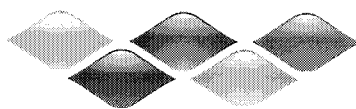


本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

万兴科技股份有限公司

Wondershare Technology Co., Ltd.

(住所：柳梧新区东环路以西、1-4路以北、1-3路以南、柳梧大厦以东8
栋2单元6层2号)



wondershare
万兴科技

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

(申报稿)

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



华林证券股份有限公司

(住所：西藏自治区拉萨市柳梧新区察古大道1-1号君泰国际B栋一层3号)

万兴科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

发行股票类型：人民币普通股（A股）

发行股数：不超过 2,000 万股

拟公开发行新股数量：不超过 2,000 万股，新股发行数量根据募集资金投资项目资金需求、发行费用和询价结果确定

每股面值：人民币 1.00 元

每股发行价格：通过向询价对象询价确定发行价格

预计发行日期：【】年【】月【】日

拟上市交易所：深圳证券交易所

发行后总股本：【】万股

保荐人（主承销商）：华林证券股份有限公司

签署日期：【】年【】月【】日

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。

保荐机构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。

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。

重大事项提示

一、发行前滚存未分配利润的安排

经公司 2017 年第三次临时股东大会决议，本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东按发行后的持股比例共同享有。

二、发行前股东自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺：

公司控股股东、实际控制人吴太兵以及一致行动人亿兴投资、家兴投资承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

股东华睿投资、和谐成长、张愚、宗佩民、傅宇权、朱伟、陈江江、孙淳、梁英智承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

担任公司董事、监事和高级管理人员的吴太兵、朱伟、王志荣、孙淳、陈江江、凌曙光、刘莉莉承诺：除前述锁定期外，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过所持有的发行人可转让股份总数的百分之二十五；在上述锁定期届满后本人离职的，自离职之日起半年内不转让所持有的发行人股份；如本人在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职，自申报离职之日起十八个月内不转让本人持有的公司股份；如本人在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，自申报离职之日起十二月内不转让本人持有的公司股份。

担任公司董事和高级管理人员的吴太兵、朱伟、王志荣、孙淳承诺：本人所持股票在上述锁定期届满后二十四个月内转让的，转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格；发行人股票上市后六个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价格均低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，或者发行人股

票上市后六个月期末收盘价低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，则本人所持公司股票的锁定期自动延长六个月。

三、发行后的股利分配政策

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。公司可以采取现金或者股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

1、公司的利润分配形式：采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，但以现金分红为主。在具备现金分红的条件下，应优先选择以现金形式分红。

2、公司现金方式分红的具体条件和比例：公司主要采取现金分红的利润分配政策，即公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。公司单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 15%。

同时，公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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，在提出利润分配方案时，提出差异化的现金分红政策：

（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%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

公司的利润分配方案应根据公司章程的规定，遵守中国证监会、证券交易所等相关部门的有关规定，经董事会审议后，提交股东大会表决通过。

3、发放股票股利的具体条件：若公司快速成长，并且董事会认为公司股票

价格与公司股本规模不匹配时，可以在进行现金股利分配之余，提出实施股票股利分配预案。公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大生产经营规模或者转增公司资本，法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

4、利润分配的期间间隔：一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况及收益留存状况提议进行中期分红。公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司经营业务。

5、利润分配应履行的审议程序：公司的利润分配方案由公司董事会根据法律法规及规范性文件的规定，结合公司盈利情况、资金需求及股东回报规划，制定利润分配方案并对利润分配方案的合理性进行充分讨论，独立董事发表独立意见，形成专项决议后提交股东大会审议。

公司董事会、股东大会在制定、讨论及审议利润分配方案时，应充分考虑社会公众投资者、独立董事及监事会的意见，独立董事应对年度利润分配方案发表独立意见，公司董事会办公室应及时将监事会意见、社会公众通过电话、邮件等方式提出的意见汇总后及时提交给公司董事会，以供公司董事会、股东大会参考。股东大会审议利润分配方案时，公司为股东提供网络投票的方式。

6、利润分配政策的调整：在遇到战争、自然灾害等不可抗力时或发生其他对公司生产经营造成重大影响的情形时，或公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配方案，必须由董事会作出专题讨论，详细论证说明理由；公司董事会应将调整利润分配的方案发送至独立董事及监事会，由独立董事发表专项意见并经监事会审议通过；同时，公司应充分听取中小股东的意见，应通过网络、电话、邮件等方式收集中小股东意见，并由公司董事会办公室将中小股东意见汇总后交由公司董事会；公司董事会应在充分考虑独立董事、监事会及中小股东意见后形成议案，审议通过后提交公司股东大会以特别决议审议通过。股东大会审议利润分配政策变更事项时，必须提供网络投票方式。

7、公司应当及时行使对全资或控股子公司的股东权利，根据全资或控股子公司章程的规定，促成全资或控股子公司向公司进行现金分红，并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；公司最近 3 年未进行现金利润分配的，不得向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原有股东配售股份。

公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整股东回报计划。若公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配的议案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

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 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

四、稳定公司股价预案

1、触发实施稳定股价方案的条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日公司股票收盘价均低于公司当日已公告每股净资产（当日已公告每股净资产为：1、发行人最近一期报告期期末公告的每股净资产，或者 2、如最近一期报告期期末财务数据公告后至下一报告期期末财务数据公告前期间因分红、配股、转增等情况导致发行人股份或权益发生变化时，则为经调整后的每股净资产，下同）情形时，本公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法》的规定向社会公众股东回购公司部分股票，以稳定公司股价。

2、稳定股价的具体措施

（1）控股股东、实际控制人增持

自公司股票上市交易后三年内触发启动条件的，公司控股股东、实际控制人

吴太兵先生将增持公司股份，增持股份应当遵循以下原则：

- ①增持股份不应导致公司的股权分布不符合上市条件；
- ②增持股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产的价格；
- ③增持股份的方式为集中竞价交易或中国证监会认可的其他方式；

④单次用于增持股份的资金金额不低于其上一会计年度从公司分得的现金分红（税后）的 20%；若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，则单一会计年度用于增持股份的资金金额合计不低于其上一会计年度从公司分得的现金分红（税后）的 50%，但不超过最近连续两个会计年度从公司分得的全部现金分红（税后）。

（2）公司回购

在控股股东增持公司股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，公司应当向社会公众股东回购公司股份。公司回购股份应当遵循以下原则：

- ①回购股份不应导致公司的股权分布不符合上市条件；
- ②回购股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产的价格；
- ③回购股份的方式为集中竞价交易或中国证监会认可的其他方式；

④公司单次用于回购股份的资金金额不低于上一会计年度经审计归属于公司股东净利润的 10%；若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，则公司单一会计年度用于回购股份的资金金额合计不超过上一会计年度经审计归属于公司股东净利润的 20%。

（3）董事、高级管理人员增持

在公司回购股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员将增持公司股份。公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持股份应当遵循以下原则：

- ①增持股份不应导致公司的股权分布不符合上市条件；
- ②增持股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产的价格；
- ③增持股份的方式为集中竞价交易或中国证监会认可的其他方式。

（4）公司董事（不含独立董事）、高级管理人员单次用于增持股份的资金金额不低于该等董事、高级管理人员上一会计年度自公司领取年度薪酬（税后）的 20%，若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，则董事（不含独立董事）、高级管理人员单一会计年度用于增持股份的资金金额合计不超过其上一会计年度自公司领取年度薪酬（税后）的 50%。

3、稳定股价措施的实施程序

（1）控股股东增持

控股股东应在公司股东大会审议通过稳定股价具体方案的 5 个交易日内，根据公司股东大会审议通过的稳定股价具体方案中确定的增持金额、数量及期间，通过交易所集中竞价交易的方式或中国证监会认可的其他方式增持公司股票。

（2）公司回购

当控股股东增持公司股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，公司董事会应在控股股东增持股票实施完成后公告之日起 3 个交易日内，作出实施回购股份或不实施回购股份的决议。董事会在作出决议后 2 个交易日内公告董事会决议及股份回购的议案，并发布召开股东大会的通知。

经过股东大会决议决定实施回购的，公司应在公司股东大会决议公告之日起 3 个交易日开始启动回购，并于 30 日内实施完毕。公司回购方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并依法注销所回购的股份，办理工商变更登记。

（3）董事、高级管理人员的增持

当公司回购股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件时，有增持义务的董事、高级管理人员应在公司回购股票完成且公告之日起 3 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并进行公告，相关董事、高级管理人员应在增持公告作出之日起下一个交易日开始启动增持，并于 30 日内实施完毕。

4、股价稳定方案的优先顺序

启动条件触发后，将先以控股股东增持股票的方式稳定股价；控股股东增持股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，则由公司进行回购；公司回购

股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，则由有增持义务的董事、高级管理人员进行增持。

5、约束措施

（1）若公司或相关责任主体未采取稳定股价的具体措施的，公司及相关责任主体将及时进行公告并向投资者道歉，并将在定期报告中披露相关责任主体关于稳定股价的具体措施的履行情况以及未采取上述稳定股价的具体措施时的补救及改正情况。

（2）若公司控股股东未采取稳定股价的具体措施的，则在其采取稳定股价的具体措施并实施完毕（因公司股价不满足启动股价稳定措施的具体条件而终止实施的，视为实施完毕，下同）前，除因被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让股份的情形外，其持有的公司股份不得转让。同时公司有权以其获得的上一会计年度的现金分红（税后）的 50%为限，扣减其在当年度或以后年度在公司利润分配方案中所享有的现金分红（税后）。

（3）若公司有增持义务的董事、高级管理人员未采取稳定股价的具体措施的，则公司有权以其获得的上一会计年度的薪酬（税后）的 50%为限，扣减其在当年度或以后年度在公司获得的薪酬（税后）。

（4）公司将提示及督促公司未来新聘任的董事、高级管理人员履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的关于股价稳定措施的相应承诺。

五、股份回购的承诺

发行人承诺：如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将依法公开回购首次公开发行股票的全部新股。

本公司如因招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而受到如下处罚时，本公司将按照《公司法》、《证券法》及《公司章程》规定的程序，履行上述回购承诺：

- 1、中国证券监督管理委员会或其派出机构公布对本公司作出处罚决定；
- 2、本公司未受行政处罚，但被人民法院认定承担相应责任并作出生效裁决。

回购股份的价格根据以虚假信息揭露日为基准经前复权计算的发行价格和虚假信息揭露日前二十日交易均价孰高为定价依据。其中对发行价格进行调整的前复权计算公式参照《深圳证券交易所交易规则》除权（息）参考价计算公式。

控股股东承诺：如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，将依法回购已转让的原限售股份。

本人或发行人因招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏而受到如下处罚时，本人将按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规，履行上述回购承诺：

- 1、中国证监会或其派出机构公布对本人或发行人作出处罚决定；
- 2、本人及发行人未受行政处罚，但被人民法院认定承担相应责任并作出生效裁决。

回购股份的价格根据以虚假信息披露日为基准经前复权计算的发行价格和虚假信息披露日前二十日交易均价孰高为定价依据。其中对发行价格进行调整的前复权计算公式参照《深圳证券交易所交易规则》除权（息）参考价计算公式。

六、依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

发行人承诺：如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。

发行人控股股东、实际控制人吴太兵承诺：如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。

发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺：如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。

七、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

保荐机构（主承销商）华林证券股份有限公司承诺：保荐机构承诺因其为发

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。

审计机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为万兴科技股份有限公司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，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。

验资机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：如因本所会计师未能按照会计师行业公认的业务标准和道德规范严格履行法定职责而导致本所为发行人首次公开发行股票并上市所制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且因此给投资者造成损失的，本所将按照司法机关依照法律程序作出的司法裁决依法承担相应的民事赔偿责任。

发行人律师北京国枫律师事务所承诺：本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

资产评估机构国众联资产评估土地房地产估价有限公司承诺：本公司为发行人首次公开发行所制作、出具的文件如有虚假记载、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。

八、未履行承诺的约束措施

发行人承诺：如本公司违反首次公开发行上市作出的任何公开承诺的，本公司将在股东大会及本公司的章程所规定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其他公众投资者道歉。如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，发行人将依法向投资者赔偿相关损失。如该等已违反的承诺仍可继续履行，发行人将继续履行该等承诺。

发行人控股股东及实际控制人吴太兵承诺：如本人违反在发行人首次公开发行上市时作出的任何公开承诺，本人将在股东大会及发行人的章程所规定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其它公众投资者道歉。如果因本人未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投

投资者赔偿相关损失。如该等已违反的承诺仍可继续履行，本人将继续履行该等承诺。如本人违反回购股份的相关承诺，发行人有权将与本人履行回购义务所需款项等额的应付现金股利予以截留，直至本人履行回购义务。如本人违反关于股份转让的相关承诺，应将出售股份而取得的收益（转让所得扣除税费后的金额）上缴给发行人。如本人违反关于股份锁定的相关承诺，应将违规出售股份而取得的收益（转让所得扣除税费后的金额）上缴给发行人。如本人违反减持价格的相关承诺，应向发行人作出补偿，补偿金额按发行价格与减持价格之差，以及对应的减持股份数相乘计算。

发行人全体董事及高级管理人员承诺：如本人违反在发行人首次公开发行上市时作出的任何公开承诺，本人将在股东大会及发行人的章程所规定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其他公众投资者道歉。如果因本人未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。如该等已违反的承诺仍可继续履行，本人将继续履行该等承诺。如本人违反关于股份转让的相关承诺，应将出售股份而取得的收益（转让所得扣除税费后的金额）上缴给发行人。如本人违反关于股份锁定的相关承诺，应将违规出售股份而取得的收益（转让所得扣除税费后的金额）上缴给发行人。如本人违反减持价格的相关承诺，应向发行人作出补偿，补偿金额按发行价格与减持价格之差，以及对应的减持股份数相乘计算。

发行人全体监事承诺：如本人违反在发行人首次公开发行上市时作出的任何公开承诺，本人将在股东大会及发行人的章程所规定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其他公众投资者道歉。如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。如该等已违反的承诺仍可继续履行，本人将继续履行该等承诺。

九、持有公司 5%以上股份股东的持股意向和减持计划

公司控股股东、实际控制人吴太兵承诺：未来五年内，如确因自身经济需求，在上述锁定期满后，可根据需要以集中竞价交易、大宗交易、协议转让或其他合法的方式适当转让部分发行人股票，但并不会因转让发行人股票影响本人控股地位。在上述锁定期满后二十四个月内，如本人拟转让持有的发行人股票，则每十

二个月转让数量不超过本人所持发行人股票数量的 5%，且转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格。在本人拟转让所持发行人股票时，本人将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向。

公司主要股东亿兴投资、华睿投资、张愚承诺：在上述锁定期满后二十四个月内，如需减持股份的，将分步减持上市之日直接或间接持有的全部发行人股份，且每次转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格。在本公司（或本人、本合伙企业）拟转让所持万兴科技股份有限公司股票时，如持股 5%以上，本公司（或本人、本合伙企业）将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向。

公司主要股东和谐成长承诺：本企业持有发行人 5%以上股份期间，在本企业拟转让所持发行人股票时，本企业将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向。

十、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次发行完成后，本公司股本和净资产都将大幅增加，但鉴于募集资金投资项目有一定的实施周期，净利润可能不会同步大幅增长，可能导致本公司每股收益、净资产收益率等指标下降，投资者面临本公司首次公开发行并在创业板上市后即期回报被摊薄的风险。

鉴于此，本公司拟通过完善利润分配政策、扩大业务规模、实施募投项目等方式，提高公司盈利能力，以填补股东被摊薄即期回报并承诺如下：

1、完善利润分配政策，强化投资者回报

本公司制定了《公司章程（草案）》和《未来分红回报规划（2017-2019）》分配具体规划和计划安排，本公司利润分配政策和未来分红回报规划重视对投资者的合理、稳定投资回报。本次发行完成后，本公司将广泛听取投资者尤其是独立董事、中小股东的意见和建议，不断完善本公司利润分配政策，强化对投资者的回报。

