

贵人鸟股份有限公司

非公开发行股票申请文件二次反馈意见的回复之补充说明

中国证券监督管理委员会：

华创证券有限责任公司（下称“华创证券”或“保荐机构”）作为贵人鸟股份有限公司（下称“贵人鸟”、“申请人”或“公司”）在上海证券交易所非公开发行股票的保荐机构，已于2016年6月28日向贵会申报二次反馈意见回复（下称“二次反馈意见回复”）及相关文件，根据贵会的要求，现将二次反馈意见回复进行补充说明，本次二次反馈意见回复的补充说明已经发行人审阅认可。

为使本次二次反馈意见回复补充说明的表述更为清楚，采用了以下简称：

发行人、股份公司、贵人鸟、本公司、公司	指贵人鸟股份有限公司
慧动域	指上海慧动域投资中心（有限合伙），贵人鸟股份有限公司参股企业
竞动域	指上海竞动域投资中心（有限合伙），贵人鸟股份有限公司参股企业
虎扑	指虎扑（上海）文化传播股份有限公司
大体协	指中国大学生体育协会
中体协	指中国中学生体育协会
康湃思体育管理	指康湃思（北京）体育管理有限公司
康湃思体育咨询	指康湃思（北京）体育咨询有限公司
BOY	指西班牙足球经纪公司（英文名“THE BEST OF YOU SPORTS, S.A.”）
克禧乔	指克禧乔（上海）投资管理有限公司
保荐人（主承销商）、华创证券	指华创证券有限责任公司

问题一：申请人在反馈回复中披露，本次募集资金投资的“体育云平台建设项目”建成后，将为运动鞋服的经营决策提供支持，并为投资决策提供依据，请申请人补充说明公司现有决策机制的安排及有效性，并具体说明与现有决策机制相比，该项目建成后公司决策机制及效果的具体变化。请保荐机构核查上述事项。

一、申请人回复：

本项目投资概况：

本项目总计投资 53,064.02 万元，全部为建设投资，并不涉及配套流动资金，项目总投资构成见下表：

	投资金额（万元）	所占比例
工程费用	40,328.00	76.94%
其中：硬件设备（IaaS）	15,328.00	28.89%
软件系统（SaaS,PaaS）	25,000.00	47.11%
工程建设其他费用	10,221.48	19.26%
其中：建设单位管理费	938.44	1.77%
前期工作费	80.00	0.15%
主要硬件设备租赁费（IaaS）	9,203.04	17.34%
预备费	2,040.92	3.85%
合计	53,064.02	100.00%

其中预备费指考虑建设期可能发生的风险因素而导致的建设费用增加部分，按工程建设及其他费用合计的 4%计提所得。2016 年 6 月 24 日经第二届董事会第十九次会议批准，该预备费由企业自有资金解决，该募投项目总规模改为 51,023.10 万元。

随着体育产业在我国的发展，目前已经形成体育赛事娱乐业、体育消费服务业和体育用品制造业三大体育产业，衍生出数十个细分领域，发展速度非常快。

同时传统的运动鞋服消费模式，首先是消费者认同品牌，在零售终端体验产品，选择运动的种类，再落实到单品。但随着居民精神文明的提高，消费者的消费模式也发生变化，新的消费模式为，消费者首先根据个人兴趣爱好选择运动的

种类（例如跑步、篮球、足球等项目），再落实到品牌、销售终端和单品。

公司经营运动鞋服品牌十余年，深知客户需求的重要性，过去根据零售终端 ERP 系统提供的已销售数据和市场调研数据了解客户需求。随着互联网、移动设备及 APP 软件的发展，公司通过布局体育产业，掌握了过亿体育用户数据，这些数据通过体育云平台优化处理分享后，维度更高、规模更大、时效性更强，可以帮助公司更加深入的洞察消费者需求，提高公司决策效果，根本性整体提高公司盈利水平。具体决策和效果的对比如下：

