（上接A53版）

[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]

注：以上APP运营方股东信息及董事、监事、高级管理人员信息来源于国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）的查询。

根据标的公司的说明，并经公开渠道查询，上述同名或近似名称APP的运营方、运营方股东及其董事、监事和高级管理人员与标的公司不存在关联关系。

4、是否构成标的公司运营的重大不利变化及法律障碍

（1）标的公司已经获得“返利网”及“[illegible]”商标商标专用权，正在积极申请其他相关商标权利，并打击侵权行为，以获得更加完善的商标专用权保护。

针对“[illegible]”商标，标的公司及其控股子公司已经在第35类及第42类获得商标授权。对于直接侵犯该等商标专用权的行为，标的公司一直通过向工业与信息化部投诉、向市场监督管理部门举报、向手机应用商店举报及与侵权方沟通要求停止侵害等方式采取积极行动，以保护“[illegible]”商标的商标专用权利，维护标的公司的合法权益。

针对“[illegible]”商标，标的公司已在第35类获得商标授权并处于商标保护期内，该商标专用权期限将为2020年06月28日至2030年06月27日。返商标是标的公司用于返利网APP的图标，相似或同名APP往往通过采取与返利网APP相似的图标以达到进行混淆的目的。鉴于标的公司已经获得返商标在第35类上的商标专用权利，对于直接侵犯该等商标专用权的行为，标的公司可以通过向市场监督管理部门举报、向手机应用商店举报或向人民法院起诉等方式保护商标权利。

同时，标的公司于2020年3月25日在第35类申请第44889684号“返利APP”商标，在第35类申请第44897076“Fanli”商标，在第35类申请第44897083“反利网”商标，在第35类申请第44899826“返利网APP”商标，在第35类申请第44904963“反利”商标。上述商标的申请与取得有利于进一步加强标的公司对其拥有和运营的“返利网”APP的商标专用权保护的范围和程度，更大限度的防止同名APP的出现。

对于直接侵犯该等商标专用权的行为，标的公司主要通过以下方式打击侵权，以保护“[illegible]”商标的商标专用权利，维护标的公司的合法权益：

a. 向各大手机应用商店举报侵权行为；

b. 向工业与信息化部“互联网信息服务投诉平台”进行投诉；

c. 向市场监督管理部门12315投诉热线进行投诉；

d. 与侵权方沟通要求停止侵害；

e. 向侵权方发送律师函要求停止侵害，并提起相应诉讼。

尽管标的公司已经获得“返利网”商标及返商标专用权，且采取积极措施打击侵权，但因侵权方数量较大、更新速度较快，标的公司的商标专用权利仍然存在被侵犯的风险。

（2）标的公司具有显著的先发优势，拥有较强的核心竞争力和竞争优势

成立于2007年的标的公司，是国内较早一批从事在线导购业务的企业，在长期经营中积累了丰富的市场经营及强大的用户基础。2017-2019年，标的公司注册账户数和月均活跃用户数保持了持续增长，其中注册账户数从1.6亿增长至2.4亿，月均活跃用户数则从681.66万人增长至860.75万人。2019年标的公司月均购物用户数较2017年增长76%，年导购交易总次数较2017年增长89%，年导购交易总金额较2017年增长28%。广告主对于返利的推广效果认可度提升，2019标的公司广告推广收入较2018年增长90.83%。此外，根据艾瑞数据相关公开信息，2019年“返利网”APP的月均活跃用户数、月总使用次数、月均单机使用次数均名列行业前茅。

考虑到标的公司拥有的庞大的用户基数、领先的市场地位及市场规模，尽管长期以来市场均存在一定数量的模仿者，但由于模仿者的APP运营生命周期相对较短，用户注册数量、日活数量均显著较低，不会对标的公司APP的运营构成重大不利变化或实质法律障碍。

综上所述，基于标的公司已经取得的“[illegible]”商标及“[illegible]”商标的专用权，且随着标的公司其他相关注册商标的申请，并依托于标的公司的核心竞争力及其运营的“返利网”APP的自身优势，虽然市场目前存在同名“返利网”APP，但该等情形对标的公司的运营不构成重大不利变化及实质法律障碍。

（四）报告期内，标的公司的营业收入逐年下降。请说明上述情况是否反映出标的公司经营能力或经营环境发生变化，对公司的持续盈利能力存在重大不利影响，并说明标的是否符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第三十条关于持续盈利能力的相关规定

