张凯将修改广州梭伦合伙协议。

3、激励份额日常管理、流转及退出机制

根据股权激励协议及公司的书面确认，激励份额日常管理、流转及退出机制如下：

（1）激励份额的日常管理

根据股权激励协议等文件，在每一期行权之时，激励对象必须向广州梭伦及张凯发送行权通知，并提供和完成行权所需的各项法律文件；激励对象在行权期内行权的，激励对象与广州梭伦及张凯应当签订正式的合伙企业份额转让协议，每一期的行权，激励对象必须在当期行权期内足额支付行权对价。激励对象按合伙企业份额转让协议约定向张凯支付行权对价款后，成为合伙企业的合伙人，双方应当在三个月内申请办理工商变更登记。

在预备期启动之后至激励对象行权之前，合伙企业份额相对应的表决权归张凯所有，但相应的分红权归激励对象所享有，在激励对象充分行权之后，合伙企业份额所有权即转移至激励对象名下。在行权期前，除按照广州梭伦合伙人决议的内容执行的分红方案外，激励对象无权参与其他任何形式或内容的权益方案。

（2）激励份额的流转及退出机制

1) 激励份额的流转

除股权激励协议另有约定外，激励对象通过行权取得的合伙企业份额不得向

广州梭伦、张凯以外的任何第三方进行转让，不得以任何方式将合伙企业份额用于设定抵押、质押、担保、赠与、交换、还债；激励对象持有股权如被人民法院依法强制执行的，广州梭伦、张凯将修改合伙协议。

2) 激励份额的退出

根据股权激励协议等文件，激励对象通过行权取得的合伙企业份额后，如发生以下任一情形的，广州梭伦、张凯有权亲自或指定第三人按照股权激励协议规定赎回部分或全部合伙企业份额，股权赎回的相关税费由激励对象承担。

序号	激励份额回购情形
1.	激励对象因离职、辞退、解雇、退休等原因与公司解除劳动合同关系，且在公司工作未满5年
2.	激励对象发生违规行为导致违法犯罪、严重违反公司规章制度或严重违反股权激励协议的约定
3.	激励对象履行职务时，有故意损害公司利益的行为
4.	激励对象因执行职务时的错误行为，致使公司利益受到重大损失
5.	激励对象的岗位或职责发生变化，激励对象为公司所做贡献发生严重降低
6.	激励对象因故丧失民事行为能力 and 民事主体资格

激励份额回购价格的计算方式如下：

激励对象工作年限	回购价格计算方式	最终回购价格
工作任职年限 < 5 年	原始行权成本+自行权日起至赎回日止按 10% 年单利累计可获得的利息	两者之间孰低者
	赎回日其股权对应的公司净资产价格	
工作任职年限 ≥ 5 年	原始行权成本+自行权日起至赎回日止按 10% 年单利累计可获得的利息	两者之间孰高者
	赎回日其股权对应的公司净资产价格	

4、激励份额行权情况

根据股权激励协议及公司书面确认，公司通过向激励对象授予广州梭伦财产份额作为激励份额对其进行员工激励，该等激励份额已经授予并行权完毕，符合期权激励协议相关约定；激励对象的行权条件、行权价格以及行权情况具体如下：

姓名	各行权期行权份额及时间					行权价格	行权条件
	分类	第一期行权	第二期行权	第三期行权	第四期行权		
张志军	行权份额	8.3333%	8.3333%	16.6667%	-	1元/出资额	激励对象入职满一年，且现执行劳动合同有效期不低于6个
	行权时间	2016.08.09	2017.07.25	2019.01.02	-		
罗	行权	4.1675%	4.1675%	8.3350%	-		

