

山西晋商律师事务所

关于山西智胜传媒科技股份有限公司
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）



山西晋商律师事务所

中国山西太原市长风街和信商座 17 层

电话：0351-7526630 传真：0351-7526677

山西晋商律师事务所

关于山西智胜传媒科技股份有限公司

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）

晋商法意字[2022]第 0614 号

致：山西智胜传媒科技股份有限公司

山西晋商律师事务所（以下简称“本所”）接受山西智胜传媒科技股份有限公司（以下简称“公司”或“智胜传媒”）的委托，为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项目提供专项法律服务。

就本次申请挂牌事宜，本所已经出具了《山西晋商律师事务所关于山西智胜传媒科技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》，现根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司《关于山西智胜传媒科技股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见》的要求，本所律师对需要律师核查并发表意见的有关法律问题出具本补充法律意见书。

为出具本补充法律意见书，本所律师声明如下：

1.本所律师已根据本补充法律意见书出具之日以前已发生或存在的事实和我国现行法律、法规和全国股转公司的有关规定，并根据本所律师对有关事实的了解和对有关法律的理解发表法律意见。

2.本所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，对公司与本次挂牌有关的法律事实和法律行为以及本次挂牌申请的合法性、合规性、真实性和有效性进行了充分的核查验证，保证本补充法律意见书不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。

3.本所律师同意将本补充法律意见书作为公司申请本次挂牌所必备的法律文件，随同其他材料一同上报，并愿意对本所律师出具的法律意见依法承担相应的法律责任。

4.本所律师同意公司部分或全部引用本补充法律意见书的内容，但公司作上

述引用时，不得因引用而导致法律上的歧义或曲解。

5.公司已向本所出具书面承诺书，保证其已经向本所律师提供了为出具本补充法律意见书所必需的真实、完整、有效的原始书面材料、副本材料或者口头证言。对于本补充法律意见书至关重要而又无法得到独立证据支持的事实，本所律师依赖于有关政府部门、公司、主办券商或其他有关单位出具的证明文件以及与本次挂牌有关的其他中介机构出具的书面报告和专业意见就该等事实发表法律意见。

6.在本补充法律意见书中，本所律师仅根据本补充法律意见书出具之日现行有效的法律、行政法规和全国股转公司有关规范性文件的明确要求，对公司本次挂牌的合法性及对本次挂牌有重大影响的法律问题发表法律意见，而不对公司的会计、审计、资产评估等专业事项和报告发表意见。

7.本所律师在本补充法律意见书中对有关会计报表、审计和资产评估报告中某些数据和结论的引述，并不意味着本所律师对该等数据和相关结论的合法性、真实性和准确性做出任何明示或默示的担保或保证，对于该等文件及其所涉内容本所律师依法并不具备进行核查和做出评价的适当资格。

8.本所律师未授权任何单位或个人对本补充法律意见书作任何解释或说明。本补充法律意见书仅供公司为申请本次挂牌之目的而使用，除非事先取得本所律师的书面授权，任何单位和个人均不得将本补充法律意见书或其任何部分用作任何其他目的。

本所律师在对公司提供的有关文件和事实进行核查和验证的基础上，现出具补充法律意见书如下：

一、问题1：关于公司的业务。根据公司披露，公司为客户提供定制化营销全案，业务内容除广告媒体渠道代理外还包括提供创意、策划等。公司代理的广告包括医药、保健品广告。公司业务包含代运营及互联网广告。

请公司补充披露：（1）代运营业务的基本情况，包括但不限于业务开展流程、具体服务内容、主要客户案例、主要服务平台、责任划分、定价议价方式、是否存在刷单等违反平台规定的行为；（2）互联网广告业务中公司对KOC的管理方式、合作期限；（3）互联网广告的主要计费方式、广告推广效果评价指标及指标数据收集渠道；（4）员工岗位分类中负责策划、创意的岗位员工数量，报告期内公司员工流动情况；（5）电视频道、广播电台的广告主要展示时段，除了电视广告是否通过其他媒介发布广告，说明具体媒介类型。

请公司补充说明：（1）公司员工占比最高为销售人员，公司是否具备足够的策划、创意人员独立开展或主导广告全案业务，公司是否对特定核心人员形成依赖，公司内部对核心人员的稳定措施是否建立并有效执行；（2）《公开转让说明书》显示公司不存在外协或业务外包，公司是否向其他策划公司或个人采购策划方案、宣传文案等物料，若是，报告期内公司现金付款是否用于向其他策划公司或个人采购策划方案、宣传文案等物料，公司是否建立第三方宣传策划物料的采购、评价相关管理体系，报告期内公司是否存在购买、使用第三方宣传策划物料而产生的纠纷或潜在纠纷；（3）公司“与喜马拉雅、哔哩哔哩、微博、百度、抖音、今日头条等平台形成合作”的具体合作方式；（4）公司在小红书等平台的营销活动是否对单一、特定KOL、KOC形成依赖；（5）公司开展互联网广告、营销业务是否购买竞价排名、用户流量的情形，是否建立精准营销推广业务审查机制和执行机制；（6）公司开展演出活动策划业务是否需要取得《营业性演出许可证》；（7）公司是否完成开展电视节目、栏目、赛事的制作播出的相关储备，包括但不限于技术储备、渠道资源储备、人员储备、资质许可储备等。