1、报告期内标的公司营业收入下降主要是因为标的公司部分业务调整所致，并非标的公司经营能力或环境发生重大不利变化

报告期内，标的公司营业收入逐年下降主要是因为：

（1）标的公司收缩了P2P理财相关业务规模，考虑到P2P理财公司存在较大的经营风险，为更好地保护“返利网”用户利益，标的公司于2018年开始逐步收缩与P2P理财相关的业务合作，并于2019年下半年全面终止。同时，标的公司将原本投入在P2P理财行业的导购资源、研发资源、运营资源、开发资源等更集中、专注地投入到电商导购、广告推广等业务中。因此，报告期内，标的公司在剔除P2P理财相关业务后的整体毛利依旧保持为增长趋势。

单位:万元

	2019年	2018年	2017年
毛利	48,047.54	51,164.83	59,607.92
其中:P2P理财相关业务毛利	476.01	3,832.31	13,580.35
剔除P2P理财相关业务后的毛利	47,571.54	47,332.52	46,027.57

注:以上财务数据未经审计。

（2）标的公司增加了优惠券导购工具的使用规模。为了提升用户体验并结合电商行业的发展动态，标的公司逐步增加了对优惠券导购工具的推广力度，导致2017-2019年，标的公司来源于优惠券模式的导购服务收入占导购服务总收入的比例分别为22.26%、37.44%、39.93%，逐年上升。优惠券导购工具是指由标的公司通过其与电商联盟平台的系统接口，自动收集、整理的折扣券、满额扣减券等，并基于大数据分析和个性化推荐技术，通过“返利网”向用户进行展示、推荐。用户通过“返利网”的链接跳转至相关电商或品牌商官网后，领取相应的优惠券，并在消费时直接使用优惠券扣减商品或服务的价款。在实际交易完成后，标的公司根据扣减优惠券后的实际成交金额向商家收取一定比例的导购佣金，标的公司营业收入呈下降趋势。同时，由于优惠券已设定了折扣优惠，用户已享受了补贴，因此“返利网”在用户完成交易后，不再给予用户额外的返利金，因此标的公司营业成本同时减少。在优惠券模式下，表现为标的公司营业收入、营业成本同时减少，但是对标的公司持续盈利能力不会产生不利影响。因此，报告期内，标的公司剔除P2P理财相关业务后，整体毛利（该指标系剔除了返利、优惠券不同导购工具的标的公司收入模式的影响）依旧保持增长。

综上，收缩P2P理财相关业务规模、增加优惠券导购工具的推广力度系标的公司管理层基于标的公司未来发展目标、产品定位、市场环境等，所做的正常范围内的日常经营策略的调整，不存在标的公司经营能力或经营环境发生重大不利变化，不会对标的公司持续盈利能力产生重大不利影响。

2、标的公司符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第三十条关于持续盈利能力的相关规定

（1）标的公司经营模式、产品或服务的品种结构不会发生重大变化，不会对标的公司持续盈利能力构成重大不利影响

标的公司主营业务始终为运营第三方在线导购移动客户端“返利网”APP及其网站，主要提供电商导购服务、广告推广服务等。

标的公司以“返利网”APP及其网站为主要运营载体，致力于向用户展示、推荐各类商品及服务的优惠信息、使用心得及消费体验等。此外，“返利网”亦是各类电商及品牌商触及消费者、扩大品牌影响力的重要渠道。电商及品牌商在“返利网”中能够同时完成商品推广和品牌展示，实现了“品效合一”的营销效果，满足了各类商家提升销售效率和品牌形象的需求。

（2）标的公司的行业地位或所处行业的经营环境未发生重大变化，不会对标的公司的持续盈利能力构成重大不利影响

第三方在线导购市场受益于国内外网络零售市场规模的不断增长及其他网络消费领域的不断扩张，未来市场前景广阔。根据中国互联网络信息中心发布的第44次《中国互联网络发展状况统计报告》，2018年中国网络购物用户规模达6.1亿，占整体网民的比例达73.6%。根据商务部《中国电子商务报告2018》，2018年全国网上零售额达9.01万亿元，同比增长23.9%，占社会消费品零售总额的比例持续增长。根据商务部《中国电子商务报告2019》，2019年，中国电子商务市场规模持续引领全球，服务能力和应用水平进一步提高。全国电子商务交易额达34.81万亿元，其中网上零售额10.63万亿元，同比增长16.5%，实物商品网上零售额8.52万亿元，占社会消费品零售总额的比重上升到20.7%；2019年网络零售对社会消费品零售总额增长的贡献率达45.6%。国内网络零售市场规模的不断增长为在线导购行业的发展奠定了坚实基础。此外，随着近年来移动互联网的普及，除零售商品外，涉及吃喝玩乐等各类其他网络消费领域亦不断扩张。美容、票务、家政、在线旅游等各类服务亦进入互联网消费时代，相关线上服务平台的数量和交易额亦不断增长。在线导购行业在此类服务类电子商务市场拥有更广阔的发展空间，在线导购行业的外延不断扩大。因此，标的公司所处行业的经营环境未发生重大变化，不会对标的公司的持续盈利能力构成重大不利影响。