姓名	各行权期行权份额及时间					行权价格	行权条件
	分类	第一期行权	第二期行权	第三期行权	第四期行权		
勇	份额						月，则进入行权预备期，达到预备期满，完成年度考核，则可以进行第一期行权；距离股权激励授予日已满12个月，且完成年度考核，可进行第二期行权；距离股权激励授予日已满24个月，且完成年度考核，可进行第三期行权；距离股权激励授予日已满36个月且完成年度考核，可进行第四期行权（如有）。
	行权时间	2016.08.09	2017.07.25	2019.01.02	-		
胡咏芝	行权份额	0.4163%	0.4163%	0.8325%	1.6640%		
	行权时间	2016.08.09	2017.07.25	2019.01.02	2020.04.01		
许昊	行权份额	0.4163%	0.4163%	0.8325%	1.6640%		
	行权时间	2016.08.09	2017.07.25	2019.01.02	2020.04.01		
翟笑慰	行权份额	1.0000%	1.0000%	1.0000%	1.0000%		
	行权时间	2019.01.02	2020.04.01	2021.08.13	2021.12.17		
王培铭	行权份额	0.8000%	0.8000%	0.8000%	0.8000%		
	行权时间	2019.01.02	2020.04.01	2021.08.13	2021.12.17		
许炳校	行权份额	0.5500%	1.6500%	-	-		
	行权时间	2021.08.13	2021.12.17	-	-		

注1：2021年12月1日，广州梭伦、张凯与和第二批激励对象翟笑慰、王培铭签署股权激励补充协议，约定翟笑慰、王培铭在符合以下条件时，可申请剩余的第四期行权，并于2021年12月31日之前完成第四期行权：a) 距离激励份额授予日后已满34个月；b) 上一年度业绩考核合格；c) 满足广州梭伦及张凯规定的其他条件。

注2：2021年12月1日，广州梭伦、张凯与和第三批激励对象许炳校签署股权激励补充协议，约定许炳校被授予的激励股权分两期行权，第一期可对其股权期权的25%行权，第二期可对其股权期权的75%行权。对于剩余的第二期行权，许炳校在符合以下条件时，可进行第四期行权时可申请行权，并于2021年12月31日之前完成第二期行权：a) 距离激励份额授予日后已满4个月；b) 上一年度业绩考核合格；c) 满足广州梭伦及张凯规定的其他条件。

(二) 是否存在纠纷或潜在争议

根据公司及激励对象的书面确认，并经本所律师对激励员工进行访谈，以及经本所律师通过信用中国网、国家企业公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等的公示信息核查公司的涉诉情况，截至本补充法律

意见书出具之日，公司与激励对象就上述股权激励事宜不存在任何纠纷或潜在争议。

（三）激励份额是否已经授予完毕，是否存在预留份额及其授予计划

根据股权激励协议及公司的书面确认，截至本补充法律意见书出具之日，公司通过张凯向激励对象授予广州梭伦财产份额作为激励份额对员工进行股权激励，该等激励份额已经授予并行权完毕，不存在预留份额及其授予计划。公司与激励对象不存在股权激励方面的纠纷或潜在争议。

三、说明 WANG XIN 的股权激励份额显著高于其他员工的原因及合理性，WANG XIN 是否实质参与公司经营管理，公司的获客方式及渠道是否依赖于 WANG XIN；若 WANG XIN 退出、调整或者发生其他变动或纠纷时，对公司生产经营、客户稳定、业务持续性的具体影响

（一）WANG XIN 的股权激励份额显著高于其他员工的原因及合理性

根据公司提供的资料及其的书面确认，WANG XIN 从事品牌营销相关行业约 30 年，入职公司前曾在众多知名财富全球 500 强企业和财富中国 500 强企业任职，对品牌营销行业有着丰富的经验和深刻的理解，其与张凯曾共同任职于广州宝洁有限公司，与张凯相识多年，出于看好公司未来业务的发展方向，以联合创始人身份加入公司，并自 2016 年 6 月起即担任公司副总经理兼首席市场运营官，具体负责公司的业务发展工作，对公司业务发展做出了重大贡献，具体如下：

1、业务方向的战略指导：WANGXIN 具备 30 多年的快消品、电子技术和 OTC 药品行业高管工作经验，加入公司后，为公司的产品体系建设和战略方向提供了建设性的意见。其中 WANGXIN 提出了快消品落地新零售渠道的“四化建设”框架，即数字化、数据化、线上线下一体化与品效合一化，该框架体系成为公司到店数字化营销、到家数字化营销业务，以及拓展 2B 业务的核心策略；

2、业务能力和数据能力的建设与落地：WANGXIN 作为公司董事、副总经理，负责组织华东区域的客户市场开拓以及公司数据能力的建设。目前，公司在华东区域的客户开拓情况良好，公司的数据分析能力已成为与客户长期深入合作

