



北京市朝阳区新东路首开幸福广场 C 座五层  
5th Floor, Building C, The International Wonderland, Xindong Road, Chaoyang District, Beijing  
邮编/Zip Code: 100027 电话/Tel: 86-010-50867666 传真/Fax: 86-010-65527227  
电子邮箱/E-mail: kangda@kangdalawyers.com

北京 天津 上海 深圳 广州 西安 沈阳 南京 杭州 海口 菏泽 成都 苏州

---

**北京市康达律师事务所**

**关于上海证券交易所**

**《关于对浙江瀚叶股份有限公司发行股份及支付现金购买  
资产并募集配套资金暨关联交易预案信息披露的问询函》**

**之**

**专项法律意见书**

**康达法意字[2018]第 0735 号**

**二零一八年六月**

## 释 义

在本《法律意见书》中，除非文义另有所指，下列词语具有下述涵义：

瀚叶股份、公司、上市公司	指	浙江瀚叶股份有限公司
升华拜克	指	“浙江升华拜克生物股份有限公司”，于2017年5月17日更名为“浙江瀚叶股份有限公司”。
标的公司、量子云	指	深圳量子云科技有限公司
标的资产	指	瀚叶股份拟以发行股份及支付现金方式购买的量子云100%股权
量子物联	指	深圳量子物联科技有限公司
量子昆腾	指	深圳量子昆腾科技有限公司
快阅文化	指	深圳快阅文化传媒有限公司
有品生活	指	深圳有品生活有限公司
时光相机	指	深圳时光相机科技有限公司
浆果晨曦	指	宁波梅山保税港区浆果晨曦新媒体投资中心（有限合伙）
浆果新媒体	指	宁波浆果新媒体投资管理有限公司
浆果投资	指	上海浆果投资管理有限公司
绩优投资	指	杭州绩优投资管理有限公司
绩优悦泉	指	杭州绩优悦泉创业投资合伙企业（有限合伙）
众晖铭行	指	杭州众晖铭行创业投资合伙企业（有限合伙）
滨潮创投	指	杭州滨潮创业投资合伙企业（有限合伙）
交易对方	指	浆果晨曦、纪卫宁、绩优投资、绩优悦泉、众晖铭行、滨潮创投、张超
补偿义务方	指	浆果晨曦、纪卫宁、众晖铭行、张超
本次交易	指	量子云以发行股份及支付现金的方式，购买浆果晨曦、纪卫宁、绩优投资、绩优悦泉、众晖铭行、滨潮创投、张超合计持有的量子云100%股权，并向不超过10名其他特定投资者发行股份募集配套资金。
发行股份及支付现金购买资产	指	瀚叶股份以发行股份及支付现金的方式，购买浆果晨曦、纪卫宁、绩优投资、绩优悦泉、众晖铭行、滨潮创投、张超合计持有的量子云100%股权
发行股份募集配套资金	指	瀚叶股份向不超过10名其他特定投资者发行股份募集配套资金，配套资金总额不超过本次发行股份购买资产交易价格的100%。

本次发行	指	瀚叶股份以发行股份方式向浆果晨曦、纪卫宁、众晖铭行、张超购买资产，并向不超过 10 名特定投资者发行股份募集配套资金。
本所	指	北京市康达律师事务所
民生证券	指	民生证券股份有限公司
天健会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
中企华	指	北京中企华资产评估有限责任公司
报告期	指	2016 年和 2017 年
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《股票上市规则》	指	《上海证券交易所股票上市规则》
《重组管理办法》	指	《上市公司重大资产重组管理办法》（中国证券监督管理委员会令第 127 号）
《证券发行管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法》
《适用意见 12 号》	指	《<上市公司重大资产重组管理办法>第十四条、第四十四条的适用意见—证券期货法律适用意见第 12 号》
《内容与格式准则第 26 号》	指	《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 26 号—上市公司重大资产重组》
《购买资产协议》	指	瀚叶股份与浆果晨曦等 7 名交易对方就购买量子云 100% 股权事宜签署的《浙江瀚叶股份有限公司发行股份及支付现金购买资产的协议》
《利润承诺与补偿协议》	指	瀚叶股份与浆果晨曦、纪卫宁、众晖铭行、张超就量子云盈利预测补偿事宜签署的《浙江瀚叶股份有限公司发行股份及支付现金购买资产之利润承诺与补偿协议》
中登公司上海分公司	指	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
工商局	指	工商行政管理局
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
并购重组委	指	中国证监会上市公司并购重组审核委员会
元	指	人民币元

**北京市康达律师事务所**  
**关于上海证券交易所**  
**《关于对浙江瀚叶股份有限公司发行股份及支付现金购买**  
**资产并募集配套资金暨关联交易预案信息披露的问询函》**  
**之**  
**专项法律意见书**

康达法意字[2018]第 0735 号

**致：浙江瀚叶股份有限公司**

北京市康达律师事务所（以下简称“本所”）接受浙江瀚叶股份有限公司（以下简称“瀚叶股份”或“公司”）的委托，担任公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金（以下简称“本次交易”）事项的特聘专项法律顾问。