截至2019年12月31日，“返利网”的累计注册用户数超过2.4亿人。根据标的公司系统数据统计，2019年标的公司旗下产品的月平均活跃用户数为860.75万人；根据艾瑞数据的信息，2019年第三方电商导购类应用中，“返利网”APP在月独立设备数、总使用次数均名列同类移动应用第一。

（3）标的公司最近1个会计年度的营业收入或净利润不存在对关联方重大依赖，亦不存在对不确定性客户重大依赖

2019年，标的公司前五大客户与标的公司均不存在关联关系。此外，2019年标的公司前五大客户均为国内知名电商平台、广告代理机构，标的公司与其合作时间均在1年以上，合作关系稳定，不存在对不确定性客户的重大依赖。

（4）标的公司最近1个会计年度的净利润不存在主要来自合并财务报表范围以外的投资收益

标的公司最近1个会计年度的净利润不存在主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情况。

（5）标的公司在用的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术的取得或者使用不存在重大不利变化

截至本回复披露之日，标的公司及其子公司拥有已注册商标29项、专利1项、域名71项、软件著作权86项、登记著作权2项。上述无形资产产权权属清晰，标的公司对取得或使用上述无形资产不存在重大不利变化。

（6）其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形

标的公司经营稳定，不存在其他可能对标的公司持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

（五）中介机构核查意见

1、财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：

（1）由于标的公司终止了与P2P理财公司的业务合作，以及上游电商行业竞争格局的变化，导致投售期内，标的公司前五大客户略有变化。

（2）标的公司对电商平台而言，是提供外部流量的中立合作伙伴，能为电商平台带来大量有效成交及活跃用户，是电商平台不断发展的必要外部资源，两者共生互利。此外，报告期内，标的公司与电商领域老客户保持了稳定的长期合作关系，同时又积极拓展新客户的业务机会，标的公司业务开展具有可持续性。标的公司为主流电商提供的导购服务，通常是与其联盟平台签订合作协议，合作协议的内容遵循各联盟平台的规则而定，系标准化格式协议，无法续签的风险较小。综上，本次交易完成后，标的公司与前五大客户相关业务开展具有可持续性，标的公司未来盈利能力稳定、具有可持续性。随着国内网络零售市场规模的不断增长，以及美容、票务、家政、在线旅游等各类生活服务亦进入互联网消费时代，标的公司作为国内最早从事在线导购业务的公司之一，具有广阔的市场空间，具有稳定的盈利能力。

（3）截至本回复出具之日，就“返利网”字样商标，标的公司及其控股子公司已经在第35类及第42类获得商标授权并处于商标保护期内；就返商标，标的公司已在第35类获得商标授权并处于商标保护期内。

标的公司自2012年起固从事返利网APP运营，为同行业最早从事导购、广告业务的商家之一，经过多年积累，已经拥有庞大稳定的用户群，且拥有良好的口碑和行业声誉。因此，市场上易出现同类的产品，以近似或相同的名称从事相似业务，以变相利用标的公司多年形成的声誉和用户基础。标的公司已经成立了专门的法务团队对上述模仿现象进行处理，但是因模仿者数量较大、更新速度较快，因此并无法完全制止上述模仿行为的发生。

经公开渠道检索及的标的公司提供的说明，上述同名或近似名称APP的运营方、运营方股东及其董事、监事和高级管理人员与标的公司不存在关联关系。

基于标的公司已经取得的“[illegible]”商标及“[illegible]”商标的专用权，且随着标的公司其他相关注册商标的申请，并依托于标的公司的核心竞争力及其运营的“返利网”APP的自身优势，虽然市场目前存在同名“返利网”APP，但该等情形对标的公司的运营不构成重大不利变化及实质法律障碍。

（4）报告期内，标的公司营业收入逐年下降主要是由于标的公司自2018年开始缩减与P2P理财相关业务合作及标的公司来源于优惠券模式的导购收入规模不断上升所致。上述两项调整系标的公司管理层基于标的公司未来发展目标、产品定位、市场环境等，所做的正常范围内的日常经营策略的调整，不存在标的公司经营能力或经营环境发生重大不利变化，亦不会对标的公司持续盈利能力产生重大不利影响。经核查标的公司经营模式、所处行业地位及行业经营环境、主要客户、净利润、无形资产等、独立财务顾问认为标的公司符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第三十条关于持续盈利能力的相关规定。