的核心竞争力；

3、团队体系建设：WANGXIN 作为公司核心人物推动了公司业务团队的建设，为公司建立和培养专业化、职业化的业务团队做出了突出贡献。

综上所述，基于 WANG XIN 的行业地位、在公司担任的职务及对公司业务的突出贡献等因素，WANGXIN 的股权激励份额高于其他激励对象，具备合理性。

(二) WANG XIN 实质参与公司经营管理，公司的获客方式及渠道不依赖于 WANG XIN；

1、WANG XIN 实质参与公司经营管理

根据公司提供的资料及公司的书面确认，并经本所律师核查，自 2016 年 6 月起，WANG XIN 即担任公司副总经理兼首席市场运营官，并在公司领取工资，具体负责公司华东区域的市场开拓和公司数据能力建设等工作，实质参与了公司的经营管理。

2、公司的获客方式及渠道不依赖于 WANG XIN

根据公司提供的资料及公司的书面确认，公司的获客方式及渠道不依赖于 WANG XIN，具体理由如下：

(1) 公司主要客户报告期内均通过邀请招投标等形式选择供应商

公司主要客户为雀巢、联合利华、蒙牛、电声股份、伊利等众多国内外知名企业，该等企业具有较为完善内控制度以及供应商筛选机制，公司成为上述客户的供应商均需要经过严格的认证程序。公司以自身业务团队的服务能力，客户的获取均通过邀请招投标等形式竞争取得。

(2) 公司业务的获取是公司整体服务能力的体现

公司是新零售 O2O 数字营销服务领域内领先企业，经过多年的积累，公司形成了以数据和技术驱动的服务模式、公司产品模块丰富、行业协作生态已建成。公司业务的获取是公司整体的客户服务能力的体现，并不依赖于单个人。

(3) WANG XIN 及其近亲属与公司主要客户、供应商不存在关联关系

WANG XIN 与公司报告期内的主要供应商、客户不存在股权投资、商业往来等关联关系，亦不存在安排、指使、暗示其他单位或者个人协助公司虚增收入、利润、代垫成本费用的情形；WANG XIN 及其近亲属不在公司报告期内公司主要客户、供应商担任该等公司董事、高级管理人员、销售/采购主管，亦未持有该等公司的股权。

综上所述，公司的获客方式及渠道不依赖于 WANG XIN。

(三) 若 WANG XIN 退出、调整或者发生其他变动或纠纷时，不会对公司生产经营、客户稳定、业务持续性造成实质性不利影响

根据公司的书面确认，WANGXIN 是公司副总经理，在公司的业务开展和产品建设中发挥着组织和推动的重要作用，但公司的业务获取并非依赖 WANGXIN 一人；经过长期的发展与积累，公司已累计服务 100 余家品牌客户，并与 70 余家客户建立了稳定的合作关系；公司与知名客户保持稳定的合作关系得益于公司多年以来积累的丰富的客户服务经验、以 DSM Cloud 平台系统为内核的产品能力以及稳定专业的团队；公司的经营与发展、客户的稳定性不会因为 WANGXIN 的退出、变动或纠纷而产生实质不利影响。

四、核查程序和核查意见

就上述问题，本所律师主要执行了如下核查程序：

1、查阅广州梭伦的工商登记档案以及广州梭伦、公司实际控制人张凯与各激励对象签署的股权激励协议、合伙份额转让协议等合同；

2、查阅广州梭伦合伙人的出资凭证、历次合伙份额变动涉及的支付凭证；

3、对公司实际控制人张凯以及激励对象进行访谈，并取得上述人员出具的确认函；

4、对公司管理层、WANG XIN 进行访谈，了解 WANG XIN 的股权激励份额显著高于其他员工的原因及合理性、WANG XIN 主要负责的公司业务的内容，并取得公司及 WANG XIN 的书面确认；

5、对公司报告期内的主要客户进行访谈，了解公司取得业务机会履行的程

序，并取得上述客户的书面确认；

6、通过企查查等网站的公示信息核查 WANG XIN 及其近亲属与公司报告期内主要客户和供应商是否存在关联关系，并取得 WANG XIN 出具的书面确认；

7、对公司管理层进行访谈，了解公司获客方式及渠道是否依赖于 WANG XIN，若 WANG XIN 退出、调整或者发生其他变动或纠纷时，是否会对公司生产经营、客户稳定、业务持续性造成实质性不利影响，并取得公司的书面确认。

