

创业板风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

创业黑马（北京）科技股份有限公司

北京市朝阳区酒仙桥北路甲10号院205号楼-1至7层101内706室

创业黑马
D A R K H O R S E

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

保荐人（主承销商）



招商证券股份有限公司
China Merchants Securities CO., LTD.

深圳市福田区益田路江苏大厦38-45楼

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

证券服务机构承诺因其为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

本次发行概况

（一）发行股票类型	人民币普通股 A 股
（二）发行股数，股东公开发售股数	公开发行新股 1,700 万股，本次发行股东不公开发售股份。
（三）每股面值	1.00 元
（四）每股发行价格	10.75 元
（五）预计发行日期	2017 年 7 月 31 日
（六）拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
（七）发行后总股本	6,800 万股
（八）保荐机构、主承销商	招商证券股份有限公司
（九）招股说明书签署日期	2017 年 7 月 27 日

重大事项提示

本公司提请投资者关注以下重大事项，并提请投资者认真阅读本招股说明书“风险因素”章节的全部内容。

一、股份锁定和减持承诺

（一）控股股东、实际控制人股份锁定及减持承诺

牛文文先生作为股份公司的控股股东及实际控制人，同时担任股份公司董事及高级管理人员，于此郑重承诺如下：在股份公司股票上市之日起 36 个月（“锁定期”）之内，不转让或委托他人管理本人于本次发行前直接或间接持有的股份公司股份，也不由股份公司回购本人直接或间接持有的股份公司公开发行股票前已发行的股份。

于锁定期届满后两年内，在满足以下条件的前提下，可进行减持：（1）锁定期届满且没有延长锁定期的相关情形，如有锁定延长期，则顺延；（2）如发生本人需向投资者进行赔偿的情形，本人已经全额承担赔偿责任。

若本人所持股份公司股票在锁定期满后两年内进行减持的，每年减持不超过上一年末本人所持股份公司股份数量的 20%，减持行为将通过竞价交易以及大宗交易的方式进行，本人将至少提前 3 个交易日通知股份公司公告本次减持的数量、减持价格区间、减持时间区间等。

若本人于本人承诺的股票锁定期届满后两年内减持股份公司股票，股票减持的价格应不低于股份公司首次公开发行股票的发行价（“发行价”）。

本人减持股份公司股票时，将在减持时提前 3 个交易日予以公告。

在职务变更、离职等情形下，本人仍将忠实履行上述承诺；

若股份公司上市后 6 个月内股份公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者股份公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人承诺的股票锁定期限将自动延长 6 个月，在职务变更、离职等情形下，本人仍将忠实履行上述承诺；

在上述锁定期满后，于本人担任股份公司董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份公司股份不超过本人所持股份总数的 25%。如本人自股份公司离职，则本人自离职后 6 个月内不转让本人所持有的股份公司股份。自公司股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让其直接或者间接所持有的公司股份；自公司股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让其直接或者间接所持有的公司股份。

如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。

本人将忠实履行上述承诺，如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持股份的，本人承诺违规减持股份公司股票所得（以下简称“违规减持所得”）归股份公司所有，同时本人持有的剩余股份公司股份的锁定期在原锁定期届满后自动延长 1 年。如本人未将违规减持所得上交股份公司，则股份公司有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交股份公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

（二）其他股东持股锁定及减持承诺

1、牛文文持有的创业嘉乐合伙份额锁定承诺及创业嘉乐承诺：

本公司实际控制人牛文文先生承诺：在股份公司股票上市之日起 36 个月（“锁定期”）内，不转让或委托他人管理其所持有的创业嘉乐的合伙份额。

本公司实际控制人牛文文先生控制的创业嘉乐承诺：在股份公司股票上市之日起 36 个月（“锁定期”）内，不转让或委托他人管理本企业于本次发行前直接或间接持有的股份公司股份，也不由股份公司回购本企业直接或间接持有的股份公司股份公开发行股票前已发行的股份。

于锁定期届满后两年内，在满足以下条件的前提下，可进行减持：（1）锁定期届满且没有延长锁定期的相关情形，如有锁定延长期，则顺延；（2）如发生本企业需向投资者进行赔偿的情形，本企业已经全额承担赔偿责任。

若本企业所持股份公司股票在锁定期满后两年内进行减持的，除届时法律法规另有规定或另有约定外，本企业每年减持股份公司的股份数量将不超过上一年末本企业所持股份公司股份数量的 20%（减持至所持股份公司股份不超过 1,000

股时，可一次性全部减持)。减持的具体操作：减持时间、减持股价区间由本企业召开合伙人会议经届时本企业全体合伙人过半数同意。

若本企业于本企业承诺的股票锁定期届满后两年内减持股份公司股票，股票减持的价格应不低于股份公司首次公开发行股票的发行价（“发行价”）。

本企业减持股份公司股票时，将在减持时提前 3 个交易日予以公告。

若股份公司上市后 6 个月内股份公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者股份公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本企业承诺的股票锁定期限将自动延长 6 个月；如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。

本企业将忠实履行上述承诺，如本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持股份的，本企业承诺违规减持股份公司股票所得（以下简称“违规减持所得”）归股份公司所有，同时本企业持有的剩余股份公司股份的锁定期在原锁定期届满后自动延长 1 年。如本企业未将违规减持所得上交股份公司，则股份公司有权扣留应付本企业现金分红中与本企业应上交股份公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

本企业将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本企业将严格依法执行该等裁判、决定。

2、持股 5%以上的蓝创文化承诺：

在股份公司股票上市之日起 12 个月（“锁定期”）内，不转让或委托他人管理本企业于本次发行前直接或间接持有的股份公司股份，也不由股份公司回购本企业直接或间接持有的股份公司公开发行股票前已发行的股份。

若本企业所持股份公司股票在上述锁定期满后 12 个月内减持的，减持不超过本企业所持股份公司股份的 100%；若本企业所持股份公司股票在锁定期满后两年内减持，减持应按照市场价格进行。本企业将至少提前 3 个交易日通知股份

公司公告本次减持的数量、减持价格区间、减持时间区间等，并按照深圳证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。

本企业将忠实履行上述承诺，如本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持股份的，本企业承诺违规减持股份公司股票所得（以下简称“违规减持所得”）归股份公司所有，同时本企业持有的剩余股份公司股份的锁定期在原锁定期届满后自动延长 1 年。如本企业未将违规减持所得上交股份公司，则股份公司有权扣留应付本企业现金分红中与本企业应上交股份公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

本企业将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本企业将严格依法执行该等裁判、决定。

3、持股 5%以上的达晨创丰承诺：

在股份公司股票上市之日起 12 个月（“锁定期”）内，不转让或委托他人管理本企业于本次发行前直接或间接持有的股份公司股份，也不由股份公司回购本企业直接或间接持有的股份公司公开发行股票前已发行的股份。

若本企业所持股份公司股票在上述锁定期满后 12 个月内减持的，减持不超过本企业所持股份公司股份的 100%；若本企业所持股份公司股票在锁定期满后两年内减持，减持应按照市场价格进行。本企业将至少提前 3 个交易日通知股份公司公告本次减持的数量、减持价格区间、减持时间区间等，并按照深圳证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。

本企业将忠实履行上述承诺，如本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持股份的，本企业承诺违规减持股份公司股票所得（以下简称“违规减持所得”）归股份公司所有，同时本企业持有的剩余股份公司股份的锁定期在原锁定期届满后自动延长 1 年。如本企业未将违规减持所得上交股份公司，则股份公司有权扣留应付本企业现金分红中与本企业应上交股份公司的违规减持所得金额相等的

现金分红。

本企业将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本企业将严格依法执行该等裁判、决定。

4、持股低于 5%的普华天勤、用友创新、苏州卓爆、前海中咨旗承诺：

在股份公司股票上市之日起 12 个月（“锁定期”）内，不转让或委托他人管理本企业于本次发行前直接或间接持有的股份公司股份，也不由股份公司回购本企业直接或间接持有的股份公司公开发行股票前已发行的股份。

本企业将忠实履行上述承诺，如本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持股份的，本企业承诺违规减持股份公司股票所得（以下简称“违规减持所得”）归股份公司所有，同时本企业持有的剩余股份股份的锁定期在原锁定期届满后自动延长 1 年。如本企业未将违规减持所得上交股份公司，则股份公司有权扣留应付本企业现金分红中与本企业应上交股份公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

本企业将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本企业将严格依法执行该等裁判、决定。

5、持股低于 5%的其实先生承诺：

在股份公司股票上市之日起 36 个月（“锁定期”）内，不转让或委托他人管理本人于本次发行前直接或间接持有的股份公司股份，也不由股份公司回购本人直接或间接持有的股份公司公开发行股票前已发行的股份。

本人将忠实履行上述承诺，如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持股份的，本人承诺违规减持股份公司股票所得（以下简称“违规减持所得”）归股份

公司所有，同时本人持有的剩余股份公司股份的锁定期在原锁定期届满后自动延长 1 年。如本人未将违规减持所得上交股份公司，则股份公司有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交股份公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

本人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本人将严格依法执行该等裁判、决定。

（三）持有公司股份的董事、监事、高级管理人员股份锁定及减持承诺

间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员刘义伟、王佳佳、潘博¹承诺：在股份公司股票上市之日起 12 个月（“锁定期”）之内，不转让或委托他人管理本人于本次发行前直接或间接持有的股份公司股份，也不由股份公司回购本人直接或间接持有的股份公司公开发行股票前已发行的股份。

于锁定期届满后两年内，在满足以下条件的前提下，可进行减持：（1）锁定期届满且没有延长锁定期的相关情形，如有锁定延长期，则顺延；（2）如发生本人需向投资者进行赔偿的情形，本人已经全额承担赔偿责任。

若本人于本人承诺的股票锁定期届满后两年内减持股份公司股票，股票减持的价格应不低于股份公司首次公开发行股票的发行价（“发行价”）。

本人减持股份公司股票时，将在减持时提前 3 个交易日予以公告。

在职务变更、离职等情形下，本人仍将忠实履行上述承诺；

若股份公司上市后 6 个月内股份公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者股份公司上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，本人承诺的股票锁定期限将自动延长 6 个月，在职务变更、离职等情形下，本人仍将忠实履行上述承诺；

在上述锁定期满后，本人于担任股份公司董事、监事、高级管理人员期间

¹ 潘博于 2016 年 12 月 21 日辞去发行人财务总监职务，现为发行人财务副总监，继续履行相关承诺。

内每年转让的股份不超过本人所持有股份总数的 25%。如本人自股份公司离职,则本人自离职后 6 个月内不转让本人所持有的股份公司股份。自公司股票上市之日起 6 个月内申报离职的,自申报离职之日起 18 个月内不转让其直接或者间接所持有的公司股份;自公司股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的,自申报离职之日起 12 个月内不转让其直接或者间接所持有的公司股份。

如遇除权除息事项,上述发行价作相应调整。

本人将忠实履行上述承诺,如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持股份的,本人承诺违规减持股份公司股票所得(以下简称“违规减持所得”)归股份公司所有,同时本人持有的剩余股份公司股份的锁定期在原锁定期届满后自动延长 1 年。如本人未将违规减持所得上交股份公司,则股份公司有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交股份公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

二、股价稳定承诺

(一) 控股股东承诺

公司控股股东牛文文先生承诺:股份公司上市后 3 年内,股价连续 20 个交易日的每日加权平均价的算术平均值(如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,须按照证券交易所的有关规定作复权处理,下同)低于股份公司近一期经审计的每股净资产(每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末股份公司股份总数,下同)(以下简称“触发启动条件”),本人将依据法律法规、股份公司章程规定及本承诺内容,依照以下程序实施具体的稳定股价措施:

触发启动条件后,本人应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求,且不应导致股份公司股权分布不符合上市条件的前提下,对股份公司股票进行增持。

本人应在满足上述前提之日起 10 个交易日内，就增持股份公司 A 股股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知股份公司，并由股份公司进行公告。本人应自公告作出之日起下一个交易日开始启动增持，并按照计划完成增持。本人将以所获得的股份公司上一年度的现金分红的 10%且不低于 100 万元的资金增持股份公司股份，增持价格不超过股份公司近一期经审计的每股净资产。

本人启动增持计划后，若股份公司股价连续 20 个交易日的每日加权平均价的算术平均值超过其近一期经审计的每股净资产，本人将终止增持股份事宜，且在未来 6 个月内不再启动股份增持事宜。

本人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若本人违反就本次发行上市所做的承诺，本人将在股份公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股份公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在股份公司处获得股东分红，同时本人直接或间接持有的股份公司股份将不得转让，直至本人按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本人将严格依法执行该等裁判、决定。

（二）发行人非独立董事、高级管理人员承诺

发行人非独立董事傅忠红，高级管理人员：刘义伟、潘博²、韩雪冬承诺：

股份公司上市后 3 年内，股价连续 20 个交易日的每日加权平均价的算术平均值（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）低于股份公司近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末股份公司股份总数，下同）（以下简称为“触发启动条件”），本人将依据法律法规、股份公司章程规定及本承诺内容，依照以下程序实施具体的稳定

² 潘博于 2016 年 12 月 21 日辞去发行人财务总监职务，现为发行人财务副总监，继续履行相关承诺。

股价措施:

触发启动条件后,本人应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求,且不应导致股份公司股权分布不符合上市条件的前提下,对股份公司股票进行增持。

在满足上述前提之日起 10 个交易日内,本人应就增持股份公司 A 股股票的具体计划(应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息)书面通知股份公司并由股份公司进行公告。本人并应在增持公告作出之日起下一个交易日开始启动增持,并按照计划完成增持。本人将以所获得的股份公司上一年度的税后薪酬 20%增持股份公司股份,增持价格不超过股份公司近一期经审计的每股净资产。

股份公司公告上述增持计划后,若股份公司股价连续 20 个交易日的每日加权平均价的算术平均值超过其近一期经审计的每股净资产,本人将终止增持股份事宜,且在未来 6 个月内不再启动股份增持事宜。

本人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺,自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督,并依法承担相应责任。若本人未履行就本次发行上市所做的承诺,本人将在股份公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股份公司股东和社会公众投资者道歉,并在违反承诺发生之日起 5 个工作日内,停止在股份公司处领取薪酬、津贴及获得股东分红,本人间接持有的股份公司股份不得转让,直至本人按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定,本人将严格依法执行该等裁判、决定。

(三) 发行人承诺

发行人承诺:

本公司上市后 3 年内,股价连续 20 个交易日的每日加权平均价的算术平均

值（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）低于公司近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）（以下简称为“触发启动条件”），本公司将依据法律法规、公司章程规定及本承诺内容，依照以下程序实施具体的稳定股价措施：

触发启动条件后，为稳定股价，本公司应在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不导致本公司股权分布不符合上市条件的前提下，向社会公众股东回购股份。

本公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在达到上述条件之日起 5 个交易日日内召开董事会讨论稳定股价方案，并提交股东大会审议。本公司将以上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%且不低于 500 万元的资金回购社会公众股，回购价格不超过公司近一期经审计的每股净资产。

本公司董事会公告回购股份预案后，股价连续 20 个交易日的每日加权平均价的算术平均值超过近一期经审计的每股净资产，本公司将终止回购股份事宜，且在未来 6 个月内不再启动股份回购事宜。

若本公司新聘任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

本公司将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本公司若违反相关承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，将依法向投资者赔偿相关损失。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本公司将严格依法执行该等裁判、决定。

三、关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺

（一）控股股东承诺

牛文文先生承诺，发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将依法回购首次公开发行的全部新股，且将购回已转让的原限售股份；发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。

（二）发行人承诺

本公司承诺，本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将依法回购首次公开发行的全部新股；本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应责任。

（三）发行人的实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

发行人实际控制人牛文文、全体董事、监事、高级管理人员承诺：

本人承诺，发行人首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。

四、中介机构关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺

保荐机构招商证券承诺：因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失；该承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应责任。

发行人审计机构天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。该承诺为本所真实意思表示，本所自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本所将依法承担相应责任。

发行人律师通力律师事务所承诺：因本所为发行人本次发行上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。该承诺为本所真实意思表示，本所自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本所将依法承担相应责任。

发行人评估机构沃克森（北京）国际资产评估有限责任公司承诺：因本公司为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。该承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应责任。

五、未能履行上述承诺的约束措施

（一）控股股东、持有发行人5%以上股份的股东、持有发行人股份的董事、高级管理人员违反减持承诺的约束措施

上述单位（人）违反减持承诺的约束措施，详见本节“一、股份锁定和减持

承诺”之“(一)控股股东、实际控制人股份锁定及减持承诺”、“(二)其他股东持股锁定及减持承诺”和“(三)持有公司股份的董事、监事、高级管理人员股份锁定及减持承诺”相关表述。

(二) 发行人、控股股东、发行人董事、高级管理人员违反稳定股价承诺的约束措施

上述单位(人)违反稳定股价承诺的约束措施,详见本节“二、股价稳定承诺”之“(一)控股股东承诺”、“(二)发行人非独立董事、高级管理人员承诺”和“(三)发行人承诺”相关表述。

(三) 招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺约束措施

发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的相关承诺约束措施参见本节“三、关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺”相关内容。

保荐机构、律师、会计师事务所和评估机构的相关承诺约束措施参见本节“四、中介机构关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺”相关内容。

六、利润分配

(一) 本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2016 年第三次临时股东大会决议,公司首次公开发行股票前的滚存利润的分配方案为:由发行后的新老股东按照持股比例共享。

(二) 本次发行上市后的股利分配政策

公司实行持续、稳定的利润分配政策,采取现金或者股票方式分配股利,严格遵守下列规定:

- 1、公司的利润分配原则如下:

(1) 重视对投资者的合理投资回报，在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事（不在公司担任职务的监事）和公众投资者的意见。

(2) 保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远和可持续发展。

(3) 优先采用现金分红的利润分配方式。

(4) 充分听取和考虑中小股东的要求。

(5) 充分考虑货币政策。

2、公司利润分配具体政策如下：

(1) 公司可以采取现金、股票或者现金及股票相结合的方式分配股利。

(2) 在公司上半年经营活动产生的现金流量净额高于当期实现的净利润时，公司可以进行中期现金分红。

(3) 如无重大资金支出安排发生，公司进行股利分配时，应当采取现金方式进行分配，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%。

重大资金支出指以下情形之一：

①公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的10%，且绝对金额超过5,000万元人民币；

②公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的5%。

上述重大资金支出应按照公司相关事项决策权限履行董事会或股东大会审议程序。

(4) 如公司经营情况良好，且公司股票价格与公司股本规模不匹配时，公司可以以股票方式进行股利分配，股票分配方式可与现金分配方式同时进行。

(5) 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体现金分

红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

3、公司利润分配预案由公司董事会提出，公司董事会在利润分配方案论证过程中，需与独立董事充分讨论，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成利润分配预案；公司董事会通过利润分配预案，需经全体董事过半数表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过，独立董事应当对利润分配预案发表独立意见。公司监事会应当对公司利润分配预案进行审议，并经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则外部监事应当对审议的利润分配预案发表意见。董事会及监事会通过利润分配预案后，利润分配预案需提交股东大会审议，并由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等方式），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

如未做出现金利润分配预案的，公司应当在年度报告中披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途。

股东大会审议通过利润分配方案后，由董事会负责实施，并应在规定的期限内完成。

4、公司的利润分配政策不得随意改变。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司股票上市的证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案需分别经监事会和二分之一以上独立董事同意后提

交董事会、股东大会批准，提交股东大会的相关提案中应详细说明修改利润分配政策的原因。公司调整利润分配政策，需向公司股东提供网络形式的投票平台，为公司社会公众股东参加股东大会提供便利。其中，修改本章程确定的现金分红政策需经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。

5、股东分红回报规划的制定及修改

公司董事会应根据股东大会制定的利润分配政策以及公司未来发展计划，在充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见基础上，每三年制定一次具体的股东分红回报规划。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过半数同意且经独立董事过半数同意方能通过。

若因公司利润分配政策进行修改或者公司经营环境或自身经营状况发生较大变化而需要调整股东分红回报规划的，该等调整应限定在利润分配政策规定的范围内，经全体董事过半数同意并经独立董事过半数同意方能通过。

七、填补被摊薄即期回报的措施和承诺

鉴于本公司首次公开发行股票后，公司股本及净资产规模将有大幅增加，但募集资金投资项目需要一定的建设投入周期，募集资金产生的经济效益存在一定的时间差和不确定性，这些因素可能会在短期内影响本公司的每股收益和净资产收益率，形成股东即期回报被摊薄的风险。为维护广大股东利益，增强投资者信心，本公司将在首次公开发行股票后采取如下措施填补被摊薄即期回报：

1、强化和规范募集资金的管理，提升募集资金的利用效率

(1) 在首次公开发行股票募集资金到位后，将在募集资金的使用、核算、风险防范等方面强化管理，确保募集资金严格依照本公司《招股说明书》披露的募集资金用途，科学、合理地投入使用；

(2) 将严格按照募集资金管理制度的相关规定，签订和执行募集资金三方监管协议，保证依法、合规、规范地使用募集资金；

(3) 在符合上述募集资金管理要求的基础上，本公司将结合当时的市场状

况、资产价格、资金成本等多种因素，对募集资金使用的进度方案开展进一步科学规划，以最大限度提升募集资金的使用效率。

2、加快募集资金投资项目的建设进度

在募集资金到位前，本公司将牢牢把握市场契机，视项目具体需要而采取包括但不限于先期以部分自有资金投入项目建设等措施进行积极布局；募集资金到位后，在符合法律、法规、规范性文件以及本公司募集资金管理制度规定的前提下，并在确保公司募集资金规范、科学、合理运用的基础上，尽最大可能地加快募集资金投资项目的建设进度，力求加快实现募集资金投资项目的预期经济效益。

3、进一步推进技术创新，加强品牌建设和管理，提升公司的核心竞争力

(1) 将依托首次公开发行股票并上市以及募集资金投资项目建设契机，进一步推动技术创新，提升公司的研发创新能力；

(2) 同时，借助技术创新、产品升级，深度开展自身品牌建设和管理，有效提升本公司在行业内的影响力，着力打造公司的品牌价值和核心竞争力。

4、优化投资者回报机制，实施积极的利润分配政策

将依照本公司上市后适用的公司章程以及股东分红回报规划的相关内容，积极推进实施持续、稳定的利润分配政策，在符合公司发展战略、发展规划需要，紧密结合公司发展阶段、经营状况并充分考虑投资者利润分配意愿的基础上，不断优化对投资者的回报机制，确保及时给予投资者合理回报。

发行人提示投资者制定填补回报措施不等于对发行人未来利润作出保证。

本公司董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并承诺：

1、承诺不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人进行输送利益，亦不会采用其他方式损害公司利益；

2、承诺对自身日常的职务消费行为进行约束；

- 3、承诺不会动用公司资产从事与自身履行职责无关的投资、消费活动；
- 4、承诺将行使自身职权以促使公司董事会、薪酬委员会制订的薪酬制度与公司填补被摊薄即期回报保障措施的执行情况相挂钩；
- 5、承诺若未来公司拟实施股权激励计划，本人将行使自身职权以保障股权激励计划的行使条件与公司填补被摊薄即期回报保障措施的执行情况相挂钩。

上述措施和承诺已经发行人第一届董事会第六次会议及 2016 年第三次临时股东大会审议通过。

八、发行人持续盈利能力的核查结论

经保荐机构核查，认为发行人业务具备持续盈利能力。详情参见本招股说明书“第九节财务会计信息和管理层分析”之“十一、盈利能力分析”的相关描述。

九、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况

发行人经审计的财务报告基准日期为 2016 年 12 月 31 日，发行人 2017 年 3 月 31 日资产负债表、2017 年 1-3 月利润表、现金流量表未经审计，已经发行人申报会计师天职国际审阅并出具了《审阅报告》（天职业字[2017]13447 号），发行人财务报告审计基准日之后经审阅（未经审计）的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017 年 3 月 31 日/2017 年 1-3 月
资产总额	24,116.34
负债总额	6,112.56
归属于母公司所有者的所有者权益合计	17,700.25
营业收入	2,436.55
净利润	57.41
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	34.73

2017 年 1-3 月财务数据详见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析之四 财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况”。

2017 年 1-6 月，公司预计营业收入为 7,200-7,450 万元，较上年同期增长

0.91%-4.41%；预计归属于母公司股东的净利润为 1,450-1,650 万元，较上年同期增长 32.57%-50.86%；预计归属于母公司股东扣除非经常损益后的净利润为 950-1,150 万元，较上年同期增长 43.81%-74.09%。2017 年 1-6 月发行人预计财务状况良好（上述数据未经审计，且不构成盈利预测）。

保荐机构核查后认为：2017 年以来，发行人经营模式、主要成本类别及采购规模、主要业务类型及服务规模、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生变化，发行人经营情况良好。

十、发行人董事会、监事会、董事、监事及高级管理人员对未经审计财务报告出具的专项说明

发行人董事会、全体董事、监事会、全体监事、高级管理人员声明：“公司申报首次公开发行股票并在创业板上市过程中向中国证监会申报并披露的截至 2017 年 3 月 31 日未经审计财务报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。”

十一、发行人负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）对未经审计财务报告出具的专项说明

发行人负责人牛文文先生、主管会计工作负责人韩雪冬先生、会计机构负责人潘博女士声明：“公司申报首次公开发行股票并在创业板上市过程中向中国证监会申报并披露的截至 2017 年 3 月 31 日未经审计财务报告真实、准确、完整。”

目录

发行人声明	1
本次发行概况	2
重大事项提示	3
一、股份锁定和减持承诺.....	3
二、股价稳定承诺.....	9
三、关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺	13
四、中介机构关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺	14
五、未能履行上述承诺的约束措施.....	14
六、利润分配.....	15
七、填补被摊薄即期回报的措施和承诺.....	18
八、发行人持续盈利能力的核查结论.....	20
九、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况.....	20
十、发行人董事会、监事会、董事、监事及高级管理人员对未经审计财务报告出具的专项说明	21
十一、发行人负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）对未经审计财务报告出具的专项说明	21
第一节 释义	27
一、一般释义.....	27
二、专业术语释义.....	29
第二节 概览	32
一、发行人概况.....	32
二、发行人控股股东及实际控制人简要情况.....	33
三、发行人的主要财务数据及主要财务指标.....	33
四、本次募集资金用途.....	35

第三节 本次发行概况	36
一、本次发行的基本情况.....	36
二、本次发行方案.....	37
三、与发行有关的机构和人员.....	37
四、发行人与有关中介机构的股权关系或其它权益关系.....	39
五、本次发行上市重要日期.....	39
第四节 风险因素	40
一、市场竞争风险.....	40
二、宏观经济周期变化及创业环境的风险.....	40
三、行业监管及产业政策变化风险.....	41
四、人才流失的风险.....	41
五、知识产权保护风险.....	42
六、具体业务的相关风险.....	42
七、公司经营业绩季节性波动的风险.....	44
八、商业模式变化及模式创新的风险.....	44
九、品牌受损风险.....	45
十、快速发展带来的管理风险.....	45
十一、募集资金投资项目风险.....	45
十二、发行后净资产收益率下降风险.....	45
十三、实际控制人不当控制的风险.....	46
第五节 发行人基本情况	47
一、发行人基本情况.....	47
二、发行人设立情况.....	47
三、发行人设立以来的重大资产重组情况.....	48
四、发行人股权结构.....	58
五、发行人控股、参股公司情况.....	60
六、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	70
七、发行人股本情况.....	79
八、发行人正在执行的股权激励计划.....	84

九、发行人员工情况.....	84
十、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行的保荐人及证券服务机构作出的重要承诺、履行情况及未能履行承诺的约束措施.....	85
第六节 业务和技术	87
一、主营业务情况.....	87
二、行业基本情况.....	125
三、发行人的销售情况和主要客户.....	147
四、发行人的采购情况和主要供应商.....	154
五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况.....	155
六、特许经营权.....	178
七、发行人的核心技术、技术储备、技术人员和创新机制情况.....	178
八、未来发展与规划.....	179
第七节 同业竞争与关联交易	185
一、独立性.....	185
二、同业竞争.....	186
三、关联交易.....	189
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	209
一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简历.....	209
二、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员兼职情况	214
三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间是否存在亲属关系.....	218
四、董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况.....	218
五、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员其他对外投资情况.....	218
六、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属持有本公司股份情况.....	221
七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬情况	221
八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签署协议及承诺情况.....	222

九、最近两年公司董事、监事、高级管理人员的变动情况.....	223
十、公司治理制度及运行情况.....	224
十一、发行人内部控制制度情况.....	230
十二、发行人近三年违法违规行为情况.....	233
十三、发行人近三年资金占用和对外担保的情况.....	234
十四、发行人资金管理、对外投资、担保事项的管理.....	234
十五、投资者权益保护.....	236
第九节 财务会计信息与管理层分析	238
一、财务报表.....	238
二、审计意见.....	241
三、影响公司经营业绩的主要因素.....	242
四、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况.....	244
五、主要会计政策和会计估计.....	247
六、公司税项、税率及享受的主要财政税收优惠政策.....	264
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....	265
八、主要财务指标.....	266
九、发行人盈利预测情况.....	268
十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	268
十一、盈利能力分析.....	268
十二、财务状况分析.....	300
十三、现金流量分析.....	318
十四、本次募集资金到位当年每股收益变化情况及填补措施.....	320
十五、股利分配政策.....	324
第十节 募集资金运用	328
一、募集资金运用概况.....	328
二、募集资金运用情况.....	329
三、董事会对募集资金投资项目情况的可行性分析意见.....	345
四、募集资金投资项目对发行人经营成果和财务状况的影响.....	346
第十一节 其他重要事项	348

一、重要合同.....	348
二、对外担保的情况.....	349
三、重大诉讼和仲裁事项.....	349
四、关联方的重大诉讼或仲裁事项.....	350
五、刑事起诉或行政处罚.....	350
第十二节 有关声明	351
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	351
二、保荐人（主承销商）声明.....	352
三、发行人律师声明.....	353
四、会计师事务所声明.....	354
五、评估机构声明.....	355
六、验资机构声明.....	357
第十三节 附件	358
一、备查文件.....	358
二、文件查阅时间.....	358
三、文件查阅地点.....	358

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有所指，下列简称具有如下特定含义：

一、一般释义

本公司、公司、发行人、创业黑马、股份公司	指	创业黑马（北京）科技股份有限公司
创业创媒、有限公司	指	北京创业创媒传媒技术有限公司，系发行人前身
创业嘉乐	指	北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙），本公司股东之一，为实际控制人牛文文先生控制的企业
原投时创	指	北京原投时创文化传媒有限公司，本公司间接股东之一，为实际控制人牛文文先生控制的公司
盛大网络	指	上海盛大网络发展有限公司，本公司原股东之一
普华天勤	指	浙江普华天勤股权投资合伙企业（有限合伙），本公司股东之一
知金科技	指	北京知金科技投资有限公司，本公司原股东之一
用友创新	指	北京用友创新投资中心（有限合伙），本公司股东之一
蓝创文化	指	蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙），本公司股东之一
蓝创联合	指	蓝创联合文化传媒（天津）有限公司，蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人
达晨创丰	指	深圳市达晨创丰股权投资企业（有限合伙），本公司股东之一
卓爆投资	指	苏州卓爆投资中心（有限合伙），本公司股东之一
中咨旗咨询	指	深圳市前海中咨旗咨询有限公司，本公司股东之一
北京创业未来	指	北京创业未来传媒技术有限公司，本公司全资子公司
爱代言	指	北京爱代言科技有限公司，本公司全资子公司
佳沃世纪	指	北京佳沃世纪企业管理咨询有限公司，本公司全资子公司
成都创业未来	指	成都创业未来信息技术有限公司，本公司全资子公司
黑马创展	指	北京黑马创展投资管理有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生控制的公司
浙江赛创未来	指	浙江赛创未来创业投资管理有限公司，本公司曾经能够实施控制的公司
创业俱乐部	指	北京创业未来文化俱乐部（普通合伙），本公司关联

		方，实际控制人牛文文先生控制的其他企业
南京创业未来	指	南京创业未来信息科技有限公司，本公司控股子公司
青岛黑马创业	指	青岛黑马创业服务有限公司，本公司全资子公司
黑马创投	指	北京黑马创投科技有限公司，本公司全资子公司
西安创业未来	指	西安创业未来信息技术有限公司，本公司子公司黑马创投之子公司
武汉黑马创业	指	武汉光谷黑马创业路演有限公司，本公司子公司黑马创投之子公司
苏州创业未来	指	苏州创业未来信息技术有限公司，本公司子公司黑马创投之子公司
奇点小伙伴	指	北京奇点小伙伴科技有限公司，本公司全资子公司
经际信息	指	上海经际信息科技有限公司，本公司子公司黑马创投之子公司
成都黑马课堂	指	成都黑马课堂科技有限公司，本公司子公司黑马创投之子公司
西藏黑马信息	指	西藏黑马信息技术服务有限公司，本公司全资子公司
南昌致新	指	南昌致新信息技术服务有限公司，本公司全资子公司
创润信息	指	广州创润信息科技有限公司，本公司控股子公司
北京创富未来	指	北京创富未来科技有限公司，本公司控股子公司
北京科创空间	指	北京科创空间投资发展有限公司，本公司参股公司
天津黑马孵化器	指	天津黑马孵化器有限公司，本公司参股公司
创展天启	指	北京创展天启科技有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生控制的公司
黑马原投	指	黑马原投（北京）科技有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生控制的公司
黑马金服	指	黑马金服（北京）科技有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生控制的公司
黑马融通	指	北京黑马融通科技有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生控制的公司
中润正德	指	中润正德（北京）投资管理有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生曾控制的公司
北京蓝牛	指	北京蓝牛企业管理服务有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生曾控制的公司
深圳牛投网	指	深圳牛投网投资管理有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生曾控制的公司
黑马拓新	指	北京黑马拓新创业投资中心（有限合伙），本公司实际控制人牛文文先生担任其执行事务合伙人委派代表

牛投科技	指	北京牛投科技有限公司，本公司关联方，实际控制人牛文文先生实施重大影响的公司，报告期内曾控制的公司
黑马贰号	指	天津黑马贰号投资合伙企业（有限合伙），本公司关联方，实际控制人牛文文先生施加重大影响的企业
嘉兴长天二号	指	嘉兴长天二号投资管理合伙企业（有限合伙），本公司关联方，实际控制人牛文文先生施加重大影响的企业
嘉兴长天三号	指	嘉兴长天三号投资管理合伙企业（有限合伙），本公司关联方，实际控制人牛文文先生施加重大影响的企业
黑马新共响	指	广州黑马新共响基金合伙企业（有限合伙），本公司关联方，实际控制人牛文文先生施加重大影响的企业
黑马汇力	指	北京黑马汇力文化交流中心（有限合伙），本公司关联方，实际控制人牛文文先生控制的其他企业
《公司章程》	指	《创业黑马（北京）科技股份有限公司章程》
本次发行	指	本次向社会公众公开发行 1,700 万股人民币普通股
保荐人（主承销商）、招商证券	指	招商证券股份有限公司
发行人律师、通力律师	指	通力律师事务所
审计机构、天职国际	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
《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》
《创业板办法》	指	《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》
商标局	指	国家工商行政管理总局商标局
证监会	指	中国证券监督管理委员会
报告期、近三年	指	2014 年、2015 年、2016 年
元、万元	指	人民币元、万元

二、专业术语释义

i 黑马网	指	公司官方网站，网址 http://www.iheima.com/
i 代言网	指	子公司爱代言官方网站，网址 http://www.idaiyan.cn/
黑马大赛	指	本公司发起及主办的创业企业选拔、对接投资的大型系列赛事，于 2011 年 6 月正式举办
黑马创业社群大会	指	公司举办的全国知名大型创业者交流交易大会，每年年底在北京举行

黑马运动会	指	公司举办的全国知名的创业者交互、交流盛会
黑马创交会	指	公司举办的帮助创业者寻找所需资源，并且促成交易的大型创业活动
黑马伙伴	指	公司公关项目中的一种
“黑马会”	指	公司整合行业内优质资源，围绕付费用户打造的创业者社群
《创业家》杂志	指	由人大书报资料中心编辑出版的期刊，报告期内与公司发生过业务合作
微博	指	微型博客的简称，也即是博客的一种，是一种通过关注机制分享简短实时信息的广播式的社交网络平台
新浪微博	指	由新浪网推出，提供微型博客服务的社交网站
微博粉丝	指	在微博里对某一博主保持持续关注的人类群体
微信	指	腾讯公司推出的一个为智能终端提供即时通信服务的免费应用程序
微信公众号	指	开发者或商家在微信公众平台上申请的应用账号，通过该账号商家可在微信平台上实现和特定群体的文字、图片、语音、视频的全方位沟通、互动
APP	指	设计给智能手机、平板电脑和其他移动设备上运行的应用程序
黑马学吧	指	公司开发的专为黑马社群成员和全部创业者提供创业资讯服务的平台，通过经验分享、资源对接，在共同学习和交流中助力创业者的成长与发展。
众创空间	指	顺应创新 2.0 时代用户创新、大众创新、开放创新趋势，把握互联网环境下创新创业特点和需求，通过市场化机制、专业化服务和资本化途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式的新型创业服务平台的统称
黑马众创空间	指	公司打造的为创业者提供全方位、多样化综合服务的众创空间
黑马成长营	指	公司为创业者/创业企业提供高端综合性创业辅导培训的平台，是公司长期辅导培训服务的一种
千里马计划	指	公司长期辅导培训项目中的一种
黑马导师营	指	公司长期辅导培训项目中的一种
黑马连营	指	公司长期辅导培训项目中的一种
天使营	指	公司长期辅导培训项目中的一种
黑马社群	指	通过公司服务而相互链接的创业者群体
EDP	指	公司短期辅导培训项目，Executive Development Programs 的简称，高级经理人发展课程
重度垂直-黑马 O2O 特训班	指	公司短期辅导培训项目中主题培训项目的一种
“中国合伙人”特训班	指	公司短期辅导培训项目中主题培训项目的一种

传统企业转型特训班	指	公司短期辅导培训项目中主题培训项目的一种
黑马华营	指	公司短期辅导培训项目中创新型领导企业培训项目中的一种
黑马腾讯特训营	指	公司短期辅导培训项目中创新型领导企业培训项目中的一种
黑马京东特训营	指	公司短期辅导培训项目中创新型领导企业培训项目中的一种
黑马之家	指	公司打造的“黑马众创空间”的一个模块，主要是为“黑马会”会员活动提供场地支持
黑马全球路演中心	指	公司打造的“黑马众创空间”的一个模块，主要功能进行路演实时直播
黑马孵化器	指	公司打造的“黑马众创空间”的一个模块，主要进行早期孵化
IPO	指	首次公开募股（Initial Public Offerings，简称 IPO）：一家企业或公司（股份有限公司）第一次将它的股份向公众出售
双创	指	大众创业、万众创新的简称
VC	指	风险投资（Venture Capital，简称 VC）：由职业金融家投入到新兴的、迅速发展的、具有巨大竞争潜力的企业中一种权益资本。
Angel Invest	指	个人出资协助具有专门技术或独特概念而缺少自有资金的创业家进行创业，并承担创业中的高风险和享受创业成功后的高收益。
孵化器	指	也称高新技术创业服务中心，其通过为新创办的科技型中小企业提供物理空间和基础设施，提供一系列的服务支持，进而降低创业者的创业风险和创业成本，提高创业成功率，促进科技成果转化，培养成功的企业和企业家
私董会	指	私人董事会的简称，亦称总裁私董会、总裁私享会，是一种新兴的企业家学习、交流与社交模式，其完美地把高管教练、行动学习和深度社交融合起来，核心在于汇集跨行业的企业家群体智慧，解决企业经营管理中的比较复杂而又现实的难题。一般由咨询管理机构发起，由资深教练负责运营。其特点在于私密性，只有少数非竞争性行业的企业家参加，且运作保密性强

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人概况

（一）基本情况

发行人名称：创业黑马（北京）科技股份有限公司

注册资本：5,100 万元

成立日期：2011 年 11 月 16 日

法定代表人：牛文文

住所：北京市朝阳区酒仙桥北路甲 10 号院 205 号楼-1 至 7 层 101 内 706 室

办公地址：北京市北四环西路 52 号方正国际大厦六层 601 室

经营范围：技术推广服务；创业服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；经济贸易咨询；教育咨询；投资咨询；投资管理；企业管理咨询；会议及展览服务；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；计算机技术培训；技术培训；销售计算机、软件及辅助设备、通讯设备；从事互联网文化活动；人才中介服务。

（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；人才中介服务、从事互联网文化活动以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

（二）发行人的主营业务

创业黑马是一家聚焦于帮助创新创业企业成长的综合性创业服务提供商。公司主营业务为创业服务，具体为通过线上线下相结合的商业模式，向创业群体提供包含创业辅导培训、以创业赛事活动为代表的公关服务、会员服务、创业资讯等在内的综合服务。按照收入来源分类，公司主营业务细分为创业辅导培训、公

关、会员服务等。未来，公司将基于庞大的创业社群基础，不断开发新的自营服务产品，同时接入第三方服务产品，全方位提升服务创业企业的能力，致力于成长为国内领先的综合性创业服务平台。

二、发行人控股股东及实际控制人简要情况

牛文文直接持有发行人 41.87%的股份；创业嘉乐持有公司 8.19%的股份，牛文文持有创业嘉乐 50.02%的普通合伙人份额，为创业嘉乐的实际控制人；蓝创文化持有公司 19.89%的股份，牛文文持有蓝创文化 35.88%的有限合伙人份额；因此牛文文为公司控股股东和实际控制人。

牛文文先生的详细情况见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员简历”。

三、发行人的主要财务数据及主要财务指标

（一）资产负债表主要数据（单位：万元）

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产	24,820.90	21,340.83	9,969.53
非流动资产	1,292.21	1,086.67	418.70
资产总额	26,113.11	22,427.50	10,388.23
流动负债	7,789.17	8,260.16	5,699.94
非流动负债	377.57	145.98	-
负债总额	8,166.74	8,406.14	5,699.94
股东权益	17,946.37	14,021.37	4,688.30

（二）利润表主要数据（单位：万元）

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	18,420.72	16,675.88	10,839.64
营业利润	4,523.77	1,441.57	953.57
利润总额	5,925.95	1,656.14	1,253.93

净利润	4,261.14	779.64	896.09
非经常性损益净额	897.52	-1,337.14	108.42
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,179.62	1,907.09	638.63

（三）现金流量表主要数据（单位：万元）

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	4,269.91	5,550.28	2,754.47
投资活动产生的现金流量净额	-290.87	-671.54	-282.00
筹资活动产生的现金流量净额	-512.70	7,068.06	84.00
现金及现金等价物净增加额	3,466.34	11,946.80	2,556.47
期末现金及现金等价物余额	22,701.79	19,235.44	7,288.64

（四）主要财务指标

项目	2016.12.31 /2016 年度	2015.12.31 /2015 年度	2014.12.31 /2014 年度
流动比率（倍）	3.19	2.58	1.75
速动比率（倍）	3.19	2.58	1.75
资产负债率（母公司）（%）	31.25	38.08	59.68
应收账款周转率（次/年）	9.85	7.90	6.55
存货周转率（次/年）	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	6,270.53	1,870.22	1,392.45
归属公司股东净利润（万元）	4,053.80	532.92	715.81
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润（万元）	3,179.62	1,907.09	638.63
利息保障倍数（倍）	-	-	-
每股净资产（元）	3.46	2.64	-
每股净现金流量（元）	0.68	2.34	-
每股经营活动的现金流量（元）	0.84	1.09	-

项目	2016.12.31 /2016 年度	2015.12.31 /2015 年度	2014.12.31 /2014 年度
无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例（%）	0.53	0.12	-

四、本次募集资金用途

项目名称	投资项目总额 (万元)	拟使用募集资金投入总额 (万元)	核准或备案
黑马众创空间项目	17,542.04	12,005.11	京海淀发改（备） [2016]65 号
线上业务系统和管理信息系统项目	4,629.20	3,168.05	京海淀发改（备） [2016]66 号
合计	22,171.24	15,173.16	-

若实际募集资金净额不能满足拟投资项目资金需求，公司将自筹资金解决缺口。募集资金项目的具体内容，详见本招股书“第十节 募集资金运用”相关描述。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

序号	项目	基本情况
1	股票种类	人民币普通股（A股）
2	每股面值	1.00元
3	发行股数、股东公开发售股数	本次公开发行新股1,700.00万股，不进行老股转让。本次发行后流通股占发行后总股本的比例为25%。
4	每股发行价格	10.75元/股
5	发行后每股收益	0.47元/股（以2016年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润和发行后总股本计算）
6	发行市盈率	17.24倍（每股收益按照2016年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）
		22.99倍（每股收益按照2016年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
7	发行前每股净资产	3.46元/股（以2016年12月31日经审计的净资产和发行前总股本5,100万股计算）
8	发行后每股净资产	4.82元/股（以2016年12月31日经审计的净资产加上预计募集资金净额和发行后总股本计算）
9	市净率	3.11倍（按每股发行价格除以本次发行前每股净资产计算）
		2.23倍（按每股发行价格除以本次发行后每股净资产计算）
10	发行方式	本次发行采用直接定价方式，全部股份通过网上向公众投资者发行，不进行网下询价和配售。
11	发行对象	符合资格的投资者和持有创业板交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
12	承销方式	由主承销商以余额包销方式承销
13	募集资金总额	18,275.00万元
14	预计募集资金净额	15,173.16万元
15	发行费用概算（不含税）	（1）保荐及承销费用2,100.00万元； （2）审计、验资费用387.74万元； （3）律师费用210.38万元； （4）信息披露费用345.28万元； （5）发行手续费和印刷费58.44万元。 发行费用合计：3,101.84万元

二、本次发行方案

本次新股发行 1,700 万股，占发行后股本比例的 25%，本次发行不进行老股转让。

三、与发行有关的机构和人员

（一）保荐机构（主承销商）

名称：招商证券股份有限公司

法定代表人：霍达

住所：深圳市福田区益田路江苏大厦 38—45 楼

联系电话：0755-82943666

传真：0755-82943121

保荐代表人：傅承、吴虹生

项目协办人：孙越

项目组其他成员：周长征、刘宪广、袁辉、刘泽、陈聪

（二）发行人律师

名称：通力律师事务所

负责人：俞卫锋

住所：上海市银城中路 68 号时代金融中心 19 楼

联系电话：021-31358666

传真：021-31358600

经办律师：陈巍、王利民、高云

（三）审计机构

名称：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：邱靖之

住所：北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域

联系电话：010-88827799

传真：010-88018737

经办注册会计师：王玥、林涛

（四）评估机构

名称：沃克森（北京）国际资产评估有限公司

法定代表人：徐伟健

住所：北京市海淀区首体南路 22 号楼 19 层 21 层 2109

联系电话：010-88018767

传真：010-88019300

经办评估师：杨冬梅、李凤山

（五）验资机构

名称：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：邱靖之

住所：北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域

联系电话：010-88827799

传真：010-88018737

经办注册会计师：王玥、林涛

（六）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

联系电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

（七）主承销商收款银行

名称：招商银行深圳分行深纺大厦支行

账号：819589015710001

户名：招商证券股份有限公司

四、发行人与有关中介机构的股权关系或其它权益关系

本公司与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其它权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有本公司股份，与本公司也不存在其它权益关系。

五、本次发行上市重要日期

刊登招股说明书日期	2017 年 7 月 27 日
刊登发行公告的日期	2017 年 7 月 28 日
申购日期	2017 年 7 月 31 日
缴款日期	2017 年 8 月 2 日
预计股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所创业板挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次发售的股票时，除本招股说明书提供的其它各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。以下风险因素的披露根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序不表示风险因素会依次发生。公司存在的风险如下：

一、市场竞争风险

近年来，政府大力推动“大众创业、万众创新”（以下简称“双创”），为“双创”创造了良好的外部环境。围绕“双创”，创业服务行业也进入到了快速发展的阶段，在规模和业绩增长的同时，创业服务机构的类型和数量也增长较快，如各类创新型孵化器、创客空间、创业信息服务机构等，行业内竞争日趋激烈。随着国内其他创业服务机构的进入，各类商业模式、服务模式将不断涌现，行业竞争将日趋激烈。如果公司在未来经营中不能持续优化自身商业模式和产品服务，公司将面临持续创新的压力和市场竞争风险。

二、宏观经济周期变化及创业环境的风险

宏观经济环境会通过影响创业机会、创业资源和创业者这三个基本要素，进而有机地影响到创业活动的开展。因此宏观经济周期的变化会最终影响到创业服务行业。但由于宏观经济周期的变化对创业活动的影响机制较为复杂，因此对创业服务的影响也是多方面的。一方面，由于国内的创业环境与宏观经济和资本市场形势密不可分，创业者的创业机会和创业热情将会受到国内宏观经济下滑和资本市场转冷等外部因素的影响，致使创业项目数量减少或者创业者需求发生变化，这给创业服务行业的发展和模式创新带来压力。另一方面，宏观经济周期的变化，会导致要素资源的变化，从而影响创业机会的分布，也会增加创业意愿或提升创业需求，这会给创业服务行业带来新的需求和动力。此外，国家创业环境的变化对创业活动、创业服务的影响也是直接的。创业环境受到多种因素影响，包括宏观经济，国家财政、金融政策，劳动保护政策，产业政策，要素禀赋，外

部经济环境等等。

总之，宏观经济周期波动及投资波动，存在给公司创业服务业务的发展带来不利影响的可能。

三、行业监管及产业政策变化风险

创业服务业属于新兴产业，国家出台了包括《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》、《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》、《国务院关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》等在内的一系列鼓励性政策，对该行业给予支持和鼓励。但该行业尚未形成统一的行业监管机制，尚未有明确的行业主管部门，缺乏配套的管理法规和具体的产业政策。若未来出台新的法律法规、行业监管政策、行业自律规则，则可能影响行业的竞争格局，并对公司的业务发展造成影响。

同时，国家宏观经济政策和产业政策对于具体的创业者、创业企业、创业生态会产生直接的、深远的影响，相关政策的变化，对于创业群体是机会也是挑战，进而影响到创业服务领域，从而对公司的业务发展造成影响。

就公司具体业务而言，公司创业服务业务可以细分为：创业辅导培训、公关、会员服务这几大类。各类业务所属的细分行业、行业监管程度、产业政策有较大的区别。如果国家针对相关细分行业的政策有所调整，公司不能及时调整相关的经营策略，也会对公司的业务经营造成不利影响。

四、人才流失的风险

公司所处行业是人力资本密集型行业，人力资本是公司经营的核心要素。同时，公司业务正向创业服务平台化方向发展，这对公司人员的综合素质、跨领域的专业化知识、管理水平提出了更高的要求。

公司的持续发展取决于核心人员的尽职工作和自身素质的不断提高，取决于公司不断优化培训体系和激励约束制度，也取决于不断引入高素质的新成员、扩

充人才队伍与实力。如果公司核心人员的流失或者公司不能培育发展新的核心人员会给公司经营带来较大的不确定性，进而在客户关系、培训服务、新业务拓展等诸多领域造成负面影响，也会造成公司知识产权及商业机密的流失及泄密。

此外，公司细分业务之一的创业辅导培训业务，其核心竞争力之一是丰富的导师资源。公司的创业辅导培训导师来源有两种：一是公司积累的导师资源，包括知名企业家、著名投资人、行业专家等；一是从公司创业者社群中转化而来的培训导师，包括黑马大赛的成功创业者等。随着创业者社群的不断扩大，公司的导师资源也不断增加。基于双方之间的信任，以及公司运营的创业者社群良好的生态圈效应，公司与导师之间形成了良好的合作模式和较高的黏度。但公司与上述创业导师并没有签订长期合作协议，未来存在导师发生流失的可能性，这将会影响公司导师资源的拓展或给公司未来发展带来一定的不利影响。同时，一方面基于创业培训行业的惯例，另一方面依托于公司与创业导师之间良好合作关系，公司并未为全部导师支付授课薪酬。未来，如果创业培训行业经营模式发生变化，或者公司与创业导师合作机制产生改变，公司需为全部导师支付课酬，将导致公司授课课酬出现一定程度的上升，从而对公司的盈利能力造成一定的负面影响。

五、知识产权保护风险

公司的核心知识产权体现在：公司自主研发的一套完整的创业辅导培训产品和服务体系，包括创业辅导培训的方法、经验、课程设置、课件及相关材料等，这也是公司的核心竞争力之一。目前公司尚未对上述辅导培训产品和服务体系申报著作权、版权、专利权等。由于侵权盗版现象在我国尚未完全得以避免，未来如果其他企业擅自使用公司知识产权信息，或是出现核心研发成果泄密的情形，将对公司产生不利影响。

六、具体业务的相关风险

公司主营业务为创业服务，具体为通过线上线下相结合的商业模式，向创业

相关人群提供包含创业辅导培训、公关、会员服务以及创业资讯等在内的多样化综合性创业服务。每一类细分业务有其特有的风险，具体如下：

（一）互联网侵权风险

公司通过以网站、微博、微信为主的互联网平台向创业相关群体提供创新创业领域前沿资讯、创业者/创业企业深度报道等内容。一方面国内互联网监管体制尚不完善，另一方面互联网促使各类信息呈指数级增长，因此不能完全排除公司面临他人主张侵权诉讼的风险。

（二）因发布虚假广告信息而遭受处罚的风险

公司公关类业务包括部分客户广告的投放工作。若公司在经营过程中，出现客户刻意隐瞒其产品的真实信息，公司又未能及时发现，致使广告信息违反相关法律法规，公司可能面临因发布虚假广告信息而遭受处罚的风险。

（三）涉及到线下活动的相关风险

公司公关类业务一部分基于公司的线上媒体平台（包括 i 黑马网、公司的自媒体平台和外部的互网站、媒体等），一部分基于线下的黑马大赛、黑马运动会、黑马创业社群大会、黑马创交会等现场活动开展。线下活动的举办涉及到活动的组织和管理、场地的寻找和租赁、活动的报批、活动安全管理等一系列事项。根据《大型群众性活动安全管理条例》（国务院第 505 号令）等法律法规，对于每场次预计参加人数在 1000 人以上的大型群众性活动，需要到公安机关审批许可。按照“谁主办、谁负责”的原则，主办方、承办方要承担相应的安全管理责任，制订安全工作方案，建立安全岗位责任制度，配备安保力量，严格控制活动参与人员，落实应急救援等措施，确保大型群众性活动安全有序进行；未经公安机关许可或报备，擅自举办大型群众性活动，将依法追究相关责任。因此，如果公司未按照规定组织相关活动、现场大型活动未得到批准、短期内难以找到合适的活动场地、活动的安全管理工作出现漏洞等，将影响到公司线下活动的开展以及相关业务的运营，进而对公司经营成果造成不利影响。

（四）新技术、新产品和服务研发的风险

首先，公司正致力于推动实施“内容产品化、产品服务化、服务众包化、众包平台化”的业务发展规划。这一规划的实施，需要大量的技术投入和技术创新。如果公司不能准确把握技术、产品及服务、市场的发展趋势，不能研发出符合市场需求的新内容、新产品、新服务，不能尽快建立创业者服务平台，或公司对服务和市场需求的把握出现偏差、不能及时调整、优化业务方向，将会使公司丧失已有优势，从而产生公司发展速度减缓的风险。

第二，在公关类业务方面，互联网和移动互联网产业的快速发展对公司的业务模式及经营情况影响较大。很多公关业务需要依托于互联网和移动互联网展开，其业务模式变化也相对较快。若公司未来不能把握相关产业的发展趋势，及时进行技术、业务等创新，则可能对公司公关类业务的成长性造成影响。

第三，在创业辅导培训业务方面，如果公司未来产品或服务未能紧随客户的需求而演进、优化，公司将面临经营业绩下滑的风险。

七、公司经营业绩季节性波动的风险

公司经营业绩具有较为明显的季节性特征。一方面，一季度国内传统节日较多，公司相关业务量较小；另一方面，按照季节，定制赛事、创业沙龙、发布会线下活动会逐步增多，第四季度开展的活动频次和规模都较大，由此导致公关类业务收入在第四季度占比最大。因此，公司经营业绩存在季节性波动。

八、商业模式变化及模式创新的风险

创业服务行业属于新兴产业，其商业模式、盈利模式等均在不断变化，只有保持创新能力，不断优化、完善商业模式，才能在创业服务行业保持领先地位。目前公司主要通过线上线下相结合的形式向创业者提供综合性创业服务。未来，如果公司未能持续保持商业模式的创新能力或者现有的商业模式不再适应创业群体的需求，将使公司丧失市场优势，则不能排除公司在未来期间的经营业绩无法持续增长。

九、品牌受损风险

良好的品牌声誉和公司形象对于公司在行业内快速成长、吸引客户和维护客户关系具有十分重要的意义。而且对于创业服务企业而言，品牌声誉对于创业社群的建立、维护、壮大至关重要，因此公司十分重视品牌建设。如因公司服务能力、服务质量等原因不能为客户提供满意的服务，则可能导致公司品牌受损，进而造成客户流失，对公司业绩造成影响。

十、快速发展带来的管理风险

报告期内，公司资产规模保持了较高的增长水平。在本次公开发行股票并上市后，公司规模将在目前的基础上进一步扩大。公司资产规模的扩大和人员的增加会使得公司组织机构、管理体系趋于复杂。因此公司在完善管理体系、有效管理和运作、提高管理层管理水平、保证公司运营方面存在一定的风险。

十一、募集资金投资项目风险

公司本次募集资金投向均是公司专注多年主业的升级或必要延伸，但在项目建设及开发过程中，面临着技术开发的不确定性、宏观政策变化、市场变化、商业模式变化等诸多风险，任何一项因素向不利于公司的方向转化，都有可能影响项目的投资效益。此外，也可能由于主、客观原因导致项目延误，或在项目完工后，产品质量、技术水平在短时间内达不到设计要求，因此，亦不排除公司在项目管理和组织实施中存在一定的风险。

十二、发行后净资产收益率下降风险

2016年，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东加权平均净资产收益率为20.53%。预计本次募集资金到位后，公司净资产规模较发行前有较大幅度增长。但本次募集资金投资项目需要一定的建设投入周期，募集资金产生经济效益存在一定的时间差和不确定性，导致净利润增长速度低于净资产增长速度。因此，公司存在净资产收益率下降的风险。

十三、实际控制人不当控制的风险

本次发行前，公司实际控制人牛文文直接持有发行人 41.87%的股份，并通过蓝创文化间接持有公司 7.14%的股份、通过创业嘉乐间接持有公司 4.83%的股份，合计直接持有和间接持有发行人 53.84%的股份，如本次发行成功后，牛文文先生仍将持有 40.38%。作为公司的董事长和总经理，牛文文能够通过行使表决权直接或间接影响公司的重大决策，如对外重大投资、关联交易、人事任免、财务管理、公司战略等。如果牛文文利用其持股优势对公司进行不当控制，可能给公司经营和其他股东利益带来风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

(一) 中文名称：创业黑马（北京）科技股份有限公司

(二) 注册资本：5,100 万元

(三) 有限公司成立日期：2011 年 11 月 16 日

股份公司成立日期：2015 年 9 月 29 日

(四) 法定代表人：牛文文

(五) 住所：北京市朝阳区酒仙桥北路甲 10 号院 205 号楼-1 至 7 层 101 内 706 室

(六) 邮政编码：100190

(七) 联系电话：010-62691933

(八) 传真：010-62691933

(九) 互联网址：www.iheima.com

(十) 电子邮箱：zq@iheima.com

(十一) 负责信息披露和投资者关系的部门、负责人和电话：董事会办公室，刘义伟，董事、副总经理兼董事会秘书，010-62691933。

二、发行人设立情况

公司前身为北京创业创媒传媒技术有限公司，于 2011 年 11 月由牛文文、北京原投时创文化传媒有限公司、上海盛大网络发展有限公司分别出资 66.34 万元、11.70 万元、38.96 万元（合计出资 117 万元）设立。2011 年 11 月 16 日，创业创媒领取了北京市工商行政管理局朝阳分局核发的《企业法人营业执照》（注册

号：110105014420219）。

2015年9月，创业创媒以截止2015年7月31日经审计的账面净资产值37,096,668.35元为基础，按1:0.808698的比例折股，以整体变更方式设立为创业黑马（北京）科技股份有限公司。2015年9月29日公司取得北京市工商行政管理局朝阳分局换发的《营业执照》（统一社会信用代码：91110105585848161G），设立时公司注册资本为3,000万元。

之后经过增资、转增等变更，截至本说明书签署之日，公司注册资本为5,100万元。

三、发行人设立以来的重大资产重组情况

本公司设立以来至本说明书签署日，为了优化治理结构、增强持续发展能力，公司发生过如下资产重组、收购或处置：

（一）收购北京创业未来的股权

2011年，随着移动互联网、微博、微信等自媒体的快速发展，牛文文决定将业务重心由创业资讯平台转向创业辅导培训、公关、会员服务等在内的多样化创业服务平台。2011年10月，牛文文与盛大网络、知金科技、普华天勤、用友创新共同签署《北京创业创媒传媒技术有限公司投资协议》，约定了设立创业创媒和创业创媒收购北京创业未来的相关事宜。

1、2012年5月，收购北京创业未来90%的股权

本次收购前，发行人实际控制人牛文文先生持有北京创业未来70%股权，上海盛大网络发展有限公司持有北京创业未来30%股权，鉴于牛文文先生为发行人的控股股东及实际控制人，本次收购属于同一控制下的股权收购。

（1）本次收购前，北京创业未来基本情况

北京创业未来成立于2007年9月26日，本次收购前，北京创业未来的注册资本为117万元，实收资本为117万元，注册地为北京市海淀区中关村大街45

号兴发大厦 510 室，主营业务为创业资讯服务。本次收购前，北京创业未来的股东结构为牛文文先生持股 70%，上海盛大网络发展有限公司持股 30%。

（2）收购所履行的程序

2012 年 4 月 30 日，北京创业未来召开股东会，同意盛大网络将其持有的北京创业未来 35.1 万元出资额转让给创业创媒，牛文文将其持有的北京创业未来 70.2 万元出资额转让给创业创媒，同日，各方签订《出资转让协议书》。

2012 年 5 月 10 日，北京创业未来完成变更登记，换取了北京市工商行政管理局海淀分局核发的《企业法人营业执照》（注册号：110108010517636）。

本次收购完成后，牛文文持有北京创业未来 10% 权益，公司持有其 90% 权益。

（3）并购重组前一年度财务指标对比情况

本次收购前一年度，北京创业未来的相关财务数据与发行人对比如下：

单位：万元

年度	项目	年末总资产 按持股比例 计算	占比	营业收入 按持股比 例计算	占比	利润总额 按持股比 例计算	占比
2011 年	北京创业未 来（90%）	1,267.82	40.65%	1,801.49	-	-64.75	-
	创业创媒	3,118.50	100.00%	0.00	-	-0.08	-

注：北京创业未来以上财务数据经中诺宜华会计师事务所审计，并出具《审计报告》（中诺华审字[2012]第 013 号）；创业创媒以上财务数据经北京兴华会计师事务所审计，并出具《审计报告》（（2013）京会兴审字第 11011346 号）。

2、收购北京创业未来 10% 的股权

本次收购前，发行人持有北京创业未来 90% 股权，发行人实际控制人牛文文先生持有北京创业未来 10% 股权，鉴于牛文文先生为创业黑马的控股股东及实际控制人，本次收购属于同一控制下的股权收购。

（1）本次收购前的基本情况

本次股权收购前，北京创业未来的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	本公司	105.30	90.00%
2	牛文文	11.70	10.00%
合计		117.00	100.00%

（2）收购所履行的程序和收购价格

2015年7月20日，创业创媒召开股东会，决议收购牛文文持有的北京创业未来11.7万元的出资额。2015年12月17日，北京创业未来股东会同意股东牛文文以11.7万元的价格将其持有的北京创业未来的11.7万元的出资额（占注册资本的10%）全部转让给创业黑马。2015年12月17日，北京创业未来股东牛文文与创业黑马签署《出资转让协议书》，公司独立董事对该次交易予以确认。2015年12月22日，北京创业未来完成了工商变更手续，换领了《营业执照》（统一社会信用代码：91110108667519222C）。

（二）收购爱代言100%股权

本次股权收购前，牛文文先生持有爱代言99%的股权，鉴于牛文文先生为创业黑马的控股股东及实际控制人，本次收购属于同一控制下的股权收购，其目的在于消除同业竞争，减少关联交易。

1、爱代言基本情况

爱代言成立于2015年1月27日，本次股权收购前，爱代言的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	牛文文	99.00	99.00%
2	刘义伟	1.00	1.00%
合计		100.00	100.00%

2、收购所履行的程序和收购价格

2015年7月20日，创业创媒召开股东会，决议收购牛文文、刘义伟分别持有的爱代言99万元、1万元的出资额。2015年10月28日，爱代言股东会同意

股东牛文文、刘义伟无偿将其分别认缴的爱代言 99 万元（占注册资本的 99%）和 1 万元（占注册资本的 1%）的出资额转让给创业黑马，同日，牛文文、刘义伟分别与创业黑马签署《出资转让协议书》，公司独立董事对该次交易予以确认。2015 年 12 月 2 日，爱代言完成了工商变更手续，换领了《营业执照》（统一社会信用代码：91110106330296721M）。

由于本次转让发生时，牛文文、刘义伟均未实缴爱代言的注册资本，发行人本次收购爱代言 100% 的股权未支付对价。

（三）收购佳沃世纪股权

1、佳沃世纪基本情况

佳沃世纪成立于 2013 年 3 月 19 日，其基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人控股、参股公司情况”之“（一）全资子公司具体情况”。

报告期内，佳沃世纪主要经营黑马华营创业辅导培训课程。

2、报告期内收购佳沃世纪股权的具体情况

报告期内，发行人两次收购佳沃世纪股权，具体情况如下：

（1）2015 年 7 月，收购佳沃世纪 1% 股权

①本次股权收购前，佳沃世纪的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	本公司	255.00	51.00%
2	北京科路投资管理有限公司	145.00	29.00%
3	傅军	40.00	8.00%
4	吴春波	25.00	5.00%
5	胡彦平	25.00	5.00%
6	刘义伟	10.00	2.00%
合计		500.00	100.00%

②本次收购履行的程序和收购价格

2015年7月20日，创业创媒召开股东会，决议收购刘义伟持有的佳沃世纪5万元的出资额。2015年11月7日，佳沃世纪股东会同意股东刘义伟将其持有的佳沃世纪10万元的出资额（占注册资本的2%，实缴2万元）分别以1万元的价格转让给创业黑马5万元（占注册资本的1%）、胡彦平5万元（占注册资本的1%）。2015年11月7日，佳沃世纪股东刘义伟与创业黑马签署《出资转让协议书》，公司独立董事对该次交易予以确认。2015年12月8日，佳沃世纪完成了工商变更手续，换领了《营业执照》（统一社会信用代码：91110108064925109Q）。

本次收购完成后，佳沃世纪的股权如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	本公司	260.00	52.00%
2	北京科路投资管理有限公司	145.00	29.00%
3	傅军	40.00	8.00%
4	吴春波	25.00	5.00%
5	胡彦平	30.00	6.00%
	合计	500.00	100.00%

本次股权收购系因发行人优化公司治理结构，避免高管的同业竞争风险。

（2）2016年11月，收购佳沃世纪48%股权

2016年12月1日，佳沃世纪股东会同意股东北京科路投资管理有限公司、傅军、吴春波、胡彦平将其持有的佳沃世纪共计240万元的出资额（占注册资本的48%，实缴48万元）分别以46.9191万元、12.9432万元、8.0895万元、9.7074万元的价格转让给创业黑马。2016年12月15日，北京科路投资管理有限公司、傅军、吴春波、胡彦平分别与创业黑马签署《出资转让协议书》。2017年1月4日，佳沃世纪完成了工商变更手续，换领了《营业执照》（统一社会信用代码：91110108064925109Q）。

本次收购完成后，佳沃世纪成为发行人全资子公司。本次股权收购的背景是：发行人与合作方友好协商，拟停办佳沃世纪所经营的黑马华营培训课程，遂决定由发行人收购其他股东所持佳沃世纪的股权，同时佳沃世纪不再经营黑马华营创业辅导培训课程。

发行人终止黑马华营培训项目对其经营业绩影响较小，具体原因如下：

①报告期内，黑马华营培训项目对公司收入利润规模贡献较小。

②报告期内，黑马华营培训项目运营相对独立，其由发行人负责学员开拓，合作方负责具体培训内容与师资配备。黑马华营培训项目仅为发行人创业辅导培训体系（具体见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、主营业务、主要服务以及主营业务构成”之“2、公司的主要产品或服务”）中单一培训项目，其终止不会影响发行人其他培训项目。

（四）转让北京黑马创展投资管理有限公司 51%股权

1、黑马创展基本情况

黑马创展成立于 2014 年 3 月 5 日，本次股权转让前，黑马创展股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	本公司	510.00	51.00%
2	胡翔	490.00	49.00%
合计		1,000.00	100.00%