根据上海证券交易所于 2018 年 5 月 11 日出具的上证公函[2018]第 0500 号《关于对浙江瀚叶股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易预案信息披露的问询函》（以下简称“《问询函》”）的要求，本所律师应就相关问题进行核查并发表意见。

基于上述，本所律师出具《北京市康达律师事务所关于对关于上海证券交易所<关于对浙江瀚叶股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易预案信息披露的问询函>之专项法律意见书》（以下简称“本《法律意见书》”）。

本所律师已得到公司的保证，即其向本所律师提供的所有法律文件和资料（包括原始书面材料、副本材料或口头证言）均是完整的、真实的、有效的，且已将全部事实向本所律师披露，无任何隐瞒、遗漏、虚假或误导之处，其所有副本与正本一致，所有文件和材料上的签名与印章都是真实的，并且已向本所律师提供了为出具本《法律意见书》所需要的全部事实材料。

本所律师仅就本《法律意见书》出具之日以前已经发生的事实进行法律审查，

发表法律意见。对于本《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，本所依赖于有关政府部门、公司或其他有关单位出具的证明文件出具本《法律意见书》。

本《法律意见书》仅供公司为本次交易之目的使用，不得用作其他目的。

本所律师严格履行了法定职责，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，在对相关事实和文件资料进行了充分核查和验证的基础上，发表法律意见如下：

一、《问询函》问题 1：标的公司量子云为一家依托于“微信生态圈”的移动互联网广告公司，目前运营 981 个微信公众账号，旗下主要公众号“卡娃微卡”和“天天炫拍”每日平均发布包括原创文章在内的 8 篇文章，同时，预案显示标的资产 2016 年及 2017 年编辑部门仅分别为 16 人与 50 人。请补充披露：（1）微信公众账号文章的内容生成方式、原创文章占比、非原创文章的获取方式；（2）非原创文章的发布是否构成对他人知识产权的侵权；（3）结合同行业相关情况，说明标的资产员工人数，尤其是编辑人数与公众号数量及每日推送文章数量的匹配性，以及与公司业务规模的匹配性。请财务顾问和律师发表意见。

（一）微信公众账号文章的内容生成方式、原创文章占比、非原创文章的获取方式。

量子云是一家依托“微信生态圈”，专注于移动互联网流量聚集、运营及变现的移动互联网推广公司，主营业务为移动互联网推广业务和腾讯社交广告业务。量子云定期或不定期地通过旗下微信公众号向“粉丝”发送资讯，同时将客户的推广信息融入到资讯中进而实现推广信息的投放。

### 1、量子云微信公众号文章的内容生产方式

量子云微信公众号文章内容生成方式分为四类，分别为职务创作、作者投稿、授权转载和广告主供稿。

#### （1）职务创作

量子云职务创作类文章由编辑团队撰写，按照是否包含营销策划内容，分为推广类文章和非推广类文章，该等文章的生成方式如下：

### 1) 推广类文章

量子云职务创作的推广类文章指编辑团队根据广告主提供的素材及其需求，结合公众号的属性撰写的个性化推广文章。文章选题依广告主而定，以平台电商、支付、快消、教育、汽车为主。该类文章经内部合规性审核及客户确认后，根据与广告主签署的协议在量子云微信公众号上排期发布。该等文章的审核发布流程



如下图所示：

①素材提供：广告主根据其推广计划和市场目标向量子云提供产品或服务的图文素材；

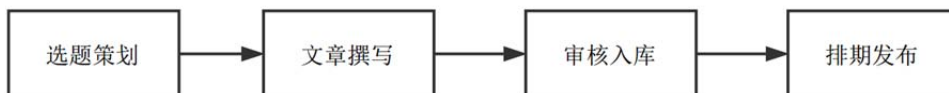
②文章创作：编辑团队根据广告主需求及推广内容创作推广文章；

③审核入库：由主编或编辑团队负责人对推广文章进行合规性审核，对文章的侵权风险进行评估，确保文章内容符合法律、法律以及微信公众平台的要求，同时贴合公众号粉丝情感诉求，审核通过后录入公司文章库；

④排期发布：销售人员与广告主进行确认，确定投放账号并排期发布。

### 2) 非推广类文章

量子云职务创作的非推广类文章为量子云编辑团队撰写的一般评述类文章。该等文章内容与公众号属性相贴合，主要涉及情感、生活、时尚、亲子、文化、旅游、体娱等领域。该等文章的审核发布流程如下图所示：



①选题策划：编辑人员根据公众号属性、粉丝的情感诉求等因素提出文章选题，经编辑团队负责人审核后确认选题；

②文章撰写：编辑人员分工整理收集资料并创作文章，在文章完成后对文章内容查重以及进行侵权风险评估；

③审核入库：文章创作完成后由主编或编辑团队负责人进行复审以降低文章的侵权风险；文章通过审核后，编辑人员对文章进行排版，确保文本格式和排版符合公司相关要求，录入公司文章库。