请主办券商及律师核查上述事项，根据《互联网广告管理暂行办法》及《网络短视频内容审核标准细则》的相关要求对以下问题发表意见：（1）公司目前的在职员工数量及分工是否满足公司独立开展或主导广告全案业务，是否具备

足够的创意、策划人员；（2）公司是否存在向第三方采买活动方案、宣传文案、推广视频创意等宣传策划物料的情形，相关内部管理体系及知识产权保护体系是否建立，是否存在相关纠纷或潜在纠纷；（3）公司开展互联网广告、营销业务是否购买竞价排名、用户流量的情形，精准营销推广业务审查机制和执行机制是否健全；（4）公司开展业务所应具备的全部许可、批准、资质或备案是否齐备；（5）公司在小红书等平台的营销活动是否对单一、特定KOL、KOC形成依赖；（6）公司互联网广告的经营是否符合行业法规的要求；（7）公司开展电视节目、栏目、赛事的制作播出业务是否已取得相关资质或备案。

回复意见：

（一）公司目前的在职员工数量及分工是否满足公司独立开展或主导广告全案业务，是否具备足够的创意、策划人员。

根据公司说明，并经本所律师核查，公司为客户提供广告全案的过程主要包括分析需求、调研市场、制定策略、出具方案、设计制作等，其中分析需求、调研市场等前期工作由销售人员承担，制定策略、出具方案、设计制作由策划、创意人员（即技术人员）完成。

根据公司提供的现有在职员工名册、劳动合同等，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，公司现有在职员工 51 人，其中销售人员 10 人、客服人员 7 人、技术人员（即创意策划人员）18 人。公司在为客户提供广告全案业务过程中，前述人员均承担相应工作职责，具备足够的策划、创意能力，可以独立开展或主导广告全案业务。

综上，本所律师认为，公司在职员工数量及分工能够满足公司独立开展或主导广告全案业务，公司具备足够的创意、策划人员。

（二）公司是否存在向第三方采买活动方案、宣传文案、推广视频创意等宣传策划物料的情形，相关内部管理体系及知识产权保护体系是否建立，是否存在相关纠纷或潜在纠纷。

根据公司提供的采购合同以及公司说明，并经本所律师核查，公司有成熟的广告全案流程和专职人员，具备为客户提供包括分析需求、调研市场、制定策略、出具方案、设计制作等广告全案的能力。报告期内公司创意策划活动业务中存在向第三方采买地毯、LED 屏、条幅、塑料凳等活动物料或采买前期拍摄服务等情形，但不存在向第三方采买活动方案、宣传文案、推广视频创意等宣传策划物

料的情形。公司已建立《山西智胜传媒科技股份有限公司知识产权管理制度》等相关内部管理体系及知识产权保护体系。

经本所律师核查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、人民法院公告网、信用中国等官方网站，报告期内公司不存在知识产权相关纠纷或潜在纠纷。

综上，本所律师认为，报告期内公司不存在向第三方采买活动方案、宣传文案、推广视频创意等宣传策划物料的情形，公司已制定《山西智胜传媒科技股份有限公司知识产权管理制度》等相关内部管理制度及知识产权保护体系，报告期内公司不存在知识产权相关纠纷或潜在纠纷。

（三）公司开展互联网广告、营销业务是否购买竞价排名、用户流量的情形，精准营销推广业务审查机制和执行机制是否健全。

1.公司开展互联网广告营销业务是基于客户的要求，策划营销方案（如平台选择、市场定位、客户人群分类等相关策划服务）、制作并审核发布内容，充分挖掘客户产品所具有的诉求点，与客户沟通确认后，在选择的互联网媒介平台进行内容发布；公司依托互联网媒介平台的大数据技术，由互联网媒介平台将该营销推广内容推送给目标受众，与互联网媒介平台共同实现客户精准营销。

根据公司提供的互联网广告业务合同、业务档案及公司说明，并经本所律师核查，公司通过互联网媒介平台将客户产品或服务的营销推广内容推送给目标受众，与互联网媒介平台共同实现客户精准营销，报告期内公司开展互联网广告、营销业务不存在购买竞价排名、用户流量的情形。

2.根据公司提供的互联网广告业务合同、业务档案及公司说明，并经本所律师核查，公司开展互联网广告业务时，会充分了解客户的营销推广需求，通过分析客户拟推广品牌或产品的特征、属性、市场定位、受众人群等内容，设计制作符合法律法规和平台规则的营销推广内容，经互联网媒介平台审核通过后，依托互联网媒介平台的大数据技术，由互联网媒介平台将该营销推广内容推送给特定的互联网用户，最终实现精准营销。

公司已制定《广告发布审核及管理制度》，并按照该制度规定开展互联网广告业务，与相关客户订立书面合同，执行广告业务承接、内容审核、档案管理等内控制度。公司业务部门人员对承接的互联网广告业务进行登记，承接后业务部门负责人对广告承接内容进行优化、审核，并与广告管理相关法律法规进行对照