黑马创展最近一年的财务数据如下：

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年
总资产（万元）	629.36
净资产（万元）	535.07
营业收入（万元）	712.35
净利润（万元）	-9.11

2、转让所履行的程序和转让价格

2016 年 2 月 19 日，经独立董事事前认可，发行人召开董事会，同意向实际控制人牛文文转让发行人持有的黑马创展 51% 股权，关联董事牛文文回避表决。2016 年 2 月 23 日，黑马创展召开股东会，同意发行人向牛文文转让 51% 股权，胡翔明确放弃优先购买权。2016 年 3 月 2 日，黑马创展办理完成本次股权转让的工商变更程序。

本次转让定价依据为《创业黑马（北京）科技股份有限公司拟转让所持有的北京黑马创展投资管理有限公司股权涉及的股东全部权益评估报告》（沃克森评报字【2016】第0106号），评估基准日2015年12月31日北京黑马创展投资管理有限公司净资产账面值344.18万元，评估值327.89万元，评估减值16.29万元，减值率4.73%。

本次转让黑马创展51%股权主要原因是公司为集中精力做好主业，因此做出相应调整。

（五）转让浙江赛创未来创业投资管理有限公司65%股权

1、浙江赛创未来基本情况

报告期内，发行人曾持有浙江赛创未来创业投资管理有限公司（简称“浙江赛创未来”）65%股权，具体情况如下：

浙江赛创未来设立时间为2014年4月16日，设立时名称宁波创业未来传媒技术有限公司（简称“宁波创业未来”），2015年4月23日更名为浙江赛创未来创业投资管理有限公司，设立时股权结构及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例	实缴出资额 (万元)	出资时间
1	北京创业未来	65.00	65.00%	0.00	-
2	浙江赛伯乐股权投资 管理有限公司	35.00	35.00%	35.00	2014年5 月14日
合计		100.00	100.00%	35.00	—

2、股权转让所履行的程序和转让价格等情况

2014年12月28日，北京创业未来与浙江赛伯乐股权投资管理有限公司（简称“赛伯乐投资”）签订《宁波创业未来传媒技术有限公司股份转让协议》和《关于宁波创业未来传媒技术有限公司股份转让款支付事项的备忘录》，甲方（北京创业未来）将所持宁波创业未来65%股权按1:1价格转让给乙方（赛伯乐投资），由于北京创业未来并未实缴出资，本次转让并未进行对价支付。

北京创业未来将股权转让后，宁波创业未来更名为浙江赛创未来，新增金晖、廖妙燕、叶聚利等三名自然人，并增资至1,000万元，金晖、廖妙燕、叶聚利等

三名自然人与发行人及关联方并无关联关系。2015年3月18日，浙江赛创未来办理完毕工商变更手续。本次变更完成后，浙江赛创未来股权结构及出资情况如下：

序号	股东	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例	实缴出资额 (万元)	出资时间
1	浙江赛伯乐股权投资 管理有限公司	700.00	70.00%	175.00	2015年7 月21日
2	金晖	150.00	15.00%	30.00	2015年7 月23日
3	廖妙燕	100.00	10.00%	20.00	2015年7 月23日
4	叶聚利	50.00	5.00%	10.00	2015年7 月22日
合计		1,000.00	100.00%	235.00	—

3、浙江赛创未来从事业务及与发行人进行业务合作的说明

(1) 浙江赛创未来从事业务情况说明

发行人设立浙江赛创未来主要是希望和赛伯乐投资在浙江地区共同开拓业务，进行黑马大赛承办、培训招生、“黑马会”服务和黑马路演中心的运作，但设立一年多以来，经营情况和合作效果并未达到发行人的预期效果，发行人希望将股权转让给赛伯乐投资，由赛伯乐投资具体经营相关业务。

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年
营业收入	0.00	316.60
净利润	-18.91	0.04

(2) 与发行人关联往来及交易的说明

2014年4月至2015年，浙江赛创未来从事宁波地区的黑马大赛、培训招生、“黑马会”服务和黑马路演中心的运作，浙江赛创未来需根据业务经营情况向发行人支付相关服务费用，2015年度，浙江赛创未来与发行人的黑马合作业务主要是两场黑马行业大赛、发行人与浙江赛创未来共同举办，根据业务结算协议，发行人将获得两次大赛扣除成本后利润的40%，同时考虑上一年结算差额，上述合作涉及合同收入为578.58万元，浙江赛创向发行人支付47.39万元（扣税后）分成收入。

上述合同由发行人与赛创未来协商约定，符合两家公司之间利益，该交易符合必要性原则。

（六）注销创投未来（北京）教育科技有限公司

创投未来（北京）教育科技有限公司（以下简称“创投未来”）是发行人与控股股东牛文文于2014年11月14日共同出资设立的公司，发行人认缴出资70万元，持股比例为70%，牛文文认缴出资30万元，持股比例30%。

2015年9月，创投未来股东会决议注销该公司。创投未来在存续期内未实际经营，未产生营业收入和利润，股东也未实缴注册资本。

2016年2月22日，北京市工商行政管理局海淀分局出具《注销核准通知书》，准予创投未来注销，该局已出具《证明》，证明创投未来自设立以来，未因违反工商管理法规受到该局查处。北京市海淀区地方税务局、海淀区国家税务局均出具《纳税人、扣缴义务人涉税保密信息告知书》，说明创投未来在此期间未接受过行政处罚。

（七）与中国人民大学书报资料中心终止《创业家》杂志的合作

1、双方合作的基本情况

2009年5月，发行人的子公司北京创业未来与中国人民大学书报资料中心（以下简称“人大书报中心”）签署了《股份及战略合作协议》、《发行和广告许可协议》，对双方合作运营人大书报中心所属的《创业家》杂志的职责进行了相应约定，北京创业未来从事杂志内容整合、广告运营及销售等事宜，人大书报中心从事杂志出版相关业务。

2、合作的终止及过渡期安排

报告期内，由于纸媒受互联网等新媒体影响，发行人经营与杂志相关的杂志销售业务始终处于亏损状态。同时，发行人的主要经营业务也不依赖于杂志经营，因此，经双方友好协商，于2015年12月签署了《终止协议》，北京创业未来停止与人大书报中心关于杂志业务的合作。同时，鉴于北京创业未来与人大书报中

心多年来的合作关系及发行人提供杂志内容的能力，双方也签署了《过渡期备忘录》，约定在过渡期内（2016年1月1日-2016年12月31日），北京创业未来协助人大进行《创业家》杂志的期刊变更工作。北京创业未来同时出于业务推广的需求，与人大书报中心签署《宣传广告服务协议》，约定发行人在五年期内，利用人大书报中心出版的杂志进行北京创业未来品牌及其他产品的整体宣传策划推广，适时刊发宣传广告。

报告期内，公司杂志业务所带来的收入所占营业收入比例很低。因此，北京创业未来终止与人大书报中心就《创业家》杂志的合作不会对发行人各项业务的开展带来不利影响。

报告期内，杂志销售业务的收入和利润如下：

单位：万元

项目	2016年	2015年	2014年
收入	-	9.49	68.51
成本	-	176.59	262.50
毛利	-	-167.09	-194.00

（八）报告期内，并购重组相关公司财务指标与发行人相应指标对比情况

不考虑公司设立之初对北京创业未来的收购，本报告期内，并购重组前一年度，上述股权及业务变动所涉及的相关财务数据与发行人对比如下：

单位：万元，%

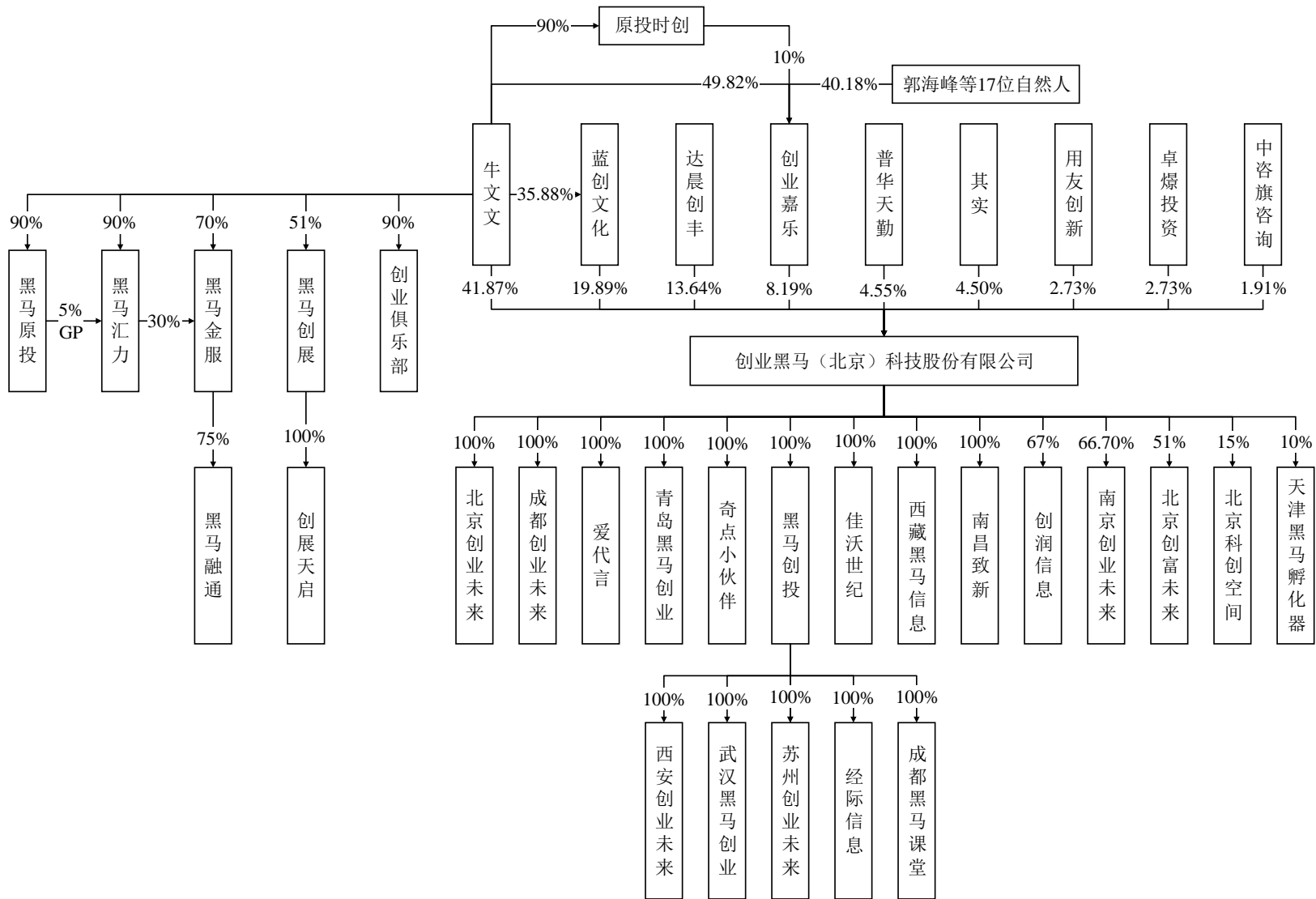
年度	项目	总资产按持股比例计算	占比	营业收入按持股比例计算	占比	利润总额按持股比例计算	占比
2014年	北京创业未来（10%）	278.99	2.69	357.22	3.30	27.22	2.17
	佳沃世纪（1%）	7.09	0.07	16.22	0.15	2.23	0.18
	浙江赛创未来（转让控股权，按100%计算）	164.02	1.58	316.6	2.92	3.37	0.27
	杂志相关业务	-	-	68.51	0.63	-194.00	-
	发行人	10,388.23	100.00	10,839.64	100.00	1,253.93	100.00

2015年	黑马创展（转让控股权，按100%计算）	387.83	1.73	258.00	1.55	95.43	5.76
	发行人	22,427.50	100.00	16,675.88	100.00	1,656.14	100.00
2016年	佳沃世纪（48%）	82.67	0.32	310.20	1.68	-10.19	-
	发行人	26,113.11	100.00	18,420.72	100.00	5,925.95	100.00

备注：爱代言与创投未来在报告期内没有实际经营，未考虑财务影响。

上述公司或业务所涉及的相关财务指标合计数远低于发行人相应指标，上述调整对发行人主营业务不构成重大影响。

四、发行人股权结构



五、发行人控股、参股公司情况

（一）全资子公司具体情况

1、北京创业未来

公司名称	北京创业未来传媒技术有限公司		
成立日期	2007年9月26日		
注册资本	117万元	实收资本	117万元
法定代表人	牛文文		
注册地和主要生产经营地	北京市海淀区中关村大街45号兴发大厦605室		
股东构成	发行人持有北京创业未来100%的股权		
主营业务	创业资讯服务和创业公关服务		
与发行人主营业务的关系	是发行人主营业务的一部分		

北京创业未来最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	2,759.05
净资产（万元）	1,955.96
营业收入（万元）	1,935.58
净利润（万元）	494.64

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

2、爱代言

公司名称	北京爱代言科技有限公司		
成立日期	2015年1月27日		
注册资本	100万元	实收资本	100万元
法定代表人	牛文文		
注册地和主要生产经营地	北京市海淀区西大街64号1号楼1层-04号		
股东构成	发行人持有爱代言100%的股权		
主营业务	视频内容的策划和制作业务		
与发行人主营业务	与发行人的主营业务具有一定的互补性		

务的关系	
------	--

爱代言最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	106.89
净资产（万元）	87.20
营业收入（万元）	-
净利润（万元）	-12.00

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

3、成都创业未来

公司名称	成都创业未来信息技术有限公司		
成立日期	2015年10月30日		
注册资本	100万元	实收资本	100万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	成都市金牛区九里堤中路新2号西南交通大学科技大厦一、二层		
股东构成	发行人持有成都创业未来100%的股权		
主营业务	创业公关服务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分		

成都创业未来最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	555.25
净资产（万元）	234.31
营业收入（万元）	108.21
净利润（万元）	134.31

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

4、青岛黑马创业

公司名称	青岛黑马创业服务有限公司
成立日期	2015年12月17日

注册资本	100 万元	实收资本	100 万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	山东省青岛市崂山区海尔路 61 号天宝国际 2 号楼 3019		
股东构成	发行人持有青岛黑马创业 100% 的股权		
主营业务	创业公关服务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分		

青岛黑马创业最近一年的财务数据如下：

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年
总资产（万元）	162.31
净资产（万元）	144.12
营业收入（万元）	128.16
净利润（万元）	44.12

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

5、黑马创投

公司名称	北京黑马创投科技有限公司		
成立日期	2015 年 11 月 23 日		
注册资本	500 万元	实收资本	500 万元
法定代表人	牛文文		
注册地和主要生产经营地	北京市海淀区清河三街 95 号综合服务楼 12 层 125 室		
股东构成	发行人持有黑马创投 100% 的股权		
主营业务	创业公关服务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分		

黑马创投最近一年的财务数据如下：

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年
总资产（万元）	682.91
净资产（万元）	449.87
营业收入（万元）	156.93
净利润（万元）	-50.13

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

6、西安创业未来

公司名称	西安创业未来信息技术有限公司		
成立日期	2016年1月25日		
注册资本	100万元	实收资本	100万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	西安市高新区软件新城天谷八路528号国家电子商务示范基地东区102号		
股东构成	发行人子公司黑马创投持有西安创业未来100%的股权		
主营业务	尚未实际开展业务		
与发行人主营业务的关系	拟从事创业公关服务，是发行人主营业务的一部分		

西安创业未来最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	94.24
净资产（万元）	94.24
营业收入（万元）	-
净利润（万元）	-5.76

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

7、武汉黑马创业

公司名称	武汉光谷黑马创业路演有限公司		
成立日期	2016年1月19日		
注册资本	100万元	实收资本	100万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	武汉市东湖新技术开发区光谷世界城步行商业街F地块东区7号楼6层		
股东构成	发行人子公司黑马创投持有武汉黑马创业100%的股权		
主营业务	创业公关服务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分		

武汉黑马创业最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	280.08
净资产（万元）	142.79
营业收入（万元）	43.69
净利润（万元）	42.79

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

8、苏州创业未来

公司名称	苏州创业未来信息技术有限公司		
成立日期	2016年2月18日		
注册资本	100万元	实收资本	100万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	苏州工业园区星湖街328号创意产业园10-1F单元		
股东构成	发行人子公司黑马创投持有苏州创业未来100%的股权		
主营业务	尚未实际开展业务		
与发行人主营业务的关系	拟从事创业公关服务，是发行人主营业务的一部分		

苏州创业未来最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	147.41
净资产（万元）	87.49
营业收入（万元）	-
净利润（万元）	-12.51

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

9、奇点小伙伴

公司名称	北京奇点小伙伴科技有限公司		
成立日期	2016年6月6日		
注册资本	100万元	实收资本	0万元
法定代表人	刘义伟		

注册地和主要生产经营地	北京市海淀区西大街 64 号 1 号楼 1 层-01 号
股东构成	发行人持有奇点小伙伴 100% 股权
主营业务	尚未实际开展业务
与发行人主营业务的关系	拟从事创业公关服务，是发行人主营业务的一部分

奇点小伙伴成立以来尚未实际开展业务。

10、经际信息

公司名称	上海经际信息科技有限公司		
成立日期	2016 年 4 月 21 日		
注册资本	100 万元	实收资本	100 万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	上海漕河泾开发区松江高新产业园中心路 1158 号 4 幢地下一层 101 室-1		
股东构成	发行人子公司黑马创投持有经际信息 100% 的股权		
主营业务	从事创业公关服务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分		

经际信息最近一年的财务数据如下：

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年
总资产（万元）	99.55
净资产（万元）	99.44
营业收入（万元）	98.67
净利润（万元）	-0.56

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

11、佳沃世纪

公司名称	北京佳沃世纪企业管理咨询有限公司		
成立日期	2013 年 03 月 19 日		
注册资本	500 万元	实收资本	100 万元
法定代表人	牛文文		
注册地和主要生	北京市海淀区北清路 164 号 17-27 号院 360 号		

产经营地	
股东构成	发行人持有佳沃世纪 100%的股权
主营业务	创业辅导培训服务，主要经营黑马华营培训业务
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分

佳沃世纪最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	172.23
净资产（万元）	157.64
营业收入（万元）	646.24
净利润（万元）	-22.30

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

12、成都黑马课堂

公司名称	成都黑马课堂科技有限公司		
成立日期	2016年12月9日		
注册资本	100万元	实收资本	0万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	郫县德源镇（菁蓉镇）大禹东路66号3栋		
股东构成	发行人子公司黑马创投持有成都黑马课堂100%股权		
主营业务	尚未实际开展业务		
与发行人主营业务的关系	拟从事创业辅导培训服务，是发行人主营业务的一部分		

成都黑马课堂成立以来尚未实际开展业务。

13、西藏黑马信息

公司名称	西藏黑马信息技术服务有限公司		
成立日期	2017年01月05日		
注册资本	100万元	实收资本	0万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	西藏自治区拉萨市达孜县工业园区		

股东构成	发行人持有西藏黑马 100%股权
主营业务	尚未实际开展业务
与发行人主营业务的关系	拟从事创业辅导培训、公关服务，是发行人主营业务一部分

西藏黑马信息成立以来尚未实际开展业务。

14、南昌致新

公司名称	南昌致新信息技术服务有限公司		
成立日期	2017年03月07日		
注册资本	1000万元	实收资本	0万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	江西省南昌市南昌经济技术开发区桂苑大道创业大厦B座二层216室		
股东构成	发行人持有南昌致新 100%股权		
主营业务	尚未实际开展业务		
与发行人主营业务的关系	拟从事创业辅导培训、公关服务，是发行人主营业务一部分		

南昌致新成立以来尚未实际开展业务。

(二) 控股子公司具体情况

1、南京创业未来

公司名称	南京创业未来信息科技有限公司		
成立日期	2013年11月14日		
注册资本	100万元	实收资本	100万元
法定代表人	牛文文		
注册地和主要生产经营地	南京市雨花台区安德门大街57号楚翘城7幢（工程编号3号楼）102室		
股东构成	发行人 66.7%，南京软件谷发展有限公司 33.3%		
主营业务	创业公关服务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分		

南京创业未来最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
----	-------------------

总资产（万元）	382.62
净资产（万元）	215.46
营业收入（万元）	209.55
净利润（万元）	37.76

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

2、创润信息

公司名称	广州创润信息科技有限公司		
成立日期	2014年12月29日		
注册资本	100万元	实收资本	67万元
法定代表人	刘义伟		
注册地和主要生产经营地	广州市天河区黄埔大道中311号自编2-10		
股东构成	发行人67%，廉洁33%		
主营业务	创业公关服务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分		

创润信息最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	483.66
净资产（万元）	61.97
营业收入（万元）	358.59
净利润（万元）	-106.47

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

3、北京创富未来

公司名称	北京创富未来科技有限公司		
成立日期	2016年2月2日		
注册资本	100万元	实收资本	0万元
法定代表人	牛文文		
注册地和主要生产经营地	北京市海淀区清河朱房路16号院1号楼（配套公建）3层367室		

股东构成	发行人 51%，宁波丰厚互联投资管理有限公司 31%，杨守彬 18%
主营业务	从事创业辅导培训业务
与发行人主营业务的关系	发行人主营业务的一部分

北京创富未来最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	783.09
净资产（万元）	517.59
营业收入（万元）	946.13
净利润（万元）	517.59

以上数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计并纳入合并财务报表。

（三）参股公司情况

截至本招股书签署日，公司参股情况如下：

1、北京科创空间

公司名称	北京科创空间投资发展有限公司		
成立日期	2015年11月13日		
注册资本	3,000万元	实收资本	3,000万元
法定代表人	龚晓青		
注册地和主要生产经营地	北京市朝阳区酒仙桥北路甲10号院205号楼-1至7层101内7层701室		
股东构成	北京电子城投资开发股份有限公司 50%、北京电子控股有限责任公司 20%、创业黑马（北京）科技股份有限公司 15%、五八有限公司 15%		
主营业务	从事空间运营服务		
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务有一定互补关系		

北京科创空间最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	3,139.25
净资产（万元）	2,760.37
营业收入（万元）	529.21
净利润（万元）	-239.63

以上数据经中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

2、天津黑马孵化器

公司名称	天津黑马孵化器有限公司		
成立日期	2016年9月14日		
注册资本	500万元	实收资本	0万元
法定代表人	张玉贤		
注册地和主要生产经营地	天津市中新生态城中天大道1620号研发大厦裙楼419室		
股东构成	柬中（天津）科技有限公司持股90%，创业黑马持股10%。		
主营业务	尚未实际经营，拟为创业型企业提供工商、税务、政府退税、扶持奖励政策等服务。		
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务有一定互补关系		

天津黑马孵化器成立以来尚未实际开展业务。

六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）持有发行人5%以上股份的主要股东

1、蓝创文化

（1）基本信息

企业名称	蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）		
执行事务合伙人	蓝创联合文化传媒（天津）有限公司（委派代表：盛发强）		
住所	天津生态城动漫中路126号动漫大厦C区二层209（TG第454号）		
成立日期	2015年4月24日		
认缴出资额	2,500万元	实缴出资额	2,500万元
经营范围	电视剧、专题、综艺、动画等节目制作、发行；文化艺术交流策划；商务信息咨询；图文设计制作。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务	除持有公司股份外，无实际经营业务		
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系		

根据蓝创文化的说明和发行人的确认，蓝创文化不存在以非公开方式向合格

投资者募集资金的情形，亦不存在资产由基金管理人管理的情形。基于该等情况，蓝创文化不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金，因此不适用私募投资基金管理人登记或私募基金备案。

（2）蓝创文化合伙人构成及出资情况

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例
1	蓝创联合文化传媒（天津）有限公司	普通合伙人	10.00	0.40%
2	牛文文	有限合伙人	897.00	35.88%
3	赵文权	有限合伙人	503.00	20.12%
4	盛发强	有限合伙人	360.00	14.40%
5	江伟强	有限合伙人	360.00	14.40%
6	上海天亿资产管理有限公司	有限合伙人	360.00	14.40%
7	刘晓霞	有限合伙人	10.00	0.40%
合计			2,500.00	100.00%

2、达晨创丰

（1）基本信息

企业名称	深圳市达晨创丰股权投资企业（有限合伙）		
执行事务合伙人	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司		
住所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）		
成立日期	2013年03月20日		
认缴出资额	204,700万元	实缴出资额	204,700万元
经营范围	股权投资业务；创业投资业务；受托管理创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资业务与创业投资管理顾问		
主营业务	股权投资		
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系		

（2）达晨创丰合伙人构成及出资情况

序号	合伙人	合伙人类型	认缴出资（万元）	出资比例
----	-----	-------	----------	------

1	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司	普通合伙人	2,000.00	0.98%
2	上海歌斐惟忠投资中心（有限合伙）	有限合伙人	48,800.00	23.84%
3	上海歌斐惟朴投资中心（有限合伙）	有限合伙人	46,500.00	22.72%
4	泉州市禹道丰侨股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	10,500.00	5.13%
5	湖南电广传媒股份有限公司	有限合伙人	10,000.00	4.89%
6	深圳市引导基金投资有限公司	有限合伙人	10,000.00	4.89%
7	上海歌斐鸿仑投资中心（有限合伙）	有限合伙人	8,000.00	3.91%
8	昆山嘉成晨丰投资中心	有限合伙人	7,200.00	3.52%
9	徐进	有限合伙人	6,000.00	2.93%
10	湖南发展集团股份有限公司	有限合伙人	5,000.00	2.44%
11	杜志宏	有限合伙人	3,200.00	1.56%
12	杨汇慧	有限合伙人	3,100.00	1.51%
13	湖北世纪英才文化发展有限公司	有限合伙人	3,000.00	1.47%
14	徐娟	有限合伙人	3,000.00	1.47%
15	上海唐盛投资发展有限公司	有限合伙人	3,000.00	1.47%
16	深圳协和方元投资基金管理股份有限公司	有限合伙人	3,000.00	1.47%
17	郑前	有限合伙人	3,000.00	1.47%
18	陈彦文	有限合伙人	3,000.00	1.47%
19	马卫	有限合伙人	3,000.00	1.47%
20	孙焕良	有限合伙人	3,000.00	1.47%
21	沈军	有限合伙人	3,000.00	1.47%
22	章建兰	有限合伙人	3,000.00	1.47%
23	章荷云	有限合伙人	3,000.00	1.47%
24	张锦华	有限合伙人	3,000.00	1.47%
25	湖州越球投资有限公司	有限合伙人	3,000.00	1.47%
26	陈立英	有限合伙人	3,000.00	1.47%
27	周斌	有限合伙人	2,400.00	1.17%
合计			204,700.00	100%

深圳市达晨创丰股权投资企业（有限合伙）（以下简称“达晨创丰”）的普通合伙人为深圳市达晨财智创业投资管理有限公司，该公司的控股股东为深圳市达晨创业投资有限公司（以下简称“达晨创业”），达晨创业持有该公司35%的股权。达晨创业的股东情况如下：深圳市荣涵投资有限公司出资人民币7500万元占股75%，上海锡泉实业有限公司出资人民币2500万元占股25%，深圳市荣

涵投资有限公司为达晨创业的控股股东。

深圳市荣涵投资有限公司的股权结构为：湖南电广传媒股份有限公司（000917.SZ）出资人民币 32,000 万元占股 96.97%，上海锡泉实业有限公司出资人民币 1,000 万元占股 3.03%。湖南电广传媒股份有限公司（000917.SZ）为深圳市荣涵投资有限公司的控股股东。

湖南电广传媒股份有限公司（000917.SZ）2016 年披露半年报显示，实际控制人为湖南广播电视台。

根据以上股权结构，达晨创丰的实际控制人为湖南广播电视台。

根据中国基金业协会网站信息公示显示，达晨创丰已于 2015 年 3 月 3 日在中国基金业协会完成备案，基金类型为股权投资基金。

3、创业嘉乐

（1）基本信息

企业名称	北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）		
执行事务合伙人/ 实际控制人	牛文文		
住所	北京市海淀区上地十街 1 号院 4 号楼 17 层 1715		
成立日期	2012 年 11 月 5 日		
认缴出资额	10 万元	实缴出资额	10 万元
经营范围	组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；投资咨询；投资管理。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
主营业务	除持有公司股份外，无实际经营业务		
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系		

（2）创业嘉乐合伙人情况

截至本招股说明书签署日，创业嘉乐共有 18 位合伙人，其中牛文文担任普通合伙人，其余 17 位合伙人全部为有限合伙人。各合伙人具体出资情况如下：

序	合伙人	合伙人类型	出资额	出资比例	在发行人任职
---	-----	-------	-----	------	--------

号			(万元)		
1	牛文文	普通合伙人	5.002	50.02%	董事长, 总经理
2	北京原投时 创文化传媒 有限公司	有限合伙人	1.000	10.00%	-
3	郭海峰	有限合伙人	1.000	10.00%	曾为发行人员工, 2014年10月起在牛投科技任职
4	刘义伟	有限合伙人	0.600	6.00%	董事, 副总经理, 董事会秘书
5	王佳佳	有限合伙人	0.350	3.50%	监事
6	潘博	有限合伙人	0.350	3.50%	财务副总监, 其他核心人员
7	崔葆华	有限合伙人	0.300	3.00%	其他核心人员
8	卢旭成	有限合伙人	0.300	3.00%	北京创业未来员工
9	王冀	有限合伙人	0.250	2.50%	北京创业未来员工
10	罗鼎	有限合伙人	0.250	2.50%	其他核心人员
11	易涛	有限合伙人	0.188	1.88%	发行人员工
12	刘建强	有限合伙人	0.100	1.00%	北京创业未来员工
13	冯良玉	有限合伙人	0.100	1.00%	发行人员工
14	李阳林	有限合伙人	0.100	1.00%	发行人员工
15	朱怡洁	有限合伙人	0.050	0.50%	发行人员工
16	刘娟	有限合伙人	0.020	0.20%	发行人员工
17	周晓红	有限合伙人	0.020	0.20%	北京创业未来员工
18	冯沙沙	有限合伙人	0.020	0.20%	发行人员工
合计			10.000	100.00%	-

(3) 创业嘉乐不适用私募投资基金管理人登记或私募基金备案的说明

根据创业嘉乐的说明和发行人的确认, 创业嘉乐不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形, 亦不存在资产由基金管理人管理的情形。基于该等情况, 创业嘉乐不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法(试行)》规定的私募投资基金, 因此不适用私募投资基金管理人登记或私募基金备案。

(二) 公司控股股东及实际控制人情况

公司控股股东和实际控制人均为牛文文先生, 中国国籍, 身份证号码: 1101081966*****39; 无永久境外居留权。牛文文直接持有发行人 41.87%的股份; 创业嘉乐持有公司 8.19%的股份, 牛文文持有创业嘉乐 50.02%的普通合伙人

份额，为创业嘉乐的实际控制人；蓝创文化持有公司 19.89%的股份，牛文文持有蓝创文化 35.88%的有限合伙人份额；因此牛文文为公司控股股东和实际控制人。

本公司实际控制人的其他情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简历”。

（三）控股股东和实际控制人直接或间接控制的其他企业基本情况

截至本招股说明书签署日，除发行人外，公司控股股东及实际控制人牛文文先生直接控制的企业有原投时创、黑马创展、创业嘉乐、创业俱乐部、黑马原投、黑马金服、黑马汇力；间接控制的企业有黑马融通、创展天启。

1、原投时创

公司名称	北京原投时创文化传媒有限公司		
成立日期	2011年10月9日		
注册资本	50万元	实收资本	50万元
法定代表人	牛文文		
股东构成	牛文文持股 90%，郭海峰持股 10%		
住所	北京市海淀区上地十街1号院2号楼17层1711		
主营业务	除持有创业嘉乐的股权外，无实际经营业务		
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系		

原投时创除持有创业嘉乐的出资额外，成立以来尚未实际开展业务。

2、黑马创展

公司名称	北京黑马创展投资管理有限公司		
成立日期	2014年3月5日		
注册资本	1000万元	实收资本	300万元
法定代表人	胡翔		
股东构成	牛文文持股 51%，胡翔持股 49%		
住所	北京市海淀区安宁庄东路18号7号楼534室		

主营业务	投资管理、资产管理
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系

黑马创展最近一年的财务数据如下：

项目	2016年12月31日/2016年
总资产（万元）	629.36
净资产（万元）	535.07
营业收入（万元）	712.35
净利润（万元）	-9.11

以上数据未经审计。

3、创展天启

公司名称	北京创展天启科技有限公司		
成立日期	2016年06月01日		
注册资本	10万元	实收资本	0万元
法定代表人	胡翔		
股东构成	黑马创展持股100%		
住所	北京市海淀区中关村东路18号1号楼17层B-2003-004号		
主营业务	从事企业管理服务		
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系		

创展天启自成立以来，未实际经营业务。

4、创业嘉乐

参见本节“六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有发行人5%以上股份的主要股东”。

5、创业俱乐部

公司名称	北京创业未来文化俱乐部（普通合伙）		
成立日期	2008年05月09日		
认缴出资额	10万元	实缴出资额	10万元
执行事务合伙人	牛文文		
股东构成	牛文文90%、齐妙10%		

住所	北京市海淀区清河朱房路 16 号院 1 号楼（配套公建）4 层 472 室
主营业务	无实际经营业务
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系

创业俱乐部最近一年的财务数据如下：

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年
总资产（万元）	779.12
净资产（万元）	777.31
营业收入（万元）	0.00
净利润（万元）	2.01

以上数据未经审计，净利润均为货币资金利息。

6、黑马原投

公司名称	黑马原投（北京）科技有限公司		
成立日期	2016 年 03 月 22 日		
注册资本	10 万元	实收资本	0 万元
法定代表人	牛文文		
股东构成	牛文文 90%、郭海峰 10%		
住所	北京市海淀区永澄北路 2 号院 1 号楼 B 座二层 169 号		
主营业务	尚未开展业务		
与发行人主营业务的关系	与发行人不存在同业竞争		

黑马原投自成立以来，未实际经营业务。

7、黑马金服

公司名称	黑马金服（北京）科技有限公司		
成立日期	2016 年 04 月 25 日		
注册资本	1000 万元	实收资本	0 万元
法定代表人	牛文文		
股东构成	黑马汇力持股 30%，牛文文持股 70%。		
住所	北京市海淀区永澄北路 2 号院 1 号楼 B 座 1 层 159 号		
主营业务	尚未开展实际业务		
与发行人主营业务的关系	拟作为金融类业务控股平台，与发行人不存在同业竞争关系		

黑马金服自成立以来，未实际经营业务。

8、黑马融通

公司名称	北京黑马融通科技有限公司		
成立日期	2016年06月16日		
注册资本	500万元	实收资本	0万元
法定代表人	胡翔		
股东构成	黑马金服持股75%，北京乐融汇力文化交流中心(有限合伙)持股25%。		
住所	北京市海淀区永澄北路2号院1号楼B座1层447号		
主营业务	尚未开展业务		
与发行人主营业务的关系	拟从事财务顾问业务，与发行人不存在同业竞争关系。		

黑马融通自成立以来，未实际经营业务。

9、黑马汇力

公司名称	北京黑马汇力文化交流中心(有限合伙)		
成立日期	2016年04月06日		
认缴出资额	10万元	实收资本	0万元
执行事务合伙人	黑马原投(北京)科技有限公司(委派郭海峰为代表)		
股东构成	牛文文90%、黑马原投5%、郭海峰5%		
住所	北京市海淀区永澄北路2号院1号楼B座二层263号		
主营业务	尚未开展实际业务		
与发行人主营业务的关系	持股平台，与发行人不存在同业竞争		

(四) 控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东和实际控制人牛文文先生直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

七、发行人股本情况

（一）公司发行前后股权结构及前十大股东持股情况

本次发行前的公司总股本为 5,100 万股，本次拟发行人民币普通股 1,700 万股，占公司发行后总股本的比例为 25.00%，最终发行数量根据发行情况确定，发行后的股本结构将因新股发行数量和股东发售数量进行相应调整，本次发行后公司实际控制人不发生变更，本次股东公开发售股份对公司的治理结构及生产经营不会产生重大不利影响。

公司本次发行无公司股东公开发售股份情形，本次发行新股 1,700 万股，公司本次发行前后的股本结构如下表所示：

序号	股东名称	公开发行前		公开发行后	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
1	牛文文	21,351,660.00	41.87%	21,351,660.00	31.40%
2	蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）	10,144,410.00	19.89%	10,144,410.00	14.92%
3	深圳市达晨创丰股权投资企业（有限合伙）	6,957,930.00	13.64%	6,957,930.00	10.23%
4	北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）	4,174,860.00	8.19%	4,174,860.00	6.14%
5	浙江普华天勤股权投资合伙企业（有限合伙）	2,319,480.00	4.55%	2,319,480.00	3.41%
6	其实	2,295,000.00	4.50%	2,295,000.00	3.38%
7	北京用友创新投资中心（有限合伙）	1,391,280.00	2.73%	1,391,280.00	2.05%
8	苏州卓爆投资中心（有限合伙）	1,391,280.00	2.73%	1,391,280.00	2.05%
9	深圳市前海中咨旗咨询有限公司	974,100.00	1.91%	974,100.00	1.43%
10	本次发行社会公众股份	—	—	17,000,000.00	25.00%
合计		51,000,000.00	100.00%	68,000,000.00	100.00%

（二）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

发行人公开上市前直接持有公司股份的自然人股东为牛文文先生与其实先生。牛文文先生现任发行人董事长和总经理，其实先生未在发行人处任职。

（三）最近一年发行人新增股东情况

截至本招股说明书签署日，公司最近一年无新增股东。首次申报前一年，发行人新增股东为蓝创文化、达晨创丰、卓爆投资、中咨旗咨询和其实。具体情况如下：

1、新增股东的持股情况

（1）蓝创文化、达晨创丰、卓爆投资、中咨旗咨询的持股情况说明

①蓝创文化取得发行人股份时间、价格、定价依据

2015年4月，蓝创文化分别与盛大网络、知金科技签署了出资转让协议，并经2015年5月10日创业创媒召开的股东会审议通过，股东盛大网络向蓝创文化转让其持有的公司28.54%的股权，即出资人民币38.96万元，价格为10,274.4万元；股东知金科技向蓝创文化转让其持有的公司11.43%的股权，即出资人民币15.6万元，价格为4,114.8万元；蓝创文化合计支付股权受让款项金额为14,389.20万元，其他股东放弃优先购买权。

2015年5月28日，创业创媒办理了上述事宜的工商变更登记。

此次股权转让完成后，创业创媒股东各方的出资额及出资比例如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	牛文文	59.84	43.84%
2	蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）	54.56	39.97%
3	北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）	11.70	8.57%
4	浙江普华天勤股权投资合伙企业（有限合伙）	6.50	4.76%
5	北京用友创新投资中心（有限合伙）	3.90	2.86%
合计		136.50	100.00%

②达晨创丰、卓爆投资、中咨旗咨询取得发行人股份时间、价格、定价依据
2015年6月25日，创业创媒召开股东会并形成书面决议，一致同意：股东

蓝创文化向达晨创丰转让其持有的创业创媒 14.286%的股权，价格为 10,000 万元；向苏州卓爆投资中心（有限合伙）（以下简称“卓爆投资”）转让其持有的创业创媒 2.857%的股权，价格为 2,000 万元；向深圳市前海中咨旗咨询有限公司（以下简称“中咨旗咨询”）转让其持有的创业创媒 2%的股权，转让价格为 1,400 万元；蓝创文化合计收到股权转让款项金额为 13,400 万元，其他股东放弃优先购买权。

2015 年 7 月 20 日，创业创媒办理了上述事宜的工商变更登记。此次股权转让完成后，创业创媒股东的出资额及出资比例如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	牛文文	59.84	43.84%
2	蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）	28.43	20.83%
3	深圳市达晨创丰股权投资企业（有限合伙）	19.50	14.29%
4	北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）	11.70	8.57%
5	浙江普华天勤股权投资合伙企业（有限合伙）	6.50	4.76%
6	北京用友创新投资中心（有限合伙）	3.90	2.86%
7	苏州卓爆投资中心（有限合伙）	3.90	2.86%
8	深圳市前海中咨旗咨询有限公司	2.73	2.00%
合计		136.50	100.00%

后经公司股改、增资、资本公积转增股本，蓝创文化、达晨创丰、卓爆投资和中咨旗咨询在本次发行前分别持有公司 10,144,410 股、6,957,930 股、1,391,280 股和 974,100 股。

（2）其实先生的持股情况

2015 年 12 月，其实以货币 70,680,650 元认购公司新增股份 1,413,613 股，并经公司资本公积转增股本，其实先生在本次发行前持有公司 2,295,000 股。

其实先生系东方财富信息股份有限公司（SZ.300059）的法定代表人、董事长，看好发行人的未来发展前景，公司 2015 年第二次临时股东大会同意新增其实为股东。

2、新增股东的基本情况

蓝创文化、达晨创丰的基本情况参见本节“六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一)持有发行人5%以上股份的主要股东”。

(1) 卓爆投资基本情况如下：

①基本信息

企业名称	苏州卓爆投资中心（有限合伙）
执行事务合伙人	上海易津创业投资管理有限公司（委派代表：陈安金）
住所	苏州吴江黎里镇汾湖大道558号
成立日期	2015年01月09日
认缴出资额	12,000万元
经营范围	实业投资，创业投资，非证券类投资管理、投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	股权投资
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系

②卓爆投资合伙人构成及出资情况

序号	合伙人	合伙人类型	认缴出资(万元)	出资比例
1	上海易津创业投资管理有限公司	普通合伙人	100.00	0.83%
2	上海易津投资股份有限公司	有限合伙人	3,190.00	26.58%
3	黄林祥	有限合伙人	3,000.00	25.00%
4	张绍波	有限合伙人	1,100.00	9.17%
5	张丽丽	有限合伙人	1,000.00	8.33%
6	林建伟	有限合伙人	800.00	6.67%
7	李统钻	有限合伙人	700.00	5.63%
8	赫安投资管理（上海）有限公司	有限合伙人	450.00	3.75%
9	邵俊	有限合伙人	300.00	2.50%
10	承珞（上海）投资管理中心（有限合伙）	有限合伙人	300.00	2.50%
11	谢家享	有限合伙人	300.00	2.50%
12	陈方明	有限合伙人	290.00	2.42%
13	章捷剑	有限合伙人	200.00	1.67%
14	黄治国	有限合伙人	150.00	1.25%
15	朱军	有限合伙人	120.00	1.00%
合计			12,000.00	100.00%

卓爆投资的普通合伙人为上海易津创业投资管理有限公司，上海易津创业投资管理有限公司的实际控制人为陈方明先生。

根据中国基金业协会网站信息公示显示，卓爆投资已于 2016 年 1 月 14 日在中国基金业协会完成备案，基金类型为股权投资基金。

(2) 中咨旗咨询基本情况如下：

① 基本信息

公司名称	深圳市前海中咨旗咨询有限公司
成立日期	2014 年 04 月 09 日
注册资本	5,000 万元
法定代表人	邓志坚
注册地和主要生产经营地	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
股东构成	深圳市中咨旗投资有限公司持股 100%

中咨旗咨询为深圳市中咨旗投资有限公司的全资子公司，深圳市中咨旗投资有限公司股东为深圳市中咨旗企业管理咨询有限公司 20.00%、深圳市绮业投资管理有限公司 30.00%、深圳市琪扬实业有限公司 30.00%、深圳市前海广庆科技有限公司 20.00%。根据中咨旗咨询出具的《声明》，中咨旗咨询的实际控制人为邓志坚。邓志坚与发行人、发行人董事、监事、高级管理人员、发行人其他持股 5% 以上的股东之间并无关联关系。

(3) 其实的基本情况

其实先生，曾用名沈军，中国国籍，身份证号码 3102211970*****31；无永久境外居留权。其实先生现任东方财富信息股份有限公司（SZ.300059）法定代表人、董事长，是东方财富信息股份有限公司（SZ.300059）的控股股东、实际控制人。

(四) 本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，牛文文为股东蓝创文化的有限合伙人和股东创业嘉乐的普通合伙人。除此之外，各股东之间不存在关联关系。

牛文文直接持有公司 41.87% 的股份，蓝创文化、创业嘉乐分别持有公司 19.89%、8.19% 的股份，牛文文分别通过蓝创文化、创业嘉乐间接持有公司 7.14%、4.83% 的股份。

八、发行人正在执行的股权激励计划

截至本招股说明书签署日，发行人并无正在执行的股权激励计划。

九、发行人员工情况

截至 2016 年 12 月 31 日，创业黑马及子公司员工人数为 230 人，最近三年员工人数变化详见下表：

期间	人数
截至 2016 年 12 月 31 日	230
截至 2015 年 12 月 31 日	246
截至 2014 年 12 月 31 日	202

（一）员工学历构成表

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人及其子公司员工学历构成如下：

学历	人数（人）	占员工总数的比例
硕士及以上	24	10.40%
本科	148	64.30%
专科	58	25.20%
高中及以下	-	-
合计	230	100.00%

（二）员工岗位构成表

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人及其子公司员工岗位构成如下：

岗位	人数（人）	占员工总数的比例
业务运营人员	134	58.26%
销售人员	40	17.39%
管理人员	21	9.13%
研发及技术人员	16	6.96%
其他	19	8.26%
合计	230	100.00%

十、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行的保荐人及证券服务机构作出的重要承诺、履行情况及未能履行承诺的约束措施

（一）控股股东、实际控制人、发行人董事、监事和高级管理人员关于股份锁定和减持承诺

详见“重大事项提示”之“一、股份锁定和减持承诺”。

（二）发行人控股股东、非独立董事和高级管理人员关于股价稳定承诺

详见“重大事项提示”之“二、股价稳定承诺”。

（三）发行人、控股股东、实际控制人和董事、监事、高级管理人员关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺

详见“重大事项提示”之“三、关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺”。

（四）中介机构关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺

详见“重大事项提示”之“四、中介机构关于招股说明书如存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等情况的承诺”。

（五）发行人填补被摊薄即期回报措施及承诺

详见“重大事项提示”之“七、填补被摊薄即期回报的措施和承诺”。

（六）发行人利润分配政策的承诺

详见“重大事项提示”之“六、利润分配”。

（七）控股股东和实际控制人关于避免同业竞争和关联交易的承诺

为了避免损害公司及其它股东利益，本公司控股股东及实际控制人牛文文先

生向公司出具了《非竞争承诺函》以及《关联交易承诺书》，具体内容参见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”。

第六节 业务和技术

一、主营业务情况

(一) 主营业务、主要服务以及主营业务收入的构成

1、公司主营业务

创业黑马是一家聚焦于帮助创新创业企业成长的综合性创业服务提供商。公司主营业务为创业服务，具体为通过线上线下相结合的商业模式，向创业创新企业及相关群体提供包含创业辅导培训、以创业赛事活动为代表的公关服务、会员服务、创业资讯等在内的综合服务。按照收入来源分类，公司主营业务细分为创业辅导培训、公关、会员服务等。未来，公司将基于庞大的创业社群基础，不断开发新的自营服务产品，同时接入第三方服务产品，全方位提升服务创业企业的能力，致力于成长为国内领先的综合性创业服务平台。

报告期内，公司主营业务未发生变化。

2、公司的主要产品或服务

创业黑马自创立至今，为满足创业企业及其创始人不同阶段的成长需求，逐步建立了较为完善的服务体系。

发行人业务起源与面向创业者提供创业资讯服务，包括创业领域最新信息、创业企业深度内容报道等。随着业务发展，针对创业企业学习的需求，发行人开拓创业辅导培训业务，并逐渐成为发行人盈利能力最强的业务之一。

在创业辅导培训过程中，公司逐渐衍生出公关服务。发行人所培训的创业企业有向用户、投资者等展示自身企业的迫切需求。为给创业辅导培训客户提供展示自身、获取资源的机会，发行人通过举办黑马大赛等线下活动帮助客户对接投资人，黑马大赛等一系列线下活动加之线上传播的影响力快速增大，先后吸引了品牌企业、园区类政府机构的关注，他们从品牌推广、培育区内创业企业、招商引资等不同角度，对活动进行赞助甚至提出定制活动的需求，从而衍生出公司的

公关服务。之后，公司又先后开展了黑马创业社群大会、黑马创交会等旨在帮助创业企业经验交流、寻找资源、创造合作机会、促成交易等服务，公关服务也逐步成熟稳定。

在服务创业企业的同时，发行人建立了“黑马会”会员服务形式，为创业企业提供在当地可以与其他创业企业进行日常沟通交流活动平台，促进创业企业之间的沟通互动。



创业黑马业务体系分布

公司提供的产品及服务具体如下表：

服务类型	具体产品/服务	服务对象	收费方式
创业辅导培训	针对创业企业的学习和交流需求，逐步推出了一系列创业辅导培训项目或课程，包括黑马成长营、黑马连营、黑马导师营、天使营、千里马计划、EDP、国际游学项目等。	创业创新企业	向创业、创新企业等收取培训费
公关服务	<p>公司通过举办线下活动，在向创业企业提供融资对接、经验交流、寻找资源、创造合作机会、促成交易等服务的同时，向客户提供品牌推广等公关服务。</p> <p>线下活动包括黑马大赛、黑马运动会、黑马创业社群大会、黑马创交会等自有品牌活动以及其他各类针对创业公司、品牌企业、政府园区特定需求的定制活动。</p>	创业创新公司 知名品牌企业 高新园区及政府部门	以赞助费、冠名权等形式向公关客户收取公关服务费。
	<p>创业资讯服务在为创业群体提供免费资讯的同时，协助公司线下活动进行线上传播，从而实现品牌推广等公关服务。</p> <p>公司拥有自己的创业资讯平台，包括 i 黑马网、“i 黑马”新浪微博、“i 黑马”微信公众号、“创业家传媒”新浪微博、“创业家”微信公众号及相关头条号等。同时合</p>		

		作运营了“黑马学吧”APP ³		
会员服务		打造了“黑马会”这一会员组织，“黑马会”通过微信群、黑马会微信服务号等线上工具紧密链接与服务会员，并通过私董会、企业参访、创业沙龙等线下方式促进会员之间的学习与互动，帮助会员企业实现加速创新、加速融资、加速成长。	创业群体	会员费

(1) 创业辅导培训服务

创业创新企业迫切希望学习创业成长的理论知识和实战经验，并接触成功企业家思想和资源，而成功企业家也很乐于向青年一代创业者分享经验、教训。通过邀请知名企业家、知名投资人、行业专家等担任导师，选拔具有创新精神的高成长企业创始人作为学员，通过多样化的辅导方式，助力创业企业加速成长。

① 服务内容及定价

以 2016 年课程体系为例，发行人的各类课程构成如下表：

项目类型	项目简介	课程周期说明	招生对象说明	2016 年学费标准
黑马成长营	是公司开设最早、最具市场影响力的培训项目；由创始人成长、产品、模式、融资实务、组织与团队、社群与营销等六大课程模块组成。	学习期为一年，一年内按 6 个模块进行授课；每期开 6 至 7 次课，每次集中授课 2-3 天；每年招收两期学员，每期学员 100-120 人。	A、企业创始人或联合创始人；B、企业发展阶段处于天使轮至 B 轮之间；或未融资但拥有创新的技术、产品和商业模式；C、认同黑马成长营的文化和价值观，能够保证上课时间；D、遵纪守法，符合商业道德规范，无不良行为记录。	19.8 万元 (2016 年中期调价)
黑马连营	2015 年底启动的创新型学习项目；以社群明星创业者为导师，解构创业企业成长方法论；学习期为半年。	学习期为半年，半年内按 3 个模块进行授课，每个模块集中授课 3 天；每年招收 3-4 期学员，每期学员 80-120 人，每期挂牌导师 5-6 人。	A、企业创始人或联合创始人；B、在商业模式、营销、团队等方面存在较强的学习需求；C、认同黑马文化，能够保证上课时间；D、遵纪守法，无不良行为记录。	7.8 万元
黑马导师营	2015 年底启动的创新型学习项目；以知名企业家和投资人等为导师，深度解构一个特定的行业	学习期为半年，半年内按 3 个模块进行授课，每次集中授课 2 天；每	A、企业创始人或联合创始人；B、符合导师设立的特定入营标准，并通过导师的筛	10-15 万元

³ “黑马学吧”APP 目前由公司与六间房科技有限公司合作运营，向创业群体提供创业资讯服务。

	或主题；实行小班制，每名导师在半年学习期内辅导 10-15 名学员；实行滚动招生，每年服务学员 200-300 人。	年开设 10-15 期，每期学员 10-15 人。	选与面试；C、认同黑马文化，能够保证上课时间；D、遵纪守法，无不良行为记录。	
天使营	2016 年一季度启动的创新型学习项目；以拥有投资意向的成功企业家、创业家、企业高管为培训对象；学习期为一年；培训分必修模块和选修模块，其中必修模块分为投资基础模块、行业理论模块、商业模式模块以及投资实战四个模块，选修模块包括硅谷或以色列等地投资考察游学。	学习期为一年，一年内按 4 个模块进行授课，每个模块集中授课 2 天；每年开设 2 期，每期学员 40-100 人。	A、拥有投资意向的成功企业家、创业家、企业高管（被学院导师、合作机构推荐的其他优秀人员）；B、认同黑马文化，能够保证上课时间；C、遵纪守法，无不良行为记录。	5.98、7.98 万元
千里马计划	2016 年底启动的创新型企业加速项目；以具有成为行业领袖潜质的杰出创业者为培训对象，通过邀请知名企业家、投资人、专家参与培养计划，帮助学员对接高端资源、突破成长瓶颈；实行小班制，每年计划招收两期，每期服务学员 15-20 人。	学习期为一年，一年内按 6 个模块进行授课，每个模块集中授课 2 天；每年计划招收两期，每期学员 15-20 人。	A、具有成为行业领袖潜质的杰出创业者；B、认同黑马文化，能够保证上课时间；C、遵纪守法，无不良行为记录	48 万元
EDP 班	发行人传统课程，是包括创新型领导企业培训项目，以及针对热点主题开发的主题培训项目，学习期通常在 2-3 天。已开设黑马腾讯特训营、重度垂直-黑马 O2O 特训班、黑马华营等班级。	学习期通常为 2-3 天；每年根据市场情况开设 5-15 期，一般每期学员 25-90 人。	A、企业创始人或联合创始人；B、能够保证上课时间；C、遵纪守法，无不良行为记录。	0.98-4.5 万元
国际游学	发行人传统课程，帮助创业者更加有效地借助海外先进经验和优势资源加速创业项目成长，包括海外名校创业课程、创新企业参访、中外创业项目联合路演等特色模块，一般学习时间在 7-15 天。已开设硅谷游学、以色列游学、德国游学、南北极游学。	学习期通常为 7-15 天；每年根据市场情况开设 3-10 期，一般每期学员 10-50 人。	A、企业创始人或联合创始人；B、具备参与国际游学的意愿、能力、条件；C、遵纪守法，无不良行为记录。	6.98-10 万元

发行人根据创业创新企业的培训需求及自身实际情况不断推出新课程，2015 年新增黑马导师营/黑马连营课程，2016 年新增天使营和千里马课程，以满足企业培训的不同需求。

② 创业辅导培训业务的客户来源及收入情况

创业辅导培训业务的客户为创业创新企业，由企业支付培训费用，参与培训的学员为企业的创始人或高级管理人员。

报告期内，发行人客户多数来源于包括移动互联、智能硬件、文化创意、医疗健康、电商消费、软件信息、教育培训等行业的创业创新公司。报告期内，发行人累计为 2000 余家企业提供了各类培训服务。

公司创业辅导培训业务各类课程的收入情况如下表：

年度	培训课程名称	年度开课次数	培训人次	收入（万元）	收入占培训业务比例
2016	黑马成长营	12	1677	4,155.24	41.35%
	短期辅导培训项目(EDP)	9	192	286.77	2.85%
	黑马华营	10	290	646.24	6.43%
	国际游学	7	97	1,001.68	9.97%
	黑马导师营/ 黑马连营	29	1102	2,866.19	28.52%
	天使营	10	560	880.96	8.77%
	千里马	2	32	213.04	2.12%
	合计	79	3,950	10,050.12	100.00%
2015	黑马成长营	15	1670	2,889.04	34.06%
	短期辅导培训项目(EDP)	12	428	1,049.22	12.37%
	黑马华营	35	552	2,078.73	24.51%
	国际游学	10	219	2,080.86	24.53%
	黑马导师营/ 黑马连营	2	175	384.6	4.53%
	合计	74	3,044	8,482.45	100.00%
2014	黑马成长营	20	1330	2,044.00	40.16%
	短期辅导培训项目(EDP)	10	285	852.42	16.75%
	黑马华营	25	497	1,622.42	31.88%
	国际游学	3	101	570.4	11.21%
	合计	58	2,213	5,089.24	100.00%

发行人的学员公司包括已在 A 股上市的上海荣泰健康科技股份有限公司、杭州泰格医药科技股份有限公司；已在海外上市的北京大生知行科技有限公司、银科投资控股有限公司；全国中小企业股份转让系统挂牌公司酒仙网电子商务股份有限公司、山水假日(北京)国际旅行社股份有限公司、壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司、北京铁血科技股份公司、点点客信息技术股份有限公司、深圳市住百家发展股份有限公司；知名企业包括万兴科技股份有限公司、北京尚德在线教育科技有限公司、尚格会展股份有限公司、掌阅科技股份有限公司、上海触宝信息技术有限公司等。

④ 导师情况

A、导师

发行人创业辅导培训的导师来源包括外部企业管理人员、专业投资人、专家学者等三类，报告期内，发行人各类导师人数如下表所示：

导师类型	2016 年	2015 年	2014 年
企业管理人员	76	73	102
专业投资人	35	19	19
专家学者	37	38	23
总计	148	130	144

发行人在前期开展创业资讯业务的过程中接触并积累了围绕创新创业领域大量的导师资源，随着创业辅导培训业务规模的扩大，创业辅导培训客户中也涌现出一批成功的创业者成为导师，发行人的导师群体持续扩大。同时发行人与导师合作关系良好，重复授课导师的占比达 39.25%。这些均有效支撑了公司创业辅导培训业务的稳步增长。

发行人主要导师在相关行业里有较高的影响力和知名度，举例如下：

企业家代表导师：京东商城创始人刘强东、新东方创始人俞敏洪、光线传媒创始人王长田、58 同城创始人姚劲波、万通集团创始人冯仑、360 公司创始人周鸿祎、暴风科技创始人冯鑫、搜狗创始人王小川等。

投资人代表导师：真格基金创始人徐小平、创新工场创始人李开复、北极光创投创始合伙人邓锋、天图资本管理合伙人冯卫东、纪源资本管理合伙人童士豪、梅花天使创投创始人吴世春、金沙江创投总经理朱啸虎、峰瑞资本创始合伙人李丰、火山石资本创始合伙人章苏阳等。

专家学者代表导师：著名经济学家张维迎、斯坦福大学教授谢德荪、大数据顶级科学家吴军、中国人民大学公共管理学院教授吴春波、华为国际咨询委员会资深顾问田涛、特劳特中国区合伙人邓德隆、福道诚壹管理咨询公司首席顾问张霞等。

B、培训导师课酬支付情况

发行人的培训课程体系中，导师课酬有三种情况：分成制（即按照课程收费跟导师分成）、按课次付酬、不收取报酬。

根据不同的课程设置，发行人向课程导师支付授课薪酬的标准不同：黑马成长营、EDP、国际游学项目、千里马班（2016 年底开办）等课程仅向少数导师（主要系专家学者）支付课酬，向企业管理人员和投资人一般不支付课酬；黑马连营、黑马导师营、黑马华营等课程按照一定分成标准向导师支付课酬。

发行人导师一般以半天作为一个授课单位，一位导师授课半天为一个人次，发行人按照相应薪酬标准支付课酬。具体情况如下表：

单位：次，万元

课程类型		2016 年度				2015 年度				2014 年度			
		授课导师人次	支付课酬人次	付酬人次比例	支付课酬金额	授课导师人次	支付课酬人次	付酬人次比例	支付课酬金额	授课导师人次	支付课酬人次	付酬人次比例	支付课酬金额
仅向少数导师支付课酬	黑马成长营	84	18	21.43%	30.91	84	9	10.71%	14.40	114	3	2.63%	6.31
	EDP	23	4	17.39%	9.75	47	3	6.38%	7.02	52	-	-	-
	天使营	37	8	21.62%	16.00	-	-	-	-	-	-	-	-
	千里马计划	11	4	36.36%	12.84	-	-	-	-	-	-	-	-
	国际游	2	2	100%	4.02	2	2	100%	2.57	-	-	-	-

	学												
正常 向导 师支 付课 酬	黑马导 师营	80	80	100%	209.76	4	4	100%	31.50	-	-	-	-
	黑马华 营	47	47	100%	120.09	134	134	100%	395.27	98	98	100.00%	327.88
	黑马连 营	47	47	100%	201.00	6	6	100%	36.67	-	-	-	-
总计		331	210	63.44%	604.37	277	158	57.04%	487.42	264	101	38.26%	334.19
占培训业务总 成本比例		21.75				14.24				15.52			

在黑马成长营、EDP、千里马班（2016 年底开办）等课程中，除为讲授企业运营过程中的实际问题、投融资知识以及创业经验分享外，企业管理人员、专业投资人导师授课的主要目的是在发行人规模庞大的创业者及创业企业群体中，寻找业务合作伙伴、投资标的，并进行自我宣传。因此发行人较少向企业管理人员、专业投资人类导师支付课酬，仅主要向专家学者类导师支付课酬。

天使营课程的导师均为成功的企业家和投资人，授课过程中导师除向学员教授投融资知识外，教、学双方形成了良好的业务合作关系。类似于黑马成长营，该部分课程较少支付课酬。

发行人国际游学项目的导师主要由专业服务机构联系安排，发行人仅邀请少数游学当地的专家作专题讲座。针对由专业服务机构联系安排的导师，发行人不再单独向导师支付课酬，针对发行人邀请的导师，发行人支付一定的课酬，报告期内，发行人在海外单独邀请导师的情形较少发生。

黑马连营和黑马导师营课程的特点是通过小班辅导，导师结合其创业经验为行业相关类企业提供培训指导服务，导师需投入大量的时间和精力参与辅导培训，因此，黑马连营和黑马导师营的运营模式为发行人与导师收入分成。

从业务开展的时间及营收规模看，创业黑马在国内创业辅导培训领域具有品牌和规模优势，也是该行业的开拓者和创新者。

（2）公关服务

发行人的公关服务以线下活动及线上传播相结合，线下以各类活动为主，公关客户通过购买冠名权，享受专项推广服务等方式支付赞助费；线上以 i 黑马网、“i 黑马”微信公众号、“i 黑马”新浪微博、“创业家”微信公众号、“创业家传媒”新浪微博等发行人自有资讯平台对客户进行宣传推广。

① 线下活动

公司的线下活动服务分为“自有品牌活动”，以及“定制活动”两类。其中，“自有品牌活动”均由公司作为主要发起方，包括黑马大赛、黑马创业社群大会、黑马运动会、黑马创交会等，旨在向创业者提供融资对接、学习培训、经验交流等服务的同时，向客户提供品牌推广等公关服务；“定制活动”是根据各地高新区、各级政府机构，以及知名品牌企业、高成长性创业企业的特定需求而策划、实施各类创业活动。公司各类活动具体如下：

活动名称		每年举行次数	举行时间	影响范围	传播覆盖	活动规模
自主品牌活动	黑马大赛	2014 年 44 场；2015 年 28 场；2016 年 3 场	每年 3-12 月	年度大赛为全国性，其他为区域性或行业性。	50 余家媒体报道，覆盖人群>1000 万	年底总决赛为 500-900 人次，区域或行业选拔赛 100 人左右，区域或行业决赛 200-300 人
	黑马创业社群大会	每年 1 次	4 季度	全国性	50 余家媒体报道，覆盖人群>1000 万，>50 万人在线观看直播	累计 2000-3000 人次
	黑马运动会	每年 1 次	1 季度	全国性	30 余家媒体报道，覆盖人群>500 万，>30 万人在线观看直播	累计 2000-3000 人次
	黑马创交会	2016 年 2 场（北京、深圳）	3、4 季度	全国性	30 余家媒体报道，覆盖人群>500 万，>20 万人在线观看直播	累计 2000-3000 人次
定制活动		根据客户需求，2016 年举办 105 场活动	-	区域性	100 余家媒体报道，覆盖人群>1000 万	-

A. 自有品牌活动

a. 黑马大赛

黑马大赛是国内较早发起的创业企业选拔、对接投资的大型系列赛事，于2011年6月正式举办，目前已经扩展至全国30多座城市，涵盖14个热点行业，大小赛事累计超过100场，累计参赛创业企业超过6,000多家，担任大赛评委的企业家和投资人超过1200人次。

黑马大赛是一个为创业企业服务的平台，主要活动特点是发行人邀请创业创新企业参加比赛，展示企业品牌、形象，并邀请企业家和投资人作为嘉宾和裁判进行评选，具有较好的沟通效果，并得到品牌企业、高新园区等单位赞助，并逐步由自有品牌向定制活动转变。

黑马大赛2014-2016年度累计实现公关收入1,437.89万元、753.21万元、130.19万元。



部分黑马大赛图示

2016年起，发行人逐步缩减自办黑马大赛的举办规模，主要原因一是大众创新热潮涌起，全国性的创业大赛出现较多，市场竞争加剧，并且大赛形式逐渐难以满足创业者需求，发行人因此改变服务方式，推出“黑马创交会”等服务形式；二是发行人通过多年的培训和公关活动，积累了一批高新园区及政府类客户以及品牌类客户，根据该类客户的需求进行定制化服务，推出更加符合公关客户需求的活动，包括定制化的黑马大赛，以取得更好的投放效果，并能更为有效的服务于创业创新企业。报告期内，发行人的定制活动数量和收入增长很快，具体分析详见下文“定制活动”相关内容。

b. 黑马创业社群大会

黑马创业社群大会是以服务黑马社群成员为核心，同时吸引众多创业者、投资人、知名企业家、高新园区、创业媒体进行现场互动的全国知名大型创业者交流交易大会，黑马社群成员是通过发行人的服务而相互链接的创业公司及创业者群体，该大会每年年底在北京举行一次。依托黑马创业社群大会，公司将“黑马会”各地方分会、行业分会的会员汇集在一起，通过参与活动加强会员之间的交流，并为会员之间的交易、合作创造大量机会，有效提高了黑马会会员的黏性；各类创业要素的集中参与，使黑马创业社群大会可以向创业者提供丰富的创业服务资源。该活动也是知名品牌企业、创业企业展示企业形象，推广企业品牌的良好场所。2014-2016年，黑马社群大会累计实现公关收入 500.30 万元、568.87 万元和 763.26 万元。



部分黑马创业社群大会图示

c. 黑马运动会

黑马运动会是目前全国知名的创业者交互、交流盛会，第一届于 2014 年 3 月举办，以后通常每年第一季度在北京举行。黑马运动会由创业思想交流和趣味体育竞技构成，通过观点分享、融资路演、团体运动竞技等形式，帮助创业者激发灵感、学习提升、获得创业资源和合作机会。每届黑马运动会均能吸引上千名创业者参与，成为公司提升用户活跃度与用户黏性的重要平台。该运动会也是知名品牌企业、创业企业展示企业形象，推广企业品牌的良好场所。2014-2016 年，黑马运动会累计实现公关收入 170.21 万元、138.68 万元和 144.90 万元。



部分黑马运动会图示

d. 黑马创交会

“黑马创交会”是一个帮助创业者寻找所需资源，并且促成交易的活动平台，目的是帮助创业者提高项目的运营效率，以实现更快速的发展。是更好的服务于创业创新企业而开设的活动，“黑马创交会”的形式是展会与交易相结合：“展会”即在活动现场为参会的创业企业开设展区、展台，以便让其更好地进行展示和推广；“交易”即在活动环节设置以促进成交为目的的环节，参会企业可以有针对性地与上下游可能产生合作关系的资源方进行沟通、洽谈，甚至现场成交。该活动于2016年开始举办，截至本招股说明书签署之日共举办两场，分别于2016年8月、10月在北京、深圳举办。

在举办黑马创交会同时，公司还开展了黑马伙伴计划，其目的是为黑马社群中从事企业级服务的企业提供人才招聘等一系列服务，以让其专注于自身的主营业务，提升运营效率。黑马伙伴计划的开展形式是线上，通过黑马会微信公号展示相关企业的项目，促成交易；与线下“黑马创交会”的活动相配合，帮助它们获取用户。例如，在北京举办的黑马创交会与黑马伙伴计划深度结合，线上线下相结合为创业人群提供深度服务。2016年度，黑马创交会及黑马伙伴计划实现收入990.28万元。



部分黑马创交会图示

e. 城市合伙人

2016年，公司开立了“城市合伙人”计划，目的是通过线上传播与线下活动推广相结合的形式帮助新锐互联网创业公司进行品牌推广传播，提高知名度，从而更方便快捷地在全国范围内寻找商业合作伙伴。2016年，实现收入251.01万元。