2、扩大业务规模，加大研发投入

公司为消费类软件企业，市场空间广阔，未来本公司将在稳固现有市场和客户的基础上，加强现有产品和业务的市场开拓和推广力度，不断扩大主营业务的

经营规模，提高本公司盈利规模；同时，本公司将不断加大研发投入，优化营销布局，加强人才队伍建设，提升产品竞争力和本公司盈利能力。

3、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募投项目均围绕本公司主营业务展开，其实施有利于提升本公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，本公司将加快推进募投项目实施，使募投项目早日实现预期收益。同时，本公司将根据《公司章程（草案）》、《募集资金使用管理办法》及其他相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。

发行人全体董事、高管承诺：

本人作为万兴科技股份有限公司（以下简称“公司”）的董事/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，根据中国证监会的相关要求，为保证公司首次公开发行股票后的填补回报措施能够得到切实履行，现本人作出如下不可撤销的承诺和保证：

1、本人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、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺公司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、若公司后续推出股权激励的，本人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；

6、有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任；

发行人控股股东、实际控制人吴太兵对公司首次公开发行股票摊薄即期回报填补措施能够得到切实履行作出如下承诺：本人不越权干预公司经营管理活动，不得侵占公司利益。

十一、对发行人持续盈利能力产生重大不利影响的因素

影响发行人持续盈利的风险因素已在本招股说明书“第四节 风险因素”

进行了披露。发行人不存在以下对持续盈利能力构成重大不利影响的情形：

- 1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 3、发行人在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；
- 4、发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；
- 5、发行人最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；
- 6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

保荐机构经核查后认为，发行人所处行业发展前景较好，自主软件研发及创新能力强，发行人已披露了其面临的风险因素，发行人不存在上述对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，发行人具备持续盈利能力。

十二、风险提示

本公司特别提醒投资者注意以下风险因素：

（一）产品研发风险

快速创新的技术变革为软件行业的显著特点之一，软件产品更新换代快，用户对产品的需求不断变化。发行人必须时时跟踪国内外先进技术和应用领域需求的发展趋势，持续创新，不断增加产品的功能、提升产品的性能，推出新的产品和服务，以满足市场需求。

报告期内，公司研发的部分新产品获得消费者认可，带动营业收入的快速增长。但未来发行人若对市场需求把握出现偏差、未及时跟上软件行业快速创新的技术变革，新产品未能得到市场的广泛认同，将对公司经营产生不利影响。

（二）产品推广依赖 Google 的风险

由于 Google 占国际搜索市场主要份额，因此，公司目前产品在全球的推广主要通过 Google 搜索引擎优化和 Google 付费广告进行。报告期内，公司通过

Google 搜索引擎优化和 Google 付费广告营销带来的流量占总流量的比重超过 50%。

公司电子商务平台网页流量是影响公司经营的关键指标之一，如果未来 Google 对其搜索引擎优化的排名算法和付费广告收费政策做出调整，而公司不能及时采取有效应对措施，将影响公司产品推广，增加广告营销费用，进而影响经营业绩。

（三）公司收款结算渠道的风险

公司目前在线销售收款结算主要通过第三方支付平台，公司向其支付结算手续费。虽然公司对第三方支付平台的选择有较大自主权，但如果第三方支付平台对结算周期和结算手续费率等作出不利于公司的调整，而公司又不能及时找到合适的替代者，将对公司的经营业绩产生不利影响。此外，如第三方支付平台发生经营风险等情况，导致不能与公司结算货款，也将对公司造成经营损失。

（四）境外收入来源国税收监管政策变化的风险

发行人通过互联网的模式向全球用户提供消费类软件产品，收入来源于全球各地。全球各地对跨境电子商务的税务监管政策有所差异，发行人收入的主要来源地区中，目前欧盟地区、澳大利亚和日本已对跨境电商向终端客户提供产品和服务征收增值税、商品及服务税或消费税等流转税。

发行人目前已经根据收入来源国的税收监管规定进行纳税申报，未来如收入来源国的税收政策发生变化，而发行人未能正确理解或及时根据税收政策的变化进行调整；或由于收入来源地区识别不准确，发行人未能准确根据收入来源国进行纳税申报，将可能被收入来源国采取税收监管措施，对发行人的经营造成重大不利影响。

（五）海外市场拓展的风险

公司目前销售收入主要来源于北美洲的美国和加拿大、亚洲的日本、大洋洲的澳大利亚、欧洲的英国和德国等地。公司拥有丰富的海外营销经验，熟悉上述地区软件用户的文化、消费习惯，获得了良好的市场营销效果。

未来，公司在持续投入上述主要销售区域营销之外，将逐步加大力度拓展新

兴市场，如俄罗斯、巴西、印度等。若公司在海外市场拓展过程中对当地消费者的文化、消费习惯等理解出现偏差，产品未能被当地消费者广泛接受，则市场开拓难以获得良好的效果，将对公司业务发展产生不利影响，公司海外市场拓展存在风险。

目录

重大事项提示.....	4
第一节 释义.....	23
第二节 概览.....	34
一、发行人基本情况	34
二、控股股东及实际控制人	35
三、主要财务数据	36
四、募集资金的用途	37
第三节 本次发行概况.....	39
一、本次发行的基本情况	39
二、本次发行的有关机构	40
三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况	41
四、发行日程安排	42
第四节 风险因素.....	43
一、产品研发风险	43
二、人才流失风险	43
三、产品推广依赖 Google 的风险.....	43
四、公司收款结算渠道的风险	44
五、产品被知名企业产品替代的风险	44
六、终端厂商预装软件的风险	44
七、全球经营的法律风险	45
八、境外收入来源国税收监管政策变化的风险	45
九、海外市场拓展的风险	45
十、产品出现错误或故障而损害公司声誉的风险	46
十一、服务器和网络运行安全的风险	46
十二、知识产权的风险	46

十三、外汇风险	47
十四、人力成本上升的风险	47
十五、公司快速发展带来的管理风险	47
十六、公司智能家居业务发展不及预期的风险	48
十七、募集资金投向风险	48
十八、募投项目实施当年经营业绩下降的风险	48
十九、净资产收益率下降的风险	49
第五节 发行人基本情况	50
一、发行人基本情况	50
二、发行人设立情况	50
三、发行人设立以来重大资产重组情况	51
四、发行人的股权结构	56
五、发行人子公司的情况	88
六、持有发行人 5%以上股份的主要股东情况	99
七、发行人股本情况	101
八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况	103
九、发行人员工情况	103
十、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员作出的重要承诺及履行情况	105
十一、保荐机构及证券服务机构作出的重要承诺及其履行情况	114
第六节 业务和技术	116
一、发行人主营业务、主要产品情况	116
二、发行人所处行业的基本情况	138
三、发行人主营业务	173
四、主要固定资产和无形资产	184
五、发行人技术与研发情况	217
六、公司未来发展规划和发展目标及采取的具体措施	225
第七节 同业竞争和关联交易	233

一、发行人独立运行情况	233
二、同业竞争情况	234
三、关联方和关联关系	235
四、关联交易	238
五、报告期内关联交易执行情况及独立董事的意见	248
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	249
一、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员简历	249
二、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的对外投资情况	256
三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持股及对外投资情况 ...	258
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬待遇情况	259
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的协议和履行情况	262
六、近两年公司董事、监事、高级管理人员发生变动的情况	262
七、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、审计委员会运行及履职情况	263
八、公司管理层对内部控制的自我评价意见及注册会计师对公司内部控制的鉴证意见	265
九、发行人最近三年违法违规行为	266
十、发行人最近三年资金占用和对外担保情况	266
十一、发行人资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及其执行情况	266
十二、投资者权益保护的情况	272
第九节 财务会计信息和管理层分析	275
一、财务会计信息	275
二、管理层讨论	296
三、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐机构对公司持续盈利能力的核查意见	346
四、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	347
五、股利分配政策	348

六、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施	351
第十节 募集资金运用	356
一、募集资金运用概况	356
二、募集资金投资项目与公司发展战略之间的关系	357
三、万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目	359
四、数据运营中心建设项目	364
五、补充营运资金项目	369
六、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响	372
第十一节 其他重要事项	375
一、重要合同	375
二、发行人对外担保情况	377
三、发行人的重大诉讼或仲裁事项	378
四、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况	378
五、发行人履行社会责任的情况	378
第十二节 有关声明	380
第十三节 附件	392
一、备查文件	392
二、文件查阅时间	392
三、文件查阅地址	392

第一节 释义

一般术语		
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
发行人、公司、本公司、股份公司、万兴科技	指	万兴科技股份有限公司，2016年11月17日由深圳万兴信息科技股份有限公司更名
万兴有限	指	深圳市万兴软件有限公司，系万兴科技股份有限公司的前身
发起人	指	吴太兵、张愚、宗佩民、傅宇权、朱伟、孙淳、梁英智、陈江江和深圳市家兴投资有限公司、深圳市亿兴投资有限公司、浙江华睿盛银创业投资有限公司、北京和谐成长投资中心（有限合伙）
控股股东、实际控制人	指	吴太兵
家兴投资	指	深圳市家兴投资有限公司，系发行人股东
亿兴投资	指	深圳市亿兴投资有限公司，系发行人股东
华睿投资	指	浙江华睿盛银创业投资有限公司，系发行人股东
和谐成长	指	北京和谐成长投资中心（有限合伙），系发行人股东
《公司章程》	指	万兴科技股份有限公司章程
深圳斑点猫	指	深圳市斑点猫信息技术有限公司，系发行人控股子公司，2015年8月10日由深圳市遥控壹族信息技术有限公司更名
万物互联	指	深圳万物互联投资管理中心（有限合伙），刘朝晖为万物互联执行事务合伙人，系深圳斑点猫股东
杭州万兴	指	杭州万兴软件有限公司，曾为发行人全资子公司
北京万兴	指	北京家和万兴软件有限公司，曾为发行人全资子公司
香港万兴	指	万兴软件（香港）有限公司，外文名称 Wondershare Software(H.K.) Co.,Ltd.，系发行人全资子公司
日本万兴	指	株式会社万兴软件，外文名称 Wondershare Software Co., Ltd.，系发行人全资子公司

万博科技	指	万博科技(香港)有限公司, 外文名称 Wonbo Technology Co., Ltd., 系香港万兴全资子公司
加拿大万兴	指	万兴科技(加拿大)有限公司, 外文名称 Wondershare Technology Inc., 系香港万兴全资子公司
兴家科技	指	深圳市兴家科技有限公司, 系发行人全资子公司, 2017年10月12日由深圳市酷登智能科技有限公司更名
珠海万兴	指	珠海万兴软件有限公司, 曾为发行人的全资子公司, 2011年6月10日由珠海斑点猫软件有限公司更名
广州万德	指	广州万德软件有限公司, 曾为发行人全资子公司
广州兴游	指	广州兴游网络科技有限公司, 曾为发行人全资子公司
深圳复兴	指	深圳市复兴科技有限公司, 曾为发行人全资子公司
深圳兴游	指	深圳市兴游科技有限公司, 曾为发行人全资子公司
美国万兴	指	万兴软件(美国)有限公司, 外文名称 Wondershare Software LLC, 曾为发行人全资子公司
耐特康赛	指	耐特康赛网络技术(北京)有限公司, 曾为发行人控股子公司
控龙智能	指	上海控龙智能科技股份有限公司, 系发行人参股公司, 2017年8月2日, 由上海控龙智能科技有限公司更名
浙江亚合大	指	浙江亚合大机电科技有限公司, 系发行人参股公司
德国万兴有限	指	外文名称 Wondershare Software UG, 曾为发行人的关联方
德国万兴合伙	指	外文名称 Wondershare UG(haftungsbeschränkt) & Co.KG, 曾为发行人的关联方
《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》
本次发行	指	本公司本次公开发行人民币A股
财政部	指	中华人民共和国财政部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部

商务部	指	中华人民共和国商务部
住建部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部
环境保护部	指	中华人民共和国环境保护部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展与改革委员会
社会公众股、A股、股票	指	本公司本次公开发行的每股面值1.00元人民币A股
保荐人、保荐机构、主承销商、华林证券	指	华林证券股份有限公司
国枫、发行人律师	指	北京国枫律师事务所
大华、会计师	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期、最近三年、近三年及一期	指	2014年、2015年、2016年、2017年1-6月
财务报表	指	2014年12月31日、2015年12月31日、2016年12月31日、2017年6月30日的合并资产负债表，报告期合并利润表、现金流量表、股东权益变动表以及相关财务报表附注
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
微软、Microsoft	指	微软公司（Microsoft Inc., NASDAQ: MSFT），是一家总部位于美国的跨国电脑科技公司
苹果、Apple	指	苹果公司（Apple Inc., NASDAQ: AAPL），是一家美国的高科技公司
Adobe	指	奥多比公司（Adobe Systems Incorporated, NASDAQ: ADBE），是一家全球知名的软件公司
Yahoo	指	雅虎公司（Yahoo Inc., NASDAQ: YHOO），旗下网站www.yahoo.com是著名的互联网门户网站
腾讯	指	腾讯控股有限公司（港交所：0700），是一家民营IT企业，总部位于中国广东深圳
百度	指	百度在线网络技术有限公司（NASDAQ: BIDU），一家互联网公司，其搜索引擎“百度”是全球最大的中文搜索引擎

Google	指	谷歌公司（Google Inc., NASDAQ: GOOG），一家总部位于美国的跨国科技企业，代表产品是搜索引擎 Google，并提供相应的广告服务
Digital River、DR	指	Digital River 公司，是一家全球电子商务供应商，为软件和游戏发行商、消费电子产品制造商、分销商、在线零售商及关联企业构建和管理在线业务
Avangate	指	Avangate 公司（Avangate B.V.），是一家总部设在荷兰的电子商务解决方案提供商，为软件和在线市场提供全球电子商务解决方案、结算与分销服务
PayPal	指	PayPal 公司（PayPal Inc., NASDAQ: PYPL），是一家总部设在美国的互联网服务商，目前全球最大的网上支付公司，致力于让个人或企业通过电子邮件，安全、简单、便捷地实现在线付款和收款
DSK	指	株式会社電算システム，是一家总部位于日本东京涉谷的公司，主要业务为提供信用卡支付系统服务，包含信用卡支付，便利店支付，电子钱支付，Pay-easy 支付等方式
乾汇	指	上海乾汇信息科技有限公司，是一家跨境电子支付解决方案提供商
Worldpay	指	Worldpay 公司（LON: WPG），是一家独立支付业务运营商，主要提供收单、网关、替代支付、风险管理、电子商务和移动支付等一系列服务
Alipay	指	Alipay Hong Kong Limited，支付宝（中国）网络技术有限公司在香港设立的子公司，提供网购担保交易、网络支付、转账等跨境电子商务解决方案
支付宝	指	支付宝（中国）网络技术有限公司，是一家注册在中国的电子支付解决方案提供商，提供网购担保交易、网络支付、转账等电子商务解决方案
财付通	指	财付通支付科技有限公司，是一家为在互联网上进行交易的双方提供支付和收款服务的在线支付平台
深圳钱海	指	深圳市钱海网络技术有限公司，是一家跨境电子支付解决方

		案提供商
QANDY	指	QANDY INTERNATIONL LIMITED, 总部在香港, 一家跨境电子支付解决方案提供商
VAT MOSS 系统	指	根据欧盟关于增值税的规定, 向欧盟境内的消费者提供电信、广播电视及电子服务的非欧盟企业将被视为纳税者, 应按消费者所在国家的增值税税率缴纳增值税, 同时, 为简化非欧盟企业的增值税申报, 欧盟建立了“增值税迷你一站式服务 (VAT MOSS)”机制, 允许纳税者在一个成员国 (如英国) 注册迷你一站式服务机制, 并通过电子方式批量提交欧盟所有成员国的增值税纳税申报表, 替代在每一个欧盟成员国分别注册及申报
讯连科技、Cyberlink	指	讯连科技股份有限公司, 是一家研发、销售多媒体软件的企业, 该公司在台湾证券交易所上市
Corel	指	Corel Corporation (NASDAQ: CREL), 是一家研发、销售多媒体软件的企业, 该公司同时在美国 Nasdaq 和加拿大多伦多股票市场上市
Nitro	指	Nitro Software, Inc., 是一家研发、销售 PDF 电子文档软件的企业
福昕软件	指	福州福昕软件开发股份有限公司, 是一家研发、销售 PDF 电子文档软件的企业
IDG	指	国际数据集团 (International Data Group), 是全球最大的信息技术出版、研究、会展与风险投资公司
IDC	指	国际数据公司 (International Data Corporation), 为 IDG 子公司, 是一家全球著名的信息技术、电信行业和消费科技市场咨询、顾问和活动服务专业提供商
Elastic Path	指	Elastic Path Software Inc., 是一家电子商务公司
eMarketer	指	是一家位于美国的全球知名市场研究机构
comScore	指	是一家全球性互联网信息服务提供商, 是美国知名的互联网统计公司、互联网流量跟踪分析公司和市场调研公司
Transgate	指	Transgate.CO,LTD, 是一家日本注册的软件代理商, 主要面向