		现有决策机制	项目建成后决策机制
经营决策	产品设计	每季产品的设计工作比该季产品的上市时间提前约 1 年。产品投入市场后，设计师和技术人员需走访经销商、零售终端进行市场调研。根据市场调查数据和公司销售数据分析消费者对产品的认可程度，作为下一季新产品研发设计的参考。	应用本项目提供的数据，挖掘消费者对运动鞋服的需求，分析足球、篮球、跑步、骑车、健身、格斗等体育运动的热度变化，实现公司独家、快速、全面掌握体育用品行业的动态及风向，协助企业精准的进行产品设计、研发改造，进而开拓出切合市场需求的产品，丰富公司的运动用品种类，引领运动市场运动消费潮流。 根据实时掌握的体育用品行业动态及用户对产品的喜好（如产品类别、消费能力、时尚风向、智能程度、材质及颜色偏好等）确定或调整未来的研发方向。
	渠道拓展	每年第四季度，协助经销商根据区域市场容量、消费特点、竞争品牌情况等市场信息，结合公司战略发展目标，制定次年的渠道拓展计划。该计划明确了经销商在所属区域各级市场开店数量、面积、销售额和所需投资金额等量化指标。	直接通过体育云平台获得不同区域消费群体流量，地区活跃消费用户数、用户运动消费习惯的准确数据，以帮助公司指导零售终端有效选择门店位置，地区产品规格供应，以综合提高各门店竞争力。
	产品定价	公司在推出每季新品前，首先对运动品牌流行趋势、竞品价格、目标客户偏好进行市场调查，结合自身产品在各区域的历史销售数据，确定当季竞争策略和产品企划方案。随后，公司根据产品企划方案，分析生产成本，并确定该产品的目标毛利率，最终确定产品定价。出厂价主要依据区域市场销售情况和公司竞争力水平确定。	通过为公司搜集各地区用户的运动鞋服消费频率、产品类别选择以及价格偏好等数据，实现差异化定价。
	总结	数据的规模小，时效性比较弱，花费时间较长，数据真实性较差。	由于数据来源更加多样化，规模化，且有较强的时效性，公司能够迅速锁定

		现有决策机制	项目建成后决策机制
		原经营决策并不能很好的抓住消费者对品类和功能的需求，无法满足现在消费者的消费需求。	新的消费模式下消费者的运动种类喜好，设计出切合市场需求的产品，挖掘出效益较高的渠道，增强零售终端的综合效益，发掘消费者的剩余价值，合理对零售终端进行布局，满足消费者的消费需求。
投资决策	投前分析	通过公司员工或者委托第三方公司进行行业分析，发掘市场热点，寻找投资标的。	通过体育云平台对公司积累的用户和产品数据、动域资本所投资的互联网企业用户数据、未来合作方所提供的数据进行收集和分析，形成神经网络，迅速捕捉市场热点，发现投资标的。
	投中论证	根据管理层经验和对市场的理解，进行审核。	通过大数据，对投资标的财务数据和行业情况进行验证和审核。
	投后管理	需要到被投资企业进行数据提取，并进行现场跟踪调查。	对所投资标的进行数据接入，即时获得所投标的动态数据。
	总结	数据的规模小，时效性比较弱，花费时间较长，数据真实性较差。 传统的投资决策，从发掘未来市场热点，锁定投资标的，到开展尽调，周期较长，可能错过最好的进入时机。投资决策由于缺乏一手资料，并不能很好地量化指标以指导投资决策。投资后，跟踪投资项目，需要花费大量的人力物力，效率和效益较差。	数据的规模大，时效性强，能迅速获得信息，数据真实性有保障。 通过大数据分析，迅速发掘到未来市场热点，锁定投资标的，快速完成尽调过程，以最有效率的方式完成投资决策。获得一手资料，很好地量化指标以指导投资决策。投资后，能很好的检测和跟踪投资标的发展情况和相关指标，效率和效益大大提高。

二、保荐机构的核查情况

保荐机构访谈了申请人高级管理人员、相关业务负责人、财务人员及相关可研报告编制人员；相关可行性研究报告及相关行业研究报告；采访了数位云平台、大数据开发的资深技术人员。