未来，公司将持续提升品牌知名度和营收规模；同时针对客户的细分需求，不断推出针对性更强、精准度更高的公关服务产品，不断优化、丰富产品服务体系，实现营收规模持续稳定增长。

B. 定制活动

定制活动是公司根据各地高新园区、各级政府机构、知名品牌企业、高成长性创业企业需求而策划组织的各类创业活动，包括创业赛事、创业沙龙、创新产品发布等形式。通过定制活动，高新园区及各级政府机构为其本地创业者提供融资对接、宣传推广、学习交流等服务；知名品牌企业则达到宣传企业自身、收获优质目标用户，以及服务创业者用户的目的。



部分定制活动图示

2014-2016年，发行人定制公关活动累计实现收入 2,795.70 万元、5,633.63 万元、4,708.11 万元，总体呈现增长趋势。

② 线上创业资讯平台

发行人线上创业资讯平台是指发行人通过自身拥有的相关媒体平台提供创业资讯服务，包括提供创业公司/创始人报道、创业案例分析、创业方法论等资讯，从而覆盖广泛的创业投资人群，作为用户流量入口。

早期公司曾通过与纸媒合作，为创业群体提供资讯服务。随着新媒体的兴起，公司逐渐打造了从 PC 端到移动端的线上媒体平台，包括 i 黑马网、“i 黑马”微信公众号、“i 黑马”新浪微博、“创业家”微信公众号、“创业家传媒”新浪微博，截至 2016 年底，共获取超 570 万订阅/注册用户，2016 年 3 月，公司成功上线“黑马学吧”APP，截至 2016 年底，注册用户超过 3 万。公司与六间房科技有限公司合作，通过黑马学吧 APP 为创业者尤其是黑马社群成员提供资讯服务和在线直播学习服务。公司逐渐成为创业创新领域领先的资讯平台。报告期内，公司主要线上媒体平台具体信息如下：

序号	媒体平台	简介
1.	i 黑马网站 (www.iheima.com)	每日发布十余篇原创文章，主要为投融资报道、创业方法论、创业案例。
2.	“i 黑马”微信公众号	每日发送两次，主要内容为最受关注的创投话题和精彩观点。
3.	“i 黑马”新浪微博	每日更新，主要报道黑马大赛、黑马运动会等社群活动。

4.	“创业家”微信公众号	每日发送一次，主要内容为原创深度报道。
5.	“创业家传媒”新浪微博	每日更新 30 条以上，主要报道创业、投资、科技领域的热门新闻、话题等。
6.	“黑马学吧”APP	每日更新，发布创始人、投资人等创业人群资讯。

发行人线上创业资讯平台在免费提供相关资讯给创业群体的同时，也配合线下活动进行线上传播，所实现收入均计入各类公关活动中，不单独进行收入统计。

③ 公关活动的服务内容

发行人公关业务的服务形式为线下活动和线上传播，收入形式为向客户收取活动的赞助、冠名权、线上品牌推广费等公关收入，公关活动的服务内容包含如下：

服务内容		服务说明
品牌公关	市场公关策略制定	根据企业市场阶段及行业环境制定市场策略。
	CEO 形象包装	明确 CEO 形象定位，安排媒体专访，活动出席、演讲等提升公众形象的机会。
	企业品牌露出	在公司举办的各种相关大赛、沙龙活动体现品牌 logo，展示产品。
	媒体关系管理	与相关媒体、自媒体人建立良好关系，掌握选题动向。
	媒体沟通	不定期组织媒体沟通会，建立畅通沟通渠道。
	日常传播	撰写企业、产品相关稿件。
	粉丝运营	组织粉丝活动。
产品推广	活动策划	根据活动内容设计活动主题及流程。
	活动文案	邀请函、新闻通稿、主持串词、QA 等文案撰写。
	场地提供	提供路演场地，含 LED、茶歇等。
	场地布置及执行	包括签到区、体验区、主场地的布置及活动执行。
	媒体邀请	邀请媒体到场，并在活动后期跟踪传播。
	专访安排	与相关媒体、自媒体人建立良好关系，掌握选题动向。
	人员支持	嘉宾、主持人
创意营销	创意策划	根据客户需求进行创意策划，并制定计划。
	资源组织	根据创意组织相关黑马及媒体资源。
	前期预热	通过新闻媒体、自媒体发布稿件进行预热。
	H5 传播推广	设计并制作 H5 页面，通过微博、微信等渠道扩散，内容外翻。
	活动执行	以 H5 吸引到的报名用户组织线下活动沙龙，自媒体同步直播，实时互动。

	总结定论	安排专访为活动定标。
	定制服务	根据客户需求提供定制化服务。
	广告发布	通过自身媒体或采购媒体为客户发布宣传广告。

④公关类客户构成及收入实现情况

发行人公关类客户主要包括三大类，一是高新园区及相关政府机构，二是知名品牌客户，三是创业创新企业。

政府部分及高新园区类客户，主要赞助发行人举办的各类赛事或采购定制活动方式，展示地方形象，吸引创业企业入驻，并吸引投资者对当地企业进行投资，为招商引资活动进行推广宣传。

知名品牌客户主要是赞助发行人各类赛事及活动，或通过定制活动方式，将创业企业及创业者作为潜在客户群体，通过各类活动进行公关品牌展示和宣传推广。

创业创新企业主要是赞助发行人所举办活动，或深度参与发行人举办的运动会、创交会、黑马伙伴计划，城市合伙人等公关活动，达到提升品牌知名度和获取客户等目的。

针对公关客户，发行人通过收取活动赞助、冠名权、品牌传播费等方式获取公关收取。报告期内，发行人公关客户数量及收入如下表：

客户类型	2016 年客户分布情况			2015 年客户分布情况			2014 年客户分布情况		
	客户数量	实现营业 收入金额 (万元)	占当年公关 收入比例	客户数量	实现营业 收入金额 (万元)	占当年公关 收入比例	客户数量	实现营业 收入金额 (万元)	占当年公关 收入比例
政府部门、高新园区客户	41	2,514.48	35.87%	51	3,356.43	47.00%	24	1,418.21	27.66%
知名品牌企业（含通过 4A 级等广告代理公司投放公关的品牌企业）	32	1,697.07	24.21%	32	1,743.78	24.42%	30	2,631.58	51.32%
创业创新企业	171	2,797.90	39.92%	84	2,041.35	28.58%	40	1,077.67	21.02%
合计	244	7,009.45	100.00%	167	7,141.56	100.00%	94	5,127.47	100.00%

报告期内，发行人公关业呈现如下特点：一是园区及政府类客户家数和收入金额总体增长，政府部门和高新园区主要是定制服务；知名品牌企业虽然家数保持稳定，但公关收入金额有所下降，创业创新企业客户家数和收入均有较大提升。

（3）会员服务

① 基本情况

发行人率先整合行业内优质资源，围绕付费用户打造了创业者社群——“黑马会”。“黑马会”由地方分会和行业分会组成，行业分会致力于打通行业内的资源，围绕行业发展相关主题开展活动，为会员提供同行业、跨地区的企业成长服务；地方分会以会员集中地为标准划分，致力于向全国传播创业创新理念，对接商业资源，促进会员间产生合作。截至 2016 年底，“黑马会”已成立 27 个地方分会和 18 个行业分会，成为国内覆盖面积较广、影响力较大的创业者社群。

② 服务方式及会员权益

“黑马会”通过微信群、黑马会微信服务号等线上工具紧密链接与服务会员，并通过项目路演、私董会、企业参访、创业沙龙等线下方式促进会员之间的学习与互动，帮助会员企业实现加速创新、加速融资、加速成长。

入会企业可获得如下权益

1、获得专属“黑马会员”身份

付费会员将获得发行人颁发的“黑马会编号”，此编号用于证明黑马会会员身份，并且是获得其他会员具体权益的保障。

2、参加地方分会的聚合学习活动

黑马会各地方分会定期举办各种线下活动，包括学习分享、项目路演、沙龙活动等，这些活动的参与人员均为付费会员。

3、观看发行人举办的针对会员企业的线上课程

4、获得创业黑马线下活动的优先参与权

创业黑马的线下活动包括黑马运动会、黑马创业社群大会、创交会等黑马社

群大型活动，付费会员均可优先参与这些活动。

考虑到为“黑马会”会员提供标准化服务，公司计划通过“黑马学吧”APP，为“黑马会”会员提供可在线观看的企业家、投资人、优秀创业者分享的创业经验、创业方法论等内容。

“黑马学吧”APP于2016年3月上线，试运营阶段定位于为创业群体提供移动创业资讯服务。基于上述规划，公司于2017年1月与北京六间房科技有限公司（以下简称“六间房”）达成合作，通过“黑马学吧”APP提供与创业资讯相关的在线学习等服务。

3、公司主营业务收入的构成情况

报告期内，按照盈利方式公司主要通过提供创业辅导培训服务、公关服务和会员服务获取收入，公司主营业务收入的构成及占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
创业辅导培训服务	10,050.12	55.15	8,482.45	51.86	5,089.24	48.27
公关服务	7,009.45	38.46	7,141.56	43.66	5,127.47	48.64
会员服务	1,164.18	6.39	724.03	4.43	257.19	2.44
其他	-	-	9.49	0.06	68.51	0.65
合计	18,223.75	100.00	16,357.53	100.00	10,542.41	100.00

（二）主要经营模式

1、公司的盈利模式

目前公司主营业务中主要收入来源于创业辅导培训服务、公关服务、会员服务等，客户主要是企业客户。

（1）创业辅导培训业务盈利模式

创业辅导培训的具体模式是：针对创业创新企业不同方面的学习与交流需求，有针对性的设计一系列的课程体系，并对课程体系不断完善和创新；以创业

创新企业为付费客户，邀请知名企业家、知名投资人、行业专家等担任导师，对创业创新企业的创始人及高管进行辅导培训，通过多样化的辅导方式，助力创业企业成长。

（2）公关服务业务盈利模式

公关服务业务的盈利模式衍生于公司的创业辅导培训业务。

为给公司的创业辅导培训客户提供一个展示自身、获取资源的舞台，发行人通过举办黑马大赛等线下活动帮助客户对接投资人。之后，随着创业辅导培训客户自身需求的升级，公司又先后开展了黑马创业社群大会、黑马创交会等旨在帮助创业企业经验交流、寻找资源、创造合作机会、促成交易等服务。

一系列线下活动加之线上传播的影响力快速增大，先后吸引了品牌企业、园区类政府机构的关注，他们从品牌推广、培育区内创业企业、招商引资等不同角度，对活动进行赞助甚至提出定制活动的需求，从而衍生出公司的公关服务。之后，不少创业型企业也需要通过在创业群体中扩大影响力，谋求“竞争卡位”优势、获得资源及合作机会、推广品牌等，因此公关客户也迅速拓展为创业型企业。

因此，公关服务业务的盈利模式是：举办一系列自有品牌及定制化的线下活动并进行线上广泛传播，满足公关客户在创业群体中的公关服务需求。在活动中，一方面吸引创业辅导培训客户及其他创业企业的积极参与，协助创业企业进行资源对接及合作；另一方面向公关客户收取赞助费、冠名权、品牌推广费等公关收入。

（3）会员服务盈利模式

向会员收取会员费，通过微信群、黑马会微信服务号等线上工具紧密链接与服务会员，并通过组织项目路演、私董会、企业参访、创业沙龙等线下方式促进会员之间的学习与互动。会员活动中的相关费用由公司承担。

2、采购模式

公司业务经营过程中的主要采购成本包括活动场地租赁成本、场地搭建及材料制作成本、机票酒店等差旅住宿成本、外部咨询服务成本、合作招生机构服务成本、媒体资源成本等。

公司创业辅导培训业务经营过程中所需的场地租赁成本、制作成本等一般采取订单驱动模式。同时，公司部分辅导培训的学员来自于合作招生机构的代理招生（主要发生在黑马华营项目），公司根据每次招生的实际结果，按次向其支付相关代理服务费用。此外，公司在开展培训业务过程中向部分授课导师支付课酬，公司基于创业辅导培训的行业惯例和市场水平，根据不同培训项目课程设置制定了差异化的导师授课薪酬标准，通常公司在导师授课结束时直接向授课导师支付课酬。

公司公关服务业务采购模式：对于定制化项目，一般采用订单驱动式的采购模式，即在获取业务订单后，根据合同约定的执行方案，直接采购所需要的线下活动资源、线上媒体资源。通常公司采用比价的方式确认最终合作方，但是当公司举办的活动规模较大、所需采购的金额较大时，公司采取招标的方式确认最终供应商；对于公司作为主要发起方的自有品牌项目，公司根据拟举办活动的定位、规模、层级制定项目预算，然后进行相关采购，具体多为比价方式，部分采购采用招投标形式。

会员服务采购模式一般采取活动审批、制定预算、然后进行相关采购。

报告期内，发行人主要采购金额如下表：

单位：万元

供应商类型	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
公关会务公司	1,941.12	35.00%	1,770.76	27.18%	2,038.06	39.30%
酒店等场地提供方	538.59	9.71%	521.56	8.01%	498.82	9.62%
外部咨询服务费（旅行社费用）	620.15	11.18%	1,457.91	22.38%	584.20	11.27%

合作招生机构	43.99	0.79%	243.62	3.74%	210.94	4.07%
合作媒体渠道	537.12	9.69%	619.23	9.51%	177.89	3.43%
在线旅行社	642.46	11.59%	853.81	13.11%	731.42	14.10%
外部导师、嘉宾等合作方	898.21	16.20%	706.08	10.84%	430.11	8.29%
其他	323.75	5.84%	341.28	5.24%	514.17	9.92%
合计	5,545.39	100.00%	6,514.25	100.00%	5,185.61	100.00%

报告期，采购主要由公关会务公司（提供场地搭建等服务）、酒店等场地提供方、旅行社（提供海外游业务服务等）、合作媒体渠道、在线旅行社（提交差旅费用服务）及外部导师、嘉宾等合作方酬劳所构成。

采购金额波动的主要原因包括：

（1）2014~2016年各年发行人向公关会务公司采购总额分别为2,038.06万元、1,770.76万元以及1,941.12万元，分别占各年度采购总额的39.30%、27.18%和35.00%，其中2015年较2014年下降13.12%，主要原因是2015年，公司根据行业 and 客户需求变化，适当减少大型线下公关业务活动的数量，加强线上的公关宣传推广力度；2016年发行人向公关会务公司采购略有上升。

（2）2014~2016年发行人向酒店等场地提供方采购总额分别为498.82万元、521.56万元和538.59万元，基本保持稳定。

（3）2014~2016年发行人向旅行社采购总额分别为584.20万元、1,457.91万元以及620.15万元，分别占各年度采购总额的11.27%、22.38%和11.18%，其中2015年较2014年大幅增长149.56%，主要原因是发行人2015年海外游学项目的课程数量和学员人数逐年增加，相应增加了采购旅行社的服务费用；2016年较2015年出现大幅下降57.46%，原因系发行人根据市场和客户需求的变化，适当减少海外游学项目的数量（特别是未开展成本较高的南极游学和北极游学），故向旅行社采购的金额出现较大比例下降。

（4）2014~2016年发行人向合作招生机构采购总额分别为210.94万元、243.62万元以及43.99万元，分别占各年度采购总额的4.07%、3.74%和0.79%，其中2014年、2015年保持稳定，而2016年出现大幅下降，较2015年下降81.94%，

原因系 2016 年下半年发行人黑马华营项目终止。

(5)2014~2016 年发行人向在线旅行社采购总额分别为 731.42 万元、853.81 万元以及 642.46 万元，分别占各年度采购总额的 14.10%、13.11%和 11.59%。发行人向在线旅行社的采购主要用于员工的差旅费，其中 2014、2015 年波动较小，而 2016 年较 2015 年出现一定程度的下降，主要原因系发行人增加了在北京地区的公关活动。

(6) 2014~2016 年发行人向合作媒体渠道采购总额分别为 177.89 万元、619.23 万元和 537.12 万元，分别占各年度采购总额的 3.43%、9.51%和 9.69%，其中 2015 年较 2014 年大幅增长 248.10%，原因是 2015 年公司加强线上的公关宣传推广力度因此增加向合作媒体渠道采购其媒体资源，2016 年发行人向合作媒体渠道采购总额与 2015 年比，略有下降。

(7)2014~2016 年发行人向外部导师、嘉宾等合作方采购总额分别为 430.11 万元、706.08 万元和 898.21 万元，分别占各年度采购总额的 8.29%、10.84%和 16.20%，增长较快，主要原因是根据创业者需求的变化，发行人调整了课程结构，增加了需支付导师课酬课程的数量。

3、服务模式

公司针对创业企业及其创始人不同阶段的成长需求提供多样化服务。报告期内公司主要服务的模式具体如下：

① 创业辅导培训服务

公司提供的创业辅导培训服务主要通过面对面授课形式进行，即公司邀请创业导师，以面授的形式向创业者传授创业经验，具体包括授课、小组讨论、主题分享等形式；此外，公司提供的部分培训课程还包含知名企业参访、国际游学参访等服务方式。

② 公关服务

线下活动与线上传播相结合的方式进行。以黑马大赛、黑马运动会、黑马创业社群大会、黑马创交会等自有品牌活动和创业沙龙、定制赛事等定制化活动为线下活动推广平台，以公司创业资讯平台为线上传播平台，形成线上与线下有机结合的公关服务模式。

③会员服务

创业者可以通过网站注册、微信申请、现场填报的方式加入公司设立的创业者社群——“黑马会”。加入“黑马会”后，公司通过定期或不定期地举办线上（微信群分享，黑马学吧课程等）、线下活动（包括沙龙、分享会等形式）向创业者提供会员服务。

4、销售模式

公司的创业辅导培训业务采用直接销售与渠道销售相结合的销售方式。一方面，公司成立了专门的学员招募团队，通过媒体平台推广、参加行业论坛、峰会等方式宣传公司创业辅导培训课程吸引创业者接受公司培训服务；另一方面，公司还与合作招生机构签署合作协议，由合作机构负责学员的招募工作，该类模式主要集中于黑马华营的招生中，随着 2016 年下半年发行人停办黑马华营业务，该类销售方式不再持续运作。各年度渠道销售费用情况如下表，渠道销售费用 2016 年减少主要系黑马华营停办所致。

项目	2016年		2015年		2014年	
	金额 (万元)	占销售费用 比例 (%)	金额 (万元)	占销售费用 比例 (%)	金额 (万元)	占销售费用 比例 (%)
招生服务费	43.99	2.06	243.62	10.55	210.94	15.34

此外，由于公司在创业者群体中尤其是黑马社群中具有良好的品牌形象，社群成员自发向其他成员推荐逐渐成为公司培训业务获取订单的重要方式。

公司的公关业务主要采取直接销售方式，经过多年的发展，公司形成一支经验丰富的公关业务销售团队，负责整体公关业务的市场拓展，是公司公关业务订

单主要来源。同时，社群成员相互推荐逐渐成为公司公关业务订单的重要来源之一。

公司会员服务业务的销售主要体现在“黑马会”会员拓展方面，目前公司“黑马会”会员主要来源于黑马社群中成员的自愿推荐及发行人的拓展。

5、公司采取目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式的影响因素在报告期内变化情况及未来变化趋势

目前公司所采取的经营模式是自身结合创业服务行业实际情况，通过多年探索逐步总结所得。以创业者为中心的创业群体的核心需求是否发生变化是影响公司经营模式的关键因素。报告期内及可预见未来，公司的经营模式及其影响因素不会发生重大变化。

6、公司业务模式的创新性

(1) 以社群为基础的用户服务体系

公司在服务创业者的过程中构建起了活跃的创业者社群，社群成员深度互动并开展合作与交易，从而带来更高的用户黏性和用户活跃度，并逐渐形成了用户服务用户的可自循环创业生态系统。

(2) 线上导流、线下深度服务的运营模式

公司的业务体系在“线上导流、线下深度服务”的逻辑下，形成线上与线下运营的闭环。线上部分以发布创业资讯等内容为基础，通过 i 黑马网站，微博、微信公众号形成用户入口，通过内容与用户形成互动，并引导用户在线下参与；线下以活动及黑马会、创业辅导培训、创业公关等产品深度服务用户，同时产生优质内容源为公司线上资讯平台提供内容。

公司目前正通过移动工具的引入对这一运营模式做进一步延展。移动工具具有与线下使用场景高度融合的特性，使得公司线下与线上服务得以形成更为紧密的闭环，不同服务场景的切换更为迅速与自然，从而让用户体验更为完整。

（3）全方位、多样化的综合创业服务体系

作为综合服务平台，公司可以向创业公司及其创始人提供全方位、多样化的创业服务。学习、推广、融资是创业公司成长过程中的核心需求，与之对应，培训、公关、投融资对接成为满足创业公司及其创始人成长的重要方式。公司通过运营线上资讯平台、策划组织线下活动、社群运营提供会员服务、开展创业辅导培训以及提供公关服务等方式，有效解决创业公司成长过程中的核心需求。

（4）“内容产品化、产品服务化、服务众包化、众包平台化”的服务模式

在业务开展过程中，公司逐步形成“内容产品化、产品服务化、服务众包化、众包平台化”服务模式，其含义指：公司在生产创业资讯时，会根据创业者的核心成长需求，使资讯内容可以成为结构化的服务产品；然后，将有价值的产品通过线下服务的方式与用户形成链接与交互，实现良好的用户体验与粘性。并且，公司所提供的服务是在整合知名企业家、投资人、高新园区等其各类优质资源的基础上以众包的方式来完成。随着公司业务规模的不断扩大，将逐步构建线上服务平台来连接更广泛的用户，并将服务与用户精准匹配，实现对用户的高效服务及公司规模化发展。

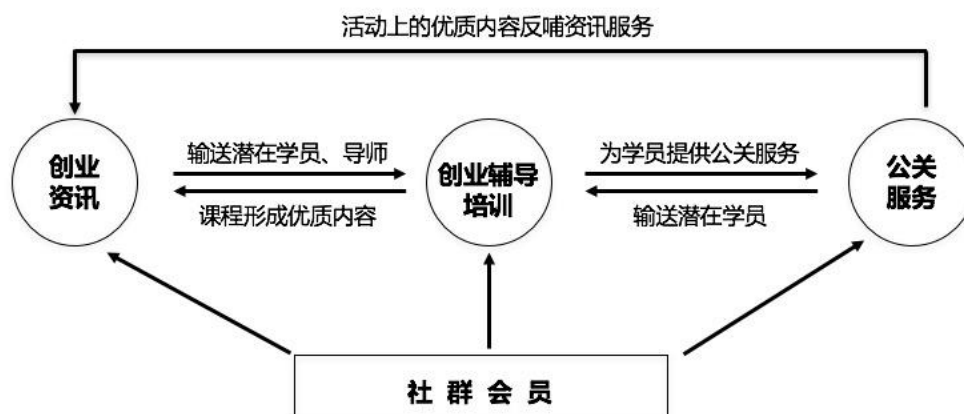
7、公司业务模式的可持续性

（1）公司采用行业普遍采用的生态模式

创业服务业主要为创业创新人群提供服务。这一人群的特点是高附加值，有强烈的生存与发展欲望，需求多元，如获取资讯、学习先进经验、获得投资、拓展人脉、业务合作、达成交易等，单一产品和服务难以满足。基于服务对象的这一特征，国内外创业服务机构普遍采用生态模式——多点触达、多元服务的综合平台——为创业企业提供服务。

公司8年前开始创业，以帮助创业者提高成功率为宗旨，在不断满足创业群体多样化需求的过程中，逐渐探索出了有自己特色的综合一站式发展逻辑——媒体（资讯）—辅导（培训）—公关（商业增值服务）—会员（社群），形成了以“共创、共享、共赢”为特征的创业服务生态。公司的创业服务生态，各业务之

间的相互关系如下图：



(2) 公司业务并不依赖单一产品，各类产品均已经过验证，进入成长期，具备良好盈利能力

公司各类产品均已得到市场验证，收入实现稳步增长，具备较好盈利能力，不存在单一依赖某一业务之情形。2014、2015 以及 2016 年度，公司创业辅导培训业务实现的收入分别占各年度三类主要产品收入的 48.59%、51.89% 以及 55.15%，其中，2014、2015 年基本稳定在 50% 左右，2016 年略有提升超过 55%。2014、2015 以及 2016 年度，公司公关服务实现收入占各年度三类主要产品收入的 48.95%、43.68% 以及 38.46%。2014、2015 以及 2016 年度，公司会员服务实现收入占比较小，但是保持了稳步上升。

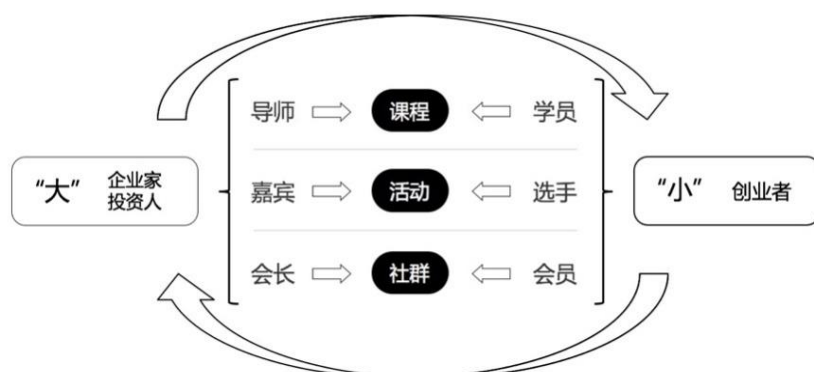
公司各类产品均已经过验证，进入成长期，具备良好盈利能力。2014 年度、2015 年度以及 2016 年度，公司三类主要产品毛利分别为 4,702.96 万元、8,803.81 万元以及 11,216.41 万元，复合增长率达 54.43%，呈现较快增长速度，各项业务均实现稳步增长。

(3) 公司创业服务生态中，参与方相互对接、互利共赢，产生了较大的自发性平台交易量（公司未参与撮合及收费），平台凝聚力和持续性较强

① 公司创业服务生态中，各参与方相互对接、互利共赢

公司创业服务生态的核心就是打通“大（企业家、投资人）”和“小（创业者）”，用课程、活动、社群让企业管理人员（主要是企业家）、专业投资人、创

业者、政府构成的生态圈成为流动的活水。公司打通“大”和“小”的创业服务生态体系详见下图：



在打通“大”和“小”的过程中，创业服务生态中各个参与方——创业者、企业家、投资人、品牌企业、政府园区——在生态里各取所需、互相合作，形成了强大的凝聚力和扩张力。在这个生态中，公司只以辅导培训、赛事公关和会员服务收取费用（不收取其他任何中介费用）建立业务闭环，投融资和商务对接机会均免费开放给各参与方，各参与方相互合作，互利共赢，具体如下：

A. 企业家、投资人传播商业思想，寻找商务合作与投资机会

企业家和投资人有丰富的实战经历，并且有被认可的商业成就，非常希望传播自己的商业思想、影响更多的创业者，同时寻找新的商业合作机会。公司构建的生态圈能够充分满足他们的需求，是他们达成上述目的的重要平台。

B. 创业者寻求合作、融资，获得成长

通过公司建立的生态圈，创业者在接受付费培训、获得平时难得一见的企业家面对面指导的同时，还能获得大量免费的资源对接机会和推广机会，从而加速自身企业的成长。对于缺乏名气和资金的小创业者，这个生态圈提供的资源和“在一起”的氛围，具有强大的吸引力。

C. 政府园区通过参与创业服务生态招商引资

地方政府及其高新园区可以通过举办定制创业大赛、宣传当地产业政策及区位优势等方式，参与公司建立的创业服务生态，招商引资，推广“双创”文化。

②公司创业服务生态中，产生了较大的自发性平台交易量

公司所建生态中的创业者与其他参与方发生大量资源对接与交易（公司未参与撮合及收费）。报告期内，学习场景下，公司 1/3 的黑马成长营学员在上课期间和结业后获得融资，总融资金额达 219.29 亿元，其中，1/3 的学员融资来自导师或导师所在机构；活动场景下，16.34%的创业项目在其参加黑马大赛当年获得投资，总金额达 292.30 亿元，其中，1/3 的创业项目在大赛现场即获得投资人发出的邀约函并最终达成交易；公司还为 32 个地方政府及其高新园区举办了 162 场定制赛事，共有 122 个参赛的初创项目在赛事举办当地的高新园区或孵化器注册。

综上，公司所提供的基于学习、活动场景下的商务交流平台，有效的促进了学员、选手、导师、嘉宾、政府等各类参与者之间的沟通交流效率，提高了投融资、商务合作、招商引资等业务合作几率。公司在自营业务和开放业务之间形成了很好的平衡，与平台各个参与方的关系稳定、持续。

（4）公司导师队伍来源广泛，数量稳定，黏性强，具有可持续性

①公司导师来源广泛

公司在创业资讯和案例研发过程中，深度触达成功企业创始人，并与之结下深厚友谊，他们成为公司导师的主要来源；经过多年的发展，公司不少学员也成为成功的企业家，认同公司的文化和价值，愿意去启发、培养创业者，并从中发现合作价值，他们也成为公司导师的主要来源之一；公司持续跟踪宣传创业者，并吸引创业者成为培训学员，同时吸引了将创业者作为潜在投资对象的专业投资人成为导师，为创业者授课，通过深度交流，寻找合作投资标的；在此基础上，公司还邀请专家学者为创业者授课，部分专家学者开办有律师事务所、人力资源培训机构、管理咨询机构等，创业者也是其潜在目标客户群体。

②报告期内，公司导师数量稳定

公司与导师合作关系稳定，报告期内导师数量持续稳定增长，共计 321 名导师为公司创业辅导培训课程授课，其中 74 位导师累计为公司授课 568 次，占报告期总课程 872 课次的 65.14%，平均每位导师报告期累计授课 7.68 课次。

③公司根据导师授课薪酬标准向导师支付课酬，但导师不只为课酬而来，更是为公司平台合作价值而来

公司制定了导师课酬支付标准，具体如下：

课程类型	课酬标准
黑马成长营	企业管理人员、专业投资人：常任导师按标准支付课酬；客座导师原则上不支付课酬，若导师提出课酬支付要求，则参考行业水平支付课酬。 专家学者：按照导师的行业地位和影响力分为A/B/C三类，A级导师2.5-4.0万/半天（税后），B级导师1.0-2.5万/半天（税后），C类导师0.5-1.0万/半天（税后）。
EDP	
天使营	
千里马计划	
国际游学	
黑马连营	与导师签订培训收入分成协议，约定以课程收入的一定比例向导师支付课酬。
黑马导师营	
黑马华营	按照导师的职级分为A/B两类导师。 A级导师（华为现任顾问及华为前常务副总裁）：5万/天（税后），3万/半天（税后）； B级导师（华为前高级副总裁、业务部门前部长、总监等）：3万/天（税后），1.5万/半天（税后）。

公司经过多年的潜心经营，积累了规模庞大的创业者资源，打造了多点触达、综合一站式的创业服务平台，形成了闭环创业生态，可以很好满足企业家和专业投资人的上述需求。因此，企业家和投资人导师来到公司平台授课，主要是为了获取增值商业价值，而非仅为获得课酬。

④公司建立了动态的导师管理体系，并与100名导师签订了为期三年的长期授课协议，以进一步锁定核心导师资源，保证创业培训业务持续增长

A. 建立了导师动态化管理体系，通过试讲、营员打分等方式对导师进行分类、分级管理，并且持续执行，保证优胜劣汰。

B. 公司与100名导师签订了为期三年的长期授课协议，以进一步锁定核心导师资源，保证创业辅导培训业务持续增长。

(5) 未来公司将升级创业服务生态平台

随着用户数扩大、参与方增加，公司将升级搭建创业服务生态平台2.0体系，不断延伸服务能力，未来将推出创业路演服务、创业咨询服务、创业招商加盟服

务等具有强烈市场需求的新式自营增值商务服务，同时增加中介服务机构。这种 2.0 生态建设将给公司带来巨大的持续增长空间。

(6) 公司将结合募投项目，建立分布于全国的网点服务系统，更加贴近并精准服务本地创业者

公司本次发行募集资金，拟选择已经成立黑马分会的 12 个城市设立众创空间，以众创空间作为物理平台和区域性枢纽，建立起分布于全国的网点服务系统，使业务网络覆盖国内创新能力较强的城市和区域。拟建设的“黑马众创空间项目”将使公司更加贴近本地创业者，更快捷地了解到他们的需求，为他们在创业服务生态中提供更加精准的服务。

公司还将在全国 100 个城市建立服务网点，更全面地实现创业服务的“下沉”。比如，公司可以基于遍布全国的网点开展“双师模式”的创业辅导培训——通过实时互动的视频设备，实现“导师本地讲课，营员异地听课”，从而将有限的导师资源延伸到三四线城市，将培训人群从企业创始人延伸到中小企业主和企业高管，显著扩大公司创业服务生态的外延，实现营收规模的持续增长。

(7) 公司创业辅导培训业务具备可持续性

公司创业辅导培训业务具备可持续性，具体原因如下：

①国家创业产业政策对创业辅导业务的支持力度较大

《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》（国发[2015]32 号）明确提出鼓励开展各类公益讲坛、创业论坛、创业培训等活动，丰富创业平台形式和内容。《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》（国办发[2015]9 号）明确提出：丰富创新创业活动，建立健全创业辅导制度，培育一批专业创业辅导师，鼓励拥有丰富经验和创业资源的企业家、天使投资人和专家学者担任创业导师或组成辅导团队。鼓励大企业建立服务大众创业的开放创新平台，支持社会力量举办创业沙龙、创业大讲堂、创业训练营等创

业培训活动。国家创业产业政策对创业辅导业务的支持力度较大，促进公司创业辅导培训业务实现可持续发展。

②公司创业辅导培训业务建立了“学习场景下的商务交流合作”体系，吸引创业人群加入；公司创业辅导课程体系符合参与各方需求，具备吸引力

8年来，公司构建起了“学习场景下的商务交流合作”体系，对创业者学员和企业家、投资人导师产生强大的吸引力，支持公司的业务向更广更深发展。

公司从创业资讯业务开始就投入了大量的资源持续开发创业案例，截至2016年底，公司共开发了数百个创业案例，形成了规模庞大、内容丰富、实用性较强的创业案例库。在案例开发基础上，公司对创业者需求不断挖掘，形成了系统化的课程框架，即创始人成长、商业模式、融资实务、组织创新、社群与营销、产品六大课程模块。以此为核心，公司逐步建立了一个较为完善的创业辅导培训课程体系，包括黑马成长营、黑马连营、黑马导师营以及系列EDP课程等。

公司的创业辅导培训课程体系来源于实践，充分考虑创业者真实需求并不断完善，具有可持续性。

③公司的导师来源是可持续的，并且能够满足创业辅导培训业务异地扩张的需要

具体见“本节（4）公司导师队伍来源广泛，数量稳定，黏性强，具有可持续性”

④公司的学员辅导需求强烈，学员来源具备可持续性

在“双创”浪潮之下，创业企业数量增长快速：据国家工商总局统计，2016年新登记企业达552.8万户，平均每天新增1.51万户。创业企业成长过程中，对于深入、细致的辅导培训需求强烈，“双创”背景下的创业辅导培训是刚性需求。同时，创业企业也需要专业的投融资和商业合作服务。公司的创业辅导培训课程体系来源于创业资讯业务所带来的各类案例，创业者在学习过程中不仅仅能了解企业家、专业投资者对创业发展中各类问题的判断及应对办法，而且可以和

企业家、专业投资者进行投融资对接、商业合作等各项业务，公司的课程体系对创业者具有较大吸引影响力。综上，公司的学员辅导需求强烈，学员来源具备可持续性。

⑤公司创业辅导培训业务未来将拓展到管理培训市场

根据中泰证券测算，2015-2019年，中国企业管理培训市场每年将保持15%的增长速度，预计到2019年，中国企业管理培训市场规模将超过1600亿元。管理培训行业面临着前所未有的巨量客户，但也面临着更新换代的挑战。移动互联网时代，创业企业的主要培训需求发生了根本性变化，在于学习新模式、新技术、新资本。管理培训原有的客户——大公司的管理者和传统企业主，也会产生此类培训需求。因此，传统的管理培训也给“双创”培训让出了可观的市场空间。未来公司将创业辅导培训业务拓展到管理培训市场。

⑥公司将推出高管营、行业营等新课程产品，进一步扩大辅导培训收入规模

随着创业辅导培训逐步走向深入，越来越多的企业创始人意识到，提升企业经理人和骨干员工的职业化素质是企业核心竞争力的源泉。公司因应这种需求开发“高管营”辅导项目，聚焦企业高管人群开展关于提升格局、强化管理、领导团队、提高效率、创新营销等方面的培训。同时，这将使公司辅导培训的目标人群进一步与管理培训重合，从而加快向管理培训市场渗透。

在长期开展创业辅导培训服务的过程中，公司发现处于同一行业、同一阶段的学员通常具有较为相似的学习与合作需求，彼此能产生更强黏性。基于上述情况，公司开发“行业营”辅导项目，面向同一行业、同一阶段的学员的共性需求，开展针对性更强的培训课程。这将有利于公司在多个垂直行业拓展培训客户，进一步扩大营收规模。

⑦公司异地扩张具有可持续性，将结合募投项目的开展，推广异地培训模式，并融合“双师模式”，推广远程培训模式，公司导师及会员分布可支持异地模式

公司本次发行募集资金，拟选择已经成立黑马分会的 12 个城市设立众创空间，以众创空间作为物理平台和区域性枢纽，形成分布于全国的使公司业务网络覆盖国内创新能力较强的城市和区域。拟建设的“黑马众创空间项目”将成为公司在各地开展创业辅导培训服务的线下场所。

目前，随着网络的普及、计算机通讯技术的发展、传播媒介和手段的多样化，公司基于多媒体软硬件手段的“双师模式”将完全具备实施的条件。公司将参照 K12 教育领域的“双师模式”，未来在全国 100 个城市建立线下教室，通过实时互动的视频设备，实现“导师本地讲课，营员异地听课”，从而将有限的导师资源延伸到三四线城市，将培训人群从企业创始人延伸到中小企业主和企业高管。当这一目标实现，覆盖全国 100 个城市的学习场景能够创造的商业机会至少目前难以估量。

公司的导师来源分布广泛，可以支持创业辅导培训业务异地扩张。公司的导师除了分布在北京、上海、广州、深圳等一线城市，也广泛分布于杭州、南京、重庆、成都、苏州、厦门等二三线城市，为创业辅导培训业务的异地扩张提供了天然的便利。截至 2016 年底，公司已经在全国建立了 27 个黑马会地方分会，各地分会均可开发本地优秀企业家和投资人成为导师，为本地创业者提供深度学习服务。此外，公司还组织一线城市分会与二线城市分会互动，加强各地分会之间的互动交流，为培训业务的异地扩张提供支撑。

此外，未来公司的创业辅导培训平台还将对外开放，接入相关服务，满足创业者不同需求。

综上，公司的辅导培训业务能够可持续发展。

(8) 公司建立的创业服务生态，社会意义重大，社会效益显著

目前，创业企业数量激增，如果没有及时且适当的辅导与帮助，死亡率会非常高。因此，在“双创”背景下的创业者服务与培训已经成为一个社会任务，也是一个历史时期极重要的使命。

公司开展的创业服务、建立的创业服务生态，正是在上述情势下诞生、发展、壮大，并与产业链上的其他机构一起，共同承担起创业服务的社会责任。具体而言，公司的创业服务生态具有以下社会意义：第一，凝聚创业人群，让创业者不再孤独。第二，辅导帮助创业企业，提高其创业成功率。第三，响应国家政策，推动“双创”氛围形成。

（三）公司主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

发行人主营业务是线上线下相结合的创业服务业，按照盈利方式主要分为创业辅导培训业务、公关业务以及会员服务业务。

发行人设立之初向创业群体提供创业资讯，包括创业领域最新新闻报道、创业者/创业企业深度报道等内容。伴随业务演进，针对创业者学习的需求，公司开拓创业辅导培训业务，该项业务增长迅速，并逐步成为公司的主要盈利来源，此后，公司开始以线上线下相结合的方式向创业群体提供公关服务，经过不断发展，逐渐成为其核心业务之一。2013年后随着国家大力支持创新创业的发展，发行人创业辅导培训业务出现爆发式增长。在开展上述业务的同时，公司通过构建“黑马会”，向创业群体提供会员服务。

公司业务演进具体如下：

1、业务起源：发端于创业资讯服务，积累了创业群体

发行人的业务起源于向创业者提供创业资讯服务，通过打造从传统媒体到PC端、移动端的线上媒体平台等，发行人为创业群体提供创业公司/创始人报道、创业案例分析、创业方法论等资讯内容，同时借助媒体引流特性，发行人积累了数量可观的创业群体。由此，发行人归纳总结出创业企业及创始人的特征及需求，即数量众多、学习社交意愿强烈、追求高关注度。

2、服务升级：推出创业辅导培训服务，壮大了创业群体

在提供创业资讯服务过程中，发行人发现除获取资讯、追求关注外，创业企业迫切希望学习创业成长的理论知识与实战经验，并接触成功企业家思想和资

源；而成功企业家也很乐于向年轻一代创业者分享创业经验、教训。发行人基于早期运营积累的创业群体优势及创业领域的品牌优势，创办了“黑马营”，开创了国内创业辅导培训的新模式，即邀请知名企业家、投资人等以实战培训的方式向创业者提供创业理论指导与实战经验。同时，创业辅导培训服务的面对面交流模式，更有利于群体的交流和需求的互动，创业群体的规模、黏度和知名度日益增大，由此围绕在发行人周围的创业群体不断壮大，群体关系向社群关系演变。

3、为创业群体打造展示和交流平台：创办“黑马”品牌系列线下活动并与线上媒体互动，衍生公关服务业务

在创业辅导培训过程中，发行人发现所培训的创业企业缺乏展示舞台，有向用户、投资者等展示自身企业的迫切需求，发行人于2011年创办了“第一届黑马大赛”。黑马大赛面向创业群体，为创业企业提供现场路演展示，好的项目现场就有投资人、企业家决定投资或愿意投放资源支持。黑马大赛实现了创业企业和投资人、创业企业和大企业的高效对接，成功吸引大量创业企业、投资人、企业家参与。

黑马大赛是一个免费为创业企业服务的平台，不向创业企业收取任何费用。但由于黑马大赛在创业群体影响力较大，吸引了品牌企业的关注（如红牛、克莱斯勒等），他们有增加品牌创业元素、在创业群体中提炼品牌符号，向创业者传播品牌精神的需求。而发行人在创办线下活动的同时，也可以利用自身创业资讯服务形成的平台及媒体资源，通过线下线上相结合的方式，为该类致力于影响创业企业的客户提供公关服务（包括活动的赞助、品牌的宣传等）。由此产生了发行人的公关服务。而公关服务的收入又可以推动黑马大赛的良性发展，吸引创业企业免费的参与。

之后，借助线下活动组织策划经验，发行人根据创业群体和不同客户的需求，不断拓展线下活动类型和方式，公关服务客户也逐步扩充为品牌企业、科技园区和政府类机构、创业企业等。

4、为创业社群提供深度服务：“黑马会”成立，推出会员服务

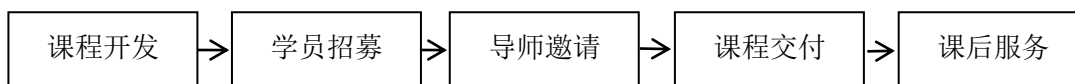
通过辅导培训聚合、大赛等线下活动触达，资讯平台的影响，发行人和用户之间，用户和用户之间已经形成了深度互动高粘性的社交关系。在此基础上，发行人整合行业内优质资源，围绕付费用户打造了创业者社群——“黑马会”。“黑马会”通过微信群、黑马会微信服务号等线上工具紧密链接与服务会员，并通过项目路演、私董会、企业参访、创业沙龙等线下方式促进会员之间的学习与互动，帮助会员企业实现加速创新、加速融资、加速成长。

2013 年以来，随着国家大力支持创新创业的发展，发行人创业服务主业收入大幅增长。创业辅导培训方面，发行人开课规模、开课频次均出现较大幅度的增长，同时课程的设置也稳步多样化，适应了创业企业不同方面的培训需求；公关服务方面，一方面线上媒体平台影响力不断增大，用户规模、活跃度均出现较大幅度提升；另一方面，发行人陆续创办了黑马运动会、黑马创业社群大会等创业领域内较为出名大型活动，并持续开拓各类定制服务新形式，不断增强公关服务能力；会员服务方面，“黑马会”地方分会、行业分会发展迅速，截至 2016 年末共有 18 个行业分会、27 个地方分会。综上，发行人的业务发展历程表明，发行人各类细分业务均紧密围绕创业服务这一主营业务，紧密围绕创业群体这一核心服务对象。

（四）报告期发行人提供主要服务的流程图

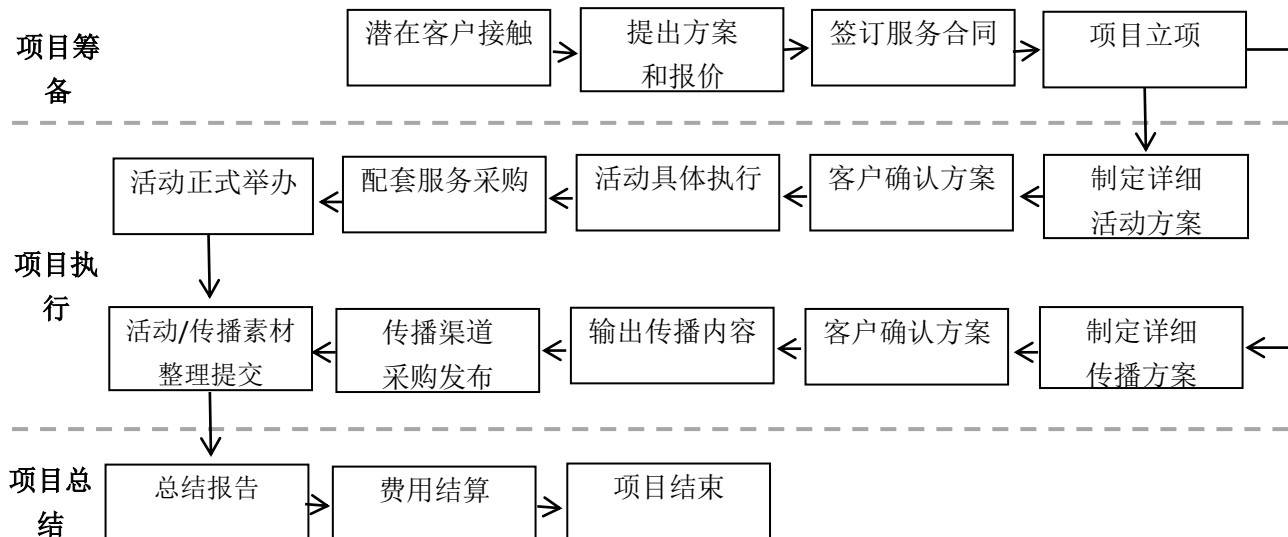
报告期内，公司主要通过提供创业辅导培训服务、公关服务、会员服务获取收入，公司主要服务的服务流程如下：

1、创业辅导培训服务



创业辅导培训服务流程图

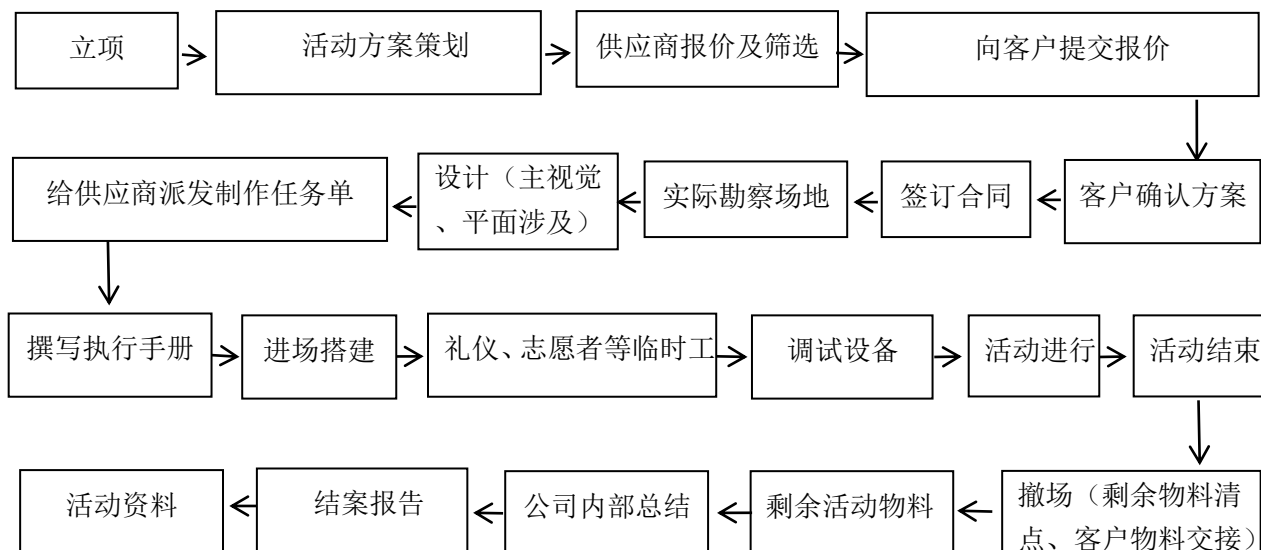
2、公关服务



公关服务流程图

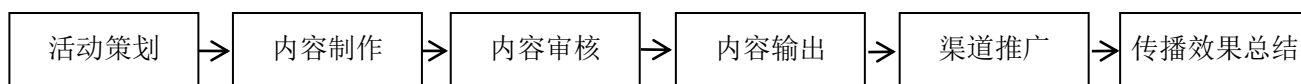
公关服务包含线上和线下两个流程：具体如下：

(1) 线下活动服务



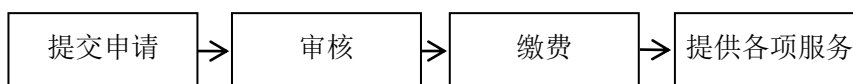
线下活动服务流程图

(2) 创业资讯服务



创业资讯服务流程图

3、会员服务



会员服务流程图

二、行业基本情况

公司主要为创业者提供相关创业服务，具体包括创业资讯服务、线下活动服务、会员服务、创业辅导培训服务、公关服务等，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订)，公司所处行业属于“L 租赁和商务服务业”中的“L72 商务服务业”。

鉴于公司的主要收入和利润来源于创业辅导培训、公关和会员服务，因此以下主要围绕创业服务、培训和公关等三个方面对公司所处行业情况进行分析。

(一) 行业主管部门、行业监管体制和主要法规政策

1、行业主管部门和监管体制

因属于新兴行业，国内尚无对创业服务行业进行统一监管的主管部门。国家发改委、科技部、工信部从产业政策角度出发，分别出台了部分促进“大众创业、万众创新”（以下简称“双创”）的文件。它们可以认为是目前国家推动“双创”工作的主要监管部门。

此外，公司提供的创业服务业务中，含有创业辅导培训和公关等内容。目前该等业务的主要监管部门是国家工商总局。

2、主要法律法规和产业政策

(1) 创业服务业主要法律法规和产业政策

①创业服务业主要法律法规

序号	法规名称	生效日期	发布机构	相关内容
1.	《中华人民共和国中小企业促进法》	2003/1/1	全国人民代表大会常务委员会	政府有关部门应当积极创造条件,提供必要的、相应的信息和培训服务,在城乡建设规划中根据中小企业发展的需要,合理安排必要的场地和设施,支持创办中小企业;地方政府应当根据实际情况,为创业人员提供工商、财税、融资、劳动用工、社会保障等方面的政策培训和信息服务;国家鼓励个人或者法人依法以工业产权或者非专利技术投资参与创办中小企业。
2.	《中华人民共和国就业促进法》	2008/1/1	全国人民代表大会常务委员会	国家依法发展职业教育,鼓励开展职业培训,促进劳动者提高职业技能,增强就业能力和创业能力。鼓励和支持各类职业院校、职业技能培训机构和用人单位依法开展就业前培训、在职培训、再就业培训和创业辅导培训;鼓励劳动者参加各种形式的培训。企业应当按照国家有关规定提取职工教育经费,对劳动者进行职业技能培训和继续教育培训。

②创业服务业主要产业政策

序号	文件名称	发布机构	相关内容
1.	《产业结构调整指导目录(2011年本)》	发改委	商务服务业中的“就业和创业指导、网络招聘、培训、人员派遣、高级人才访聘、人员测评、人力资源管理培训、人力资源服务外包等”为鼓励类产业。
2.	《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》	国家工商行政管理总局	积极支持高校毕业生、农民工、就业困难群体以创业带动就业,进一步完善自主创业、自谋职业优惠政策措施。
3.	《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》	国务院	财政部、发展改革委要研究提出具体意见,对服务领域重大技术引进项目及相关的技术改造提供贷款贴息支持,对引进项目的消化吸收再创新活动提供研发资助,在政府采购中优先支持采用国内自主开发的软件等信息服务,进一步扩大创业风险投资试点范围。探索开展知识产权质押融资,引导和鼓励社会资本投入知识产权交易活动,符合规定的可以享受创业投资机构的有关优惠政策。
4.	《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意	国务院	加快构建众创空间、降低创业门槛、鼓励科技人员和大学生创业、支持创新创业公共服务、加强财政资金引导、完善创业投融资机制、丰富创新创业活动、营

	见》		造创新创业文化氛围。
5.	《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》	国务院	充分认识推进大众创业、万众创新的重要意义；创新体制机制，实现创业便利化；优化财税政策，强化创业扶持；搞活金融市场，实现便捷融资；扩大创业投资，支持创业起步成长；发展创业服务，构建创业生态；建设创业创新平台，增强支撑作用；激发创业活力，发展创新型企业；拓展城乡创业渠道，实现创业带动就业；加强统筹协调，完善协同机制。
6.	《国务院关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》	国务院	大力发展专业空间众创：鼓励各类科技园、孵化器、创业基地、农民工返乡创业园等加快与互联网融合创新，打造线上线下相结合的大众创业万众创新载体。鼓励各类线上虚拟众创空间发展，为创业创新者提供跨行业、跨学科、跨地域的线上交流和资源链接服务。鼓励创客空间、创业咖啡、创新工场等新型众创空间发展，推动基于“互联网+”的创业创新活动加速发展。
7.	《关于做好推动大众创业万众创新工作的通知》	工信部	加快创业基地建设；完善中小企业服务体系；加强投融资服务；强化创业创新培训；实施“互联网+小微企业”行动计划；开展丰富多彩的“双创”活动；加大“双创”宣传力度。
8.	《国家科技企业孵化器“十二五”发展规划》	科技部	支持科技创新创业活跃、孵化能力突出的园区或城市，建设科技创新创业示范区，并建立完善相关考核、评价标准和细则，营造良好的创新创业环境。国家财政资金和科技计划，围绕孵化器基础设施、公共服务、创业辅导培训、创业导师、持股孵化和孵化采购等服务支撑体系建设，加大对孵化器的支持力度，扶植科技创业和创业载体建设。
9.	《国务院关于加快科技服务业发展的若干意见》	国务院	构建以专业孵化器和创新型孵化器为重点、综合孵化器为支撑的创业孵化生态体系。加强创业教育，营造创业文化，办好创新创业大赛，充分发挥大学科技园在大学生创业就业和高校科技成果转化中的载体作用。
10.	《国务院办公厅关于加快众创空间发展服务实体经济转型升级的指导意见》	国务院	在重点产业领域发展众创空间；鼓励龙头骨干企业围绕主营业务方向建设众创空间；建设一批过家家创新平台和双创基地；加强众创空间的国际合作。
11.	《国务院关于促进创业投资持续健康发展的若干意见》	国务院	加快培育形成各具特色、充满活力的创业投资机构体系；积极鼓励包括天使投资人在内的各类个人从事创业投资活动；大力培育和发展合格投资者；建立股权债权等联动机制；完善创业投资税收政策；建立创业投资与政府项目对接机制；研究鼓励长期投资的政策措施；发挥政府资金的引导作用。

12	国务院办公厅关于建设大众创业万众创新示范基地的实施意见	国务院	在更大范围、更高层次、更深程度上推进大众创业万众创新，加快发展新经济、培育发展新动能、打造发展新引擎，建设一批双创示范基地、扶持一批双创支撑平台、突破一批阻碍双创发展的政策障碍、形成一批可复制可推广的双创模式和典型经验，重点围绕创业创新重点改革领域开展试点示范。
----	-----------------------------	-----	---

(2) 创业服务细分业务涉及的主要法律法规和产业政策

公司创业服务业务中，按照收入来源分为创业辅导培训、公关服务和会员服务。其中创业辅导培训业务和公关服务相关联的产业主要是培训行业和公关行业，以下就该等行业法规及产业政策介绍如下。

①培训行业主要法律法规和主要产业政策

序号	文件名称	发布机构	相关内容
1.	《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》	国务院	加快推进中小企业服务体系建设，积极培育各级中小企业综合服务机构，引导和带动服务机构的发展。建立和完善财政补助机制，支持服务机构开展信息、培训、技术、创业、质量检验、企业管理等服务；支持培育中小企业管理咨询机构，开展管理咨询活动，引导中小企业借用“外脑”提高经营管理水平；大力开展对中小企业各类人员的培训，实施中小企业银河培训工程，加大财政支持力度，充分发挥行业协会（商会）、中小企业培训服务机构的作用，广泛采用网络技术等手段，开展政策法规、企业管理、市场营销、专业技能、客户服务等各类培训。高度重视对企业经营管理者的培训，在3年内选择100万家成长型中小企业，对其经营管理者实施全面培训。
2.	《国务院关于国家中长期人才规划纲要（2010-2020年）》	国务院	完善以企业为主体、职业院校为基础，学校教育与企业培养紧密联系、政府推动与社会支持相结合的高技能人才培养培训体系。加强职业培训，统筹职业教育发展，整合利用现有各类职业教育培训资源，依托大型骨干企业（集团）、重点职业院校和培训机构，建设一批示范性国家级高技能人才培养基地和公共培训基地；适应产业结构优化升级和实施“走出去”战略的需要，以提高现代经营管理水平和企业国际竞争力为核心，以战略企业家和职业经理人为重点，加快推进企业经营管理人才职业化、市场化、专业化和国际化，培养造就一大批具有全球战略眼光、市场开拓精神、管理创新能力和社会责任感的优秀企业家和一支

			高水平的企业经营管理人才队伍。依托知名跨国公司、国内外高水平大学和其他培训机构，加强企业经营管理人才培训，提高战略管理和跨文化经营管理能力。
3.	《企业经营管理人才队伍建设中长期规划2010-2020年》	中共中央组织部、统战部、国资委、工信部、中华全国工商业联合会	到2015年，企业经营管理人才总量达到3500万人。到2020年，企业经营管理人才总量达到4200万人，培养100名左右能够引领中国企业跻身世界500强的战略企业家；培养1万名精通战略规划、资本运作、人力资源管理、财会、法律等专业知识的经营管理人才；统筹开发利用国内国际多种教育培训资源，探索建立一批企业经营管理人才素质提升培训基地，形成布局合理、特色鲜明、优势互补的教育培训体系。
4.	《国务院关于加快发展服务业的若干意见》	国务院	发展人才服务业，完善人才资源配置体系，为加快发展服务业提供人才保障。充分发挥高等院校、科研院所、职业学校及有关社会机构的作用，推进国际交流合作，抓紧培训一批适应市场需求的技能型人才，培养一批熟悉国际规则的开放型人才，造就一批具有创新能力的科研型人才，扶持一批具有国际竞争力的人才服务机构。
5.	《国务院办公厅转发人力资源社会保障部等部门关于促进以创业带动就业工作指导意见的通知》	国务院	要加大培训力度。建立满足城乡各类劳动者创业的创业辅导培训体系，扩大创业辅导培训范围，逐步将所有有创业愿望和培训需求的劳动者纳入创业辅导培训；充分发挥中小企业服务机构、高校毕业生就业指导机构和各类创业咨询服务机构的作用，共同做好创业带动就业工作。推动创业咨询服务工作的开展，建立由企业家、创业成功人士、专家学者及政府工作人员共同组成的创业服务专家队伍，逐步形成创业服务指导专兼职队伍。
6.	《关于促进以创业带动就业工作指导意见的通知》	国务院	加大培训力度。建立满足城乡各类劳动者创业的创业辅导培训体系，扩大创业辅导培训范围，逐步将所有有创业愿望和培训需求的劳动者纳入创业辅导培训；充分发挥中小企业服务机构、高校毕业生就业指导机构和各类创业咨询服务机构的作用，共同做好创业带动就业工作。推动创业咨询服务工作的开展，建立由企业家、创业成功人士、专家学者及政府工作人员共同组成的创业服务专家队伍，逐步形成创业服务指导专兼职队伍；指导创业企业结合生产经营需要，落实职工教育经费，做好职工的岗前培训和在职培训。组织各类培训机构按照用工需求开展定向、订单培训，为创业企业提供合适人才。对参加职业技能培训的符合条件人员，按规定给予相应的职业培训补贴和职业技能鉴定补贴。

②公关行业主要法律法规和主要产业政策

目前，我国并没有针对公关行业颁布专门的法律法规，但是由于公关业务过程中经常伴有广告发布等活动，因此在我国公关行业受广告行业相关法律法规所制约。目前，在我国广告行业主要法律法规由《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》以及国家工商行政管理规章、有关职能部门发布的关于广告管理的规范性文件组成。其中《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》是基础，其他由国家和地方工商行政管理部门颁布的各项管理办法是具体实践中的调整与应用。

b. 目前，我国公关行业（包括广告）主要产业政策如下：

序号	文件名称	发布机构	相关内容
1.	《国民经济和社会发展规划第十二个五年规划纲要》（2011年）	全国人民代表大会常务委员会	促进广告、会展业健康发展。
2.	《国务院关于印发服务业发展“十二五”规划的通知》	国务院	大力支持服务业品牌创建，积极推进营销和管理创新，加强对商标、名称、版权等无形资产的开发和保护。
3.	《产业结构调整指导目录（2011年本）》	发改委	“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”为鼓励类产业。
4.	《广告产业发展“十二五”规划》	国家工商行政管理总局	扶持一批拥有自有知名品牌和先进技术、主业突出、创新能力强的大型骨干广告企业，提高其在品牌传播、策划创意、设计制作、公共关系、调查资讯、互动营销、媒体广告策划与投放等广告服务及相关专业领域的国际竞争力与行业影响力。
5.	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	中央全面深化改革领导小组	顺应互联网传播移动化、社交化、视频化的趋势，积极运用大数据、云计算等技术，发展移动客户端、手机网站等新应用新业态，不断提高技术研发水平，以新技术引领媒体融合发展、驱动媒体转型升级。同时，要适应新兴媒体传播特点，加强内容建设，创新采编流程，优化信息服务，以内容优势赢得发展优势。
6	《网络公关服务规范》	中国国际公共关系协会公关公司工作委员会	要“有针对性地制定网络公关服务规范和从业行为准则，不断提高专业技术水平并提升从业人员专业素养，以确保网络公关行业的可持续、健康发展。以期原则性规范网络公关服务的标准。”
7	《信息网络传播权保	国务院	著作权人、表演者录音录像制享有的信息网络传播受法

	护条例》		律和本条例保护。
8	《互联网广告管理暂行办法》	国家工商行政管理总局	规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业的健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序。

3、对发行人经营发展的影响

行业内主要法律法规的制定和实施，为发行人的经营发展创造了规范有序的市场环境，促使发行人稳步发展；各项产业政策的出台，特别是国务院出台的多项促进“双创”工作的指导意见，促进了国内创新创业活动的开展，为发行人创造了巨大的市场空间。

（二）行业发展概况

1、创业服务业发展概况

（1）行业概况

创业服务是紧密围绕技术创新、企业成长而形成的服务集群，其通过整合与创业相关的知识流、人才流、资金流、信息流等资源，为创业人员和初创企业提供所需的法律、投融资、财务会计、技术、企业管理、政策与信息咨询、行业交流与培训、人才招聘、办公场所等服务，培育高成长性的初创企业并从企业的发展中获益。现代市场经济中，创业服务是创业者在事业发展中寻求外部支持、减少创业风险、降低创业成本的重要因素，对于优化市场资源配置、推动产业结构升级、增强经济活力、解决就业问题具有积极推动作用。

近年来，随着国家对创新创业活动的大力支持，创业服务支持机构发展态势良好，进入快速发展期，市场上涌现出以创新工场、常青藤创业园、亚杰商会、创业邦、联想之星、3W 咖啡、36 氪、创投圈等为代表的一批商业运作模式新颖、组织力量强大、专业水平较高的创业服务支持机构，服务范围涉及项目发现、团队构建、企业孵化、后续支持等环节。各类创业服务支持机构从不同的角度出发，衍生出不同的商业模式，促进创业服务行业的繁荣发展。

（2）行业发展历程

我国创业服务业的起步可追溯至二十世纪八十年代由国家科技部（原国家科委）组织实施的火炬计划。1988年8月，国务院批准国家科委上报的《关于动员和组织科技力量为沿海地区经济发展战略服务的决定》，正式实施火炬计划，提出：“要建设高新技术产业开发区和创业服务中心”，这是创业服务第一次在国家级发展规划中出现，标志着创业服务成为国家重点支持行业。

早期阶段，国内创业服务行业的发展主要依靠政府主导的孵化器。早在国家正式实施火炬计划的前一年，国内第一家高新技术创业服务中心-武汉东湖新技术创业中心已经在武汉东湖新技术开发区成立。自此之后我国孵化器呈快速发展之势，孵化器数量、占地面积、孵化企业数量等均不断增加，逐渐成为支持创新创业企业尤其是科技型企业发展的重要力量。

政府主导的孵化器，注重解决创业者办公场所及配套办公设施、工商注册等基础问题。随着市场经济的发展和创业生态的日益完善，致力于提供创业辅导培训、投融资对接、宣传推广等多元化创业服务的新型孵化器迅速发展，逐渐成为国内孵化器发展的主流形态。

随着互联网技术的不断更新换代，特别是移动互联网的爆发式增长，国内创业服务机构迅猛发展，涌现出一批以本公司、创新工场、3W咖啡、联想之星、创业邦为代表的新型创业服务支持机构，此类创业服务支持机构以创业服务平台为纽带，聚合金融、产业、技术和专业服务 etc 创新要素，逐步形成了涵盖创业教育和培训、创业交流、早期投资、创业孵化、创业媒体以及金融、法律等专业服务的创业服务链条，成为创业服务业的重要新兴力量。

近年来我国经济发展进入新常态，经济增速出现一定程度的放缓。国家提出要大力推动“大众创业、万众创新”，以简政放权的改革为市场主体释放更大空间。为此，国家出台《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》、《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》、《国务院关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》等在内的一系列鼓励性政策促进国内创新创业的发展。在国家的高度重视和大力支持下，我国创新创业生

态体系不断优化，出现了大众创业、草根创业的“众创”现象，在此大背景下，以众创空间为代表的新型创业服务机构获得快速发展。众创空间是顺应网络时代创新创业特点和需求，通过市场化机制、专业化服务和资本化途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式的新型创业服务平台，其兼具市场化、专业化、集成化、网络化等特点，顺应创业服务行业的市场发展趋势，在未来相当长的一段时间内将成为创业服务领域内的主导型机构之一。

（3）行业前景及发展趋势

在互联网去中介化、扁平化、平等化的冲击下，我国创业项目迅猛发展，为创业服务带来巨大的市场空间。未来随着人口红利、劳动力红利、政策红利的不断释放，创业门槛不断降低、创业环境不断优化，我国整体创业生态将不断完善，为创业服务带来巨大市场空间。

伴随着互联网的不断发展，创业服务行业呈如下发展趋势：

①孵化器模式由传统向新型进行转变

随着市场经济的发展，在传统政府主导型创业服务机构模式之外，新型创业服务机构依靠灵活的服务模式，紧密联系创业者，解决创业者的相关需求，逐步成为创业服务行业重要组成部分，传统创业孵化器也在顺应市场形势进行转变，更加贴近市场，满足创业者的多种需求。

②服务重点从硬件到软件的转型

随着创业活动的不断进步，创业服务也从早期提供场地租赁、办理注册等以硬件为主的基础服务，发展为提供创业媒体资讯、创业辅导培训、投融资对接、路演支持等在内的多元化综合服务，涌现出一批提供一体化综合创业服务的平台型企业。