		日本市场销售软件产品
EASECOM	指	EASECOM LIMITED, 是一家英国注册的互联网软件销售商, 主要向欧盟销售软件产品
NORD	指	NORD LIMITED, 是一家香港注册的互联网软件销售商, 主要面向全球市场销售软件产品
鼎付	指	深圳鼎付信息技术有限公司, 是一家中国注册的跨境电子支付解决方案提供商
JCB	指	JAPAN CREDIT BUREAU CARD, 是知名的日本国际信用卡, 国际五大信用卡品牌之一
DYM 公司、DYM	指	デイワイエム株式会社, 是一家日本广告代理服务商
SoldOut 公司、SoldOut	指	ソールドアウト株式会社, 是一家日本广告代理服务商
Escrow	指	成立于 1999 年, 总部设在美国加利福尼亚州的 Rancho Santa Margarita, 一家为域名和网站等高价商品的在线交易提供在线中介托管服务平台
专业术语		
Windows	指	微软公司制作和研发的一套电脑桌面操作系统
macOS	指	苹果公司为 Mac 系列产品开发的专属操作系统
iOS	指	苹果公司开发的移动智能设备操作系统
Android	指	一种基于 Linux 的自由及开放源代码的操作系统, 最初主要支持智能手机, 后逐渐扩展到平板电脑及其他领域上, 如电视、数码相机、游戏机等
PC	指	Personal Computer (个人计算机、个人电脑)
Mac 机	指	苹果公司研发、生产的台式电脑、笔记本电脑及服务器, 搭载 macOS 系统
iPhone	指	苹果公司研发、生产的智能手机系列, 第四代即 iPhone4 以后的设备搭载 iOS 手机操作系统
iPad	指	苹果公司发布的平板电脑系列, 它搭载苹果公司研发的 iOS 操作系统

iPod	指	苹果公司推出的音频播放系列设备
PSP	指	SONY 公司开发的多功能掌机系列，具有游戏、音乐、视频等多项娱乐功能
线上	指	Online，利用互联网等虚拟媒介而实现的双方不谋面的一系列交互、动作等
DVD	指	Digital Versatile Disc（数字多功能光盘），是一种光盘存储器
CD	指	Compact Disc（光盘），一种用以储存数字资料的光学盘片
VR	指	即虚拟现实技术，是一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统
流媒体	指	采用流式传输的方式在 Internet 播放的媒体格式，用户通过解压设备对这些数据进行解压后，节目就会像发送前那样显示出来
移动互联网	指	Mobile Internet，是一种通过移动智能终端，采用移动无线通信方式获取业务和服务的新兴业态，包含终端、软件和应用三个层面
物联网	指	物物相连的互联网，是新一代信息技术的重要组成部分
应用商店	指	供用户付费购买或免费下载应用的线上商店
Bing	指	微软公司推出的互联网搜索引擎
ASK	指	1996 年出现在加利福尼亚州的一个互联网搜索引擎，原纳斯达克上市公司，2005 年 7 月被 InterActiveCorp 收购
App	指	Application（应用程序），随智能设备的流行而被广泛使用，主要指运行在智能设备的应用程序
App Store	指	苹果公司 iTunes Store 中的一部分，为 iPhone、iPod Touch、iPad 用户提供服务的在线应用商店
Mac App Store	指	苹果公司为 Mac 机用户提供服务的在线应用商店
Google Play	指	由 Google 公司为 Android 设备开发的在线应用商店
Google Analytics	指	由 Google 对目标网站进行访问数据统计和分析，并提供多种

		参数供网站所有者使用
第三方软件推广平台	指	第三方软件推广平台是指通过互联网为软件开发商的在线销售提供营销推广服务，并按营销效果收取费用的专业机构
第三方支付平台	指	具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构，为实现从消费者到金融机构、商家的在线货币支付、资金清算等提供服务
第三方电子商务平台	指	独立于产品或服务的提供者和需求者，通过网络服务平台，按照特定的交易与服务规范，为买卖双方提供服务的电子商务公司
公司电子商务平台	指	本公司自建的一系列软件销售网站
YouTube	指	一家全球知名的视频分享网站
Video	指	视频
Audio	指	音频
PDF	指	Portable Document Format（便携文件格式），是由 Adobe 公司所开发的独特的跨平台文件格式
EPUB	指	Electronic Publication（电子出版），是一个自由的开放标准，属于一种可以“自动重新编排”的内容，即文字内容可以根据阅读设备的特性以最适于阅读的方式显示
Microsoft Office、Office	指	微软公司开发的一套办公软件，主要包括文字处理软件（Word）、表格处理软件（Excel）和演示文稿处理软件（PPT/PowerPoint）
Acrobat	指	Adobe 公司发布的用于编辑和阅读 PDF 格式文档的软件
HTML	指	HyperText Mark-up Language（超文本标记语言），构成网页文档的主要语言，可以通过浏览器解析为易于阅读的样式
RTF	指	Rich Text Format（富文本格式），具有兼容性好的特点
Text	指	计算机系统提供的记事本书写的文本格式，其后缀为“.txt”，当没有安装 Office 的情况下可以使用的系统自备的文字类编辑工具
UGC	指	User Generated Content，一种用户使用互联网的新方式，即由原来的以下载为主变成下载和上传并重。用户既是网络内容

		的浏览者，也是网络内容的创造者
JPG	指	一种电子图片格式 JPEG 的简称及后缀名
SOHO	指	Small Office Home Office, 指家居办公以及专门的自由职业者
Live-chat	指	线上即时聊天工具和方式
Newsletter	指	给特定读者定期寄发的产品资讯、广告、行业信息、通知等
CMMI-3	指	Capability Maturity Model Integration 3（能力成熟度模型集成三级），CMMI 为改进一个组织的各种过程提供了一个单一的集成化框架，有助于帮助软件企业对软件工程过程进行管理和改进
搜索引擎	指	根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索相关的信息展示给用户的系统
搜索引擎付费广告	指	一种通过在 Google 等搜索引擎投放关键字广告的付费网络推广方式，广告可以选择包括文字、图片及视频广告在内的多种形式，基于每次有效点击付费
搜索引擎优化	指	Search Engine Optimization，是一种利用搜索引擎的搜索规则提高网站在有关搜索引擎内排名的方式，无需就搜索排名向搜索引擎支付费用
MySQL	指	一个关系型数据库管理系统，由瑞典 MySQL AB 公司开发，目前属于 Oracle 公司
CMS	指	Content Management System（内容管理系统），是一种位于 Web 前端（Web 服务器）和后端办公系统或流程（内容创作、编辑）之间的软件系统
CDN	指	Content Delivery Network（内容分发网络），使用户可就近取得所需内容，解决网络拥挤的状况，提高用户访问网站的响应速度、缩短软件下载等待时间
H.26X	指	一系列音视频压缩编码技术标准，主要包括 H.261、H.263、H.264、H.265 等
MPEG	指	一种被广泛应用的音视频压缩国际标准，主要包括 MPEG 音

		视频和 MPEG 系统（音视频同步）3 个部分的标准
云计算	指	一种基于互联网的计算方式，提供可用的、便捷的、按需的网络访问服务
云存储	指	在云计算概念上延伸和发展出来的通过集群应用、网格技术或分布式文件系统等功能，将网络中大量各种不同类型的存储设备通过应用软件集合起来协同工作，共同对外提供数据存储和业务访问功能的一个系统
云端	指	采用应用虚拟化技术，集软件搜索、下载、使用、管理、备份等多种功能为一体，为网民搭建软件资源、软件应用和软件服务平台，改善目前软件获取和使用的方式
APEXTRANS™技术	指	发行人自主研发的一项技术，在万能转码技术基础上进行全面创新，多媒体文件由解析层分离后，智能匹配文件合成器，经由数据调度层调度，流经转码管理层，直接产生无图形图像损失的多媒体目的文件。可简称为“无损技术”
FAT 文件系统	指	File Allocation Table（文件分配表），微软公司在 DOS/Windows 系列操作系统中使用的 6 种（FAT12、FAT16、FAT32、NTFS、NTFS5.0 和 WINFS）不同的文件系统的一部分
exFAT	指	Extended File Allocation Table File System(扩展文件分配表)，微软公司在 Windows Embedded 5.0 以上（包括 Windows CE 5.0、6.0、Windows Mobile5、6、6.1）系统中引入的一种适合于闪存的文件系统
iOS DB	指	iOS 中某个 App 或系统的数据库文件
非线性编	指	非线性编辑，相对于传统上以时间顺序进行线性编辑而言。非线性编辑借助计算机来进行数字化制作，几乎所有的工作都在计算机里完成，不再需要那么多的外部设备，对素材的调用也是瞬间实现，不用反反复复在磁带上寻找，突破单一的时间顺序编辑限制，可以按各种顺序排列，具有快捷简便、随机的特性。非线性编辑系统使影视制作更为简便
HFS+	指	Hierarchical File System（分层文件系统），由苹果公司开发并使用在 macOS 上的文件系统，比其它文件系统所允许存储

		的数据更多
SaaS	指	Software-as-a-Service（软件即服务），一种通过 Internet 提供软件的模式，厂商将应用软件统一部署在自己的服务器上，客户可以根据自己实际需求，通过互联网向厂商订购所需的应用软件服务，按订购的服务多少和时间长短向厂商支付费用，并通过互联网获得厂商提供的服务

注：本招股说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

发行人声明：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、发行人基本情况

（一）发行人概况

公司名称：万兴科技股份有限公司

法定代表人：吴太兵

变更设立日期：2012年12月26日

注册资本：6,000万元

住 所：柳梧新区东环路以西、1-4路以北、1-3路以南、柳梧大厦以东8栋2单元6层2号

经营范围：电子计算机软件、网络、硬件及外部设备的技术开发、技术咨询（不含限制项目）；电子计算机软件、硬件、外部设备及计算机耗材的代理、销售（不含专营、专控、专卖商品）；家庭智能集成设备、移动智能设备的技术开发、技术咨询、技术服务；家庭智能集成设备、移动智能设备及耗材的销售（生产项目另行申办营业执照），经营进出口业务；信息服务业务；【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。】

（二）发行人设立情况

万兴科技股份有限公司是由万兴有限依法整体变更设立的股份有限公司。2012年12月，万兴有限以经大华审计的截至2012年9月30日的净资产为基准折为6,000万股，整体变更为深圳万兴信息科技股份有限公司。2012年12月26日，深圳市市场监督管理局核发了《企业法人营业执照》。2016年11月17日，公司迁址至西藏自治区拉萨市柳梧新区并更名为“万兴科技股份有限公司”。

（三）发行人主营业务情况

公司是一家主要从事消费类软件研发、销售及提供相应技术支持服务的国家级高新技术企业。

消费类软件是指围绕个人、家庭消费者应用而设计的与生活、娱乐、工作等相关的软件产品。公司的消费类软件产品以功能强大、性能稳定、界面新颖美观人性化、操作简捷流畅、性价比高为目标，定位于满足用户在使用个人电脑、移动智能设备以及其他软件过程的个性化需求。

公司自主研发并在售的软件产品达百余款，主要包括多媒体类、跨端数据管理类 and 数字文档类三大类，可广泛应用于个人电脑、平板电脑、智能手机等不同应用终端，适用 Windows、macOS、iOS、Android 等主要操作系统。

公司产品销售以线上渠道为主，自建多语言电子商务平台。经过 10 余年的发展，公司已在全球 200 多个国家和地区拓展了数以百万计的产品用户。2016 年度，公司主要电子商务平台的累计访问量达到 26,413.04 万人次，产品累计下载量达到 6,271.87 万次；2017 年 1-6 月，公司主要电子商务平台的累计访问量达到 17,312.93 万人次，产品累计下载量达到 4,180.48 万次。

庞大的用户群体和平台访问量为公司准确、快速分析用户需求奠定了坚实的基础。公司以自建的多语言电子商务平台为基础，全面整合网络营销渠道，与国际主要的搜索引擎运营商合作多年，具有较为丰富的网络营销经验。

二、控股股东及实际控制人

截至本招股说明书签署之日，公司总股本为 6,000 万股，吴太兵直接持有本公司 26.07% 的股权，通过亿兴投资间接持有本公司 10.78% 的股权，通过家兴投资间接持有本公司 2.28% 的股权，合计持有 39.13% 的股权。通过控股亿兴投资和家兴投资，吴太兵能够控制本公司 51.00% 的股权，系本公司控股股东及实际控制人，亿兴投资、家兴投资系吴太兵的一致行动人。

吴太兵先生，中国国籍，无永久境外居留权，1975 年生，工商管理专业硕士，中国软件行业协会第七届理事会理事、深圳市软件行业协会副会长。1996 年-2002 年历任中国建设银行郴州市分行系统工程师、深圳开发科技股份有限公司软件工程师、广州世纪龙信息网络有限公司产品经理、深圳市东软科技有限公司高级软件工程师，主要从事软件研发工作；2003 年筹建万兴有限，担任董事

长（或执行董事）、总经理；现任本公司董事长、总经理。

吴太兵是本公司前身万兴有限的创始人，是国内较早从事消费类软件研发的人员，有丰富的行业从业经验，对消费类软件行业有深刻的理解。

三、主要财务数据

经审计，本公司报告期内主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

科目名称	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
流动资产	8,234.70	9,686.23	8,237.78	7,649.41
固定资产	14,771.51	14,507.99	14,380.37	14,173.45
无形资产	1,644.08	1,855.07	402.57	332.61
资产合计	26,612.86	27,849.65	23,263.92	22,769.51
流动负债	5,096.50	5,302.91	3,212.16	3,704.81
非流动负债	107.17	139.50	204.17	2,389.28
负债总计	5,203.67	5,442.41	3,416.32	6,094.08
所有者权益	21,409.19	22,407.25	19,847.60	16,675.42

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

科目名称	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入	21,941.97	36,817.71	26,282.38	22,603.48
营业利润	3,373.83	5,098.67	5,055.24	4,632.32
利润总额	3,306.12	5,744.48	5,341.12	5,247.34
净利润	2,601.95	4,959.65	4,862.17	4,740.30
归属于母公司股东的净利润	3,466.78	6,348.53	4,990.67	4,740.30
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,494.05	5,765.36	4,731.61	4,185.64

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

科目名称	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
经营活动产生现金流量净额	3,079.16	6,839.87	6,661.99	5,996.28

投资活动产生现金流量净额	-1,029.53	-3,920.67	-1,361.21	-1,529.69
筹资活动产生现金流量净额	-3,600.00	-2,400.00	-4,932.80	-4,056.94
现金及现金等价物净增加额	-1,688.37	753.81	467.79	309.73

（四）主要财务指标

主要财务指标	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
流动比率	1.62	1.83	2.56	2.06
速动比率	1.40	1.67	2.49	2.02
资产负债率（母公司）	17.56%	15.67%	9.29%	22.36%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	7.68%	8.28%	2.03%	1.99%
每股净资产（元/股）	3.57	3.73	3.31	2.78
主要财务指标	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
应收账款周转率	15.95	33.90	29.95	18.05
存货周转率	3.12	11.33	18.10	8.36
息税折旧摊销前利润（万元）	4,048.59	6,758.46	6,222.47	5,853.65
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,466.78	6,348.53	4,990.67	4,740.30
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,494.05	5,765.36	4,731.61	4,185.64
利息保障倍数	-	-	58.52	22.97
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.51	1.14	1.11	1.00
每股净现金流量（元/股）	-0.28	0.13	0.08	0.05