和全面审查，再交由公司媒介部审核确认，如有不符合规定的，公司将与客户进行沟通，修改广告内容，确保符合相关法律法规及规范性文件的要求。另，广告发布前，小红书等互联网媒介平台对公司提供的广告内容进行审查，如不符合法律法规及平台审核要求，将拒绝发布。前述机制的执行可保证公司向小红书等互联网媒介平台投放广告的内容、形式等合法合规，保证公司精准营销推广业务审查机制和执行机制有效运行。

综上，本所律师认为，公司开展互联网广告、营销业务不存在购买竞价排名、用户流量的情形，公司已建立精准营销推广业务审查机制和执行机制，且有效执行。

（四）公司开展业务所应具备的全部许可、批准、资质或备案是否齐备。

根据公司提供的经营资质、业务合同以及说明，并经本所律师核查，报告期内，公司主要从事媒体广告代理、创意活动策划与数字营销业务。目前公司拥有《广播电视节目制作经营许可证》《食品经营许可证》。

《广播电视节目制作经营许可证》是从事专题、专栏、综艺、动画片、广播剧、电视剧等广播电视节目制作和节目版权交易、代理交易等活动的企业需取得的证照。根据公司说明，公司计划在未来开展电视节目、栏目、赛事的制作，因此于2021年11月15日经山西省广播电视局审核，取得《广播电视节目制作经营许可证》，目前公司未开展相关业务。从事食品流通业务的企业需取得《食品经营许可证》，子公司一念科技在为食品类客户代理运营自媒体账号时，涉及食品类商品的互联网销售、寄递，因此依法取得《食品经营许可证》。

根据《中华人民共和国广告法》第三十二条规定：“广告主委托设计、制作、发布广告，应当委托具有合法经营资格的广告经营者、广告发布者。”根据《广告管理条例》第六条规定：“经营广告业务的单位和个体工商户（以下简称广告经营者），应当按照本条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续：（一）专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；（二）兼营广告业务的事业单位，发给《广告经营许可证》；（三）具备经营广告业务能力的个体工商户，发给《营业执照》；（四）兼营广告业务的企业，应当办理经营范围变更登记。”公司作为经营广告业务的企业已依法取得合法有效的《营业执照》。

根据《国务院关于第四批取消和调整行政审批项目的决定》（国发[2007]33

号)，国务院已取消依据《广告管理条例》为设定依据的企业广告经营资格审批，自此取消企业广告经营资格审批后，公司开展广告业务无需办理工商登记前置审批手续。

根据《中国广告业企业资质认定办法（2010 修订）》第二条规定“在中国境内注册的广告企业，取得独立法人资格和营业执照，从事设计、制作、发布、代理国内外各类广告业务的企业申请企业资质等级，适用本办法。”第七条：“企业可向注册所在地的广告协会（注册地没有广告协会的，可直接向上一级广告协会）申请资质等级，各地广告协会提出意见后，报省、自治区、直辖市广告协会企业资质认定委员会。在国家工商行政管理总局登记注册的企业（尚未开展企业资质认定工作的省、自治区、直辖市），可直接向中国广告协会申请资质等级。”因此，申请资质等级并非国家强制性规定，仅为企业的自主行为。

根据《营业性演出管理条例》第二条规定：“本条例所称营业性演出，是指以营利为目的为公众举办的现场文艺表演活动。”第六条规定：“文艺表演团体申请从事营业性演出活动，应当有与其业务相适应的专职演员和器材设备，并向县级人民政府文化主管部门提出申请；演出经纪机构申请从事营业性演出经营活动，应当有 3 名以上专职演出经纪人员和与其业务相适应的资金，并向省、自治区、直辖市人民政府文化主管部门提出申请。文化主管部门应当自受理申请之日起 20 日内作出决定。批准的，颁发营业性演出许可证；不批准的，应当书面通知申请人并说明理由。”根据说明，并经本所律师核查公司开展创意活动策划与有关客户签订的合同，公司开展创意活动策划主要是根据客户需求，由公司策划、制定活动方案并协助活动主办单位实施，公司并非文艺表演活动的主办方、文艺表演团体或演出经纪机构；在活动策划组织过程中，并不涉及以公司名义为公众举办现场文艺表演活动的情况，因此，公司开展的创意活动策划无需取得《营业性演出许可证》。

综上，本所律师认为，公司从事媒体广告代理、创意活动策划与数字营销业务，无强制获得资质许可或前置审批手续或广告资质等级认定等要求，公司开展业务所应具备的全部许可、批准、资质或备案齐备。

（五）公司在小红书等平台的营销活动是否对单一、特定KOL、KOC形成依赖。

根据公司提供的互联网广告业务合同、业务档案及说明，并经本所律师核查，

报告期内公司在小红书等平台开展营销活动时，根据具体营销业务需求，在小红书平台选择合作的KOL、KOC，小红书平台可供选择的KOL、KOC众多，不存在对单一、特定KOL、KOC形成依赖的情况。