③区域集中向全国范围扩展

近年来创新创业热潮特别是移动互联网创业热潮兴起，新型创业服务机构发展迅速，服务内容更加成熟和结构化，业务模式可复制性强，有利于在全国甚至

全球范围内拓展。目前，公司、创新工场、3W 咖啡、优客工场等都已建立了国内分支机构或者正在谋划全国范围内的业务布局。

④平台化是未来发展趋势

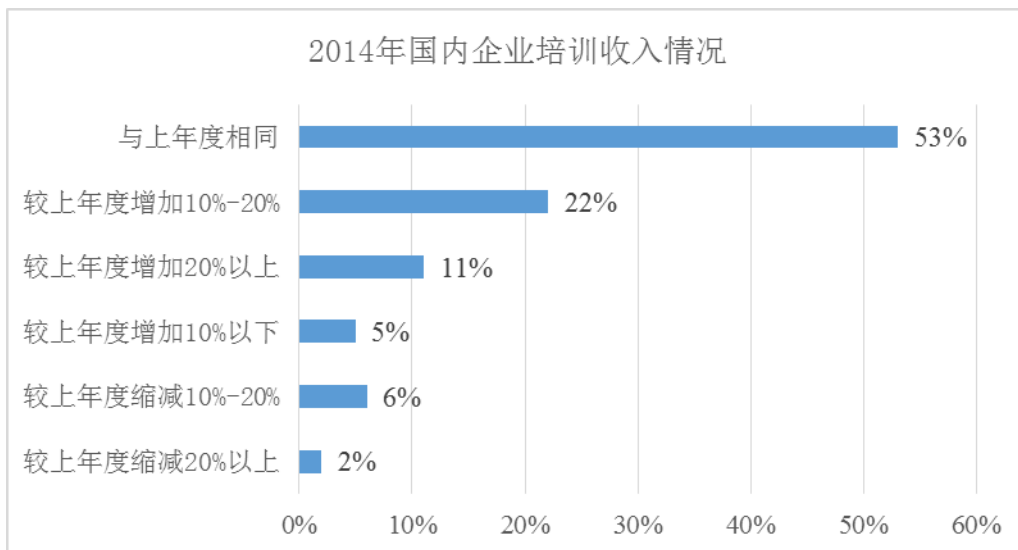
随着互联网技术的不断发展，管理更为扁平、资源更为开放的平台型创业服务机构逐渐成为未来创业服务支持机构的主流业态。平台型创业服务机构具备去中心化、分布式的特点，可以有效运用平台所掌握的丰富的创业资源，为创业者提供所需的全方位、综合性服务。

2、培训行业和公关行业发展概况

（1）培训行业市场现状

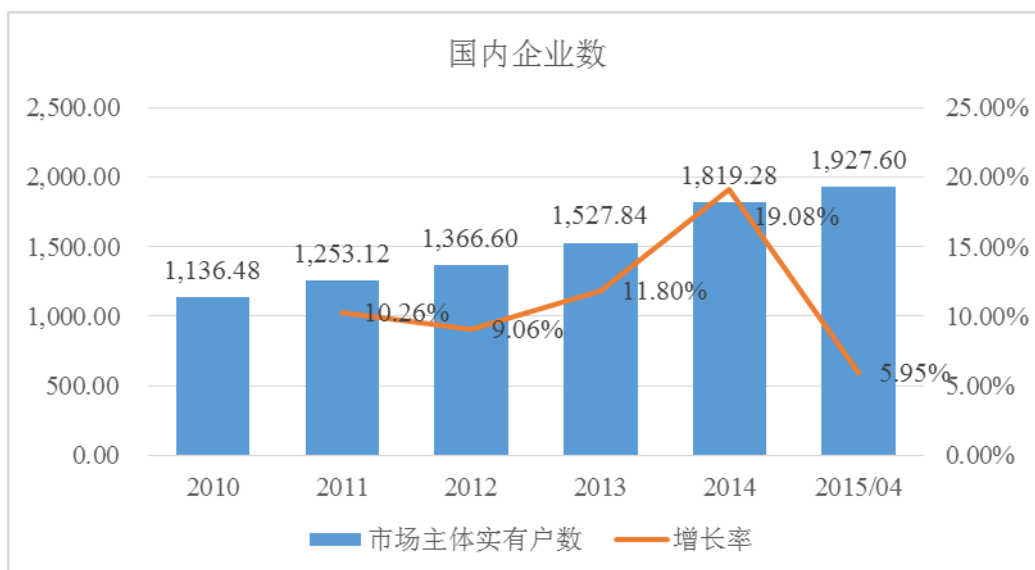
与公司培训业务接近的是企业管理培训子行业，相关市场也以此为切入点进行分析。

现阶段我国企业管理培训行业发展迅速。面对产业结构调整的挑战，国内企业逐渐意识到进行管理培训对自身转型升级的重要作用，在培训领域投入的不断增加，根据培易顾问调研显示，2014 年 33%的企业培训投入较上一年度有所增加，53%的企业培训投入持平，企业培训投入总体呈上升之势。与此同时，国家大力推进“双创”发展战略，制订了系列促进“双创”的产业政策，为我国创新创业活动的开展打造了良好的环境，未来我国将涌现出更多初创企业，从而能够为管理培训行业的发展提供充足客户源，刺激管理培训行业规模的迅速扩张。



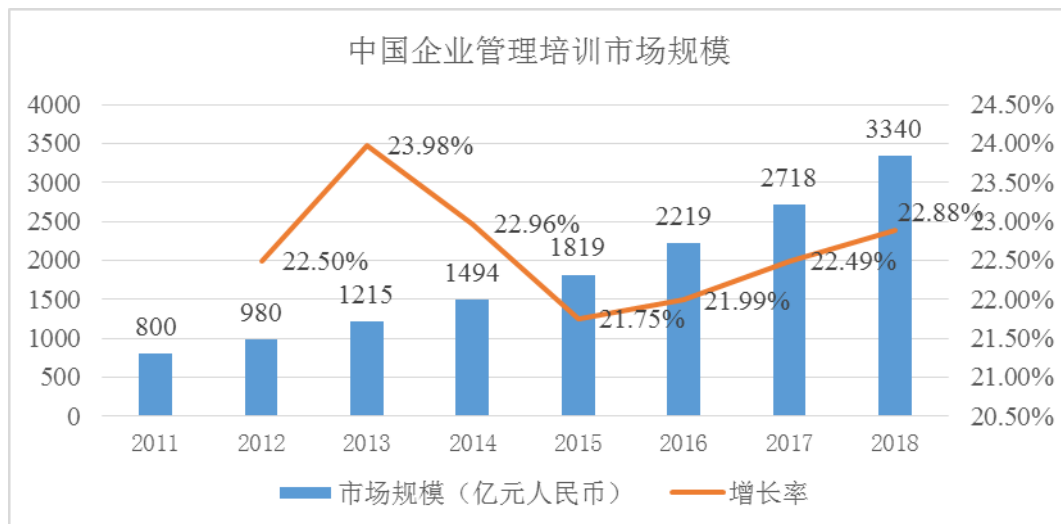
数据来源：培易顾问，齐鲁证券研究所（现已更名为中泰证券）

根据国家工商行政管理总局统计，截至 2015 年 4 月，国内企业总数已经达到 1,927 万户，自 2011 年以来复合增长率超过 13%。



数据来源：国家工商行政管理总局

根据尚普咨询的统计，中国企业管理培训的市场规模 2015 年已达 1800 亿元，近五年复合增速超过 20%。未来中国企业管理培训的市场规模将持续扩大。



数据来源：尚普咨询，广证恒生

从企业管理培训市场的垂直结构来看，根据赛迪顾问统计，占中国企业数量 99.80% 的中小企业的的需求占整个企业管理培训市场总量的 96.10%。尽管大型企业在企业管理培训方面的投入远高于中小企业，但由于中小企业数量众多，其需求仍然占据市场的绝对主体。

随着我国创新创业环境的优化，未来将涌现出更多初创企业。创业企业与成熟企业面临的挑战不同，其学习需求难以通过传统管理培训体系满足，因此催生出新兴的创业培训市场。

(2) 公关行业

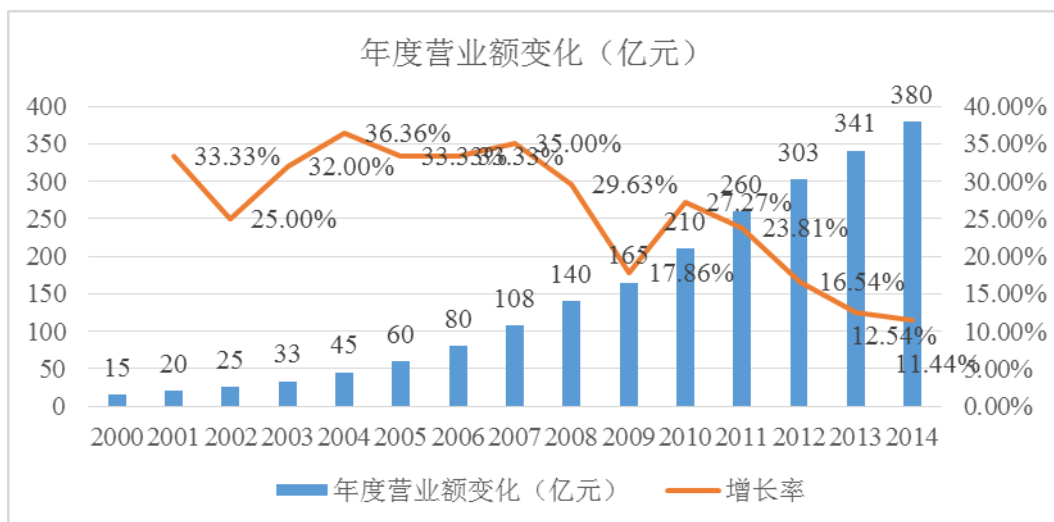
公关是公共关系的简称，一般是指社会组织（包括企业、政府、非政府机构等）用传播手段使自己或他人与公众之间形成双向交流，使双方达到相互了解和相互适应的管理活动，是一种塑造组织形象的传播方式。公关的主要职能是通过媒体沟通进行品牌传播，以获取公众关注与认知。

公关活动起源于美国 18 世纪政治宣传，随着现代商品经济的发展不断完善，逐渐于 20 世纪初形成一种新的产业。随后，公关行业进入稳步发展期，并且逐渐成为一个具有相当规模的成熟行业。根据 The Holmes Report 报告，2015 年国际公共关系行业总体规模达到 142 亿美元，年增长率超过 7%，预计 2020 年将达到 200 亿美元。

在我国，公关行业起步较晚，截止到目前只有 20 多年的发展历程。在 20 余年的发展过程中，我国公关行业的市场规模不断扩张，一方面众多大型企业、政府机关、非政府机构等均设立了专门的公关部门，另一方面专业化的公关服务企业大量涌现并逐渐成为公关领域内的主导者。随着我国经济从外需出口型向内需导向型转型，国内居民消费水平不断提升，促使国内企业不断加强营销推广，公关行业将进入黄金发展期。

随着新媒体的影响力加大，公关与营销结合的趋势越来越明显，公关既能为企业树立品牌服务，也能为产品营销出力。此外，中国“一带一路”战略的实施，越来越多的中国企业开始悄无声息地进行国际化布局，而这种布局更深远的背景，就是大国战略下的中国企业集体国际化，这对本土公关公司来说，酝酿着新的战略机遇。

自 2000 年至 2015 年我国公关行业整体保持增长之势，公关公司的数量和营业规模逐年增加。根据中国国际公关协会的调查数据显示，2015 年中国整个公关市场年营业额约 430 亿元，年增长率 13.2% 左右。



数据来源：《中国公关业 2015 年度调查报告》，中国国际公关协会

随着我国经济从外需出口型向内需导向型转型，国内居民消费水平不断提升，促使国内企业不断加强营销推广，公关行业将进入黄金发展期。

创业公关与传统公关业务相比，服务的客户主体及核心传播方式均有较大差异，传统公关公司很难及时、高效切入该市场。创业黑马是创业公关服务的先行者，自 2011 年创业公关业务开展以来，打造了多个标志性案例，探索了一套针对创业企业公关服务的行之有效的方法，并且一直在推进该行业的健康、高速发展。

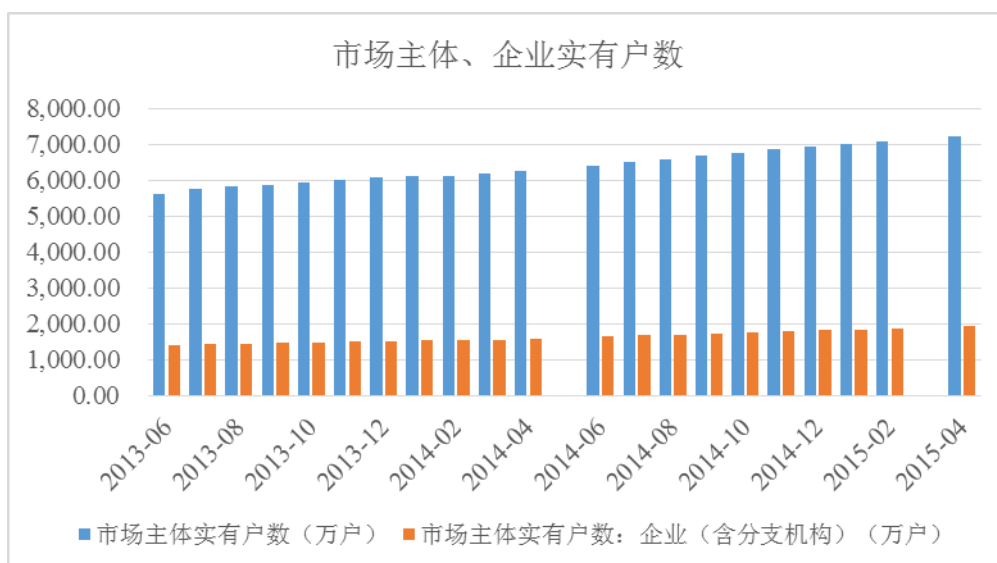
创业公关业务具有鲜明的服务创业企业的特征。创业企业都面临着公关和传播能力弱的问题。创业公关为此类公司提供完整的公关解决方案，帮助创业公司业务成长。该细分领域属于新兴领域，目前市场上还未形成极有规模和影响力的企业，本公司由于切入时间较早、推动力度较大，是行业内的标杆服务商。

（三）行业竞争格局，发行人的竞争优势及劣势

1、行业竞争格局与市场化程度

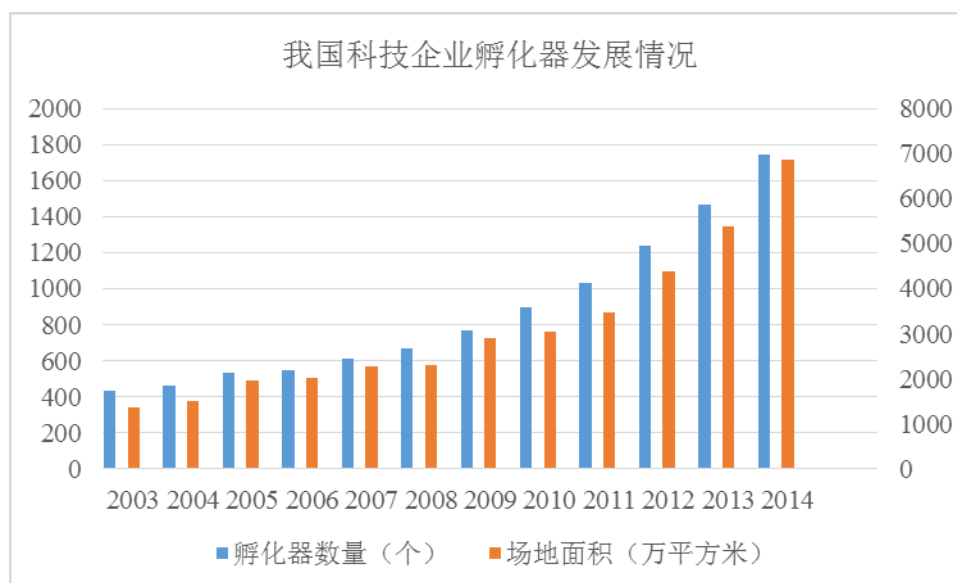
（1）市场容量

随着国家大力支持创新创业，我国涌现出创业热潮，初创企业、创业者的数量呈快速增长之势。根据国家工商总局统计数据显示，截止到 2015 年 4 月底，全国累计市场主体 7,204.60 万户，比上年同期增加 938.84 万户，增长率 14.98%，累计企业数 1,927.60 万户，比上年同期增加 336.25 万户，增长率 21.13%。快速增长的企业数量，为创业服务机构带来巨大市场空间。



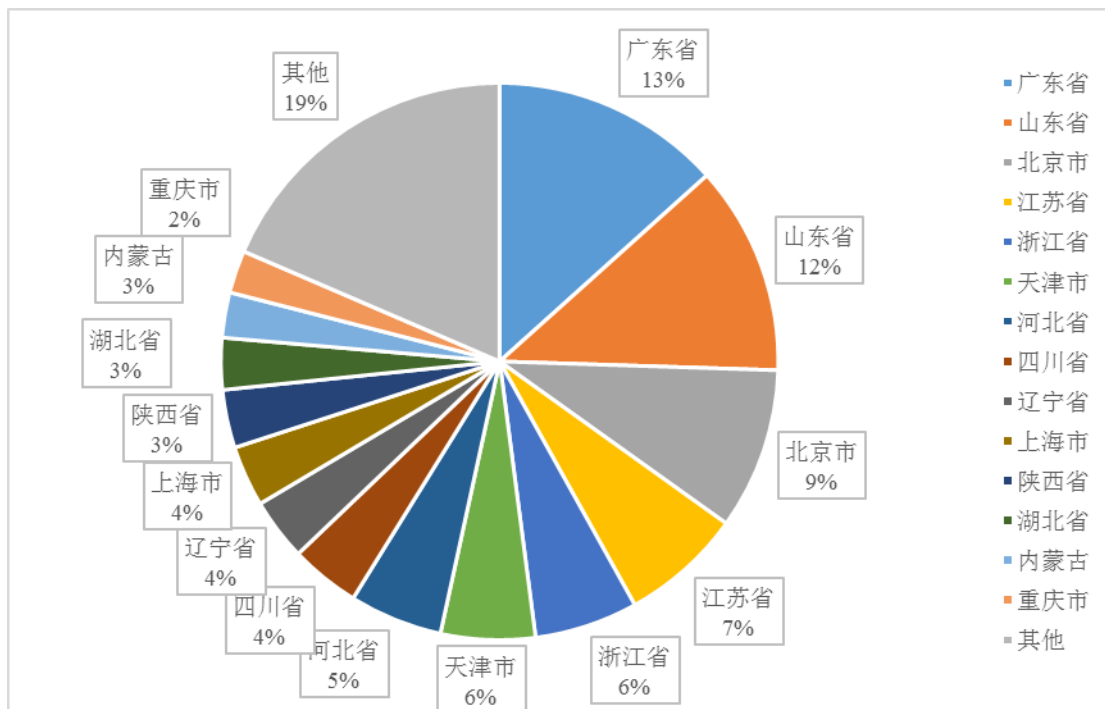
数据来源：WIND 资讯

孵化器，作为创业服务领域内最主流的服务机构，自 1987 年成立第一家开始，已经发展了将近 30 多年，形成一定市场规模。根据科技部火炬高技术产业开发中心编著的《中国火炬统计年鉴（2016）》中统计数据：截止到 2015 年底，我国共有科技企业孵化器 2,533 个、占地面积 6,877.8 万平方米、在孵企业 78,965 个、在孵企业员工 141.7 万人、在孵企业总收入 3,696.4 亿元。



数据来源：《中国火炬统计年鉴（2015）》

作为未来创业服务领域内的主流业态，近年来众创空间发展迅速。截至 2016 年 12 月，科技部共公布了第三批国家级众创空间名单，第三批名单共 1337 家，其中广东、山东、北京数量排名前三，分别是 178 家，162 家，125 家，占全国比重约 35%。



科技部第三批国家级众创空间

(2) 行业竞争格局与市场化程度

随着各类新型创业服务机构数量的迅速增加，创业服务市场竞争日益激烈。各类创业服务机构依托自身资源优势，形成不同的服务特色，针对不同类型、不同领域、不同背景、不同特征的创业群体，提供针对性的创业服务，在服务内容和市场定位上不断差异化和细分化，出现了以下几种类型的创业服务机构：

① 辅导培训型

辅导培训型创业服务机构以提升创业者的综合能力为目标，其充分利用丰富的人脉资源，邀请知名企业家、创投专家、行业专家等作为创业导师为创业企业开展创业辅导培训，最终提高创业者创业成功的概率。

② 共享办公型

共享办公型创业服务机构一般会为初创企业提供基础办公空间、共享办公设备；发展较为完善的此类创业服务机构会为创业者提供财务咨询、注册办理等初创企业商务服务，并提供相应的创业咨询服务。

③ 融资服务型

融资服务型创业服务机构具备健全的融资体系和渠道，其针对初创企业急需解决的资金问题，为初创企业提供完善的融资渠道。

④专业服务型

专业服务型创业服务企业依托先进的技术资源、庞大的产业资源和雄厚的资金支持，为初创企业提供社交网络、专业技术服务平台及产业链资源支持。

⑤媒体平台型

媒体平台型创业服务机构以媒体平台为特征，利用宣传优势，为初创企业提供包括宣传、信息、投资在内的各种综合性创业服务，主要仍旧是提供资讯服务为主。

⑥创客孵化型

创客孵化型创业服务机构具备完善的开源硬件平台和硬件加工车间，致力于为创客提供互联网开源硬件平台、开放实验室、加工车间、产品设计辅导、供应链管理服务和创意思交流碰撞的空间。

在国家大力支持创新创业的背景下，各类创业服务机构不断涌现，并从不同角度出发，衍生出多种创业服务商业模式，使创业服务不断向垂直细分领域延展，一定程度上加剧了创业服务行业的竞争程度。整体而言，创业服务行业市场化程度较高，行业内竞争较为激烈。

2、创业服务行业内的主要竞争企业

序号	公司简称	公司概况
1	36氪	成立于2010年，是中国领先的互联网创业公司服务提供商，其主营业务包括创业媒体服务、互联网融资平台、互联网创业项目孵化等。
2	创新工场	2009年9月由李开复博士创办，是一家致力于早期投资，并提供全方位创业培育的投资机构；其投资方向包括：移动互联网、电子商务、云计算等领域。
3	联想之星	成立于2008年，旨在通过协助创业公司解决资金、人才、培训等问题，推动其商业化进程；提供的主要服务为：创业培训、天使投资，以及开放平台。

4	混沌研习社	成立于 2014 年 3 月，致力于面向创业者提供各类教育咨询服务，隶属于混沌时代（北京）教育科技有限公司。
---	-------	--

4、发行人的市场地位

公司是国内首批关注创业者成长的服务机构之一，经过多年积累，已经成为创业服务领域内较为领先的企业，主要体现在以下几个方面：

(1) 自有品牌活动覆盖创业者较多、影响力较大。

自 2011 年开始策划及主办国内首个创新型企业投融资选拔赛——黑马大赛以来，公司根据创业者的需求不断扩充创业活动类型、完善活动形式、升级服务模式，截至目前，公司创办并主办了黑马大赛、黑马创业社群大会、黑马运动会、黑马创交会等创业相关活动，吸引创业领域内相关人群（如创业者、潜在创业者、知名投资人等）广泛参与，在创业领域内形成较大影响力。



自有品牌活动部分合作投资机构

(2) 公司创业辅导培训导师阵容强大、市场占有率较高。

公司创业辅导培训在创业培训领域内具有领先地位，市场占有率较高。公司具备一支强大的导师阵容，既包括知名投资人又包括成功企业家，此外还有部分导师来自于公司黑马社群中成长起来的成功创业者；在强大导师阵容的基础上，公司通过以案例为基础的课程研发打造了“搞定团队、搞定模式、搞定资本”的

创业课程体系，在创业者群体中获得广泛认可，成为创业辅导培训市场中的领先者。

(3) 公司的创业社群规模较大，影响力较大。

截至 2016 年底，黑马会在全国 27 个城市开设了城市分会，在 18 个新兴热点产业建立了行业分会。公司的创业社群已经成长为创新创业领域内覆盖范围较广、社群规模较大、影响力较大的创业者社群。

(4) 公司凭借全方位、多样化的创业服务获取多项资质及荣誉。

2015 年 1 月 25 日，北京创业未来入选中关村示范区创新型孵化器名单；

2015 年 5 月 4 日，北京创业未来被北京市科学技术委员会认定为北京市首批众创空间；

2015 年 11 月 19 日，北京创业未来被科技部火炬中心认定为首批国家级众创空间，并纳入国家级科技企业孵化器的管理服务体系。

5、发行人的竞争优势

(1) 庞大的创业者社群基础

公司注重在服务的过程中强化与用户的互动，以此为基础推动创业者相互连接，形成强粘性用户社群。社群中社交关系的沉淀，大大增加了用户的转移成本，并同时激发用户深度互动、相互服务的动力与创造力。这一特性在提升用户黏性的同时，帮助公司保持对用户需求的敏感性与灵活性。创业黑马所构建的基于创业者的大规模社群在国内极为少见，成为创业黑马的核心竞争力之一。

(2) 品牌优势

公司是中国创业服务领域的先行者之一，在多年的发展过程中已经建立了完善的服务体系。公司服务的专业度得到了创业者及媒体、政府机构、投资机构等相关方的高度认可，成为了创业服务领域的标杆，为公司树立了良好的品牌形象。

同时公司以用户社群为基础的运营模式也有利于品牌在用户中的深化，帮助公司强化品牌影响力。

（3）“一站式”服务体系

公司的服务体系具有典型的“一站式”特征，围绕创业者的核心成长需求，基于创业辅导培训、公关服务、线下活动等提供从学习、推广、团队组织到融资支持的全面且深入的服务。这一特性为用户带来便利，有利于强化用户黏性，并可显著降低新用户获取成本。

（4）领先的创业教育案例与课程开发体系

公司在开展创业辅导培训服务的过程中深刻认识到了目前创业培训领域缺乏体系化的课程与教材体系的现状。传统的商业教育体系更为偏重理论构建，针对成熟商业组织精细化管理需求设立，较难满足创业者“从零到一”地创立一个企业的需求。因此，构建一个先进、实用的创业培训体系的关键，在于积累具有典型意义的创业案例，并基于这些创业案例开发课程体系。公司从开展创业辅导培训业务之初就认识到了这一问题，投入了大量的人力和资源开发创业案例库及以此为基础的创业课程。公司在这方面具有特殊的优势：一方面公司所构建的创业者社群帮助公司广泛和深入地接触创业者，搜集典型案例；另一方面，公司在内容服务上的优势强化了公司的案例开发能力。创业教育在中国乃至全球都是创新领域，在这一领域的竞争高度依赖底层基础设施的构建。因此，公司在这一领域所积累的资源与经验，使得公司在短期内难以被其他竞争者赶超。

（5）领先的创业导师建设体系

公司的创业案例开发能力，在把优秀创业者转化成学习对象的同时，也把他们转化成能够基于自己的案例有体系地传递知识的创业导师。这一导师选拔机制保证了公司能够持续将对创业者具有价值的创业导师输入至创业教育体系中。这一机制根源于公司所构建的创业者社群，以及自身卓越的内容与推广服务能力，因而难以复制。

（6）技术优势

基于对创业者需求的深刻理解及对前沿技术的准确把握，公司开创性地研发了涵盖数据层、逻辑层及应用层的完善创业服务技术体系。在数据层，公司基于云计算平台及大数据技术研发了具有针对性的数据中心，沉淀并梳理创业者、创业项目、创业资源等多种类型的数据，通过结构化存储、统计、搜索、分类聚类大数据技术，实现创业信息检索及用户画像分析，高效驱动逻辑层及应用层的创业需求匹配；在逻辑层，公司依托自研 CRM 系统，通过微信平台整合销售管理、订单管理、用户跟踪等流程，实现业务流程的信息化、移动化，为决策提供数据支持服务；在应用层，公司有机融合即时通信、设备定位等技术构建移动互联社区，通过图文、语音等实时通信技术实现跨平台的一对多、多对多场景互通，实现了公司服务体系从线上到线下的多平台无缝链接，在强化公司服务资源使用效率的时候，更为契合创业者碎片化的使用习惯。上述技术体系的构建，使公司在创业服务领域内保持了较为领先的技术水平。

6、发行人的竞争劣势

目前，公司主要竞争劣势体现在融资渠道单一、融资成本较大。由于国内融资渠道较为单一，相对于国有企业和外资企业，国内中小企业在融资渠道上处于劣势。同时，公司所处的创业服务业具有轻资产的特点，公司本身固定资产较少，无法满足为银行融资提供抵押担保的条件，导致融资渠道更加单一、融资成本更大。

（四）影响发行人发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家政策支持，市场前景广阔

近年来，国家大力推动“双创”，并给予了大量的优惠政策，为“双创”创造了良好的外部环境。为支持“双创”，国家出台多项扶持政策，例如《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》、《国务院关于大力推进大

众创业万众创新若干政策措施的意见》等，在政府的支持下，国内出现创业活动热潮，各类创业公司不断涌现，而大量创业公司的出现，为提供创业服务的公司创造了大量的需求，因此，发行人的市场前景广阔。

(2) “互联网+”、“DT 时代”、“工业 4.0”等新型概念的兴起刺激创业服务的需求

近年来，随着“互联网+”、“DT 时代”、“工业 4.0”、“AI”等概念不断涌现，一定程度上催生了国内创业热情，形成全民创业的热潮。全民创业局面的出现，也极大地刺激了创业服务的需求，促使创业服务行业健康稳步的发展。

(3) 创投市场活跃度不断提升形成资本与创业服务的协同效应

近年来创投市场活跃度不断提升，VC、Angel Invest 逐渐成为创投市场的主流，投资案例、投资金额占比不断提升，创投市场“早期化”特征越来越显著。VC、Angel Invest 等创投机构可以解决创业公司早期发展过程中面临的资金瓶颈，是创业公司发展过程中重要支持因素，创投市场的不断发展为创业公司发展带来重大机遇。

2、不利因素

(1) 行业监管体制不健全

目前，国内创业服务行业尚未形成统一的行业监管机制，没有明确的行业主管部门，缺乏配套的管理法规和具体的产业政策。行业监管机制的相对不健全，一定程度上影响了行业的健康有序发展，对发行人业务的开展也产生了一定的不利影响。

(2) 行业协同有待提高

创业服务业需整合与创业相关的知识流、人才流、资金流、信息流等各类资源，仅凭单家服务机构并不能有效的进行整合，因此行业内各创业服务机构需分工合作，协同发展才能更好的促进创业服务行业的健康发展。总体来看，目前我国各类创业服务机构仍分散于创业服务链条不同部位，并且未进行有效的行业协

同，这一定程度上影响了创业服务业的发展水平，从而对发行人造成一定程度的不良影响。

三、发行人的销售情况和主要客户

（一）公司主要产品和服务的销售情况

1、产品或服务的规模（产能、产量、销量或服务能力、服务量）

报告期内，根据盈利方式，公司主要通过创业辅导培训服务、公关服务以及会员服务获取收入，不同服务具体规模情况如下：

（1）创业辅导培训服务

公司创业辅导培训服务主要由学员所在单位作为采购主体，向发行人采购培训服务。发行人以课次和人次作为培训统计单位，其中，每一期课在一个年度内集中授课次数做为课次，以黑马成长营 9 期为例，该期共有 7 次集中培训，2014 年 5 次，2015 年 2 次，因此，在计算课次时，分别计为 2014 年 5 课次，2015 年 2 课次。人次是指参加培训的学员在一个课次内接受培训作为一个人次，以黑马成长营 9 期为例，该期共有 100 名学员，在 2014 年参加了 5 课次培训，因此，2014 年该期学员培训人次为 500，2015 年参加了 2 课次培训，因此，2015 年该期学员培训人次为 200。

报告期内，公司培训服务规模信息如下：

报告期内，发行人向 2000 余企业提供创业培训服务，累计涉及 9000 余人次。

年度	培训课程名称	年度开课次数	培训人次	收入 (万元)	收入占培训 业务比例
2016	黑马成长营	12	1677	4,155.24	41.35%
	EDP	9	192	286.77	2.85%
	黑马华营	10	290	646.24	6.43%
	国际游学	7	97	1,001.68	9.97%
	黑马导师营/黑马连营	29	1102	2,866.19	28.52%
	天使营	10	560	880.96	8.77%
	千里马	2	32	213.04	2.12%

	合计	79	3950	10,050.12	100.00%
2015	黑马成长营	15	1670	2,889.04	34.06%
	EDP	12	428	1,049.22	12.37%
	黑马华营	35	552	2,078.73	24.51%
	国际游学	10	219	2,080.86	24.53%
	黑马导师营/黑马连营	2	175	384.6	4.53%
	合计	74	3044	8,482.45	100.00%
2014	黑马成长营	20	1330	2,044.00	40.16%
	EDP	10	285	852.42	16.75%
	黑马华营	25	497	1,622.42	31.88%
	国际游学	3	101	570.4	11.21%
	合计	58	2213	5,089.24	100.00%

注：由于企业定制培训服务并不按照参加培训的人数进行收费，而是按照课次提供统一打包价，因此仅统计报告期内企业定制培训服务的课次情况，未统计企业定制培训服务的培训人次。

（2）公关服务

报告期内，发行人累计执行各类活动场次及收入情况见下表，

单位：次，万元

分类	活动名称	活动举办场次和实现收入情况					
		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		场次	收入	场次	收入	场次	收入
自有品牌	黑马大赛	3	130.19	28	753.21	44	1,437.89
	黑马创业社群大会	1	763.26	1	568.87	1	500.30
	黑马运动会	1	144.90	1	138.68	1	170.21
	黑马创交会 (包含黑马伙伴计划)	2	990.28	-	-	-	-
定制活动	各类定制活动	105	4,708.11	74	5,633.63	24	2,795.69

发行人将线上媒体传播收入按各活动所对应客户一并进行统计。

其中，自有品牌中黑马大赛举办场次波动情况如下：

2014年-2015年，公司分别举行44、28场黑马大赛，场次发生较大变化，主要原因是公司对黑马大赛进行了进行赛制改革。2014年公司将黑马大赛细分为互联网旅游、TMT行业、教育培训、医疗健康、电商与消费、创二代（指之前有过创业经历的创业者再次创业）、文化创意、新材料、硬件与制造、软件与信息这10大行业赛，每个行业均由多场（一般为三至四场）选拔赛和一场决赛组成，年终还有一场总决赛，全年总计举办44场黑马大赛；2015年为扩大影响力，公司将黑马大赛改组为城市赛，分别在全国六个城市举行（具体为广州、上海、成都、杭州、南京、天津），每个城市赛都由3~4场比赛组成，此外年初公司举行一场黑马大赛启动仪式，年尾有一场总决赛，总计举办28场黑马大赛。2016年公司仅举办3场自有品牌黑马大赛，出现大幅缩减，原因如下：一是随着大众创业热潮的不断兴起，全国性的创业大赛层出不穷，市场竞争加剧，并且以路演选拔为主的赛事形式逐渐难以满足创业者的需求，为此公司紧跟形势，改变活动形式推出“黑马创交会”等多维度满足创业者需求的自有品牌活动；二是公司根据各地高新园区、政府创业支持机构的需求，将自有品牌的黑马大赛逐渐改变为具排他性的定制赛事。报告期内，发行人自有品牌业务并未因“黑马大赛”举办场次减少而对业务产生影响。

黑马大赛诞生于2011年，主要功能是搭建帮助创业者对接融资的平台，同时对优秀创业项目进行宣传推广。经过5年发展，黑马大赛已经成为创业服务领域具有广泛知名度和品牌影响力的线下活动，对于帮助创业者获得融资起到了积极的推动作用。

2015年以来，国内创业服务的产业环境发生了深刻改变。一方面，国家主管部门积极出台推动创新创业的鼓励政策，创业群体数量显著增长，创业者各类需求不断涌现；另一方面，创业服务的内涵也在不断完善升级，单纯投融资对接的创业服务逐渐不能满足创业者多样化的需求。

发行人因应新形势，从2016年起推出了黑马创交会，希望将黑马创交会打造为替代黑马大赛的知名创业活动品牌，同时主动减少了黑马大赛的举办频次，并将黑马大赛转向具排他性的定制赛事，如与昆山市工业技术研究院有限责任

公司合作的 2016 昆山阳澄湖黑马大赛、与中国宜兴环保科技工业园管理委员会合作的 2016 环保创新创业大赛，以满足政府高新园区的特定招商引资需求。

黑马创交会不再是单纯以路演为主、功能单一的线下活动，而是力图满足创业者多维度的实际需求，包括寻找合伙人、寻找投资、寻找产业链上下游合作资源等，其搭建了一个帮助创业者寻找所需资源，并且促成交易的平台，希望帮助创业者提高项目的运营效率，以期实现更快速发展。具体活动形式而言，黑马创交会实现了展会与交易的相结合：“展会”即在活动现场为参会的创业企业开设展区、展台，使创业企业更好地进行展示和推广，达成更好的宣传效果；“交易”即在活动现场设置以促进成交为目的的环节，参会企业可以有针对性地与上下游可能产生合作关系的资源方进行沟通、洽谈，乃至现场成交。

2016 年 8 月，发行人在北京举办一场黑马创交会，当年 10 月在深圳举办另一场。在北京举办的黑马创交会中，发行人将黑马伙伴计划与之深度结合，线上线下相结合为创业人群提供深度服务。2016 年度，黑马创交会及黑马伙伴计划实现收入 990.28 万元。总体来说，两场创交会取得较好活动效果，满足创业者需求，帮助其对接资源、达成交易的目的，未来，发行人将继续完善“黑马创交会”产品，提高“黑马创交会”的举办频次，持续扩大“黑马创交会”的品牌影响力与营收规模，将其打造为“黑马大赛”之后的新的公关服务业务的核心产品。

此外，发行人还在不断推出新的公关服务产品，持续拓展公关服务产品线，扩大用户数量与业务规模，满足创业者的细分需求，例如城市合伙人与黑马伙伴计划。“城市合伙人”是通过线上传播与线下活动推广相结合的形式帮助新锐互联网创业公司进行品牌推广传播，提高知名度，从而更方便快捷地在全国范围内寻找商业合作伙伴。黑马伙伴计划是通过线上线下相结合的方式向创业企业客户提供多维度服务，线上通过黑马会微信公号展示相关企业的项目，促成交易；线下通过“黑马创交会”的展台，帮助它们获取用户。

未来，发行人将持续推进城市合伙人与黑马伙伴计划，不断提升其品牌知名度与营收规模；同时针对客户的细分需求，不断推出针对性更强、精准度更高的公关服务产品，不断优化、丰富产品服务体系，实现营收规模持续稳定增长。

（3）会员服务

报告期内，公司“黑马会”会员增长迅猛，2014年~2016年，各年年底付费会员人数分别为893人、4371人以及2,215人。累计实现收入分别为257.19万元、724.03万元和1,164.18万元。

2、营业收入

按照不同业务划分，报告期内公司收入构成具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	18,223.75	98.93	16,357.53	98.09	10,542.41	97.26
其中：创业辅导培训	10,050.12	54.56	8,482.45	50.87	5,089.24	46.95
公关业务	7,009.45	38.05	7,141.56	42.83	5,127.47	47.30
会员服务业务	1,164.18	6.32	724.03	4.34	257.19	2.37
其他	-	-	9.49	0.06	68.51	0.63
其他业务收入	196.98	1.07	318.35	1.91	297.24	2.74
合计	18,420.72	100.00	16,675.88	100.00	10,839.64	100.00

3、客户群体

公司创业辅导培训客户主要是创业创新企业；公关服务客户主要是品牌厂商、园区等政府类机构和创业创新企业；会员服务客户主要是创业群体。

4、销售价格的总体变动

报告期内，根据盈利方式，公司主要通过提供创业辅导培训服务、公关服务以及会员服务获取收入。

（1）创业辅导培训价格变动情况

报告期内公司的创业辅导培训服务价格变动情况如下表：

名称	课程单价（万元）		
	2014 年度	2015 年度	2016 年度
黑马成长营	10、12.8、16.8	12.80	19.80 (2016 年中期调价)
黑马连营	-	7.80	7.80
导师营	-	5.00	10.00-15.00
国际游学	5.48-8.8	6.28-12.8	6.98-10
天使营	-	-	5.98、7.98
千里马	-	-	48
EDP	2.38-3.88	1.58-3.88	0.98-4.5
黑马华营	0.68-6.88	1.44-6.88	0.98-3.88

黑马成长营 8 期因与外部机构合作办学，因此单独定价。黑马华营 16 年下半年停办。黑马连营和导师营均为 2015 年设课程，天使营和千里马班均为 2016 年新设课程。

（2）公关服务业务价格变动情况

发行人的公关服务业务主要分为定制项目和自有品牌项目两大类。

定制项目的客户种类较多，发行人基于公关服务的具体内容制定了标准价格体系。总体而言，定制类公关项目的定价机制是以标准报价为基础的议价方式，即综合考察发行人成本支出、必要收益、项目影响力、客户类型及影响力、项目市场竞争环境及客户采购模式等多因素的影响，由合同双方协商确定服务价格。受客户合作历史、客户市场影响力、项目市场影响力、项目竞争情况等多种议价因素的影响，公关服务项目最终定价与标准报价存在一定差异，但议价幅度一般波动不大。

自有品牌类公关项目主要由发行人根据业务需要自主决定，发行人根据不同类型自有品牌项目的定位、规模、层级等因素，制定了不同的赞助商级别及其相应的赞助价格，不同的赞助商级别享有不同的赞助权益。此外，由于发行人以服务创业群体为主要宗旨承办自有品牌类公关项目，成本支出存在一定刚性，因此最终与赞助商确定的赞助价格受赞助级别、市场环境等因素的影响较大，可能与报价差异较大。因此，自有品牌项目也是在标准报价基础上议价方式确定价格。

但考虑到活动层级、影响力、举办时间、市场环境等因素，公司议价幅度波动较大。

(3) 报告期内公司会员服务价格为 3000 元/人/年，是公司综合考虑会员服务价值以及会员支付意愿制定的。

公司提供上述服务内容的定价原则，在报告期内未发生重大变化。基于服务内容的高度定制化，公司向不同客户以及向相同客户不同时期提供的服务内容存在较大差异，无法对销售价格进行直接比较分析。但随着成本的上升以及服务质量和内容的提升，公司服务价格呈整体上升趋势。

(二) 公司主要客户

报告期内，公司向前五大客户的销售情况如下：

期间	序号	客户名称	营业收入 (万元)	占总收入的比 重 (%)
2016 年	1	摩比神奇（北京）信息技术有限公司	330.19	1.79
	2	劲霸男装（上海）有限公司	288.44	1.57
	3	华泰证券股份有限公司	258.19	1.40
	4	珠海高新技术创业服务中心	253.77	1.38
	5	上海阅人信息技术有限公司	205.82	1.12
		合计		1,336.41
2015 年	1	成都市科学技术局	943.14	5.66
	2	劲霸男装（上海）有限公司	451.49	2.71
	3	珠海高新技术创业服务中心	283.02	1.70
	4	广州市韩后电子商务有限公司	283.02	1.70
	5	北京黑马拓新创业投资中心（有限合伙）	258.00	1.55
		合计		2,218.67
2014 年	1	盟博广告（上海）有限公司	563.15	5.20
	2	深圳市金立通信设备有限公司	354.72	3.27
	3	北京红牛饮料销售有限公司	350.36	3.23
	4	劲霸男装（上海）有限公司	301.01	2.78
	5	北京黑马拓新创业投资中心（有限合伙）	258.00	2.38
		合计		1,827.24

公司前五大客户中，2016 年度除华泰证券股份有限公司为培训收入外，其他四家客户均为公关客户，2015 和 2014 年度除北京黑马拓新创业投资中心（有

限合伙)外也均为公关客户,公关客户有单个客户金额较大等特点,而由于发行人培训费用单价远低于公关合同定价,因此,发行人为单个企业提供的培训收入金额较低,前五大客户中培训客户较少见。

上述客户中,北京黑马拓新创业投资中心(有限合伙)的执行事务合伙人黑马创展为公司实际控制人牛文文先生控制的其他公司,是公司的关联方,除此之外公司董事、监事、高级管理人员以及主要关联方和持有公司5%以上的股东未在上述客户中占有任何权益。

报告期内公司没有向单个客户销售比例超过营业收入50%的情况,不存在对个别客户形成较大依赖的情形。

四、发行人的采购情况和主要供应商

(一) 公司的采购产品、接受服务的情况及相关价格趋势

公司是一家以提供创业辅导培训、会员服务、公关服务来获取收入的服务型企业,业务经营过程中的主要采购成本包括活动场地租赁成本、场地搭建及材料制作成本、机票酒店等差旅住宿成本、外部咨询服务成本、代理招生机构服务成本、媒体资源成本等。由于公司向不同供应商及向相同供应商不同时期采购的内容存在较大差异,无法对整体采购价格进行直接比较分析。

(二) 公司的主要供应商

报告期内,公司向前五大供应商实现的采购情况如下:

期间	序号	供应商名称	采购金额 (万元)	占采购总额的 比重(%)
2016年	1	北京兰雅迪公关策划有限公司	336.97	6.08
	2	北京北辰实业股份有限公司北京国际会议中心/北京北辰实业股份有限公司国家会议中心/北京北辰实业股份有限公司北京五洲大酒店	163.25	2.94
	3	上海华程西南国际旅行社有限公司	153.94	2.78
	4	北京高训教育咨询有限公司	147.81	2.67
	5	山水假日(北京)国际旅行社股份有限	128.14	2.31

	公司		
	合计	930.11	16.77
2015 年	1	易游天下国际旅行社（北京）有限公司 /探路者国际旅行社（北京）有限公司	624.38 9.58
	2	北京慧行天下国际旅行社有限公司	350.09 5.37
	3	上海华程西南国际旅行社有限公司	321.10 4.93
	4	山水假日（北京）国际旅行社股份有限公司	284.85 4.37
	5	天津市英诺威特创业教育培训中心	175.06 2.69
		合计	1,755.48
2014 年	1	北京慧行天下国际旅行社有限公司	331.17 6.39
	2	北京兰雅迪公关策划有限公司	270.00 5.21
	3	北京山水假日旅行社有限公司	267.60 5.16
	4	上海华程西南旅行社有限公司	180.91 3.49
	5	北京物格影画文化传播有限责任公司	153.41 2.96
		合计	1,203.09

备注：1、2016 年 5 月 23 日北京美景假期国际旅行社有限公司更名为探路者国际旅行社（北京）有限公司。

2、北京北辰实业股份有限公司北京国际会议中心/北京北辰实业股份有限公司国家会议中心/北京北辰实业股份有限公司北京五洲大酒店均为上市公司北京北辰实业股份有限公司的分公司，属于同一实际控制人控制，故合并披露其销售额。

上述供应商中易游天下国际旅行社（北京）有限公司（以下简称“易游天下”）、探路者国际旅行社（北京）有限公司（以下简称“探路者国际旅行社”）均为公司关联自然人盛发强控制的公司，其中探路者国际旅行社（北京）有限公司为易游天下国际旅行社（北京）有限公司的全资子公司。公司以市场公允价格从易游天下、探路者国际旅行社采购相关服务资源。

除上述情况之外公司董事、监事、高级管理人员以及主要关联方和持有公司 5% 以上的股东未在上述供应商占有任何权益。

报告期内公司没有向单个供应商采购比例超过采购总额 50% 的情况，不存在对个别供应商形成较大依赖的情形。

五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况

（一）固定资产

1、固定资产总体情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司的固定资产情况如下：

类别	折旧年限	原值（万元）	净值（万元）	成新率（%）
运输设备	5	100.24	49.99	49.87
电子设备	3	230.17	104.97	45.60
办公设备	5	177.66	109.01	61.36
合计	-	508.08	263.97	51.96

2、租赁房产情况

截至本招股说明书签署之日，公司及其控股子公司租赁房产情况如下：

序号	出租方	承租方	坐落	面积（m ² ）	租赁期限（年/月/日）
1	北京方亚海泰科技有限公司	公司	北京市海淀区北四环西路（街）52号6层601房间	1,264.72	2016/12/1-2018/11/30
2	北京电子城有限责任公司	公司	北京市朝阳区酒仙桥北路甲10号205号楼706室	房产总面积1,465.14m ² ；公司仅占其中一间房屋。	2016/7/1-2017/6/30
3	杨月	公司	北京市海淀区中关村85楼北侧1号楼3门501	59.9	2016/6/22-2017/6/21
4	南京宁南房地产开发有限公司	公司	南京市雨花台区安德门大街57号楚翘城7幢102室、201室、202室	927.74	2015/6/1-2020/5/31
5	南京软件谷资产管理有限公司	公司	南京市雨花台区安德门大街57号楚翘城6幢105室	334.56	2015/6/1-2020/5/31
6	北京海淀置业集团有限公司	北京创业未来	北京市海淀区西大街64号第一至三层	875.9	2016/11/25-2019/11/24
7	北京海淀置业集团有限公司	北京创业未来	北京市海淀区海淀西大街64号一层临街连廊房屋	44.54	2016/11/25-2018/9/30

8	北京骏一投资管理有限公司	佳沃世纪	北京市海淀区清河安宁庄东路18号7号楼535室	31.00	2016/6/25-2017/6/24
9	北京绿色阳光双创商务服务有限公司	佳沃世纪	北京市海淀区北清路164号360号	8	2016/12/16-2017/12/15
10	西安高新智慧谷发展有限责任公司	西安创业未来	西安高新区软件谷八路528号国家电子商务示范基地东区102号	917.8	2016/1/1-2018/12/31
11	苏州工业园区科技发展有限公司	苏州创业未来	苏州工业园区星湖街328号创意产业园10-1F单元	1,223.54	2016/4/18-2017/5/1
12	成都菁蓉投资有限公司	成都创业未来	成都市金牛区九里堤中路新2号西南交通大学科技大厦	1,632.66	2016/1/1-2018/12/31
13	成都市金牛区人民政府九里堤住所办事处	成都创业未来	成都市金牛区交桂二巷64、66号	27.25	2015/10/25-2018/10/24
14	成都市新益州城市建设发展有限公司	成都黑马课堂	郫县德源镇(菁蓉镇)大禹东路66号3栋附1号的房屋	400.00	2016/11/30-2019/11/30
15	广东羊城晚报创意园投资管理有限公司	广州创润	广东省广州市天河区黄埔大道中311号内编号为2-10的房屋	710	2015/3/15-2017/12/31
16	武汉光谷创客街区管理有限公司	武汉黑马创业	武汉市东湖新技术开发区珞瑜路光谷世界城步行街3期7#6F	847.59	2016/5/1-2019/4/30

17	上海漕河泾开发区松江高新产业园发展有限公司	经际信息	上海漕河泾开发区松江高新产业园中心路1158号4楼地下一层101室-1	50	2016/3/30-2026/3/29
18	上海漕河泾开发区松江高新产业园发展有限公司	经际信息	上海漕河泾开发区松江高新产业园中心路1158号4号楼负一层	1,784	2017/1/1-2019/12/31
19	青岛天宝置业有限公司	青岛黑马创业	山东省青岛市崂山区海尔路61号“天宝国际”2号楼30层3019室房屋	203	2016/5/9-2017/6/30
20	达孜工业区管理委员会	西藏黑马信息	西藏拉萨市达孜工业区管理委员会办公室办公楼	20	2016/12/20-2017/12/20
21	江西金开正合实业有限公司	南昌致新	南昌经济技术开发区桂苑大道创业大厦B座二层216室的房屋	-	2017/2/27-2018/2/27

说明：（1）上述第9项房产出租方为北京绿色阳光双创商务服务有限公司，未能提供相对应的房屋产权证明文件；根据北京蓝天阳投资管理有限公司出具的委托书，其作为产权人将北京市海淀区北清路164号17-27号院委托给北京绿色阳光双创商务服务有限公司并授权其以自身名义对外出租经营，期限为2016年8月10日至2018年8月9日。

（2）上述第10项房产出租方为西安高新区智慧谷发展有限公司，其持有上述第10项房产的土地使用权证书，并已就租赁房屋的工程建设完成竣工验收手续，房屋所有权证书尚待办理。

(3) 上述第 12 项房产的出租方为成都菁蓉投资有限公司，根据西南交通大学出具的《证明》，上述房产所在的西南交通大学科技大厦产权属于西南交通大学所有；西南交通大学将上述房产所在的西南交通大学科技大厦自 2009 年 9 月 1 日起委托西南交大投资管理有限公司对外出租；根据西南交大投资管理有限公司出具的《证明》，西南交大投资管理有限公司将西南交通大学科技大厦部分面积出租给成都菁蓉投资有限公司，根据双方签订的《租赁合同》，成都菁蓉投资有限公司可以在租赁期限（2015 年 11 月 1 日至 2018 年 10 月 31 日）将房屋对外转租，如成都菁蓉投资有限公司无法于 2018 年 10 月 31 日后继续从成都西南交大投资管理有限公司承租房屋，成都创业未来有不能继续承租上述第 12 项租赁房产的风险。根据成都创业未来与成都菁蓉投资有限公司签订的《房屋租赁合同》的约定，成都菁蓉投资有限公司保证租赁房产无产权或房屋使用权纠纷，并承担该等纠纷给成都创业未来造成的损失；如成都菁蓉投资有限公司提前解除合同，须提前 2 个月书面通知成都创业未来，返还成都创业未来已缴纳的未实际履行部分的费用，并支付 2 个月租赁费用金额的违约金。因此如成都创业未来无法继续以承租方式使用上述第 12 项租赁房产，可根据上述约定向出租方主张违约责任。

(4) 上述第 14 项房产出租方为成都市新益州城市建设发展有限公司，其未能提供相对应的房屋产权证明文件。成都创新创业示范基地管委会已出具证明，确认房屋产权人将该房屋提供给成都黑马课堂使用没有障碍，成都黑马课堂可根据经营需要正常使用该等房屋。

(5) 上述第 15 项房产的出租方为租赁房产的出租方为广东羊城晚报创意园投资管理有限公司，上述租赁房产所在土地的土地使用权证登记于羊城晚报社名下，出租方及羊城晚报社未能提供相对应的房屋产权证明文件。根据羊城晚报社出具的《授权书》，羊城晚报社将位于广州黄埔大道的地块授权给广东羊城晚报创意园投资管理有限公司经营，广东羊城晚报创意园投资管理有限公司从 2015 年 1 月起按合同约定向租户收取租金、物业管理费、水电费等。

(6)上述第 17 项房产的出租方为上海漕河泾开发区松江高新产业园发展有限公司, 根据上海漕河泾开发区松江高新产业园发展有限公司出具的《证明》, 该项房产产权属于其所有, 其尚未取得房屋土地管理部门核发的房屋产权证, 但该房产已经可以作为生产经营用房使用。

(7)上述第 18 项房产的出租方为上海漕河泾开发区松江高新产业园发展有限公司, 根据上海漕河泾开发区松江高新产业园发展有限公司持有的不动产权属证书, 上述房屋所在土地的土地使用权登记于其名下, 并且上海漕河泾开发区松江高新产业园发展有限公司作为上海漕河泾开发区松江高新产业园的开发、建设、经营及管理方已出具证明, 确认由于松江高新产业园区面积较大, 相关建设逐步开展且涉及的手续较为复杂, 科技绿洲一期项目房屋目前尚未完成房屋所有权登记, 但该公司将该等房屋提供给上海经际使用没有障碍。

(8)上述第 20 项房产属于达孜工业园区管理委员会, 出租方达孜工业园区管理委员会未能提供相对应的房屋产权证明文件。西藏拉萨市达孜工业园区管理委员会于 2017 年 3 月 10 日出具证明, 确认: 该等房屋属该委所有, 目前尚未办理房屋所有权登记, 但该委将该等房屋出租给西藏黑马信息技术服务有限公司使用没有障碍, 并确保西藏黑马信息技术服务有限公司可根据经营需要正常使用该等房屋。

发行人实际控制人、控股股东牛文文出具书面承诺: 如果因为出租方未取得合法出租房屋的证明文件等法律瑕疵导致发行人或其控股子公司被相关政府部门处罚, 或不能按照租赁合同的约定继续使用租赁物业进而使发行人或其控股子公司遭受损失, 除可以向出租方进行追偿的部分外, 牛文文将足额补偿发行人或其控股子公司所遭受的损失。上述承诺有助于保护发行人及其控股子公司利益。


(二) 无形资产




1、注册商标

(1) 截至本招股书签署日, 发行人及其控股子公司拥有的注册商标如下:


序	商标	注册号	类号	取得时间	取得方式	有无质押等	商标注册
---	----	-----	----	------	------	-------	------





号						他项权利	人
1		14549273	16、 35、 36、 38、 42	2016-8-7	原始取得	无	北京创业 未来
2		14549270	16、 35、 38	2016-8-7	原始取得	无	北京创业 未来
3		14225739	35	2016-7-21	原始取得	无	北京创业 未来
4	Dark horse competition	14225777	35	2016-7-13	受让	无	公司
5	Dark horse competition	14225876	38	2016-7-13	受让	无	公司
6	Dark horse competition	14225939	41	2016-7-13	受让	无	公司
7	The dark horse competition	14225798	35	2016-7-13	受让	无	公司
8	The dark horse competition	14225854	38	2016-7-13	受让	无	公司
9	The dark horse competition	14226031	41	2016-7-13	受让	无	公司
10	 黑马成长营 DARK HORSE DEVELOPING CAMP	8671842	16	2016-7-13	受让	无	公司
11	 黑马成长营 DARK HORSE DEVELOPING CAMP	8671818	35	2016-7-13	受让	无	公司









12		8671783	36	2016-7-13	受让	无	公司
13	黑马华为特训营	14226072	41	2016-7-13	受让	无	公司
14	黑马营千里马班	14226052	41	2016-7-13	受让	无	公司
15	创业家俱乐部	9564118	16	2016-5-6	受让	无	公司
16	创业家俱乐部	9564085	35	2016-5-6	受让	无	公司
17	创业家	1800743	16	2016-5-6	受让	无	公司
18	创业家	5916693	35	2016-5-6	受让	无	公司
19	创业家	6581676	38	2016-5-6	受让	无	公司
20	创业家	6581677	41	2016-5-6	受让	无	公司
21		7297057	16	2016-5-6	受让	无	公司
22	人人都是创业家	6475675	16	2016-5-6	受让	无	公司
23		15919953	9	2016-6-14	原始取得	无	公司
24	黑马	16318137	13	2016-5-21	原始取得	无	公司



25	黑马	16318497	19	2016-5-21	原始取得	无	公司
26	黑黑	16318752	21	2016-5-21	原始取得	无	公司
27	黑黑	16318722	22	2016-5-21	原始取得	无	公司
28	黑黑	16318767	23	2016-5-21	原始取得	无	公司
29	黑黑	16318850	24	2016-5-21	原始取得	无	公司
30	黑黑	16319144	25	2016-5-21	原始取得	无	公司
31	黑黑	16319269	28	2016-5-21	原始取得	无	公司
32	黑黑	16319321	29	2016-5-21	原始取得	无	公司
33	黑黑	16319343	30	2016-5-21	原始取得	无	公司
34	黑黑	16319432	34	2016-5-21	原始取得	无	公司
35	黑黑	16319562	37	2016-5-21	原始取得	无	公司
36	黑黑	16319587	39	2016-5-21	原始取得	无	公司
37	 牛投 NIUTOU.COM	16414206	16	2016-5-21	原始取得	无	公司
38	 云馒头 · MENTOR	16250608	36	2016-5-7	原始取得	无	公司
39	 云馒头 · MENTOR	16250609	41	2016-5-7	原始取得	无	公司
40	云馒头	16250610	9	2016-5-7	原始取得	无	公司
41	云馒头	16250611	36	2016-5-7	原始取得	无	公司

42	云馒头	16250612	41	2016-5-7	原始取得	无	公司
43	黑马	16318461	17	2016-6-7	原始取得	无	公司
44	黑马+	16603709	41	2016-6-7	原始取得	无	公司
45	万马云孵化	16603662	16	2016-5-21	原始取得	无	公司
46	万马云孵化	16603604	35	2016-5-21	原始取得	无	公司
47	万马云孵化	16603605	36	2016-5-21	原始取得	无	公司
48	万马云孵化	16603606	38	2016-5-21	原始取得	无	公司
49	万马云孵化	16603607	41	2016-5-21	原始取得	无	公司
50	万马云孵化	16603712	45	2016-5-21	原始取得	无	公司
51	小黑马	16038587	16	2016-5-7	原始取得	无	公司
52	黑马	16317075	7	2016-4-28	原始取得	无	公司
53	飞牛	15620380	9	2016-4-21	原始取得	无	公司
54	黑马	16319650	40	2016-4-21	原始取得	无	公司
55	快牛了	15671295	35	2016-4-7	原始取得	无	公司
56	Dai Yan	15919979	35	2016-4-7	原始取得	无	公司

57	黑马	16318275	15	2016-3-28	原始取得	无	公司
58	牛投	16119736	16	2016-3-14	原始取得	无	公司
59	犇犇	15612967	9	2016-3-14	原始取得	无	公司
60	奔牛	15612099	9	2016-3-14	原始取得	无	公司
61	奔牛	15612313	42	2016-3-14	原始取得	无	公司
62	黑马创交会	15919982	42	2016-3-14	原始取得	无	公司
63		14225465	41	2016-3-14	原始取得	无	公司
64	小牛	15621451	9	2016-3-7	原始取得	无	公司
65	快牛	15659679	9	2016-3-7	原始取得	无	公司
66	快牛了	15671294	9	2016-3-7	原始取得	无	公司
67	快牛啦	15671324	9	2016-3-7	原始取得	无	公司
68	爱袋盐	16038569	35	2016-2-28	原始取得	无	公司
69	爱袋盐	16038570	41	2016-2-28	原始取得	无	公司
70	爱代言	16038567	35	2016-2-28	原始取得	无	公司
71	爱代言	16038568	41	2016-2-28	原始取得	无	公司
72	idaiyan	16038565	35	2016-2-28	原始取得	无	公司
73	idaiyan	16038566	41	2016-2-28	原始取得	无	公司







74	重度垂直	16038589	35	2016-2-28	原始取得	无	公司
75	重度垂直	16038590	41	2016-2-28	原始取得	无	公司
76	黑马营	16038583	16	2016-2-28	原始取得	无	公司
77		16038571	16	2016-2-28	原始取得	无	公司
78	快牛	15671330	35	2016-2-21	原始取得	无	公司
79	快牛啦	15671325	35	2016-2-21	原始取得	无	公司
80	速牛	15898444	9	2016-2-14	原始取得	无	公司
81	速牛	15898445	35	2016-2-14	原始取得	无	公司
82	速牛	15898446	36	2016-2-14	原始取得	无	公司
83	速牛	15898447	38	2016-2-14	原始取得	无	公司
84	速牛	15898448	41	2016-2-14	原始取得	无	公司
85	速牛	15898449	42	2016-2-14	原始取得	无	公司
86		15919981	9	2016-2-14	原始取得	无	公司
87		15919980	16	2016-2-14	原始取得	无	公司
88		15919978	36	2016-2-14	原始取得	无	公司



89		15919977	38	2016-2-14	原始取得	无	公司
90		15919976	41	2016-2-14	原始取得	无	公司
91		15919975	42	2016-2-14	原始取得	无	公司
92	黑马创交会	15919946	9	2016-2-14	原始取得	无	公司
93	黑马创交会	15919945	16	2016-2-14	原始取得	无	公司
94		15867987	9	2016-2-7	原始取得	无	公司
95		15867988	35	2016-2-7	原始取得	无	公司
96		15867989	38	2016-2-7	原始取得	无	公司
97		15867990	41	2016-2-7	原始取得	无	公司
98		15867991	42	2016-2-7	原始取得	无	公司
99	快牛	15671332	38	2015-12-28	原始取得	无	公司
100	快牛	15671333	41	2015-12-28	原始取得	无	公司


101	快牛	15659680	42	2015-12-28	原始取得	无	公司
102	快牛了	15671296	36	2015-12-28	原始取得	无	公司
103	快牛了	15671297	38	2015-12-28	原始取得	无	公司
104	快牛了	15671298	41	2015-12-28	原始取得	无	公司
105	快牛了	15671299	42	2015-12-28	原始取得	无	公司
106	快牛啦	15671327	38	2015-12-28	原始取得	无	公司
107	快牛啦	15671328	41	2015-12-28	原始取得	无	公司
108	快牛啦	15671329	42	2015-12-28	原始取得	无	公司
109	牛挖	15621126	9	2015-12-21	原始取得	无	公司
110	牛挖	15621145	42	2015-12-21	原始取得	无	公司
111		14223303	38	2015-12-7	原始取得	无	公司
112	黑马哥	14549281	16、 35、 38、 41	2015-6-28	原始取得	无	公司
113	黑马良驹	14549280	16、 25、 35、 36、 38、 41	2015-6-28	原始取得	无	公司
114	黑马大赛	14225753	35	2015-6-28	原始取得	无	北京创业 未来
115		14225392	35	2015-6-7	原始取得	无	公司

116	Heima大赛	10685842	41	2014-5-14	原始取得	无	公司
117	lheima	11206773	35	2014-2-7	原始取得	无	公司
118	lheima	11206834	36	2013-12-7	原始取得	无	公司
119	lheima	11206872	38	2013-12-7	原始取得	无	公司
120	爱黑马	11206185	16	2013-12-7	原始取得	无	北京创业未来
121	爱黑马	11206276	35	2013-12-7	原始取得	无	北京创业未来
122	爱黑马	11206341	36	2013-12-7	原始取得	无	北京创业未来
123	爱黑马	11206411	38	2013-12-7	原始取得	无	北京创业未来
124	爱黑马	11206480	41	2013-12-7	原始取得	无	北京创业未来
125	爱黑马	11206550	42	2013-12-7	原始取得	无	北京创业未来
126	创始人俱乐部	11081605	41	2013-10-28	原始取得	无	北京创业未来
127	黑马汇	10491152	38	2013-4-21	原始取得	无	公司
128	黑马	9784891	16	2013-2-21	原始取得	无	北京创业未来
129	黑马	9784873	35	2012-11-14	原始取得	无	北京创业未来

130		7791914	41	2012-9-21	原始取得	无	北京创业未来
131	创业天使联盟	9051985	41	2012-8-21	原始取得	无	北京创业未来
132	创业天使投资联盟	9051977	41	2012-8-21	原始取得	无	北京创业未来
133		7297098	41	2012-8-7	原始取得	无	北京创业未来
134	黑奔马	8855499	41	2012-7-7	原始取得	无	北京创业未来
135	黑马发现	8855480	41	2012-7-7	原始取得	无	北京创业未来
136	黑骏马	8858188	35	2012-5-14	原始取得	无	北京创业未来
137	黑骏马	8858052	41	2012-5-14	原始取得	无	北京创业未来
138	黑奔马	8855567	35	2012-3-28	原始取得	无	北京创业未来
139	黑骏马	8858115	36	2012-3-28	原始取得	无	北京创业未来
140	黑马发现	8855559	35	2012-3-28	原始取得	无	北京创业未来

141	创业天使联盟	9052162	35	2012-2-28	原始取得	无	北京创业未来
142	创业天使投资联盟	9052153	35	2012-1-28	原始取得	无	北京创业未来
143	创星黑马	8855553	35	2012-1-7	原始取得	无	北京创业未来
144	创星黑马	8855536	36	2012-1-7	原始取得	无	北京创业未来
145	创星黑马	8855465	41	2011-11-28	原始取得	无	北京创业未来
146		7297089	38	2011-2-21	原始取得	无	北京创业未来
147		7809788	41	2011-1-14	原始取得	无	北京创业未来
148		7297068	25	2010-12-21	原始取得	无	北京创业未来
149		7297078	35	2010-10-7	原始取得	无	北京创业未来
150		16414207	35	2016-9-7	原始取得	无	公司
151		16414208	36	2016-10-28	原始取得	无	公司

152		16414210	41	2016-9-21	原始取得	无	公司
153	黑马路演	14549282	16、38	2016-10-28	原始取得	无	公司
154	黑马微路演	14549283	16、38	2016-10-28	原始取得	无	公司
155	黑马	16318579	20	2016-8-28	原始取得	无	公司
156	黑马	16318095	12	2016-10-7	原始取得	无	公司
157	黑马	16317872	11	2016-8-28	原始取得	无	公司
158	黑马	16317005	6	2016-8-28	原始取得	无	公司
159	牛投	15621013	42	2016-11-21	原始取得	无	公司
160	牛投	15620925	9	2016-11-21	原始取得	无	公司
161	牛投	16119740	41	2016-11-21	原始取得	无	公司
162	牛投	16119739	38	2016-11-21	原始取得	无	公司
163	牛投	16119738	36	2016-11-21	原始取得	无	公司
164	牛投	16119737	35	2016-11-21	原始取得	无	公司
165	黑马营	16038584	35	2017-1-14	原始取得	无	公司
166		16038581	16	2016-11-28	原始取得	无	公司
167	黑马创交会	15919984	38	2016-10-28	原始取得	无	公司
168	黑马商学院	16038579	16	2016-11-7	原始取得	无	公司
169	黑马大学	16038575	16	2016-11-28	原始取得	无	公司
170	洪奇	15919951	35	2016-8-28	原始取得	无	公司