四、募集资金的用途

本次发行成功后，所募集的资金将用于以下项目的投资建设：

单位：万元

序号	投资项目	总投资	拟投入募集资金	投入期	项目备案
1	万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目	24,894.32	24,894.32	36个月	深南山发改备案[2017]0024号
2	数据运营中心建设项目	4,484.00	4,484.00	24个月	[2017年度]柳管经备3号

3	补充营运资金项目	5,000.00	5,000.00	-	-
合计		34,378.32	34,378.32	-	-

上述项目资金的使用，按照轻重缓急的顺序安排。若本次实际募集资金小于上述项目投资资金需求，缺口部分由本公司自筹方式解决；若实际募集资金大于上述项目投资资金需求，则用于其他与主营业务相关的运营资金项目。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A股）
股票面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	不超过 2,000 万股，不低于发行后总股本的 25%。本次发行均为新股，原股东不公开发售股份
发行价格：	在向询价对象询价后，由董事会与保荐机构根据询价结果协商确定发行价格
发行市盈率：	【】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股盈利确定）
发行后每股盈利：	【】倍（每股收益按照【】年【】月【】日经审核的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后的总股本计算）
发行前每股净资产：	【】元/股（按经审计的【】年【】月【】日净资产除以本次发行前的总股本 6,000 万股计算）
发行后每股净资产：	【】元/股（在经审计后的【】年【】月【】日净资产的基础上考虑本次发行募集资金净额的影响）
发行市净率：	【】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式：	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或法律法规规定的其他方式
发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	采用余额包销方式
预计募集资金金额：	募集资金总额为【】万元，扣除发行费用后，募集资金净额【】万元

发行费用概算： 总额【 】万元，其中：
保荐及承销费用【 】万元
会计师费用【 】万元
律师费用【 】万元
信息披露及路演推介等费用【 】万元

二、本次发行的有关机构

- 1、 发行人： 万兴科技股份有限公司
法定代表人： 吴太兵
住所： 柳梧新区东环路以西、1-4路以北、1-3路以南、柳梧大厦以东8栋2单元6层2号
电话： 0891-6361168、0755-86665000
传真： 0891-6506329、0755-86117737
联系人： 孙淳
- 2、 保荐人（主承销商）： 华林证券股份有限公司
法定代表人： 林立
住所： 西藏自治区拉萨市柳梧新区察古大道1-1号君泰国际B栋一层3号
电话： 0755-82707777
传真： 0755-82707983
保荐代表人： 何书茂、赵桂荣
项目协办人： 于广忠
项目组成员： 贺小波、张勇、李亚平、唐程量
- 3、 发行人律师： 北京国枫律师事务所
负责人： 张利国
住所： 北京市东城区建国门内大街26号新闻大厦7层
电话： 010-66090088/88004488
传真： 010-66090016
经办律师： 郑超、崔白、刘厚阳
- 4、 申报会计师： 大华会计师事务所（特殊普通合伙）

- 法定代表人：梁春
- 住所：北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 12 层
- 电话：010-58350011
- 传真：010-58350006
- 经办注册会计师：邢敏、杨谦
- 5、资产评估机构：国众联资产评估土地房地产估价有限公司
- 法定代表人：黄西勤
- 住所：深圳市罗湖区深南东路 2019 号东乐大厦 1008 室
- 电话：0755-88832456
- 传真：0755-25132275
- 经办注册资产评估师：王文涛、邢贵祥
- 6、股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
- 地址：深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
- 电话：0755-25938000
- 传真：0755-25988122
- 7、申请上市证券交易所：深圳证券交易所
- 住所：深圳市福田区深南大道 2012 号
- 联系电话：0755-82083333
- 传真：0755-82083164
- 8、收款银行：
- 联系人：
- 联系地址：
- 电话：
- 传真：

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况

本公司与本次发行有关的保荐机构、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、发行日程安排

询价推介时间：【 】年【 】月【 】日

发行公告刊登日期：【 】年【 】月【 】日

申购日期：【 】年【 】月【 】日

缴款日期：【 】年【 】月【 】日

股票上市日期：发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发售的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文。

一、产品研发风险

快速创新的技术变革为软件行业的显著特点之一，软件产品更新换代快，用户对产品的需求不断变化。发行人必须时时跟踪国内外先进技术和应用领域需求的发展趋势，持续创新，不断增加产品的功能、提升产品的性能，推出新的产品和服务，以满足市场需求。

报告期内，公司研发的部分新产品获得消费者认可，带动营业收入的快速增长。但未来发行人若对市场需求把握出现偏差、未及时跟上软件行业快速创新的技术变革，新产品未能得到市场的广泛认同，将对公司经营产生不利影响。

二、人才流失风险

作为国内消费类软件领域规模较大的企业之一，公司的快速发展很大程度上取决于管理团队和员工的不断努力。公司拥有一支优秀的管理、研发和销售团队，为未来可持续发展奠定了良好的基础，通过采取有效的绩效奖励制度、人性化的管理机制和股权激励等方式，确保了管理人员和核心技术人员的稳定。

但软件行业在人力资源管理方面一般均面临人员流动大、知识结构更新快的挑战，行业内对高素质人才的竞争也日趋激烈。如果未来公司的人力资源政策不能满足公司发展的需要，难以吸引和稳定核心人员，造成人才流失，将可能降低公司竞争力，对公司发展造成不利影响。

三、产品推广依赖Google的风险

由于 Google 占国际搜索市场主要份额，因此，公司目前产品在全球的推广主要通过 Google 搜索引擎优化和 Google 付费广告进行。报告期内，公司通过

Google 搜索引擎优化和 Google 付费广告营销带来的流量占总流量的比重超过 50%。

公司电子商务平台网页流量是影响公司经营的关键指标之一，如果未来 Google 对其搜索引擎优化的排名算法和付费广告收费政策做出调整，而公司不能及时采取有效应对措施，将影响公司产品推广，增加广告营销费用，进而影响经营业绩。

四、公司收款结算渠道的风险

公司目前在线销售收款结算主要通过第三方支付平台，公司向其支付结算手续费。虽然公司对第三方支付平台的选择有较大自主权，但如果第三方支付平台对结算周期和结算手续费率等作出不利于公司的调整，而公司又不能及时找到合适的替代者，将对公司的经营业绩产生不利影响。此外，如第三方支付平台发生经营风险等情况，导致不能与公司结算货款，也将对公司造成经营损失。

五、产品被知名企业产品替代的风险

经过十余年的发展，公司在消费类软件领域具备较强研发及营销实力，但相对于全球知名软件企业，本公司仍存在较大差距。

知名企业主要专注于提供市场容量大的基础性、大众化软件产品，相对而言，其产品难以满足用户多样化、个性化的需求。而本公司对软件产品实施差异化定位，增强产品差异化功能和个性化设计，以提升用户使用体验，满足其个性化需求。因此，公司产品系对基础性和大众化软件的良好补充，双方不存在直接的竞争关系。

未来如果知名企业通过升级换代增强既有软件产品的功能和个性化设计，或者提供满足用户个性化需求的软件产品，将与公司产品直接竞争，因此存在本公司产品被其所替代导致销售下滑的风险。

六、终端厂商预装软件的风险

公司主要经营多媒体类、跨端数据管理类、数字文档类软件，满足用户的个性化需求。在国外市场上，部分个人电脑厂商、电信运营商、智能移动设备厂商（以下简称“终端厂商”）会提前在其销售的智能设备中预装软件。预装软件和智

能设备捆绑销售，与本公司主要通过互联网销售的销售模式存在较大差异。

尽管预装软件目前只存在于部分终端厂商提供的智能设备中，且预装软件类别和数量相对有限。但若未来更多智能设备销售时含有预装软件，且其类别和数量进一步增加、功能不断丰富，与发行人产品相互重叠，将直接影响用户对公司产品的需求，可能导致本公司经营业绩下滑。

七、全球经营的法律风险

公司为遍布全球的最终用户提供消费类软件产品，在香港、日本和加拿大共设立了四家子公司，在多个国家申请了域名并建立了营销网站。公司的业务受到不同国家法律和法规管辖，涉及税收、知识产权、隐私保护、不正当竞争和消费者权益保护等诸多方面。

尽管公司成立以来海外经营未受到过收入来源地的处罚，随着业务规模的进一步扩大，公司涉及的法律环境将会更加复杂，如果未来公司未能完全遵守产品销售地的法律或法规，则可能面临相应的处罚，从而影响公司在当地的经营。

八、境外收入来源国税收监管政策变化的风险

发行人通过互联网的模式向全球用户提供消费类软件产品，收入来源于全球各地。全球各地对跨境电子商务的税务监管政策有所差异，发行人收入的主要来源地区中，目前欧盟地区、澳大利亚和日本已对跨境电商向终端客户提供产品和服务征收增值税、商品及服务税或消费税等流转税。

发行人目前已经根据收入来源国的税收监管规定进行纳税申报，未来如收入来源国的税收政策发生变化，而发行人未能正确理解或及时根据税收政策的变化进行调整；或由于收入来源地区识别不准确，发行人未能准确根据收入来源国进行纳税申报，将可能被收入来源国采取税收监管措施，对发行人的经营造成重大不利影响。

九、海外市场拓展的风险

公司目前销售收入主要来源于北美洲的美国和加拿大、亚洲的日本、大洋洲的澳大利亚、欧洲的英国和德国等地。公司拥有丰富的海外营销经验，熟悉上述地区软件用户的文化、消费习惯，获得了良好的市场营销效果。

未来，公司在上述主要销售区域持续进行营销投入之外，将逐步加大力度拓展新兴市场，如俄罗斯、巴西、印度等。若公司在海外市场拓展过程中对当地消费者的文化、消费习惯等理解出现偏差，产品未能被当地消费者广泛接受，则市场开拓难以获得良好的效果，将对公司业务发展产生不利影响，公司海外市场拓展存在风险。

十、产品出现错误或故障而损害公司声誉的风险

软件产品在使用过程中，受多方面因素的影响，可能会出现错误或故障，公司在收到客户反馈的错误或故障后，将及时对错误或故障进行修复，保障产品的正常使用不受影响。

报告期内，客户使用公司产品过程中出现错误或故障的情况较少，且均得到及时的修复。如果未来公司未能及时修复产品出现的错误或故障，可能对客户体验造成不利影响，并导致客户停止使用公司产品，损害公司声誉，对公司的业务拓展造成不利影响。

十一、服务器和网络运行安全的风险

公司产品销售采用线上营销推广模式，通过自建的电子商务平台向全球用户提供消费类软件以及相关增值服务，日常经营所需的主要设备包括网络服务器等托管于专业的第三方服务机构，并向带宽供应商采购带宽资源。服务器和网络运行安全对公司日常经营至关重要。

公司已经制定完善的应急措施，以应对各类互联网突发情况，报告期内未因网络突发状况而遭受损失，但互联网安全运行受多方面因素影响，不排除未来可能由于服务器托管方或带宽运营方管理不善、公司日常经营所用的网络设施遭受恶意攻击而导致公司服务器或网络不能正常运行，对公司日常经营造成不利影响。

十二、知识产权的风险

作为一家以软件研发和销售为主营业务的企业，公司产品开发涉及大量软件技术的开发和应用，发行人拥有多项专利、计算机软件著作权以及非专利技术，并制定了严格的保密制度，报告期内未发生严重的被侵犯知识产权事件。但鉴于

软件易于复制的特性，如果公司的知识产权被侵犯，软件遭较大范围的盗版、仿冒或非法销售，将对公司经营产生不利影响。

公司目前技术储备主要来自于自主研发，但可能会对国际、国内相关成熟技术进行参考、借鉴和改良，并加以应用。虽然截至本招股说明书签署日，公司尚未因软件的知识产权遭受法律诉讼，但公司在参考、借鉴和改良技术过程中可能侵犯其他企业或个人申请的知识产权，存在由于知识产权纠纷而遭受法律诉讼被索取巨额赔偿的风险。

同时，公司的竞争对手以及其他人员也可能利用恶意的知识产权诉讼，影响公司的产品销售和推广，对公司正常经营造成不利影响。

十三、外汇风险

本公司消费类软件产品主要以境外销售为主，以美元、欧元、日元等多币种进行结算。目前，人民币实行有管理的浮动汇率制度，如果未来人民币对美元持续升值或浮动范围扩大，可能使本公司面临相应的汇率风险。

此外，随着公司业务范围的扩大、其他币种外币结算金额的增加，本公司也面临其他币种外币汇率风险。

十四、人力成本上升的风险

软件行业属于知识密集型产业，不仅需要较多高技能软件研发人员，还需要高素质营销和管理人员，行业内企业对人才的竞争推高了行业内的整体薪酬水平。人力成本是公司最主要的经营成本之一，占经营成本的40%以上，如果市场因素使单位人力成本的上升速度快于人均产值的增长速度，则公司将面临由于人力成本上升导致人均利润率下降的风险。

十五、公司快速发展带来的管理风险

报告期内公司业务规模和资产规模快速增长，行业地位不断提升。与此相适应，公司建立了较为完善的法人治理结构，制定了一系列行之有效的规章制度。本次发行后，随着募集资金的到位和投资项目的实施，公司总体经营规模将进一步扩大。这要求公司在战略投资、运营管理、财务管理、内部控制、募集资金管理等方面必须根据需要随时调整，以完善管理体系和制度、健全激励与约束机制

以及加强战略方针的执行力度。

如果公司管理层不能及时应对市场竞争、行业发展、经营规模快速扩张等内外环境的变化，将可能阻碍公司业务的正常推进或错失发展机遇，从而影响公司的长远发展。

十六、公司智能家居业务发展不及预期的风险

公司基于国内智能家居市场的增长前景，设立子公司深圳斑点猫从事智能家居业务，逐渐加大了对智能家居业务研发的资金支持，力图在智能家居市场立于优势地位，获得良好的投资回报。报告期内，智能家居业务研发及营销投入分别为 765.60 万元、1,051.22 万元、3,129.36 万元和 1,648.20 万元，持续的投入为公司带来了较丰富的技术及产品储备。但由于公司目前智能家居业务的产品尚处于研发试验阶段，未实现量产，导致深圳斑点猫处于亏损状态。

尽管智能家居行业属于市场热点，但由于市场需求和技术发展的不确定性，如深圳斑点猫智能家居产品未能按预期给公司带来效益，深圳斑点猫的持续、大额投入将对公司的整体业绩造成不利影响。

十七、募集资金投向风险

公司本次募集资金将按计划投入“万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目”、“数据运营中心建设项目”和“补充营运资金”三个项目，投资项目的顺利实施将丰富公司的产品种类、有效升级现有产品、增强研发实力并提升公司的营销和服务水平。尽管公司已对募投资金拟投资项目进行了充分的可行性研究和论证，但在项目实施及后期生产经营过程中可能会由于市场需求变化、产业政策调整、技术更新等因素导致项目不能按计划完成或无法达到预期收益。

十八、募投项目实施当年经营业绩下降的风险

发行人募集资金主要是用于招聘研发和销售人员以及购买办公楼和研发设备，募投项目的实施将增加公司的成本、费用。根据募投项目的可行性研究报告，公司募投项目将分三期投入，募投项目投入的第一年将产生折旧摊销费用 1,020.73 万元，招聘研发及销售计划投入 1,512.00 万元。

虽然公司对募投资金拟投资项目进行了充分的可行性研究和论证，预计募投

项目实施后将给公司带来较好的经济效益。但募投项目的实施受多方面因素的影响，如项目实施后无法达到预期的效果，新增的成本、费用将对公司经营业绩产生不利影响，甚至可能导致发行人经营业绩出现下滑。

虽然投入期内，发行人将根据项目收益情况适当调节投入资金，若项目收益低于预期，将减少招聘员工数量，减少广告营销投入，避免因募投项目未能实现业绩预期给公司利润造成负面影响。但发行人仍存在募投项目实施当年经营业绩下降的风险，甚至导致经营业绩大幅下滑 50%以上。

十九、净资产收益率下降的风险

2014年、2015年、2016年和2017年1-6月，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为28.66%、26.54%、27.13%和14.58%。本次发行成功后，将导致公司净资产大幅增长，而本次募集资金投资项目从建设到达产需要一段时间，因此公司存在因净资产增长较大而在短期内导致净资产收益率下降的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称：万兴科技股份有限公司

英文名称：Wondershare Technology Co., Ltd.