综上，本所律师认为，公司在小红书等平台的营销活动不存在对单一、特定KOL、KOC形成依赖的情形。

（六）公司互联网广告的经营是否符合行业法规的要求。

根据公司提供的互联网广告业务合同、业务档案及说明，并经本所律师核查，报告期内公司互联网广告业务主要为代理客户向小红书、抖音等互联网媒介平台投放广告。

根据《互联网广告管理暂行办法》（国家工商行政管理总局令第87号）第九条规定：“互联网广告主、广告经营者、广告发布者之间在互联网广告活动中应当依法订立书面合同。”第十二条规定：“互联网广告发布者、广告经营者应当按照国家有关规定建立、健全互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度；审核查验并登记广告主的名称、地址和有效联系方式等主体身份信息，建立登记档案并定期核实更新。互联网广告发布者、广告经营者应当查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，不得设计、制作、代理、发布。互联网广告发布者、广告经营者应当配备熟悉广告法规的广告审查人员；有条件的还应当设立专门机构，负责互联网广告的审查。”

根据《网络短视频内容审核标准细则》规定，依据网络短视频内容审核基本标准，短视频节目及其标题、名称、评论、弹幕、表情包等，其语言、表演、字幕、画面、音乐、音效中不得出现以下具体内容：（一）危害中国特色社会主义制度的内容；（二）分裂国家的内容；（三）损害国家形象的内容；（四）损害革命领袖、英雄烈士形象的内容；（五）泄露国家秘密的内容；（六）破坏社会稳定的内容；（七）损害民族与地域团结的内容；（八）违背国家宗教政策的内容；（九）传播恐怖主义的内容；（十）歪曲贬低民族优秀传统文化的内容；（十一）恶意中伤或损害人民军队、国安、警察、行政、司法等国家公务人员形象和共产党党员形象的内容；（十二）美化反面和负面人物形象的内容；（十三）宣扬封建迷信，违背科学精神的内容；（十四）宣扬不良、消极颓废的人生观、世界观和价值观的内容；（十五）渲染暴力血腥、展示丑恶行为和惊悚情景的内容；（十六）展示淫秽色情，渲染庸俗低级趣味，宣扬不健康和非主流的婚恋观的内

容；（十七）侮辱、诽谤、贬损、恶搞他人的内容；（十八）有悖于社会公德，格调低俗庸俗，娱乐化倾向严重的内容；（十九）不利于未成年人健康成长的内容；（二十）宣扬、美化历史上侵略战争和殖民史的内容；（二十一）其他违反国家有关规定、社会道德规范的内容。

根据公司提供的互联网广告业务合同、业务档案以及公司说明，公司均与相关客户订立书面合同，并已经建立了完善的广告业务承接、内容审核、档案管理等内控制度并运行良好，公司业务部门人员对承接的互联网广告业务进行登记，承接后业务部门负责人对广告承接内容进行优化、审核，并与广告管理相关法律法规进行对照和全面审查，再交由公司媒介部审核确认。如有不符合规定的，公司将与客户进行沟通，修改广告内容，确保符合相关法律法规及规范性文件的要求。

经本所律师核查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、人民法院公告网、信用中国等官方网站，报告期内公司不存在违反《互联网广告管理暂行办法》《网络短视频内容审核标准细则》等相关法律法规规定，不存在重大违法违规或遭受行政处罚等情形。

综上，本所律师认为，公司互联网广告经营活动不存在违反《互联网广告管理暂行办法》《网络短视频内容审核标准细则》等相关法律法规规定的情形，公司互联网广告的经营活动符合行业法规的要求。

（七）公司开展电视节目、栏目、赛事的制作播出业务是否已取得相关资质或备案。

根据公司提供的《广播电视节目制作经营许可证》、业务档案及公司说明，公司因计划开展电视节目、栏目、赛事的制作活动，于2021年11月15日经山西省广播电视局审核，取得《广播电视节目制作经营许可证》。目前公司尚未开展电视节目、栏目、赛事的制作活动。

综上，本所律师认为，公司已具备《广播电视节目制作经营许可证》，截至本补充法律意见书出具之日，公司尚未开展电视节目、栏目、赛事的制作活动。后续公司将根据电视节目、栏目、赛事制作播出业务实际开展情况，完善所需其他资质或备案手续。

二、问题2：关于公司的数字营销业务发展规划。根据公司披露，公司自2017年起进入数字营销业务领域，设立数字营销中心并打造智库智数、智库智赢、

智库智投三款系统赋能数字营销。

请公司补充披露：（1）电视媒体与互联网广告投放渠道商业模式的具体差异；渠道变更的原因、渠道变更后媒介资源获取及客户变更情况，媒介资源及客户资源的获取能力；（2）2017年公司进入数字营销领域后媒介资源获取及客户变更情况及进入新领域对公司核心竞争力的影响。

请公司说明：（1）智库智数是否具备广告数据管理平台（DMP）属性，智库智数信息来源、信息购买支出金额（如有）；（2）智库智赢方案库在库营销方案的来源、客户需求匹配机制，数字营销大脑是否具备大数据自动匹配属性；（3）《公开转让说明书》对智库智投的表述为“建立自己的KOC资源并和开展国内优秀MCN合作形成达人资源库”是否说明公司拟形成自主的KOL、KOC孵化机制，是否拟涉及人设打造、培训孵化、内容运营、包装推广、商业变现的成体系MCN业务；（4）智库智投的“以元宇宙概念下NFT产品定制化”业务的业务开展思路与业务资源准备情况，公司是否计划参与NFT的设计、交易，业务范围是否包括比特币及其他类似的虚拟货币。