2、律师核查意见

根据上市公司出具的《回询函回复》、财务顾问出具的《财务顾问专项核查意见》及本所律师的核查，本所律师作为非财务、业务、会计方面的专业人士认为：

（1）由于标的公司终止了与P2P理财公司的业务合作，以及上游电商行业竞争格局的变化，导致投售期内，标的公司前五大客户略有变化。

（2）标的公司对电商平台而言，是提供外部流量的中立合作伙伴，能为电商平台带来大量有效成交及活跃用户，是电商平台不断发展的必要外部资源，两者共生互利。此外，报告期内，标的公司与电商领域老客户保持了稳定的长期合作关系，同时又积极拓展新客户的业务机会，标的公司业务开展具有可持续性。标的公司为主流电商提供的导购服务，通常是与其联盟平台签订合作协议，合作协议的内容遵循各联盟平台的规则而定，系标准化格式协议，无法续签的风险较小。综上，本次交易完成后，标的公司与前五大客户相关业务开展具有可持续性，标的公司未来盈利能力稳定、具有可持续性。随着国内网络零售市场规模的不断增长，以及美容、票务、家政、在线旅游等各类生活服务亦进入互联网消费时代，标的公司作为国内最早从事在线导购业务的公司之一，具有广阔的市场空间，具有稳定的盈利能力。

（3）就“返利网”字样商标，标的公司及其控股子公司已经在第35类及第42类获得商标授权并处于商标保护期内；就返商标，标的公司已在第35类获得商标授权并处于商标保护期内。

标的公司自2012年起固从事返利网APP运营，为同行业最早从事导购、广告业务的商家之一，经过多年积累，已经拥有庞大稳定的用户群，且拥有良好的口碑和行业声誉。因此，市场上易出现同类的产品，以近似或相同的名称从事相似业务，以变相利用标的公司多年形成的声誉和用户基础。标的公司已经成立了专门的法务团队对上述模仿现象进行处理，但是因模仿者数量较大、更新速度较快，因此并无法完全制止模仿行为的发生。

根据标的公司的说明，并经本所律师在公开渠道的查询，上述同名或近似名称APP的运营方、运营方股东及其董事、监事和高级管理人员与标的公司不存在关联关系。

基于标的公司已经取得的“[illegible]”商标及“[illegible]”商标的专用权，且随着标的公司其他相关注册商标的申请，并依托于标的公司的核心竞争力及其运营的“返利网”APP的自身优势，虽然市场目前存在同名“返利网”APP，但该等情形对标的公司的运营不构成重大不利变化及实质法律障碍。

（4）报告期内，标的公司营业收入逐年下降主要是由于标的公司自2018年开始缩减与P2P理财相关业务合作及标的公司来源于优惠券模式的导购收入规模不断上升所致。上述两项调整系标的公司管理层基于标的公司未来发展目标、产品定位、市场环境等，所做的正常范围内的日常经营策略的调整，不存在标的公司经营能力或经营环境发生重大不利变化，亦不会对标的公司持续盈利能力产生重大不利影响。

2、标的公司符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第三十条关于持续盈利能力的相关规定

（1）标的公司经营模式、产品或服务的品种结构不会发生重大变化，不会对标的公司持续盈利能力构成重大不利影响

标的公司主营业务始终为运营第三方在线导购移动客户端“返利网”APP及其网站，主要提供电商导购服务、广告推广服务等。

标的公司以“返利网”APP及其网站为主要运营载体，致力于向用户展示、推荐各类商品及服务的优惠信息、使用心得及消费体验等。此外，“返利网”亦是各类电商及品牌商触及消费者、扩大品牌影响力的重要渠道。电商及品牌商在“返利网”中能够同时完成商品推广和品牌展示，实现了“品效合一”的营销效果，满足了各类商家提升销售效率和品牌形象的需求。

（2）标的公司的行业地位或所处行业的经营环境未发生重大变化，不会对标的公司的持续盈利能力构成重大不利影响

截至2019年12月31日，“返利网”的累计注册用户数超过2.4亿人。根据标的公司系统数据统计，2019年标的公司旗下产品的月平均活跃用户数为860.75万人；根据艾瑞数据的信息，2019年第三方电商导购类应用中，“返利网”APP在月独立设备数、总使用次数均名列同类移动应用第一。

（3）标的公司最近1个会计年度的营业收入或净利润不存在对关联方重大依赖，亦不存在对不确定性客户重大依赖

2019年，标的公司前五大客户与标的公司均不存在关联关系。此外，2019年标的公司前五大客户均为国内知名电商平台、广告代理机构，标的公司与其合作时间均在1年以上，合作关系稳定，不存在对不确定性客户的重大依赖。

（4）标的公司最近1个会计年度的净利润不存在主要来自合并财务报表范围以外的投资收益

标的公司最近1个会计年度的净利润不存在主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情况。

（5）标的公司在用的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术的取得或者使用不存在重大不利变化

截至本回复披露之日，标的公司及其子公司拥有已注册商标29项、专利1项、域名71项、软件著作权86项、登记著作权2项。上述无形资产产权权属清晰，标的公司对取得或使用上述无形资产不存在重大不利变化。