注册资本：6,000 万元

法定代表人：吴太兵

成立日期：2003 年 9 月 28 日

变更设立日期：2012 年 12 月 26 日

公司住所：柳梧新区东环路以西、1-4 路以北、1-3 路以南、柳梧大厦以东 8 栋 2 单元 6 层 2 号

邮政编码：850000

电 话：0891-6361168、0755-86665000

传 真：0891-6506329、0755-86117737

互联网址：<http://www.wondershare.cn>

电子信箱：zhengquan@wondershare.cn

负责信息披露和投资者关系的部门：董事会办公室

部门负责人：孙淳

联系电话：0891-6361168、0755-86665000

二、发行人设立情况

（一）发行人前身设立情况

发行人前身为万兴有限。2003 年 9 月 22 日，黄晓秋、吴太兵 2 位自然人以货币资金出资方式设立万兴有限，注册资本 50 万元，第一期出资 25 万元，其中黄晓秋出资 12.75 万元，吴太兵出资 12.25 万元。第二期出资 25 万元，其中黄晓秋出资 12.75 万元，吴太兵出资 12.25 万元。万兴有限于 2003 年 9 月 28 日取得

了注册号为 4403012123500 的《企业法人营业执照》。

设立时，万兴有限股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	股权比例
黄晓秋	25.50	51.00%
吴太兵	24.50	49.00%
合计	50.00	100%

（二）万兴有限设立后历次股权变动情况

序号	时间	股权变动情况				股权变动原因	定价依据
		转让方	受让方	转让比例	转让价格（万元）		
1	2005.12	万兴有限注册资本由 50 万元增加至 100 万元，新增 50 万元出资由吴太兵认缴				增加公司注册资本，提高公司经营实力	注册资本
2	2007.10	黄晓秋	吴太兵	12.50%	12.50	黄晓秋退出万兴有限；引进核心人才谢宏中	注册资本
			谢宏中	13.00%	13.00		
3	2008.04	吴太兵	张志轩	17.00%	17.00	引进核心人才张志轩	注册资本
		万兴有限注册资本由 100 万元增加至 200 万元，新增 100 万元出资由吴太兵、张志轩、谢宏中按出资比例缴纳					
4	2009.10	万兴有限注册资本由 200 万增加至 240 万元，新增 40 万元注册资本由华睿投资与宗佩民认缴，其中华睿投资出资 1,200 万元，认缴 32 万元的出资；宗佩民出资 300 万元，认缴 8 万元的出资；其余 1,460 万元出资计入资本公积				为满足公司营运资金周转需求，引进外部投资者华睿投资及其主要负责人宗佩民	万兴有限 12.66 倍市盈率
5	2009.12	万兴有限各股东以资本公积按原出资比例转增股本 1,460 万元，转增完成后，公司注册资本增加至 1,700 万元				增加公司注册资本	按原出资比例转增注册资本
6	2010.07	吴太兵	亿兴投资	15.20%	36.48	张志轩离职，转让股权用于日后员工股权激励	吴太兵、张志轩的投资成本
		张志轩		14.17%	34.01		
7	2010.10	吴太兵	傅宇权	2.00%	71.06	引进核心人才傅宇权、朱伟	净资产
			朱伟	1.00%	35.53		
8	2011.01	万兴有限注册资本由 1,700 万元增加至 2,073.18 万元。新增出资由张愚以 774.35 万元认缴，其中 373.18 万元计入万兴有				收购张愚创办的珠海斑点猫，引进核心人才张愚	净资产

序号	时间	股权变动情况				股权变动原因	定价依据
		转让方	受让方	转让比例	转让价格（万元）		
		限注册资本，其余 401.17 万元计入资本公积					
9	2011.04	谢宏中	吴太兵	2.88%	120.10	谢宏中离职	净资产
10	2011.05	谢宏中	华睿投资	6.00%	1,800	谢宏中离职	万兴有限 16.82 倍市盈率
		吴太兵	家兴投资	5.00%	209.94	转让股权用于日后员工股权激励	净资产
			渠成	0.50%	20.99	收购渠成持有耐特康赛的股权，引进核心人才渠成	
11	2011.05	张愚	渠成	0.50%	20.99	收购渠成持有耐特康赛的股权，引进核心人才渠成	净资产
12	2011.06	万兴有限注册资本由 2,073.18 万元增加至 2,418.71 万元，新增和谐成长为股东，由和谐成长对万兴有限投资 5,000 万元，其中 345.53 万元计入万兴有限注册资本，其余 4,654.47 万元计入资本公积				为满足公司营运资金周转需求，引进外部投资者和谐成长	发行人 16.82 倍市盈率
13	2012.01	渠成	吴太兵	0.86%	41.98	因对耐特康赛的收购整合未达到预期，万兴有限将所持耐特康赛的股权全部转让给渠成，渠成退出万兴有限	渠成的投资成本
14	2012.09	张愚	孙淳	0.50%	41.24	员工股权激励	净资产
			梁英智	0.50%	41.24	员工股权激励	
		吴太兵	陈江江	0.50%	41.24	员工股权激励	净资产
			朱伟	0.25%	20.85	员工股权激励	
15	2012.12	整体变更为股份公司，注册资本由 2,418.71 万元增至 6,000 万元					

公司各股东的出资方式均为货币出资，且均为自有合法资金。公司所有股东的股权均为其真实持有，不存在代持的情形。

公司股东在发行人历次股权转让、转增股本、利润分配及整体变更为股份公司的过程中，已履行相应的纳税义务。

（三）股份公司设立情况

本公司是由万兴有限整体变更设立的股份有限公司。

2012 年 11 月 20 日，万兴有限股东会决议，以截至 2012 年 9 月 30 日经审

计的账面净资产 89,853,713.43 元，按 1:0.67 的比例折合为股份公司注册资本 6,000 万元，整体变更为深圳万兴信息科技股份有限公司。2012 年 12 月 26 日，发行人在深圳市市场监督管理局对其股份公司的设立登记进行了备案，领取了注册号为 440301102943337 的《企业法人营业执照》。

整体变更为股份公司时，公司股权结构如下：

股东名称	持股数量（万股）	股权比例
吴太兵	1,564.29	26.07%
亿兴投资	1,238.57	20.64%
华睿投资	870.71	14.51%
和谐成长	857.14	14.29%
张愚	840.04	14.00%
家兴投资	257.15	4.29%
宗佩民	140.43	2.34%
傅宇权	84.34	1.41%
朱伟	57.34	0.96%
陈江江	30.00	0.50%
梁英智	30.00	0.50%
孙淳	30.00	0.50%
合计	6,000.00	100%

整体变更时，万兴有限拥有的资产权属证明和资质证明主要为无形资产，整体变更后发行人积极办理相关资产权属证明文件、业务资质文件更名和重新申请手续，如：办理了知识产权更名手续；办理了工商、税务、社保、海关、银行等机构文件更名手续；增值电信业务经营许可证更名手续等。

截至目前，除发行人对不再使用的部分商标等无形资产予以放弃且未进行更名手续办理，其余主要资产均办理了更名手续。

三、发行人设立以来重大资产重组情况

（一）同一控制下企业合并

1、收购深圳复兴 100%股权

（1）深圳复兴基本情况

深圳复兴定位于研发和销售消费类软件产品，主要产品为影像娱乐平台、拍拍乐等。与万兴科技主要目标市场在境外不同，深圳复兴软件产品主要销售给国内市场用户。被收购前，深圳复兴注册资本 200 万元，吴太兵出资 169 万元，持有 84.50%的股权，是深圳复兴的实际控制人；谢宏中出资 29 万元，持有 14.50%的股权；宋宏伟出资 2 万元，持有 1%的股权。

（2）收购深圳复兴的背景及履行的程序

为避免出现同业竞争并整合资源，2008 年 6 月 23 日，万兴有限股东会决议通过，分别以 103 万元、15 万元、1 万元收购吴太兵、谢宏中、宋宏伟所持深圳复兴 84.50%、14.50%、1.00%的股权。本次收购以深圳复兴账面净资产 119.90 万元为定价依据，支付收购对价共计 119 万元（以上数据未经审计）。

2008 年 6 月 23 日，深圳复兴召开股东会，同意上述股权转让事项。2008 年 6 月 25 日，万兴有限分别与吴太兵、谢宏中、宋宏伟签订《股权转让协议书》。2008 年 7 月 2 日，深圳复兴办理完毕工商变更手续。本次收购为同一控制下企业合并，收购完成后，万兴有限持有深圳复兴 100%的股权。

（3）深圳复兴目前存续状况

为简化组织结构、提高管理效率、降低运营成本，在整合深圳复兴主要业务的基础上，公司决定注销深圳复兴，2012 年 12 月 21 日，深圳复兴办理完成工商注销手续。

（二）非同一控制下企业合并

1、收购珠海万兴 100%股权

（1）珠海万兴基本情况

珠海万兴原名珠海斑点猫，定位于个人电脑系统优化类软件的研发和销售，主要产品为系统优化工具类软件，产品包括 PowerSuite、BootSuite、Password Kit 等，销售市场主要为欧美等海外市场，具有较强的互联网营销能力。被收购前，珠海斑点猫注册资本为 50 万元，张愚持有其 100%的股权。

（2）收购珠海万兴的背景及履行的程序

珠海斑点猫与万兴有限的目标市场和客户群体相似度高，研发领域和主要产

品各有专长，营销渠道和销售模式互补性强。为了增强万兴有限的海外营销和研发能力、快速丰富公司软件产品种类，2010年12月25日，万兴有限股东会决议通过，在珠海斑点猫2010年11月30日经审计净资产95.86万元的基础上溢价64.14万元，以160万元货币资金收购珠海斑点猫100%的股权。

2010年12月29日，万兴有限与张愚签订了《股权转让协议》。2011年3月2日，珠海斑点猫完成工商登记变更手续，成为发行人的全资子公司。

（3）珠海万兴目前存续状况

为了简化组织架构、提高管理效率、降低运营成本，在整合珠海万兴主要业务和资产的基础上，公司决定注销珠海万兴，2014年1月17日，珠海万兴注销登记获得珠海市工商行政管理局核准。

2、收购耐特康赛51%股权

（1）耐特康赛基本情况

耐特康赛是一家以搜索引擎优化为主，结合搜索引擎付费广告、社会化媒体营销和整体网络营销策划为一体的综合性网络营销公司，主要为电子商务企业提供搜索引擎营销服务。被收购前，姜嘉琪出资25.34万元，持有耐特康赛63.36%的股权；渠成出资14.66万元，持有耐特康赛36.64%的股权。

（2）收购耐特康赛的背景及履行的程序

为了借助耐特康赛搜索引擎优化技术资源，增强公司网络营销能力，拓展公司网络营销的广度和深度，万兴有限决定溢价收购耐特康赛股权。2011年1月12日，万兴有限股东会决议通过，按照每份出资额17.05元为定价依据，以200万元认购耐特康赛新增的11.72万元注册资本，溢价部分188.28万元计入资本公积，同时以250万元的价格受让渠成所持耐特康赛的股权。此次股权增资和转让后，万兴有限、姜嘉琪分别持有耐特康赛51.00%、49.00%的股权。

2011年1月26日，万兴有限根据上述股东会决议，与渠成、姜嘉琪、耐特康赛签订了《增资及股权转让协议》。2011年5月16日，耐特康赛召开股东会，同意上述股权转让及增资事项。2011年5月26日，耐特康赛完成工商登记变更手续，成为万兴有限的控股子公司。

（3）退出耐特康赛的原因

由于未实现收购预期，经协商，2012年1月20日，万兴有限将所持耐特康赛51.00%股权转让给耐特康赛原股东渠成，转让价格为680万元，较2011年投资耐特康赛金额450万元溢价230万元。基于电子商务行业良好的发展态势、耐特康赛客户资源的增加及其市场地位的不断提高，渠成认可耐特康赛的长期发展，同意溢价收购股权。上述股权转让价格公允，至此万兴有限不再持有耐特康赛股权。

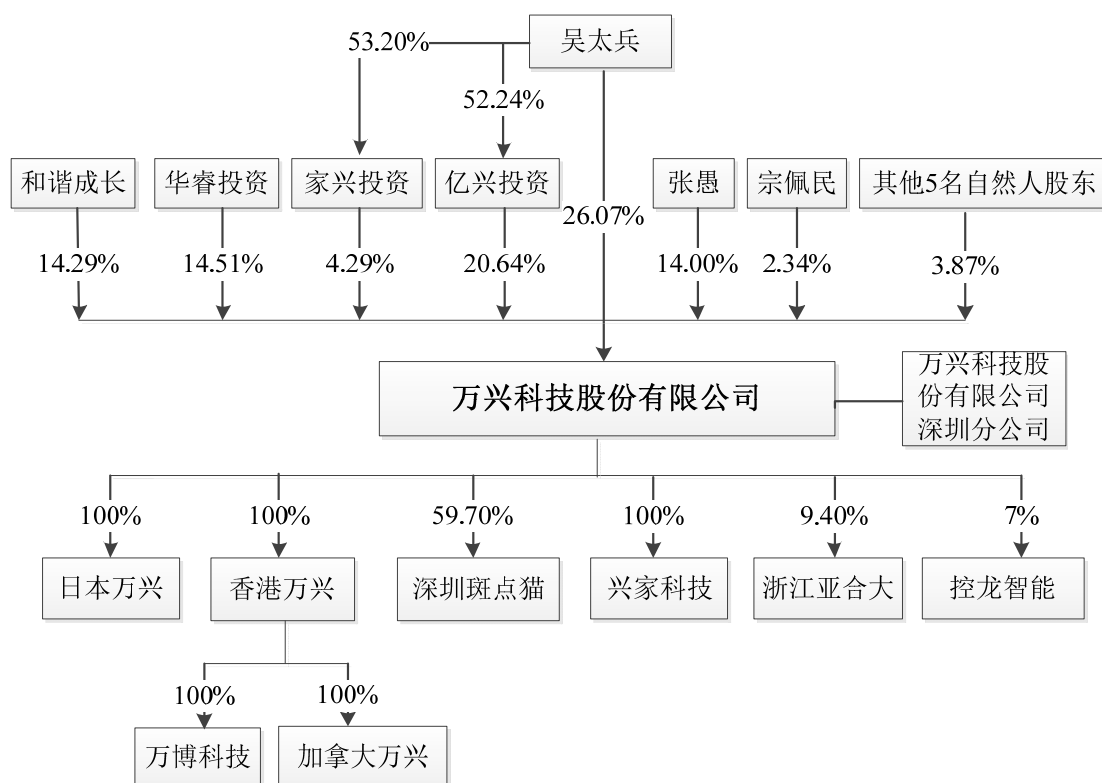
四、发行人的股权结构

（一）发行人股东及股权

截至本招股说明书签署之日，本公司股东及股权情况如下：

股东名称	持股数量（股）	持股比例
吴太兵	15,642,850	26.07%
亿兴投资	12,385,690	20.64%
华睿投资	8,707,120	14.51%
和谐成长	8,571,430	14.29%
张愚	8,400,370	14.00%
家兴投资	2,571,450	4.29%
宗佩民	1,404,300	2.34%
傅宇权	843,430	1.41%
朱伟	573,360	0.96%
孙淳	300,000	0.50%
梁英智	300,000	0.50%
陈江江	300,000	0.50%
合计	60,000,000	100%

（二）发行人的股权结构图



1、和谐成长

和谐成长设立于2010年8月26日，注册资本360,500万元，实收资本360,500万元，注册地址为北京市海淀区海淀北二街8号6层710-39室，执行事务合伙人为北京和谐天成投资管理中心（有限合伙），经营范围为：项目投资；投资管理；资产管理。和谐成长的实际控制人为林栋梁、杨飞二人。

截至2017年6月30日，和谐成长合伙人出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类型	出资额	出资比例
1	全国社会保障基金理事会	有限合伙人	120,000	33.29%
2	中国科学院控股有限公司	有限合伙人	70,000	19.42%
3	北京国有资本经营管理中心	有限合伙人	35,000	9.71%
4	北京股权投资发展中心（有限合伙）	有限合伙人	24,000	6.66%
5	重庆天使投资引导基金有限公司	有限合伙人	20,000	5.55%
6	国创开元股权投资基金（有限合伙）	有限合伙人	20,000	5.55%
7	天津泰达股份有限公司	有限合伙人	10,500	2.91%
8	天津歌斐鑫股权投资基金合伙企业（有限	有限合伙人	10,000	2.77%