请主办券商及律师对上述事项进行核查并对以下问题发表意见：（1）智库智数的数据来源是否合法合规，是否为开源数据，购买信息搜索服务业务是否合规，公司是否存在在客户不知情前提下爬取用户数据的行为，是否建立精准营销推广业务审查机制和执行机制；（2）智库智赢方案库是否已经建库，在库营销方案是否涉及侵权；（3）智库智投的业务领域是否受《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》《关于防范 NFT 相关金融风险的倡议》等NFT相关政策影响，是否具备可行性。

回复意见：

（一）智库智数的数据来源是否合法合规，是否为开源数据，购买信息搜索服务业务是否合规，公司是否存在在客户不知情前提下爬取用户数据的行为，是否建立精准营销推广业务审查机制和执行机制。

1.根据公司提供的采购合同及说明，并经本所律师核查，公司尚未建立智库智数数据库，不涉及开源数据，不存在购买信息搜索服务业务，不存在在客户不知情前提下爬取用户数据的情形。公司拟通过和客户合作中形成的合法自有数据、通过合法途径获取合法数据等方式，筹备建立公司自有智库智数数据库，未来公司将根据智库智数数据库建立情况，合法合规开展智库智数相关业务，保证智库

智数数据来源合法合规。

2. 公司开展互联网广告业务时，会充分了解客户的营销推广需求，通过分析客户拟推广品牌或产品的特征、属性、市场定位、受众人群等内容，设计制作符合法律法规和平台规则的营销推广内容，经互联网媒介平台审核通过后，依托互联网媒介平台的大数据技术，由互联网媒介平台将该营销推广内容推送给特定的互联网用户，最终实现精准营销。

根据公司提供的广告业务合同、业务档案以及说明，并经本所律师核查，公司已建立《广告发布审核及管理制度》，并按照该制度规定开展互联网广告业务，与相关客户订立书面合同，执行广告业务承接、内容审核、档案管理等内控制度。公司已建立精准营销推广业务审查机制和执行机制，保证相关业务合法合规开展。

综上，本所律师认为，公司尚未建立智库智数数据库，不涉及开源数据，不存在购买信息搜索服务业务，不涉及在客户不知情前提下爬取用户数据的行为，公司已建立精准营销推广业务审查机制和执行机制，保证相关业务合法合规开展。

（二）智库智赢方案库是否已经建库，在库营销方案是否涉及侵权。

根据公司说明，并经本所律师核查，公司尚未建立智库智赢方案库，公司将以历年来为客户提供的各类自有营销方案，形成方案库。

经本所律师核查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、人民法院公告网、信用中国等官方网站，公司相关营销方案不存在侵权情形。

综上，本所律师认为，公司尚未建立智库智赢方案库，自有营销方案不涉及侵权情形。

（三）智库智投的业务领域是否受《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》《关于防范 NFT 相关金融风险的倡议》等NFT相关政策影响，是否具备可行性。

公司计划开展的智库智投业务领域将围绕媒体渠道搭建、KOC 管理和优势资源代理打造。媒体渠道搭建将会以字节系产品、腾讯系产品、百度系产品、快手产品、知乎产品、新浪微博产品等互联网线上平台建联；KOC 管理公司将与国内优秀 MCN 机构合作形成达人资源库，优势资源代理会选择以小红书、得物、有赞等平台用户和平台能力成长性强的资源代理合作。通过智库智投相关业务开展，以此丰富和满足客户需求。

经本所律师核查，公司未开展虚拟货币相关业务，也不计划开展虚拟货币相关业务，智库智投的业务领域不受《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》《关于防范 NFT 相关金融风险的倡议》等 NFT 相关政策影响，具备一定可行性。

因此，本所律师认为，公司计划开展的智库智投的业务领域不受《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》《关于防范 NFT 相关金融风险的倡议》等 NFT 相关政策影响，具备可行性。

三、问题3：关于公司特殊行业广告合规性。

请公司补充披露报告期内承接的药品、保健品等需要取得前置行政许可的特殊行业广告的基本情况，包括但不限于商品名称，客户名称，商品注册备案情况（如有），广告取得行政许可情况等。

请主办券商及律师对上述事项进行充分核查，并对下列事项发表意见：（1）公司内部对广告内容的审查机制是否建立并有效运行；（2）广告主是否具备开展自身业务的资质、许可或备案；（3）公司承接的特殊行业广告是否均已取得前置行政许可。

回复意见：

（一）公司内部对广告内容的审查机制是否建立并有效运行。

根据公司提供的《广告发布审核及管理制度》、广告业务档案等，并经本所律师核查，公司已建立内部广告内容审查机制与相关管理制度，从“广告发布审核部门”、“公司业务部门主要审核职责”、“媒介部广告发布审核职责”、“广告发布审查、审批程序”、“广告业务档案管理”五个方面建立了广告业务的承接登记、内容审核、档案管理制度。实际广告业务经营过程中，公司业务部门在广告业务承接登记阶段，通过取得广告主营业执照和生产、经营资格等证明文件，了解广告主的经营业务、销售产品或提供服务的资质情况等信息，查验拟投放的广告与广告主经营范围的一致性，对广告主的主体资质进行审查；公司媒介部负责对广告内容的合法性、合规性总体审查，相关运营人员负责对广告主提供的广告内容、广告审查证明进行核查，确保广告发布内容的合法合规性，对内容或证明文件存在问题的广告，媒介部有权决定中止或终止广告代理；公司媒介部设专人对广告业务档案进行专项管理，同时明确规定对上述档案资料采取保密措施。