④排期发布：根据投放需求在相应公众号排期发布。

## （2）作者投稿

为满足日常运营对文章的需求，量子云建立了作者投稿机制，广泛接收外部投稿作品。量子云投稿的来源为在校大学生和其他社会人士。

量子云作者投稿类文章的审核发布流程如下所示：



①稿件筛选：量子云编辑人员对外部人员的投稿内容进行查重及侵权风险初步的评估，剔除重复率及侵权风险较高的文章后，按照选题、属性和类别完成对文章的初步筛选；

②返修定稿：对拟采用的文章提出修改意见，返回作者修改；

③复审入库：作者修改完成后，由主编或编辑团队负责人进行复审以降低文章的侵权风险；复审通过且确认采用的文章，量子云向作者支付稿酬并录入公司文章库；对于复审未通过的文章则放弃采用。

④筛选发布：对于审核通过录入公司文章库的文章，量子云编辑及运营人员将根据投放需要进行筛选发布。

## （3）授权转载

根据《微信公众平台服务协议》、《微信公众平台原创声明及相关功能使用条款》及微信公众平台制定的其他相关规则和规范，允许用户在上述规则范围内对其他公众号用户发布的信息进行分享、转发。

微信公众号用户借助白名单功能，可以对其他公众号转载其原创文章进行授权，还可以对白名单公众号的转载权限进行设置。白名单公众号的转载权限如下表所示：



序号	白名单账号权限	说明
1	可修改文章	白名单公众号可修改文章的内容、格式、排版等。勾选后，原公众号再行投诉修改并转载的文章侵犯其著作权将不被支持。
2	可不显示转载来源	白名单公众号转载文章不再由系统注明出处。

注：上表系根据微信公众平台规则整理。

基于上述微信公众平台规则，量子云向平台内其他微信公众号申请成为其原创文章的白名单账号，经授权获得相应的转载权限后，可以转载其他主体发布的原创文章。

#### (4) 广告主供稿

广告主提供的文章系广告主提供的与推广产品高度相关的推广文章。该等文



章的审核发布流程如下所示：

①稿件审核：销售人员对广告主提供的文章是否满足广告法的要求进行审核，编辑人员对广告主提供的文章进行审核，并对文章内容的侵权风险进行评估；

②返修定稿：对文章存在违反相关法律、法规规定的或者发现存在侵犯他人知识产权的情况，提出修改意见，与广告主沟通修改；

③复审入库：修改完成后，编辑人员将文章提交至主编或编辑团队负责人进行复审，复审通过后完成定稿，并录入公司文章库；

④排期发布：文章定稿后，由销售人员与客户确定发布日期。

## 2、原创文章占比

微信公众平台为微信公众号用户提供“原创声明功能”。根据微信公众平台相关规则，如微信公众号自愿就发布的作品申请原创标识，微信公众平台会对微信公众帐号用户待发表的作品与公众平台内已经进行了原创声明的作品进行智



能比对，如无在先相似作品，系统会对作品添加“原创”标识。

根据上述微信公众平台对原创标识的规定，本《法律意见书》所称“原创文章”系指根据《微信公众平台原创声明及相关功能使用条款》规定添加“原创”标识的文章，本《法律意见书》所称“非原创文章”系未根据《微信公众平台原创声明及相关功能使用条款》规定添加“原创”标识的文章。

报告期内量子云各类文章的发文数量及占比情况如下表所示：

类别	2017 年度		2016 年度	
	发文数量（篇）	占比	发文数量（篇）	占比
根据微信公众平台规则添加“原创”标识的文章	4,067	8.56%	1,145	4.85%
编辑创作类文章	30,316	63.83%	18,580	78.62%
职务推广类文章	4,391	9.24%	716	3.03%
授权转载类文章	2,302	4.85%	1,045	4.41%
广告主供稿类文章	6,422	13.52%	2,148	9.09%
<b>合计</b>	<b>47,498</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,634</b>	<b>100.00%</b>

注：1、上述发文数量已剔除量子云旗下公众号间的内部转载及重复发文数量，量子云在选题指定的精品公众号上发布原创文章后，会根据不同公众号的属性、粉丝定位等因素以及其他公众号的排期需求，在旗下其他公众号上发布；

2、编辑创作类文章包括职务创作中未根据《微信公众平台原创声明及相关功能使用条款》规定添加“原创”标识的非推广文章和作者投稿中未根据《微信公众平台原创声明及相关功能使用条款》规定添加“原创”标识的文章。