序号	合伙人名称	合伙人类型	出资额	出资比例
	合伙)			
9	杭州市产业发展投资有限公司	有限合伙人	10,000	2.77%
10	北京和谐爱奇投资中心（有限合伙）	有限合伙人	8,750	2.43%
11	天津歌斐基业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	7,000	1.94%
12	无锡国联金融投资集团有限公司	有限合伙人	7,000	1.94%
13	中关村科技园区海淀园创业服务中心	有限合伙人	5,000	1.39%
14	北京中关村创业投资发展有限公司	有限合伙人	5,000	1.39%
15	天津歌斐兴业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,500	0.97%
16	上海市杨浦区金融发展服务中心	有限合伙人	3,000	0.83%
17	北京和谐天成投资管理中心（有限合伙）	普通合伙人	1,750	0.49%
合计			360,500	100%

和谐成长的股权结构如下：

和谐成长股权结构表

出资比例单位：%

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
1	北京和谐天成投资管理中心（有限合伙）	0.49	1	和谐爱奇投资管理（北京）有限公司	10.00	林栋梁、李建光、杨飞三人		自然人				
			2	北京和谐爱奇投资中心（有限合伙）	90.00	见本表格“2”						
2	北京和谐爱奇投资中心（有限合伙）	2.43	1	和谐爱奇投资管理（北京）有限公司	20.00	林栋梁、李建光、杨飞三人		自然人				
			2	西藏和谐投资管理有限公司	80.00	林栋梁、李建光、杨飞三人		自然人				
3	全国社会保障基金理事会	33.29	国务院		行政机关							
4	中国科学院控股有限公司	19.42	1	中国科学院	国务院		行政机关					
5	中关村科技园	1.39	1	中关村科技园区海淀	事业单位							

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
	区海淀园创业服务中心			园管理委员会								
6	上海市杨浦区金融发展服务中心	0.83	1	上海市杨浦区金融服务办公室						行政机关		
7	北京股权投资发展中心（有限合伙）	6.66	1	北京京国管投资管理有限公司	0.01	1	北京京国管置业投资有限公司	50	1	北京国有资本经营管理中心		见本表格“7/2”
						2	北京京国管置业管理有限公司	50	1	北京国有资本经营管理中心		见本表格“7/2”
			2	北京国有资本经营管理中心	99.99	1	北京市人民政府国有资产监督管理委员会		国资委			
8	北京国有资本经营管理中心	9.71								见本表格“7/2”		
9	重庆天使投资引导基金有限公司	5.55	1	重庆科技金融集团有限公司		1	重庆市人民政府			行政机关		
10	天津泰达股份有限公司	2.91								上市公司（000652）		
11	杭州市产业发展投资有限公司	2.77	1	杭州市金融投资集团有限公司	100	1	杭州市人民政府			行政机关		
12	无锡国联金融投资集团有限公司	1.94	1	无锡市国联（发展）集团有限公司	100	1	无锡市人民政府			行政机关		
13	国创开元股权投资基金（有限合伙）	5.55								见本表格之附表一		
14	天津歌斐鑫股权投资基金合伙企业（有限合伙）	2.77								见本表格之附表二		
15	天津歌斐基业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	1.94								见本表格之附表三		
16	北京中关村创业投资发展有限公司	1.39								见本表格之附表四		
17	天津歌斐兴业股权投资基金	0.97								见本表格之附表五		

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
	合伙企业（有限合伙）											

附表一：国创开元股权投资基金（有限合伙）股权结构

国创开元股权投资基金（有限合伙）持有和谐成长 5.55%的出资额。

其中，国创开元股权投资基金（有限合伙）的直接股东（出资人）为华为投资控股有限公司（持有 0.53%的出资额）、雨润控股集团有限公司（持有 0.56%的出资额）、国开开元股权投资基金管理有限公司（持有 1.00%的出资额）、南京市城市建设投资控股（集团）有限责任公司（持有 1.50%的出资额）、昆山国创投资集团有限公司（持有 2.00%的出资额）、江西省铁路投资集团公司（持有 2.00%的出资额）、苏州国际发展集团有限公司（持有 3.00%的出资额）、江苏交通控股有限公司（持有 4.50%的出资额）、苏州元禾控股股份有限公司（持有 10.00%的出资额）、国开金融有限责任公司（持有 35.50%的出资额）、厚瑞股权投资有限公司（持有 39.41%的出资额）等十一家企业法人。国创开元股权投资基金（有限合伙）的直接股东（出资人）的股权结构如下：

1、华为投资控股有限公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	备注
1	华为投资控股有限公司工会委员会	98.99%	社会团体法人
2	任正非	1.01%	自然人

2、雨润控股集团有限公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	备注
1	祝义财	100%	自然人

3、国开开元股权投资基金管理有限公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	备注
1	国开金融有限责任公司	70%	见附表一“10”
2	苏州元禾控股股份有限公司	30%	见附表一“9”

4、南京市城市建设投资控股（集团）有限责任公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	备注
1	南京市国有资产管理委员会	100%	国资委

5、昆山国创投资集团有限公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	备注
1	昆山市政府国有资产监督管理办公室	100%	国资委

6、江西省铁路投资集团公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	备注
1	—	100%	全民所有制企业

7、苏州国际发展集团有限公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	备注
1	苏州市国有资产管理委员会	100%	国资委

8、江苏交通控股有限公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	备注
1	江苏省人民政府	100%	行政机关

9、苏州元禾控股股份有限公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	备注
1	苏州工业园区国有资产控股发展有限公司	30%	1	苏州工业园区管委会	行政机关
2	苏州工业园区经济发展有限公司	70%	1	苏州工业园区管委会	行政机关

10、国开金融有限责任公司的股权结构

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	备注
1	国家开发银行股份有限公司	100%	1	财政部						
			2	中央汇金投资有限责任公司	1	中国投资有限责任公司	100%	1	国务院	行政机关

11、厚瑞股权投资有限公司的股权结构

厚瑞股权投资有限公司的股东有两名，分别为国开瑞明（北京）投资基金有限公司（持有 50.24%的股权）、国开厚德（北京）投资基金有限公司（持有 49.76%的股权）。

(1) 国开厚德（北京）投资基金有限公司

出资比例单位：%

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
1	北京首都农业集团有限公司	14.49	1	北京国有资本经营管理中心	100	1	北京市人民政府国有资产监督管理委员会	100	国资委			
2	哈尔滨合力投	11.59	1	哈尔滨经济技术	63.16	1	国资委					

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
	资控股有限公司			开发区管理委员会 国有资产管理 局								
			2	云谷投资控股 (集团)有限公 司	36.84	1	哈尔滨经济技术 开发区管理委员 会国有资产管理 局	100	国资委			
3	西安开源国际 投资有限公司	11.59	1	陕西煤业化工集 团有限责任公司	100	1	陕西省人民政府 国有资产监督管 理委员会	100	国资委			
4	湖北华生置业 有限公司	8.70	1	武汉世纪龙源房 地产开发有限公 司	13.16	1	湖北华生房地产 开发有限公司	99.50	张庆祝、何 银先两名自 然人	自然人		
						2	张庆祝	0.50	自然人			
			2	国开发展基金有 限公司	12.28	1	国家开发银行股 份有限公司	100	见附表一“10”			
			3	湖北瑞恒丰矿业 资源有限公司	24.56	1	武汉世纪龙源房 地产开发有限公 司	99.50	见本表格“4/1”			
						2	张庆祝	0.50	自然人			
			4	湖北宏丰达贸易 有限公司	24.56	1	武汉世纪龙源房 地产开发 有限公司	99.30	见本表格“4/1”			
						2	张庆祝、何正红、 吴朝辉三名自然 人	0.70	自然人			
			5	武汉中福建筑工 程有限公司	25.44	1	武汉世纪龙源房 地产开发有限公 司	99.50	见本表格“4/1”			
						2	张庆祝	0.50	自然人			
			5	芜湖市建设投 资有限公司	8.70	1	芜湖市国有资产 监督管理委员会	100	国资委			
6	辽宁春成工贸 (集团)有限 公司	4.35	1	王春平、王桂云、 闫凤杰、秦军等 九名自然人	100	自然人						
7	四川省达州钢 铁集团有限责 任公司	2.90	1	深圳品牌实业集 团有限公司	70	1	深圳市同壮投资 顾问有限公司	100	吴进良、吴 叶娇两名自 然人	自然人		

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
			2	达州市金益实业发展有限公司	30	1	江善明、李康孜、何晓霞、苏继新等二十五名自然人 ¹				自然人	
8	河南光彩集团发展有限公司	2.90	1	赵明、刘国和、申霖、程相甫四名自然人 100							自然人	
9	大汉控股集团有限公司	2.90	1	付胜龙、速卫玲、付东哲三名自然人	100		自然人					
10	西藏新风祥光明投资合伙企业（有限合伙）	2.90	1	新风祥光明投资管理有限公司	1	1	刘志光、刘志明两名自然人	100		自然人		
			2	刘志光、刘志明两名自然人	99		自然人					
11	浙江正泰电器股份有限公司	2.90		上市公司（601877）								
12	河南龙成集团有限公司	2.90	1	朱书成、闫荣浩、陈元奎、白金立、朱新文、江从伟、张立新、黄国强八名自然人							自然人	
13	宁夏天元国开投资有限公司	2.90	1	中宁县丰和实业有限公司	100	1	深圳前海义浩国际贸易有限公司	50.27	1	贺叶芳、杜炜琳两名自然人	自然人	
						2	上海百戎国际贸易有限公司	49.73	1	李国平、曹芹两名自然人	自然人	
14	福州宏龙海洋水产有限公司	2.61	1	福建亿海投资有限公司	75	卓龙杰、曾丽妃两名自然人				自然人		
			2	高体琪、陈程两名自然人	25	自然人						
15	庞大汽贸集团股份有限公司	1.74		上市公司（601258）								
16	南山集团资本投资有限公司	1.45	1	南山集团有限公司	100	1	龙口市东江镇南山村村民委员会	51	村民委员会			
						2	宋作文	49	自然人			
17	海亮集团有限公司	1.45	1	宁波哲韬投资控股有限公司	40.26	1	浙江众义达投资有限公司	31.60	冯海良、朱爱花两名自然人		自然人	
						2	冯海良、唐鲁、朱	68.40	自然人			

¹ 达州市金益实业发展有限公司的股东为江善明、李康孜、何晓霞、苏继新、刘亚辉、何志军、李元廷、王国祥、蒋胜元、覃雄、杜国权、王锋、邱达全、代国强、余家东、唐春、张明、李泽华、杨磊、王必强、王黎明、石仕强、苟明国、许正平等 25 人。

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
							张泉、蒋利荣、钱昂军、季丹阳、曹建国、汪鸣八名自然人					
			2	宁波敦士投资有限公司	9.30		冯海良、朱爱花、唐鲁、钱昂军、朱张泉五名自然人				自然人	
			3	冯海良、唐鲁、朱张泉、蒋利荣、钱昂军、曹建国、汪鸣七名自然人	50.44						自然人	
18	钦州市开发投资集团有限公司	1.45	1	钦州市人民政府国有资产监督管理委员会	100						国资委	
19	安徽全威铜业控股有限公司	1.45	1	深圳正威(集团)有限公司	未公开	1	王文银、刘结红	100			自然人	
			2	深圳市诚威新材料有限公司	未公开	1	王文银	9			自然人	
						2	深圳正威(集团)有限公司	91			见本表格“19/1”	
20	四川海特高新技术股份有限公司	1.45									上市公司（002023）	
21	江苏博汇纸业股份有限公司	1.45	1	山东博汇纸业股份有限公司	未公开						上市公司（600966）	
			2	山东博汇浆业有限公司	未公开	1	山东博汇纸业股份有限公司				上市公司（600966）	
22	北京建龙重工集团有限公司	1.45	1	北京建龙投资有限公司	94	1	张志祥、张伟祥、陶忠海三名自然人				自然人	
			2	北京山水永明投资有限公司	6	1	李明东、苑占永两名自然人				自然人	
23	辅仁药业集团有限公司	1.45	1	河南辅仁控股有限公司	100	1	朱文臣、朱成功、朱文亮、朱文玉、朱景升五名自然人				自然人	
24	河南济源钢铁(集团)有限公司	1.45	1	河南能源化工集团有限公司	未公开	1	河南省人民政府国有资产监督管理委员会				国资委	
			2	济源市民安投资有限公司	未公开	1	济源市平安科技有限公司	50.6%		韩爱琴、李玉田两名自然人		自然人

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
						2	梁超、刘建新、吕振良、周为民等十二名自然人 ²	49.4%			自然人	
			3	河南济源钢铁投资控股有限公司	未公开	1	河南济源钢铁（集团）有限公司工会委员会	未公开			工会组织	
						2	李玉田、李全国、梁超、杜玉柱等十三名自然人 ³	未公开			自然人	
25	厦门鼎利通投资管理有限公司	1.45	1	福建华融黄金珠宝集团有限公司	100	1	邱秀参、李贤锡两名自然人				自然人	
26	云南曲靖越钢控股集团有限公司	1.45	1	赵应明、张英、阳家明等四十四名自然人 ⁴							自然人	

(2) 国开瑞明（北京）投资基金有限公司

国开瑞明（北京）投资基金有限公司共有股东三十八名，具体情况如下：

出资比例单位：%

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
1	邢杉	6.8													自然人
2	四川汉龙（集团）有限公司	6.8	1	刘一帆、刘小平、刘耕、杨雪四名自然人	100										自然人
3	日照钢铁控股集团有限公司	6.8	1	京华日钢控股集团有限公司	100	1	杜双化	100							自然人

²济源市民安投资有限公司共有梁超、刘建新、吕振良、周为民、李全国、杜玉柱、牛应芝、王俊锋、王方军、王维、赵红军、陈建十二名自然人股东。

³河南济源钢铁投资控股有限公司共有李玉田、李全国、梁超、杜玉柱、刘建新、周为民、吕振良、王方军、牛应芝、王维、王俊锋、赵红军、李亚民等十三名自然人股东。

⁴云南曲靖越钢控股集团有限公司的股东为赵应明、张英、阳家明、曾雪娟、桂谷祥、太启荣、李福洲、王开乔、何平、黄玉庚、潘正刚、张合云、刘通、何福生、王贤良、郭长富、蒋鸿、范全普、苏鸿、王启国、李洪周、龚正川、王华远、王春华、詹洪华、赵林坤、张爱华、崔林、赵建平、周永顺、余绍真、高勤方、邹兴华、陈石中、赵应昌、徐纯明、赵光宪、唐忠云、祝斌、尹长生、郭红、胡崇锦、余永国、徐学荣等四十四人。

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
4	北京兆泰集团股份有限公司	6.8	1	深圳市韦源投资发展有限公司	33.86	1	穆麒麟、王全、尤泽翰三名自然人	100	自然人						
			2	穆麒麟、梁嘉庭、尤泽翰等二十四名自然人 ⁵	66.14	自然人									
5	四川省川威集团有限公司	4.42	1	四川省鼎晟物贸有限公司	21.95	1	四川易顺达投资有限公司	35	见本表格“5/2/1”						
						2	四川省鑫宏物资贸易有限公司	65	见本表格“5/2”						
			2	四川省鑫宏物资贸易有限公司	32.14	1	四川易顺达投资有限公司	100	1	四川易威立投资有限公司	30	1	石银君、谢建国等十二名自然人 ⁶	自然人	
									2	四川锦通投资有限公司	70	1	王劲、杨健两名自然人	自然人	
3	王思中、王劲、杨健、吴文	45.91	自然人												

⁵北京兆泰集团股份有限公司共有穆麒麟、梁嘉庭、尤泽翰、王全、徐军、李香山、刘国伟、周建萍、朱皓宇、徐文华、徐蕊华、周杰、崔景龙、曹燕生、李桂玲、温桂萍、董立平、董菊媛、谢桂芹、谷守义、赵秀运、赵红香、边玉健、邬金彩等二十四名自然人股东。