经核查，保荐机构认为，现有的经营决策和投资决策机制，符合传统运动鞋服生产企业的决策机制的安排，决策是有效的。但数据的规模小，时效性比较弱，花费时间较长，数据真实性较差。本次募投体育云平台项目完成后，所获得数据更加多样化、规模大，时效性强，能迅速获得信息，数据真实性有保障，有利于公司经营决策和投资决策进一步优化。

问题二：通过数据来源、对公司经营业绩影响等方面阐述体育云平台的盈利模式。

申请人回复：

体育云平台本身并不直接创造经济效益，成本核算也分散在不同地点和多个财务科目内，难以进行直接的财务测算，故无法进行经济效益的定量分析，但本项目建设将整体提高公司管理与运营能力，为公司快速可持续发展提供有力支持。

目前，贵人鸟参股企业慧动域投资大量体育产业标的，掌握了数以亿计的注册用户数及千万级别的活跃用户数，上述用户将成为公司体育云平台的基础数据来源，主要投资情况如下：

序号	公司名称	主要产品	主要应用领域
1	上海慧体网络科技有限公司	APP：智慧运动场；智慧体育馆	运动场馆
2	深圳市星河互动科技有限公司	网站：咸鱼游戏；APP：咸鱼游戏	游戏
3	北京多格科技有限公司	网站：懂球帝；APP：懂球帝	足球资讯
4	泽普互动(北京)科技有限公司	网站：ZEPP；APP：ZEPP	装备、技术服务
5	北京青橙信息技术有限公司	网站：青橙科技	健身
6	广州柠蜜信息科技有限公司	网站：趣运动；APP：趣运动	运动场馆
7	北京人人乐动体育文化发展有限公司	网站：初练；APP：初练	健身
8	跑悦乐(上海)网络技术有限公司	网站：跑嗨乐；APP：跑嗨乐	跑步音乐
9	北京动如脱兔科技有限公司	网站：火辣健身；APP：火辣健身	健身
10	北京致云致远科技有限公司	APP：Feel	运动社交
11	敢玩(北京)科技有限公司	网站：敢玩	游戏
12	海克力斯（北京）贸易有限公司	能量棒	健康营养
13	KUNSUN INC	昆仑决	体育竞技
14	北京自由地带户外用品有限责任公司	网站：自由地带；APP：滑雪助手	运动 O2O

公司已和被投资企业达成意向，被投资企业为了获得更多的用户标签（标签如：爱网球或足球、爱曼联或巴萨、白领或金领等）愿意向云平台无偿分享用户数据。体育云平台通过对基础的大数据进行二次分析和处理，并通过后期的软件分析和计算，生成通用的指标和比率。这些有用的数据，通过云平台的后端软件进行归类，向公司销售部门、投资部门和研发部门每月提供《市场热度报告》，公司再根据上述报告进行内部的决策流程。同时，当发生例如“篮球明星科比布莱恩特退役”，“法国举办欧洲杯”等热点事件，生成的通用指标和比率将发生异

动，体育云平台将向公司销售部门、投资部门和研发部门提供《特定事件热度报告》。公司将迅速根据这些报告提供的数据，根据自身产品的特质调整公司的销售、投资和研发。

基于前述情况，本项目建设完成以后将对公司产生以下影响。

1、提高对大数据的应用，为运动鞋服的经营决策提供支持

（1）对高效研发提供支持

体育云平台通过收集贵人鸟、虎扑、康湃思咨询和康湃思管理及其合作伙伴的数据，同步到体育云平台的数据池。各种指标的数据发生耦合后，体育云平台进行二次分析和处理，为企业提供市场产品热度、客户喜好等数据，帮助企业更好的决策和营销。公司应用本项目提供的数据，挖掘消费者对运动鞋服的需求，分析足球、篮球、跑步、骑车、健身、格斗等体育运动的热度变化，实现公司独家、快速、全面掌握体育用品行业的动态及风向，协助企业精准的进行产品设计、研发改造，进而开拓出切合市场需求的产品，丰富公司的运动用品种类，引领运动市场运动消费潮流。公司 2015 年度、2014 年度及 2013 年度的研发费用分别为 3,648.43 万元、3,114.83 万元及 2,878.03 万元，公司研发费用金额较大，且研发费用占主营业务收入比例逐年提高。公司将根据实时掌握的体育用品行业动态及用户对产品的喜好（如产品类别、消费能力、时尚风向、智能程度、材质及颜色偏好等）确定或调整未来的研发方向，提高研发费用投入产出的效率，进而逐步形成公司独特的核心竞争力，为公司带来长远效益。