171	黑马会	14549278	35	2016-10-28	原始取得	无	北京创业未来
172	黑马之家	14549279	35、38	2016-10-28	原始取得	无	北京创业未来
173	黑马会客厅	14549271	35、38	2016-10-28	原始取得	无	北京创业未来
174	 云馒头·MENTOR	16250607	9	2016-7-14	原始取得	无	公司
175	黑马	16317625	9	2016-6-21	原始取得	无	公司
176	黑马	16318422	18	2016-6-21	原始取得	无	公司
177	黑马	16319717	43	2016-7-14	原始取得	无	公司
178	黑马	16319747	44	2016-7-14	原始取得	无	公司
179	黑马	16319734	45	2016-7-14	原始取得	无	公司
180	黑马创交会	15919983	41	2016-6-28	原始取得	无	公司
181	萝卜招聘	16038586	41	2016-8-14	原始取得	无	公司
182	黑马	16316637	4	2016-8-7	原始取得	无	公司
183	黑马	16316821	5	2016-8-7	原始取得	无	公司
184	黑马	16318347	16	2016-8-7	原始取得	无	公司
185	万马云孵化	16603663	9	2016-8-7	原始取得	无	公司
186	黑马商圈	14549274	16、36、38	2016-8-7	原始取得	无	北京创业未来
187	黑马基地	14549272	16、35、36、38	2016-8-7	原始取得	无	北京创业未来
188	黑马俱乐部	14549275	16、35、	2016-8-7	原始取得	无	北京创业未来

			36、 38				
--	--	--	-----------	--	--	--	--

(2) 截至本招股书签署日，发行人及其控股子公司已授权尚待取得的商标如下：

序号	商标名称	核定类别	有效期限	注册证号	注册人
1	黑马	1	2026-11-27	第 16316442 号	公司
2	黑马	8	2026-09-20	第 16317457 号	公司
3	黑马	35	2027-01-20	第 16319407 号	公司
4	黑马	42	2027-02-13	第 16319703 号	公司

2、主要域名

序号	域名	所有者	注册商 (证书公司)	到期日期	备注
1	chuangyejia.com	公司	中国万网	2019/1/6	京 ICP 备 08104010 号-1
2	iheima.com	公司	中国万网	2019/1/13	京 ICP 备 12006413 号-1
3	iheima.net	公司	中国万网	2017/11/22	京 ICP 备 08104010 号-7
4	iheima.cn	公司	中国万网	2021/12/4	京 ICP 备 12006413 号-4
5	iheima.com.cn	公司	中国万网	2017/9/13	京 ICP 备 08104010 号-2
6	iheima.mobi	公司	中国万网	2017/11/22	未使用
7	idaiyan.cn	公司	中国万网	2017/8/19	京 ICP 备 08104010 号-4
8	idaiyan.com.cn	公司	中国万网	2017/8/19	京 ICP 备 08104010 号-4
9	founder-club.com.cn	公司	中国万网	2019/11/13	未使用

序号	域名	所有者	注册商 (证书公司)	到期日期	备注
10	heimasai.com	公司	中国万网	2019/7/14	京 ICP 备 08104010 号-8
11	heimacap.com	公司	中国万网	2020/11/5	未使用
12	heimahui.com	公司	中国万网	2019/6/24	未使用
13	heimahui.com.cn	公司	中国万网	2020/11/15	未使用
14	heimahui.net	公司	中国万网	2020/11/15	未使用
15	heimahui.org	公司	中国万网	2020/11/15	未使用
16	heimademo.com	公司	中国万网	2017/10/21	未使用
17	iheiwen.com	公司	中国万网	2020/10/23	京 ICP 备 08104010 号-5
18	yunmantou.com	公司	中国万网	2020/1/5	京 ICP 备 08104010 号-6
19	yunmantou.cn	公司	中国万网	2020/1/5	京 ICP 备 08104010 号-6
20	heimajsq.com	公司	中国万网	2020/1/9	未使用
21	heimajsq.cn	公司	中国万网	2020/1/9	未使用
22	17mentor.com	公司	中国万网	2020/1/13	未使用
23	idaiyan.com	公司	易名中国	2024/12/31	未使用
24	niuwenwen.com	公司	易名中国	2020/5/31	未使用
25	icopartner.com	公司	中国万网	2021/11/3	未使用
26	heimaxueba.com	公司	中国万网	2021/7/6	未使用
27	xueba.live	公司	中国万网	2021/5/25	未使用
28	x8up.cn	公司	中国万网	2021/4/8	未使用
29	founderuniversity.cn	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
30	founder-university.cn	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
31	founder-university.com	公司	中国万网	2018/2/4	未使用

序号	域名	所有者	注册商 (证书公司)	到期日期	备注
32	chuangyeuniversity.cn	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
33	chuangyeuniversity.com	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
34	hmuniversity.cn	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
35	starup-university.cn	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
36	hmuniversity.com	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
37	dark-horse-university.cn	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
38	dark-horse-university.com	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
39	cyhmdx.com	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
40	chuangye-university.com	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
41	chuangye-university.cn	公司	中国万网	2018/2/4	未使用
42	founder-university.xyz	公司	中国万网	2018/2/5	未使用
43	chuangyeuniversity.xyz	公司	中国万网	2018/2/5	未使用

3、软件著作权

序号	软件名称	著作权人	登记号	编号	登记日
1	黑马学吧软件 V2.0	公司	2016SR239042	软著登字第 1417659 号	2016.08.29
2	学吧软件 V1.0	公司	2016SR128992	软著登字第 1307609 号	2016.06.02
3	移动多媒体终端安全运行软件 V1.0	公司	2015SR137226	软著登字第 1024312 号	2015.07.20
4	网络多媒体调度台控制系统 V1.0	公司	2015SR137245	软著登字第 1024331 号	2015.07.20
5	手机音视频节目审核分析软件 V1.0	公司	2015SR137555	软著登字第 1024641 号	2015.07.20
6	视频会议网络教学实时交互系统 V1.0	公司	2015SR137541	软著登字第 1024627 号	2015.07.20
7	网络多媒体客户服务系统 V1.0	公司	2015SR137220	软著登字第 1024306 号	2015.07.20
8	多媒体电子期刊管理系统 V1.0	公司	2015SR137287	软著登字第 1024373 号	2015.07.20

9	稿件汇集自动处理系统 V1.0	北京创业未来	2015SR125775	软著登字第 1012861 号	2015.07.07
10	无线视频互联网会议系统 V1.0	北京创业未来	2015SR125665	软著登字第 1012751 号	2015.07.07
11	大屏幕显示信息发布系统 V1.0	北京创业未来	2015SR125778	软著登字第 1012864 号	2015.07.07
12	音视频舆情分析系统 V1.0	北京创业未来	2015SR125785	软著登字第 1012871 号	2015.07.07
13	大屏幕显示信息发布应用系统 V1.0	北京创业未来	2015SR136325	软著登字第 1023411 号	2015.07.17
14	多媒体音视频自动化集成系统 V1.0	北京创业未来	2015SR133576	软著登字第 1020662 号	2015.07.15
15	客户报名系统 V1.0	北京创业未来	2016SR349152	软著登字第 1527768 号	2016.12.02
16	客户关系管理系统 V1.0	北京创业未来	2016SR349140	软著登字第 1527756 号	2016.12.02
17	教学视频管理监控软件 V2.0	公司	2016SR321338	软著登字第 1499995 号	2016.11.07
18	学员花名册管理软件 V2.2	公司	2016SR321325	软著登字第 1499942 号	2016.11.07
19	在线教育学习互动问答软件 V2.0	公司	2016SR319139	软著登字第 1497756 号	2016.11.04
20	在线教育电子教学课件管理软件 V2.0	公司	2016SR319684	软著登字第 1498301 号	2016.11.04
21	网络视频直播及录播系统 V2.0	公司	2016SR319630	软著登字第 1498247 号	2016.11.04

4、美术作品登记证书

序号	名称	登记号	创作完成日期	证书号
1	黑马创交会	国作登字-2016-F-00304170	2014. 12. 12	00304170
2	创业黑马	国作登字-2016-F-00152908	2016. 01. 20	00152908
3	老创	国作登字-2016-F-00254865	2015. 10. 20	00254865

5、经营资质

截至本招股书签署日，发行人拥有的经营资质如下：

序号	资质许可名称	许可证持有人	颁发机构	编号	到期日	许可业务种类
1	电信与信息服务业务经营许可证	公司	北京市通信管理局	京 ICP 证 161330 号	2021. 11. 14	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）

2	网络文化经营许可证	公司	北京市文化局	京网文 [2017]1060-030号	2020.01.04	利用信息网络经营音乐娱乐产品，演出（节）目、表演
---	-----------	----	--------	------------------------	------------	--------------------------

6、“众创空间”认定

截至本招股书签署日，发行人下属的“创业黑马众创空间”等多个众创空间已通过省级以上科技主管部门的审核和备案并被纳入科技企业孵化器管理体系，具体情况如下：

地区	众创空间名称	运营主体	级别	获得时间
北京	创业黑马众创空间	北京创业未来传媒技术有限公司	科技部认定	2015年
武汉	光谷青桐汇	武汉光谷黑马创业路演有限公司	科技部认定	2015年
广州	华南黑马会	广州创润信息科技有限公司	科技部认定	2015年
南京	南京黑马全球路演中心	南京创业未来信息技术有限公司	江苏省科学技术厅认定	2016年
上海	黑马上海路演中心	上海经际信息科技有限公司	上海市科技创业中心、上海科技企业孵化协会认定	2016年
成都	成都黑马全球路演中心	成都创业未来信息技术有限公司	四川省科学技术厅认定	2016年

六、特许经营权

发行人不属于特许经营类行业。

七、发行人的核心技术、技术储备、技术人员和创新机制情况

（一）发行人拥有的主要核心技术

发行人拥有的主要核心技术参考本招股说明书“第六节业务和技术”之“二、行业基本情况”之“（三）行业竞争格局，发行人竞争优势及劣势”中的“5、发行人的竞争优势”。

（二）发行人研发费用情况

单位：万元，%

年度	2016 年度	2015 年度	2014 年度
研发人员薪酬	-	132.09	74.11
研发日常支出	-	-	-
技术服务费	69.52		
研发费用合计	69.52	132.09	74.11
营业收入	18,420.72	16,675.88	10,839.64
占营业收入的比例	0.38	0.79	0.68

备注：2016 年公司研发人员除承担研发工作外，同时承担系统运营、后台维护等工作，故发行人未将相关人员薪酬核算到研发费用科目。

（三）发行人的核心技术人员情况

公司是一家服务型企业，具体提供包括创业辅导培训、公关、会员服务以及创业资讯等多样化创业服务。公司的核心技术体现在辅导培训课程的研发、大型活动的策划、社群运营以及互联网（包括 PC 端、移动端）技术开发方面，因此公司核心技术人员，包括创业辅导培训课程研发人员、大型活动策划人员、社群运营人员、技术开发人员等。

1、核心技术人员的比重

近三年，公司的核心技术人员稳定，核心技术人员数量和比重稳定，具体情况见下表：

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
核心技术人员数量（人）	14	14	12
员工总量（人）	230	246	202
占总人数比重（%）	6.09	5.69	5.94

2、近两年公司核心技术人员变动情况

公司通过采取有效的激励机制和人才保护措施，加强了核心技术人员的稳定性，近两年来公司的核心技术人员未出现重大变动。

八、未来发展与规划

（一）公司发行当年及未来三年发展规划及拟采取的措施

1、发展目标

公司秉承“推进中国商业新力量的成长，发现培养下一代中国商业领袖”的愿景，以“报道、汇聚、发现黑马企业，助其融资成长，孵化培训创新型企业创始人”为使命，专注于为创业者成长所需的推广、学习、融资需求提供各项支持服务，致力于成为中国领先的综合性创业服务平台，并聚拢中国最具发展潜力和最有活力的创业群体，形成自组织、自生长、自服务的综合开放创业生态。

2、发展战略

围绕成为中国领先的综合性创业服务平台的发展目标，公司管理层制定如下发展战略：

（1）平台化战略

公司下一阶段业务发展的重点是推动现有服务体系向平台化模式转型与升级。通过开放服务体系给优质的第三方服务商，最大限度地聚合外部服务资源，提供更为多样化的服务，使用户对于服务拥有更大的选择权。

平台化战略的实施将着重通过两个方面进行，一是建立严格的服务商甄选及评价体系，真正形成有效的优胜劣汰的机制。二是架构完善的基础服务设施（如支付、客服等），高效地支持服务的提供与获取。

平台化战略的实施将最大限度地释放现有用户社群的价值。

（2）在线化战略

公司将建设国内领先的在线创业教育系统，包括合作运营的黑马学吧 app、远程教育系统等产品，开拓知识分享等高成长业务线，将创新创业教育由创业人群推广到大学生及职业人群，实现创业辅导培训业务覆盖人群的扩张，从而能够及时高效地解决创业者成长过程中遇到的核心问题。

（3）全国化战略

公司现有业务主要集中在北京，但公司的客户遍及国内一、二线城市，“黑马会”会员也遍布国内经济活力较强的 27 个城市。

以创业辅导培训业务为例，公司现阶段主要在北京进行相关培训业务，尽管近年来，公司通过增加课程类型、提价等方式保持了培训业务的良好增长，但仍然满足不了全国创业企业群体旺盛的学习和交流的需求。创业辅导培训服务的面对面交流模式，更有利于群体的交流和需求的互动，因此公司急需在全国其他重点区域设立创业辅导培训基地，实现培训业务的全国化。

随着创业生态的不断完善，创业企业群体的快速增长，公司下一阶段发展的重点是通过服务渠道下沉，将创业培训业务范围推向全国重点区域重点城市，实现公司用户规模和业务规模的快速增长。

（4）投资及并购战略

在公司平台化的战略方针和创业服务行业竞争日益加剧的局面下，公司计划转变高度依赖自主开发的业务成长方式，通过战略投资及并购加快在行业性媒体及企业基础服务（如财务、HR、营销等）两个核心领域的布局，强化公司服务平台的用户聚合与沉淀能力，促进平台用户端与服务端的良性循环，以保持公司服务平台的长期竞争力。

3、未来三年发展规划及实施措施

公司将围绕发展目标及总体发展战略，通过区域拓展、业务延伸，强化公司在创业服务领域内的竞争优势，未来三年公司制定如下发展规划与实施措施：

（1）“黑马众创空间”扩展建设规划

众创空间是顺应网络时代创新创业特点和需求，通过市场化机制、专业化服务和资本化途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式的新型创业服务平台，其兼具市场化、专业化、集成化、网络化等特点，顺应创业服务行业的市场发展趋势，在未来相当长的一段时间内将成为创业服务领域内的主流实体形态之一。公司通过整合内外部创业资源，在全国创业气氛浓厚的北京、青岛、南京、西安、

成都相继成立了“黑马众创空间”，向创业者提供全方位、多样化的综合性创业服务。

未来三年公司将在现有“黑马众创空间”的基础上，在商业基础设施完善、政策环境良好、人才储备丰富、创新能力较强的城市建设 10 到 20 个“黑马众创空间”，进一步拓展公司业务覆盖范围，达到布局全国主要创新创业集聚城市的目的，从而构建覆盖全国主要城市的线下服务网络。

（2）服务体系移动化发展规划

未来三年，公司计划以手机客户端为核心开发系列移动产品，并且连通微博、微信等移动开放平台，将公司服务体系延伸、覆盖至移动端。通过移动产品的开发运营，公司将进一步提高用户黏性、提高创业者社群粘性、降低服务成本、加速规模成长。

（3）内部信息化建设发展规划

公司已经建立了包含财务信息系统、CRM 系统和办公信息系统在内的内部信息化系统，在此基础上，公司计划建设覆盖业务全部流程的一体化信息系统，包含办公自动化、财务管理、知识管理、人力资源管理、决策分析系统等，进一步加强内控制度的实施力度，加快内控信息的反馈速度。

（4）品牌推广和提升计划

公司旗下多个产品/服务平台，如黑马大赛、黑马运动会、黑马创业社群大会、黑马会等，在市场上具备较高的识别度以及较为广泛的品牌认知。未来公司将继续遵循品牌为先的原则，进一步提高公司品牌影响力，强化品牌领先地位，培养客户品牌忠诚度。

未来三年，公司将持续举办自有品牌活动和定制活动，不断创新活动模式，增强活动的市场影响力；扩大公司的培训规模，研发更多的培训课程，加深在创新创业人群中的品牌认知度；继续加强黑马会各地方分会和各行业分会的影响力，有效地提升公司品牌影响力的广度和深度。

（二）实施发展目标和规划的基本假设条件和面临的主要困难

1、拟定发展目标和规划所依据的假设条件

（1）国内创业环境不发生重大变化，且公司经营过程中所遵循的有关国家及地方政策、法规无重大变化；

（2）创业服务领域市场正常发展，市场竞争格局未发生重大变化；

（3）本次股票发行与上市工作进展顺利，募集资金能够及时到位，募集资金投资项目顺利实施；

（4）公司现有高管、核心人员不发生重大变动，且管理层无重大决策失误；

（5）没有其他不可抗力因素的重大不利影响。

2、实施发展目标和规划所面临的困难

（1）公司制定的上述业务发展规划，需要较为大量的资金支持，但是因公司属于提供服务的轻资产公司，融资渠道较为单一，资金不足成为制约公司实施上述发展目标和规划的主要因素。

（2）公司制定的上述业务发展规划中，计划在全国多个城市建设统一的“黑马众创空间”，这将对公司全国范围内的连锁经营能力提出较高的要求。目前，公司并无连锁经营的经验，连锁经营的基础较为薄弱，一定程度上会成为公司实现上述发展目标的制约因素。

（3）报告期内，公司资产规模保持了较高的增长水平。若公司本次成功发行，随着募集资金的到位，公司的资产规模、人员规模都将迅速扩张，这将使公司组织机构、管理体系趋于复杂，从而对公司的经营管理、组织设计、财务规划以及人力资源配置等提出更高的要求，一定程度上成为公司实现上述发展规划的瓶颈因素。

（三）发行人持续公告发展规划实施和目标实现的声明

若公司本次成功实现国内创业板上市，将在上市后当年及其后三个完整会计

年度公告的定期报告中持续披露规划实施和目标实现的情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性

公司严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，逐步建立健全了公司法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有完整的资产和业务，具备与经营有关的业务体系，具有面向市场自主经营的能力。公司已达到发行监管对公司独立性的基本要求。

（一）资产完整

2015年9月21日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（天职业字[2015]第12922号）验证确认，公司设立时各发起人投入的资产已足额到位。公司合法拥有与经营有关的资产，拥有独立完整的采购、研发、销售、服务系统。公司目前没有以资产和权益为股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形，也不存在公司股东占用公司的资金、资产和其它资源的情况。

（二）人员独立

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取报酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中领薪。公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。公司拥有独立、完整的人事管理体系，制定了独立的劳动人事管理制度，由公司独立与员工签订劳动合同。

（三）财务独立

公司设置了独立的财务部门，并有专职财务人员。公司根据现行法律法规，结合公司实际，制定了财务管理制度，建立了独立完善的财务核算体系。公司在银行开设了独立的账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司依法独立进行纳税申报并履行纳税义务。

（四）机构独立

公司依照《公司法》和《公司章程》的规定设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，建立了完善的法人治理结构，并根据自身经营特点建立了独立完整、适应发展需要的组织结构，各机构依照《公司章程》和《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》等各项规章制度行使职权。公司与主要股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司的主营业务是创业服务，具体包括创业辅导培训、公关、会员服务以及创业资讯服务等。公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，公司控股股东、实际控制人已经出具了避免同业竞争的承诺函，承诺不从事任何与本公司相同或相似的业务。公司具备完整的采购、研发、销售及服务等业务环节，拥有独立的业务流程，具备直接面向市场的独立经营能力。

经核查，保荐机构认为，发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面相互独立，已达到发行监管对发行人独立性的基本要求。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况说明

本公司的主营业务为创业服务，具体包括创业辅导培训、公关、会员服务、创业资讯等。

本公司的控股股东和实际控制人为牛文文先生，截至本招股说明书签署日，牛文文先生除直接持有本公司股权外，还控制原投时创、黑马创展、创展天启、创业嘉乐、创业俱乐部、黑马原投、黑马金服、黑马融通、黑马汇力。创业嘉乐的详细情况见本招股书“第五节发行人基本情况”之“六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有发行人5%以上股份的主要股东”。原投时创、黑马创展、创展天启、创业俱乐部、黑马原投、黑马金服、黑马融通、黑马汇力基本情况见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人直接或间接控制的其他企业基本情况”。

创业嘉乐除持有本公司股权外，不从事其他业务，原投时创除持有创业嘉乐股权外，不从事其他业务，创业俱乐部无实际经营业务。因此，创业嘉乐、原投时创、创业俱乐部与发行人不存在同业竞争。黑马创展的主营业务是资产管理和投资管理，通过设立私募股权基金进行对外投资，与发行人不存在同业竞争。创展天启为黑马创展于2016年9月收购的子公司，从事企业管理服务业务，与发行人不存在同业竞争。黑马原投拟从事企业管理服务，尚未实际经营业务，与发行人不存在同业竞争。黑马汇力为持股平台，无其他实际经营业务，与发行人不存在同业竞争。黑马金服从事类金融业务，与发行人不存在同业竞争。

报告期内，牛文文曾经控制牛投科技。牛投科技主要通过牛投网（<http://www.niutou.com/>）为融资项目提供互联网非公开私募股权融资服务，牛投网作为互联网非公开股权融资平台，为融资人和投资人提供信息发布、需求对接等相关服务。融资人通过牛投网发布融资项目，投资人通过牛投网筛选融资项目并进行股权投资。牛投网仅作为投融资双方的对接平台，不参与项目的融资或投资，也不参与项目的投后维护、退出等，在融资成功后，牛投网向投融资双方收取一定的平台使用费。因此，牛投科技从事的互联网非公开私募股权融资服务与发行人从事的创业服务业务以及细分的创业辅导培训、公关、会员服务等业务区别较大，因此与发行人不存在同业竞争。

牛投科技开展互联网私募股权融资服务，严格按照《国务院办公厅关于严厉

打击非法发行股票和非法经营证券业务有关问题的通知》（国办发〔2006〕99号）、《中国证券监督管理委员会关于贯彻〈国务院办公厅关于严厉打击非法发行股票和非法经营证券业务有关问题的通知〉有关事项的通知》（证监发〔2007〕40号）、《中国人民银行工业和信息化部公安部财政部工商总局法制办银监会证监会保监会国家互联网信息办公室关于促进互联网金融健康发展的指导意见》（银发〔2015〕221号）、《关于对通过互联网开展股权融资活动的机构进行专项检查的通知》（证监办发〔2015〕44号）等法律、法规的规定，在牛投网上明确披露了其互联网非公开股权融资平台的性质，制定、披露并执行了《免责声明》、《投资人规则》、《融资人规则》、《融资人信息披露规则》、《用户服务协议》、《投资风险告知书》、《有限合伙协议》等一系列平台规则，投资者在通过牛投网的合格投资人认证后，才能浏览和详细了解平台上的融资项目，融资人在通过牛投网的项目发起人认证之后，方可申请在平台上发起融资项目。通过前述平台规则，牛投网向用户充分揭示了互联网私募股权投资的风险，保证了牛投科技的互联网股权融资服务符合法律、法规的规定。

截至本招股书签署之日，本公司与控股股东及实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争的情况。

（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，本公司控股股东及实际控制人牛文文已向公司出具了《非竞争承诺函》，承诺：一、于本承诺函签署之日，本人及本人直接或间接控制的除股份公司外的其他企业，均未生产、开发任何与股份公司生产的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务；二、自本承诺函签署之日起，本人及本人直接或间接控制的除股份公司外的其他企业将不生产、开发任何与股份公司生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务；三、自本承诺函签署之日起，如股份公司进一步拓展其产品和业务范围，本人及本人直接或间接控制的除股份公司外的其他企业将不与股份公司拓展后的产品或业务相竞争；若与股份公司拓展后的产品或业务产

生竞争，本人及本人直接或间接控制的除股份公司外的其他企业将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式、或者将相竞争的业务纳入到股份公司经营的方式、或者将相竞争的业务转让给无关联关系第三方的方式避免同业竞争；四、如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，本人将向股份公司赔偿一切直接和间接损失。”

（三）发行人董事、监事、高级管理人员承诺

1、于承诺函签署之日，其担任董事、监事、高级管理人员的除股份公司外的其他企业，均未生产、开发任何与股份公司生产的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务；

2、自承诺函签署之日起，其担任董事、监事、高级管理人员的除股份公司外的其他企业将不生产、开发任何与股份公司生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务；

3、自承诺函签署之日起，如股份公司进一步拓展其产品和业务范围，其担任董事、监事、高级管理人员的除股份公司外的其他企业将不与股份公司拓展后的产品或业务相竞争；

4、如承诺函被证明是不真实或未被遵守，其将向股份公司赔偿一切直接和间接损失。

三、关联交易

（一）关联方及关联关系

1、发行人控股股东和实际控制人

发行人的控股股东为牛文文先生，牛文文直接持有发行人 41.87%的股份；创业嘉乐持有公司 8.19%的股份，牛文文持有创业嘉乐 50.02%的普通合伙人份额，为创业嘉乐的实际控制人；蓝创文化持有公司 19.89%的股份，牛文文持有

蓝创文化 35.88%的有限合伙人份额；因此牛文文为公司控股股东和实际控制人。

牛文文先生的具体情况，详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）公司控股股东及实际控制人情况”。

2、持有本公司 5%以上股份的其他主要股东

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）	持有本公司 19.89%股权的股东
2	深圳市达晨创丰股权投资企业（有限合伙）	持有本公司 13.64%股权的股东
3	北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）	持有本公司 8.19%股权的股东

3、本公司下属控股企业

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	北京创业未来传媒技术有限公司	本公司的全资子公司
2	北京爱代言科技有限公司	本公司的全资子公司
3	成都创业未来信息技术有限公司	本公司的全资子公司
4	青岛黑马创业服务有限公司	本公司的全资子公司
5	西安创业未来信息技术有限公司	本公司的全资子公司黑马创投之子公司
6	北京黑马创投科技有限公司	本公司的全资子公司
7	武汉光谷黑马创业路演有限公司	本公司的全资子公司黑马创投之子公司
8	苏州创业未来信息技术有限公司	本公司的全资子公司黑马创投之子公司
9	北京佳沃世纪企业管理咨询有限公司	本公司持有 52%股权的控股子公司
10	南京创业未来信息科技有限公司	本公司持有 66.7%股权的控股子公司
11	广州创润信息科技有限公司	本公司持有 67%股权的控股子公司
12	北京创富未来科技有限公司	本公司持有 51%股权的控股子公司
13	北京奇点小伙伴科技有限公司	本公司全资子公司
14	上海经际信息科技有限公司	本公司全资子公司黑马创投之子公司
15	成都黑马课堂科技有限公司	本公司全资子公司黑马创投之全资子公司
16	西藏黑马信息技术服务有限公司	本公司的全资子公司
17	南昌致新信息技术服务有限公司	本公司的全资子公司

4、其他关联方

(1) 关联法人

①发行人控制股东、实际控制人控制的、或者担任董事、高级管理人员、或者实施重大影响的除发行人及其子公司以外的其他法人

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	北京原投时创文化传媒有限公司	本公司实际控制人直接控制的其他企业，持有本公司股东创业嘉乐 10%的出资额
2	北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）	本公司实际控制人直接控制的其他企业，持有公司 8.19%股权
3	北京黑马创展投资管理有限公司	本公司实际控制人持有 51%股权的公司，刘义伟曾担任该企业的监事
4	北京创展天启科技有限公司	本公司实际控制人间接控制的其他企业，黑马创展持股 100%
5	北京黑马拓新创业投资中心（有限合伙）	本公司实际控制人担任该有限合伙企业的执行事务合伙人委派代表
6	天津黑马贰号投资合伙企业（有限合伙）	本公司实际控制人实施重大影响的其他企业，黑马创展担任其普通合伙人
7	嘉兴长天二号投资管理合伙企业（有限合伙）	本公司实际控制人实施重大影响的其他企业，黑马创展担任其普通合伙人
8	嘉兴长天三号投资管理合伙企业（有限合伙）	本公司实际控制人实施重大影响的其他企业，黑马创展担任其普通合伙人
9	广州黑马新共响基金合伙企业（有限合伙）	本公司实际控制人实施重大影响的其他企业，黑马创展担任其普通合伙人
10	广州黑马投资管理有限公司	本公司实际控制人实施重大影响的其他企业，黑马创展持股 30%
11	深圳市黑创投资管理有限公司	本公司实际控制人实施重大影响的其他企业，黑马创展持股 30%
12	深圳黑创股权投资中心（有限合伙）	本公司实际控制人实施重大影响的其他企业
13	北京创业未来文化俱乐部（普通合伙）	本公司实际控制人直接控制的其他企业
14	黑马原投（北京）科技有限公司	本公司实际控制人直接控制的其他企业
15	北京黑马汇力文化交流中心（有限合伙）	本公司实际控制人直接控制的其他企业
16	黑马金服（北京）科技有限公司	本公司实际控制人直接控制的其他企业
17	北京黑马融通科技有限公司	本公司实际控制人间接控制的其他企业
18	北京青天集贤投资管理有限公司	本公司实际控制人持股 50%的企业
19	北京牛投科技有限公司	本公司实际控制人实施重大影响的企业，

序号	关联方名称	与本公司的关系
		报告期内曾经直接控制
20	中润正德（北京）投资管理有限公司	本公司实际控制人实施重大影响的企业，报告期内曾经间接控制的其他企业
21	北京蓝牛企业管理服务有限公司	本公司实际控制人实施重大影响的企业，报告期内曾经间接控制的其他企业
22	深圳牛投网投资管理有限公司	本公司实际控制人实施重大影响的企业，报告期内曾经间接控制的其他企业
23	北京代言未来科技有限公司	本公司实际控制人直接控制的其他企业，于 2016 年 1 月 20 日注销
24	北京创智联拓科技有限公司	本公司实际控制人直接控制的其他企业，于 2016 年 1 月 20 日注销
25	创投未来（北京）教育科技有限公司	本公司实际控制人牛文文担任执行董事，于 2016 年 2 月 22 日注销
26	浙江赛创未来创业投资管理有限公司	本公司报告期内曾经能够实施控制的公司，牛文文、刘义伟曾任其董事
27	北京科创空间投资发展有限公司	本公司持有该企业 15% 的股权，本公司实际控制人担任该企业的董事

②关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司以外的法人

A、本公司董事（或过去十二个月内曾任公司董事）、监事（或过去十二个月内曾任公司监事）及其关系密切的家庭成员直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司以外的法人

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	北京非勒电子工程有限公司	本公司董事兼副总经理刘义伟配偶刘晓霞控制该公司
2	北京赛尔汽车信息服务有限公司	本公司董事兼副总经理刘义伟配偶刘晓霞控制该公司
3	北京健坤立信科技有限公司	本公司董事兼副总经理刘义伟配偶刘晓霞控制该公司
4	北京健坤志远科技有限公司	本公司董事兼副总经理刘义伟配偶刘晓霞控制该公司
5	北京龙州联创科技发展有限公司	本公司董事兼副总经理刘义伟配偶刘晓霞持有公司 50% 股权
6	星光农机股份有限公司	本公司董事傅忠红担任该公司董事
7	上海四维文化传媒股份有限公司	本公司董事傅忠红担任该公司董事
8	上海鸿辉光通科技股份有限公司	本公司董事傅忠红担任该公司董事

9	广州尚品宅配家居股份有限公司	本公司董事傅忠红担任该公司董事
10	普莱柯生物工程股份有限公司	本公司原独立董事曹阳担任该公司独立董事
11	紫光国芯股份有限公司	本公司原独立董事曹阳担任该公司独立董事
12	江苏中南建设集团股份有限公司	本公司原独立董事曹阳曾担任该公司独立董事
13	酒仙网电子商务股份有限公司	本公司原独立董事曹阳曾担任该公司独立董事
14	北京酒快到网络科技有限公司	酒仙网电子商务股份有限公司下属子公司
15	九洲远景（上海）投资管理有限公司	本公司独立董事王敬实际控制的企业
16	九洲远景（上海）信息服务有限公司	本公司独立董事王敬实际控制的企业
17	天巍（上海）投资有限公司	本公司独立董事王敬实际控制的企业
18	衍尚（上海）文化发展有限公司	本公司独立董事王敬实际控制的企业
19	拙石（上海）资产管理有限公司	本公司独立董事王敬实际控制的企业
20	巍家（上海）投资管理有限公司	本公司独立董事王敬担任该公司执行董事
21	九洲星城（上海）资产管理有限公司	本公司独立董事王敬担任该公司董事
22	步步高商业连锁股份有限公司	本公司独立董事王敬担任该公司独立董事
23	优扬文化传媒股份有限公司	本公司独立董事王敬担任该公司独立董事
24	绿景（中国）地产投资有限公司	本公司独立董事王敬担任该公司独立董事
25	经纬（杭州）投资管理有限公司	本公司监事曹国熊担任该公司董事、总经理
26	杭州三仁投资管理有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司执行董事、总经理
27	上海经为股权投资管理有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司董事
28	浙报传媒集团股份有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司独立董事
29	上海亭东影业有限公司	本公司监事会主席曹国熊曾担任该公司董事
30	杭州普阳投资管理有限公司	本公司监事会主席曹国熊曾担任该公司执行董事、总经理
31	杭州大头投资管理有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司执行董事、总经理
32	浙江广晋创业投资有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司董事
33	诸暨贵银投资有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司董事
34	浙江华睿庆余创业投资有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司董事
35	杭州蓝狮子文化创意股份有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司董事
36	北京墨迹风云科技股份有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任该公司董事
37	嵊州天腾机床工具有限公司	本公司监事会主席曹国熊关系密切的家庭成员控制的公司，其妹曹国军担任其监事
38	绍兴天腾机床工具有限公司	本公司监事会主席曹国熊关系密切的家庭成员控制的公司
39	北京微播易科技股份有限公司	本公司前任董事朱海发曾任该公司董事

40	杭州正前方投资有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任公司执行董事、总经理
41	杭州果麦文化传媒有限公司	本公司监事会主席曹国熊担任公司董事
42	牛投汇力（天津）企业管理服务合伙企业（有限合伙）	本公司前任董事郭海峰控制的企业
43	牛投聚力（天津）科技有限公司	本公司前任董事郭海峰担任执行董事、经理的企业
44	北京速牛企业管理服务合伙企业（有限合伙）	本公司前任董事郭海峰控制的企业
45	杉数科技（北京）有限公司	本公司前任监事罗小渠担任执行董事、经理的企业
46	湖北祥云（集团）化工股份有限公司	本公司独立董事肖红英担任该公司独立董事
47	浙江永贵电器股份有限公司	本公司独立董事肖红英担任该公司独立董事
48	佳通轮胎股份有限公司	本公司独立董事肖红英担任该公司独立董事
49	青岛市恒顺众昇集团股份有限公司	本公司独立董事肖红英担任该公司独立董事
50	江西美维中山医院管理有限公司	本公司财务总监韩雪冬担任该公司董事

备注：北京微播易科技股份有限公司是由北京讯达网脉科技有限公司于2016年3月25日，整体变更设立的股份有限公司。

B、关联自然人赵文权直接或者间接控制的、或担任董事、高级管理人员的关联法人

赵文权在过去十二个月内存在担任发行人董事的情况，基于审慎性考虑，比照上市公司标准将赵文权直接或者间接控制的、或担任董事、高级管理人员的关联法人认定为发行人的关联方。依据公开信息，前述关联方主要如下：

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	关联自然人控制的企业
2	上海蓝色光标品牌顾问有限公司	关联自然人控制的企业
3	上海蓝色光标公关服务有限公司	关联自然人控制的企业
4	北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司	关联自然人控制的企业
5	北京盛世鸿天会展服务有限公司	关联自然人控制的企业
6	上海湃杰广告有限公司	关联自然人控制的企业
7	芒果树园（北京）商贸有限公司	关联自然人控制的企业
8	拉萨蓝色方略信息咨询有限公司	关联自然人控制的企业
9	蓝海腾悦（北京）旅行社有限公司	关联自然人控制的企业
10	上海励唐会展策划服务有限公司	关联自然人控制的企业

11	北京蓝色光标电子商务股份有限公司	关联自然人控制的企业
12	北京蓝色光标公关顾问有限公司	关联自然人控制的企业
13	北京思恩客广告有限公司	关联自然人控制的企业
14	北京蓝色光标娱乐传媒咨询有限公司	关联自然人控制的企业
15	上海精准阳光生活传媒广告有限公司	关联自然人控制的企业
16	山东木鸭梨教育科技有限公司（曾用名：济南蓝色光标企业管理咨询有限公司）	关联自然人曾共同控制的企业
17	上海美广互动广告有限公司	关联自然人控制的企业
18	上海今久广告传播有限公司	关联自然人控制的企业
19	上海欣凤翼市场营销顾问有限公司	关联自然人控制的企业
20	海南今久广告传播有限公司	关联自然人控制的企业
21	上海精准阳光文化传播有限公司	关联自然人控制的企业
22	山南蓝色光标数字营销有限公司	关联自然人控制的企业
23	北京今久联合房地产经纪有限公司	关联自然人控制的企业
24	北京全经联合时代文化传播有限责任公司	关联自然人控制的企业
25	We Are Very Social Limited	关联自然人控制的企业
26	蓝色光标国际传播集团有限公司	关联自然人控制的企业
27	北京飞鸟创想公关顾问有限公司	关联自然人控制的企业
28	北京蓝色天幕传媒广告有限公司	关联自然人控制的企业
29	密达美渡传播有限公司	关联自然人控制的企业
30	北京美广互动广告有限公司	关联自然人控制的企业
31	蓝色光标国际传播集团（美国）有限公司（英文名称：BLUEFOCUS COMMUNICATION GROUP OF AMERICA, INC）	关联自然人共同控制的企业
32	思恩客（香港）广告有限公司	关联自然人控制的企业
33	蓝色光标（天津）市场营销有限公司	关联自然人控制的企业
34	蓝色光标（上海）投资管理有限公司	关联自然人控制的企业
35	Phluency Inc.	关联自然人控制的企业
36	北京北联伟业电子商务有限公司	关联自然人控制的企业
37	上海美广云商电子商务有限公司	关联自然人控制的企业
38	陕西蓝色光标品牌顾问有限公司	关联自然人控制的企业
39	蓝色光标电子商务（上海）有限公司	关联自然人控制的企业
40	北京捷报数据技术有限公司	关联自然人控制的企业
41	浙江蓝色光标数据科技有限公司	关联自然人共同控制的企业
42	北京杰讯传承文化传媒有限公司（曾用名：北京东方博杰广告有限公司）	关联自然人曾控制的企业
43	蓝色维勒有限公司	关联自然人控制的企业
44	1861710 ALBERTA INC.	关联自然人控制的企业
45	Vision 7 International ULC	关联自然人控制的企业
46	哈尔滨今维文化传媒有限公司	关联自然人控制的企业

47	长春新维恒通广告有限公司	关联自然人控制的企业
48	蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	关联自然人控制的企业
49	蓝合汽车销售（上海）有限公司	关联自然人控制的企业
50	蓝色光标无限互联（北京）投资管理有限公司	关联自然人共同控制的企业
51	蓝色光标国际传播有限公司	关联自然人控制的企业
52	西藏山南北联伟业电子商务有限公司	关联自然人控制的企业
53	Madhouse Inc.	关联自然人控制的企业
54	Domob Limited	关联自然人控制的企业
55	多盟智胜网络技术（北京）有限公司	关联自然人控制的企业
56	蓝色光标天地互联科技（北京）有限公司	关联自然人控制的企业
57	北京指点互动广告有限公司	关联自然人控制的企业
58	北京蓝色印象品牌顾问有限公司	关联自然人控制的企业
59	上海蓝色光标数字文化传播有限公司	关联自然人控制的企业
60	广州蓝色光标市场顾问有限公司	关联自然人控制的企业
61	深圳蓝色光标互动营销有限公司	关联自然人控制的企业
62	北京智扬唯美科技咨询有限公司	关联自然人控制的企业
63	深圳蓝色光标企业策划有限公司	关联自然人控制的企业
64	北京欣风翼科技有限公司	关联自然人控制的企业
65	北京畅益思科技发展有限公司	关联自然人控制的企业
66	广州精传广告有限公司	关联自然人控制的企业
67	上海精传广告有限公司	关联自然人曾共同控制的企业，于2015年8月注销
68	上海尊品生活广告有限公司	关联自然人曾共同控制的企业
69	北京生活先锋广告有限公司	关联自然人曾共同控制的企业
70	北京今久广告传播有限责任公司	关联自然人控制的企业
71	北京东方传通广告有限公司	关联自然人控制的企业
72	蓝色光标电子商务国际集团有限公司	关联自然人控制的企业
73	青岛时代新维网络科技有限公司	关联自然人曾共同控制的企业
74	上海狮华信息技术服务股份有限公司（曾用名：狮华投资顾问（上海）有限公司、狮华投资顾问（上海）有限公司）	关联自然人担任董事的企业
75	西藏山南东方博杰广告有限公司	关联自然人担任董事的企业
76	蓝瀚（上海）科技有限公司	关联自然人共同控制的企业
77	沈阳新维广告有限公司	关联自然人曾共同控制的企业
78	精准阳光（北京）传媒广告有限公司	关联自然人控制的企业

C、关联自然人盛发强直接或者间接控制的、或担任董事、高级管理人员的关联法人

盛发强未担任发行人董事等重要职务，但由于盛发强担任发行人第二大股东

蓝创文化的执行事务合伙人蓝创联合的委派代表，基于审慎性考虑，将盛发强及其控制或担任董事、高管的企业认定为发行人的关联方。依据公开信息，前述关联方主要如下：

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	探路者控股集团股份有限公司	关联自然人共同控制的企业
2	成都探路者体育用品有限公司	关联自然人共同控制的企业
3	上海探路者户外用品有限公司	关联自然人共同控制的企业
4	武汉探路者户外用品有限公司	关联自然人共同控制的企业
5	沈阳探路者户外用品有限公司	关联自然人共同控制的企业
6	北京探路者飞越户外用品销售有限公司	关联自然人共同控制的企业
7	广州探路者户外用品有限公司	关联自然人共同控制的企业
8	北京守望绿途户外文化传播有限公司	关联自然人共同控制的企业
9	天津新起点投资管理有限公司	关联自然人共同控制的企业
10	北京阿肯诺户外用品有限责任公司	关联自然人共同控制的企业
11	非凡探索户外用品有限公司	关联自然人共同控制的企业
12	北京绿野视界信息技术有限公司	关联自然人共同控制的企业
13	探路者（北京）户外文化传播有限公司	关联自然人共同控制的企业
14	济南汇乾贸易有限公司	关联自然人共同控制的企业
15	辽宁北福源商贸有限公司	关联自然人共同控制的企业
16	青岛馨顺达商务有限公司	关联自然人共同控制的企业
17	天津恒喆户外用品有限公司	关联自然人共同控制的企业
18	北京探路者冰雪控股发展有限公司	关联自然人共同控制的企业
19	巩义市探路者滑雪度假有限公司	关联自然人共同控制的企业
20	北京山水乐途贸易有限公司	关联自然人共同控制的企业
21	济南探韩电子商务有限公司	关联自然人共同控制的企业
22	北京野玩科技有限公司	关联自然人共同控制的企业
23	北京亚丁科技开发有限公司	关联自然人控制的企业
24	青岛远望者股权投资基金合伙企业（有限合伙）	关联自然人控制的企业
25	守望地球（北京）文化传播有限公司	关联自然人控制的企业
26	蓝创联合文化传媒（天津）有限公司	关联自然人控制的企业
27	蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）	关联自然人担任其执行事务合伙人委派代表
28	易游天下国际旅行社（北京）有限公司	关联自然人共同控制的企业
29	四川省天下易游国际旅行社有限公司	关联自然人共同控制的企业
30	探路者国际旅行社（北京）有限公司	关联自然人共同控制的企业
31	北京美景联动科技有限公司	关联自然人共同控制的企业
32	Asiatravel.com Holdings Ltd	关联自然人曾担任其非执行董事，已于 2017 年 1 月卸任

33	北京探路者安全科技有限公司	关联自然人担任其执行董事，关联自然人共同控制的企业
34	北京山水风尚科技发展有限公司	关联自然人担任其董事长，关联自然人共同控制的企业
35	张家口崇礼易游天下旅行社有限公司	关联自然人共同控制的企业
36	绿野国际旅行社（北京）有限公司	关联自然人共同控制的企业
37	江西探路者和同投资管理有限公司	关联自然人担任其董事长
38	北京极之美旅行社有限公司	关联自然人曾共同控制的企业

备注：2016年5月23日北京美景假期国际旅行社有限公司更名为探路者国际旅行社（北京）有限公司。

（2）关联自然人

①在公司担任职务的关联自然人

序号	姓名	担任职务信息	直接持股比例	间接持股比例	合计持股比例
1	牛文文	董事长、总经理，为公司控股股东及实际控制人	41.87%	11.97%	53.84%
2	刘义伟	董事、副总经理、董事会秘书	-	0.49%	0.49%
3	傅忠红	董事	-	-	-
4	肖红英	独立董事	-	-	-
5	王敬	独立董事	-	-	-
6	曹国熊	监事会主席	-	-	-
7	王佳佳	监事	-	0.29%	0.29%
8	李豪	监事	-	-	-
9	韩雪冬	财务总监	-	-	-

②其他关联自然人

序号	姓名	关联关系说明	备注
1	赵文权	间接持有发行人 4.00% 的股份，过去十二个月内曾任发行人董事	-
2	盛发强	间接持有发行人 2.94% 的股份，发行人 5% 以上股东蓝创文化的实际控制人	-
3	刘晓霞	间接持有发行人 0.08% 的股份，发行人董事刘义伟之配偶	-
4	郭海峰	间接持有发行人 0.90% 的股份，于 2011 年 11 月 24 日至 2015 年 9 月 23 日担任发行人董事	牛投科技的主要负责人

5	于明	于2011年11月24日至2015年5月10日担任发行人董事	-
6	朱海发	于2011年11月24日至2015年5月10日担任发行人董事	-
7	张明若	于2015年9月23日至2016年1月12日担任发行人独立董事	-
8	房毅	于2011年11月24日至2015年9月23日担任发行人监事	-
9	罗小渠	过去十二个月内曾任公司监事	-
10	曹阳	过去十二个月内曾任公司董事	-
11	潘博	间接持有发行人0.29%的股份，过去十二个月内曾任公司财务总监	-

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）销售商品/提供劳务情况表

单位：万元

公司名称	关联交易内容	2016年度	2015年度	2014年度
北京黑马拓新创业投资中心（有限合伙）	管理服务费	64.50	258.00	258.00
探路者控股集团股份有限公司	公关业务/创业辅导培训	100.52	92.45	47.17
北京牛投科技有限公司	公关业务	-	84.91	-
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	公关业务	-	75.94	78.75
浙江赛创未来创业投资管理有限公司	公关业务（业务分成）	-	47.39	-
北京酒快到网络科技有限公司	公关业务/创业辅导培训	11.28	37.74	-
易游天下国际旅行社（北京）有限公司	公关业务	-	22.64	5.66
北京非勒电子工程有限公司	创业辅导培训	-	9.43	-
北京微播易科技股份有限公司	公关业务	6.42	5.57	-

公司名称	关联交易内容	2016 年度	2015 年度	2014 年度
沈阳新维广告有限公司	创业辅导培训	3.14	4.21	-
上海美广互动广告有限公司	公关业务	-	3.30	-
酒仙网电子商务股份有限公司	创业辅导培训	4.91		-
北京蓝色光标公关顾问有限公司	公关业务	4.72	-	-
牛文文	其他	0.57	-	
合计	-	196.05	641.58	389.58

注：探路者户外用品股份有限公司于 2015 年 6 月更名为探路者控股集团股份有限公司。

关联销售必要性和公允性情况说明：发行人对上述关联方的公关及创业辅导培训等业务收入，均为真实业务需求，符合必要性原则，其定价按照发行人相应产品定价原则，与无关联第三方销售价格保持一致，定价公允。

(2) 采购商品/接受劳务情况表

单位：万元

公司名称	关联交易内容	2016 年度	2015 年度	2014 年度
易游天下国际旅行社（北京）有限公司	采购旅行社服务	-	388.92	-
探路者国际旅行社（北京）有限公司	采购旅行社服务	-	228.60	-
盛发强（注）	接受盛发强作为导师的授课劳务	-	-	-
北京微播易科技股份有限公司	媒体采购	-	1.97	-
北京青天集贤投资管理有限公司	咨询服务费	-	-	2.67
探路者控股集团股份有限公司	采购商品	20.00	-	-
酒仙网电子商务股份有限公司	会议用品采购	5.21	-	-
酒仙网电子商务（天津）有限公司	会议用品采购	2.58	-	-
合计	-	27.79	619.50	2.67

注：盛发强于 2015 年 12 月成为发行人第二大股东蓝创文化（持有发行人 19.89%的股权）的有限合伙人，并于 2016 年 3 月成为蓝创文化的执行事务合伙人蓝创联合的委派代表，因此，基于审慎性考虑，盛发强被认定为发行人的关联方，但盛发强作为发行人导师授课的时间为 2015 年 5 月至 8 月，当时盛发强还不是发行人的关联方。基于审慎性原则，将 2015 年盛发强作为发行人的导师参与黑马成长营、EDP 课程授课的行为认定为关联交易，盛发强的授课为发行人贡献的全部收入金额为 38.14 万元，占 2015 年发行人总收入的 0.23%，占比很小。报告期内盛发强授课的具体情况如下：

姓名	年度	课程类型	课程名称	课酬金额 (万元)	导师贡献收入 金额(万元)	同期同类 课程的收 入金额(万 元)	导师贡献收 入占同期同 类课程收入 比例
盛发强	2015 年	黑马成长营	黑马营 10 期	-	16.19	2,889.04	0.56%
		EDP	孵化营	-	12.52	1,049.22	1.19%
			孵化营	-	9.43	1,049.22	0.90%

关联采购必要性和公允性说明：发行人对上述关联方的采购，均与发行人业务相关，符合必要性原则，其价格按照市场定价原则执行，定价公允。

根据发行人的课酬制度，盛发强为发行人的客座导师，发行人未向其支付课酬。发行人的客座导师均为相关行业知名人士或成功的创业者，经济实力雄厚，社会地位稳固，已实现财务自由，其作为发行人导师并不以赚取讲课费用为主要目的，而是认可发行人构建的创业生态想通过发行人与创业者分享成功经验，获得创业群体的广泛认同。因此，发行人的该类导师无偿为创业者授课的情况符合行业惯例。

(3) 关联方资产转让、债务重组情况

单位：万元

对方名称	关联交易内容	交易类型	关联方定价原则	2016 年发生额		2015 年发生额	
				金额	占同类交易金额的比例	金额	占同类交易金额的比例

对方名称	关联交易内容	交易类型	关联方定价原则	2016年发生额		2015年发生额	
				金额	占同类交易金额的比例	金额	占同类交易金额的比例
牛文文	转让北京世纪创展投资管理有限公司51%股权	关联方资产转让	资产评估价	167.22	100.00	/	/
刘义伟	收购北京佳沃世纪企业管理咨询有限公司1%股权	关联方资产收购	按出资额收购	/	/	1.00	7.87
牛文文	收购北京创业未来传媒技术有限公司10%少数股权	关联方资产收购	按出资额收购	/	/	11.7	92.13
牛文文	收购北京爱代言科技有限公司99%股权	关联方资产收购	按出资额收购	/	/	0.00	0.00
刘义伟	收购北京爱代言科技有限公司1%股权	关联方资产收购	按出资额收购	/	/	0.00	0.00

上述关联资产收入和转让等行为，均遵循评估价值或注册资本定价原则，定价符合企业实际情况，价格公允。

(4) 关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
关键管理人员报酬	405.68	280.69	208.06

2、偶发性关联交易

(1) 关联方股权交易

2015年，发行人收购了关联方持有的北京创业未来、爱代言和佳沃世纪相关股权，2016年，发行人向关联方出售了黑马创展51%股权，具体情况详见招股说明书第五节“发行人基本情况”之“三、发行人设立以来的重大资产重组情况”。

（2）商标使用许可及转让

2015年11月，发行人与北京创业未来文化俱乐部（普通合伙）签署《商标转让合同》将其已经注册的11项商标（具体参见本招股说明书“第六节业务和技术”之“五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况”之“（三）其他对发行人经营发生作用的资源要素”）无偿转让给发行人；2015年9月，发行人与北京创业未来文化俱乐部（普通合伙）签署《商标使用许可合同》，约定在将已经注册的11项注册商标全部变更为发行人前，北京创业未来文化俱乐部（普通合伙）作为商标注册人将前述商标无偿授权发行人使用，许可使用方式为独占排他许可。

2016年7月13日，商标局已经核准上述11项商标的转让注册。

2015年7月，创业创媒与牛文文签署《商标转让合同》，约定牛文文将已经注册的8项商标（具体参见本招股说明书“第六节业务和技术”之“五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况”之“（三）其他对发行人经营发生作用的资源要素”）无偿转让给发行人；同时，双方签署《商标使用许可合同》，约定上述注册商标全部变更为发行人前，牛文文作为商标注册人将前述商标无偿授权创业黑马使用，许可使用方式为独占排他许可。

2016年5月6日，商标局已经核准上述8项商标的转让注册。

3、报告期各期发行人与关联方资金往来金额及形成原因

报告期内发行人与关联方发生的资金往来，为企业开办费用、企业代垫服务费、员工备用金借款、股权转让款涉及个人所得税代扣代缴等款项。

（1）应收关联方款项

单位：万元

项目 名称	关联方	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他 应收 款	北京创业嘉 乐文化传媒 交流中心			0.62		0.62	

项目名称	关联方	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
	(有限合伙)						
其他收款	北京牛投科技有限公司					114.46	
其他收款	牛文文					48.02	
其他收款	郭海峰					19.36	
其他收款	蓝创联合文化传媒有限公司(天津)有限公司			1.26			
其他收款	刘义伟			1.00		0.85	
应收款项	易游天下国际旅行社(北京)有限公司					6.00	
应收款项	北京黑马拓新创业投资中心(有限合伙)					258.00	
应收款项	上海蓝色光标品牌顾问有限公司					31.50	
应收款项	北京微播易科技股份有限公司			4.40			

(2) 应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应付款	郭海峰			3.23
其他应付款	刘义伟			0.68

其他应付款	牛文文		11.70	
预收账款	北京酒快到网络科技有限公司		11.96	
预收账款	沈阳新维广告有限公司		3.33	

4、报告期内比照关联交易披露的其他交易

发行人的股东蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）的合伙人盛发强曾为发行人导师；蓝创文化的合伙人江伟强之子江南春（分众传媒董事长）、蓝创文化的合伙人俞熔（美年大健康董事长）曾为发行人导师；发行人的股东深圳市达晨创丰股权投资企业（有限合伙）的间接合伙人何伯权（乐百氏创始人、今日投资董事长）曾任发行人导师；发行人的股东北京用友创新投资中心（有限合伙）的间接合伙人王文京（用友董事长兼总裁）曾任发行人导师。

报告期内该等导师无偿为发行人授课的情况如下：

序号	姓名	年度	课程类型	课程名称	导师贡献收入金额（万元）	同期同类课程的收入金额（万元）	导师贡献收入占同期同类课程收入比例
1	江南春	2014年	黑马成长营	黑马营 7 期	13.33	2,044.00	0.65%
		2014年		黑马营 9 期	23.81	2,044.00	1.16%
		2015年		黑马营 10 期	21.90	2,889.04	0.76%
		2016年		黑马营 12 期	50.74	4,155.24	1.22%
		2016年	千里马班	千里马班一期	26.63	213.04	12.50%
2	俞熔	2016年	千里马班	千里马班一期	26.63	213.04	12.50%
3	何伯权	2016年	天使营	天使营一期	21.55	880.96	2.45%
				天使营二期	12.01	880.96	1.36%
4	王文京	2015年	黑马成长营	黑马营 7 期	26.67	2,899.04	0.92%

此外，报告期内，发行人还于 2016 年为江南春控制的分众传媒有限公司提供宣传推广等公关服务，金额为 94.34 万元，占发行人同期公关服务收入的比例仅为 1.35%，对发行人业绩影响极小。

（三）发行人报告期内关联交易的审议情况

公司近三年的关联交易均已履行了公司章程规定的程序，聘请独立董事后的关联交易均由独立董事发表了独立意见。

独立董事认为：股份有限公司在报告期间与其关联方签署的关联交易协议合法有效，体现了公平、公正、合理的原则，关联交易决策程序符合《公司章程》及其他决策制度的规定，关联交易作价公允，在交易中不存在损害股份公司和其他股东的合法利益的情形。

（四）规范和减少关联交易的措施

1、为避免和消除可能出现的公司股东利用其地位而从事损害本公司或公司其他股东利益的情形，保护中小股东的利益，公司建立了独立董事制度，目前公司5名董事会成员中，独立董事2名，赋予了独立董事监督关联交易是否公平、公正、公允的特别权利。

2、对于不可避免的关联交易，公司将严格按照《公司章程》、《关联交易决策制度》中关于回避制度、决策权力、决策程序等方面的规定进行。

3、控股股东及实际控制人牛文文出具《关于规范和减少关联交易的承诺》，承诺如下：

（1）严格遵守《中华人民共和国公司法》、《公司章程》、《关联交易决策制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等关于关联交易的管理规定，避免和减少关联交易，自觉维护股份公司及全体股东的利益，不利用承诺人在股份公司中的地位，为承诺人、承诺人控制的除股份公司及其控股子公司以外的企业或承诺人担任董事、监事、高级管理人员的除股份公司及其控股子公司以外的企业，在与股份公司或其控股子公司的关联交易中谋取不正当利益；

（2）如果承诺人、承诺人控制的除股份公司及其控股子公司以外企业或承诺人担任董事、监事、高级管理人员的除股份公司及其控股子公司以外的企业与股份公司或其控股子公司不可避免地出现关联交易，承诺人将严格执行相关回避

制度，依法诚信地履行股东的义务，不会利用关联人的地位，就上述关联交易采取任何行动以促使股份公司股东大会、董事会、监事会作出侵犯股份公司及其他股东合法权益的决议；

(3) 股份公司或其控股子公司与承诺人、承诺人控制的除股份公司及其控股子公司以外的企业或承诺人担任董事、监事、高级管理人员的除股份公司及其控股子公司以外的企业之间的关联交易将遵循公正、公平的原则进行，确保交易价格公允，不损害股份公司及其控股子公司的合法权益；

(4) 如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，承诺人将向股份公司赔偿一切直接和间接损失。

4、发行人董事、监事、高级管理人员承诺：

(1) 严格遵守《中华人民共和国公司法》、《创业黑马(北京)科技股份有限公司章程》、《创业黑马(北京)科技股份有限公司关联交易决策制度》、《创业黑马(北京)科技股份有限公司股东大会会议事规则》、《创业黑马(北京)科技股份有限公司董事会议事规则》等关于关联交易的管理规定，避免和减少关联交易，自觉维护发行人及全体股东的利益，不利用承诺人在发行人中的地位，为承诺人、承诺人担任董事、监事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的企业，在与发行人或其控股子公司的关联交易中谋取不正当利益；

(2) 如果承诺人担任董事、监事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的企业与发行人或其控股子公司不可避免地出现关联交易，承诺人将严格执行相关回避制度，依法诚信地履行股东的义务，不会利用关联人的地位，就上述关联交易采取任何行动以促使发行人股东大会、董事会、监事会作出侵犯发行人及其他股东合法权益的决议；

(3) 发行人或其控股子公司与承诺人担任董事、监事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的企业之间的关联交易将遵循公正、公平的原则进行，确保交易价格公允，不损害发行人及其控股子公司的合法权益；

(4) 如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，承诺人将向发行人赔偿一切直接和间接损失。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简历

公司董事会由牛文文、刘义伟、傅忠红、肖红英、王敬 5 名董事组成，其中肖红英、王敬为独立董事；公司监事会由曹国熊、王佳佳、李豪 3 名监事组成，其中曹国熊为监事会主席，王佳佳、李豪为职工代表监事。

（一）董事会成员

公司第一届董事会由 5 名董事组成，其中 2 名为独立董事。本公司第一届董事会选举牛文文为董事长。

姓名	在本公司所任职务	提名人	本届董事会任职期限
牛文文	董事长、总经理	牛文文	2015 年 9 月至 2018 年 9 月
刘义伟	董事、副总经理、董事会秘书	牛文文	2015 年 9 月至 2018 年 9 月
傅忠红	董事	达晨创丰	2015 年 9 月至 2018 年 9 月
肖红英	独立董事	牛文文	2016 年 9 月至 2018 年 9 月
王敬	独立董事	牛文文	2015 年 9 月至 2018 年 9 月

公司现有董事 5 名，其中独立董事 2 名。各董事的基本情况如下：

1、牛文文先生：1966 年 7 月生，中国国籍，无境外永久居留权；1988 年 7 月毕业于中国人民大学，获经济学学士学位；1991 年 7 月毕业于中共中央党校，获政治经济学硕士学位；2003 年 9 月至 2005 年 7 月就读于长江商学院，获 EMBA 学位。1991 年 9 月至 1992 年 12 月，任中共中央党校办公厅职员；1992 年 12 月至 1999 年 3 月，任经济日报社记者、编辑；1999 年 3 月至 2008 年 8 月，任中国企业家杂志社总编辑。2008 年 8 月至今，担任北京创业未来董事长、总经理；2011 年 11 月创办创业创媒，后改制为创业黑马，任董事长、总经理。现任创业黑马董事长、总经理；北京创业未来董事长、总经理；爱代言执行董事、经理；南京创业未来董事长；佳沃世纪董事长；北京创富未来董事长、经理；原投时创执行董事；创业嘉乐执行事务合伙人；黑马创投执行董事、经理；黑马金服执行董事；黑马融通执行董事；黑马创展执行董事；创业俱乐部

执行事务合伙人；黑马拓新执行事务合伙人委派代表；牛投科技董事长；北京科创空间投资发展有限公司董事；西安创业未来执行董事；黑马原投执行董事。

2、**刘义伟女士**：1978年2月生，中国国籍，无境外永久居留权，2005年6月毕业于石家庄铁道学院，获金融学学士学位。2000年至2010年任职于北京新领军文化传媒有限公司，担任运营总经理职务；刘义伟女士2011年加入北京创业创媒传媒技术有限公司，曾担任副总经理；曾任黑马创展监事；现任创业黑马董事、副总经理、董事会秘书；北京创业未来董事；南京创业未来董事；创润信息执行董事、经理；爱代言监事；成都创业未来执行董事、总经理；青岛黑马创业执行董事、总经理；西安创业未来经理；武汉黑马创业执行董事、总经理；苏州创业未来执行董事、总经理；北京创富未来董事；北京非勒电子工程有限公司监事；奇点小伙伴执行董事、际信息执行董事、总经理；成都黑马课堂执行董事、总经理；西藏黑马执行董事、总经理；南昌致新执行董事、总经理。

3、**傅忠红先生**：1968年10月生，中国国籍，无境外永久居留权，1990年7月毕业于华东理工大学，获化工机械学士学位；1993年7月毕业于华南理工大学获得化工机械硕士学位；2012年5月至2014年就读于长江商学院，获EMBA学位。1993年4月至1997年2月，任广东省建材工业总公司部门主管；1997年3月至2000年7月，任南海投资有限公司董事长助理；2000年8月至2003年5月，任广东光存储科技有限公司副总经理；2003年6月至2006年9月，任广州科技创业投资有限公司IT投资总监。现任创业黑马董事；深圳市达晨创业投资有限公司合伙人、监事；广州尚品宅配家居股份有限公司董事；星光农机股份有限公司董事；上海四维文化传媒股份有限公司；上海鸿辉光通科技股份有限公司董事。

4、**肖红英女士**：1953年2月生，曾用名肖洪英，中国国籍，无境外永久居留权，1982年7月毕业于吉林财经大学，获得经济学学士学位；1997年7月毕业于对外经济贸易大学，获得工商管理硕士学位，具有高级会计师资格。1982

年 8 月至 1986 年 8 月，任对外经济贸易部财会司职员；1986 年 8 月至 1988 年 10 月，任对外经济贸易部审计局副局长；1988 年 10 月至 1996 年 7 月，先后任中国丝绸进出口公司财务处副处长、处长；1996 年 7 月至 2003 年 3 月，任中国中丝集团公司总会计师。现任创业黑马独立董事；湖北祥云（集团）化工股份有限公司独立董事；浙江永贵电器股份有限公司独立董事；佳通轮胎股份有限公司独立董事；青岛市恒顺众昇集团股份有限公司独立董事。

5、**王敬先生**：1967 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权，1990 年 8 月毕业于黑龙江商学院，获得食品机械专业学士学位；1997 年 7 月毕业于对外经济贸易大学，获得 MBA 学位。1996 年 1 月至 1998 年 12 月，任普尔斯马特高级商品总监；1998 年 12 月至 2000 年 4 月，任物美集团高级副总裁；2000 年 4 月至 2003 年 4 月，任罗兰贝格合伙人、副总裁；2003 年 4 月至 2006 年 12 月，任华润万家首席运营官；2007 年 1 月至 2009 年 3 月任宏梦卡通集团 CEO。现任创业黑马独立董事；九洲远景（上海）信息服务有限公司董事长；衍尚（上海）文化发展有限公司董事长；巍家（上海）投资管理有限公司执行董事；九洲星城（上海）资产管理有限公司董事长；步步高商业连锁股份有限公司独立董事；优扬文化传媒股份有限公司独立董事；绿景（中国）地产投资有限公司独立董事。

（二）监事会成员

公司第一届监事会由曹国熊、王佳佳、李豪 3 名监事组成，其中曹国熊为监事会主席，王佳佳、李豪为职工代表监事。

现任监事基本情况如下：

姓名	在本公司所任职务	提名人	本届监事会任职期限
曹国熊	监事会主席	普华天勤	2015 年 9 月至 2018 年 9 月
王佳佳	监事	职工代表大会	2016 年 9 月至 2018 年 9 月
李豪	监事	职工代表大会	2015 年 9 月至 2018 年 9 月

1、**曹国熊先生**：1973 年 7 月生，中国国籍，无境外永久居留权，1991 年 9 月至 1995 年 7 月毕业于浙江财经学院，获得会计学学士学位；1998 年 9 月至 2000 年 3 月毕业于中南财经政法大学，获得会计学硕士学位。1995 年 8 月至 1998 年

12月，先后任浙江省机械工业厅科员、浙江省机械设备进出口公司财务科长；1998年12月至2002年12月，先后任郎新信息科技有限公司经理、香港联侨国际集团经理。现任创业黑马监事会主席；浙报传媒集团股份有限公司独立董事；经纬（杭州）投资管理有限公司董事、总经理；杭州三仁投资管理有限公司执行董事、总经理；普华资本董事长；杭州大头投资管理有限公司执行董事兼总经理；上海经为股权投资管理有限公司董事；浙江广晋创业投资有限公司董事；诸暨贵银投资有限公司董事；浙江华睿庆余投资有限公司董事；杭州蓝狮子文化创意股份有限公司董事；北京墨迹风云科技股份有限公司董事。杭州果麦文化传媒有限公司董事；杭州正前方投资有限公司执行董事、总经理。

2、**王佳佳女士**：1982年2月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2001年7月至2005年11月，任瑞海姆田园度假村销售经理；2006年7月至2008年，任中青旅联科公关顾问有限公司项目经理；王佳佳女士2011年加入创业创媒，现任创业黑马大客户总监、监事。

3、**李豪先生**：1989年8月生，中国国籍，无境外永久居留权，2011年7月毕业于临沂大学，获得法学学士。2011年7月至2013年5月，任北京神州数码有限公司法务顾问；2013年5月至2015年5月，任北京京东世纪贸易有限公司法务主管；李豪先生2015年加入创业创媒，现任发行人法务经理、监事；天津黑马孵化器有限公司监事。

（三）高级管理人员

公司共有高级管理人员3名。各高级管理人员基本情况如下：

1、**牛文文先生**，董事长、总经理。其简历参见本节“董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简历”之“（一）董事会成员”。

2、**刘义伟女士**，董事、副总经理、董事会秘书。其简历参见本节“董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简历”之“（一）董事会成员”。

3、**韩雪冬先生**：1980年12月生，中国国籍，无境外永久居留权，注册会

计师。2002年毕业于辽宁税务高等专科学校财务会计专业。2008年至2009年，进入上海新宇亨得利钟表集团从事内审职务；2009年至2010年任上海海客瑞斯酒店用品有限公司财务经理；2010年至2016年，任上海维宏电子科技股份有限公司（股票代码：300508）财务总监及董事会秘书；2016年8月进入上海美维投资管理有限公司，任财务总监；2016年12月加入创业黑马，现任发行人财务总监；江西美维中山医院管理有限公司董事。