经核查，本所律师认为：

1、各激励对象均以自有资金进行出资获取激励股权/激励份额，不存在资金来源于公司及其主要关联方的情形，激励对象已经全部实缴支付激励股权/激励份额所对应的价款，激励股权、激励份额均为激励对象实际持有，不存在代持或其他利益安排；

2、广州梭伦相关激励计划的实施情况符合激励对象与员工持股平台广州梭伦、张凯签署的股权激励协议，公司、公司实际控制人与各激励对象为此不存在纠纷或潜在争议；公司不存在预留份额及其授予计划；

3、基于 WANG XIN 行业地位、在公司担任的职务及对公司业务的突出贡献，WANGXIN 的股权激励份额高于其他激励对象，具备合理性。公司的获客方式及渠道不依赖于 WANG XIN，若 WANG XIN 退出、调整或者发生其他变动或纠纷时，不会对公司生产经营、客户稳定、业务持续性造成实质性不利影响。

《挂牌申请反馈意见》问题 13：关于信息披露

根据公转书披露：（根据公转书披露：（1）2016 年 8 月至 2021 年 12 月，公司通过授予员工持股平台广州梭伦的份额进行激励；（2）2019 年 4 月，公司通过授予股权对 WANG XIN 进行激励。

请公司补充说明：（1）请公司补充公转书中“股东所持股份的限售安排”表格的数据；（2）公司实际控制人张凯在上海尚研企业管理咨询有限公司持有 50% 股权并担任监事，该公司主营业务包括市场营销策划。请公司结合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第 1 号》相关规定，说明上海尚研与公司是否存在同业竞争，是否对公司经营构成重大不利影响，张凯在

上海尚研持股并任职是否存在利益冲突；（3）公司第三大股东广州市天诺营销策划有限公司为上市公司电声股份全资子公司，公司客户中存在多家上市公司，请在说明公司与上市公司（含股东、客户）是否存在信息披露差异。

请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

一、请公司补充公转书中“股东所持股份的限售安排”表格的数据

公司在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“二、股份挂牌情况”之“（三）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺”之“2、股东所持股份的限售安排”补充披露如下：

“

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比 例	是否为董 事、监事 及高管持 股	是否为控股 股东、实际控 制人、一致行 动人	是否 为做 市商	挂牌前 12 个月内 受让自控股股东、 实际控制人的股份 数量 (股)	因司法裁决、继承 等原因而获得有限 售条件股票的数量 (股)	质押股份 数量 (股)	司法冻结 股份数量 (股)	本次可公开 转让股份数 量 (股)
1	张凯	12,000,000	36.08%	是	是	否	0	0	0	0	0
2	浙江一普大数投 资有限公司	5,826,445	17.52%	否	否	否	0	0	0	0	0
3	广州市天诺营销 策划有限公司	3,919,980	11.79%	否	否	否	0	0	0	0	0
4	广州梭伦企业管 理合伙企业 (有 限合伙)	3,000,000	9.02%	否	是	否	0	0	0	0	0
5	WANG XIN	2,810,005	8.45%	是	否	否	0	0	0	0	0
6	西藏宝信股权投 资合伙企业 (有 限合伙)	1,599,130	4.81%	否	否	否	0	0	0	0	0
7	珠海富海铎创信 息技术创业投资 基金 (有限合伙)	1,578,945	4.75%	否	否	否	0	0	0	0	0
8	扬州市富海永成 股权投资合伙企 业 (有限合伙)	1,052,630	3.16%	否	否	否	0	0	0	0	0
9	白玮	526,315	1.58%	否	否	否	0	0	0	0	0
10	广州创大加速科 技有限公司	334,775	1.01%	否	否	否	0	0	0	0	0
11	珠海富海华金创	266,520	0.80%	否	否	否	0	0	0	0	0

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比 例	是否为董 事、监事 及高管持 股	是否为控股 股东、实际控 制人、一致行 动人	是否 为做 市商	挂牌前 12 个月 内受让自控股股 东、实际控制人的 股份数量 (股)	因司法裁决、继 承等原因而获得有 限售条件股票的数量 (股)	质押股份 数量 (股)	司法冻结 股份数量 (股)	本次可公开 转让股份数 量 (股)
	业投资基金 (有 限合伙)										
12	深圳富海创新创 业投资基金企业 (有限合伙)	266,520	0.80%	否	否	否	0	0	0	0	0
13	池倩钊	80,020	0.24%	否	否	否	0	0	0	0	0
合计	-	33,261,285	100%	-	-	-	0	0	0	0	0