量子云于 2016 年度、2017 年度的原创文章占比分别为 4.84%、8.56%，报告期内量子云原创文章占比较低的原因如下：

(1) 2016 年 1 月，微信推出原创声明功能，并在公众平台面向认证的媒体类型公众号进行公测。测试阶段，微信公众平台对申请原创声明功能的微信公众

号的注册时长、活跃度、历史文章原创程度及发布数量等进行了限制。直至 2017 年 12 月，微信公众平台才向所有微信公众号用户开放原创声明功能。按照微信规则的要求，量子云旗下微信公众号于 2016 年 4 月才陆续开通原创声明功能。因此，报告期内量子云仅部分公众号开通了原创声明功能。

(2) 基于运营模式的不同，量子云将旗下运营的订阅号进一步区分为精品号及系统号两类。其中，系统号以相册类公众号为主，数量较多，由编辑部系统号运营人员通过量子云研发的文章发布管理系统——“粮仓系统”对文章的筛选、排版、发布进行智能化管理，文章发布量较大，对所有公众号每日发布的文章均进行原创声明并为其他微信公众号的转载开通白名单授权的工作量较大。为提高运营效率，量子云旗下公众号发布的文章存在未一一申请“原创”标识的情况；

(3) 根据微信公众平台发布的《微信公众平台原创声明及相关功能使用条款》的相关规定，营销性质的内容不得对作品进行原创声明，因此，职务推广类文章不得添加“原创”标识。

### **3、非原创文章的获取方式**

量子云未添加“原创”标识的文章包括编辑创作类文章、职务推广类文章、授权转载类文章和广告主供稿类文章四类，其中，编辑创作类文章的获取方式为职务创作及作者投稿，职务推广类文章的获取方式为量子云编辑团队创作，授权转载类文章的获取方式为微信公众平台白名单账号转载，广告主供稿文章的获取方式为广告主提供。

量子云未添加“原创”标识的文章的获取方式详见本《法律意见书》之“一、（一）1、内容生成方式”。

#### **（二）非原创文章的发布是否构成对他人知识产权的侵权**

##### **1、非原创文章种类及侵权风险**

量子云未添加“原创”标识的文章包括编辑创作类文章、职务推广类文章、授权转载类文章和广告主供稿类文章四类。

##### **（1）编辑创作类文章**

编辑创作类文章包括职务创作中未添加“原创”标识的非推广文章和作者投

稿中未添加“原创”标识的文章。

#### ①职务创作中未添加“原创”标识的非推广文章

该类文章系由量子云编辑团队创作，经量子云内部审核后于旗下微信公众平台发布。虽然量子云对编辑团队创作文章的内容质量及文章的审核程序均进行了明确的规定以规避知识产权纠纷风险，但无法完全避免编辑团队在创作过程中涉及知识产权纠纷的可能。

就上述事项，量子云制定了严格的《内容发布管理制度》，严禁编辑团队在创作文章过程中抄袭、洗稿等侵犯他人知识产权的行为，若在文章定稿审核时发现编辑团队存在抄袭、洗稿等侵犯他人知识产权的行为，将给予创作团队成员警告、降级降薪乃至开除的处分。

#### ②作者投稿中未添加“原创”标识的文章

该等文章系由在校大学生及其他社会人士创作，并授权量子云通过网络向公众传播，虽然量子云对该等文章进行查重及侵权审查，但无法完全避免作者在创作过程中涉及知识产权纠纷的可能。

就上述事项，作者签署《声明》或《协议》，确认文章由其创作并享有知识产权，其创作过程中不存在侵害他人知识产权的情况，同时独家授权量子云于网络上传播。

### **(2) 职务推广类文章**

职务推广类文章系量子云为客户量身定制的营销策划文章，由量子云的编辑团队在客户提供图文素材的基础上，根据客户的具体需求创作。该等文章内容主要涉及所推广的产品或服务。虽然量子云会对该等文章涉及的图文素材进行审查，但仍无法完全避免因客户提供的图文素材侵权而涉及知识产权纠纷的可能。