2016 年初，公司根据对被投资的某 APP 用户的调研情况，发现用户对跑步和其专业数据反馈及分享有需求。随即根据此需求，研发出智能跑鞋。该产品问世后，不仅带来了经济效应，也提高了公司品牌知名度及影响度。未来公司将利用体育云平台项目所提供的大量数据及分析，更加精准的投入研发。此外，智能跑鞋和智能穿戴设备等运动装备能够与体育云平台形成良性的互动，促进相互的发展。公司通过云平台挖掘体育用户消费数据，指导研究、生产智能跑鞋和智能穿戴设备等运动装备；同时，公司通过智能跑鞋和智能穿戴设备等运动装备反馈众多用户数据，并运用体育云平台进行深入分析，不仅可以优化智能跑鞋和智能穿戴设备等运动装备，还能为体育云平台提供其他的基础数据，包括消费者的跑

步频率，跑步节奏和速度，每次跑程等数据。

（2）对精准营销提供支持

本项目通过为公司搜集各地区用户对公司运动鞋服的消费频率、产品类别、价格偏好等数据，为公司零售门店选址、地区产品规格供应、差异化定价提供数据支持。报告期内，公司各期新开及关闭零售终端情况如下：

类别	2015 年度	2014 年度	2013 年度
新开	565	248	567
关闭	1,126	782	407
净增加	-561	-534	160
期末零售终端总数	4,465	5,026	5,560

如上表显示，公司零售终端数量较大，且报告期内每年新开及关闭的零售终端数量众多。据此，公司迫切需要关于不同区域用户运动消费习惯的准确数据，以帮助公司指导零售终端有效选择门店位置，提高各门店竞争力。不仅如此，公司还将通过分析区域运动用户的消费偏好及消费能力，指导零售终端开设差异化门店，销售公司种类不同及价位各异的体育产品，实现零售终端的精准营销。此举不仅可提高经济效益，还可减轻经销商备货压力，提高公司应收账款周转率等。

（3）经营决策和效果对比

公司经营运动鞋服品牌十余年，深知客户需求的重要性，过去根据零售终端 ERP 系统提供的已销售数据和市场调研数据了解客户需求。随着互联网、移动设备及 APP 软件的发展，公司通过布局体育产业，掌握了过亿体育用户数据，这些数据通过体育云平台优化处理分享后，维度更高、规模更大、时效性更强，可以帮助公司更加深入的洞察消费者需求，提高公司决策效果，根本性整体提高公司盈利水平。具体决策和效果的对比如下：

	现有决策机制	项目建成后决策机制
产品设计	每季产品的设计工作比该季产品的上市时间提前约 1 年。产品投入市场后，设计师和技术人员需走访经销商、零售终端进行市场调研。根据市场调查数据和公司销售数据分析消费者对产品的认可程度，作为下一季新产品研发设计的参考。	应用本项目提供的数据，挖掘消费者对运动鞋服的需求，分析足球、篮球、跑步、骑车、健身、格斗等体育运动的热度变化，实现公司独家、快速、全面掌握体育用品行业的动态及风向，协助企业精准的进行产品设计、研发改造，进而开拓出切合市场需求的产品，丰富公司的运动用品种类，引领运动市场运动消费潮流。