⁶四川易威立投资有限公司共有石银君、谢建国、王思中、余兴元、王劲、张远贵、陈鹏、何发荣、李和胜、袁勇、周敬、杨健、陈铁军十三名自然人股东。

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
				东、张远贵、蒋朝明、余兴元、石银君、李和胜九名自然人											
6	安徽思翼投资管理有限公司	3.40	1	国开厚德（北京）投资基金有限公司	100	见之附表一“11/（1）”									
7	金安桥水电站有限公司	3.40	1	云南金沙江中游水电开发有限公司	12	见附表一“11/（2）/①云南金沙江中游水电开发有限公司”									
			2	汉能控股集团有限公司	80	1	李河君	40	自然人						
						2	北京华勤高科贸易有限公司	30	1	李河君、张森两名自然人	自然人				
						3	广东东江电力开发有限公司	30	1	武馨	1.97	自然人			
2	北京建煌电力投资有限公司	98.03	李河君、张森两名自然人		自然人										
3	云南省能源投资集团有限公司	8	见附表一“11/（2）/①/云南金沙江中游水电开发有限公司/云南省能源投资集团有限公司”												
8	广东清能发电集团有限公司	3.40	1	青岛佰旺矿业有限公司	63.5	1	太古能源投资有限公司	70	叶秀南、黄优异两名自然人				自然人		
						2	大众通	30	叶秀南、王春生两名自然人				自然人		

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
							信技术有限公司			名自然人					
			2	北京建煌电力投资有限公司	20					见本表格“7/2/3/2”					
			3	汉能控股集团有限公司	16.5					见本表格“7/2”					
9	兰州瑞新股权投资有限责任公司	3.40	1	兰州市城市发展投资有限公司	100	1	兰州建设投资（控股）集团有限公司	100	1	兰州投资（控股）有限公司	100	1	兰州市人民政府国有资产监督管理委员会	国资委	
10	无锡开瑞投资有限公司	3.40	1	国开厚德（北京）投资基金有限公司	100					见附表一“11/（1）”					
11	浙江盾安实业有限公司	3.40	1	国开厚德（北京）投资基金有限公司	100					见附表一“11/（1）”					
12	武汉中诚利企业管理咨询有限公司	3.40	1	国开厚德（北京）投资基金有限公司	100					见附表一“11/（1）”					
13	吉林世杰铝业有限公司	2.04	1	北京维宝世捷投资顾问有限公司	100	1	李鲁蒙、崔鸥两名自然人	100		自然人					

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
14	王靖	1.70	自然人												
15	辽宁安华房地产开发有限公司	1.70	1	李铁文	100	自然人									
16	南宁新技术产业建设开发总公司	1.70	1	南宁高新技术产业开发区管理委员会	未公开	行政机关									
			2	南宁新技术产业开发区办公室	未公开	行政机关									
17	浙江盾安实业有限公司	1.70	1	盾安控股集团有限公司	100	1	浙江盾安创业投资有限公司	40	1	姚新义、姚新泉两名个自然人	自然人				
						2	姚新义、姚新泉两名自然人	60	自然人						
18	亳州市创新创业投资有限公司	1.70	1	安徽安诚金融控股集团有限公司	100	1	建安投资控股集团有限公司	100	1	亳州市国有资产监督管理委员会	100	国资委			
19	大连一方集团有限公司	1.70	1	大连一方山川控股有限公司	40	1	张佳凤、孙舰两名自然人	100	自然人						
			2	大连一方新地投资有	60	1	孙喜双、孙舰两名自然	100	自然人						

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
				有限公司			人								
20	吉林省长白山开发建设（集团）有限责任公司	1.70	1	长白山管委会国有资产监督管理委员会	100					国资委					
21	天津市金地城市建设有限公司	1.70	1	天津市宝坻区人民政府国有资产监督管理委员会	100					国资委					
22	通辽市泰和土地收储有限责任公司	1.70	1	通辽市土地储备交易中心	100					行政机关					
23	龙光基业集团有限公司	1.70	1	汕头市泰富投资发展有限公司	25	1	纪建德、姚耀家两名自然人	100		自然人					
			2	纪海鹏、姚美端、姚耀林、纪建德四名自然人	75				自然人						
24	广东鸿高建设集团有限公司	1.70	1	广东鸿发投资集团有限公司	97.01	1	麦照容、麦照平、曾群带、麦燕娣四名自然人	100		自然人					
			2	麦照容、麦照平	2.99				自然人						

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
				两名自然人											
25	九江富和建设投资有限公司	1.70	1	九江经济技术开发区管委会	100										行政机关
26	沈阳世代龙泽商业管理有限公司	1.70	1	辽宁世代房地产开发有限公司	77.36	1	尹传东、尹传义两名自然人	100							自然人
			2	沈阳世代龙泽房地产开发有限公司	22.64	1	辽宁世代房地产开发有限公司	100							见本表格“26/1”
27	淮安市创业投资有限公司	1.70	1	淮安市城市资产经营有限公司	100	1	淮安市国有联合投资发展集团有限公司	100	1	淮安市人民政府	100				行政机关
28	大连福佳投资有限公司	1.70	1	福佳集团有限公司	100	1	王义政	94							自然人
						2	大连福融贸易有限公司	6	1	徐春华、王义政两名自然人					自然人
29	许昌瑞新建设有限责任公司	1.70	1	河南瑞贝卡控股有限责任公司	70	1	郑有全								自然人
			2	许昌新区建设投资有限公司	30	1	许昌市投资总公司	51	1	市财政局	100				行政机关
						2	许昌市城乡一体化示范区财	49						行政机关	

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
							政局								
30	中天钢铁集团有限公司	1.70	1	李林兴、 睦志明、 陈耀良 等十四 名自然 人 ⁷	100										自然人
31	厦门晋雅贸易有限公司	1.70	1	厦门聚贤创展投资合伙企业（有限合伙）	未公开	1	施文宜、 李金注 两名自 然人	100							自然人
			2	深圳安锐信德资产管理有限公司	未公开	1	冯燕	80						自然人	
						2	厦门聚暄投资咨询有限公司	20	1	刘奕星、张炜、 白逸群、葛贵 生四名自然人					自然人
32	江苏阳光股份有限公司	1.70													上市公司(600220)
33	秦皇岛开发区国有资产经营有限公司	1.70	1	秦皇岛经济技术开发区管理委员会	100										行政机关
34	宜春市城市建设投资开发总公司	1.70													全民所有制
35	石狮国际轻纺城发展有限公司	1.70	1	福建石狮产业投资发展集团	100	1	石狮市国有投资发展有限公司	100	1	石狮市财政局	100				行政机关

⁷中天钢铁集团有限公司自然人股东共有十四名，分别为李林兴、睦志明、陈耀良、韩永春、李军、高一平、董才平、周国全、梅高阳、刘伟、吴志炼、薛锡生、周永平、赵金涛等十四人。

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
	司			有限责任公司			司								
36	唐山市丰南建设投资有限公司	1.70	1	国开发展基金有限公司	8.94	见附表一“11/（1）/4/2”									
			2	唐山市丰南区财政局	91.06	行政机关									
37	广东三水发展控股投资有限公司	1.70	1	佛山市三水区公有资产管理办公室	100	国资委									
38	淮安市城市资产经营有限公司	1.70	见附表一“11/（2）国开瑞明（北京）投资基金有限公司/27/1”												

①云南金沙江中游水电开发有限公司

云南金沙江中游水电开发有限公司为金安桥水电站有限公司股东，持有金安桥水电站有限公司 12%的股权。云南金沙江中游水电开发有限公司的股东有五名，分别为紫石资本投资管理有限公司（持有 11%的股权）、云南省能源投资集团有限公司（持有 10%的股权）、华电云南发电有限公司（持有 33%的股权）、中国大唐集团公司（持有 23%的股权）、华能澜沧江水电股份有限公司（持有 23%的股权）。具体如下：

出资比例单位：%

股东名称	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	股东名称	出资比例	股东名称	出资比例	股东名称	备注
紫石资本投资	1	北京盈生创新科技有	20	1	方芳、马琳、殷筱兰等十二	自然人									

股东名称	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	股东名称	出资比例	股东名称	出资比例	股东名称	备注	
管理有限公司		有限责任公司			名自然人 ⁸											
	2	晶辉投资有限公司	20	1	徐晶晶	50	自然人									
				2	优联建设投资有限公司	50	1	润海投资有限公司	100	李根全	0.31	自然人				
										北京丰溢资产管理有限公司	99.69	三亚天禧资产管理有限公司	99.50	王兴灼、许雄两名自然人		
	李龙毅	0.50	自然人													
	3	北京新华联产业投资有限公司	20	1	新华联控股份有限公司	100	1	长石投资有限公司	90	傅军、肖文慧、吴涛等六名自然人 ⁹						
							2	傅军、杨云华、吴向东等七名自然人 ¹⁰	10	自然人						
	4	北海宏泰投资有限公司	20	1	张翔、李怀龙两名自然人	10.00	自然人									
				2	上海兰翔商务服务有限公司	90.00	1	北京信远筑诚房地产开发有限公司	100	北京信远置业有限公司	100	北京信远地产股份有限公司	100	见附表一“11/（2）/②北京信远地产股份有限公司”		
	5	世洋有限公司	20	1	内蒙古金威路桥有限公司	100	1	亿利资源集团工会联	11	社会团体						

⁸ 北京盈生创新科技有限责任公司 的 12 名自然人股东分别为：方芳、马琳、殷筱兰、李静、朱岩、司兵、姜兆年、李聪、韩劲、雷燕、钱伟荣、姜兆和。

⁹ 长石投资有限公司的 6 名自然人股东分别为：傅军、肖文慧、吴涛、刘静、张建、蒋赛。

¹⁰ 新华联控股份有限公司的 7 名自然人股东分别为：傅军、杨云华、吴向东、张必书、肖文慧、冯建军、吴涛。

股东名称	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	股东名称	出资比例	股东名称	出资比例	股东名称	备注
								合会							
							2	亿利资源集团有限公司	67	亿利资源控股有限公司	33.61	王文彪、尹成国、王瑞丰等十名自然人 ¹¹			
								内蒙古亿利沙漠治理有限公司	19.92	王维韬、王雅韬、何凤莲三名自然人					
								王文彪、尹成国、王瑞丰等10名自然人 ¹²							
							3	王文治、刘爱亮、折霜炯		自然人					
云南省能源投资集团有限公司	1	云南省投资控股集团有限公司	83	1	云南省人民政府国有资产监督管理委员会	100		国资委							
	2	云南冶金集团股份有限公司	7	1	云南省人民政府	未公开		行政机关							
				2	云南省人民政府国有资产监督管理委员会	未公开		国资委							
				3	中国人寿保险（集团）公司	未公开		国务院	行政机关						
				4	云南省能源投资集团有限公司	未公开		—							
				5	云南省投	未公	1	云南省	100	国资委					

¹¹亿利资源控股有限公司的10个自然人股东分别为：王文彪、尹成国、王瑞丰、王文治、杜美厚、王维韬、张艳梅、田继生、何凤莲、赵美树。

¹²亿利资源集团有限公司的10名自然人股东分别为：王文彪、尹成国、王瑞丰、王文治、杜美厚、王维韬、张艳梅、田继生、何凤莲、赵美树。

股东名称	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	股东名称	出资比例	股东名称	出资比例	股东名称	备注
					资控股集团 有限公司	开		人民政府 国有 资产监 督管理 委员会							
	3	云天化 集团有 限责任 公司	10	1	云南省能 源投资集 团有限公 司	11									
				2	云南省人 民政府国 有资产监 督管理委 员会	89				国资委					
华电 云南 发电 有限 公司	1	中国华 电集团 公司	100	1	国务院	100				行政机关					
中国 大唐 集团 公司										全民所有制企业					
华能 澜沧 江水 电股 份有 限公 司										上市公司（600025）					

②北京信远地产股份有限公司

北京信远地产股份有限公司为北京信远置业有限公司股东，持有北京信远置业有限公司 100%股权，企业性质为股份有限公司。北京信远地产股份有限公司的股权结构如下：

出资比例单位：%

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
----	------	------	----	------	------	----

1	李进江	4	自然人			
2	宋斌	10	自然人			
3	尹瑛	10	自然人			
4	北京信远业隆投资管理有 限公司	76	1	尹瑛	10	自然人
			2	林荣强	90	自然人

附表二：天津歌斐鑫股权投资基金合伙企业（有限合伙）股权结构

天津歌斐鑫股权投资基金合伙企业（有限合伙）持有和谐成长 2.77%的出资额。

出资比例单位：%

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
1	郭斐	未公开					自然人					
2	高山	未公开					自然人					
3	上海歌斐蔚苑投资中心（有限合伙）	未公开	1	天津歌斐资产管理有限公司	99.9971	1	见附表二“4”					
		未公开	2	上海歌斐资产管理有限公司	0.0029	1	歌斐资产管理有限公司	100	见附表二“4/1”			
4	天津歌斐资产管理有限公司	未公开	1	歌斐资产管理有限公司	100	1	上海诺亚投资管理有限公司	100	殷哲、严蕾华、张昕隽、韦燕、汪静波、何伯权六名自然人			自然人
5	远东控股集团有限公司	未公开	1	蒋锡培、张希兰、王宝清等 ¹³ 五十名自然人		自然人						
6	苏州凯天投资咨询有限公司	未公开	1	张志雄	100	自然人						
7	上海南都集团有限公司	未公开	1	上海益都实业投资有限公司	56.67	赵亦澜、何伟、林旦、王海光等四名自然人			自然人			
			2	赵亦澜、何伟、	43.33	自然人						

¹³ 远东控股集团有限公司 50 名自然人股东分别为：蒋锡培、张希兰、王宝清、蒋国健、蒋承宏、蒋承志、蒋华君、杜剑平、杨忠、蒋岳培、候凌玉、许小坤、蒋泽元、戴建平、陈晓芬、李建峰、路余芬、陈志君、吴锁君、王丽萍、程强、卞华舵、吴新平、汪传斌、蒋伦、蒋余良、许国强、贡艳华、朱荣芝、黄解平、戴泉民、朱长彪、王巍、袁惠萍、钱其、朱良平、陈金龙、张海兵、张盘君、杜卫娟、李建芳、周应君、史建强、朱国栋、杜素文、汤卫强、沈忠明、周建祥、杨保其、周跃平。

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
				林旦、王海光等四名自然人								

附表三：天津歌斐基业股权投资基金合伙企业（有限合伙）股权结构

天津歌斐基业股权投资基金合伙企业（有限合伙）持有和谐成长 1.94% 的出资额。

出资比例单位：%

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称
1	余兆杨	未公开					自然人						
2	王科杰	未公开					自然人						
3	詹忆源	未公开					自然人						
4	上海歌斐蔚蕴投资中心（有限合伙）	未公开	1	上海歌斐蔚蕴资产管理有限公司	未公开		见附表二“3/2”						
			2	歌斐资产管理有限公司	未公开		见附表二“4/1”						
5	天津歌斐资产管理有限公司	未公开	1	歌斐资产管理有限公司	100		见附表二“4/1”						
6	常州市立强水电安装装潢工程部	未公开					路元明（个体工商户）						
7	张家港保税区聚亨咨询服务有限公司	未公开	1	季敏、王永健两名自然人			自然人						
8	芜湖歌斐资产管理有限公司	未公开	1	歌斐资产管理有限公司	100		见附表二“4/1”						
9	江苏汇鸿国际集团中锦控股有限公司	未公开	1	江苏汇鸿国际集团股份有限公司	63.50		上市公司（600981）						
			2	江苏中锦	36.5	1	江苏中	22.22	1	南京锦和正达投资	0.10	见附表三	