针对上述事项，量子云与客户在签署合作协议时，约定若量子云因发布客户提供的图文素材等导致量子云产生损失，该等损失由客户予以赔偿。

### **(3) 授权转载类文章**

授权转载类文章系量子云根据《微信公众平台服务协议》、《微信公众平台原创声明及相关功能使用条款》及微信公众平台制定的其他相关规范和标准进行的

分享、转发行为，已获得所转载微信公众号的白名单授权，不构成对授权人知识产权的侵犯。

#### (4) 广告主供稿类文章

量子云广告主提供文章的内容一般为与推广产品高度相关的推广文章，虽然量子云对文章内容进行了审核，但仍无法完全避免因广告主提供的文章侵权而涉及知识产权纠纷的可能。

就上述事项，量子云与客户在签署合作协议时，约定若量子云因发布客户提供的推广文章导致量子云遭受损失，该等损失由客户予以赔偿。

### 2、报告期期涉及知识产权纠纷的诉讼情况

根据量子云提供的资料及说明，自 2016 年 1 月 1 日至本《法律意见书》出具之日，量子云发生的因涉及知识产权纠纷而被他人主张侵权诉讼的具体情况如下：

原告	被告	案号	案由	案件处理结果
杭州快版科技有限公司	量子云	(2017)浙 8601 民初 2800 号	摄影著作权侵权纠纷	2017 年 9 月，量子云与原告签署《摄影作品合作协议》，量子云购买杭州快版科技有限公司的摄影作品，同时因前期未经原告同意使用其 104 张摄影作品量子云向原告支付使用费 10.4 万元，原告撤回上述六项诉讼。
	量子云	(2017)浙 8601 民初 2714 号		
	量子云	(2017)浙 8601 民初 2715 号		
	量子昆腾	(2017)浙 8601 民初 2796 号		
	量子物联	(2017)浙 8601 民初 2797 号		
	量子物联	(2017)浙 8601 民初 2798 号		

尽管报告期内量子云及其下属子公司存在因侵犯他人摄影著作权而被提起诉讼的情况，鉴于上述诉讼已与原告达成和解且原告撤回起诉，不会影响量子云的正常经营。截至本《法律意见书》出具日，量子云亦不存在其他未决知识产权诉讼。

### 3、应对知识产权风险的措施和承诺

为了避免及应对涉及知识产权纠纷的潜在风险，量子云制定了《内容发布管

理制度》，对旗下微信公众号发布的文章内容的原创度及对网络公开素材使用的合规性进行了明确的规定；同时，量子云旗下微信公众号所发布的内容均须按照不同的审核流程，经责任编辑或编辑团队负责人审核后才能对外发布。

此外，量子云控股股东浆果晨曦及其一致行动人纪卫宁出具了《关于或有事项的承诺函》，承诺：“若因量子云及其子公司于本次收购的基准日（2017年12月31日）前发生但延续至基准日后、或于基准日起至本次收购股份的交割日期间发生的纠纷或者潜在纠纷、担保、诉讼、仲裁或行政处罚等事项而导致有关权利人向量子云及其子公司或瀚叶股份主张权利的、或需要量子云及其子公司及瀚叶股份支付赔偿、缴纳罚金或其他支出的，本企业/本人保证在瀚叶股份书面通知后三日内或按照瀚叶股份书面通知要求的时间内由本企业/本人直接向该等债权人或合同对方当事人或其他权利人或政府主管部门直接给付或者履行，承担由此产生的全部责任与相关费用，并放弃向量子云及其子公司及瀚叶股份追索。本企业/本人同意量子云及其子公司、瀚叶股份对此不承担任何责任。若导致量子云及其子公司、瀚叶股份发生任何损失的，均由本企业/本人负责赔偿。”

#### 4、结论

综上，本所律师认为：

量子云未添加“原创”标识的文章包括编辑创作类文章、职务推广类文章、授权转载类文章和广告主供稿类文章四类。

##### （1）编辑创作类文章

编辑创作类文章包括职务创作中未添加“原创”标识的非推广文章和作者投稿中未添加“原创”标识的文章。

其中，职务创作中未添加“原创”标识的非推广文章存在编辑团队在创作过程中涉及知识产权纠纷的可能。就上述事项，量子云制定了严格的《内容发布管理制度》，严禁编辑团队在创作文章过程中抄袭、洗稿等侵犯他人知识产权的行为，若在文章定稿审核时发现编辑团队存在抄袭、洗稿等侵犯他人知识产权的行为，将给予创作团队成员警告、降级降薪乃至开除的处分。

作者投稿中未添加“原创”标识的文章存在作者在创作过程中涉及知识产权纠纷的可能。就上述事项，作者签署《声明》或《协议》，确认文章由其创作并

享有知识产权，其创作过程中不存在侵害他人知识产权的情况，同时独家授权量子云于网络上传播。

(2) 职务推广类文章存在因客户提供的图文素材侵权而涉及知识产权纠纷的可能。针对上述事项，量子云与客户在签署合作协议时，约定若量子云因发布客户提供的图文素材等导致量子云产生损失，该等损失由客户予以赔偿。

(3) 授权转载类文章已获得所转载微信公众号的白名单授权，不构成对授权人知识产权的侵犯。

(4) 广告主供稿类文章存在因广告主提供的文章侵权而涉及知识产权纠纷的可能。就上述事项，量子云与客户在签署合作协议时，约定若量子云因发布客户提供的推广文章导致量子云遭受损失，该等损失由客户予以赔偿。

### **(三) 结合同行业相关情况，说明标的资产员工人数，尤其是编辑人数与公众号数量及每日推送文章数量的匹配性，以及与公司业务规模的匹配性**

截至本《法律意见书》出具日，不存在与量子云主营业务完全相同的上市公司，量子云的可比公司主要为上市公司重大资产重组案例中涉及的标的公司爱酷游、狮之吼；其中，爱酷游主要通过网络会所获取移动互联网用户，最终向客户提供综合性的移动互联网分发与推广服务；狮之吼主要通过自有移动软件向用户展示广告带来的收入；爱酷游、狮之吼均不涉及微信公众号的运营及文章的发布。