（6）其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形

标的公司经营稳定，不存在其他可能对标的公司持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

（五）中介机构核查意见

1、财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：

（1）由于标的公司终止了与P2P理财公司的业务合作，以及上游电商行业竞争格局的变化，导致投售期内，标的公司前五大客户略有变化。

（2）标的公司对电商平台而言，是提供外部流量的中立合作伙伴，能为电商平台带来大量有效成交及活跃用户，是电商平台不断发展的必要外部资源，两者共生互利。此外，报告期内，标的公司与电商领域老客户保持了稳定的长期合作关系，同时又积极拓展新客户的业务机会，标的公司业务开展具有可持续性。标的公司为主流电商提供的导购服务，通常是与其联盟平台签订合作协议，合作协议的内容遵循各联盟平台的规则而定，系标准化格式协议，无法续签的风险较低。综上，本次交易完成后，标的公司与前五大客户相关业务开展具有可持续性，标的公司未来盈利能力稳定、具有可持续性。随着国内网络零售市场规模的不断增长，以及美容、票务、家政、在线旅游等各类生活服务亦进入互联网消费时代，标的公司作为国内最早从事在线导购业务的公司之一，具有广阔的市场空间，具有稳定的盈利能力。

6、关于标的资产的合规情况。预案披露，报告期内标的公司曾为P2P理财公司提供导购及广告展示服务，存在因所服务的P2P理财公司违约、破产、倒闭而受到牵连，且存在被起诉或被相关部门处罚的风险。请补充披露：（1）标的公司为P2P理财公司提供导购及广告展示服务的具体情况，包括但不限于收入金额、广告展示合同约定的公司权利和义务条款等；（2）标的公司与P2P相关业务有关的诉讼、仲裁、处罚的基本案情、原因、进展，结合广告法等相关法律规则业务规模，分析说明标的公司可能存在的法律风险；（3）标的公司对相关风险的应对措施，包括但不限于广告合规性的审查依据及制度安排等；（4）报告期内是否存在对标的公司生产经营及未来发展产生重大影响的诉讼或仲裁，如有，请予以详细披露并充分揭示风险，并说明标的资产是否符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第十八条关于违法违规情况的相关规定。请财务顾问、会计师和律师发表意见。

回复：

（一）标的公司为P2P理财公司提供导购及广告展示服务的具体情况，包括不限于收入金额、广告展示合同约定的公司权利和义务条款等

1、标的公司为P2P理财公司提供导购及广告服务概况

根据标的公司的说明及独立财务顾问对标的公司P2P相关业务合同的审查，标的公司在报告期内为P2P理财公司提供导购及广告展示服务（合称“P2P业务”）。其中，导购服务是指标的公司为P2P理财公司在“返利网”上进行推广营销，用户通过“返利网”跳转至相应的P2P理财公司平台，并在理财平台上完成注册及首次有效投资，用户投资后，P2P理财公司根据用户投资的金额向标的公司支付一定比例的佣金；广告展示服务是指标的公司在“返利网”为P2P理财公司提供广告位，P2P理财公司在该等广告位展示理财广告，标的公司收取相应的广告费。

2、标的公司与P2P理财公司业务合同签署情况

（1）相关业务合同权利义务主要条款

标的公司在与P2P理财公司正式开展导流及广告展示服务前会根据相关内部管理制度对合作方进行筛选，并与最终确定的合作方签署《金融频道合作协议》（针对导购服务）和/或《网络广告发布合同》（针对广告展示服务）。

上述协议的主要条款如下：

a. 《金融频道合作协议》（导购服务）

协议名称	金融频道合作协议（不同合作方协议名称可能有所区别，部分协议使用《营销合作协议》名称）
协议双方	标的公司、合作方
合作形式	标的公司利用自有平台，为合作方提供平台营销的投酬型服务
佣金支付	合作方仅在标的公司的营销宣传活动取得效果（即用户在合作方借贷平台业务网站完成注册，首次下单）才支付推广佣金
佣金金额	用户首次投资低于一定金额，则合作方不向标的公司支付佣金；高于一定金额，则根据用户首次投资的金额按照一定金额或比例计算佣金
担保金	合作方向标的公司支付一定金额的担保金，如合作临时终止的，则扣除一定金额的担保金；如合作到期的，则退还担保金

b. 《网络广告发布合同》（广告展示服务）

协议名称	网络广告发布合同（不同合作方协议名称可能有所区别）
协议各方	标的公司、合作方、广告公司
广告事项	标的公司、广告公司为合作方在规定的时间内于理财广告位置发布网络广告
广告内容	广告内容素材由合作方向广告公司提供，广告公司审查后提供给标的公司。合作方应当确保广告内容不会违反广告法等相关法律法规，否则应当向标的公司承担责任
报酬支付	合作方向标的公司支付一定金额的广告费