经本所律师核查公司广告业务档案资料，包括广告主资质证照、广告审查证

明、广告业务登记表、广告审核表等内容，报告期内公司承接的药品、保健品等特殊行业广告，均严格按照《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》等法律法规以及公司制定的《广告发布审核及管理制度》，履行广告业务的承接登记、审核、档案管理等职责。

经本所律师核查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、人民法院公告网、信用中国等官方网站，并根据山西转型综合改革示范区市场监督管理局于2022年4月14日出具《证明》，报告期内，公司不存在重大违法违规或遭受行政处罚等情形。

综上，本所律师认为，公司内部对广告内容的审查机制已建立并有效运行。

（二）广告主是否具备开展自身业务的资质、许可或备案。

根据公司提供的药品、保健品等特殊行业广告业务发布合同、广告主营业执照和生产经营资质等文件，并经本所律师核查，报告期内公司承接的主要药品、保健品等特殊行业广告基本情况、广告主资质、许可或备案情况如下：

序号	客户名称	商品名称	生产企业	商品注册备案情况	资质、许可或备案情况
1	江苏养无极药业有限公司 (曾用名:江苏鸿康医药有限公司)	补肺丸	甘肃省西峰制药有限公司	药品批准文号: 国药准字 Z62020558	甘肃省西峰制药有限责任公司营业执照、药品生产许可证、药品再注册批件;江苏养无极药业有限公司营业执照、药品经营许可证等。
		醒脾开胃颗粒	西安大唐制药集团有限公司	药品批准文号: 国药准字 Z61020008	西安大唐制药集团有限公司营业执照、药品生产许可证、药品注册证;江苏养无极药业有限公司营业执照、药品经营许可证等。
		活血胶囊	西安大唐制药集团有限公司	药品批准文号: 国药准字 B20020336	西安大唐制药集团有限公司营业执照、药品生产许可证、药品注册证;江苏养无极药业有限公司营业执照、药品经营许可证等。
2	山西航鹰药业有限公司	桂龙药膏	广西邦琪药业集团有限公司	药品批准文号: 国药准字 Z45022017	广西邦琪药业集团有限公司营业执照、药品生产许可证、药品注册证;山西航鹰药业有限公司营业执照、药品经营许可证等。
3	河北健仁	舒筋健腰丸	广州白云山陈	药品批准文号:	广州白云山陈李济药厂有限公司营

	医药药材有限公司		李济药厂有限公司	国药准字 Z44021058	业执照、药品生产许可证、药品再注册批件；河北健仁医药药材有限公司营业执照、药品经营许可证等。
4	广东省广告集团股份有限公司	龟龄集酒	山西广誉远国药有限公司	卫食健字（1998） 第0486号	山西广誉远国药有限公司营业执照、药品生产许可证、食品经营许可证等。
5	江西凤扬传说整合营销服务股份有限公司	复方聚维酮碘搽剂	乐泰药业有限公司	药品批准文号： 国药准字 H20065931	乐泰药业有限公司营业执照、药品生产许可证等。
6	辽宁好护士集团医药有限公司	强肾片	辽宁上药好护士药业（集团）有限公司	药品批准文号： 国药准字 Z21021750	辽宁上药好护士药业（集团）有限公司营业执照、药品生产许可证；辽宁好护士集团医药有限公司营业执照、药品经营许可证等。
7	山西净如明文化传播有限公司	板蓝根颗粒、复方板蓝根颗粒	广州白云山和记黄埔中药有限公司	药品批准文号： 国药准字 Z44023485、 Z44023371	广州白云山和记黄埔中药有限公司营业执照、药品生产许可证等。
8	山西铭信果商贸有限公司	香丹清牌珂妍胶囊	西安杨健药业有限公司	卫食健字（2002） 第0463号	西安杨健药业有限公司营业执照、年青保药业有限公司食品生产许可证；山西铭信果商贸有限公司营业执照、食品经营许可证等。
9	长治市福顺祥医药有限公司	参棘软膏	赤峰万泽药业股份有限公司	药品批准文号： 国药准字 B20020541	赤峰万泽药业股份有限公司营业执照、药品生产许可证；长治市福顺祥医药有限公司营业执照、药品经营许可证等。
10	河北瑞康志德医药贸易有限公司	清血八味片	内蒙古蒙奇药业有限公司	药品批准文号： 国药准字 Z20090836	内蒙古蒙奇药业有限公司营业执照、药品生产许可证；河北瑞康志德医药贸易有限公司营业执照、药品经营许可证等。