结合量子云的运营模式，量子云员工人数与公司业务规模的匹配性、编辑人员人数与公众号数量及每日推送文章数量的匹配性分析如下：

#### **1、员工人数与公司业务规模的匹配性**

量子云是一家依托“微信生态圈”，专注于移动互联网流量聚集、运营及变现的移动互联网推广公司，主营业务为移动互联网推广业务和腾讯社交广告业务，属于移动互联网广告行业。

报告期内，量子云业务规模持续扩张，员工人数同步增长。2017 年末，量子云员工人数 115 人，较 2016 年末同比增长 125.49%；其中编辑人员 50 人，较 2016 年末同比增长 212.5%。

从结构上来看，为适应主营业务的发展，量子云建立了以编辑运营、媒体销售及产品研发为核心的员工队伍。量子云编辑人员于 2016 年末和 2017 年末的人



数分别为 16 人、50 人，占比分别为 31.37%、43.38%；销售人员分别为 8 人、20 人，占比分别为 15.69%、17.39%；研发人员分别为 10 人、15 人，占比分别为 19.61%、13.04%；三类人员合计占比分别为 66.67%、73.81%。

同时，为培养优秀的内容创作人才，量子云在武汉设立了人才孵化基地，分别与武汉大学文学院、华中师范大学新闻传播学院、华中科技大学人文学院签订实习实践就业创业基地协议。为在校大学生提供新媒体内容创作指导的同时，接收其稿件在量子云旗下微信公众号进行发布。此外，为满足稿件的需求，量子云还建立了公开的社会投稿机制，广泛接收其他社会人士的稿件作品。

综上，报告期内，量子云编辑、销售及研发人员均保持较高增速，与其业务规模发展相匹配。

## 2、编辑人员人数与公众号数量及每日推送文章数量的匹配性

### (1) 量子云公众号数量及构成情况

截至本《法律意见书》出具日，量子云旗下共拥有微信公众平台账号 1,036 个，其中订阅号 734 个，服务号 265 个，小程序 37 个，主要功能及群发消息数量如下表所示：

类型	功能	群发消息
订阅号	为用户提供在线相册制作及各类资讯服务。	每日可推送 1 条群发消息，每条消息不得超过 8 篇文章。
服务号	为用户提供查询、咨询等服务。	每月可推送 4 条群发消息，每条消息不得超过 8 篇文章。
小程序	向用户提供相册、贺卡制作、测试等功能服务。	无群发消息功能。

报告期内，量子云的服务号所推送的文章均为广告主提供的推广类文章，不需要配备编辑人员，小程序无群发消息功能，不涉及推送文章，亦不需要配备编辑人员。因此，量子云的编辑人员人数与公众号数量及每日推送文章数量的匹配性所涉及的公众号为订阅号。

### (2) 量子云订阅号的运营模式



基于运营模式的不同，量子云将旗下运营的订阅号进一步区分为精品号和系统号。

精品号指定位明确、有原创内容持续供应的微信公众号，该类公众号粉丝数量较多且具备一定的影响力，采用“精耕化运作模式”进行运营管理。截至本《法律意见书》出具日，量子云共有精品号 52 个。该类公众号配备专职编辑人员，对精品号的内容生成、广告排期进行管理。每期内容发布均须履行公司内容审核流程，由主编或编辑团队负责人对内容审核后，进行排期发布。

系统号以相册类公众号为主，数量较多，由编辑部系统号运营人员通过量子云研发的文章发布管理系统——“粮仓系统”对文章的筛选、排版、发布进行智能化管理，文章来源于公司文章库。每期内容发布时，运营人员在“粮仓系统”内通过勾选拟发布文章，设置拟发布公众号文章类型的群发权重等参数实现自动排版；其后，运营人员根据广告排期对部分文章进行替换及形式审核后，生成发布内容。

### (3) 编辑人数与公众号数量及文章数量的匹配性

截至 2017 年 12 月 31 日，量子云编辑部门共有 50 名员工。其中，编辑人员 43 人，主要负责量子云 41 个精品号的管理及外部稿件的审核工作；系统号运营人员 7 人，主要负责量子云 650 个系统号的运营工作。

由于系统号主要由系统号运营人员通过“粮仓系统”进行管理，每日推送文章均来自公司内部文章库，故以下主要对编辑人数与精品号发文数量及编辑审核外部稿件数量的匹配性进行分析。

报告期内，量子云编辑人数、运营公众号数量及发文数量如下表所示：

项目	2017 年度	2016 年度
日均精品号数量（个）	31.14	26.95
日均编辑人数（人）	31.92	9.00
日均精品号推送文章数（篇）	49.85	40.24
日均审核入库稿件数（篇）	130.13	64.75