（四）其他核心人员

本公司共有其他核心人员3名，其基本情况如下：

1、**崔葆华**先生，1977年4月生，中国国籍，无境外永久居留权，2000年7月毕业于河北科技大学，获得经济学学士学位。2000年8月至2002年2月，任中广三维网络技术有限公司市场经理；2002年2月至2005年7月，任西岸奥美信息咨询有限公司高级客户总监；2007年4月至2008年4月，任贝都因传播机构策划总监；2008年4月至2009年1月，任用友软件集团市场部品牌总监。崔葆华先生2011年加入创业创媒，现任创业黑马市场总监、原投时创经理、北京创富未来监事、奇点小伙伴监事、西藏黑马监事、南昌致新监事。

2、**罗鼎**女士，1977年8月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2000年-2001年，任龙医网市场专员；2001年至2005年任《中国高新技术产业导报》记者、新闻部主任；2005年任《通信产业报》编辑；2006年至2008年任《电脑教育报》主编。2011年加入创业创媒，现任创业黑马培训事业部经理。

3、**潘博**女士，1978年7月生，中国国籍，无境外永久居留权，东北林业大学财务管理学士。2001年至2004年任北京富瑞博商贸有限公司出纳、会计；2004年-2008年任北京筑鼎集团有限公司会计、财务经理。现任创业黑马财务副总监、创业黑马子公司北京创业未来、爱代言、黑马创投、佳沃世纪、成都创业未来、南京创业未来的财务总监、西安创业未来、武汉光谷黑马创业、广州创润、北京创富未来、奇点小伙伴、苏州创业未来、上海经际、成都黑马课堂、西藏黑马信息、南昌致新的财务总监。

二、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员兼职情况

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员存在的兼职情况如下表所示：

姓名	本公司任职情况	兼任单位及职务	兼职单位与本公司的关联关系
牛文文	董事长、总经理	北京创业未来传媒技术有限公司董事长、经理	公司的全资子公司
		北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）执行事务合伙人	公司股东
		南京创业未来信息科技有限公司董事长	公司的控股子公司
		北京佳沃世纪企业管理咨询有限公司董事长	公司的全资子公司
		北京创富未来科技有限公司董事长、经理	公司的控股子公司
		北京黑马拓新创业投资中心（有限合伙）执行事务合伙人委派代表	公司实际控制人控制的黑马创展参股的企业
		北京牛投科技有限公司董事长	公司实际控制人曾直接控制的其他企业
		北京黑马融通科技有限公司执行董事	公司实际控制人间接控制的其他企业
		北京爱代言科技有限公司执行董事、经理	公司的全资子公司
		北京科创空间投资发展有限公司董事	公司参股公司
		北京黑马创投科技有限公司执行董事、经理	公司的全资子公司
		黑马金服（北京）科技有限公司执行董事	本公司实际控制人直接控制的其他企业
		北京黑马创展投资管理有限公司执行董事	本公司实际控制人持有 51% 股权的公司
		北京创业未来文化俱乐部（普通合伙）执行事务合伙人	本公司实际控制人直接控制的其他企业
		北京原投时创文化传媒有限公司执行董事	本公司实际控制人直接控制的其他企业，持有本公司股东创业嘉乐 10% 的出

姓名	本公司任职情况	兼任单位及职务	兼职单位与本公司的关联关系
			资额
		西安创业未来信息技术有限公司执行董事	公司的子公司之子公司
		黑马原投（北京）科技有限公司执行董事	本公司实际控制人直接控制的其他企业
刘义伟	董事、副总经理、 董事会秘书	北京爱代言科技有限公司监事	公司的全资子公司
		广州创润信息科技有限公司执行董事、经理	公司的控股子公司
		成都创业未来信息技术有限公司执行董事、 总经理	公司的全资子公司
		青岛黑马创业服务有限公司执行董事、 总经理	公司的全资子公司
		西安创业未来信息技术有限公司总经理	公司的子公司之子公司
		武汉光谷黑马创业路演有限公司执行董事 兼总经理	公司的子公司之子公司
		苏州创业未来信息技术有限公司执行董事 兼总经理	公司的子公司之子公司
		北京非勒电子工程有限公司监事	—
		北京奇点小伙伴科技有限公司执行董事	公司的全资子公司
		上海际际信息科技有限公司执行董事兼 总经理	公司的子公司之子公司
		南京创业未来信息科技有限公司董事、 总经理	公司的控股子公司
		北京创业未来传媒技术有限公司董事	公司的全资子公司
		北京创富未来科技有限公司董事	公司的控股子公司
		成都黑马课堂科技有限公司执行董事、 总经理	公司的子公司之子公司
		西藏黑马信息技术服务有限公司执行董事、 总经理	公司的全资子公司
		南昌致新信息技术服务有限公司执行董事、 总经理	公司的全资子公司
傅忠红	董事	深圳市达晨创业投资有限公司合伙人、 监事	公司股东的关联方
		广州尚品宅配家居股份有限公司董事	公司股东的关联方
		星光农机股份有限公司董事	公司股东的关联方
		上海四维文化传媒股份有限公司董事	公司股东的关联方

姓名	本公司任职情况	兼任单位及职务	兼职单位与本公司的关联关系
		上海鸿辉光通科技股份有限公司董事	公司股东的关联方
肖红英	独立董事	湖北祥云（集团）化工股份有限公司独立董事	—
		浙江永贵电器股份有限公司独立董事	—
		佳通轮胎股份有限公司独立董事	—
		青岛市恒顺众昇集团股份有限公司独立董事	—
王敬	独立董事	九洲远景（上海）信息服务有限公司董事长	—
		衍尚（上海）文化发展有限公司董事长	—
		巍家（上海）投资管理有限公司执行董事	—
		九洲星城（上海）资产管理有限公司董事	—
		优扬文化传媒股份有限公司独立董事	—
		步步高商业连锁股份有限公司独立董事	—
		绿景（中国）地产投资有限公司独立董事	—
曹国熊	监事会主席	经纬（杭州）投资管理有限公司董事、总经理	—
		浙报传媒集团股份有限公司独立董事	
		杭州三仁投资管理有限公司执行董事、总经理	—
		杭州大头投资管理有限公司执行董事、总经理	—
		上海经为股权投资管理有限公司董事	—
		浙江广晋创业投资有限公司董事	—
		诸暨贵银投资有限公司董事	—
		杭州蓝狮子文化创意股份有限公司董事	—
		浙江华睿庆余创业投资有限公司董事	—
		北京墨迹风云科技股份有限公司董事	—
		杭州果麦文化传媒有限公司董事	
		杭州正前方投资有限公司执行董事、总经理	-
王佳佳	大客户总监、监事	无	—
李豪	法务经理、监事	天津黑马孵化器有限公司监事	公司参股公司

姓名	本公司任职情况	兼任单位及职务	兼职单位与本公司的关联关系
韩雪冬	财务总监	江西美维中山医院管理有限公司董事	公司间接股东的关联方
潘博	财务副总监、其他核心人员	北京创业未来传媒技术有限公司财务总监	公司的控股子公司
		北京爱代言科技有限公司财务总监	公司的控股子公司
		北京黑马创投科技有限公司财务总监	公司的控股子公司
		北京佳沃世纪企业管理咨询有限公司财务总监	公司的控股子公司
		成都创业未来信息技术有限公司财务总监	公司的控股子公司
		南京创业未来信息技术有限公司财务总监	公司的控股子公司
		西安创业未来信息技术有限公司财务总监	公司全资子公司黑马创投之全资子公司
		武汉光谷黑马创业路演有限公司财务总监	公司全资子公司
		广州创润信息科技有限公司财务总监	公司的控股子公司
		北京创富未来科技有限公司财务总监	公司的控股子公司
		北京奇点小伙伴科技有限公司财务总监	公司全资子公司
		苏州创业未来信息技术有限公司财务总监	公司全资子公司黑马创投之全资子公司
		上海经际信息科技有限公司财务总监	公司全资子公司黑马创投之全资子公司
		成都黑马课堂科技有限公司财务总监	公司全资子公司
		西藏黑马信息技术服务有限公司财务总监	公司全资子公司
		南昌致新信息技术服务有限公司财务总监	公司全资子公司
崔葆华	市场总监、其他核心人员	北京原投时创文化传媒有限公司经理	公司实际控制人直接控制的其他企业
		北京创富未来科技有限公司监事	公司的控股子公司
		北京奇点小伙伴科技有限公司监事	公司的全资子公司
		西藏黑马信息技术服务有限公司监事	公司的全资子公司
		南昌致新信息技术服务有限公司监事	公司的全资子公司
罗鼎	培训事业部经理、其他核心人员	无	-

除以上情况，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员无其他兼职情况。

三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间是否存在亲属关系

本公司董事、监事、高管人员、其他核心人员之间不存在任何亲属关系。

四、董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

除韩雪冬外，本公司董事、监事、高级管理人员均在辅导期间接受了保荐机构的专门授课，并由北京证监局进行了考试，所有成员均合格，申报期内，保荐机构不定期辅导最新相关法律法规；韩雪冬曾任上市公司维宏股份（300508.SZ）的董事会秘书，于2014年取得深圳证券交易所董事会秘书资格证书，了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任。综上，本公司董事、监事、高级管理人员均了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任。

五、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员其他对外投资情况

姓名	本公司任职情况	对外投资情况
牛文文	董事长、总经理	持有北京原投时创文化传媒有限公司 90%的股权
		持有北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）50.02%的出资额
		持有北京牛投科技有限公司 29.50%的股权
		持有北京创业未来文化俱乐部（普通合伙）90%的出资额
		持有黑马原投（北京）科技有限公司 90%的股权
		持有北京黑马汇力文化交流中心（有限合伙）90%的出资额
		持有北京青天集贤投资管理有限公司 50%的股权

		持有北京黑马创展投资管理有限公司 51%的股权
		持有上海即加信息科技有限公司 3.5%的股权
		持有上海享学网络科技有限公司 1.3%的股权
		持有上海尚快投资中心（有限合伙）2%的出资额
		持有北京众帮人达信息技术有限公司 2%的股权
		持有北京车多多投资管理中心（有限合伙）11%的出资额
		持有北京正知文化传播有限公司 4%的股权
		持有深圳市和聚谐成投资有限公司 1.22%的股权
		上海财华保网络科技有限公司 0.36%的股权
		黑马金服（北京）科技有限公司 70%的股权
刘义伟	董事、副总经理、董事会秘书	持有北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）6%的出资额
		持有北京非勒电子有限公司 10%的股权
		持有北京动讯国际文化传媒有限公司 5%的股权
傅忠红	董事	持有深圳市达晨财智创业投资管理有限公司 1%的股权
肖红英	独立董事	—
王敬	独立董事	持有巍家（上海）投资管理有限公司 95%的股权
		持有天巍（上海）投资有限公司 80%的股权
		持有拙石（上海）资产管理有限公司 76%的股权
		持有衍尚（上海）文化发展有限公司 50%的股权
曹国熊	监事会主席	持有杭州三仁投资管理有限公司 33.33%的股权
		持有经纬（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）23.5%的出资额
		持有经纬创达（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）11.25%的出资额
		持有杭州蓝狮子文化创意股份有限公司 5%的股权
		持有上海果麦文化传播有限公司 16.19%的股权
		持有上海竺灿文化投资有限公司 5.05%的股权
		持有上海亨东影业有限公司 1%的股权
		持有杭州经纬腾创投资管理合伙企业（有限合伙）19%的出资额
		持有杭州经纬远创投资管理合伙企业（有限合伙）8%的出资额

		持有杭州蜂窝文化创意有限公司 20%的股权
		持有杭州大头投资管理有限公司 45%的股权
		持有北京铁血科技股份公司 4.25%的股权
		持有上海经为股权投资管理有限公司 20%的股权
		持有浙江广晋创业投资有限公司 20%的股权
		持有浙江天易创业投资有限公司 20%的股权
		持有诸暨贵银投资有限公司 12.5%的股权
		持有浙江华睿庆余创业投资有限公司 14.71%的股权
		持有上海小村资产管理有限公司 8.62%的股权
		持有杭州万丰锦源京新股权投资合伙企业（有限合伙）9.97%的出资额
		持有海南险峰华兴创业投资中心（有限合伙）10.65%的出资额
		持有浙江普华科华股权投资合伙企业（有限合伙）8.97%的出资额
		持有杭州曲速引擎创业投资合伙企业（有限合伙）30%的出资额
		杭州正前方投资管理有限公司 30%股权
王佳佳	监事	持有北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）3.50%的出资额
李豪	监事	—
韩雪冬	财务总监	持有上海玲隆鲸投资管理合伙企业(有限合伙) 1.622%的出资额
潘博	财务副总监，其他核心人员	持有北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）3.50%的出资额
崔葆华	其他核心人员	持有北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）3%的出资额
罗鼎	其他核心人员	持有北京创业嘉乐文化传媒交流中心（有限合伙）2.50%的出资额

除上述情形外，本公司其他董事、监事、高管人员及核心技术人员均未进行对外投资。

六、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属持有本公司股份情况

（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属发行前持股情况

截至本招股说明书签署日，上述人员直接或间接持有本公司股份情况参见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”之“二、关联交易”之“（一）关联方及关联关系”。

（二）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属所持本公司股份质押或冻结情况

公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属所持本公司股份无质押或冻结情况。

七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬情况

（一）最近一年领取薪酬情况

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员 2016 年度从本公司领取薪酬或津贴情况如下：

姓名	本公司任职情况	2016 年（万元）
牛文文	董事长、总经理	101.94
刘义伟	董事、副总经理、董事会秘书	106.79
傅忠红	董事	-
曹阳	原独立董事	8.83
王敬	独立董事	-
曹国熊	监事会主席	-
罗小渠	原监事	43.65
李豪	监事	36.16
潘博	财务副总监，其他核心人员	30.75
崔葆华	其他核心人员	58.86

罗鼎	其他核心人员	113.62
王佳佳	监事	69.93
肖红英	独立董事	2.00
韩雪冬	财务总监	5.63

（二）薪酬构成和确定依据

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由基本工资、奖金和福利补助三部分组成。独立董事的薪酬由公司参照市场中一般水平予以确定。不在公司担任其他职务的董事、监事不在公司领取薪酬。

根据《创业黑马（北京）科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》，薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准；薪酬委员会制订的股权激励计划须经公司董事会和股东大会批准。

（三）最近三年内薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
薪酬总额（万元）	405.68	280.69	208.06
利润总额（万元）	5,925.95	1,656.14	1,253.93
比例（%）	6.85	16.95	16.59

八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签署协议及承诺情况

截至本招股说明书签署日，公司与除傅忠红、肖红英、王敬和曹国熊之外的董事、监事以及高级管理人员、其他核心人员均已签订《劳动合同》。

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均承诺：严格遵守《公司法》等有关法律法规和公司章程的规定，不自营或者为他人经营与本公司同类的业务或者从事损害本公司利益的活动。

其他关于股份减持、价格稳定承诺及招股说明书存在虚假记载、重大遗漏或误导性陈述时的赔偿承诺详见“重大事项提示”。

报告期内，上述协议和承诺均得以良好履行。

九、最近两年公司董事、监事、高级管理人员的变动情况

（一）本公司近两年董事变动情况及原因

2015年以来的董事变动情况如下：

变动前董事	变动时间	变动后董事	变动原因
牛文文、刘义伟、郭海峰、于明、朱海发	2015年5月10日	牛文文、刘义伟、郭海峰、刘晓霞	朱海发为上海盛大网络发展有限公司提名董事，于明为北京知金科技投资有限公司提名董事，两机构退出后其提名董事被免除，同时选举刘晓霞为董事
牛文文、刘义伟、郭海峰、刘晓霞	2015年6月25日	牛文文、刘义伟、郭海峰、傅忠红	深圳市达晨创丰股权投资企业（有限合伙）入股本公司，提名傅忠红任公司董事。免除刘晓霞董事职务。
牛文文、刘义伟、郭海峰、傅忠红	2015年9月23日	牛文文、刘义伟、傅忠红、赵文权、张明若	股改时，蓝创文化传媒（天津）合伙企业（有限合伙）提名赵文权任公司董事，公司股东大会选举张明若为独立董事，郭海峰辞去董事职务
牛文文、刘义伟、傅忠红、赵文权、张明若	2016年1月12日	牛文文、刘义伟、傅忠红、曹阳、王敬	张明若所在律师事务所为公司提供过法律服务，为满足上市公司独立董事身份和席位的要求，张明若辞去独立董事职务，赵文权因个人原因辞去董事职务，股东大会选举曹阳、王敬为独立董事
牛文文、刘义伟、傅忠红、曹阳、王敬	2016年9月24日	牛文文、刘义伟、傅忠红、王敬、肖红英	曹阳因个人原因辞去独立董事职务，股东大会选举肖红英为独立董事。

公司董事牛文文、刘义伟自公司成立即担任关键管理人员，在报告期内一直担任公司董事，且牛文文担任公司的董事长、总经理，刘义伟担任公司董事、副总经理、董事会秘书，公司董事的上述变动不会影响公司的正常运营，不构成重大变化。

（二）监事变化情况

2015年股改时，公司监事会成员由房毅变动为曹国熊、罗小渠、李豪，其中，曹国熊为公司股东普华天勤提名，罗小渠、李豪为职工代表大会选举产生。

2016年9月11日，公司召开第二次职工代表大会，同意罗小渠因从公司离职辞去公司监事职务，同时选举王佳佳为公司监事。

公司监事的上述变动有利于公司治理机制的健全和有效运行，不构成重大变化。

（三）高级管理人员的变化

2016年12月21日，公司召开第一届董事会第十次会议，同意潘博女士因个人原因申请辞去公司财务总监职务，同时聘任韩雪冬先生为公司财务总监。潘博辞去公司财务总监职务后仍在公司任职，任公司财务副总监。上述变动履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定。

十、公司治理制度及运行情况

2015年9月23日，本公司召开发起人大会暨第一次股东大会，并审议通过了《公司章程》，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员；公司章程按照《上市公司章程指引》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》修订。公司按照《公司法》和中国证监会的有关要求，建立起以股东大会、董事会、监事会、经理分权与制衡为特征的公司治理结构。

公司在治理方面的各项规章制度配套齐全，主要有：《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《累积投票制实施细则》、《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《内部审计制度》、《审计委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《薪酬和考核委员会工作细则》、《战略委员会工作细则》等，上述规章制度均符合有关上市公司治理的规范性文件要求。

通过制定和不断完善《公司章程》、股东大会、董事会、监事会和经理层的职权和议事规则等相关制度，本公司已基本建立起符合股份有限公司上市要求的公司治理结构。自股份公司设立以来，上述机构依法规范运作，未出现违法

违规现象。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

发行人于2016年1月12日召开2016年第一次临时股东大会审议通过了《股东大会议事规则》，且股东大会依法规范运行。自公司设立至今，股东严格按照公司章程和股东大会议事规则的规定行使权利、履行义务。

截至本招股说明书签署之日，发行人股东大会实际运行情况见下表：

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况	关联股东回避情况
创立大会暨第一次临时股东大会	2015年9月23日	全体发起人、全体股东	全票通过	无
2015年第二次临时股东大会	2015年12月23日	全体股东	全票通过	无
2016年第一次临时股东大会	2016年1月12日	全体股东	全票通过	无
2016年第二次临时股东大会	2016年2月14日	全体股东	全票通过	无
2016年第三次临时股东大会	2016年3月15日	全体股东	全票通过	无
2015年年度股东大会	2016年6月30日	全体股东	全票通过	关联股东回避未参加表决《关于预计2016年度日常关联交易的议案》
2016年第四次临时股东大会	2016年9月24日	全体股东	全票通过	无
2016年第五次临时股东大会	2016年12月26日	全体股东	全票通过	无
2016年年度股东大会	2017年3月14日	全体股东	全票通过	关联股东回避未参加表决《关于预计2017年度日常关联交易的议案》

公司股东大会的召开程序、议案内容均符合《公司法》、《公司章程》等相关法律及制度的要求。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司于 2016 年 1 月 12 日召开 2016 年第一次临时股东大会审议通过了《董事会议事规则》，董事会规范运行，董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。截至本招股说明书签署之日，发行人董事会召开情况：

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况	关联董事回避情况	独立董事发表意见情况
第一届董事会第一次会议	2015 年 9 月 23 日	5 名董事全部出席	全票通过	无	无
第一届董事会第二次会议	2015 年 12 月 8 日	5 名董事全部出席	全票通过	无	无
第一届董事会第三次会议	2015 年 12 月 28 日	5 名董事全部出席	全票通过	无	无
第一届董事会第四次会议	2016 年 1 月 22 日	5 名董事全部出席	全票通过	无	无
第一届董事会第五次会议	2016 年 2 月 19 日	4 名董事出席	全票通过	关联董事牛文文回避表决	关联交易的审议程序规范，遵循了公开、公平、公正的原则，维护了全体股东、尤其是非关联股东和中小股东的利益
第一届董事会第六次会议	2016 年 2 月 29 日	5 名董事全部出席	全票通过	无	无
第一届董事会第七次会议	2016 年 6 月 10 日	5 名董事全部出席	全票通过	关联董事牛文文回避表决 《关于预计 2016 年度日常关联交易的议案》	关联交易遵循了市场公平、公正、公开的原则，交易定价公允、合理，符合公司及全体股东的利益，未损害公司与其他股东的利益
第一届董事会第八次会议	2016 年 9 月 9 日	5 名董事全部出席	全票通过	无	提名和表决程序合法有效，肖红英具备独立董事资格。
第一届董事会第九次会议	2016 年 12 月 9 日	5 名董事全部出席	全票通过	无	无
第一届董事会第十次会议	2016 年 12 月 21 日	5 名董事全部出席	全票通过	无	提名和表决程序合法有效，韩雪冬符合财

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况	关联董事回避情况	独立董事发表意见情况
					务总监任职资格
第一届董事会第十一次会议	2017年2月21日	5名董事全部出席	全票通过	关联董事牛文文回避表决 《关于预计2017年度日常关联交易的议案》	关联交易遵循了市场公平、公正、公开的原则，交易定价公允、合理，符合公司及全体股东的利益，未损害公司与其他股东的利益

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司于2016年1月12日召开2016年第一次临时股东大会审议通过了《监事会议事规则》，监事会规范运行，监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利。

截至本招股说明书签署之日，发行人监事会实际运行情况见下表：

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届监事会第一次会议	2015年9月23日	3名监事全部出席	全票通过
第一届监事会第二次会议	2015年12月28日	3名监事全部出席	全票通过
第一届监事会第三次会议	2016年2月29日	3名监事全部出席	全票通过
第一届监事会第四次会议	2016年6月10日	3名监事全部出席	全票通过
第一届监事会第五次会议	2016年12月21日	3名监事全部出席	全票通过
第一届监事会第六次会议	2017年2月21日	3名监事全部出席	全票通过

（四）独立董事履行职责情况

本公司自2015年9月23日选举独立董事以来，独立董事依据有关法律、法规及《公司章程》，谨慎、认真、勤勉地履行其权利和义务，积极出席各次董事会会议，参与公司重大经营决策，为本公司的重大决策提供专业及建设性的意见，认真监督管理层的工作，对本公司保护中小股东权益和依照法人治理结构规范运作起到了积极的作用。

公司于2016年1月12日召开2016年第一次临时股东大会审议通过了《独

立董事工作制度》，随着独立董事工作制度的建立，独立董事将在公司法人治理结构的完善、公司发展方向和战略的选择、内部控制制度的完善以及中小股东权益的保护等方面发挥重大作用，独立董事未曾对董事会、股东大会决议事项提出异议。

（五）董事会秘书履职情况

公司于 2015 年 12 月 28 日第一届董事会第三次会议通过《董事会秘书工作细则》，并聘任刘义伟为公司董事会秘书。董事会秘书自聘任以来，有效履行了《公司章程》赋予的职责，为公司法人治理结构的完善、董事、监事、高级管理人员的系统培训、与中介机构的配合协调、与监管部门的积极沟通、主要管理制度的制定等事宜发挥了高效作用。

（六）董事会审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

1、董事会审计委员会及其他专门委员会的构成

公司董事会选举了董事会战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。其中，审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人。

公司第一届战略委员会包括牛文文、刘义伟、王敬，牛文文担任召集人。

公司第一届审计委员会包括曹阳、王敬、刘义伟，曹阳担任召集人。

公司第一届提名委员会包括王敬、牛文文、曹阳，王敬担任召集人。

公司第一届薪酬与考核委员会包括王敬、牛文文、曹阳，王敬担任召集人。

2016 年 9 月 9 日，公司召开 2016 年第一届董事会第八次会议审议通过曹阳辞去独立董事职务及公司审计委员会委员及召集人职务、提名委员会委员职务、薪酬与考核委员会委员职务；并提名肖红英担任公司独立董事及公司审计委员会委员及召集人职务、提名委员会委员职务、薪酬与考核委员会委员职务。

2016年9月24日，公司召开2016年第四次临时股东大会审议通过曹阳辞去独立董事职务及公司审计委员会委员及召集人职务、提名委员会委员职务、薪酬与考核委员会委员职务；同时审议通过选举肖红英担任公司独立董事及审计委员会委员及召集人职务、提名委员会委员职务、薪酬与考核委员会委员职务。

2、董事会审计委员会及其他专门委员会的运行情况

董事会审计委员会及其他专门委员会自设立以来，运行情况良好。各专门委员会定期向董事会报告工作情况，根据董事会要求完善各项工作机制。

(1) 审计委员会运作情况

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届董事会审计委员会2016年第一次会议	2016年2月28日	3名委员全部出席	全票通过
第一届董事会审计委员会2016年第二次会议	2016年6月6日	3名委员全部出席	全票通过
第一届董事会审计委员会2016年第三次会议	2016年9月9日	3名委员全部出席	全票通过
第一届董事会审计委员会2016年第四次会议	2016年10月17日	3名委员全部出席	全票通过
第一届董事会审计委员会2017年第一次会议	2017年2月21日	3名委员全部出席	全票通过

(2) 薪酬与考核委员会运作情况

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届董事会薪酬与考核委员会2016年第一次会议	2016年2月28日	3名委员全部出席	全票通过
第一届董事会薪酬与考核委员会2016年第二次会议	2016年6月6日	3名委员全部出席	全票通过
第一届董事会薪酬与考核委员会2017年第一次会议	2017年2月13日	3名委员全部出席	全票通过

(3) 战略委员会运作情况

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届董事会战略委员会2016年第一次会议	2016年2月28日	3名委员全部出席	全票通过

(4) 提名委员会运作情况

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届董事会提名委员会 2016年第一次会议	2016年9月9日	3名委员全部出席	全票通过
第一届董事会提名委员会 2016年第二次会议	2016年12月20日	3名委员全部出席	全票通过

公司董事会各委员会的召开程序、决议内容均符合《公司法》、《公司章程》等相关法律及制度的要求。

十一、发行人内部控制制度情况

（一）发行人保障内部控制制度完整有效、公司治理完善的具体措施

1、治理机构的建立

公司严格按照《公司法》等法律法规的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会等治理机构、议事规则和决策程序，履行《公司法》和《公司章程》所规定的各项职责。重大决策事项，如批准公司的经营方针和投资计划，选举和更换董事、监事，修改公司章程等，须由股东大会审议通过。董事会负责执行股东大会作出的决定，向股东大会负责并报告工作。在重大投资项目、收购兼并、购置重要资产和签订重要合同、协议等方面的重要决策由董事会决定。董事长是公司的法定代表人，在董事会闭会期间，董事会授权董事长行使董事会部分职权。监事会是公司的监督机关，向股东大会负责并报告工作，主要负责对董事和高级管理人员执行公司职务时是否违反法律法规和侵害公司和股东利益的行为进行监督，对公司财务状况进行检查。

规范控股股东与本公司的关系，控股股东与本公司之间的机构、人员、资产、财务、业务分开，控股股东按照法律法规的要求只享有出资人的权利。

建立董事会领导下总经理负责制。按照《公司章程》的规定，公司高级管理人员（包括总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书）由董事会聘任和解聘。总经理是公司管理层的负责人，在重大业务、大额资金借贷和现金支付、合同的签订等方面，由董事会授权总经理在一定限额内作出决定。副总经理和其他

高级管理人员在总经理的领导下负责处理分管的工作。

2、组织结构的完善

公司建立的管理框架体系包括培训事业部、公关事业部、社群事业部、移动事业部、内容事业部、运营中心、董事会办公室等，明确规定了各部门的主要职责，形成各司其职、各负其责、相互配合、相互制约、环环相扣的内部控制体系，为公司提供服务、扩大规模、提高质量、增加效益等方面都发挥了至关重要的作用。

3、建立内部审计机构

公司成立专门的内部审计部，负责对公司经营情况、财务安全状况以及公司内部控制制度的执行情况进行审计监督，针对存在的问题提出建设性意见。

4、完善人力资源政策

公司建立和实施较科学的聘用、培训、轮岗、考核、奖惩、晋升和淘汰等人事管理制度，并聘用足够的人员，使其能完成所分配的任务。

5、内控制度的有效建立

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等有关法律法规的规定，制订了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《累积投票制实施细则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《内部审计制度》、《审计委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《薪酬和考核委员会工作细则》、《战略委员会工作细则》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《募集资金管理办法》、《关联交易决策制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》等重大规章制度，确保了公司股东大会、董事会、监事会的召开、重大决策等行为合法、合规、真实、有效。公司制订的内部管理与控制制度以公司的基本控制制度为基础，涵盖了财务管理、业务管理、对外投资、行政管理等整个生产经营过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

（二）发行人内部控制制度的自我评估意见

1、公司对内部控制执行有效性的评价程序和方法

（1）监事会评价。监事会作为公司的监督机关，能依据《公司法》和《公司章程》的规定，认真履行职责，定期召开监事会，对公司财务报告、公司高管人员的违法违规行为、损害股东利益的行为和公司的内部控制进行有效监督和评价。

（2）内审评价。公司内部审计人员独立行使审计监督权，对有关部门及有关人员遵守财经法规情况、财务会计制度的执行情况进行审计检查，对违反财务会计制度的行为进行处罚，确保财务会计制度的有效遵守和执行。公司对内控制度执行情况进行定期或不定期的检查与评价，对于发现的内控制度缺陷和未得到遵循的现象实行逐级负责并报告。各级人员严格执行公司制定的内控制度，对于未遵守内控制度的情况及发现的问题，分别向上级作出解释并采取相应的措施。

2、控制制度执行的效果

通过制定和有效实施内控制度，公司业务规模逐年扩大，营业收入逐年增长，呈现较好的发展态势，管理水平进一步提高，实现了服务质量和效益的统一。通过加强内控，保证了服务效率和质量，也促进了模式创新，有力地提升了公司的综合竞争力，为公司的长远发展奠定坚实的基础。

综上所述，本公司管理当局认为，本公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定建立健全了完整的、合理的内部控制制度，总体上保证了公司生产经营活动的正常运作，在一定程度上降低了管理风险，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报告相关的有效的内部控制。

（三）注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

天职国际出具《内部控制鉴证报告》（天职业字[2017] 5587-1 号），发表如下意见：“我们认为，贵公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2016

年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的与财务报告相关的内部控制。”

十二、发行人近三年违法违规行为情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，自成立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，不存在因重大违法违规行为，也未受到国家行政及行业主管部门的重大处罚。

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司受到的行政处罚情况如下：

（一）发行人 2014 年被北京市文化市场行政执法总队下达了京文执罚【2014】第 40222 号行政处罚决定书，依据《互联网视听节目服务管理规定》第二十四条第一款的规定，责令当事人立即停止违法行为，并做出如下行政处罚：1、警告；2、罚款人民币 3,000 元。

上述处罚系公司工作人员对相关法律法规理解存在偏差而导致上述违规行为，接到处罚通知后发行人及时缴纳上述罚款并纠正违规行为，此后未有类似情况发生。

上述罚款金额较低，且不属于《互联网视听节目服务管理规定》规定的情节严重的违规行为，发行人已经及时缴纳罚款并纠正违规行为，上述处罚对发行人的经营活动未造成重大不利影响。

经北京市文化市场行政执法总队确认，上述违法行为不属于情节严重行为，不构成重大违法违规。

（二）发行人下属子公司北京创业未来 2015 年被北京市工商行政管理局海淀分局下达了京工商海处字（2015）第 486 号行政处罚决定书，依据《中华人民共和国广告法》第三十七条的规定，责令当事人停止发布违法广告，公开公正消除影响，并决定处罚如下：1、没收广告费用 86,000 元；2、罚款 86,000 元。

经北京市工商行政管理局海淀分局确认，发行人下属子公司北京创业未来被处罚的相关行为，不构成重大违法违规。

十三、发行人近三年资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司与关联方之间的资金往来和其他情况详见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”。除此之外，公司已经建立严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

发行人制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策制度》、《内部审计制度》等相关制度，明确了关联交易的审议和内控制度，并由专业人士担任公司财务总监，建立了内部审计部门，严格关联交易管理。

十四、发行人资金管理、对外投资、担保事项的管理

本公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《总经理工作细则》、《内部审计制度》等相关制度中对公司资金管理、对外投资、担保事项进行了规定。

（一）资金管理和对外投资方面的权限

1、公司董事会审议权限

（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 10%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者为计算数据；

（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10%以上，且绝对金额超过 500 万元人民币；

(3) 交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10% 以上，且绝对金额超过 100 万元人民币；

(4) 交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 10% 以上，且绝对金额超过 500 万元人民币；

(5) 交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10% 以上，且绝对金额超过 100 万元人民币；

(6) 公司章程规定董事会应当确定对外投资的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

2、公司股东大会审议权限

(1) 交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50% 以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者为计算数据；

(2) 交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元人民币；

(3) 交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元人民币；

(4) 交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元人民币；

(5) 交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元人民币。

(二) 对外担保方面的权限

1、董事会审议权限

除公司章程规定的须提交股东大会审议通过的对外担保之外的其他对外担保事项，由董事会审议批准。

2、股东大会审议权限

(1) 公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计合并报表净资产的 50% 以后提供的任何担保；

(2) 公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计合并报表总资产的 30% 以后提供的任何担保；

(3) 为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；

(4) 单笔担保额超过最近一期经审计合并报表净资产 10% 的担保；

(5) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

(6) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过人民币 3,000 万元；

(7) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

(8) 相关法律、法规及规范性文件规定的须经股东大会审议通过的其他担保行为。

本公司近三年资金管理制度执行严格，不存在违反资金管理的情况，违规对外投资的情况，不存在对外担保的情形，相关制度执行情况良好。

十五、投资者权益保护

本公司创立大会、2016 年第二次临时股东大会、2016 年第三次临时股东大会分别审议通过并修订了《公司章程（上市修正案）》；2016 年第三次临时股东大会分别审议通过了《累积投票制实施细则》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》等。建立了保障投资者权益尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利的制度。

（一）内部信息披露制度和流程的建立健全

公司已经制定了《信息披露管理制度》，将于公司首发上市之日起适用。该

办法对公司上市后的信息披露事项的原则、标准、流程、责任划分、保密措施等予以制度化。同时，公司还制定了《内幕信息知情人登记制度》、《重大信息内部报告制度》和《年报信息披露重大差错责任追究制度》，也将于上市后生效实施；该等制度分别对内部信息的管理、重大信息内部及时报告的要求和流程，向外部报送信息的管理和追责进行了明确。上述制度的实施有利于依法及时、真实准确完整地向投资者披露公司相关信息，维护中小投资者的知情权。

（二）股东投票机制的完善

《公司章程（上市修正案）》规定：股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

（三）其他保护投资者合法权益的措施

公司已根据中国证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》相关规定，将拟于公司上市后适用的《公司章程（上市修正案）》第一百六十二条修改，保障投资者收益分配权，具体见“第九节财务会计信息和管理层分析”之“十五、股利分配政策”。

公司严格执行上述制度，保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了公司 2016 年度、2015 年度和 2014 年度经审计的会计报表及附注的主要内容，公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取更详尽的财务资料。

一、财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产			
货币资金	227,017,881.24	192,354,440.29	72,886,431.37
应收票据	228,508.50	-	-
应收账款	15,509,024.02	17,621,903.12	21,048,465.27
预付款项	752,643.62	1,261,371.62	1,455,980.54
其他应收款	1,645,615.43	1,986,131.24	3,679,131.07
其他流动资产	3,055,334.85	184,477.55	625,325.84
流动资产合计	248,209,007.66	213,408,323.82	99,695,334.09
非流动资产			
可供出售金融资产	-	1,000,000.00	-
长期股权投资	4,140,551.18	4,500,000.00	-
固定资产	2,639,731.01	2,330,941.30	1,512,757.47
无形资产	934,072.07	160,592.25	-
长期待摊费用	2,867,586.29	2,802,431.21	2,523,991.18
递延所得税资产	132,499.00	72,760.53	150,263.38
其他非流动资产	2,207,661.32		
非流动资产合计	12,922,100.87	10,866,725.29	4,187,012.03
资产总计	261,131,108.53	224,275,049.11	103,882,346.12

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
----	------------------	------------------	------------------

流动负债			
应付账款	5,835,989.52	6,559,770.33	12,361,105.30
预收款项	42,938,671.47	53,359,370.78	28,738,257.51
应付职工薪酬	12,558,708.87	13,270,175.16	6,277,669.36
应交税费	15,108,692.55	7,552,430.28	4,301,805.55
其他应付款	1,449,660.25	1,859,819.95	5,320,533.16
流动负债合计	77,891,722.66	82,601,566.50	56,999,370.88
非流动负债			
递延收益	3,775,676.80	1,459,824.56	-
非流动负债合计	3,775,676.80	1,459,824.56	-
负债合计	81,667,399.46	84,061,391.06	56,999,370.88
所有者权益			
股本	51,000,000.00	51,000,000.00	1,365,000.00
资本公积	80,406,074.77	79,294,537.98	42,887,589.45
盈余公积	2,917,528.37	-	-
未分配利润	41,903,038.29	4,282,582.68	-2,063,276.25
归属于母公司所有者权益合计	176,226,641.43	134,577,120.66	42,189,313.20
少数股东权益	3,237,067.64	5,636,537.39	4,693,662.04
所有者权益合计	179,463,709.07	140,213,658.05	46,882,975.24
负债及所有者权益合计	261,131,108.53	224,275,049.11	103,882,346.12

(二) 合并利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	184,207,222.24	166,758,769.86	108,396,439.18
其中：营业收入	184,207,222.24	166,758,769.86	108,396,439.18
二、营业总成本	138,888,045.63	152,343,064.19	98,860,329.79
其中：营业成本	71,991,649.99	77,208,110.39	60,369,665.91
税金及附加	2,060,378.16	2,993,609.78	2,027,935.05
销售费用	21,337,401.06	23,101,845.09	13,752,188.41
管理费用	44,174,042.98	49,815,594.54	22,984,248.03
财务费用	-1,488,359.79	-942,436.20	-878,856.20
资产减值损失	812,933.23	166,340.59	605,148.59

加：投资收益	-81,526.19	-	-378.10
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	45,237,650.42	14,415,705.67	9,535,731.29
加：营业外收入	14,048,035.58	2,317,726.71	3,046,981.00
减：营业外支出	26,159.71	172,000.00	43,376.30
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	59,259,526.29	16,561,432.38	12,539,335.99
减：所得税费用	16,648,110.72	8,765,044.53	3,578,391.42
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	42,611,415.57	7,796,387.85	8,960,944.57
归属于母公司所有者的净利润	40,537,983.98	5,329,207.28	7,158,091.21
少数股东损益	2,073,431.59	2,467,180.57	1,802,853.36
六、综合收益总额	42,611,415.57	7,796,387.85	8,960,944.57
归属于母公司所有者的综合收益总额	40,537,983.98	5,329,207.28	7,158,091.21
归属于少数股东的综合收益总额	2,073,431.59	2,467,180.57	1,802,853.36
七、每股收益			
（一）基本每股收益	0.79	0.11	0.14
（二）稀释每股收益	0.79	0.11	0.14

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	182,675,382.65	200,452,158.07	113,787,660.82
收到的税费返还	120,263.52	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	18,731,048.34	8,800,734.12	12,920,962.21
经营活动现金流入小计	201,526,694.51	209,252,892.19	126,708,623.03
购买商品、接受劳务支付的现金	54,833,301.70	63,722,676.01	38,108,169.30
支付给职工以及为职工支付的现金	60,125,943.23	45,773,720.81	28,142,056.08
支付的各项税费	18,681,415.70	14,357,635.99	6,912,969.02
支付其他与经营活动有关的现金	25,186,935.10	29,896,094.65	26,000,724.77
经营活动现金流出小计	158,827,595.73	153,750,127.46	99,163,919.17
经营活动产生的现金流量净额	42,699,098.78	55,502,764.73	27,544,703.86
二、投资活动产生的现金流量：			
取得投资收益收到的现金	225,616.43	-	-

处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	66,582.43	-	1,500.00
收到其他与投资活动有关的现金	50,000,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	50,292,198.86	-	1,500.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,668,561.46	1,215,355.77	1,243,162.38
投资支付的现金	-	5,500,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	50,532,345.23	-	1,578,343.76
投资活动现金流出小计	53,200,906.69	6,715,355.77	2,821,506.14
投资活动产生的现金流量净额	-2,908,707.83	-6,715,355.77	-2,820,006.14
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	50.00	70,680,599.96	840,000.00
筹资活动现金流入小计	50.00	70,680,599.96	840,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,160,000.00	-	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	2,160,000.00	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	2,967,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	5,127,000.00	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	-5,126,950.00	70,680,599.96	840,000.00
四、现金及现金等价物净增加额	34,663,440.95	119,468,008.92	25,564,697.72
加：期初现金及现金等价物的余额	192,354,440.29	72,886,431.37	47,321,733.65
五、期末现金及现金等价物余额	227,017,881.24	192,354,440.29	72,886,431.37

二、审计意见

本公司委托天职国际对公司近三年财务报告进行了审计，天职国际出具了标准无保留意见《审计报告》（天职业字[2017]5587号），该审计报告认为：“我们认为，贵公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了贵公司2014年12月31日、2015年12月31日、2016年12月31日的财务状况及合并财务状况、2014年度、2015年度及2016年度的经营成果和现金流量及合并经营成果和合并现金流量。”

三、影响公司经营业绩的主要因素

（一）影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素

（1）社会对创业活动的关注和参与程度

自 2002 年《中华人民共和国中小企业促进法》颁布以来，我国大众创业的市场环境逐步成熟，尤其是近年来移动互联网的广泛应用，促使我国自主创业的风气和热情达到了较高的程度。2015 年，在宏观经济增长面临下行压力、转型升级要求迫切的背景下，国务院颁布多项促进大众创业、万众创新的政策措施，进一步激发了大众的创业热情，鼓励提升企业的创新能力和市场竞争力，为公司的业务发展提供了良好市场土壤。

（2）公司既有竞争优势和业务开拓能力

公司多年来一直专注于为创业者提供所需要的各项服务，在创业课程运营、公关活动实施、媒体渠道经营、创业社群维护等方面积累了大量的经验和资源，因而在洞察创业者需求、业务模式、营销及管理人才、品牌影响力、客户及培训导师等业务资源领域形成了较强的市场竞争力。根据公司业务发展规划，公司将在进一步强化现有竞争优势的基础之上，不断完善业务模式、扩大业务领域，实现业务规模和经营业绩的持续增长。

（3）员工薪酬及福利

员工薪酬及福利是公司主营业务成本、期间费用的重要构成部分。2014 年至 2016 年，公司在主营业务成本、销售费用、管理费用中核算的员工薪酬及福利费逐年增长。同时，随着公司业务规模扩张，公司员工人数由 2014 年 12 月 31 日的 202 人上升至 2016 年 12 月 31 日的 230 人，报告期内公司员工薪酬及福利支出相应增加。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务和非财务指标

1、财务指标

（1）主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入快速增长，2014 年、2015 年和 2016 年，公司

的主营业务收入分别达 10,542.41 万元，16,357.53 万元和 18,223.75 万元。公司主营业务收入主要来源于创业辅导培训业务、公关业务和会员服务业务三大板块。

报告期内，公司创业辅导培训业务和会员服务业务的营业收入均保持快速增长，2014 年、2015 年和 2016 年，公司的创业辅导培训业务收入分别为 5,089.24 万元、8,482.45 万元和 10,050.12 万元，公司的会员服务业务收入分别为 257.19 万元、724.03 万元和 1,164.18 万元，2014 年至 2016 年公司创业辅导培训业务收入的复合增长率达 40.53%，会员服务业务收入的复合增长率达 112.76%。2014 年、2015 年和 2016 年，公司的公关服务业务收入分别为 5,127.47 万元、7,141.56 万元和 7,009.45 万元，2014 年至 2015 年公司公关业务的营业收入保持快速增长，2016 年公司开始实施公关服务业务的战略升级，针对客户需求的变化，对公关服务业务的产品和客户结构进行调整，客户群体逐步由大品牌客户群体扩大至具有高成长性的企业群体，公司公关业务中的创业企业客户数量和收入占比增多，知名品牌企业客户数量和收入相对稳定、园区及政府类客户的数量和收入占比略有下降，总体而言，公司公关业务的业绩基本稳定，未有较大波动。

（2）主营业务毛利率

报告期内，公司主营业务毛利率保持在较高水平，2014 年、2015 年和 2016 年，公司的主营业务毛利率分别为 42.77%、52.80%和 61.55%。公司主营业务毛利率主要受公司业务结构变化、服务定价、人员薪酬水平以及市场竞争状况等因素的影响。

（3）期间费用

报告期内，公司的期间费用主要由人员薪酬、差旅费、房租物业费、股份支付等构成，其中人员薪酬是影响期间费用的主要因素。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的期间费用率分别为 33.08%、43.16%和 34.76%，公司能否有效控制期间费用将对经营业绩造成一定影响。

2、非财务指标

（1）创业辅导培训学员人次和开班次数

报告期内，创业辅导培训业务是公司的主要收入来源之一，发行人该项业务

稳步发展，创业辅导培训学员人次逐年增多，培训班次亦逐年增加。

（2）公关项目的执行次数和规模

公司的公关活动主要以黑马大赛、黑马创业社群大会等自有品牌类公关项目，及定制类公关项目为载体，报告期内公关项目的执行次数和规模能够在一定程度上反映公司公关服务业务的经营业绩。2014年至2015年，公司公关活动执行次数不断增长，且客户群体主要以知名品牌客户为主，公关项目执行次数与公关服务业务收入增长态势一致。2016年公司开始实施公关服务业务的战略升级，对公关服务业务的产品和客户结构进行调整，客户群体逐步由大品牌客户群体扩大至具有高成长性的企业群体，公司公关业务中的创业企业客户数量和收入占比增多，知名品牌企业客户数量和收入占比相对稳定、园区及政府类客户的数量和收入占比略有下降，总体而言，公司公关业务的业绩基本稳定，未有较大波动。

四、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况

（一）发行人2017年1-3月份经审阅的主要财务数据及同期对比

1、会计师审阅意见

发行人申报会计师天职国际出具《审阅报告》（天职业字[2017]13447号），对发行人截至2017年3月31日的资产负债表，2017年1-3月的利润表及财务报表附注进行了审阅，审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映被审阅单位的财务状况、经营成果和现金流量。”

2、资产负债表主要财务数据（经审阅未经审计）

单位：万元

项目	2017年3月31日	2016年12月31日
流动资产	22,660.52	24,820.90
非流动资产	1,455.82	1,292.21
资产总计	24,116.34	26,113.11
流动负债	5,771.73	7,789.17

非流动负债	340.83	377.57
负债总计	6,112.56	8,166.74
归属于母公司所有者权益合计	17,700.25	17,622.66

3、利润表主要财务数据（经审阅未经审计）

单位：万元

财务项目	2017年1-3月	2016年1-3月
营业收入	2,436.55	2,424.88
营业成本	1,161.02	1,171.58
销售费用	439.66	557.79
管理费用	896.08	970.29
财务费用	-104.42	-61.36
净利润	57.41	-375.75
归属于母公司净利润	77.59	-395.95
扣非后归属于母公司净利润	34.73	-403.03

2017年1-3月，发行人营业收入2,436.55万元，较2016年同期总体保持稳定，发行人主要业务为创业辅导培训、公关服务、会员服务及其他业务，各业务收入贡献情况如下：

单位：万元

收入类型	2017年1-3月	2016年1-3月
创业辅导培训	1,514.64	1,524.64
公关服务	756.52	488.95
会员服务	128.76	323.52
其他	36.63	87.78
合计	2,436.55	2,424.88

发行人培训业务2017年1-3月收入1,514.64万元，与上年基本持平。

发行人公关服务收入756.52万元，较上年同期增加267.57万元，增长54.72%。本期公关服务收入构成如下：

公关服务执行项目	2017年1-3月	2016年1-3月
黑马运动会	439.58	144.9

定制项目	316.94	344.05
------	--------	--------

公关服务收入变动主要由于黑马运动会赞助收入增加所致。黑马运动会经多年耕耘，取得了较好的品牌效应并得到了创业者的热情响应，本届黑马运动会于2017年3月举办，吸引了大品牌客户赞助收入，较2016年取得的赞助收入增加；

发行人会员服务2017年1-3月收入128.76万元，较上年同期减少194.75万元，降低60.20%。主要由于2016年发行人对该业务会员服务方式进行了调整，将以社群活动为主的线下服务方式调整为基于线上学习服务，以适应知识分享的线上传播趋势，并进一步扩大用户基数。同时根据线上服务的特点，亦调整了会员收费的标准，从3000元/年的收费标准，调整为199元/次、1000元/年等。上述原因导致会员收入有所减少。但随着会员服务方式“从线下转到线上”渐次推进，用户基数将会快速扩大。

净利润较2016年同期增加433.16万元，主要由于：

(1) 2016年3月，发行人将子公司黑马创展转让，故2017年黑马创展的期间费用不再纳入发行人核算范围，导致费用减少97.81万元；

(2) 2017年1-3月地方政府给予发行人子公司地方性补助较上年同期增加83.47万元；

(3) 佳沃世纪主营的黑马华营创业辅导培训业务不再进行，故该部分人员从公司离职，相应费用减少79.62万元；

(4) 2016年5月，发行人全面进行营改增，原缴纳营业税的会员业务及黑马营业务改为缴纳增值税，故2017年税金及附加较上年同期减少31.73万元。

4、现金流量表主要财务数据（经审阅未经审计）

单位：万元

项目	2017年1-3月	2016年1-3月
经营活动产生的现金流量净额	-1,860.62	-477.20
投资活动产生的现金流量净额	-4,883.05	-237.43
筹资活动产生的现金流量净额	-20.00	-40.00
现金及现金等价物净增加额	-6,763.66	-754.62

2017年1-3月，发行人经营活动产生现金流量金额低于2016年同期，主要是发行人2017年1-3月的销售收入多数尚在信用期内，客户尚未付款所致；投资活动产生现金流量金额低于2016年同期，主要由于发行人2017年1-3月购买结构性存款导致。

5、非经常性损益情况（经审阅未经审计）

项目	2017年1-3月	2016年1-3月
非流动资产处置损益		-0.11
计入当期损益的政府补助	91.74	8.26
所得税影响额	22.91	-0.58
非经常性损益合计	68.72	6.53
扣除非经常性损益前归属于母公司股东的净利润	77.59	-395.95
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	34.73	-403.03

（二）财务报告审计基准日后主要经营情况

2017年1-6月，公司预计营业收入为7,200-7,450万元，较上年同期增长0.91%-4.41%；预计归属于母公司股东的净利润为1,450-1,650万元，较上年同期增长32.57%-50.86%；预计归属于母公司股东扣除非经常损益后的净利润为950-1,150万元，较上年同期增长43.81%-74.09%。2017年1-6月发行人预计财务状况良好（上述数据未经审计，且不构成盈利预测）。

保荐机构核查后认为：2017年以来，发行人经营模式、主要成本类别及采购规模、主要业务类型及服务规模、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生变化，发行人经营情况良好。

五、主要会计政策和会计估计

（一）记账本位币

本公司采用人民币作为记账本位币。

（二）收入

1.收入确认原则

（1）商品销售收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；相关的经济利益很可能流入企业；收入的金额和相关的成本能够可靠地计量，确认收入的实现。

（2）提供劳务收入

在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于期末按完工百分比法确认相关的劳务收入。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

企业在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，区分以下情况处理：

A、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

B、已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，则不确认提供劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2.收入确认的具体方法

（1）公关服务：公司根据合同提供劳务服务，客户对已完成的项目确认验收，公司于客户确认验收后，确认相应服务的收入。同时，公司对已确认收入项目结转相应成本。

对于未完工的项目区分以下情况处理：已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务

成本；已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，则不确认提供劳务收入。

(2) 创业辅导培训：对于短期一次性培训班业务在培训业务完成后确认收入，同时确认该培训班次产生的成本；对于多期培训业务，则将多期培训业务按班次平均拆分为多次培训业务，每完成一个班次的培训确认该次培训的收入，并同时确认该次培训产生的成本。

(3) 会员服务：自会员缴纳入会费后在整个受益期内分期确认收入。

(三) 企业合并

1. 同一控制下企业合并的会计处理方法

本公司在一次交易取得或通过多次交易分步实现同一控制下企业合并，企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。本公司取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2. 非同一控制下企业合并的会计处理方法

本公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并，应按以下顺序处理：

(1) 调整长期股权投资初始投资成本。购买日之前持有股权采用权益法核算的，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益、其他所有者权益变动的，转为购买日所属当期收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(2) 确认商誉（或计入当期损益的金额）。将第一步调整后长期股权投资初始投资成本与购买日应享有子公司可辨认净资产公允价值份额比较，前者大于后

者，差额确认为商誉；前者小于后者，差额计入当期损益。

通过多次交易分步处置股权至丧失对子公司控制权的情形

(1) 判断分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易是否属于“一揽子交易”的原则

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- 1) 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- 2) 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- 3) 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- 4) 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

(2) 分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易属于“一揽子交易”的会计处理方法

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，应当将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中应当确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

在合并财务报表中，对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

(3) 分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易不属于“一揽子交易”的会计处理方法

处置对子公司的投资未丧失控制权的，合并财务报表中处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额计入资本公积（资本溢价或股本溢价），资本溢价不足冲减的，应当调整留存收益。

处置对子公司的投资丧失控制权的，在合并财务报表中，对于剩余股权，应

当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

（四）金融工具

1.金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

2.金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

本公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

本公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期

损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：1）按照《企业会计准则第13号——或有事项》确定的金额；2）初始确认金额扣除按照《企业会计准则第14号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3. 金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计

入其他综合收益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4.主要金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或源生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

5.金融资产的减值测试和减值准备计提方法

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。

按摊余成本计量的金融资产，期末有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额确认减值损失。在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失。

可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，确认其减值损失，并将原直接计入其

他综合收益的公允价值累计损失一并转出计入减值损失。

（五）应收款项

1. 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	本公司将金额为人民币 100.00 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的应收款项，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

2. 按组合计提坏账准备的应收款项

（1）确定组合的依据及坏账准备的计提方法

组合名称	按组合计提坏账准备的计提方法	确定组合的依据
按账龄分析法计提坏账准备的应收账款	账龄分析法	按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法：i. 信用风险特征组合的确定依据本公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。ii. 根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

（2）账龄分析法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
6 个月以内（含 6 个月）	0	0
7 个月-12 个月（含 12 个月）	2	2
12 个月-24 个月（含 24 个月）	30	30
24 个月以上	100	100

3. 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	本公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。
-------------	--

坏账准备的计提方法	个别认定
-----------	------

对应收票据、预付款项、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（六）长期股权投资

1.投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积（资本溢价或股本溢价）；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

分步实现同一控制下企业合并的，应当以持股比例计算的合并日应享有被合并方账面所有者权益份额作为该项投资的初始投资成本。初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；投资者投入的，按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本（合同或协议约定价值不公允的除外）。

2.后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资,在本公司个别财务报表中采用成本法核算；对具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

采用成本法时,长期股权投资按初始投资成本计价,除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外,按享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润,确认为当期投资收益,并同时根据有关资产减值政策考虑长期投资是否减值。

采用权益法时,长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,归入长期股权投资的初始投资成本;长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,其差额计入当期损益,同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法时,取得长期股权投资后,按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额,确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。在确认应享有被投资单位净损益的份额时,以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础,按照本公司的会计政策及会计期间,并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分(但内部交易损失属于资产减值损失的,应全额确认),对被投资单位的净利润进行调整后确认。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分,相应减少长期股权投资的账面价值。本公司确认被投资单位发生的净亏损,以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限,本公司负有承担额外损失义务的除外。对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动,调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

3.确定对被投资单位具有控制、重大影响的依据

控制,是指拥有对被投资方的权力,通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报,并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额;重大影响,是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力,但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

4.长期股权投资的处置

4.1 部分处置对子公司的长期股权投资,但不丧失控制权的情形

部分处置对子公司的长期股权投资,但不丧失控制权时,应当将处置价款与处置投资对应的账面价值的差额确认为当期投资收益。

4.2 部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的情形

部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的，对于处置的股权，应结转与所售股权相对应的长期股权投资的账面价值，出售所得价款与处置长期股权投资账面价值之间差额，确认为投资收益（损失）；同时，对于剩余股权，应当按其账面价值确认为长期股权投资或其它相关金融资产。处置后的剩余股权能够对子公司实施共同控制或重大影响的，应按有关成本法转为权益法的相关规定进行会计处理。

5. 减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，在资产负债表日有客观证据表明其发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

（七）固定资产

1. 固定资产确认条件、计价和折旧方法

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。

固定资产以取得时的实际成本入账，并从其达到预定可使用状态的次月起采用年限平均法计提折旧。

2. 各类固定资产的折旧方法

项目	折旧年限(年)	预计净残值率(%)	年折旧率(%)
运输设备	5	3	19.40
办公设备	5	3	19.40
电子设备	3	3	32.33

3. 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

4. 融资租入固定资产的认定依据、计价方法

符合下列一项或数项标准的，认定为融资租赁：（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；（2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日

就可以合理确定承租人将会行使这种选择权；（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分 [通常占租赁资产使用寿命的 75% 以上（含 75%）]；（4）承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值 [90% 以上（含 90%）]；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值 [90% 以上（含 90%）]；（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值中较低者入账，按自有固定资产的折旧政策计提折旧。

（八）无形资产

1. 无形资产包括土地使用权、软件使用权及非专利技术，按成本进行初始计量。

2. 使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
软件使用权	3

3. 使用寿命确定的无形资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备；使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

4. 内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（九）长期待摊费用

长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十）职工薪酬

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

1.短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2.辞退福利

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

3、设定提存计划

本公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。本公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。本公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（十一）政府补助

1. 区分与资产相关政府补助和与收益相关政府补助的标准

政府文件规定用于构建或以其他方式形成长期资产的,作为与资产相关的政府补助;政府文件不明确的,以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断,以构建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助,除此之外的作为与收益相关的政府补助。

2. 与政府补助相关的递延收益的摊销方法以及摊销期限的确认方法

与收益相关的政府补助,用于补偿以后期间的相关费用或损失的,确认为递延收益,并在确认相关费用的期间计入当期损益;用于补偿已发生的相关费用或损失的,直接计入当期损益。与资产相关的政府补助,确认为递延收益,并在相关资产使用寿命内平均分配且计入当期损益。但按照名义金额计量的政府补助,直接计入当期损益。

3. 政府补助的确认时点及核算方法

政府补助在能够满足其所附的条件并且能够收到时,予以确认。政府补助为货币性资产的,按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的,按照公允价值计量;公允价值不能可靠取得的,按照名义金额计量。

(十二) 股份支付

1. 股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2. 权益工具公允价值的确定方法

(1) 存在活跃市场的,按照活跃市场中的报价确定。

(2) 不存在活跃市场的,采用估值技术确定,包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

3. 确认可行权权益工具最佳估计的依据

根据最新取得的可行权职工数变动等后续信息进行估计。

4. 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

(1) 以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付,在授予日按照

权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按本公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，本公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，本公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果本公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，本公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，本公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果本公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处

理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额。

（十三）经营租赁、融资租赁

1. 经营租赁

本公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

本公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

2. 融资租赁

本公司为承租人时，在租赁期开始日，本公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

本公司为出租人时，在租赁期开始日，本公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

（十四）递延所得税资产和递延所得税负债

1.根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2.确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3.资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4.本公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十五）重要会计政策和会计估计变更及前期差错更正的说明

1、重要会计政策变更

（1）执行《增值税会计处理规定》

财政部于2016年12月3日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22号），适用于2016年5月1日起发生的相关交易。本公司执行该规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目	税金及附加、管理费用
自2016年5月1日起房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目	调增税金及附加本年金额 12,822.30 元，调减管理费用金额 12,882.30 元

本公司该项会计政策变更经公司2017年2月21日第十一届第十一次董事会会议决议批准。

2、重要会计估计变更

本公司报告期内无重要会计估计变更的情况。

3、前期差错更正的说明

（1）对股份支付事项会计处理调整

本公司自 2012 年起对公司核心员工进行股权激励，在以前年度财务报表中未对该股权激励事项确认股份支付费用，本期对 2014 年、2015 年度财务报表进行追溯调整。

上述股份支付事项对公司报表的具体影响数据如下：

受影响的资产负债表项目		2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
未分配利润	更正前金额	18,360,034.61	4,880,043.75
	更正后金额	4,282,582.68	-2,063,276.25
	累计影响额	-14,077,451.93	-6,943,320.00
盈余公积	更正前金额	903,243.07	
	更正后金额		
	累计影响额	-903,243.07	
资本公积	更正前金额	64,313,842.98	35,944,269.45
	更正后金额	79,294,537.98	42,887,589.45
	累计影响额	14,980,695.00	6,943,320.00
受影响的利润表项目		2015 年度	2014 年度
管理费用	更正前金额	34,834,899.54	21,565,788.03
	更正后金额	49,815,594.54	22,984,248.03
	影响额	14,980,695.00	1,418,460.00

本公司该项会计差错更正经公司 2017 年 2 月 21 日第十一届第十一次董事会会议决议批准。

六、公司税项、税率及享受的主要财政税收优惠政策

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务	3%、5%、6%、11%、13%

营业税	应纳税营业额	5%
城市维护建设税	应缴流转税额	7%
文化事业建设费	提供广告服务取得的计费销售额	3%
教育费附加	应缴流转税额	3%
地方教育费附加	应缴流转税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%

（二）税收优惠

报告期内，发行人不享受税收优惠。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

天职国际对公司报告期内的非经常性损益明细表进行了鉴证，并出具了《非经常性损益审核报告》（天职业字[2017]5587-2号）。依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，公司报告期内非经常性损益的具体内容、金额和扣除非经常性损益后的净利润金额以及非经常性损益对当期净利润的影响情况如下：

单位：万元

主要财务指标	2016年度	2015年度	2014年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	4.32	-	-2.80
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,399.48	171.62	301.80
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	22.56	-	-
股份支付	-113.14	-1,498.07	-141.85
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1.61	42.96	1.36
非经常性损益合计	1,311.61	-1,283.50	158.51
减：所得税影响额	414.08	53.64	50.09
非经常性损益净额（影响净利润）	897.52	-1,337.14	108.42
减：少数股东权益影响额	23.34	37.03	31.25
归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益	874.18	-1,374.17	77.18

八、主要财务指标

项目	2016年12月31日 /2016年度	2015年12月31日 /2015年度	2014年12月31日 /2014年度
流动比率（倍）	3.19	2.58	1.75
速动比率（倍）	3.19	2.58	1.75
资产负债率（母公司）（%）	31.25	38.08	59.68
应收账款周转率（次/年）	9.85	7.90	6.55
存货周转率	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	6,270.53	1,870.22	1,392.45
归属公司股东净利润（万元）	4,053.80	532.92	715.81
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润（万元）	3,179.62	1,907.09	638.63
利息保障倍数（倍）	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.84	1.09	-
每股净现金流量（元）	0.68	2.34	-
归属于公司股东的每股净资产（元）	3.46	2.64	-
无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例（%）	0.53	0.12	-

注：上述指标计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=速动资产/流动负债
- 3、资产负债率（母公司）=总负债（母公司）/总资产（母公司）
- 4、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- 5、存货周转率=营业成本/存货平均余额
- 6、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧支出+长期待摊费用摊销+无形资产摊销
- 7、利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出
- 8、每股经营活动产生的现金流量=当期经营活动现金净额/期末股本

9、每股净现金流量=当期现金流量净额/期末股本

10、归属于公司股东的每股净资产=期末归属于公司股东权益合计/期末股本

11、无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例=无形资产（不含土地使用权）/净资产（按归属母公司所有者权益计算）

12、公司于2015年9月改制为股份有限公司，计算每股收益指标时，改制前的注册资本金额视同股本金额

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》和《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经常性损益（2008修订）》，发行人最近三年净资产收益率及每股收益如下：

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本	稀释
2016年	归属普通股股东的净利润	26.18	0.79	0.79
	归属于公司股东、扣除非经常性损益后的净利润	20.53	0.62	0.62
2015年	归属普通股股东的净利润	11.88	0.11	0.11
	归属于公司股东、扣除非经常性损益后的净利润	42.52	0.38	0.38
2014年	归属普通股股东的净利润	19.25	0.14	0.14
	归属于公司股东、扣除非经常性损益后的净利润	17.17	0.13	0.13

注：计算公式如下：

全面摊薄净资产收益率= $P \div E$

其中：P为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；E为归属于公司普通股股东的期末净资产。

加权平均-净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 + E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E₀为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i为报告期发行新股或债转股等新增的、

归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数； E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

$$\text{基本每股收益} = P \div S$$

$$\text{其中：} S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

九、发行人盈利预测情况

本公司未编制盈利预测报告。

十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

截至财务报告批准报出日，本公司无其他需要说明的重大资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项。

十一、盈利能力分析

公司主营业务为通过线上线下相结合的商业模式，为创业相关人群提供全方位、多样化的综合性创业服务。近年来，随着“互联网+”、“DT时代”、“工业4.0”等热潮的兴起，得益于国家有力的政策扶持，公司抓住发展机遇，充分发挥自身的核心优势，积极开拓国内市场，报告期内公司的营业收入呈持续增长态势，具备良好的盈利能力和成长性。

（一）公司的收入与盈利总体情况

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	18,420.72	16,675.88	10,839.64
营业成本	7,199.16	7,720.81	6,036.97
营业毛利	11,221.56	8,955.07	4,802.67
期间费用	6,402.31	7,197.50	3,585.76
营业利润	4,523.77	1,441.57	953.57
利润总额	5,925.95	1,656.14	1,253.93
净利润	4,261.14	779.64	896.09
归属于母公司股东的净利润	4,053.80	532.92	715.81
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,179.62	1,907.09	638.63

（二）营业收入分析

1、营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	18,223.75	98.93	16,357.53	98.09	10,542.41	97.26
其他业务收入	196.98	1.07	318.35	1.91	297.24	2.74
合计	18,420.72	100.00	16,675.88	100.00	10,839.64	100.00

报告期内，公司的营业收入稳步增长。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司分别实现营业收入 10,839.64 万元、16,675.88 万元、和 18,420.72 万元，2014 年至 2016 年公司营业收入的复合增长率达 30.36%。公司的主营业务突出，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司主营业务收入分别占营业收入比重分别为 97.26%、98.09%和 98.93%。

报告期内，公司的其他业务收入主要是北京黑马创展投资管理有限公司管理北京黑马拓新创业投资中心（有限合伙）的管理费收入，以及广州创润信息科技有限公司、南京创业未来信息科技有限公司和成都创业未来信息技术有限公司的租金收入。2016 年度，公司其他业务收入下降的主要原因系 2016 年 3 月公司将

持有的黑马创展 51% 的股权转让给实际控制人牛文文，管理费收入相应减少。此次股权转让的相关情况参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“三、发行人设立以来的重大资产重组情况”。

报告期内，公司营业收入的逐年增加主要受益于良好的市场发展机遇及公司竞争力的不断增强。

（1）创业服务行业属于快速发展的行业，面临良好的发展机会

近年来，国家大力推动“大众创业、万众创新”，并给与了大量的优惠政策，为“双创”创造了良好的外部环境。在政府的支持下，国内出现创业活动热潮，各类创业公司不断涌现。大量创业公司的出现，为提供创业服务的公司创造了大量的业务需求，公司所处行业发展势头良好。

（2）创业者认可创业服务的价值

随着创业成本和创业门槛的降低，涌现了大量创业机会和创业者，能否创业成功的关键因素不仅在于是否能够获得创业资金，更重要的在于创业者是否能够得到人力资源、法务、财务、市场、公共关系等全面创业服务的支持，在于创业资源所带来的广泛优势效应。随着越来越多创业服务机构的出现，以及创业服务理念的不断更迭，创业服务的价值逐渐得到了创业者的认可，为创业服务行业的发展奠定了市场基础。

（3）公司在创业群体中形成良好口碑

公司逐步建立起多个创业者的资讯平台，包括 i 黑马网站、新媒体（“创业家”微信公众号、“i 黑马”微信公众号、“创业家传媒”微博帐号等）等。同时，公司能够提供高质量的深度创业报道，在创业服务行业具有良好的市场影响力。