	现有决策机制	项目建成后决策机制
		根据实时掌握的体育用品行业动态及用户对产品的喜好（如产品类别、消费能力、时尚风向、智能程度、材质及颜色偏好等）确定或调整未来的研发方向。
渠道拓展	每年第四季度，协助经销商根据区域市场容量、消费特点、竞争品牌情况等市场信息，结合公司战略发展目标，制定次年的渠道拓展计划。该计划明确了经销商在所属区域各级市场开店数量、面积、销售额和所需投资金额等量化指标。	直接通过体育云平台获得不同区域消费群体流量，地区活跃消费用户数、用户运动消费习惯的准确数据，以帮助公司指导零售终端有效选择门店位置，地区产品规格供应，以综合提高各门店竞争力。
产品定价	公司在推出每季新品前，首先对运动品牌流行趋势、竞品价格、目标客户偏好进行市场调查，结合自身产品在各区域的历史销售数据，确定当季竞争策略和产品企划方案。随后，公司根据产品企划方案，分析生产成本，并确定该产品的目标毛利率，最终确定产品定价。出厂价主要依据区域市场销售情况和公司竞争力水平确定。	通过为公司搜集各地区用户的运动鞋服消费频率、产品类别选择以及价格偏好等数据，实现差异化定价。
总结	数据的规模小，时效性比较弱，花费时间较长，数据真实性较差。 原经营决策并不能很好的抓住消费者对品类和功能的需求，无法满足现在消费者的消费需求。	由于数据来源更加多样化，规模化，且有较强的时效性，公司能够迅速锁定新的消费模式下消费者的运动种类喜好，设计出切合市场需求的产品，挖掘出效益较高的渠道，增强零售终端的综合效益，发掘消费者的剩余价值，合理对零售终端进行布局，满足消费者的消费需求。

（4）公司试用大数据产品开发并销售产品对公司经营业绩影响分析

公司通过所合作的悦跑圈等移动网络 APP 运营商，获得用户数据资料，为公司产品设计定价等方面提供参考。为未来体育云平台项目建成后的应用和盈利，提供很好的判断和分析依据。

1) 大数据支持研发

2015 年 9 月，公司应用悦跑圈提供的用户数据，挖掘消费者对智能跑鞋和缓震防滑功能跑鞋的需求，2016 年 2 月，开发出“代号 G10 跑鞋”和“全新迈浪科技跑鞋”两款跑鞋的样鞋。

2016 年 3 月，公司将研发出来的样鞋在悦跑圈的跑步装备栏目中，发布“代号 G10 跑鞋”和“全新迈浪科技跑鞋”该两款跑鞋的装备测评，并对外发布装

备测评报告。跑步爱好者可以通过 APP，对该装备测评报告进行点评。贵人鸟根据测评和点评，获得针对包括产品外观、功能设计等的意见，改进产品的设计（包括材质、颜色、功能、智能程度等指标）。同月，经过改进之后该两项产品正式上线销售。从公司研发到该两项产品销售一共 6 个月时间，迅速抓住消费者对产品的需求。

原研发每季产品的设计工作比该季产品的上市时间提前约 1 年。产品投入市场后，设计师和技术人员需走访经销商、零售终端进行市场调研。根据市场调查数据和公司销售数据分析消费者对产品的认可程度，作为下一季新产品研发设计的参考。原产品研发设计需要 1 年以上时间，同时并不一定能很好的抓住消费者对品类和功能的需求。

2) 产品的销售情况

悦跑圈的用户通过 APP，对该两个装备测评报告进行点评后，公司筛选出对“代号 G10 跑鞋”和“全新迈浪科技跑鞋”两款跑鞋感兴趣的用户，对其进行定向广告推送，以增加该两项产品的销售。公司原有的销售模式，先从网店销售，然后再到网络销售。由于该两款产品研发、测评和广告推送都是以网络为平台，所以该两款产品的销售模式是直接从网络销售开始，再根据网络的销售情况，腾挪存货增加网店的销售。

同时，由于前期已经通过该两款装备测评筛选出感兴趣的用户，公司能比较精准的预测该两款产品的目标销售量和销售额，能够有效降低公司存货。公司 2013-2015 年度存货周转率分别为 10.74、7.12 和 5.65。而该两款产品的目前只有少量存货，有利于公司存货周转率的提高和运营水平的提高。