注：根据标的公司说明，标的公司在P2P业务开展初期，仅由其自身与合作方就广告展示服务签署《网络广告发布合同》，并未引入广告公司作为合同第三方。后标的公司考虑到广告内容的审查要求，为一定程度隔绝广告内容审查的风险，自2017年下半年起，引入标的公司的关联方上海昶浩广告有限公司（“上海昶浩”）作为合同一方共同签署《网络广告发布合同》。根据《网络广告发布合同》中承担收集、审核广告内容的合同义务，但并未向标的公司或合作方收取费用。

（2）体外P2P业务的合同签署情况

根据标的公司的说明，为风险控制等原因，标的公司部分P2P业务合同系由标的公司的关联方上海奎捷广告有限公司（“上海奎捷”）、上海昶浩与P2P合作方签署，并以上海奎捷、上海昶浩作为P2P业务的收款主体开展相关业务（“体外P2P业务”）。具体情况如下：

序号	业务合作方	合同签署方	收入金额（元）	合同类型	合同内容
1	杭州金储宝资产管理有限公司	上海奎捷	2,550,000	《网络广告发布合同》	与标的公司《网络广告发布合同》使用相同模板，主要权利义务内容相同
2	上海米泰广告有限公司	上海奎捷	1,337,500	《网络广告发布合同》	与标的公司《网络广告发布合同》使用相同模板，主要权利义务内容相同
3	浙江楚橡信息科技股份有限公司	上海奎捷	260,000	《网络广告发布合同》	与标的公司《网络广告发布合同》使用相同模板，主要权利义务内容相同
4	深圳合众财富金融投资管理有限公司	上海奎捷	300,000	《网络广告发布合同》	与标的公司《网络广告发布合同》使用相同模板，主要权利义务内容相同
5	豆比科技（北京）有限公司	上海奎捷	4,570,000	—	—
6	深圳国金所金融服务有限公司	上海昶浩	800,000	—	—
7	北京爱钱帮财富科技有限公司	上海奎捷	100,000	—	—
8	甘肃金畅网络科技有限公司	上海奎捷	264,000	—	—

注：根据标的公司说明及独立财务顾问对资金流水的核查，报告期内共有8家体外P2P业务合作方与上海奎捷、上海昶浩开展体外P2P业务。独立财务顾问对其中4家的《网络广告发布合同》进行了核查，其与标的公司使用相同模板，主要权利义务内容相同。

根据标的公司说明及独立财务顾问对标的公司及相关方的资金流水核查，标的公司体外P2P业务发生于2017、2018年度，涉及的收入总计为1,018.15万元（未经审计），目前已经全部终止。根据标的公司说明，独立财务顾问对相关协议及资金流水的核查，2020年6月29日，标的公司已经与上海奎捷、上海昶浩签署关于体外P2P业务处置的协议，并在该等协议中约定上海奎捷、上海昶浩将其历史上因体外P2P业务所获得的收入向标的公司支付，所承担的成本由标的公司承担。截至本回复意见出具之日，上海奎捷、上海昶浩已经完成相关款项的支付。

3、标的公司为P2P理财公司提供导购及广告展示服务的收入情况

根据标的公司提供的资料，标的公司为P2P理财公司提供导购及广告展示服务的收入情况如下：

年度	导购收入金额（万元）	广告展示服务金额（万元）	合计（万元）
2017	13,210.25	7,856.33	21,066.58
2018	7,518.38	793.07	8,311.45
2019	962.56	0.00	962.56

注：以上财务数据未经审计，由于体外P2P广告业务收入确认等尚在进一步审计确认，故未统计该部分收入。

根据标的公司的说明，标的公司考虑到P2P理财公司存在较大的经营风险，为更好地保护“返利网”用户利益，对经营战略进行了调整，主动减少了与理财类客户的合作。2019年下半年，标的公司与P2P理财公司相关的导购及广告展示业务已经全面终止。

（二）标的公司与P2P相关业务有关的诉讼、仲裁、处罚的基本案情、原因、进展，结合广告法等相关法律法规和业务规模，分析说明标的公司可能存在的法律风险

根据标的公司提供的资料及独立财务顾问在公开信息渠道的查询，标的公司在报告期内发生及/或报告期内尚未完结的与P2P业务有关诉讼、仲裁、处罚的情况如下：

1、标的公司作为原告与P2P相关业务有关的诉讼案件

（1）中彦科技诉点荣金融合同纠纷案

2016年5月15日，标的公司与上海点荣金融信息服务有限责任公司（“点荣金融”）签署《返利网营销活动合作协议》、《返利网营销活动合作协议补充协议》、《返利网营销活动合作协议之补充协议（二）》、《返利网营销活动合作协议之补充协议（三）》、《返利网营销活动合作协议之补充协议（四）》，约定标的公司为点荣金融提供营销推广，即标的公司通过其拥有和运营的返利网及其手机客户端为点荣金融进行网络推广，点荣金融按约定向标的公司支付佣金。