”

二、公司实际控制人张凯在上海尚研企业管理咨询有限公司持有 50%股权并担任监事，该公司主营业务包括市场营销策划。请公司结合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第 1 号》相关规定，说明上海尚研与公司是否存在同业竞争，是否对公司经营构成重大不利影响，张凯在上海尚研持股并任职是否存在利益冲突

根据本所律师的核查，上海尚研企业管理咨询有限公司成立于 2006 年 11 月 9 日，营业期限为 2006 年 11 月 9 日至 2016 年 11 月 8 日，其主营业务为“企业管理咨询、投资咨询（除经纪），市场信息咨询与调查，市场营销策划，计算机网络工程，从事计算机领域内技术服务、技术咨询（涉及行政许可的凭许可证经营）”。截至本补充法律意见书出具之日，上海尚研已处于吊销状态，其营业期限与公司仅存在 2015 年 2 月 14 日至 2016 年 11 月 8 日这一区间内的重合。根据公司的书面确认，在上海尚研存续期间内，其未实际开展业务经营活动，与公司的客户、供应商不存在任何重合情况，亦不存在与公司在同一市场范围内从事销售活动的情况。

此外，公司实际控制人张凯已出具确认函并声明：“1、自上海尚研成立之日起，本人未曾通过持股及其他任何方式控制上海尚研。2、本人对上海尚研被吊销事宜不负有任何责任。”

综上所述，上海尚研存续期间较短且无实际经营，其与公司不存在业务竞争、业务替代可能性以及利益冲突，对公司经营不构成重大不利影响，张凯在上海尚研持股并任职不存在利益冲突。

三、公司第三大股东广州市天诺营销策划有限公司为上市公司电声股份全资子公司，公司客户中存在多家上市公司，请公司在说明公司与上市公司（含股东、客户）是否存在信息披露差异

根据本所律师的核查，公司第三大股东广州市天诺营销策划有限公司为上市公司电声股份全资子公司；公司已将披露信息与上市公司电声股份、伊利股份等的披露信息进行比较，不存在信息披露差异的情况。

四、核查程序和核查意见

就上述问题，本所律师主要执行了如下核查程序：

1、查阅公司控股股东兼实际控制人填写的基本情况核查表，了解公司实际控制人的对外投资及任职情况；

2、访谈公司控股股东兼实际控制人，了解上海尚研的实际经营情况，查阅公司实际控制人出具的有关上海尚研持股情况的确认函；

3、登录国家企业公示系统、企查查网站，查询复核公司控股股东兼实际控制人的对外投资及任职情况，核查上海尚研的工商登记信息；

4、登录中国裁判文书网、中国仲裁网，查询公司及公司控股股东兼实际控制人、上海尚研的涉诉情况，确认各方不存在纠纷或争议；

5、获取公司股东名册，了解电声股份上市情况；查阅天诺营销填写的基本情况核查表，确认其股权结构；

6、查阅公司报告期内的销售合同台账，核查客户清单中的上市公司情况；

7、登录中国证监会官网、深圳证券交易所官网、上海证券交易所官网、巨潮资讯网等网站，查询电声股份以及公司客户中的上市公司公开披露的文件，比对是否与公司披露信息存在差异。

经核查，本所律师认为：

1、公司已在公开转让说明书中补充披露“股东所持股份的限售安排”的相关内容；

2、上海尚研与公司不存在同业竞争，不会对公司经营构成重大不利影响，公司控股股东、实际控制人张凯先生在上海尚研持股并任职不存在利益冲突；

3、公司与上市公司（含股东、客户）不存在信息披露差异。

本补充法律意见书正本叁份，副本若干，经本所律师签字并加盖本所公章后生效。

（以下无正文）

(本页无正文，为《北京市君合律师事务所关于智选数字技术（广州）股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的补充法律意见书（一）》的签署页)



负责人:

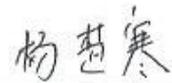


华晓军 律师

经办律师:



张慧丽 律师



杨楚寒 律师

2022年6月20日