另外，该两款产品，毛利率为 49.27%，比 2015 年公司运动鞋毛利率 44.31%，高出 4.96%；比 2015 年公司主营业务毛利率 45.18%，高出 4.09%。

综上所述，公司认为将来结合体育云平台进行开发的产品的毛利率亦将会较其他以传统模式开发的产品的毛利率大幅提高。同时，运用体育云平台研发产品，周期将从 1 年下降到 6 个月，大幅缩短研发周期，为市场提供更加贴近消费者需求的产品。

2、整合互联网体育数据，为投资决策提供依据

公司已通过自主经营、投资入股、战略合作等方式先后布局体育用品制造业、体育竞赛经营业和体育运动服务业三大体育子产业的多个细分领域，投资包括能量棒、敢玩、懂球帝、超级猩等数十种优质体育产品，努力打造新技术环境下的中国体育新生态。

及时全面的数据管理可以支撑公司业务模式、管理架构、新业务的创新，大数据对于投前分析、投中论证、投后管理的决策过程都有深刻和现实的指导价值；投前可以进行信息验证，投中帮助进行信息审核，投后则可以帮助被投企业和项目进行指导和跟进，还可以对被投企业与项目的用户、上下游、生态圈进行实时信息采集、分析和判断。

公司已设立资金规模达数十亿的产业基金及并购基金，未来并购投资需求旺盛。公司将运用体育云平台对前述三大体育子产业的细分领域进行数据挖掘及分析，并对细分领域中的夕阳行业及风口领域做出预判，有效的指导投资决策，抢占市场先机，获取更高的投资收益。

另外，被投资企业根据本项目的数据及分析，将获取更多的用户标签为其带来经济效益，进而提高公司的投资收益。

体育云平台建设前后具体投资决策和效果的对比如下：

	现有决策机制	项目建成后决策机制
投前分析	通过公司员工或者委托第三方公司进行行业分析，发掘市场热点，寻找投资标的。	通过体育云平台对公司积累的用户和产品数据、动域资本所投资的互联网企业用户数据、未来合作方所提供的数据进行收集和分析，形成神经网络，迅速捕捉市场热点，发现投资标的。
投中论证	根据管理层经验和对市场的理解，进行审核。	通过大数据，对投资标的财务数据和行业情况进行验证和审核。
投后管理	需要到被投资企业进行数据提取，并进行现场跟踪调查。	对所投资标的进行数据接入，即时获得所投标的动态数据。
总结	数据的规模小，时效性比较弱，花费时间较长，数据真实性较差。 传统的投资决策，从发掘未来市场热点，锁定投资标的，到开展尽调，周期较长，可能错过最好的进入时机。投资决策由于缺乏一手资料，并不能很好地量化指标以指导	数据的规模大，时效性强，能迅速获得信息，数据真实性有保障。 通过大数据分析，迅速发掘到未来市场热点，锁定投资标的，快速完成尽调过程，以最有效率的方式完成投资决策。获得一手资料，很好地量化指标以指导投资决策。投

	现有决策机制	项目建成后决策机制
	投资决策。投资后，跟踪投资项目，需要花费大量的人力物力，效率和效益较差。	资后，能很好的检测和跟踪投资标的发展情况及相关指标，效率和效益大大提高。

3、巩固公司在体育产业优势，产生全面协同效应

目前，贵人鸟投资 BOY，同时与大体协、中体协、虎扑合作，进军体育竞赛经营业和体育运动服务业。体育云平台，通过建立强大的技术平台，以实现海量信息获取和分析，巩固贵人鸟在运动鞋服和体育产业的优势。充分整合与贵人鸟合作的学校、大体协、中体协、海外子公司、虎扑及数十家体育创业企业和数千万用户数据，将各个环节的数据进行收集、整理、推荐、反馈，实现多者之间快速交融交互，产生全面协同效应。以实现体育用品制造业、体育竞赛经营业和体育运动服务业的有机结合，提高公司及其产品的知名度，并形成贵人鸟大体育生态圈，进而实现长远效益。