注：1、上述发文数量数据已剔除重复发文及量子云旗下公众号相互转载的情况；

2、日均精品号数量=当年度每日精品号数量之和/365；

3、日均编辑人数=当年度每月末编辑人数之和/12；其中，编辑人数不包含编辑部系统号运营人员。

4、日均精品号推送文章总数=当年度精品号去重后的推送文章总数/365。

5、日均审核入库稿件数=当年度合计审核入库稿件数/365。

量子云于 2016 年度、2017 年度日均编辑人数分别为 9.人、31.92 人，日均运营精品号分别为 26.95 个、31.14 个，日均合计推送文章总数分别为 40.24 篇、49.85 篇，日均审核入库稿件数量 64.75 篇、130.13 篇，单个编辑人员日均推送精品号文章数量 4.47 篇、1.56 篇，单个编辑人员日均审核入库文章数量 7.19 篇、4.08 篇。编辑人数与精品号发文数量及编辑审核入库稿件数量匹配。

综上所述，本所律师认为，量子云编辑人员人数与公众号数量及每日推送文章数量相匹配，量子云员工人数、人员结构与公司业务规模相匹配。

二、《问询函》问题 2：有媒体质疑，标的公司量子云为目前运营 981 个微信公众账号，以“卡娃微卡”为例，内容较为低俗，且有“标题党”之嫌。请补充披露量子云旗下公众号历史上是否存在违法违规记录，包括但不限于违反《广告法》及《互联网广告管理暂行办法》等关于规范互联网内容发布的法律法规，或因内容涉及虚假夸大宣传、色情低俗、诱导分享关注、内容抄袭、冒名侵权、虚假欺诈等被封号的情形，并结合公众号文章内容说明是否存在封号风险及其他违法违规风险，标的公司运营是否可持续，能否持续盈利。请财务顾问和律师发表意见。

#### （一）量子云的合规经营情况

我国各地县级以上人民政府工商行政管理部门是广告监督管理机关，负责《广告法》及《互联网广告管理暂行办法》等关于规范互联网内容的法律法规的具体实施。

根据深圳市市场监督管理局 2018 年 2 月 7 日出具的《证明》，确认量子云及其子公司在报告期内不存在市场和质量管理有关法律法规的记录。

根据广东省文化厅出具的《关于为深圳量子云科技有限公司等 9 家企业开具无违法违规证明的复函》、《关于为深圳市量子昆腾科技有限公司开具无违法违规

证明的函》，确认其自《网络文化经营许可证》有效期起始之日起至 2018 年 1 月 31 日，未发现有违反《互联网文化管理暂行规定》而被行政部门处罚的记录。

根据南山区文化市场行政执法大队出具的《证明》，证明量子云、量子物联、量子昆腾、快阅文化、有品生活、时光相机等取得《网络文化经营许可证》的 12 家公司自 2016 年 1 月至 2018 年 5 月 31 日无行政处罚记录。

综上，报告期内，量子云不存在违反《广告法》及《互联网广告管理暂行办法》等关于规范互联网内容发布的法律法规的情形，亦不存在被相关主管部门行政处罚或采取监管措施的情形。

## （二）量子云旗下被封号的情况

截至本《法律意见书》出具日，量子云旗下公众号被永久封号情况包括如下两类：

1、系统号：该等账号推送的文章中存在需要关注才能完成后续操作的情形，导致其被微信公众平台永久封号。截至本《法律意见书》出具日，量子云因该原因被永久封号的公众号合计 78 个；

2、服务号中的测试类账号：该等账号推送的文章存在直接链接至客户的服务系统，且用户需在该系统中付费后才能进行测试的情形。由于用户对测试效果不满意对该等账号进行投诉，导致其被微信公众平台永久封号。截至本《法律意见书》出具日，量子云因该原因被永久封号的公众号合计 13 个。

综上，截至本《法律意见书》出具日，量子云被永久封号的公众号共计 91 个，其中系统号 78 个，服务号 13 个，精品号不存在被永久封号情形；上述 91 个公众号中仅有 5 个公众号于 2018 年 3 月实现收入 20.93 元，其余公众号均未产生收入，粉丝人数共计 80.76 万人，粉丝人数占比约为 0.3%，对量子云的经营影响较小。

此外，量子云旗下公众号亦存在因违反微信公众平台被删除文章或短期限制部分或全部功能的情形，该类限制或禁止时间主要为 1-7 天，限制时间较短，且量子云已及时进行整改，未对量子云的正常经营产生实质性影响。