根据《中华人民共和国药品管理法》第七条第一款规定：“开办药品生产企

业，须经企业所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准并发给《药品生产许可证》，凭《药品生产许可证》到工商行政管理部门办理登记注册。无《药品生产许可证》的，不得生产药品。”第十四条第一款规定：“开办药品批发企业，须经企业所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准并发给《药品经营许可证》；开办药品零售企业，须经企业所在地县级以上地方药品监督管理部门批准并发给《药品经营许可证》。无《药品经营许可证》的，不得经营药品。”《食品经营管理办法》第二条第一款规定：“在中华人民共和国境内，从事食品销售和餐饮服务活动，应当依法取得食品经营许可。”第十条第三款规定：“食品经营项目分为预包装食品销售（含冷藏冷冻食品、不含冷藏冷冻食品）、散装食品销售（含冷藏冷冻食品、不含冷藏冷冻食品）、特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）、其他类食品销售；热食类食品制售、冷食类食品制售、生食类食品制售、糕点类食品制售、自制饮品制售、其他类食品制售等。”

综上，本所律师认为，报告期内公司承接的药品、保健品等特殊行业广告的广告主均具备开展自身业务的资质、许可或备案，符合《中华人民共和国药品管理法》《食品经营管理办法》《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》等相关法律法规规定。

（三）公司承接的特殊行业广告是否均已取得前置行政许可。

根据公司提供的药品、保健品等特殊行业广告业务发布合同、广告审查证明文件，并经本所律师核查，报告期内公司承接的特殊行业广告取得的前置行政许可情况如下：

序号	客户名称	商品名称	广告审查证明
1	江苏养无极药业有限公司（曾用名：江苏鸿康医药有限公司）	补肺丸	广告批准文号：甘药广审（声）第210131-00126号；甘药广审（视）210131-00092号；甘药广审(视)第21013100014号；甘药广审(视)第21013100017号；甘药广审（视）第221228-00202号；甘药广审（视）第221228-00203号
		醒脾开胃颗粒	广告批准文号：陕药广审（视）第2019070038号
		活血胶囊	广告批准文号：陕药广审（视）第2019050034号
2	山西航鹰药业有	桂龙药膏	广告批准文号：桂药广审（视）第250826-00165号；桂药广审

	限公司		(视)第250826-00167号;桂药广审(视)第250826-00168号
3	河北健仁医药药材有限公司	舒筋健腰丸	广告批准文号:粤药广审(声)第201231-00015号;粤药广审(视)第241121-00027号;粤药广审(视)第241121-00024号;粤药广审(视)第241121-00023号;粤药广审(视)第241121-00022号
4	广东省广告集团股份有限公司	龟龄集酒	广告批准文号:晋健广审(视)第201910003号;晋健广审(视)第201910004号
5	江西凤扬传说整合营销服务股份有限公司	复方聚维酮碘搽剂	广告批准文号:黑药广审(视)第240417-00959号;黑药广审(视)第240119-00755号;黑药广审(视)第230429-00343号;黑药广审(视)第230523-00355号;黑药广审(视)第220305-00016号;黑药广审(视)第220331-00251号;黑药广审(视)第220331-00252号;黑药广审(视)第220305-00019号;黑药广审(视)第230428-00331号;黑药广审(视)第230428-00332号
6	辽宁好护士集团医药有限公司	强肾片	广告批准文号:辽药广审(视)第201231-00091号;辽药广审(视)第2019120124号
7	山西净如明文化传播有限公司	板蓝根颗粒、复方板蓝根颗粒	广告批准文号:粤药广审(视)第2020020026号
8	山西铭信果商贸有限公司	香丹清牌珂妍胶囊	广告批准文号:陕食健广审(视)第220913-00043号;陕食健广审(视)第220913-00027号;陕食健广审(视)第220913-00037号;陕食健广审(视)第220913-00005号;陕食健广审(视)第220913-00012号;陕食健广审(视)第220913-00018号;陕食健广审(视)第220913-00042号
9	长治市福顺祥医药有限公司	参棘软膏	广告批准文号:蒙药广审(视)第230107-00119号
10	河北瑞康志德医药贸易有限公司	清血八味片	广告批准文号:蒙药广审(视)第230406-00177号

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》第二条规定:“药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告的审查适用本办法。未经审查不得发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告。”第九条规定:“药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告应当显著标明广告批准文号。”第十三条第一款规定:“药品、特殊医学用途配方食品广告审查申请应当依法向生产企业或者进口代理人等广

告主所在地广告审查机关提出。”

综上，本所律师认为，报告期内，公司承接的药品、保健品等特殊行业广告均已取得广告审查证明等前置行政许可，符合《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》等相关法律法规规定。

四、问题4：关于持续经营能力。2020年、2021年、2022年1月收入分别为4,548.42万元、6,679.48万元、376.71万元，2021年收入比2020年增长2,131.06万元，增长率为46.85%；毛利率分别为9.72%、11.81%、15.27%；净利润分别为36.06万元、217.49万元、23.50万元。

请公司：（1）说明公司获取广播电视台代理权的方式，客户不直接与电视台接洽广告事宜的原因，公司如何与陕西电视台建立合作关系，媒体广告代理依赖的渠道，是否依赖个人资源，是否商业贿赂，说明战略合作伙伴协议内容、期限，独家权获取方式、稳定性，是否通过招标取得，是否围标，招投标过程是否合规，客户的获取方式，是否直接与电视台对接，是否由电视台制定采购；