通过以上战略投资布局，对公司传统运动鞋服行业产生以下协同效应的案例如下：

协同效应	具体协同效应案例
广告推送	公司可以低成本与这些平台签订广告合约，在比较好的时段，投放进入界面广告或一些植入式软广告。同时，所投资的 APP 和网站能根据用户的喜好，进行精准的产品广告推送，对公司运动鞋服销售具有重要意义。
活动发布	公司推出“我们的发光时代”的年度品牌策略，本年启动成都、昆明、武汉、沈阳、合肥和厦门共 6 个城市趣味跑“Halo Run”。所投资的 APP 能协助发布“Halo Run”的活动信息，扩大活动的受众，增强贵人鸟品牌营销的效果。
特约装备测评	公司特约悦跑圈的跑步装备专家，在悦跑圈的跑步装备栏目中，发布公司新推出的“代号 G10 跑鞋”和“全新迈浪科技跑鞋”两款跑鞋的装备测评，并对外发布装备测评报告。跑步爱好者可以通过 APP，对该装备测评报告进行点评。贵人鸟根据测评和点评，获得针对包括产品外观、售价、功能设计等的意见，指导公司更好的改进产品的设计和营销。
赛事赞助权、体育经纪业务	目前已经联同“大体协”成功举办“中国大学生校园接力马拉松联赛”、“中国大学生七人制足球挑战赛”和“中国大学生 3X3 篮球联赛”，该三项体育竞赛受众为全国 2,500 万大学生。公司通过赞助“中国大学生校园接力马拉松联赛”和“中国大学生七人制足球挑战赛”大大提升了影响力。未来随着这些赛事的影响力进一步加强，公司获得的排他性赞助权对品牌的推广将越发重要。 贵人鸟投资的 BOY 经营体育经纪业务属于体育运动服务业。体育云平台能将大学生体育竞赛中的数据与体育经纪公司的人才库数据对比，从大学生中选拔出优秀的体育人才，推进体育运动服务业的发展。

传统电视、户外、广播、纸质媒体广告：公司根据广告代理商和销售部门预估的广告受众数量和受众消费率支付广告费用，广告费用投入和广告效果的关系比较模糊。同时，广告受众并不一定对运动鞋服产品感兴趣，广告受众的消费率比较低。

网络数字广告：公司可以与所投资的互联网平台签订广告协议，在比较好的时段，投放进入界面广告或一些植入式软广告。未来体育云平台建设完成后，云平台可以识别对运动鞋服感兴趣的用户，所投资的 APP 和网站能根据用户的喜好，进行精准的产品广告推送。网络数字广告，消费者看了广告后，按照流量付费，广告费用投入和广告受众数量成正比关系。同时，云平台分析用户的喜好后，针对网络用户的喜好，推送不同产品的广告，达到精准的营销，有利于提高广告受众的消费率。

公司 2013 年-2015 年的广告费用分别为 10,683.21 万元，8,405.73 万元和 9,390.16 万元。未来通过体育云平台的协助并与所投资的互联网平台签订优惠的广告协议，同样的销售收入所对应的广告费用有望大幅降低。

综上所述，贵人鸟以“全面满足每一个人的运动需求”为公司发展的目标，体育云平台的建立通过对经营决策及投资决策提供支持并使公司各体育产业领域形成全面协同效应，可以实现贵人鸟“大产业生态+多产品运营”的模式，从而为公司带来新的业务增长点，并形成独特的核心竞争力。体育云平台将通过对公司积累的用户和产品数据、公司直接或间接投资的互联网企业用户数据、未来合作方所提供的数据进行收集和分析，形成神经网络，迅速捕捉市场动态。为公司“大产业生态+多产品运营”更好的进行数据交换和针对市场做出反应，推动公司满足每个人的运动需求，带动公司整体业务增长。

（本页无正文，为贵人鸟股份有限公司关于《贵人鸟股份有限公司非公开发行股票申请文件二次反馈意见的回复》之签章页）

贵人鸟股份有限公司

年 月 日

保荐代表人：_____

黄俊毅 陈强

法定代表人：_____

陶永泽

年 月 日