## （三）封号风险及其他违法违规风险

量子云旗下公众号发布的文章主要分布在情感、生活、时尚、亲子、文化、

旅游、体娱等领域，其不同类别文章的选材情况如下：

类别	文章选材
推广类文章-职务创作	客户提出需求并提供文案素材，量子云编辑团队根据客户需求及提供的素材撰写个性化的推广文案，经内部合规性审核及客户确认后，按约定排期发布。文章选材依广告投放客户而定，以平台电商、支付、支付、食品保健品、快消、教育、汽车为主。
推广类文章-广告主供稿	客户提供文案内容，量子云对文案内容进行合规性审核。文章选材依广告投放客户而定，以小说为主。
非推广文章	精品号： 精品号推送的非推广文章主要由职务创作、作者投稿及授权转载构成，文章选材与公众号属性相贴合，主要分布在情感、生活、时尚、亲子、文化、旅游、体娱等领域。 系统号： 系统号推送的非推广文章主要由职务创作、作者投稿及授权转载构成，文章选材主要为情感、生活类题材。

### 1、推广类文章-职务创作

职务创作的推广类文章均由量子云编辑团队撰写，文章素材多为客户提供，与其品牌相关，不涉及内容抄袭、冒名侵权等情形；客户出于维护品牌形象等因素考虑，一般不会要求进行虚假夸大宣传，亦不涉及色情低俗、诱导分享关注、虚假欺诈等情形；此外，报告期内，未出现因推送职务创作的推广类文章被永久封号或者被行政主管部门认定违法违规并给予行政处罚的情形。

### 2、推广类文章-广告主供稿

广告主提供的推广类文章的文案内容由客户提供，一般为与推广产品高度相关的图文信息；同时，量子云会对文案内容进行合规性审核，以避免虚假夸大宣传、色情低俗、诱导分享关注、虚假欺诈等情形；报告期内，量子云存在部分系统号因推送的广告主提供的推广类文章违反微信公众平台的规定而被永久封号的情形，但不存在被行政主管部门认定违法违规并给予行政处罚的情形，永久封号的情况详见本《法律意见书》之“二、(二)量子云旗下公众号被封号情况”。

### 3、非推广文章

### （1）精品号

精品号推送的非推广文章主要由职务创作类文章、作者投稿类文章及授权转载类文章构成，文章选材与公众号属性相贴合，主要集中在情感、生活、时尚、亲子、文化、旅游、体娱等领域，不涉及时政类新闻、消极负面、社会阴暗或敏感话题，也不涉及谣言、暴力、恐怖、欺诈、色情信息；其中，编辑团队撰写、作者投稿的文章，在公众号上投放前会进行内部合规性审核，以避免内容抄袭、冒名侵权、虚假夸大宣传、色情低俗、诱导分享关注、虚假欺诈等情形，同时作者投稿的文章均获得了作者的授权；授权转载均获得了转载权限，亦不涉及内容抄袭、冒名侵权等情形；报告期内，精品号未出现因推送非推广文章被永久封号或者被行政主管部门认定违法违规并给予行政处罚的情形。

### （2）系统号

系统号推送的非推广文章主要由职务创作类文章、作者投稿类文章及授权转载类文章构成，文章选材主要为情感、生活类题材，不涉及时政类新闻、消极负面、社会阴暗或敏感话题，也不涉及谣言、暴力、恐怖、欺诈、色情信息；由于系统号涉及文章数量较多，报告期内存在部分系统号因推送的非推广文章违反微信公众平台的规定而被永久封号的情形，具体情况详见本《法律意见书》之“二、（二）量子云旗下公众号被封号情况”，除上述情况外，不存在被行政主管部门认定违法违规并给予行政处罚的情况。

综上，本所律师认为，基于量子云公众号所推送的文章内容、内部审核机制及历史经营情况，精品号被永久封号的风险很小，系统号和服务号历史上虽然存在一定的永久封号情形，但该等封号行为对量子云的生产经营没有产生实质性影响。量子云报告期内合法合规经营，未出现因违法违规被处罚的情形。

### （四）标的公司运营是否可持续，能否持续盈利

量子云部分系统号和服务号因违反微信公众平台的相关规定被封号，该等被封的微信公众号均为粉丝人数较小的公众号且带来营业收入较小，报告期内存在的上述封号情形对量子云的生产经营没有产生实质性影响。此外，量子云旗下精品号数量稳步上升且未出现被永久封号情况，量子云系统号及服务号基数较大，个别系统号或服务号被永久封号不会影响量子云的正常运营，不会构成量子云未来持续盈利的实质性障碍；量子云将严格按照相关管理规定的要求进行合法合规

经营，尽量避免因封号给量子云的持续经营造成重大风险。

综上，本所律师认为，报告期内量子云未出现因违法违规被处罚的情形，量子云部分系统号或服务号被永久封号的情况不会影响量子云的正常运营，不会构成量子云未来持续盈利的实质性障碍。

本《法律意见书》正本一式三份，由经办律师签署并加盖本所公章后生效。

（以下无正文）



(本页无正文,为《北京市康达律师事务所关于对关于上海证券交易所<关于对浙江瀚叶股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易预案信息披露的问询函>之专项法律意见书》之专用签章页)

北京市康达律师事务所(公章)



单位负责人: 乔佳平

见证律师: 王华鹏

李包产

2018年6月15日