2018年9月，标的公司以点荣金融未支付佣金构成违约为由，向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，请求支付佣金853，253.07元。

2018年11月2日，标的公司与点荣金融达成《和解协议》，约定点荣金融向标的公司支付佣金853，336元及点荣金融承担的诉讼费3，083元。

2018年11月2日，标的公司向上海市徐汇区人民法院提出撤诉申请，上海市徐汇区人民法院出具民事裁定书（（2018）沪0104民初20242号），准予标的公司撤诉。

（2）中彦科技诉胖胖猪合同纠纷案

2017年6月2日，标的公司与胖胖猪信息咨询服务（北京）有限公司（“胖胖猪”）签订了《返利网金融频道合作长期协议》，约定标的公司为胖胖猪提供营销宣传，胖胖猪支付标的公司佣金。

2017年11月22日，标的公司以胖胖猪未支付佣金为由，向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，请求支付佣金1，336，412元及相应利息。

2018年4月3日，标的公司与胖胖猪达成《和解协议书》，确认胖胖猪拖欠标的公司的佣金为1，336，412元。胖胖猪于2018年4月3日一次性支付标的公司佣金900，000元，胖胖猪曾缴纳给标的公司的保证金300，000元，由标的公司副刻作为佣金直接抵扣，双方所确认的拖欠佣金视为胖胖猪已经全部履行完毕（实际支付1，200，000元），胖胖猪该债务消灭。

2018年4月4日，标的公司向上海市徐汇区人民法院提出撤诉申请，上海市徐汇区人民法院出具民事裁定书（（2017）沪0104民初28411号之一），准予标的公司撤诉。

（3）中彦科技诉北京荣盛合同纠纷案

2018年1月25日，标的公司、北京荣盛信联信息技术有限公司（“北京荣盛”）、上海昶浩签署《网络广告发布合同》，约定北京荣盛委托标的公司在相关网站上为其发布网络广告，标的公司委托第三人上海昶浩在其运营的返利网理财频道上进行相关广告的经营等。

2019年5月10日，标的公司以北京荣盛未能及时支付《网络广告发布合同》项下的广告费为由，向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，请求北京荣盛支付广告费580，153.55元及相应利息、滞纳金和律师费支出，并由北京荣盛承担诉讼费用。

2019年7月11日，北京荣盛提起反诉，以标的公司、上海昶浩2018年7月下旬后擅自停止广告的发布，构成根本违约为由，请求返还保证金200，000元并赔偿300，000元。

2019年10月9日，上海市徐汇区人民法院出具一审民事判决书（（2019）沪0104民初13517号），认为标的公司主张的广告费系2018年7月下旬之后经履行的广告费用，驳回北京荣盛的反诉请求，判决北京荣盛向标的公司支付广告费380，153.55元及相应利息和律师费52，000元。

2019年11月13日，北京荣盛向上海市第一中级法院提起上诉。

2020年3月31日，上海市第一中级法院出具民事判决书（（2020）沪01民终1505号，驳回北京荣盛上诉，维持原判。

2、标的公司作为被告与P2P相关业务有关的诉讼案件

（1）张鑫诉中彦科技侵权责任纠纷案

2017年5月7日，标的公司在返利网手机APP上发布金豆包（北京亿信宝网络信息咨询有限公司）、田金所（深圳田金所金融服务有限公司）、国盈金服（豆比科技（北京）有限公司）理财广告，张鑫通过返利广告及广告链接投入金豆包理财产品共计人民币22万元，投入田金所理财产品共计人民币6万元，投入国盈金服理财产品共计人民币05万元。

2017年11月4日，张鑫因其投入金豆包、田金所、国盈金服的款项无法退回，以标的公司作为广告的发布者，向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，请求赔偿其经济损失共计人民币87，200元及以此金额基数的利息，并要求标的公司在其网站首页及返利首页发表侵权声明，公开赔礼道歉并承担本案涉及的费用。

2018年2月1日，上海市徐汇区人民法院出具民事裁定书（（2018）沪0104民初2297号），认为其对该案件无管辖权，移送至上海市崇明区人民法院管辖处理。

2018年3月14日，因原告方张鑫自行向上海市崇明区人民法院提出撤诉申请，上海市崇明区人民法院出具民事裁定书（（2018）沪0151民初1997号），准予张鑫撤诉。