（2）数字营销业务由客户提供内容素材，公司核心优势是渠道优势还是内容设计，是否提供内容制作，是否具备相应人员及业务能力，结合具体案例说明公司内容生产过程，是否存在外协；（3）结合公司所处的市场地位、市场占有率、核心竞争优势、老客户维护能力、新客户拓展能力、新业务拓展能力、在手订单和期后新签订的订单情况、期后业绩（收入、毛利率、净利润、现金流）等分析公司的持续经营能力、业绩成长性，结合应收账款回款、媒介资源付款情况及经营活动现金流分析公司营运资金是否充裕，定性定量补充披露2021年经营活动现金流量净额大幅增长、2022年1月下降至负数的原因及合理性，是否存在营运资金短缺风险，提高盈利能力、应对营运资金短缺风险的具体措施及有效性；（4）按照以下维度补充披露各类收入金额及占比：最终广告主所处行业、客户类型（广告代理公司、广告主）、媒介发布渠道（电视、广播、报纸、期刊杂志、户外及生活圈、互联网等）；（5）按照《挂牌审查业务规则适用指引第1号》对公司2021年收入、净利润增长事项进行补充披露，说明为2021年媒体广告代理中各细分代理业务收入增长的客户对象、订单金额、获客方式等，补充披露其他业务内容；（6）说明公司增值税加计抵减确认依据，占净利润的比例，公司是否对税收优惠存在依赖；（7）说明报告期管理人员构成及变动情况，平均薪酬是否处于合理水平，2021年管理人员薪酬大幅增长的合理性，是否与

业务规模相匹配；（8）公转书披露“在媒体广告代理取得成本是相对固定的情况下，毛利率的变动主要为收入变动引起”，解释2021年媒体广告代理收入增长幅度较大，但毛利率仅上升0.81个百分点的合理性；结合创意活动定价、成本情况，量化说明2021年创意活动毛利率较2020年上升50.74个百分点的原因；结合引进小红书等新媒体，先期投入较多营销成本具体情况，量化说明2021年度数字营销毛利率为负数的原因；结合2022年1月媒体广告代理毛利率与同期的对比情况，量化分析波动的原因；说明其他业务毛利率波动原因。

请主办券商、律师核查“（1）”事项，对业务获取合规性发表明确意见。

回复意见：

（一）律师核查“（1）”事项，对业务获取合规性发表明确意见。

经本所律师核查报告期内山西广播电视台发布的招标文件、中标确认书以及向公司签发的《山西广播电视台广告资源经营权授权书》、公司与山西广播电视台签订业务合作协议等，公司系通过公开招投标方式获取山西广播电视台的广告资源经营权，且获取的广告资源在合作期内均为公司独家代理，因此对于公司代理经营的广告资源，山西广播电视台不得与客户直接接洽广告投放事宜，客户如需投放广告均应通过公司进行。报告期内，公司中标山西广播电视台广告资源后，与电视台签订《品牌战略合作协议》《广告代理合同》等，合作期限为一年，协议内容明确约定公司代理的电视台广告资源播出频道、频率、广告时段、广告形式，公司向电视台买断广告资源的价格，以及双方在合作中各自的权利义务等。

历年来公司与山西广播电视台建立合作关系，均是通过公开招投标方式，获取广告资源亦是按照电视台确定的竞价机制，以最高价获得代理权，前述招投标过程中不存在围标、商业贿赂等非法投标情况，招投标过程合法合规。

公司一方面拥有媒体广告代理资源，另一方面具有丰富的广告策划创意经验，在市场上积累了较为稳定的客户群体，相比电视台，公司的服务优势更明显，因此，公司客户均为通过市场拓展取得，不存在电视台指定采购的情形。

综上，本所律师认为，公司获取山西广播电视台代理权的方式合法合规，公司与山西广播电视台合作关系稳定，不存在依赖个人资源，不存在商业贿赂，不存在围标，招投标过程合法合规，客户均为通过市场拓展取得，不存在电视台指定采购的情形。

五、请公司、主办券商、律师、会计师对照《全国中小企业股份转让系统

股票挂牌条件适用基本标准指引》、《公开转让说明书内容与格式指引》、《全国中小企业股份转让系统股票定向发行指南》及《全国中小企业股份转让系统股票定向发行规则》补充说明是否存在涉及挂牌条件、信息披露、定向发行要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

回复意见：

经对照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引》《公开转让说明书内容与格式指引》《全国中小企业股份转让系统股票定向发行指南》及《全国中小企业股份转让系统股票定向发行规则》，本所律师认为，公司不存在其他涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的重要事项。

（此页以下无正文）

(本页无正文，为《山西晋商律师事务所关于山西智胜传媒科技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）》之签字盖章页)

山西晋商律师事务所

(盖章)



负责人：刘志强

签名： 刘志强

经办律师：张建席

签名： 张建席

经办律师：吴晓斐

签名： 吴晓斐

经办律师：王日晟

签名： 王日晟

日期：2022年6月14日