（4）公司全力打造黑马创业社群，增强了客户黏性

公司通过创业辅导培训、组织公关活动、设立“黑马会”等富有组织形态的深层次服务强化了与创业者的互动，增强了创业者与公司之间的黏性，打造了一个活跃的创业社群——创业黑马社群。庞大的创业者社群基础，为公司创造了良好的用户基础。

2、主营业务收入构成及变动分析

报告期内，公司专注于创业服务领域，主营业务收入主要来源于创业辅导培训、公关服务及会员服务业务。

报告期内，公司主营业务收入按业务构成分类如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
创业辅导培训	10,050.12	55.15	8,482.45	51.86	5,089.24	48.27
公关服务	7,009.45	38.46	7,141.56	43.66	5,127.47	48.64
会员服务	1,164.18	6.39	724.03	4.43	257.19	2.44
其他	-	-	9.49	0.06	68.51	0.65
合计	18,223.75	100.00	16,357.53	100.00	10,542.41	100.00

报告期内，公司的主营业务收入实现较快增长，其中，创业辅导培训业务、公关服务业务是公司收入的主要来源。

（1）创业辅导培训

作为公司营业收入和利润增长的核心板块之一，创业辅导培训业务是公司近年来业务运营的关键，其主要培训项目包括长期辅导培训（包括黑马成长营、黑马连营、黑马导师营、天使营、千里马计划等）、短期辅导培训（EDP）和国际游学等。

报告期内，公司的创业辅导培训业务收入的情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售收入	10,050.12	8,482.45	5,089.24
收入同比变动率	18.48	66.67	-
收入占比	55.15	51.86	48.27

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的创业辅导培训业务收入分别为 5,089.24 万元、8,482.45 万元和 10,050.12 万元，2014 年至 2016 年公司创业辅导培训业务收入的复合增长率达 40.52%。

2014 年，国务院总理李克强在达沃斯论坛上公开发出“大众创业、万众创新”的号召，之后各级政府部门颁布多项推动“双创”的优惠政策，国内出现创

业活动热潮。公司提供的综合性创业辅导培训符合创业群体的需求，得到了创业企业的积极响应，创业、创新企业踊跃报名，参与培训的学员人次逐年增多。同时，随着公司创业辅导培训体系的不断丰富和逐渐成熟，公司该项业务得到了创业创新企业的充分认可。报告期内，公司培训课程单价和班次均有所增加，因此，报告期内公司的创业辅导培训业务收入逐年增加。

（2）公关服务业务

报告期内，公关服务业务收入情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售收入	7,009.45	7,141.56	5,127.47
收入同比变动率	-1.85	39.28	-
收入占比	38.46	43.66	48.64

公司围绕创业相关群体，提供具体包括线下活动和线上传播相结合的公关服务，主要客户有三种类型，一是致力于影响创业者的知名品牌企业（含通过 4A 级等广告代理公司投放公关的品牌企业），二是政府部门、高新园区客户，三是创业创新企业。

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的公关服务业务收入分别为 5,127.47 万元、7,141.56 万元和 7,009.45 万元。公司 2015 年公关服务业务收入较 2014 年增长 39.28% 的原因主要系受政府“双创”政策的支持、创业环境的改善等因素影响，我国创业人数、初创企业的数量显著增长，扩大了公司创业公关服务的业务需求，同时，公司品牌影响力和服务质量的不断提升，使得公司的市场竞争能力显著增强。2016 年公司开始实施公关服务业务的战略升级，对公关服务业务的产品和客户结构进行调整，客户群体逐步由大品牌客户群体扩大至具有高成长性的企业群体，公司公关业务中的创业企业客户数量和收入占比增多，知名品牌企业客户数量和收入占比保持稳定，高新园区和政府类客户的数量和收入占比略有下降，总体而言，公司公关业务的业绩基本稳定，未有较大波动。

（3）会员服务业务

报告期内，公司的会员服务业务收入的情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售收入	1,164.18	724.03	257.19
收入同比变动率	60.79	181.51	-
收入占比	6.39	4.43	2.44

公司的会员服务收入主要来自于公司打造的以创业者为核心、覆盖大量创业相关群体的创业者社群——“黑马会”。“黑马会”实行会员收费模式，申请加入“黑马会”的会员需向公司缴纳年费。

在“双创”的社会背景下，2013 年至 2015 年公司“黑马会”成员人数逐年增加，因此 2014 年至 2016 年结转的会员服务收入逐年增加，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的会员服务业务收入分别为 257.19 万元、724.03 万元和 1,164.18 万元。

（三）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	7,007.33	97.34	7,720.81	100.00	6,033.44	99.94
其他业务成本	191.83	2.66	-	-	3.53	0.06
合计	7,199.16	100.00	7,720.81	100.00	6,036.97	100.00

2、主营业务成本构成及变动分析

报告期内，公司主营业务成本按业务构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
创业辅导培训	2,778.33	39.65	3,423.64	44.34	2,153.83	35.70
公关服务	3,616.84	51.62	3,760.38	48.70	3,467.19	57.47
会员服务	612.17	8.74	360.21	4.67	149.92	2.48

其他	-	-	176.59	2.29	262.50	4.35
合计	7,007.33	100.00	7,720.81	100.00	6,033.44	100.00

报告期内，公司的主营业务成本主要由创业辅导培训业务成本和公关服务业务成本构成，与主营业务收入构成情况一致。

报告期内，公司对各类产品成本按照项目进行归集，主要由人员薪酬、物料、制作费、外部咨询服务费及咨询服务费等构成，具体构成如下表所示：

单位：万元，%

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
人员薪酬	1,943.32	27.73	1,931.35	25.01	1,414.54	23.45
物料、制作费	1,941.12	27.70	1,770.76	22.93	2,038.06	33.78
外部咨询服务费 (国际游学旅行社 费用等)	620.15	8.85	1,457.91	18.88	584.20	9.68
劳务费	898.21	12.82	706.08	9.15	430.11	7.13
交通食宿差旅费	436.72	6.23	646.20	8.37	557.02	9.23
场地费	538.59	7.69	521.56	6.76	498.82	8.27
宣传推广费	430.08	6.14	428.29	5.55	136.67	2.27
其他	199.13	2.84	258.65	3.35	374.03	6.20
总计	7,007.33	100.00	7,720.81	100.00	6,033.44	100.00

(1) 人员薪酬

报告期内，公司主营业务成本中的人员薪酬主要为业务人员的薪酬和福利费，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司人员薪酬成本分别为 1,414.54 万元、1,931.35 万元和 1,943.32 万元。2015 年公司人员薪酬成本逐年增长的主要原因系为适应公司业务人员数量相应增加，同时员工待遇水平也有所提高，因而人工成本逐年增加。2016 年公司的人员薪酬成本保持稳定，未出现大幅波动。

(2) 物料、制作费

2014 年度、2015 年度和 2016 年公司的物料、制作费分别为 2,038.06 万元、1,770.76 万元和 1,941.12 万元，分别占各年度主营业务成本的 33.78%、22.93% 和 27.70%。2014 年公司的物料、制作费较高，主要是因为 2014 年公司首次推出黑马创业社群大会、黑马运动会等自有品牌公关项目，为塑造良好的品牌形象、

扩大市场影响力，故活动的物料制作费较高。2015年，公司推进传播推广渠道由线下向线上转移，因而物料及制作费等与线下活动直接相关的成本支出有所下降。2016年，公司举办的大型活动较多，故物料、制作费较2015年有所增长。

（3）外部咨询服务费

外部咨询服务费主要核算发行人创业辅导培训业务中，海外游学项目向旅行社等服务机构支付的成本，以及黑马华营业务向北京慧行天下国际旅行社有限公司支付的培训服务成本。2014年度、2015年度和2016年度，公司的外部咨询服务费分别为584.20万元、1,457.91万元和620.15万元。2015年公司的外部咨询服务费较2014年增长873.71万元，增幅达149.56%，主要是因为公司海外游学项目的课程数量和学员人次增加，相应增加了采购旅行社的服务成本。2016年外部咨询服务费较2015年显著降低，主要原因是2015年南极游、北极游项目外部咨询服务费支出604.26万元，2016年公司未开设极地游课程以及黑马华营业务终止。

（4）劳务费

报告期内，公司的劳务费主要为辅导培训导师和活动嘉宾的劳务费。2014年度、2015年度和2016年度，公司的劳务费分别为430.11万元、706.08万元和898.21万元。报告期内，公司劳务费逐年增加的原因主要是公司各业务体系逐渐丰富和成熟，辅导培训项目和公关活动次数增加，支付的导师和嘉宾的劳务费相应增加。

（5）宣传推广费

2014年度、2015年度和2016年度，公司的宣传推广费分别为136.67万元、428.29万元和430.08万元。2015年宣传推广费较2014年显著增加，主要原因是2015年公关业务收入大幅增长，宣传推广费相应增加。

（四）毛利与毛利率分析

1、综合毛利率分析

报告期内，公司毛利率及变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	18,420.72	16,675.88	10,839.64
营业成本	7,199.16	7,720.81	6,036.97
综合毛利	11,221.56	8,955.07	4,802.67
其中：主营业务毛利	11,216.41	8,636.72	4,508.97
综合毛利率	60.92	53.70	44.31

报告期内，公司综合毛利额持续增长，由 2014 年度的 4,802.67 万元增至 2016 年度的 11,221.56 万元，年复合增长率达 52.86%。

2、主营业务毛利构成及毛利率分析

单位：万元，%

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
创业辅导培训	7,271.80	72.36	5,058.81	59.64	2,935.41	57.68
公关服务	3,392.61	48.40	3,381.18	47.35	1,660.28	32.38
会员服务	552.01	47.42	363.82	50.25	107.27	41.71
其他	-	-	-167.09	-	-194.00	-
合计	11,216.41	61.55	8,636.72	52.80	4,508.97	42.77

报告期内，公司毛利主要来源于创业辅导培训、公关服务和会员服务三类服务。

(1) 创业辅导培训

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司创业辅导培训毛利率分别为 57.68%、59.64% 和 72.36%。报告期内，公司创业辅导培训业务毛利率逐年增加的主要原因是课程单价和学员人次增长，以及培训产品收入结构变化。

报告期内各期发行人创业辅导培训业务主要课程的收入、成本、毛利率等情况如下表所示：

年度	课程	收入（万元）	成本（万元）	毛利率	收入占比
2016	黑马成长营	4,155.24	521.02	87.46%	41.35%
	EDP	286.77	133.24	53.54%	2.85%
	黑马华营	646.24	349.29	45.95%	6.43%
	国际游学	1,001.68	661.07	34.00%	9.97%

	黑马导师营/ 黑马连营	2,866.19	868.28	69.71%	28.52%
	天使营	880.96	180.24	79.54%	8.77%
	千里马	213.04	65.19	69.40%	2.12%
	合计	10,050.12	2,778.33	72.36%	100.00%
2015	黑马成长营	2,889.04	425.66	85.27%	34.06%
	EDP	1,049.22	401.70	61.71%	12.37%
	黑马华营	2,078.73	1,166.40	43.89%	24.51%
	国际游学	2,080.86	1,320.45	36.54%	24.53%
	黑马导师营/ 黑马连营	384.60	109.43	71.55%	4.53%
	天使营	-	-	-	-
	千里马	-	-	-	-
	合计	8,482.45	3,423.64	59.64%	100.00%
2014	黑马成长营	2,044.00	395.83	80.63%	40.16%
	EDP	852.42	325.28	61.84%	16.75%
	黑马华营	1,622.42	1,042.15	35.77%	31.88%
	国际游学	570.40	390.57	31.53%	11.21%
	黑马导师营/ 黑马连营	-	-	-	-
	天使营	-	-	-	-
	千里马	-	-	-	-
		合计	5,089.24	2,153.83	57.68%

报告期内各期黑马成长营毛利率水平相对稳中有增。由于学员数量及课程单价的变化，黑马成长营收入占比在报告期内存在一定波动，对各年度创业辅导培训业务综合毛利率影响较大。报告期内各期黑马成长营各期课程安排及单价情况如下表所示：

年度	课程名称	单价（万元/人）
2014	黑马成长营 6 期	10.00
2014	黑马成长营 7 期	10.00
2014	黑马成长营 8 期	12.80、16.80
2014、2015	黑马成长营 9 期	10.00
2014、2015	黑马成长营 10 期	10.00
2015、2016	黑马成长营 11 期	12.80

2015、2016	黑马成长营 12 期	12.80
2016	黑马成长营 13 期	19.80
2016	黑马成长营 14 期	19.80

注：上述单价为发行人课程的对外公开报价，存在个别以低于上述单价的折扣价销售的情形。

2015 年度创业辅导培训业务综合毛利率较 2014 年度增长 1.96 个百分点，主要原因是国际游学课程收入金额由 570.40 万元大幅增至 2,080.86 万元，收入占比相应由 11.21% 增至 24.53%，同时国际游学课程毛利率由 31.53% 升至 36.54%。国际游学收入显著增加的主要原因是，2015 年度在良好的创业创新氛围之下，国内市场对海外游学项目的需求比较旺盛，发行人在此前已积累良好国际游学项目运作经验的基础之上，推出多期硅谷游学项目、以色列游学项目，以及极地和德国游学项目。2015 年发行人共开设国际游学课程 10 期，2014 年仅开设 3 期。2014 年国际游学总体毛利率水平较低，主要原因是 2014 年硅谷游学项目除安排基本的知名创业企业参访外，还伴有路演等活动，所以需支付场地、物料等成本，硅谷 2 期、硅谷 3 期毛利率分别为 32.86%、36.43%，而 2015 年的硅谷 4 期、硅谷 5 期项目活动支出较少，且单价有所提高，因而毛利率水平较高，分别为 56.77%、54.10%。

2016 年度创业辅导培训业务毛利率由 59.64% 增至 72.36%，主要原因是毛利率水平较高的黑马成长营收入额由 2,856.19 万元增至 4,155.24 万元，收入占比相应由 33.67% 提升至 41.35%。同时，毛利率水平较低的黑马华营、国际游学课程收入占比显著下降，合计收入占比由 49.04% 降至 16.40%。此外，2015 年四季度开设的黑马导师营/黑马连营课程在 2016 年度实现收入大幅增长，收入占比达 28.52%，该类课程毛利率水平相对较高。

报告期内各期创业辅导培训业务前十大项目毛利率如下：

①2014 年度前十大项目

序号	课程名称	收入（万元）	成本（万元）	毛利（万元）	毛利率	收入占比
1	黑马成长营-9 期	714.29	124.37	589.92	82.59%	14.04%
2	黑马成长营-7 期	398.57	84.08	314.49	78.90%	7.83%
3	黑马成长营-10 期	394.29	75.08	319.21	80.96%	7.75%

4	黑马成长营-8期	331.14	60.99	270.15	81.58%	6.51%
5	硅谷-2期	264.50	177.60	86.90	32.86%	5.20%
6	小米班	236.85	37.41	199.44	84.21%	4.65%
7	黑马成长营-6期	205.71	51.30	154.41	75.06%	4.04%
8	硅谷-3期	180.43	114.70	65.73	36.43%	3.55%
9	天津班3期	131.77	58.46	73.31	55.64%	2.59%
10	中关村班	127.36	61.8	65.56	51.48%	2.50%
	合计	2,984.91	845.79	2,139.12	71.66%	58.66%

2014年度发行人创业辅导培训业务收入前十大课程中，黑马成长营各期毛利率水平较高。“黑马成长营-6期”毛利率水平较其他黑马成长营课程较低，主要原因是该期课程结业仪式在成都举行，发行人在人员、差旅等方面投入较大。

“天津班3期”毛利率水平较低，主要原因是该课程为黑马华营的培训课程，向导师支付课酬16.52万元。“中关村班”毛利率水平较低，主要原因是该课程的委托方为中关村园区管委会，课程内容与黑马成长营类似，但销售价格较低。“小米班”毛利率水平较高，主要原因是该课程系与小米公司合作开设，以对小米公司的参观访问为主要授课形式，授课导师主要为小米公司员工，授课地点主要在小米公司，因而不需要支付导师课酬，场地支出也较少。

②2015年度前十大项目

序号	课程名称	收入(万元)	成本(万元)	毛利(万元)	毛利率	收入占比
1	黑马成长营-11期	1,185.79	151.17	1,034.62	87.25%	13.98%
2	黑马成长营-10期	985.71	149.36	836.35	84.85%	11.62%
3	南极班	505.10	386.65	118.45	23.45%	5.95%
4	黑马成长营-12期	351.83	68.95	282.88	80.40%	4.15%
5	北极班	313.69	235.78	77.91	24.84%	3.70%
6	黑马连营-1期	305.93	63.00	242.94	79.41%	3.61%
7	黑马成长营-9期	285.71	48.02	237.69	83.19%	3.37%
8	孵化营一期	263.80	107.30	156.49	59.32%	3.11%
9	硅谷定制班	248.84	117.49	131.35	52.79%	2.93%
10	硅谷-4期	239.90	103.72	136.18	56.77%	2.83%
	合计	4,686.30	1,431.44	3,254.86	69.45%	55.25%

2015 年度发行人创业辅导培训业务收入前十大课程中，“黑马成长营-12 期”较其他黑马成长营课程毛利率较低，主要原因是发行人仅于 2015 年 12 月执行“黑马成长营-12 期”6 次课程中的首次，且首次课程投入较大，因而毛利率相对较低。国际游学课程整体毛利率水平较低，其中南极游、北极游课程毛利率分别为 23.45%、24.84%，主要原因是国际游学课程向旅行社等境外游学中介服务机构支付外部咨询服务费金额较大，南极班、北极班分别支付外部咨询服务费 374.20 万元、230.06 万元，分别占该课程收入比例 74.08%、73.34%。

③2016 年度前十大项目

序号	课程名称	收入（万元）	成本（万元）	毛利（万元）	毛利率	收入占比
1	黑马成长营-12 期	1,775.98	205.60	1,570.38	88.42%	17.67%
2	黑马成长营-13 期	1,472.83	162.67	1,310.16	88.96%	14.65%
3	黑马连营-3 期	641.56	164.00	477.56	74.44%	6.38%
4	黑马连营-1 期	590.15	135.02	455.13	77.12%	5.87%
5	黑马成长营-11 期	580.27	77.19	503.07	86.70%	5.77%
6	天使营-1 期	517.31	115.60	401.71	77.65%	5.15%
7	黑马连营-2 期	505.43	138.52	366.91	72.59%	5.03%
8	黑马成长营-14 期	326.16	75.56	250.60	76.83%	3.25%
9	天使营-2 期	288.30	40.48	247.82	85.96%	2.87%
10	德国定制行	258.19	154.84	103.35	40.03%	2.57%
	合计	6,956.18	1,269.48	5,686.71	81.75%	69.21%

2016 年度发行人创业辅导培训业务收入前十大课程中，黑马成长营各期课程毛利率水平相对较高，主要原因是黑马成长营为发行人较为成熟的培训课程，市场认可度较高，且较少向导师支付课酬。黑马连营课程毛利率水平较低，主要原因是该课程的运营模式是发行人与导师收入分成，课酬成本相对较高。“黑马成长营-14 期”毛利率较低，主要原因是“黑马成长营-14 期”共 6 次课程，2016 年度仅于 12 月执行首次课程，按照发行人惯例，首次课程在场地、人员等方面投入较大，且多会安排户外拓展等活动，因而成本较高、毛利率较低。“德国定制行”课程毛利率水平仅 40.03%，主要原因是该课程为海外游学项目，向境外游学中介服务机构支付外部咨询服务费 139.45 万元。

（2）公关服务

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司公关服务业务毛利率分别为 32.38%、47.35% 和 48.40%。

报告期内发行人公关服务业务毛利率逐年增长的主要原因是定制项目和自有品牌项目两类公关业务毛利率及收入占比的变动，具体情况如下：

公关项目类型	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
定制项目	收入	4,708.11	5,633.63	2,795.70
	收入占比	67.17%	78.89%	54.52%
	毛利率	53.22%	49.95%	37.71%
自有品牌项目	收入	2,301.34	1,507.93	2,331.77
	收入占比	32.83%	21.11%	45.48%
	毛利率	38.53%	37.61%	25.99%

①定制类公关项目毛利率波动分析

定制类公关项目 2015 年度毛利率较 2014 年度上涨 12.24 个百分点，主要原因是受政策环境向好和发行人自身竞争力增强的影响，公关业务收入增长较快，同时由于效率的提升以及业务结构的变化，导致人工、场地、物料制作、交通差旅等成本增速慢于收入。具体原因包括以下几方面：①受政府“双创”政策的支持、创业环境的改善等因素影响，我国创业人数、创业企业数量显著增长，扩大了发行人公关服务业务的市场需求，促进收入的快速增长。发行人 2015 年度定制类公关业务收入较 2014 年度增加 101.51%。②2015 年初李克强总理提出“大众创业、万众创新”的号召后，鉴于发行人拥有较为丰富和优质的创业企业、投资人和企业家资源，全国多地科技园区及政府类机构积极与发行人合作，通过定制创新创业大赛等公关活动的方式积极推动当地创业企业发展。③2015 年度公关业务人工成本 1,066.11 万元，较 2014 年度的 880.86 万元增加 21.03%，在平均薪酬没有降低的情况下，效率提升使人工成本增速慢于收入增速。

2016 年度定制公关服务项目毛利率较 2015 年度上升 3.27 个百分点，主要原因是 2016 年度科技园区及政府机构类公关业务收入金额及占比较 2015 年度下

降，同时科技园区及政府机构类公关业务一般线下活动支出较大，毛利率水平相比非科技园区及政府机构类客户较低。2015、2016 年度发行人科技园区及政府机构类涉及定制项目的公关业务收入及毛利率水平情况如下表所示：

	收入（万元）	成本（万元）	收入占比	毛利率
2015 年度	2,931.15	1,602.14	41.04%	45.34%
2016 年度	2,342.31	1187.97	33.42%	49.28%

2016 年度定制类公关项目中，科技园区及政府机构类公关业务毛利率水平较 2015 年度上升 3.94 个百分点，主要原因是 2015 年成都全球创业创新交易会毛利率水平较低，该项目为成都市政府着力打造的国际性大型创业活动，活动规模及档次较高，场地、嘉宾等成本较大。该项目收入 767.20 万元，成本 499.66 万元，毛利率 34.87%。

②自有品牌类公关项目毛利率波动分析

2014 年度发行人主要自有品牌类公关项目的收入、毛利率情况如下表所示：

序号	项目名称	收入（万元）	成本（万元）	收入占比	毛利率
1	2014 黑马创业社群大会	500.30	515.71	21.46%	-3.08%
2	2014 年黑马大赛 总决赛	373.50	215.60	16.02%	42.28%
3	黑马大赛- 新材料行业赛	212.95	106.36	9.13%	50.05%
4	黑马大赛- 软件行业赛	200.23	76.74	8.59%	61.67%
5	2014 黑马运动会	170.21	193.70	7.30%	-13.80%
	合计	1,457.18	1,108.11	62.50%	-

2015 年度发行人主要自有品牌类公关项目的收入、毛利率情况如下表所示：

序号	项目名称	收入（万元）	成本（万元）	收入占比	毛利率
1	2015 黑马创业社群大会	568.87	348.70	37.73%	38.70%
2	黑马大赛上海站	183.79	87.14	12.19%	52.59%
3	黑马大赛南京站	172.37	65.06	11.43%	62.26%

4	黑马大赛成都站	164.92	55.27	10.94%	66.49%
5	2015 黑马运动会	138.68	215.47	9.20%	-55.37%
	合计	1,228.63	771.64	81.48%	-

2016 年度发行人主要自有品牌类公关项目的收入、毛利率情况如下表所示：

序号	项目名称	收入（万元）	成本（万元）	收入占比	毛利率
1	2016 黑马创业社群大会	763.26	404.48	33.17%	47.01%
2	黑马伙伴及黑马创交会-北京	700.66	259.52	30.45%	62.96%
3	黑马创交会-深圳	289.62	126.53	12.58%	56.31%
4	城市合伙人	251.01	200.56	10.91%	20.10%
5	2016 黑马运动会	144.90	272.15	6.30%	-87.81%
	合计	2,149.45	1,263.24	93.40%	-

黑马创业社群大会是发行人于 2014 年首次推出的年度大型综合性公关项目，该项目以黑马会会员为主要服务对象，以创业服务资源的集中对接为主要目的，活动内容主要包括各类榜单颁布、奖项颁发、嘉宾分享、投融资对接、业务资源对接、社群学习交流等。2014 黑马创业社群大会毛利率-3.08%，主要原因是黑马创业社群大会于 2014 年度首次推出，为塑造良好的品牌形象、扩大市场影响力，此次活动规模较大，分别租用国家会议中心、北辰酒店场地，项目场租物料制作、搭建成本较高。2015 年、2016 黑马创业社群大会活动场地为北京国际会议中心，场租成本较低。2016 黑马创业社群大会毛利率水平较高，主要原因是经过多年运作与积累，发行人创业社群大会产品已取得良好的市场影响力，此次获得赞助商收入较多，其中摩比神奇（北京）信息技术有限公司活动独家冠名收入 235.85 万元、北京电子城投资开发集团股份有限公司、分众传媒有限公司、北京简变快乐信息技术有限公司的活动合作伙伴收入分别为 92.45 万元、75.47 万元、56.60 万元。

黑马运动会为发行人每年年初举办的综合性、全国性、周期性活动，各年度活动内容及规模基本一致，成本支出较为稳定，取得赞助情况对毛利率水平影响较大，且一季度通常为发行人公关营销的淡季，公关收入较少，因而报告期内黑

马运动会毛利率持续为负。2015 黑马运动会毛利率较 2014 年黑马运动会低，主要原因是 2014 年黑马运动会赞助收入相对较多，其中北京红牛饮料销售有限公司指定饮料赞助收入 61.31 万元、广州千千氏工艺品有限公司独家合作伙伴收入 56.60 万元。

黑马创交会是发行人于 2016 年新推出的一项公关业务活动，通过在会展中心等场所为数十乃至上百家创业企业提供展台、创交会现场进行企业形象展示等方式，创造投融资和业务合作机会。黑马创交会收入主要来源于众多参会企业支付的展台及营销费用，成本主要由场地、物料制作及搭建构成，由于参会企业数量较多，因而黑马创交会毛利率水平相对较高。

③报告期内各期公关业务收入前十大项目毛利率情况如下：

A、2014 年度前十大项目

序号	项目名称	收入（万元）	成本（万元）	毛利（万元）	毛利率	收入占比
1	2014 黑马创业社群大会	500.30	515.71	-15.41	-3.08%	9.76%
2	2014 黑马大赛总决赛	373.50	215.60	157.90	42.28%	7.28%
3	金立 Elife 校园创业大赛	354.72	224.51	130.21	36.71%	6.92%
4	2014 劲霸创富汇	301.01	179.08	121.93	40.51%	5.87%
5	2014 黑马大赛新材料行业赛	212.95	106.36	106.58	50.05%	4.15%
6	2014 黑马大赛软件行业赛	200.23	76.74	123.49	61.67%	3.90%
7	红牛创业能量加油站	183.94	113.65	70.29	38.21%	3.59%
8	2014 黑马运动会	170.21	193.70	-23.49	-13.80%	3.32%
9	2014 黑马大赛文创行业赛	160.14	77.42	82.72	51.66%	3.12%
10	2014 华东黑马盛典	153.56	74.07	79.50	51.77%	2.99%
	合计	2,610.55	1,776.84	833.71	31.94%	50.91%

2014 年度发行人公关业务的平均毛利率为 32.38%。

前十大项目中毛利率较高项目的主要原因如下表所示：

项目名称	毛利率	毛利率较高的原因
2014 黑马大赛软件行业赛	61.67%	与南京软件谷共同主办，除向南京软件谷收取项目服务收入外，同时取得克莱斯勒等赞助商的赞助收入。
2014 华东黑马盛典	51.77%	与南京软件谷共同主办，除向南京软件谷收取项目服务收入外，场地由南京软件谷提供。
2014 黑马大赛文创行业赛	51.66%	与青岛海创开发建设投资有限公司共同主办，除向南京软件谷收取项目服务收入外，同时取得克莱斯勒等赞助商的赞助收入。
2014 黑马大赛新材料行业赛	50.05%	与宁波新材料城共同主办，除向宁波新材料城收取项目服务收入外，同时取得克莱斯勒等赞助商的赞助收入。
2014 黑马大赛总决赛	42.28%	克莱斯勒、红牛、百度、探路者、重庆永州软件园的赞助商参与。
2014 劲霸创富汇	40.51%	基于合作内容特殊性，该项目商务谈判中单独为创意策划等收取 15% 服务费用，主要人工支出。

前十大项目中毛利率较低项目的主要原因如下表所示：

项目名称	毛利率	毛利率较低的原因
2014 黑马创业社群大会	-3.08%	创业社群大会为发行人自有品牌公关项目，于 2014 年度首次推出，为塑造良好的品牌形象、扩大市场影响力，此次活动规模较大，分别租用国家会议中心、北辰酒店场地，场租、物料制作、搭建成本较高。
2014 黑马运动会	-13.80%	①黑马运动会为发行人自有品牌公关项目，品牌市场影响力较大，投入支出较多；②黑马运动会为每年一季度实施，由于客户市场宣传预算未完全制定，一般招商数量较少。

B、2015 年度前十大项目

序号	项目名称	收入（万元）	成本（万元）	毛利（万元）	毛利率	收入占比
1	成都全球创业创新交易会	767.20	499.66	267.54	34.87%	10.74%
2	2015 黑马创业社群大会	568.87	348.70	220.17	38.70%	7.97%

3	2015 劲霸创富汇	451.49	205.61	245.88	54.46%	6.32%
4	奥迪未来城市交通创新大赛	253.22	83.69	169.53	66.95%	3.55%
5	珠海高新区首届创业大赛	207.55	105.51	102.03	49.16%	2.91%
6	黑马大赛上海站	183.79	87.13	96.65	52.59%	2.57%
7	黑马大赛南京站	172.37	65.06	107.31	62.26%	2.41%
8	黑马大赛成都站	164.92	55.27	109.65	66.49%	2.31%
9	第三届江苏科技创业大赛	149.06	116.49	32.57	21.85%	2.09%
10	2015 黑马运动会	138.68	215.47	-76.79	-55.37%	1.94%
	合计	3,057.13	1,782.60	1,274.54	41.69%	42.81%

2015 年度发行人公关业务的平均毛利率为 47.35%。

2015 年度前十大公关项目中毛利率较高项目的主要原因如下表所示：

项目名称	毛利率	毛利率较高的原因
奥迪未来城市交通创新大赛	66.95%	该项目的场地主要由客户奥迪及各地政府创业园区提供，场地支出较少。
黑马大赛成都站	66.49%	与成都科技局共同主办，除向成都科技局收取项目服务收入外，同时取得红牛、韩后、牛投网的赞助费用。
黑马大赛南京站	62.26%	与南京软件谷共同主办，除向南京软件谷收取项目服务收入外，同时取得红牛、韩后、牛投网、买哪儿网络科技的赞助收入。
2015 劲霸创富汇	54.46%	该项目主要承担线上社群运营，日常新媒体推广，7 场沙龙活动和 2 场大讲堂的策划、宣传推广和嘉宾邀请工作，硬成本较少。

前十大项目中毛利率较低项目的主要原因如下表所示：

项目名称	毛利率	毛利率较低的原因
2015 黑马创业社群大会	38.70%	创业社群大会的影响力有所增强，赞助收入增加；活动地点及内容变化，使成本有所降低。上述原因使 2015 黑马创业社群大会较 2014 年创业社群大会毛利率大幅提升。

成都全球创业创新交易会	34.87%	该项目为成都高新区 2015 年重点国际化项目，规模大、规格高，对发行人也有较大市场宣传作用，因而在场地、人员、嘉宾等方面支出较大。
第三届江苏科技创业大赛	21.85%	根据双方约定，发行人承担参赛选手、嘉宾的交通、住宿、餐饮等费用，活动场地费用由发行人承担。
2015 黑马运动会	-55.37%	①黑马运动会为发行人自有品牌项目，品牌市场影响力较大，投入支出较多；②黑马运动会为每年一季度实施，由于客户市场宣传预算未完全制定，一般招商数量较少。

C、2016 年度前十大项目

2016 年度发行人公关业务收入前十大项目毛利率情况如下表所示：

序号	项目名称	收入（万元）	成本（万元）	毛利（万元）	毛利率	收入占比
1	2016 黑马创业社群大会	763.26	404.48	358.78	47.01%	10.89%
2	黑马伙伴及黑马创交会-北京	700.66	259.52	441.14	62.96%	10.00%
3	黑马创交会-深圳	289.62	126.53	163.10	56.31%	4.13%
4	2016 年劲霸创富汇	288.44	107.19	181.25	62.84%	4.11%
5	城市合伙人	251.01	200.56	50.45	20.10%	3.58%
6	成都菁蓉创业运动会	233.56	121.97	111.58	47.78%	3.33%
7	2016 珠海高新区创新创业大赛	185.85	90.58	95.27	51.26%	2.65%
8	成都一新津创业天府菁蓉汇	158.49	83.38	75.11	47.39%	2.26%
9	2016 昆山阳澄湖黑马大赛	146.23	72.73	73.49	50.26%	2.09%
10	2016 黑马运动会	144.90	272.15	-127.25	-87.81%	2.07%
	合计	3,162.01	1,739.09	1,422.92	45.00%	45.11%

2016 年度发行人公关业务的平均毛利率为 48.40%。

2016 年度前十大公关项目中毛利率较高项目的主要原因如下表所示：

项目名称	毛利率	毛利率较高的原因
------	-----	----------

黑马伙伴及黑马创交会-北京	62.96%	以线上服务和线下服务相结合的方式,同时服务于北京乐学通、上海西默、上海义学教育、北京微星优财等 50 家企业。
2016 劲霸创富汇	62.84%	以线上日常运营和线上活动为主,只有 1 场线下讲堂,1 场线下沙龙,1 场颁奖盛典,场地、物料等成本支出较少。
黑马创交会-深圳	56.31%	同时服务爱美互动、易后台、邢帅教育、分众传媒、北京魅动力教育、水星动力、波罗创意等 19 家企业。

前十大项目中毛利率较低项目的主要原因如下表所示:

项目名称	毛利率	毛利率较低的原因
2016 黑马运动会	-87.81%	①黑马运动会为发行人自有品牌项目,品牌市场影响力较大,投入支出较多;②黑马运动会为每年一季度实施,由于客户市场宣传预算未完全制定,一般招商数量较少。
城市合伙人	20.10%	城市合伙人为全国巡回线下服务活动,线下成本较高,毛利率较低。

(3) 会员服务

2014 年度、2015 年度和 2016 年度,公司会员服务毛利率分别为 41.71%、50.25%和 47.42%。2015 年度公司的会员服务业务毛利率较 2014 年度上升 8.54 个百分点,原因是黑马会于 2013 年 4 季度成立,设立初期会员数量较少、收入较小,同时为开展业务投入相对较大,因而 2014 年度毛利率较低。随着会员服务业务的成功开展,会员人数快速增加,业务收入显著增长,同时规模效应显现,边际成本降低。2016 年度公司的会员服务业务毛利率保持稳定。

(五) 期间费用分析

报告期内,公司期间费用具体情况如下:

单位:万元, %

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
营业收入	18,420.72	100.00	16,675.88	100.00	10,839.64	100.00
期间费用	6,402.31	34.76	7,197.50	43.16	3,585.76	33.08
其中:销售费用	2,133.74	11.58	2,310.18	13.85	1,375.22	12.69

管理费用	4,417.40	23.98	4,981.56	29.87	2,298.42	21.20
财务费用	-148.84	-	-94.24	-	-87.89	-

报告期内，公司的期间费用主要为销售费用和管理费用。

1、销售费用

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
工资及奖金	1,486.96	1,444.24	747.19
服务费	69.73	285.61	240.91
差旅交通费	205.74	207.61	174.40
社保及公积金	116.59	100.48	37.96
业务招待费	48.81	40.67	23.37
广告宣传制作费	107.04	190.94	41.22
其他	98.86	40.64	110.17
合计	2,133.74	2,310.18	1,375.22

公司的销售费用主要由销售人员的工资及奖金、服务费、差旅交通费和广告宣传制作费等构成。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的销售费用分别为 1,375.22 万元、2,310.18 万元和 2,133.74 万元，占当期营业收入的比例分别为 12.69%、13.85%和 11.58%。报告期内，公司销售费用的主要构成项目波动原因分析如下：

(1) 工资及奖金、社保及公积金：2015 年度工资及奖金较 2014 年度大幅增加，主要原因是 2015 年度公司经营业绩显著增长，销售人员数量也有所增加，相关人员薪酬及奖金相应增加。

(2) 服务费：公司销售费用中的服务费主要为公司创业培训业务向合作招生机构支付的招生费用。2016 年公司的销售费用中的服务费较 2015 年减少的原因是 2016 年下半年黑马华营的课程因合作伙伴问题停办，招生服务费因此降低。

(3) 差旅交通费：报告期内，发行人业务规模不断扩张，客户数量持续增加，因而销售人员的差旅交通费相应增长。

(4) 广告宣传制作费：2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司广告宣传制作费分别为 41.22 万元、190.94 万元和 107.04 万元，2015 年度制作费大幅增

加，主要原因是发行人新增多个路演中心，相关业务费用增加。此外，为扩大业务规模和企业影响力所支付的画册制作费和视频制作费增加。

2、管理费用

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
工资及奖金	1,984.64	1,433.97	661.18
房租物业费	711.74	565.35	513.08
咨询服务费	465.03	438.44	213.16
折旧与摊销	277.82	214.08	138.67
办公费	175.06	185.48	202.87
职工福利费	155.03	148.07	125.67
研发费用	69.52	132.09	74.11
社保及公积金	158.43	93.97	50.26
差旅交通费	98.97	103.28	69.17
职工教育经费	76.29	73.68	42.16
业务招待费	32.95	29.99	20.45
股份支付	113.14	1,498.07	141.85
其他	98.77	65.10	45.79
合计	4,417.40	4,981.56	2,298.42

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的管理费用分别为 2,298.42 万元、4,981.56 万元和 4,417.40 万元，占当期营业收入的比例分别为 21.20%、29.87%、23.98%，不考虑股份支付的影响，报告期内管理费用占营业收入的比例分别为 19.90%，20.89%和 23.37%。不考虑股份支付的影响，报告期内，公司的管理费用逐年增多，与公司的业务规模和营业收入的增长趋势一致，其主要构成项目波动的原因分析如下：

(1) 工资及奖金、社保及公积金：报告期内，随着公司规模扩大，管理人员的人数逐年增多，且薪酬待遇有所提高，因此与人力资源有关的支出逐年增长。

(2) 房租物业费：报告期内，公司的房租物业费逐年增多，主要系随着公司业务规模的扩大，公司新增多处办公租赁场所。

(3) 咨询服务费：公司的咨询服务费主要为公司聘请中介机构所支付的咨询服务费用。随着经营规模的扩大、产品服务的增加，以及公司治理和内部控制持续完善的需要，发行人报告期内在财税、法律、知识产权等方面的咨询服务支出逐年增加。

3、财务费用

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	162.62	106.45	90.89
其他支出	13.78	12.21	3.01
合计	-148.84	-94.24	-87.89

公司的财务费用主要为利息收入及少量金融机构手续费，报告期内公司不存在向金融机构借款，故无利息支出。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的财务费用分别为-87.89 万元、-94.24 万元和-148.84 万元。报告期内，公司的利息收入逐年增加，主要系公司经营活动现金流量较为充裕所产生的利息收入。

(六) 利润表其他项目分析

1、资产减值损失

报告期内，本公司资产减值损失均为确认的应收账款和其他应收款坏账损失。2014 年、2015 年和 2016 年，公司的资产减值损失分别为 60.51 万元、16.63 万元和 81.29 万元。

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
坏账损失	81.29	16.63	60.51
合计	81.29	16.63	60.51

2、营业外收支情况

报告期内，公司营业外收支的具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业外收入：			

非流动资产处置利得合计	4.66	-	-
其中：固定资产处置利得	4.66	-	-
捐赠利得	-	60.00	-
政府补助	1,399.48	171.62	301.80
其他	0.67	0.16	2.90
营业外收入合计	1,404.80	231.77	304.70
营业外支出：			
非流动资产处置损失合计	0.34	-	2.80
其中：固定资产处置损失	0.34	-	2.80
公益性捐赠支出	-	-	1.54
其他	2.28	17.20	0.00
营业外支出合计	2.62	17.20	4.34
营业外收支净额	1,402.19	214.57	300.36
营业外收支净额占利润总额的比例	23.66	12.96	23.95

报告期内，公司的政府补助如下：

单位：万元

内容	金额	批准机关	文件依据	性质
2016 年度				
创业家南京黑马全球路演中心建设装修补助	33.05	中国（南京）软件谷管委会	创业家南京黑马全球路演中心建设合作协议	与资产相关
中关村现代服务业中小企业创业孵化试点专项资金	636.00	中关村科技园区海淀园管理委员会	关于公示 2015 年中关村现代服务业中小企业创业孵化试点项目审核结果的通知	与收益相关
2016 年度海淀区人才发展专项资金	4.10	中关村科技园区海淀园管理委员会	2016 年度海淀区人才发展专项资金协议书	与收益相关
2016 年海淀区创新创业交流活动专项资金	57.00	中关村科技园区海淀园管理委员会	2016 年海淀区创新创业交流活动专项资金协议书	与收益相关
2016 年度创新创业服务机构建设促进专项	40.00	北京市科学技术委员会	北京市科学技术委员会关于下达“京市科学年度创新创业服务机构建设促进专项”经费的通知	与收益相关
创业家成都黑马全球路演中心	137.14	成都市金牛区对	成都黑马全球路演中心	与收益

演中心建设房租补助		外开放领导小组办公室	项目投资合作协议	相关
创业家成都黑马全球路演中心装修补助	23.49	成都市金牛区对外开放领导小组办公室	成都黑马全球路演中心项目投资合作协议	与资产相关
创业家成都路演中心设备采购款补贴	8.33	成都市金牛区对外开放领导小组办公室	成都黑马全球路演中心项目投资合作协议	与资产相关
成都市金牛区创业苗圃补贴	30.00	成都市金牛区经济和知识产权局	成都市创新创业载体资助管理办法	与收益相关
成都市创新创业载体资助项目资金	268.00	成都市科学技术局	2016年第二批成都市创新创业载体资助拟立项项目公示名单	与收益相关
广州市天河区财政局孵化器专项资金	5.00	天河区科技工业和信息化局	2016年天河区科技创新政策支持产业发展专项立项方案（第一批）立项结果公示	与收益相关
天河区科技专项服务资助	12.36	天河区科技工业和信息化局	2016年度天英汇品牌创建服务资助专项立项结果公示	与收益相关
2016年省级工业与信息化发展专项资金	20.00	天河区科技工业和信息化局	市工信委 市财政局关于下达2016年省级工业与信息化发展专项资金（中小微企业发展方向）（省小微企业创新创业基地城市示范）的通知	与收益相关
2016年度北京市科技服务业促进专项补助资金	25.00	北京市科学技术委员会	关于2016年度北京市科技服务业促进专项评审工作的通知	与收益相关
中国（南京）软件谷管理委员会2016年众创空间奖励补贴收入	10.00	南京市科学技术委员会	关于公布2016年度众创空间绩效评价结果的通知	与收益相关
武汉东湖新技术开发区管理委员会财政局开展创业活动补贴	10.00	东湖高新区管委会产业发展和科技创新局	2016年东湖高新区科技企业孵化器、众创空间建设与发展专项资金拟支持情况公示	与收益相关
武汉东湖新技术开发区管理委员会财政局运营补贴	80.00	东湖高新区管委会	东湖高新区管委会和创业黑马（北京）科技股份有限公司共建众创空	与收益相关

			间合作协议	
合计	1,399.48			
2015 年度				
海淀区加快核心区自主创新和产业发展专项资金	60.60	中关村科技园区海淀园管理委员会	海淀园专项资金立项通知书	与收益相关
北京市科学技术委员会关于下达“2015 年创新创业服务机构建设促进专项”经费	50.00	北京市科学技术委员会	北京市科学技术委员会关于下达“2015 年创新创业服务机构建设促进专项”经费的通知	与收益相关
“黑马创新型孵化器平台项目”资金	50.00	广州市天河区科技工业和信息化局、广州市天河区财政局	广州市天河区科技工业和信息化局、广州市天河区财政局文件穗天科信字[2015]29 号	与收益相关
创业家南京黑马全球路演中心建设装修补助	11.02	中国（南京）软件谷管委会	创业家南京黑马全球路演中心建设合作协议	与资产相关
合计	171.62			
2014 年度				
创新南山 2013“创业之星”大赛奖金	10.00	深圳市南山区科技创业服务中心	深圳市南山区科技创业服务中心确认函	与收益相关
海淀区文化发展专项资金项目补贴	90.00	中关村科技园区海淀园管理委员会	海淀园专项资金立项通知书	与收益相关
北京市科学技术委员会-关于下达 2014 年科技服务业促进后的补贴专项经费	20.00	北京市科学技术委员会	北京市科学技术委员会关于下达 2014 年科技服务业促进后的补贴专项经费	与收益相关
2014 年度中关村新型创业服务机构支持资金	80.00	中关村科技园区管理委员会	2014 年度中关村新型创业服务机构支持资金合作协议书	与收益相关
海淀区创新创业交流互动专项资金	41.00	中关村科技园区海淀园管理委员会	海淀园专项资金立项通知书	与收益相关
海淀区加快核心区自主创新和产业发展专项资金	20.80	北京生产力促进中心	关于对海淀园 2014 年产业发展专项资金拟支持项目予以公示的通知	与收益相关
孵化企业补贴款	40.00	南京软件谷发展有限公司	关于北京创业创媒传媒技术有限公司与中国（南京）软件谷发展有限公司成立合资公司的	与收益相关

			协议	
合计	301.80			

备注：2016 年创业黑马与成都市金牛区人民政府签署《成都黑马全球路演中心项目投资合作协议》，根据该合作协议，创业黑马承诺：（1）将在成都市金牛区人民政府辖区内设立或承诺引入第三方设立的总规模 1 亿元的股权投资基金，并将基金管理公司注册登记在成都市金牛区人民政府辖区内；（2）成都黑马全球路演中心项目运营之日起三年内，利用众创空间场地新孵化 90 家以上初创期企业，其中孵化企业中获得投资数量不低于 15 家，入孵企业总估值超过 3 亿元人民币，孵化办公空间使用面积达到 75%以上，三年内累计纳税不低于 1,000 万元；（3）在成都市金牛区人民政府辖区内举办超过 70 场涵盖投资对接、创业咨询服务、创业峰会、商业对接等多样化形式的创客活动，三年累计实现就业人数不低于 150 人等。成都市金牛区人民政府针对成都黑马全球路演中心项目的运营给予创业黑马一定的租金补贴、装修补贴以及设备采购补贴等。

（七）利润来源分析

报告期内，公司营业利润、利润总额及净利润金额如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业利润	4,523.77	1,441.57	953.57
利润总额	5,925.95	1,656.14	1,253.93
净利润	4,261.14	779.64	896.09

报告期内，公司净利润主要来源于公司的主营业务，不考虑股份支付的影响，随着公司主营业务的快速发展，公司净利润实现了同步持续增长，报告期内公司净利润增长的具体原因如下：

1、公司业务规模不断扩大，营业收入持续增长

报告期内，受益于良好的市场发展机遇和公司不断增强的竞争力，公司的营业收入稳步增长。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司主营业务收入分别为 10,542.41 万元、16,357.53 万元和 18,233.75 万元，2014 年至 2016 年复合增长率达 31.48%。

2、公司成本和费用控制能力较强，毛利率和营业利润率逐年提高

报告期内，公司保持了良好的项目管理水平及成本费用控制能力，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司主营业务毛利率分别为 42.77%、52.80% 和 61.55%，主营业务毛利率逐年上升，相关分析参见本招股说明书本节“十一、盈利能力分析（四）毛利与毛利率分析”相关内容。此外，公司报告期内期间费用与销售收入、业务规模和人员数量同步增长，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司期间费用合计占营业收入比重分别为 33.08%、43.16% 和 34.76%，剔除股份支付的影响后，公司期间费用占营业收入的比重分别为 31.77%，34.18% 和 34.14%。随着公司规模的不间断扩大和销售收入的持续增长，公司人员人数和人均工资均有所上升，除此之外，公司日常经营的费用支出未出现显著大幅上升情况，相关分析参见本招股说明书本节“十一、盈利能力分析（五）期间费用分析”相关内容。

报告期内，其他影响公司营业利润的项目主要包括税金及附加、资产减值损失及投资收益，金额及影响均较小。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司营业利润率分别为 8.80%、8.64% 和 24.56%，剔除股份支付影响后的营业利润率分别为 10.11%、17.63% 和 25.17%。公司剔除股份支付后营业利润率逐年增加，公司经营状况及盈利能力良好，营业利润保持了持续增长。发行人净利润的主要来源为营业利润，二者在报告期内逐年稳步增长。

3、公司业绩增长质量较高，现金回流能力较强

报告期内，公司销售收现比的具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入①	18,420.72	16,675.88	10,839.64
销售商品、提供劳务收到的现金②	18,267.54	20,045.22	11,378.77
销售收现比③=②/①	99.17	120.20	104.97

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司销售收入转化为现金流入的比例分别为 104.97%、120.20% 和 99.17%，公司销售收入转化为现金流入的能力较强。

（八）纳税分析

1、企业所得税

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
当期所得税费用	1,670.78	868.75	371.80
递延所得税费用	-5.97	7.75	-13.96
所得税费用合计	1,664.81	876.50	357.84
利润总额	5,925.95	1,656.14	1,253.93
所得税费用占利润总额比例	28.09	52.92	28.54

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的所得税费用占利润总额的比例分别为 28.54%、52.92% 和 28.09%，不考虑股份支付的影响，公司所得税费用占利润总额的比例分别为 25.64%、27.79% 和 27.57%，基本保持稳定。报告期内，公司未享受所得税税收优惠，公司的经营成果对所得税优惠政策不存在重大依赖。

2、税金及附加

报告期内，公司的税金及附加情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业税	106.93	190.85	122.29
城市维护建设税	47.89	52.16	33.57
教育费附加	20.46	22.36	14.58
地方教育费附加	13.77	14.90	9.40
文化事业建设费	15.71	19.09	22.96
印花税	1.28	-	-
税金及附加合计	206.04	299.36	202.79
税金及附加占利润总额的比例	3.48	18.08	16.17

3、增值税

报告期内，发行人增值税缴纳情况如下：

单位：万元

	2016 年度	2015 年度	2014 年度
期初未交数	214.41	121.73	88.08
本期应交数	621.55	571.73	351.75
本期已交数	645.45	479.06	318.10
期末未交数	190.51	214.41	121.73

4、主要税种的纳税情况

发行人主要税种各期计提数及缴纳数如下：

单位：万元

税种	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	当期 计提数	当期 缴纳数	当期 计提数	当期 缴纳数	当期 计提数	当期 缴纳数
增值税	621.55	645.45	571.73	479.06	351.75	318.10
营业税	106.93	121.86	190.85	189.03	122.29	109.18
企业所得税	1,708.78	913.76	868.75	701.70	368.46	153.42

除企业所得税外，发行人的主要税款基本于当期缴纳。由于企业所得税汇算清缴期间为年度终了之日起五个月内，发行人在次年才会对当年的企业所得税完成全部缴纳，故导致当期实际缴纳企业所得税额较当期计提金额少。

（九）持续盈利能力分析

可能对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：市场竞争风险、宏观经济周期变化及创业环境的风险、行业监管及产业政策变化风险、人才流失风险、知识产权保护风险、具体业务的相关风险、公司经营业绩季节性波动的风险、商业模式变化及模式创新的风险、品牌受损风险、快速发展带来的管理风险、实际控制人不当控制的风险等。相关内容已在本招股说明书“第四节 风险因素”中进行了分析并完整披露。

从目前公司业务情况及市场环境来看，公司在未来几年内的盈利能力的持续性与稳定性是有保障的。未来公司持续盈利能力主要体现在：

（1）国家政策大力支持创业服务行业发展

创业服务机构具有降低创业风险、加速市场价值形成的作用，是支持创新体系建设的重要组成部分，对于培养高新技术企业及产业、提高国家的创新力及竞

争力、提高大众的创业热情、拉动就业具有显著地促进作用和示范效应。基于创业服务行业的社会价值属性，政府出台了各种扶持政策，尤其在经济面临结构化转型升级时，创业服务的示范效应会更加凸显。目前，我国经济发展已经步入转型升级的攻坚阶段，为激发大众创新、创业激情，国家大力鼓励创业服务业务的发展，提高大众创新、万众创业的积极性，提升创业成功率。

（2）公司提供多样化的创业服务

作为多样化的创业服务机构，公司可以根据创业者、创业企业的不同成长阶段提供不同的创业服务，覆盖到企业成长的各个阶段。初创阶段，公司可依托全媒体平台、黑马大赛、定制活动等服务平台为创业者提供项目展示、品牌推广等机会；天使轮到 A 轮阶段，公司可为创业者提供创业辅导培训服务；从 A 轮发展到 B 轮、C 轮直至未来发展，企业存在大量公关需求，公司可根据企业的各种需要提供包括线上媒体传播、线下活动推广等各类公关服务形式。

①创业辅导培训业务

公司未来将从班次、班型、价格、异地开班四个维度提升创业辅导培训业务的持续经营能力，巩固并提升公司创业辅导培训业务的行业领先地位。

A.班次：2015 年，公司推出新的长期辅导培训项目黑马连营、黑马导师营，2016 年推出千里马计划，都取得了较好的市场反应。未来公司将根据导师资源情况，继续提高上述新项目的开班班次，重点扩大黑马导师营的导师数量、增加高端项目——千里马计划的开设期数和班次，从而相应提高业务规模。

B.价格：公司的许多创业辅导培训项目都经历了价格逐步提高的过程。譬如，黑马营从最初的 5 万元（2010 年 9 月），先后调整至 10 万元（2013 年 1 月）、12.8 万元（2015 年 5 月），以及 19.8 万元（2016 年 5 月）。未来，公司的核心辅导培训课程，譬如黑马营、黑马连营、黑马导师营等，均存在价格继续上涨的空间。

C.班型：公司从长期辅导培训项目起步，在累积经验和资源的基础上，逐步开展了短期辅导培训项目和国际游学项目。未来，公司将适时推出“高管班”、“行业班”等新的班型，持续丰富培训项目体系。

D.异地开班：公司目前开设的均为“面对面”授课的创业辅导培训项目，虽然学员黏性较强，但招生受地域影响较为明显。未来，公司将通过建设在线远程

教育系统，实现异地开班，大幅扩大学员规模。

②公关服务业务

A.公司将因应市场形势，对自有品牌线下活动进行迭代升级，将功能相对单一的线下活动升级为可更高效地满足创业群体多维度需求的新型线下活动产品，如将以对接融资为主要功能的黑马大赛升级为以促成“展示+交易”为目的的黑马创交会，以拓展更广阔的市场空间、保持公关服务业务持续稳定增长。

B.公司将继续深入挖掘公关服务的细分需求，并针对这些细分需求不断推出新的公关服务产品，比如帮助互联网创业公司在全国三四线城市寻找合作伙伴或加盟商的“城市伙伴计划”，以及帮助新锐的互联网创业公司在全国三四线城市寻找合作伙伴或加盟商的“黑马伙伴”计划等，不断优化、丰富产品服务体系，实现营收规模持续稳定增长。

③会员服务

公司的黑马会自成立以来，一直以线下活动为主的方式来服务会员。线下活动虽然具有较强的黏性，但是举办频次、参与人员不固定，并且受地域限制较为明显。为了打破线下服务方式的局限性，公司从 2016 年起，尝试通过开发线上产品“黑马学吧 App”来进行会员的线上服务，满足学员知识分享的需求，从而大幅提升会员服务的效率和标准化程度。

(3) 募投项目的建设将有助于公司进一步完善服务体系并提升服务质量。

综上，保荐机构认为：发行人主营业务突出，经营业绩良好，业务运作规范，具备持续盈利能力。

十二、财务状况分析

(一) 资产分析

1、资产构成及变动分析

报告期内，公司资产总体结构如下：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	24,820.90	95.05	21,340.83	95.15	9,969.53	95.97
非流动资产	1,292.21	4.95	1,086.67	4.85	418.70	4.03
资产总计	26,113.11	100.00	22,427.50	100.00	10,388.23	100.00

2014年末、2015年末和2016年末，公司的资产总额分别为10,388.23万元、22,427.50万元和26,113.11万元，随着公司业务规模的逐渐扩大，公司的资产规模逐年增加。

作为一家致力于解决创新、创业企业成长过程中核心需求的综合性创业服务提供商，公司的资产结构以流动资产为主。2014年末、2015年末和2016年末，公司的流动资产占总资产的比重分别为95.97%、95.15%和95.05%，该资产结构符合其所处行业的轻资产经营特点。

2、流动资产构成及变动分析

报告期内，公司的流动资产主要包括货币资金和应收账款等，具体构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	22,701.79	91.46	19,235.44	90.13	7,288.64	73.11
应收票据	22.85	0.09	-	-	-	-
应收账款	1,550.90	6.25	1,762.19	8.26	2,104.85	21.11
预付款项	75.26	0.30	126.14	0.59	145.60	1.46
其他应收款	164.56	0.66	198.61	0.93	367.91	3.69
其他流动资产	305.53	1.23	18.45	0.09	62.53	0.63
流动资产合计	24,820.90	100.00	21,340.83	100.00	9,969.53	100.00

(1) 货币资金

报告期内，公司货币资金构成及变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
----	-------------	-------------	-------------

	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金	2.72	0.01	1.22	0.01	18.93	0.26
银行存款	22,699.07	99.99	19,221.63	99.93	7,231.23	99.21
其他货币资金	-	-	12.59	0.07	38.49	0.53
合计	22,701.79	100.00	19,235.44	100.00	7,288.64	100.00

2014年末、2015年末和2016年末，公司货币资金余额分别为7,288.64万元、19,235.44万元和22,701.79万元，占流动资产的比重分别为73.11%、90.13%和91.46%。

2015年末公司的货币资金余额较2014年末增加11,946.80万元，主要是因为：①公司主营业务中，创业辅导培训业务和会员服务业务产生的预收款项较多，正常业务经营产生的经营活动现金流量净额为5,550.28万元；②2015年12月，公司增资扩股收到股东增资款7,068.07万元。

2016年末公司的货币资金余额较2015年末增加3,466.34万元，主要是因为公司主营业务中创业辅导培训业务产生的预收款项3,632.53万元，且公司2016年收到补贴收入1,631.06万元，公司正常业务经营产生经营活动现金流量净额4,269.91万元。

(2) 应收票据

单位：万元，%

应收票据	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
银行承兑汇票	22.85	-	-
商业承兑汇票	-	-	-
合计	22.85	-	-

报告期内，公司的应收票据系客户向公司出具的银行承兑汇票，具有真实的业务背景。

(3) 应收账款

单位：万元，%

应收账款	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
账面价值	1,550.90	1,762.19	2,104.85
账面价值/流动资产	6.25	8.26	21.11
账面价值/营业收入	8.42	10.57	19.42

坏账准备	240.47	185.30	170.83
------	--------	--------	--------

2014年末、2015年末和2016年末，公司应收账款分别为2,104.85万元、1,762.19万元和1,550.90万元，占流动资产的比例分别为21.11%、8.26%和6.25%，占营业收入的比例分别为19.42%、10.57%和8.42%。

公司的应收账款主要产生于公关业务。2015年12月31日公司的应收账款余额较2014年12月31日减少328.18万元，主要系2014年末盟博广告（上海）有限公司550万元的应收账款在2015年收回。2016年12月31日公司的应收账款余额较2015年12月31日减少156.12万元，降幅8.02%，主要原因系2015年末一汽-大众销售有限责任公司、深圳市背包客商务旅游咨询服务有限公司和广州市韩后电子商务有限公司的应收账款在2016年收回。

①应收账款余额账龄分析

单位：万元，%

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
6个月以内 (含6个月)	1,430.94	79.88	1,624.66	83.42	2,071.40	91.02
6个月-12个月 (含12个月)	34.98	1.95	43.31	2.22	-	-
1年以内小计	1,465.92	81.83	1,667.98	85.65	2,071.40	91.02
12个月-24个月 (含24个月)	132.40	7.39	135.83	6.97	47.78	2.10
24个月以上	193.05	10.3	143.69	7.38	156.49	6.88
合计	1,791.37	100.00	1,947.49	100.00	2,275.67	100.00
坏账准备	240.47	-	185.30	-	170.83	-
账面价值	1,550.90	-	1,762.19	-	2,104.85	-

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年12月31日，公司一年以内的应收账款占应收账款总体比例分别为91.02%、85.65%和81.83%，应收账款的质量较好，收回风险较小。

②报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户情况

单位：万元，%

2016年12月31日公司应收账款主要客户情况

客户名称	金额	账龄	占应收账款余额的比例
劲霸男装（上海）有限公司	191.84	0-6 个月	10.71
成都创新创业示范基地管委会	136.50	0-6 个月	7.62
青岛市城阳区科学技术局	120.00	0-6 个月	6.70
凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司	115.80	0-6 个月	6.46
海信集团有限公司	90.00	0-6 个月	5.02
合计	654.14	-	36.51
2015 年 12 月 31 日公司应收账款主要客户情况			
客户名称	金额	账龄	占应收账款余额的比例
一汽-大众销售有限责任公司	268.41	0-6 个月	13.78
劲霸男装（上海）有限公司	113.66	0-6 个月	5.84
深圳市背包客商务旅游咨询服务有限公 司	100.00	0-6 个月	5.13
广州市韩后电子商务有限公司	100.00	0-6 个月	5.13
青岛市黄岛区科学技术局	81.00	0-6 个月	4.16
合计	663.07	-	34.04
2014 年 12 月 31 日公司应收账款主要客户情况			
客户名称	金额	账龄	占应收账款余额的比例
盟博广告（上海）有限公司	550.00	0-6 个月	24.17
北京黑马拓新创业投资中心	258.00	0-6 个月	11.34
深圳市金立通信设备有限公司	188.00	0-6 个月	8.26
北京京东世纪贸易有限公司	120.00	0-6 个月	5.27
北京红牛饮料销售有限公司	105.90	0-6 个月	4.65
合计	1,221.90	-	53.69

报告期内，应收账款期末余额中无应收持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的欠款。

③报告期内各年度发行人应收账款期初金额、本期新增金额、本期回款金额、期末金额相关情况如下：

单位：万元

年度	应收账款期初金额	本期增加额	本期回款金额	应收账款期末金额
2016 年度	1,947.49	7,231.26	7,387.39	1,791.37
2015 年度	2,275.67	7,755.16	8,083.34	1,947.49

2014 年度	1,033.27	5,564.62	4,322.22	2,275.67
---------	----------	----------	----------	----------

(3) 预付账款

报告期内，公司预付款项主要为发行人及各子公司的房租及设备采购款项。2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，公司预付账款分别为 145.60 万元、126.14 万元和 75.26 万元，占流动资产的比重分别为 1.46%、0.59% 和 0.30%。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司预付款项前五名单位情况如下：

单位：万元，%

单位名称	金额	比例	账龄	主要内容
北京海淀置业集团有限公司	28.57	37.96	1 年以内	房租
南京南方电讯有限公司	27.92	37.09	1 年以内	设备采购款
成都西南交大投资管理有限 公司	7.84	10.41	1 年以内	物业费
武汉伟豪家具有限公司	2.88	3.83	1 年以内	办公家具采购款
阿里云计算有限公司	2.40	3.19	1 年以内	服务器续费
合计	69.60	92.48	-	-

截至 2016 年 12 月 31 日，预付账款余额中无预付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

(4) 其他应收款

2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，公司其他应收款余额分别为 367.91 万元、198.61 万元和 164.57 万元，占流动资产的比重分别为 3.69%、0.93% 和 0.66%，占比较低。公司的其他应收款主要是保证金和押金等。

报告期各期末，公司的其他应收款余额的构成情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
保证金及押金	144.93	116.78	82.86
项目结算款	-	39.33	-
备用金	0.92	27.66	43.59
关联方往来款	-	2.88	236.31

其他	18.73	14.13	5.15
合计	164.57	200.77	367.91

截至 2016 年 12 月 31 日，公司前五大其他应收款的具体情况如下表所示：

单位：万元，%

单位名称	金额	比例	账龄	款项性质
北京方亚海泰科技有限公司	38.31	23.28	2-3 年	保证金押金
北京海淀置业集团有限公司	19.57	11.89	0-6 个月	保证金押金
广东羊城晚报创意园投资管理有限 公司	14.20	8.63	1-2 年	保证金押金
苏州工业园区科技发展有限公司	13.95	8.48	0-6 个月	保证金押金
武汉光谷创客街区管理有限公司	13.44	8.17	6-12 月	保证金押金
合计	99.47	60.45	-	-

关联方其他应收款参见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”之“三、关联交易（二）关联交易”。

（5）其他流动资产

2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，公司其他流动资产余额分别为 62.53 万元、18.45 万元和 305.53 万元，占流动资产的比重分别为 0.63%、0.09%和 1.23%，占比较低。2014 年 12 月 31 日和 2015 年 12 月 31 日，公司的其他流动资产均为预缴税费，2016 年 12 月 31 日公司的其他流动资产为预缴税费和上市中介费。

3、非流动资产构成及变动分析

报告期内，公司的非流动资产金额较小，主要包括长期股权投资、固定资产和长期待摊费用等，具体构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	-	-	100.00	9.20	-	-
长期股权投资	414.06	32.04	450.00	41.41	-	-
固定资产	263.97	20.43	233.09	21.45	151.28	36.13
无形资产	93.41	7.23	16.06	1.48	-	-

长期待摊费用	286.76	22.19	280.24	25.79	252.40	60.28
递延所得税资产	13.25	1.03	7.28	0.67	15.03	3.59
其他非流动资产	220.77	17.08	-	-	-	-
非流动资产合计	1,292.21	100.00	1,086.67	100.00	418.70	100.00

(1) 可供出售金融资产

公司 2015 年末可供出售金融资产系公司下属子公司北京黑马创展投资管理有限公司作为合伙人投资北京黑马拓新创业中心（有限合伙）的出资款项。2016 年 3 月，为集中精力做好主业，公司将持有的黑马创展 51% 的股权转让给实际控制人牛文文。

黑马创展和黑马拓新的相关情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人设立以来的重大资产重组情况”。

(2) 长期股权投资

公司 2015 年末的长期股权投资较 2014 年末增加 450.00 万元，系对联营公司北京科创空间投资发展有限公司投资 450.00 万元。

公司 2016 年末的长期股权投资较 2015 年末减少 35.94 万元，系对联营公司北京科创空间投资发展有限公司的投资按照权益法核算确认投资损益所致。

北京科创空间投资发展有限公司的相关情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人控股、参股公司基本情况”。

(3) 固定资产

报告期内，公司固定资产主要构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
运输工具	49.99	18.94	69.44	29.79	34.19	22.60
电子设备	104.97	39.77	68.35	29.32	58.24	38.50
办公设备	109.01	41.30	95.31	40.89	58.84	38.90
合计	263.97	100.00	233.09	100.00	151.28	100.00

公司系轻资产运营模式，固定资产主要为车辆、计算机和办公设备等。随着公司业务规模的扩大，人员逐年增多，新增办公设备较多，使得固定资产金额有

所增加。公司固定资产均为经营所需，不存在闲置的情形；公司建立了完善的固定资产管理制度，定期对固定资产进行盘点，各类固定资产维护和运行状况良好，不存在重大不良资产，因此未计提固定资产减值准备。

报告期内，公司的固定资产不存在抵押、担保等受限情况。

（4）无形资产

公司所拥有的无形资产主要是购买的软件，报告期各期末，公司无形资产明细如下表所示：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
一、原值合计	121.49	20.28	-
软件使用权	121.49	20.28	-
二、累计摊销合计	28.08	4.22	-
软件使用权	28.08	4.22	-
三、减值准备合计	-	-	-
软件使用权	-	-	-
四、账面价值合计	93.41	16.06	-
软件使用权	93.41	16.06	-

（5）长期待摊费用

报告期内，公司长期待摊费用主要构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
装修费	282.37	98.47	249.49	89.03	192.50	76.27
租车费	4.39	1.53	30.75	10.97	59.90	23.73
合计	286.76	100	280.24	100.00	252.40	100.00

报告期各期末，公司的长期待摊费用主要系对租赁房产的装修费用和租车费用。

（6）递延所得税资产

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年12月31日，公司递延所得税资产余额分别为15.03万元、7.28万元和13.25万元，占非流动资产的比重

分别为 3.59%、0.67% 和 1.03%，占比较低，报告期内公司的递延所得税资产由坏账准备可抵扣暂时性差异所产生。

(7) 其他非流动资产

发行人其他非流动资产系下属子公司创业未来和黑马创投未完工装修工程款。

(二) 负债分析

1、负债构成及变动分析

报告期内，公司负债总体结构如下：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	7,789.17	95.38	8,260.16	98.26	5,699.94	100.00
非流动负债	377.57	4.62	145.98	1.74	-	-
负债合计	8,166.74	100.00	8,406.14	100.00	5,699.94	100.00