（2）谢楚芳诉中彦科技合同纠纷案

2017年8-9月，标的公司在“返利网”及“返利网APP”上发布“国盈金服”理财产品的广告，谢楚芳通过“返利网APP”广告页面购买了“国盈金服”理财产品。上述理财产品到期后，“国盈金服”因倒闭未能按期还款。

2019年7月31日，谢楚芳向湖州市湘桥区人民法院提起诉讼，请求判令标的公司赔偿其人民币10，000元及相应利息，并由标的公司承担案件诉讼费。

根据标的公司提供的资料及其确认，截至本回复出具之日，上述一审诉讼尚未审结。

3、标的公司受到的与P2P相关业务有关的行政处罚

2018年10月17日，因标的公司就发布在返利网上的“金豆包”等理财产品的宣传内容未尽查验、核对责任，上海市崇明区市场监督管理局作出《行政处罚决定书》（沪监管崇处字（2018）第302017001709号），责令标的公司停止违法行为，并对其处以罚款20，000元。

2018年10月22日，标的公司缴纳罚款并完成对相关违法行为的整改。

2019年11月7日，上海市崇明区市场监督管理局出具《情况说明》，认为上述行政处罚不属于重大行政处罚，相关行为不属于重大违法违规行为。

2020年2月26日，合法合规经营，不存在受到重大行政处罚或有立案调查的情形。

4、标的公司因P2P业务合作方提供服务可能导致的法律风险

根据《中华人民共和国广告法（2018）修正》和《互联网广告管理暂行办法》的相关规定，从事广告及互联网广告业务的参与主体主要有广告主、广告经营者、广告发布者和广告代言人。根据相关法律法规的规定，广告经营者是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然人、法人或者其他组织；为广告主或者广告经营者推送或者互联网广告，并能够核对广告内容，决定广告发布的自然人、法人或者其他组织，是互联网广告的发布者。根据标的公司从事的导流和互联网广告展示业务性质，标的公司属于广告经营者及/或互联网广告发布者。根据标的公司的说明及独立财务顾问对标的公司相关广告审查制度的核查，在标的公司P2P业务全部终止前，标的公司作为广告经营者及/或互联网广告发布者，就为P2P理财公司提供的导购及广告展示服务，已经按照国家有关规定建立互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度，亦审核查验并登记了广告主的名称、地址和有效联系方式等主体身份信息，建立登记了档案并定期核实更新。

由于部分消费者对广告主、广告经营者及互联网广告发布者的职能并不能明确进行区分，且P2P行业存在较高行业风险，结合上述标的公司P2P业务相关业务议情况，标的公司存在因所服务的P2P理财公司出现违约、破产、倒闭而受到牵连的情形，并由于提供相关导购服务或发布相关广告而被牵连的法律风险。

此外，因标的公司与P2P业务相匹配的筛选及广告内容审查制度系在业务发展中逐步完善，因此，标的公司存在因相关P2P业务的广告内容不严谨、审核不完善而导致被相关部门因互联网广告违规处罚的风险。

根据标的公司的书面确认，自2019年下半年起，标的公司P2P相关业务已经全部终止。

（三）标的公司对相关风险的应对措施，包括但不限于广告合规性的审查依据及制度安排等

为防范P2P业务相关的风险，标的公司就业务合作的筛选和风险，逐步建立和完善了包括《商务人员操作手册-频道合作》《返利网风控操作流程大纲》《理财频道商家上线&运营流程》等相关内部制度。在2019年下半年标的公司P2P相关业务终止前，根据其适用的内部制度，标的公司审核P2P理财公司的具体流程如下：

1、筛选

标的公司按洽合作的P2P理财公司需要满足国家相关法律法规的规定。在提交标的公司审核前，P2P理财公司需要填写相关信息调查表格（填写包括名称、地址和有效联系方式等主体身份信息），并向标的公司提供其营业执照复印件、企业法人身份证明等基本资料文件，如果该商家为中介代理则还需要提供合法有效的授权文件。

2、审核及评判

标的公司对P2P理财公司合作的审核由初审和尽调两部分组成，由标的公司理财部门风控小组负责。

初审阶段，标的公司理财部门风控小组主要对P2P理财公司的公司背景情况、平台规模信息、征信舆情及借款标的等主要信息进行收集和分析，并撰写初审报告。

标的公司理财部门风控小组根据初审报告进行初步审核，审核通过后可以进入尽调流程，由标的公司的理财部门风控小组对该P2P理财公司进行实地考察和全面尽职调查。实地考察及全面尽职调查需要进行包括现场访谈、账户流水材料核查、平台运营核查、业务合规核查等内容。

上述实地考察和全面尽职调查完成后，标的公司的理财部门风控小组根据初审和尽调中收集的基础材料和尽职调查的具体情况撰写专项尽