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年12月31日，公司的负债总额分别为 5,699.94 万元、8,406.14 万元和 8,166.74 万元，其中流动负债占总负债的比重分别为 100.00%、98.26% 和 95.38%。

2、流动负债构成及变动分析

报告期内，公司的流动负债以预收款项为主，具体构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	583.60	7.49	655.98	7.94	1,236.11	21.69
预收款项	4,293.87	55.13	5,335.94	64.60	2,873.83	50.42
应付职工薪酬	1,255.87	16.12	1,327.02	16.07	627.77	11.01
应交税费	1,510.87	19.40	755.24	9.14	430.18	7.55
其他应付款	144.97	1.86	185.98	2.25	532.05	9.33
流动负债合计	7,789.17	100.00	8,260.16	100.00	5,699.94	100.00

(1) 应付账款

报告期内，公司应付账款主要为应付会务服务、场地租赁等费用。公司 2015 年 12 月 31 日应付账款较 2014 年 12 月 31 日减少 580.13 万元，主要是因为①公司于 2014 年首次推出黑马创业社群大会，为塑造良好的品牌形象、扩大市场影响力，此次活动规模较大，分别租用国家会议中心、北辰酒店场地，场租、物料制作、搭建成本较高，2014 年末黑马创业社群大会应付账款为 428.55 万元。②公司于 2015 年度公司加强项目预决算管理，对已完工项目及时结算。③公司现金流较为充裕，具有较强的资金能力及时偿付供应商款项。公司 2016 年 12 月 31 日应付账款较 2015 年 12 月 31 日减少 72.38 万元，未出现大幅波动，主要是因为公司继续加强项目预决算管理，对已完工项目及时结算，且公司现金流较为充裕，具有较强的资金能力及时偿付供应商款项。

（2）预收款项

2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日，公司预收款项余额分别为 2,873.83 万元、5,335.94 万元和 4,293.87 万元，占流动负债的比重分别为 50.42%、64.60%和 55.13%。

按形成预收款项的业务分类，报告期内，公司的预收款项构成及变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
创业辅导培训业务	3,632.53	84.60	3,835.72	71.88	2,412.33	83.94
公关服务业务	429.43	10.00	728.97	13.66	279.19	9.71
会员服务业务	231.91	5.40	771.25	14.45	182.31	6.34
合计	4,293.87	100.00	5,335.94	100.00	2,873.83	100.00

公司的培训业务和会员费用主要为报名时一次性收取，在服务期限内按照提供服务的次数或受益期结转营业收入，公关服务预收款为公关协议签订后收取的项目启动经费。

① 创业辅导培训业务

报告期内，创业辅导培训业务的预收款项是公司预收款项中的主要组成部分，系尚未交付的课程所对应的款项，报告期内公司的前五大培训课程的预收款

项余额如下表所示：

单位：万元，%

2014年12月31日		
课程名称	金额	占创业辅导培训业务预收账款比例
黑马营-10期	985.71	34.30
南极班	535.40	18.63
黑马营-11期	347.55	12.09
黑马营-9期	285.71	9.94
黑马营-7期	80.00	2.78
合计	2,234.37	77.75
2015年12月31日		
课程名称	金额	占创业辅导培训业务预收账款比例
黑马营12期	1,785.60	33.46
黑马连营1期	648.18	12.15
黑马营11期	580.27	10.87
投资班	316.96	5.94
黑马营13期	221.6	4.15
合计	3,552.61	66.58
2016年12月31日		
课程名称	2016年底预收账款	占创业辅导培训业务预收账款比例
黑马营14期	1,633.80	38.05
黑马营13期	765.78	17.83
千里马一期	329.14	7.67
导师营1期江南春班	200.00	4.66
黑马连营4期	151.67	3.53
合计	3,080.39	71.74

② 公关服务业务

报告期内，公司的公关服务业务的预收款项余额占比较小，主要是公司根据服务协议收到的客户的预付款但尚未完成服务或产品交付的款项，符合公司实际经营情况，与公司的业务模式、经营政策相匹配，期后通过交付公关服务完成结

算，并结转为收入。

③ 会员服务业务

报告期内，公司的会员服务业务的预收款项余额为根据会员服务的推销期进行推销尚未完毕的款项，会员会费的收入确认为从收款的当月开始按照 12 个月平均进行分摊按月结转确认收入。

发行人的黑马会于 2013 年第四季度成立，成立初期，发行人按照行业维度组建分会，在行业分会的模式下，不同分会的会员数量不等、地区分布不同，会员数量呈自然增长状态。截至 2014 年年底，发行人组建了移动互联、医疗健康、本地生活 O2O、文化创意、智能硬件等 8 个行业分会。

公司 2015 年末的会员服务预收款项余额较 2014 年增加 492.06 万元的原因是：由于行业分会的运营模式下不同分会的会员地区分布不同，线下会员活动开展便利性受到影响，因此，为满足会员的线下活动需求，2015 年发行人主动调整会员业务的市场拓展策略，开始按照地方维度的运营模式组建分会，并定期安排业务人员到地方分会组织线下会员活动。发行人的地方分会一般选择国内创新创业的热点城市，地方会员分布于不同的行业，能够产生广泛的合作与资源对接机会，并且，地方分会组织活动和为会员提供服务具有天然的地域便利性，因此，地方分会的会员活跃程度普遍较高，会员对服务的认可和其口碑传播带来的新会员数量远高于行业分会模式，截至 2015 年底，黑马会成立 25 个地方分会，覆盖全国 25 个城市，会员人数急剧增加。

公司 2016 年末的会员服务预收款项余额较 2015 年末减少 539.34 万元的主要原因是：为了进一步完善会员服务体系、丰富会员服务产品和提高会员服务的标准化程度，因此，公司于 2016 年调整会员业务的服务策略，主动放缓会员的市场拓展速度，开始通过“黑马学吧 APP”将会员主要服务方式从线下转向线上，因此 2016 年的线下付费会员人数减少，2016 年末的会员服务预收款项余额减少。

（3）应付职工薪酬

报告期内，公司的应付职工薪酬余额情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
----	------------------	------------------	------------------

短期薪酬：			
工资、奖金、津贴和补贴	1,190.66	1,159.62	531.68
社会保险费	11.06	10.83	10.79
住房公积金	-	5.97	2.34
工会经费和职工教育经费	39.14	134.43	69.82
短期薪酬小计	1,240.86	1,310.85	614.63
离职后福利（设定提存计划）：			
基本养老保险	14.40	15.41	12.47
失业保险	0.61	0.76	0.66
离职后福利小计	15.01	16.17	13.14
合计	1,255.87	1,327.02	627.77

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年12月31日，公司应付职工薪酬余额分别为627.77万元、1,327.02万元和1,255.87万元，占流动负债的比重分别为11.01%、16.07%和16.12%。

2015年末公司应付职工薪酬期末余额较2014年末增长699.25万元，增幅111.39%，主要原因是公司员工人数的增加、平均工资水平的上涨，以及由于2015年公司业绩提升，年末计提奖金增加。

2016年末公司应付职工薪酬期末余额较2015年末减少71.15万元，降幅5.36%，主要原因是：发行人加强对员工的培训，使用的职工教育经费较2015年增加166.18万元，故职工教育经费余额减少95.29万元。

（4）应交税费

报告期内，公司的应交税费余额情况如下：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
企业所得税	1,203.75	79.67	408.74	54.12	241.68	56.18
增值税	190.51	12.61	214.41	28.39	121.73	28.30
营业税	-	-	14.93	1.98	13.11	3.05
个人所得税	103.66	6.86	80.21	10.62	37.5	8.72
城市维护建设税	6.27	0.42	12.50	1.66	4.39	1.02
教育费附加	4.48	0.30	8.94	1.18	3.14	0.73

其他	2.20	0.15	15.51	2.05	8.63	2.01
合计	1,510.87	100.00	755.24	100.00	430.18	100.00

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年12月31日，公司应交税费余额分别为430.18万元、755.24万元和1,510.87元，占流动负债的比重分别为7.55%、9.14%和19.40%，主要为应交企业所得税和应交增值税。

(5) 其他应付款

报告期内，公司的其他应付款余额情况如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
黑马运动会代收款	-	70.44	105.60
员工垫付款	14.83	48.47	32.93
押金	15.05	21.31	0.99
关联方往来款	-	11.70	362.81
股权转让款	77.66	-	-
其他	37.42	34.06	29.72
合计	144.97	185.98	532.05

报告期各期末，发行人其他应付款中的关联方往来款参见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”之“三、关联交易（二）关联交易”。

3、非流动负债构成及变动分析

报告期内，公司的非流动负债为递延收益，具体构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
递延收益	377.57	100.00	145.98	100.00	-	-
非流动负债合计	377.57	100.00	145.98	100.00	-	-

2015年12月31日，公司递延收益145.98万元，系收到南京路演中心装修政府补助款。

2016年12月31日，公司的递延收益为377.57万元，较2015年增加231.59万元，系2016年公司新增需递延的政府补助金额433.60万元，当期计入营业外收入金额202.01万元。

（三）偿债能力分析

报告期内，公司的主要偿债能力指标如下：

指标	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
资产负债率（合并）（%）	31.27	37.48	54.87
资产负债率（母公司）（%）	31.25	38.08	59.68
流动比率（合并）	3.19	2.58	1.75
速动比率（合并）	3.19	2.58	1.75
息税折旧摊销前利润（万元）	6,270.53	1,870.22	1,392.45
利息保障倍数	-	-	-

注：报告期内，公司无银行借款，利息支出为0。

1、资产负债率分析

截至2014年12月31日、2015年12月31日和2016年12月31日，公司合并口径的资产负债率分别为54.87%、37.48%和31.27%。

2014年末，公司资产负债率偏高，主要原因系公司从事的创业培训业务和会员服务业务采取预收款政策，预收款项占公司负债的比例较高，2014年创业培训业务和会员服务业务的收入增长幅度较大，尤其是创业培训业务营业收入增长了3,484.12万元，增幅达217.06%，预收账款同步增加1,427.82万元，增幅达85.67%。2015年末，公司的资产负债率下降明显，主要原因系公司通过增资扩股增加了资产规模。2016年末，公司资产负债率略有下降的主要原因是预收账款的减少以及货币资金的增加。

2、流动比率和速动比率分析

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年12月31日，公司合并口径的流动比率和速动比率分别为1.75、2.58和3.19，处于合理水平，短期偿债能力较强。2015年末，公司的流动比率和速动比率提升的主要原因系公司通过增资扩股增加了流动资产的规模。2016年末，公司的流动比率和速动比率上升的主要原因是预收账款的减少降低了流动负债的规模，同时货币资金的增加提高了流动资产的规模。

3、息税折旧摊销前利润

报告期内，公司业绩快速增长，盈利能力增强，息税折旧摊销前利润逐年大幅增长。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司息税折旧摊销前利润分别为 1,392.45 万元、1,870.22 万元和 6,270.53 万元。受到股份支付的影响，2014 年和 2015 年公司息税折旧摊销前利润相对较低，不考虑股份支付的影响，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司息税折旧摊销前利润分别为 1,534.30 万元、3,368.29 万元和 6,383.67 万元。报告期内，公司的资金较为充裕，未向银行借款，无利息支出。

（四）股东权益分析

报告期内，公司股东权益变动具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
股本	5,100.00	5,100.00	136.50
资本公积	8,040.61	7,929.45	4,288.76
盈余公积	291.75	-	-
未分配利润	4,190.30	428.26	-206.33
归属于母公司所有者权益合计	17,622.66	13,457.71	4,218.93
少数股东权益	323.71	563.65	469.37
所有者权益合计	17,946.37	14,021.37	4,688.30

1、股本

报告期各期末，公司股本情况如下：

单位：万元，%

股东	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	持股数	比例	持股数	比例	持股数	比例
牛文文	2,135.17	41.87	2,135.17	41.87	59.84	43.84
上海盛大网络发展有限公司	-	-	-	-	38.96	28.54
北京知金科技投资有限公司	-	-	-	-	15.6	11.43
北京创业嘉乐文化传媒交流中心(有限合伙)	417.49	8.19	417.49	8.19	11.7	8.57
浙江普华天勤股权投资合伙企业(有限合伙)	231.95	4.55	231.95	4.55	6.5	4.76

北京用友创新投资中心(有限合伙)	139.13	2.73	139.13	2.73	3.9	2.86
蓝创文化传媒(天津)合伙企业(有限合伙)	1,014.44	19.89	1,014.44	19.89	-	-
深圳市达晨创丰股权投资企业(有限合伙)	695.79	13.64	695.79	13.64	-	-
其实	229.50	4.50	229.5	4.5	-	-
苏州卓爆投资中心(有限合伙)	139.13	2.73	139.13	2.73	-	-
深圳市前海中咨旗咨询有限公司	97.41	1.91	97.41	1.91	-	-
合计	5,100.00	100.00	5,100.00	100.00	136.5	100.00

2015年12月31日,公司股本的增长主要系公司整体变更设立股份公司时的资本结构调整以及2015年12月公司的增资所致。

2、资本公积

报告期各期末,公司资本公积情况如下:

单位:万元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
股本溢价	7,288.94	7,175.80	2,980.50
其他资本公积	751.66	753.66	1,308.26
合计	8,040.61	7,929.45	4,288.76

2015年12月31日公司的资本公积增加3,640.69万元的原因:①2015年完成股份制改造,资本公积转增股本2,965.17万元。②股东其实增资形成股本溢价6,926.70万元。③2015年12月资本溢价转增股本,转增金额为1,958.64万元,导致资本溢价减少相应金额。④收购股东牛文文和刘义伟分别持有的子公司北京创业未来传媒技术有限公司和北京佳沃世纪企业管理咨询有限公司的少数股权,此权益性交易导致其他资本公积增加139.73万元。⑤由于以权益结算的股份支付影响,2015年确认其他资本公积1,498.07万元,并相应确认股本溢价1,498.07万元。

2016年12月31日公司的资本公积增加111.16万元的原因:①2015年公司第二次临时股东大会决议发行股份,该新发行股份由股东其实认购,对于2015年未缴足部分于2016年收到款项形成股本溢价50.00元。②由于以权益结算的

股份支付影响，2016年确认其他资本公积113.14万元，并相应确认股本溢价113.14万元。③收购北京佳沃世纪企业管理咨询有限公司的少数股权，其他资本公积减少1.99万元。

3、盈余公积

报告期各期末，公司的盈余公积情况如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
法定盈余公积	291.75	-	-

4、未分配利润

报告期各期末，公司未分配利润情况如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
调整后期初未分配利润	428.26	-206.33	-922.14
加：本期归属于母公司所有者的净利润	4,053.80	532.92	715.81
减：提取法定盈余公积	291.75	-	-
转作股本的普通股股利	-	-101.67	-
期末未分配利润	4,190.30	428.26	-206.33

十三、现金流量分析

（一）现金流量基本情况

报告期内，公司的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
一、经营活动产生的现金流量			
经营活动现金流入小计	20,152.67	20,925.29	12,670.86
经营活动现金流出小计	15,882.76	15,375.01	9,916.39
经营活动产生的现金流量净额	4,269.91	5,550.28	2,754.47
二、投资活动产生的现金流量			
投资活动现金流入小计	5,029.22	-	0.15

投资活动现金流出小计	5,320.09	671.54	282.15
投资活动产生的现金流量净额	-290.87	-671.54	-282.00
三、筹资活动产生的现金流量			
筹资活动现金流入小计	0.00	7,068.06	84.00
筹资活动现金流出小计	512.70	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	-512.70	7,068.06	84.00
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	3,466.34	11,946.80	2,556.47
加：期初现金及现金等价物的余额	19,235.44	7,288.64	4,732.17
六、期末现金及现金等价物余额	22,701.79	19,235.44	7,288.64

（二）经营活动产生的现金流量分析

报告期内，将净利润调整到经营活动产生的现金流量净额的各项具体明细如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
净利润	4,261.14	779.64	896.09
加：资产减值准备	81.29	16.63	60.51
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	107.91	64.69	53.18
无形资产摊销	23.86	4.22	0.00
长期待摊费用摊销	212.81	145.17	85.34
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-4.32	-	2.80
投资损失（收益以“-”号填列）	8.15	-	-
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-5.97	7.75	-13.96
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-64.77	516.94	-1,835.97
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-463.33	2,517.16	3,364.62
其他	113.14	1,498.07	141.85
经营活动产生的现金流量净额	4,269.91	5,550.28	2,754.47

报告期内，不考虑股份支付的影响下，公司经营活动产生的现金流量净额持

续增长，与公司的业务发展态势及经营模式保持一致。报告期内，公司经营活动产生的现金流净额均大于同期净利润，造成差异的主要因素为经营性应付项目的变动，其原因主要是公司的业务模式需要收取客户、学员的预收款项，业务规模的增长使得预收款项增长较快，因此，经营活动现金流量高于同期净利润。

（三）投资活动产生的现金流量分析

2014年、2015年和2016年，公司投资活动产生的现金流量净额为-282.00万元、-671.54万元和-290.87万元。2015年公司投资所支付的现金金额较大主要系公司2015年参股北京科创空间投资发展有限公司所支付的股权投资款以及公司下属子公司黑马创展投资管理有限公司作为合伙人投资北京黑马拓新创业中心（有限合伙）的出资款项。

（四）筹资活动产生的现金流量分析

2014年、2015年和2016年，公司筹资活动产生的现金流量净额为84.00万元、7,068.06万元和-512.70万元。2014年的筹资活动现金流入来自于子公司吸收的少数股东投资收到的现金，2015年的筹资活动现金流入来自于创业黑马2015年增资所收到的新增股东增资款项，2016年的筹资活动现金流出主要系公司支付的上市费用及佳沃世纪支付的股东分红款项。

十四、本次募集资金到位当年每股收益变化情况及填补措施

（一）本次募集资金到位当年每股收益相对于上一年度的变动趋势

本次募集资金到位前的每股收益情况：

2016年	每股收益	
	基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	0.79	0.79
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.62	0.62

发行人本次发行1,700万股，发行完毕后总股本为6,800万股，较发行前增加25%，本次发行的募集资金将按照使用计划投放到募集资金项目中，由于投资项目的收益尚有一定期限，无法在发行当年产生效益，预计发行完成后当年基本

每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄。

（二）董事会对本次融资必要性和合理性的分析

1、创业服务业具有广阔的市场前景

世界经济整体发展放缓，国内经济下行压力持续加大，经济活力需要通过集约发展、高科技含量发展、高附加值发展释放。创新创业适应了国际国内经济变革的趋势。在中国经济发展转型的过程中，创新创业对于推动经济结构调整、打造发展新引擎、增强发展新动力具有非常重要的意义。

国家高度重视大众创新创业，强调要将此作为新常态下经济发展的新引擎。《中共中央国务院关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》（中发〔2015〕8号）、《国务院关于进一步做好新形势下就业创业工作的意见》（国发〔2015〕23号）、《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》（国发〔2015〕32号）等一系列文件，鼓励创新创业。

在国家政策大力支持下，我国创新创业生态体系不断优化，出现了大众创业、草根创业的“众创”现象。在此背景下，国内创业服务行业处于快速发展时期，未来一段时期市场前景广阔。

2、完善公司线下服务体系，把握机遇实现公司快速发展

本次发行募集资金拟选择公司已经成立黑马分会的12个城市设立众创空间，以众创空间作为物理平台和区域性枢纽，使公司业务网络覆盖国内创新能力较强的城市和区域，有利于公司快速提升黑马社群规模、及时准确把握创业者最新趋势和最新动态，高效对接各地业务和市场资源，搭建服务于创业者成长历程的业务体系，通过本地化运营拓展市场，提升本地化服务水平，增强客户群体对公司的认同感、提升企业形象和品牌竞争力，标定公司作为创业服务业的优势品牌和领军企业的地位，为公司长远发展奠定基础。

3、升级线上服务平台，完善公司的服务架构

公司i黑马网站、新浪微博、微信公众号等线上媒体平台，可以全方位多维度的为创业者提供创新创业类资讯信息。随着市场环境的发展和公司业务规模的提升，公司计划对线上服务平台进行升级，升级后的平台导流功能得以增强，实

现了线下交付业务的部分流程线上化，在线交付的服务内容得以完善和丰富。线上平台向内可以深入挖掘，向外可以有效延展，公司的运营模式优势更具持续性。升级后的平台有助于增强市场开发能力、降低客户开发的边际成本；有助于信息共享与深入分析，提升服务能力和运营管理能力。

（三）本次募集资金投资项目的可行性分析

1、“黑马众创空间项目”是基于公司现有的业务布局进行的区域拓展。公司目前已经在北京、广州、青岛、南京、西安、上海、成都等地建设众创空间，在此基础上继续新设 12 个众创空间，公司业务覆盖的区域范围将进一步扩大、线下服务体系的服务广度和深度都得以提升。公司具备良好的市场基础，在众创空间的建设和运营等方面已经形成了规范化的流程，也积累了丰富的资源，本项目具备可行性。

2、“线上业务系统和管理信息系统建设项目”是对公司现有的线上服务平台和管理信息系统进行升级，基于互联网和移动互联网为现有客户和潜在客户提供更全面的在线服务。公司已经具备线上业务平台的运营经验，项目实施将有效提高市场开发能力和服务水平，项目实施具备可行性。源进行整合，在公司内部形成资源共享；建立客户信息数据库，通过对客户行为的分析，促进各业务部门准确掌握客户消费模式，有效挖掘客户需求。

（四）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

通过本次募投项目，公司将完成集移动互联网业务服务体系 and 内部信息管理系统为一体的信息化建设。建立以创业者为中心的业务支撑系统，完成培训业务、公关业务的移动互联网化，强化公司互联网服务能力，满足创业者在互联网领域的信息获取、交流互动、资源对接、产品展示等需求；完善公司业务、办公、人力等系统的信息化建设，促进公司运作与管理的规范化、科学化和系统化，实现数据共享、办公网络化等功能，达到提高效率、降低成本、提升管理水平的目标。实现各项主营业务的在互联网领域的长期发展、健全内部管理系统。

（五）公司填补被摊薄即期回报的具体措施

发行人已制定填补被摊薄即期回报措施，详见招股说明书“重大事项提示”。

(六) 发行人董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到履行的承诺
为保证公司填补回报措施能够得到履行，公司全体董事、高级管理人员作出以下承诺：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

(七) 保荐机构关于发行人及其董事、高级管理人员对于融资所导致的即期回报摊薄及填补措施和承诺的核查结论

保荐机构对公司所预计的即期回报摊薄情况、填补即期回报措施进行了审慎核查：

1、公司所预计的本次公开发行摊薄即期回报的情况是合理的，并就填补即期回报采取了相应的措施，且董事、高级管理人员对发行人填补即期回报措施能够得到切实履行作出了相应的承诺；

2、公司本次公开发行涉及摊薄即期回报相关事项已经经第一届董事会第六次会议及 2016 年第三次临时股东大会审议通过。

综上，经核查后保荐机构认为：发行人所预计即期回报摊薄情况、填补即期回报措施及相应承诺主体的承诺事项，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》的规定，未损害中小投资者合法权益。

十五、股利分配政策

（一）报告期公司股利分配政策

公司股票全部为普通股，同股同权、同股同利。公司按各股东持有的股份比例分配股利。股利分配采取现金股利、股票股利或上述两者结合的方式。公司董事会依据公司盈利情况和发展计划提出公司的利润分配方案，经股东大会决议批准后由董事会实施方案。根据《公司章程》规定，公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司依法缴纳企业所得税后的当年利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补公司上一年度的亏损；
- 2、提取法定公积金 10%；
- 3、根据股东大会的决议提取任意公积金；
- 4、分配股利。

公司在弥补亏损和依法提取法定公积金前，不分配股利。

当公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。任意公积金的提取比例由董事会根据公司的盈利状况和发展需要制定方案，经股东大会批准后提取使用。公司分派股利时，应按照有关法律和行政法规的规定代扣股东股利收入的应纳税金。

（二）报告期内股利分配情况

报告期内，发行人未进行股利分配。

（三）本次发行后的股利分配政策

根据公司《公司章程》（草案），发行后公司利润分配应遵循以下原则：

1、公司的利润分配原则如下：

（1）重视对投资者的合理投资回报,在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事(不在公司担任职务的监事)和公众投资者的意见。

（2）保持利润分配政策的连续性和稳定性,同时兼顾公司的长远和可持续发

展。

(3) 优先采用现金分红的利润分配方式。

(4) 充分听取和考虑中小股东的要求。

充分考虑货币政策。

2、公司利润分配具体政策如下：

(1) 公司可以采取现金、股票或者现金及股票相结合的方式分配股利。

(2) 在公司上半年经营活动产生的现金流量净额高于当期实现的净利润时，公司可以进行中期现金分红。

(3) 如无重大资金支出安排发生，公司进行股利分配时，应当采取现金方式进行分配，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。

重大资金支出指以下情形之一：

①公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%，且绝对金额超过 5,000 万元人民币；

②公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%。

上述重大资金支出应按照公司相关事项决策权限履行董事会或股东大会审议程序。

(4) 如公司经营情况良好，且公司股票价格与公司股本规模不匹配时，公司可以以股票方式进行股利分配，股票分配方式可与现金分配方式同时进行。

(5) 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

3、公司利润分配预案由公司董事会提出,公司董事会在利润分配方案论证过程中,需与独立董事充分讨论,在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上,形成利润分配预案;公司董事会通过利润分配预案,需经全体董事过半数表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过,独立董事应当对利润分配预案发表独立意见。公司监事会应当对公司利润分配预案进行审议,并经半数以上监事表决通过,若公司有外部监事(不在公司担任职务的监事),则外部监事应当对审议的利润分配预案发表意见。董事会及监事会通过利润分配预案后,利润分配预案需提交公司股东大会审议,并由出席股东大会的股东(包括股东代理人)所持表决权的过半数通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时,应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流(包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等方式),充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题。

如未做出现金利润分配预案的,公司应当在年度报告中披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途。

股东大会审议通过利润分配方案后,由董事会负责实施,并应在规定的期限内完成。

4、公司的利润分配政策不得随意改变。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的,可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司股票上市的证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案需分别经监事会和二分之一以上独立董事同意后提交董事会、股东大会批准,提交股东大会的相关提案中应详细说明修改利润分配政策的原因。公司调整利润分配政策,需向公司股东提供网络形式的投票平台,为公司社会公众股东参加股东大会提供便利。其中,修改本章程确定的现金分红政策需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

5、股东分红回报规划的制定及修改

公司董事会应根据股东大会制定的利润分配政策以及公司未来发展计划,在充分考虑和听取股东(特别是公众投资者)、独立董事的意见基础上,每三年制定一次具体的股东分红回报规划。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过

半数同意且经独立董事过半数同意方能通过。

若因公司利润分配政策进行修改或者公司经营环境或自身经营状况发生较大变化而需要调整股东分红回报规划的,该等调整应限定在利润分配政策规定的范围内,经全体董事过半数同意并经独立董事过半数同意方能通过。

（四）本次发行完成前滚存利润的处置安排及已履行的决策程序

根据公司 2016 年第三次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票前的滚存利润的分配方案为：由发行后的新老股东按照持股比例共享。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

(一) 本次发行募集资金投资项目

经公司第一届董事会第六次会议、2016年第三次临时股东大会审议批准，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股票不超过1,700万股，本次募集资金扣除发行费用后将全部用于公司主营业务相关的项目。公司将按照轻重缓急的顺序安排项目资金，具体情况见下表：

单位：万元

项目名称	项目投资总额	募集资金项目投资金额	规划投资进度		备案情况
			T~T+12	T+12~T+24	
黑马众创空间项目	17,542.04	12,005.11	9,784.32	7,757.72	京海淀发改(备)[2016]65号
线上业务系统和管理信息系统项目	4,629.20	3,168.05	2,148.80	2,480.40	京海淀发改(备)[2016]66号
合计	22,171.24	15,173.16	11,933.12	10,238.12	

注1：上述募集资金投入进度仅为对拟投资项目的总体安排，其实际投入时间将根据募集资金到账时间、市场及项目进展情况适当调整。

注2：T月为项目开始实施当月。

本次募集资金投资项目是公司依据未来发展规划做出的战略性安排。黑马众创空间项目旨在通过物理空间落地完善公司的线下业务体系，进一步拓展业务覆盖的区域范围，增强对黑马社群和创业社群的本地化服务能力，形成区域带动和标杆效应，以在创新创业大潮中把握市场先机，提高公司的竞争优势。线上业务系统和管理信息系统项目通过开发移动端社群产品、进行i黑马网站改版和管理信息系统建设，提升对客户的线上服务能力、覆盖更广泛的用户群体、提高运营管理能力。线下业务体系和线上业务系统联动发展，有效增强公司的经营模式优

势、推动公司业务规模发展和行业地位提升。

本次发行募集资金到位前，若本公司已利用自有资金和银行贷款对上述部分项目进行了先期投入，则募集资金到位后用于项目剩余投资及置换已支付款项。若本次发行实际募集资金低于投资金额，公司将通过自筹解决以保证项目顺利实施。

（二）募集资金的专户存储安排

公司成功发行并上市后，将严格按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规，以及公司《募集资金使用管理办法》的规定，规范使用募集资金。公司董事会将根据业务发展需要，按照有关要求决定募集资金专户数量和开户商业银行，并与开户银行、保荐机构签订三方监管协议，合规使用募集资金。

二、募集资金运用情况

（一）黑马众创空间项目

1、项目概况

本项目将依托公司已有的品牌优势、社群基础、“一站式”服务体系，在“黑马会”地方分会覆盖的12个城市，通过租赁和布置物理空间、购置办公设备和演播设备、配置运营管理人员，建成众创空间，基本形成以北京总部为运营中心，辐射全国主要城市、覆盖全国主要区域的业务布局。

建成后的众创空间将具备“黑马孵化器”、“黑马之家”、“黑马全球路演中心”功能，成为公司深耕区域市场的着力点、以线上线下结合方式拓展创业辅导培训等业务。

2、项目建设的必要性

（1）实现服务渠道下沉，扩大公司业务覆盖范围

我国创新创业生态体系不断优化，越来越广泛的人群投身创业队伍，存在大

量的、未被满足的创业服务需求。众创空间作为业务载体和空间平台，对于聚集创业人群，扩展潜在用户人群具有重要意义。本项目将使公司业务网络覆盖国内三四线城市，有利于公司高效对接当地业务和市场资源，大幅扩大业务规模，实现培训用户数量由 2000 余人增长至上万人，付费用户数量由 2 万人增长至 10 万人。

（2）向全国推广服务于创业者成长历程的业务体系

创业者发展历程中面临多种多样的内部和外部风险因素，帮助创业者锁定关键问题、降低创业风险、提高成功率是创业服务业面临的核心问题。公司在各地建立的众创空间，将具备创业辅导培训、创业孵化、创业交流、群组学习、社群活动功能，为创业者提供“一站式”服务，系统而动态地服务于创业者成长历程，服务的效率和质量将大大提升，将建成创业者和创业服务机构之间良性互动循环：创业者寻找服务——获得优质服务——创业者取得成功——反哺创业服务机构——培育新的创业者，形成“一代成功企业家培养未来一代年轻创业者”的健康模式。

（3）适应行业发展和竞争需求，提升公司竞争力

随着各地政府简政放权的深化发展，政府职能部门将逐渐退出市场经营环节，更为明确地转为市场监管，这将导致很多曾经由政府主导的创业服务向市场经营主体释放。公司作为创业服务领域的领军企业，具有较强的市场影响力，受到各级政府的热烈的欢迎。本项目建设将有利于承接原来由政府执行的创业服务事务。

目前，主要的新型创业服务企业都在进行全国业务布局，在日益激烈的行业竞争环境中，公司进一步强化区域布局，有利于公司近距离接触更广泛的创业人群，扩大用户和业务规模，提高市场竞争力，巩固和提升公司在创业服务领域的市场地位。

（4）奠定公司长远发展的基础

公司是国内较早开展创业服务业务的机构，在市场上具备较高的品牌知名度和市场影响力，市场地位和业务规模在行业内居于领先地位。本项目通过本地化运营拓展市场，提升本地化服务水平，增强客户群体对公司的认同感、提升企业形象和品牌竞争力，标定公司作为创业服务业的优势品牌和领军企业的地位，为公司长远发展奠定基础。

3、项目建设的可行性

(1) 国家宏观政策支持创业及创业服务业的发展

在未来较长一段时间内，创新创业都将是国家重点扶持的领域。《中共中央国务院关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》（中发〔2015〕8号）提出，“到2020年，基本形成适应创新驱动发展要求的制度环境和政策法律体系，为进入创新型国家行列提供有力保障。”《国务院关于进一步做好新形势下就业创业工作的意见》（国发〔2015〕23号）、《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》（国发〔2015〕32号）、《国务院关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》（国发〔2015〕53号）等文件，从多层面构建创新创业服务体系的角度，制订了发展方向和落实举措。

国家在鼓励创业创新的同时，对创业服务机构给予了明确的定位并出台多项鼓励支持政策。《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》（国办发〔2015〕9号）中提到，“到2020年，形成一批有效满足大众创新创业需求、具有较强专业化服务能力的众创空间等新型创业服务平台；……创新创业政策体系更加健全，服务体系更加完善，全社会创新创业文化氛围更加浓厚。”科技部印发的《发展众创空间工作指引》（国科发火〔2015〕297号）对众创空间服务功能提出了明确定义，包括：集聚创新创业者、提供技术创新服务、强化创业融资服务、开展创业培训培训、建立创业导师队伍、举办创新创业活动、链接国际创新资源、集成落实创业政策。

国家政策鼓励与支持是本项目顺利实施的有利保障。

（2）行业发展空间为项目建设提供有利条件

世界经济整体发展放缓，国际市场需求减弱，传统产品在国际上的竞争压力进一步增大，国内传统模式生产的产品竞争力开始下降。同时，国内经济下行压力持续加大，经济活力需要通过集约发展、高科技含量发展、高附加值发展释放。创新创业适应了国际国内经济变革的趋势。在中国经济发展转型的过程中，创新创业对于推动经济结构调整、打造发展新引擎、增强发展新动力具有非常重要的意义。

国家高度重视大众创新创业，强调要将此作为新常态下经济发展的新引擎，在国家的高度重视和大力支持下，我国创新创业生态体系不断优化，出现了大众创业、草根创业的“众创”现象。在此背景下，国内创业服务行业处于快速发展时期，未来一段时期将继续保持快速增长的态势。

（3）公司具备设立和运营众创空间的业务经验

公司在众创空间的选址、场地布置、团队搭建、举办活动、项目入孵等方面已经形成了规范化的流程。公司拥有一批熟悉创业生态圈、掌握创业服务行业业务知识、精通创业服务业务开展、擅长客户服务等各项专长的人才。公司拥有领先的创业培训案例与课程开发体系、创业导师建设体系；公司在黑马大赛、黑马创业社群大会、黑马运动会、黑马创交会和各类定制活动的组织和运营方面经验丰富，运营效果突出，有助于在全国范围内拓展众创空间从而顺利实施本项目。

（4）公司的市场影响力有助于众创空间迅速落地

公司致力于为有潜力成为中国未来商业领袖的创业者提供专业化及实战化创业培训，在创业辅导培训细分领域内具备较强的市场影响力。同时，公司自2011年以来，策划和主办了多项大型自有品牌活动和定制活动，如黑马大赛、黑马创交会、黑马创业社群大会、黑马运动会等，参与人数逐年增多，市场影响力逐年增强。

公司已经形成了较高的品牌知名度，获得社会各界的一致认可，近年来，先

后获得“中关村示范区创新型孵化器”、“北京市首批众创空间”、“首批国家级众创空间”等称号，较大的市场影响力可以保障公司众创空间项目的顺利实施。

4、项目建设的合理性

(1) 发行人学员来源说明及异地授课说明

发行人各类创业辅导培训课程均采用全国招生方式，学员来源不局限于北京等某一特定地区。

以黑马成长营为例，报告期内，北京地区学员人数占总学员人数的比例为31.57%，外地学员人数占总学员人数的比例为68.43%。因此，多数学员仍来自于全国各地。

发行人的创业辅导培训业务已经开始了部分在异地授课的试点，以黑马成长营为例，部分模块已根据需要选择在上海或深圳开课；而EDP班中的大企业班，均在大企业所在地开课，已实现异地授课，同时，黑马导师营中的部分导师也在异地授课。上述授课实践为发行人大规模开展异地授课提供了很好的经验。

(2) 发行人创业辅导培训业务异地复制的必要性说明

① 创业辅导培训行业的发展趋势决定了异地复制的必要性

“双创”热潮向三四线城市延伸，激发各地创业者辅导培训需求，学员来源可持续，需求明显，促进创业辅导培训本地化发展，决定了创业辅导培训业务异地复制的必要性。在国家政策的推动下，“双创”热潮正在从一二线城市向二三四线城市延伸，创业者创业热情高涨，创业企业数量快速增长。据国家工商总局统计，2016年新登记企业达552.8万户，平均每天新增1.51万户，“双创”热潮向三四线城市延伸，激发各地创业者辅导培训需求，促进创业辅导培训本地化发展，决定了发行人创业辅导培训业务异地复制的必要性。

创业辅导培训逐步向管理培训扩展，在创新创业较发达地区建立贴近客户的培训基地是未来发展方向，决定创业辅导培训业务异地复制的必要性。在创新创业较发达地区建立创业培训基地，可以近距离服务客户，及时了解客户需求，从而有利于加速向管理培训市场渗透，是未来创业辅导培训的重要发展方向。这一发展方向，决定了发行人创业辅导培训业务异地复制的必要性。

② 发行人自身业务发展的需求决定了异地复制的必要性

经过多年的潜心经营，发行人实现了学员全国范围招生、导师各地覆盖、“黑马会”多地互动的局面，因此通过筹集募集资金在创新创业发展较好的地区建设众创空间，开展辅导培训、公关、会员等一系列业务，是发行人实现全国布局战略规划的重要手段，通过众创空间的建立，发行人能够在异地更好服务当期创业创新企业，创业客户在空间内不仅仅参与培训，社交、路演、公关活动等形式均可执行，并可升级为服务生态 2.0 体系，将在当地开展创业路演、创业咨询、创业招商加盟等新的自营增值商务服务，同时增加财税、知识产权等领域的中介服务机构，满足创业企业的多元化需求，使生态的服务能力不断延伸。未来，发行人将形成更全面、更具深度的创业服务能力，业务持续增长空间巨大。

③异地学员和导师的需求决定了异地复制的必要性

发行人的部分入门级课程，学员分布具有地域特点，如黑马连营、行业营和高管营等，地域属性较强，举办较多地方资源，这种地域性特点决定了其更适合于在地方学习、交易和合作。比如已开设的黑马连营课程的授课形式由于主要集中于北京授课，在一定程度上限制了学员之间的聚集交互效果。黑马连营的学员更希望在本地就近上课，与本地企业家导师和社群内的成功创业者进行交流学习、开展商务合作，本地企业家导师和社群内的成功创业者也希望深耕本地市场，需要与本地企业进行资源匹配。

(3) 发行人创业辅导培训业务已建立成熟的课程体系

发行人创业辅导培训业务已建立成熟的课程体系，基于学习场景下的商务交流能够精准契合学员和导师的需求，具备广泛的学员和导师资源基础，异地复制具备可行性。发行人所构建的基于学习场景下的商务交流合作交易是吸引创业者参与培训的主要原因，也是学员可持续性的重要保证。发行人基于学习场景下的商务交流能够精准契合导师需求，能够有效节省导师时间，提高商务交流效率。

从 2010 年至今，发行人构建了包含 500 多位导师的导师库体系，报告期内共有 321 位导师为发行人培训课程授课，各年授课导师人数稳中有增，且分布于华北、华中、华东、华南、西南等地，为发行人创业辅导培训业务的异地复制创造了条件。目前，发行人与包括真格基金创始人徐小平、新东方董事长俞敏洪等 100 位导师签署了三年期的《受邀担任创业黑马授课导师协议》，保证了未来合作的稳定性。该 100 位导师中有 64% 分布华北地区，20% 分布于华东地区，14% 分

布于华南地区，其他 2%分布于西南地区。

同时，发行人还在地方挖掘企业家、投资人资源，已与 59 名企业家、投资人（遍布全国 9 个城市，覆盖 8 个省份）接触，就担任发行人培训导师达成合作意向，并且，发行人已经成功发展 27 位黑马大师兄作为导师，上述导师均是发行人实施异地授课、“双师模式”的主要来源。

（4）适应异地教学的“双师课堂模式”的采用和完善的课程规划

异地开课导师规划准备充足，发行人将在异地授课中采用导师现场授课和“双师课堂模式”（简称“双师模式”），其中，“双师模式”是一种其他培训领域经过多年探索的成熟模式，一些知名培训公司如达内科技等都在双师教育上取得了瞩目的成就。“双师模式”最大的优势在于能够满足全国多地生源就近接受名师辅导的需求，同时能够解决优质名师数量有限的瓶颈问题。

截至 2017 年 6 月 30 日，发行人“双师模式”第一批本地导师分布于 9 个城市，数量为 91 人，其中本地企业家 49 人、本地投资人 15 人、本地黑马大师兄 27 人，具体分布如下表所示：

类别	人数	占比
本地企业家	49	53.76%
本地投资人	15	16.13%
本地黑马大师兄	27	30.11%
合计	91	100%

课程安排规划完善，为异地开课做好准备，其中，黑马连营作为发行人的入门级课程，学员具备强烈的地域属性，符合异地开班的条件，是发行人用于异地大规模开班的首推产品。首期规划中，在学员与导师数量充足、可以满足开课要求的基础上，发行人“双师模式”课程暨黑马连营 5 期计划于 2017 年 9 月在北京及其他 9 个城市同时开班。升级后的黑马连营每年开办 2 期，每期 6 次课程，共 24 节课，其中远程授课 12 节课，各地教室授课 12 节课。

发行人对创业者需求的深入了解、课程体系成熟度、导师来源广泛且可以通过授课获取价值、学员具有强烈的学习需求，发行人较为完善的异地课程规划工作等是发行人异地授课可行性的重要因素。

（4）募投项目符合创业服务行业发展趋势和发行人自身业务发展模式，具

备合理性

本次募集资金投资项目是公司依据未来发展规划做出的战略性安排。黑马众创空间项目旨在通过物理空间落地完善公司的线下业务体系，改变以往在异地举办活动时才临时租赁场地，不能更为贴近服务客户的被动局面，进一步拓展业务覆盖的区域范围，增强对黑马社群和创业社群的本地化服务能力，形成区域带动和标杆效应，以在创新创业大潮中把握市场先机，提高公司的竞争优势。

募投项目符合发行人自身业务发展模式，有助于满足地方企业家、地方创业者、地方政府及园区等创新创业主体交叉对接、互利共赢的需求，促进公关业务的地方开展计划，实现创业服务生态 2.0 升级，因此，具备合理性。

4、投资概算

项目总投资包括场地投入、设备购置、员工薪酬、市场推广、铺底流动资金，项目总投资为 17,542.04 万元，具体如下表：

单位：万元

序号	项目	T~T+12	T+12 ~T+24	合计
1	场地投入	4,098.75	4,192.38	8,291.13
1.1	租金投入	2,098.75	3,312.38	5,411.13
1.2	装修费用	2,000.00	880.00	2,880.00
2	设备购置	3,779.64	1,865.67	5,645.32
2.1	办公设备	716.25	337.65	1,053.90
2.2	电子设备	70.85	31.75	102.60
2.3	路演设备	2,992.54	1,496.27	4,488.82
3	员工薪酬	395.93	979.67	1,375.60
4	市场推广	850.00	400.00	1,250.00
5	铺底流动资金	660.00	320.00	980.00
6	合计	9,784.32	7,757.72	17,542.04

5、建设内容

黑马众创空间项目将在现有业务体系基础上，在公司已经成立黑马分会的 12 个城市设立众创空间，以众创空间作为物理平台、资源中心、区域性枢纽，以专业化服务和社交化机制集聚创业人群、围绕创业者核心需求，搭建全过程和

全方位的综合服务体系。

众创空间承载以下功能：

众创空间（新型创业服务平台）——物理平台、资源中心、区域性枢纽

黑马全球路演中心：创业辅导培训、赛事、发布会、项目路演、辅导培训

黑马之家：会员服务平台，为黑马会地方会员提供活动场所

黑马孵化器：为创业者提供工作空间、网络空间、社交空间、资源共享

创业服务
线下活动
创业者

（1）“黑马孵化器”

基础服务：为创业团队提供设施齐全、环境友好的工作空间、网络空间、社交空间、资源共享空间，解决创业团队在初创期面临的问题；

专业服务：提供工商办理、财务咨询、税务服务、法律咨询、资质申报、营销策划、人才招聘等专业服务；

公关服务：通过公司自有媒体平台发布软文、深度报道、提供信息发布位置，通过黑马大赛、黑马创业社群大会、黑马运动会、定制活动等为创业者做宣传和推广；

政策引导：在创业者和政府园区之间搭建桥梁，协助创业者申请各类扶持，帮助园区进行产业引导和创业扶持，促进当地创新创业发展。

链接资源：整合国内外技术、人才、资本，搭建全要素、开放式创业平台。

项目所选地点均为地方分会所在城市，将为地方分会会员提供活动场所，营造自由、开放、共享的交流空间和创业氛围，通过沙龙、分享会等线下活动组织

会员进行互动与分享，帮助创业者寻找商业机会、合作伙伴。公司可以有效拓展会员规模、加强会员之间的联系、增强会员对黑马会

(2) “黑马全球路演中心”

利用无线视频互联网会议系统、大屏幕显示信息发布系统等先进技术建立演播大厅，实现多地实时直播的功能，并以此为基础开展在线辅导培训；组织和承办创业大赛，为创业团队提供展示和交流平台；承办创业者的项目推介、新产品发布、宣传推广等活动；作为创业辅导培训场地。

6、项目组织方式和实施计划

项目实施主体为全资子公司北京黑马创投科技有限公司，项目建设期需完成的工作内容包含租赁场地、对场地进行装修建成环境友好的办公场地、购置办公设备和演播设备、招聘员工、组织宣传推广，开展业务。

计划在 24 个月内完成，具体进度安排如下表所示：

		T~T+12				T+12~T+24			
		1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
第一批	场地租赁								
	场地装修								
	设备购置								
	招聘培训								
	宣传活动								
	开展业务								
第二批	场地租赁								
	场地装修								
	设备购置								
	招聘培训								
	宣传活动								
	开展业务								

7、项目备案情况和环境保护情况

本项目已在北京市海淀区发展和改革委员会办理了备案手续，取得了“京海淀发改备[2016]65号”《项目备案通知书》。

本项目不涉及加工生产，对环境的影响很小，符合国家相关环保标准和要求。

8、项目选址情况

本项目选址基于如下原则：

商业基础设施完善、地方政府支持力度较大、人才储备和创新创业能力较强；公司已经在当地设立了黑马分会，具备较好的市场基础；结合公司已有的业务布局，进一步拓展公司的区域覆盖范围。

综合以上因素，公司选择在西南、华南、华东、东北、西北等地区选择 12 个城市建设众创空间。

公司将通过租赁方式解决场地需求。

（二）线上业务系统和管理信息系统项目

1、项目概况

本项目是在公司现有的线上媒体平台基础上，顺应互联网和移动互联网应用的发展趋势和用户需求特征，升级 i 黑马网站、开发移动社群服务产品、进行公司管理信息系统升级。

2、项目建设的必要性

（1）升级线上服务平台，完善公司的服务架构

近年来创新创业环境不断优化，新型创业服务机构获得了广阔的发展空间，探索了各具特色的运营模式。公司运营模式的特点之一是“线上导流、线下交付”，通过 i 黑马网站、新浪微博、微信公众号等线上媒体平台，实现创新创业领域资讯信息传播和深度报道、品牌及活动推广、活动信息发布等。随着市场环境的发展和公司业务规模的提升，线上平台的开放性、服务的丰富度、功能的拓展性也需要提高。

公司计划对线上服务平台进行升级，升级后的平台继续保留和完善现有功能，进一步凝聚创业社群建立强联系，通过特定特征组建并运营多元化的群组；

进一步汇集满足创业者成长核心需求的多维度资源，运用公司对创业者的深度理解协助各项资源与创业者精准对接；实现快速预订、在线支付等功能，实现创业辅导培训服务、公关服务、会员服务等业务的部分流程线上化；开发在线学习、完善在线推广。

升级后的平台导流功能得以增强，实现了线下交付业务的部分流程线上化，在线交付的服务内容得以完善和丰富。线上平台向内可以深入挖掘，向外可以有效延展，公司的运营模式优势更具持续性。

（2）有助于公司增强市场开发能力

基于实地场地提供的创业服务，受地域辐射、场地空间、活动时间的制约，面向的客户群体数量有限，业务拓展约束较多。随着移动互联网的迅猛发展，运用移动信息技术突破业务瓶颈成为创业服务机构的发展趋势。移动互联网能够更好地满足用户在碎片时间的应用需求、提供更多创新性的体验，适合发展高频、小额的产品付费模式。

借助移动互联网提供服务，将有机会形成高黏性的创业用户社区，帮助创业者解决创业过程中的各种需求，形成平台化优势，为公司后续业务的拓展提供有力支撑。通过对客户进行引导，可以让客户更便捷地认识到公司核心业务价值，能够有效提高目标用户向付费用户的转化率。通过移动互联网的高效传播方式，能够促进公司业务更快速、更广泛地抵达目标人群，增加公司用户群规模。同时，移动互联网的开放模式，还可以降低客户开发的边际成本。

（3）有助于信息共享与深入分析，提升服务能力和运营管理能力

线上业务平台将实现对大量动态和静态数据的汇总，公司可在此基础上进行分析和挖掘，从而实时掌握市场需求、客户特征、发展趋势，向多样化的客户群体提供更精准的服务、持续提升服务水平。

目前，公司各部门掌握的客户信息、市场信息并没有实现充分共享。建立公司内部各部门、公司总部与各地分支机构的信息流通互动，实现重要业务数据的

共享，挖掘公司运营信息并有效利用，需要有高效的信息系统。数量化的指标也有助于加强对业务指标的把控和监督、优化公司的业绩考核体系，从而帮助公司提高运营管理能力。

3、项目建设的可行性

（1）互联网领域的高速发展为项目实施提供了支持

计算机、通信、移动互联网等技术不断发展，已经成为工作和生活的重要组成部分。第三代移动通信（3G）已经在中国普及、第四代移动通信（4G）的建设快速发展。住宅、办公及商业公共区域的 Wi-Fi 覆盖面逐渐增加，移动互联网的可获得性在提高。智能手机的价格下降也推动了移动互联网用户规模的增加。根据中国互联网络信息中心发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2015 年 12 月，中国网民规模达 6.88 亿人，全年共计新增网民 3951 万人；互联网普及率为 50.3%，较 2014 年底提升了 2.4 个百分点；截至 2015 年 12 月，中国手机网民规模达 6.20 亿，较 2014 年底增加 6303 万人；网民中使用手机上网人群占比由 2014 年的 85.8% 提升至 90.1%。

（2）通过移动客户端提供服务符合创业者特征

移动互联网的兴起，提供了在移动状态下接入和使用互联网服务的便利。移动终端具备界面小、携带便捷等特征，创业者受到时间约束且一般地理位置移动频繁，因此使用移动终端的频率很高。建设移动化的社群服务产品，可以满足创业者利用碎片化时间的需求，从而能够更好地服务公司客户。

（3）公司积累的用户群体为本项目提供用户基础

公司通过线上线下相结合的方式积累了一批认可公司服务的用户及客户群体：在线上领域，公司通过以网站、微博、微信为主的线上媒体平台为用户流量入口，吸引大量创业相关人群，成为公司各项业务的潜在客户；在线下领域，公司通过黑马大赛、“黑马会”、黑马创业社群大会、黑马运动会等服务平台，为创业群体提供全方位、多样化服务，并且通过优质服务提升客户对公司的忠诚度，

最终发展成为公司优质成熟客户。

现有成熟客户和潜在客户是公司开展线上业务后优先开发的用户群体，基于此类用户群体对公司服务的认同，可以快速形成有效用户群体，从而有效保证本项目的顺利实施。

(4) 公司具备平台运营经验和人才基础

公司一直致力于线上服务平台的建设，逐步构建了包括 i 黑马网、“创业家传媒” 新浪微博、“i 黑马” 新浪微博、“创业家” 微信公众号、“i 黑马” 微信公众号在内的线上媒体平台，在内容运营、在线推广、活动发布等领域积累了丰富的经验。公司已经培养了一批熟悉行业特点、公司业务模式的专业技术人才，从管理层到基层员工都具备互联网、信息化理念。

4、投资概算

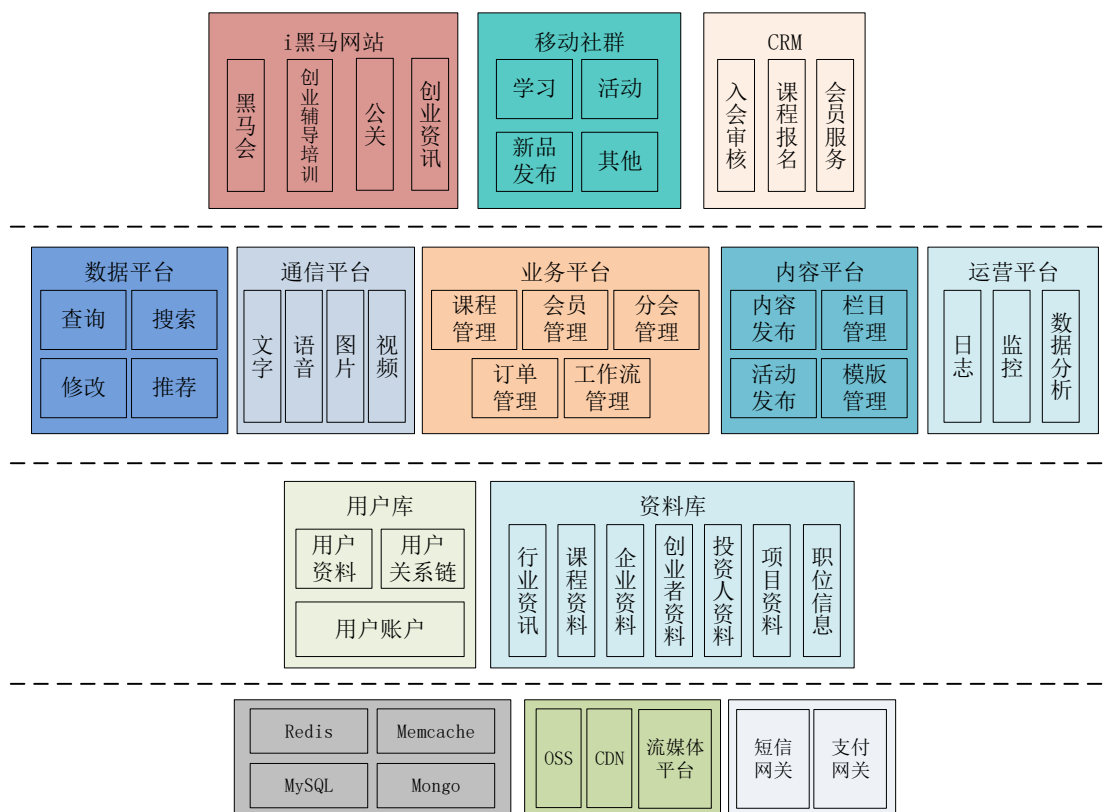
本项目建设共需资金 4,629.20 万元，具体如下表所示：

单位：万元

序号	主要投资方面	具体项目	T~T+12	T+12~T+24	合计
1	设备购置	MacAir、iMac、MacPro、Andriod 测试设备、iOS 测试设备	52.80	6.00	58.80
2	IT 服务采购投入	接入服务器、逻辑服务器、数据存储服务、缓存服务、图片服务等	286.00	358.40	644.40
3	开发投入	线上业务系统和管理信息系统开发投入	1,330.00	1,476.00	2,806.00
4	运营推广	用户运营、内容运营、产品推广	370.00	500.00	870.00
5	日常管理费用	-	110.00	140.00	250.00
合计		-	2,148.80	2,480.40	4,629.20

5、建设内容

本项目建设内容包含移动端社群产品、i 黑马网站转型、客户关系管理系统（CRM）、办公自动化系统（OA），具体如下：



(1) 移动端社群产品

主要实现的功能包括：

第一，找到创业者并建立群体间的关联。创业者通过加入社群，留下详细、完善的个人信息和线下组织关系信息。用户可以通过标签、组织、排行榜、地理位置等多维度信息进行针对性的搜索，通过特定的线上途径建立好友关系，完成线上沟通并进行线下交流。

第二，去中心化的群组学习。用户可以在线上社群发布课程，或者征集其他创业者共同邀请行业专家授课，对学习资料和成果进行沉淀，形成平台知识库。

第三，寻找资源。用户可以上传个人信息、项目资料、创业需求等，经过审核后，通过算法将数据标签化，帮助创业者和投资人实现快速、精准的搜索匹配，从而找到合适的资源。

第四，新品发布与体验。帮助创业者将产品进行品牌包装，在移动社群进行

宣传和推广，快速、精准投放给目标用户。

第五，接入第三方服务。

(2) i 黑马网站转型

将 i 黑马网由目前的行业资讯型网站拓展成为服务于创业者的全业务平台，新平台主要功能包含：

第一，业务集中展示。集中展示公司目前所有线上线下业务，帮助用户快速了解公司各业务服务内容及优势。

第二，资源展示与查询。创业者可以快速找到匹配的投资人、寻求公关报道、寻找创业导师、参与创业辅导培训学习；投资人能够快速查看创业项目、寻找创业者；普通用户则可以快速查看投资人、创业者、创业公司、创业项目等。

第三，线上业务支撑。实现“黑马会”、创业辅导培训等核心业务的线上流程支撑（快速预订报名、快速支付、快速交付）。

第四，差异服务匹配。通过个人标签匹配、支付体系和数据分析，为用户在学习、社交、融资对接和产品推广等方面提供针对性服务。

(3) 客户关系管理系统（CRM）

对 CRM 系统进行完善，加强公司各个业务线之间的协同，让信息顺畅流通：

建立用户池，包括已有付费用户和潜在用户，针对他们在社区中的行为进行分析，逐步引导潜在用户向付费用户的转化；

完善用户信息，建立用户模型。通过对用户个人信息和社区行为特征的数据挖掘，形成创业者群体的用户画像，支撑商业化变现的需求；

用户付费及服务跟踪。为付费用户建立档案和跟踪服务机制，促进用户的持续付费。

(4) 办公自动化系统（OA）

OA 系统实现及时沟通与协同办公，实现公文流转、审核、签批等行政事务的自动处理。

6、项目建设期及实施进度

公司将首先确定拟采购设备、服务等供应商，及时完成外部采购工作，结合项目开发需求，招聘产品经理、产品运营、设计师等相关人员，开展项目开发和运营工作。项目开发过程具体包含项目制订、需求分析、项目开发、QA 测试、交付使用、产品迭代。

项目计划在 24 个月内完成上述任务。

7、项目备案和环境保护情况

本项目已在北京市海淀区发展和改革委员会办理了备案手续，取得了“京海淀发改备[2016]66 号”《项目备案通知书》。

本项目主要是办公和研发，不涉及加工生产，对环境的影响很小，符合国家相关环保标准和要求。

8、项目选址情况

项目建设具体地址为北京海淀区中关村，中关村拥有全国优越的智力资源、先行先试的政策环境、积极开放的创业文化等宏观环境。本项目位于中关村，将具备优越的地理优势、人才优势和信息优势。

三、董事会对募集资金投资项目情况的可行性分析意见

2016 年 2 月 29 日，公司第一届董事会第六次会议审议通过《关于募集资金投资项目及其可行性研究报告的议案》，同意公司本次公开发行股票募集资金投资以下项目：1、投资 17,542.04 万元用于黑马众创空间项目；2、投资 4,629.20 万元用于线上业务系统和管理信息系统项目。本次发行募集资金到位前，若公司已利用自有资金和银行贷款对上述部分项目进行了先期投入，则募集资金到位后用于项目剩余投资及置换已支付款项。若本次发行实际募集资金低于投资金

额，公司将通过自筹解决以保证项目顺利实施。

截至 2016 年末，公司资产总额为 26,113.11 万元，本次募集资金投资项目总额为 22,171.24 万元，占公司 2016 年末资产总额的比例为 84.90%。报告期内，公司营业收入由 2014 年度的 10,839.64 万元增至 2016 年度的 18,420.72 万元，利润总额由 2014 年度的 1,253.93 万元增至 2016 年度的 5,925.95 万元，公司营业收入、利润总额保持了良好的成长性和盈利能力。

公司作为新型创业服务机构，具有丰富的行业经验。公司已建立了完整的公司治理制度和内部控制措施，并将随公司业务的发展不断健全、完善。公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会、监事会在重大决策、经营管理和监督方面的作用。

黑马众创空间项目是基于公司现有的业务布局进行的区域拓展。公司目前已经在北京、青岛、南京、西安、上海、成都等地建设众创空间，在此基础上在已经设立黑马分会的城市继续设立 12 个众创空间，公司业务覆盖的区域范围将进一步扩大、线下服务体系的服务广度和深度都得以提升。公司具备良好的市场基础，在众创空间的建设和运营等方面已经形成了规范化的流程，也积累了丰富的人才资源。

线上业务系统和管理信息系统建设项目是对公司现有的线上服务平台和管理信息系统进行升级，基于互联网和移动互联网为现有客户和潜在客户提供更全面的在线服务。公司已经具备线上业务平台的运营经验，项目实施将有效提高市场开发能力和服务水平。

经过审慎分析和论证，公司董事会认为募集资金投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应。

四、募集资金投资项目对发行人经营成果和财务状况的影响

（一）对公司经营能力的影响

众创空间项目、线上业务系统和管理信息系统项目的实施，有利于公司提高

市场开发的广度和深度、提升服务水平，加快公司发展速度，扩大公司市场占有率，巩固公司市场地位。

（二）新增折旧、摊销对发行人未来经营成果的影响

根据本公司募集资金投资项目的资金使用计划，项目实施会带来折旧、摊销成本的大幅提高，项目建成后正常年度新增固定资产折旧、无形资产摊销、长期待摊费用共 2,981.05 万元。若募集资金投资项目不能产生预期收益，新增折旧与摊销将对公司未来效益造成一定影响。公司 2015 年度营业毛利率为 53.70%，据此测算，项目建成后，在经营环境不发生重大变化的情况下，公司营业收入较募集资金投资项目建成前增加 551.30 万元即可消化掉因募集资金投资项目形成新增折旧或摊销额，确保公司营业毛利不会因此而下降。报告期内公司主营业务保持较快增长，未来一段时期经营环境发生重大变化的可能性较小，且募集资金投资项目所带来的经济效益完全能够覆盖该成本，因此新增折旧、摊销对公司未来经营成果的影响较小。

（三）对净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，本公司的净资产将大幅增长，短期内净资产收益率会因净资产的迅速增加而降低。随着募集资金投资项目的实施，公司的用户流量入口和用户沉淀机制更加完善、行业影响力和品牌优势进一步提升，从而带来客户规模和业务规模的提升，公司盈利能力将全面增强，净资产收益率将有所回升。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股说明书签署之日，公司已经签署尚未履行完毕的、对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同

截至本招股说明书签署之日，公司签署金额在 150.00 万元以上但尚未执行完毕的重大销售合同如下：

1、北京创业未来与深圳市金立通信设备有限公司签订了《推广服务协议》，约定北京创业未来为深圳市金立通信设备有限公司提供品牌推广定制服务，合同总金额 200.00 万元，合同期限自 2016 年 12 月 5 日至 2017 年 12 月 5 日。

2、创业黑马与北京简变快乐信息技术有限公司签订了《INK 集团&创业黑马服务协议》，约定创业黑马为北京简变快乐信息技术有限公司提供品牌推广、创始人形象包装等服务，合同总金额 200.00 万元，合同期限自 2016 年 10 月 17 日至 2017 年 10 月 16 日。

3、创业黑马与分众传媒有限公司签订了《分众传媒&创业黑马合作协议》，约定创业黑马为分众传媒有限公司提供“2016 深圳第三届黑马创交会”、“2016 重庆黑马城市合伙人”、“2016 黑马创业社群大会”、“2017 创业黑马运动会”服务及日常宣传推广服务，合同总金额 200.00 万元，合同期限 2016 年 11 月 1 日至 2017 年 5 月 30 日。

4、北京创业未来与东莞市永盛通信科技有限公司签订了《推广服务协议》，约定北京创业未来为东莞市永盛通信科技有限公司提供品牌及产品推广服务，合同总金额 300.00 万元，合同期限 2017 年 2 月 24 日至 2017 年 9 月 30 日。

5、创业黑马与北京易后台财税科技有限公司签署《2016 年易后台与创业黑马合作协议》之补充协议，约定将原协议约定的服务内容变更为黑马营、创业实验室创业辅导培训服务、品牌包装宣传以及园区活动植入服务，剩余服务内容于

2017年1月至2017年12月执行。

（二）采购合同

截至本招股书签署之日，公司签署金额在20.00万元以上但尚未执行完毕的重大采购合同如下：

1、创业黑马与北京身边惠国际旅行社有限公司签订了《日本参访项目服务协议》，约定北京身边惠国际旅行社有限公司为创业黑马提供办理签证、订购机票、购买保险、预定酒店住宿及会议室的相关服务，合同总金额预计39.69万元。

2、创业黑马与山水假日（北京）国际旅行社股份有限公司签订了《出境委托接待合同》，约定山水假日（北京）国际旅行社股份有限公司为创业黑马美国硅谷参访、游览、公务会议及游学活动提供具体组织接待、安排等相关服务。合同总金额80.45万元。

3、创业黑马与山水假日（北京）国际旅行社股份有限公司签订了《出境委托接待合同》，约定山水假日（北京）国际旅行社股份有限公司为创业黑马美国硅谷商务参访及游览提供具体组织接待、安排等相关服务，合同总金额20.35万元。

4、创业黑马与山水假日（北京）国际旅行社股份有限公司签署《补充协议》，约定山水假日（北京）国际旅行社股份有限公司安排创业黑马的美国硅谷行程会议活动，合同总金额20.57万元。

（三）借款合同

截至本招股说明书签署之日，公司未签署任何借款合同。

二、对外担保的情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保的有关情况。

三、重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明签署之日，公司不存在未了结的或可预见的对发行人财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等方面产生重大影响的诉讼或仲裁事

项。

四、关联方的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

公司控股股东、实际控制人最近三年不存在重大违法行为。

五、刑事起诉或行政处罚

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员没有受到刑事起诉的情况。报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员没有受到行政处罚的情况。

第十二节 有关声明


一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

董事签字:



牛文文




刘义伟



傅忠红



肖红英



王敬

监事签字:



曹国熊

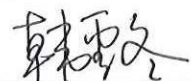


王佳佳



李豪

除董事外的高级管理人员签字:



韩雪冬





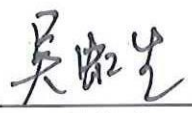
创业黑马(北京)科技股份有限公司(公章)


2017年7月27日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

法定代表人（签字）：

霍达

保荐代表人（签字）：
 
傅承 吴虹生

项目协办人（签字）：

孙越



发行人律师声明

本所及经办律师已阅读创业黑马(北京)科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书,确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人(签字):


俞卫锋

经办律师(签字):



陈 巍
王利民
高 云

二〇一七年七月二十七日

四、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人（签字）：
 邱靖之

签字会计师（签字）：
 王玥


 林涛




天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



五、评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

评估机构负责人：徐伟建
签字评估师：杨冬梅
签字评估师：李凤山



评估机构（盖章）

2017年7月27日



情况说明

秦宇（身份证号码：132423196909255713）于2015年至2016年在本公司内担任三级项目经理A职务，目前已离职，我公司为创业黑马（北京）科技股份有限公司出具的沃克森评报字[2016]第0106号评估报告为秦宇在职期间出具，并担任该份报告的签字资产评估师。现拟将签字资产评估师变更为李凤山（身份证号码：230104196808092210）。

沃克森（北京）国际资产评估有限公司

法定代表人：



日期：2017年7月27日

六、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人（签字）：


邱靖之

签字会计师（签字）：

中国注册会计师
王玥
110002406143
王玥

中国注册会计师
林涛
110101500067
林涛

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



第十三节 附件

一、备查文件

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）内部控制鉴证报告；
- （六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （七）法律意见书及律师工作报告；
- （八）公司章程（草案）；
- （九）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间

本次发行期间每个工作日的上午 9:30-11:30，下午 2:00-5:00。

三、文件查阅地点

（一）发行人：创业黑马（北京）科技股份有限公司

地址：北京市北四环西路 52 号方正国际大厦六层 601 室

电话：010-62691933

联系人：刘义伟

(二) 保荐机构（主承销商）：招商证券股份有限公司

地址：深圳市福田区益田路江苏大厦 38-45 楼

电话：0755-82943666

联系人：刘泽