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称
				锦和股权投资合伙企业(有限合伙)	0		锦锦润股权投资合伙企业(有限合伙)			管理有限公司			“9/2/8”
						2			2	薛文龙、巫燕、张建宇、戴剑锋、李洪波五名自然人	99.90		自然人
					2		江苏中锦锦创股权投资合伙企业(有限合伙)	18.58	1	南京锦和正达投资管理有限公司	0.11		见附表三“9/2/8”
						2			2	王建军、张跃华、李建、张伟斌等 ¹⁴ 三十八名自然人	99.89		自然人
					3		江苏中锦锦晟股权投资合伙企业(有限合伙)	14.79	1	南京锦和正达投资管理有限公司	0.14		见附表三“9/2/8”
						2			2	戴剑锋、魏家栋、丛小军、解闯等 ¹⁵ 四十名自然人	99.86		自然人
					4		江苏中锦锦泰股权投资合伙企业(有限合伙)	13.75	1	南京锦和正达投资管理有限公司	0.15		见附表三“9/2/8”
						2			2	吴毅民、薛文龙、周钢、巫春霞等 ¹⁶ 三十五名自然人	99.85		自然人
					5		江苏中锦锦明股权投资合伙企业(有限合伙)	12.06	1	南京锦和正达投资管理有限公司	未公开		见附表三“9/2/8”
						2			2	冯少光、冯静静、刘海芳、周利新等 ¹⁷ 三十七名自然人	未公开		自然人

¹⁴江苏中锦锦创股权投资合伙企业(有限合伙)的38名自然人股东分别为:王建军、张跃华、李建、张伟斌、董旭、高翔、周童、陈贺兵、谢慧群、史方勇、张晶、张志强、于江华、董晓华、孙雷、盛南、吴敏、夏波、陈军、宋纲、陆秋萍、李立、陈磊、赵玉红、常谦、张晨曦、李袁厂、马莹莹、柴婷婷、常慧、杨军、叶青、张璟、朱楨裕、纪华鹏、荣瑞婷、陆撷博、杨念平。

¹⁵江苏中锦锦晟股权投资合伙企业(有限合伙)的40名自然人股东分别为:戴剑锋、魏家栋、丛小军、解闯、张文华、周光晨、赵建忠、黄亚静、谭晖、周咏、韩兆礼、李洪波、李宪录、吴詹瑜、胡波、黄保锐、戴鸣、丁木海、董亮、张建宇、蔡蓉、郭春光、王峰、金洁、薛海军、周礼南、刘娜、孙祖龙、徐乔、朱园园、汤晨、潘寒颖、周立站、柳建炜、沈漪、田树芳、田菁、郝海婴、陈开琴、季雷。

¹⁶江苏中锦锦泰股权投资合伙企业(有限合伙)35名自然人股东分别为:吴毅民、薛文龙、周钢、巫春霞、陆长松、戴玮、郑蓓、徐刚、沈息英、曹京春、余德彬、王健强、李谦、周新、赵章明、朱玮、田树林、谢雪梅、张鸿、马佳佳、王璿、朱芳、汤信元、张沛昱、王凯、张静、刘冠娇、刘弦、张捷、李相清、胡悦、许茂胜、郝效效、周军、邵健平。

¹⁷江苏中锦锦明股权投资合伙企业(有限合伙)37名自然人股东分别为:冯少光、冯静静、刘海芳、周利新、周奕、孙玲、巫燕、张巍、张旻、张雅璐、彭向旭、徐刚、徐科英、朱琳、朱非凡、朱蕾、李旭子、杨勇、杨杰、林腾、潘磊、王彤、王娟、王雪飞、禹娟、米庆春、经芮、罗进、范文新、袁颖、陆伟、陈宁华、陈慧慧、马亮、魏俊、黄立新、黄鹂。

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称
						6	江苏中锦锦元股权投资合伙企业(有限合伙)	9.91	1	南京锦和正达投资管理有限公司	0.21		见附表三“9/2/8”
									2	吴云峰、杜淑兵、项东祝、郑树枝等 ¹⁸ 四十一名自然人	99.79		自然人
						7	江苏中锦锦丰股权投资合伙企业(有限合伙)	8.65	1	南京锦和正达投资管理有限公司	0.24		见附表三“9/2/8”
									2	鲁建中、赵亚平、林会臣、曹青春等 ¹⁹ 三十八名自然人	99.76		自然人
						8	南京锦和正达投资管理有限公司	0.02		吴云峰、吴毅民、张跃华、范文新、高翔等五名自然人			自然人

附表四：北京中关村创业投资发展有限公司股权结构

北京中关村创业投资发展有限公司持有和谐成长 1.39%的出资额。北京中关村科技创业金融服务集团有限公司持有北京中关村创业投资发展有限公司 100%的股权，中关村发展集团股份有限公司持有北京中关村科技创业金融服务集团有限公司 100%的股权。中关村发展集团股份有限公司的股权结构如下：

出资比例单位：%

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
1	北京望京新兴产业区综合开发有限公司	未公开	1	北京市朝阳区国有资本经营管理中心	100	1	北京市朝阳区人民政府国有资产监督管理委员会		国资委
2	北京金桥伟业投资发展公司	未公开	1	北京市通州区马驹桥农工商联合公司			集体所有制企业		
3	北京市海淀区国有资本经营管理中心	未公开	1	北京市海淀区人民政府国有资产监督管理委员会			国资委		

¹⁸江苏中锦锦元股权投资合伙企业（有限合伙）41 名自然人股东分别为：吴云峰、杜淑兵、项东祝、郑树枝、周建东、陈勤、顾岩、杨鲁滨、沈晓宁、孙芳芳、葛芝莹、何铁华、张正龙、刘星、郭浩、高原、张卫卫、殷明、高治泓、王兴国、高洁、万倩倩、王爱兰、周星、许灿、陈思、李亘、周婧、孙志娟、王萌、张新星、陆洋、陆雷、毛频、周玉凤、张琳、张霖、施聪、浦荣丰、王娟、王青。

¹⁹江苏中锦锦丰股权投资合伙企业（有限合伙）38 名自然人股东分别为：鲁建中、赵亚平、林会臣、曹青春、朱非一、刘薇、李军、戎皓琰、卢琳、王旭瑾、陆亚萍、周冬勤、朱小林、殷凡、季群、沈倩、叶明玉、沈羽佳、于燕华、张伦铭、王含青、王琥、胡宇、郭珊珊、钱白虹、陈虹娟、贺晋、徐卫华、王志学、王正生、凌薇、吴小红、常凤、张琳、王晶晶、王海燕、魏欣、陈静。

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
4	首钢集团有限公司	未公开	1	北京国有资本经营管理中心	100	1	北京市人民政府国有资产监督管理委员会		国资委
5	中关村高科技产业促进中心	未公开	1	中关村科技园区管理委员会			行政机关		
6	中关村科技园区丰台园科技创业服务中心	未公开	1	中关村科技园区丰台园管理委员会			行政机关		
7	北京经济技术投资开发总公司	未公开	1	北京经济技术开发区管理委员会			行政机关		
8	北京科技园建设（集团）股份有限公司	未公开	1	北京中关村科技股份有限公司	未公开		未公开信息		
			2	北京首都创业集团有限公司	未公开		北京市人民政府		行政机关
			3	北京城建投资发展股份有限公司	未公开		上市公司（600266）		
			4	北京市国有资产经营有限责任公司	未公开		北京市人民政府		行政机关
			5	北京首都旅游集团有限责任公司	未公开		北京市人民政府		行政机关
			6	北京城市开发集团有限责任公司	未公开		北京首都开发股份有限公司		上市公司（600376）
			7	北京海淀区房地产经营开发总公司	未公开		企业法人（非公司）		
			8	北京市综合投资公司	未公开		北京市人民政府		行政机关
9	中关村科技园区昌平园科技创业服务中心	未公开	1	中关村科技园区昌平园管理委员会			行政机关		
10	北京京泰投资管理中心	未公开	1	京泰实业（集团）有限公司			社团法人		
11	北京工业发展投资管理有限公司	未公开	1	北京市国有资产经营有限责任公司	100	1	北京市人民政府		行政机关
12	北京市京东开光机电一体化产业基地开发公司	未公开	1	北京金通资产经营管理公司	100	1	通县经济委员会		行政机关
13	北京市大兴区人民政府国有资产监督管理委员会	未公开					国资委		
14	北京市石景山区生产力促进中心	未公开	1	北京市石景山区科委	100		行政机关		
15	北京东方文化资产经营公司	未公开	1	北京市东城区人民政府国有资产监督管理委员会	100		国资委		
16	北京通政国有资产经营公	未公	1	北京市通州区国有	100	1	北京市通州区人民		国资委

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
	司	开		资本运营有限公司			政府国有资产监督管理委员会		

附表五：天津歌斐兴业股权投资基金合伙企业（有限合伙）股权结构

天津歌斐兴业股权投资基金合伙企业（有限合伙）持有和谐成长 0.97% 的出资额，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
1	天津歌斐资产管理有限公司	未公开	1	见附表二“4”		
2	芜湖歌斐资产管理有限公司	未公开	1	歌斐资产管理有限公司	100%	见附表二“4/1”
3	张逸明	未公开	自然人			
4	徐爱春	未公开	自然人			
5	高丽群	未公开	自然人			
6	浙江宝海针织袜业有限公司	未公开	1	骆海男	60%	自然人
			2	骆宝宝	20%	自然人
			3	龚燕雏	20%	自然人
7	浙江翡冷翠文化传播有限公司	未公开	1	秦黄娣	80%	自然人
			2	龚素娟	20%	自然人

截至 2016 年 12 月 31 日，和谐成长总资产 790,808.04 万元，净资产 787,671.99 万元，2016 年度净利润 145,287.27 万元。截至 2017 年 6 月 30 日，和谐成长总资产 805,493.35 万元，净资产 802,882.66 万元，2017 年 1-6 月净利润 14,443.67 万元（以上数据未经审计）。

2、华睿投资

华睿投资设立于 2009 年 8 月 11 日，注册资本 7,120 万元，实收资本 7,120 万元，注册地址为诸暨市暨阳街道西施大街 59 号 13 楼，经营范围为：创业投资业务（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）。华睿投资没有实际控制人。

截至 2017 年 6 月 30 日，华睿投资股东结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	持股比例
----	------	-----	------

1	浙江海越股份有限公司	1,566.40	22.00%
2	杭州嘉银投资有限公司	1,424.00	20.00%
3	杭州文广投资控股有限公司	1,068.00	15.00%
4	杭州立元创业投资股份有限公司	712.00	10.00%
5	杭州百韬投资有限公司	712.00	10.00%
6	杭州居易投资有限公司	712.00	10.00%
7	浙江天台聚元投资有限公司	712.00	10.00%
8	浙江华睿控股有限公司	71.20	1.00%
9	杭州荔海投资管理有限公司	71.20	1.00%
10	杭州汇潇源投资管理合伙企业（有限合伙）	71.20	1.00%
合计		7,120.00	100%

华睿投资的股权结构如下：

华睿投资股权结构表

出资比例单位：%

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
1	浙江海越股份有限公司	22	上市公司（600387）												
2	杭州嘉银投资有限公司	20	1	孔小仙	90	自然人									
			2	翁健	10										
3	杭州文广投资控股有限公司	15	1	杭州文化广播电视集团	98	事业单位									
			2	杭州市广播电视科学技术研究所	2										
4	杭州立元创业投资股份有限公司	10	1	立元集团有限公司	84.04	1	浙江华峰科技开发有限公司	50	1	立元控股有限公司	80.33	见本表格“4/2”			
									2	杭州半导体有限公司	10.67	1	立元控股有限公司	90	见本表格“4/2”
												2	浙江立元企业	10	见本表格“4/1/3”

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注	
													管理咨询有限公司		”	
								3		浙江立元企业管理咨询有限公司	10		见本表格“4/1/3”			
						2	立元控股有限公司	40	见本表格“第 4/2”							
						3	浙江立元企业管理咨询有限公司	10	1	郑圣奇	10	自然人				
									2	立元控股有限公司	90	见本表格“4/2”				
			2	立元控股有限公司	10.00	1	郑立	92.5	自然人							
						2	郑圣奇	7.5								
			3	杭州科巨投资合伙企业（有限合伙）	4.46	1	郑立	62.78	自然人							
								2								浙江华峰科技开发有限公司
			4	杭州荔海投资管理有限公司	1.50	见本表格“9”										
5	杭州百韬投资有限公司	10	高洁虹、樊阿会、王狄秀、王钰、蔡钧英五名自然人				自然人									
6	杭州居易投资有限公司	10	张子善、张诚两名自然人				自然人									
7	浙江天台聚元投资有限公司	10	徐世虎、王宝花两名自然人				自然人									
8	浙江华睿控股有限公司	1	宗佩民、张旭伟、寿志萍、康伟、曹含澍、陈蕴涵六名自然人				自然人									
9	杭州荔海投资管理有限公司	1	程春艳、贺金娣两名自然人				自然人									
10	杭州汇潇源	1	胡秀琴、田仕华两名自				自然人									

序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	序号	股东名称	出资比例	备注
	投资管理合伙企业（有限合伙）			然人											

截至 2016 年 12 月 31 日，华睿投资总资产 13,507.27 万元，净资产 12,271.58 万元，2016 年度净利润 857.37 万元；截至 2017 年 6 月 30 日，华睿投资总资产 14,420.99 万元，净资产 12,805.91 万元，2017 年 1-6 月净利润 534.32 万元（以上数据未经审计）。

3、家兴投资

家兴投资成立于 2011 年 5 月 9 日，注册资本 210 万元，实收资本 210 万元，注册地址为深圳市南山区科技园中区科苑路科兴科学园 B 栋 1 单元 701-76，经营范围为：企业股权投资（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）。家兴投资与发行人主营业务不同。家兴投资是为实施员工持股计划而成立的投资公司。截至本招股说明书签署之日，家兴投资股东持股及在万兴科技及其子公司任职情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	持股比例	任职情况
1	吴太兵	111.72	53.20%	董事长、总经理
2	张 铮	26.96	12.84%	深圳斑点猫董事、总经理
3	李晶晶	8.33	3.97%	秘书主管
4	熊 磊	8.26	3.93%	软件开发工程师
5	郭大伟	6.84	3.26%	财务专员
6	刘莉莉	7.23	3.44%	监事、人力资源经理
7	邓绍兵	4.41	2.10%	制度流程专员
8	王锦生	4.41	2.10%	软件测试工程师
9	彭海霞	4.13	1.97%	证券事务专员
10	张 忠	2.94	1.40%	行政专员
11	李山虎	2.45	1.17%	软件开发工程师
12	程 亮	2.45	1.17%	软件开发工程师

13	李 譔	2.45	1.17%	软件开发工程师
14	蔡文锦	2.45	1.17%	软件开发工程师
15	胡 萍	2.37	1.28%	办公室主任助理
16	曹 磊	1.96	0.93%	部门总监助理
17	陈春容	1.76	0.84%	软件测试工程师
18	吴素金	1.76	0.84%	部门经理
19	邹 鹏	1.68	0.80%	软件开发工程师
20	谢智宏	1.68	0.80%	软件开发工程师
21	雍 凯	1.23	0.58%	部门经理
22	黄剑鸣	0.91	0.43%	部门经理助理
23	许榆梅	0.82	0.39%	部门经理助理
24	唐芳鑫	0.82	0.39%	部门经理
合计		210.00	100%	—

截至 2016 年 12 月 31 日，家兴投资总资产 219.71 万元，净资产 209.37 万元，2016 年度净利润 99.51 万元；截至 2017 年 6 月 30 日，家兴投资总资产 227.46 万元，净资产 209.63 万元，2017 年 1-6 月净利润 154.54 万元（上述数据未经审计）。

4、亿兴投资

亿兴投资成立于 2010 年 5 月 31 日，注册资本 50 万元，实收资本 50 万元，注册地址为深圳市南山区科技园中区科苑路科兴科学园 B 栋 1 单元 701-76，经营范围为：股权投资（不含限制项目）。亿兴投资与发行人主营业务不同。亿兴投资是为实施员工持股计划而成立的投资公司。截至本招股说明书签署之日，亿兴投资股东持股及在万兴科技及其子公司任职情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	持股比例	在发行人的任职情况
1	吴太兵	26.12	52.24%	董事长、总经理
2	孙 淳	1.82	3.64%	董事、董事会秘书、财务总监
3	朱 伟	1.70	3.40%	董事、研发总监
4	彭萍云	1.41	2.83%	部门总监
5	凌曙光	1.21	2.42%	监事、软件开发工程师

6	吴 炜	1.13	2.26%	部门总监
7	张汉春	1.09	2.18%	部门总监
8	刘秋伟	1.09	2.18%	部门总监
9	王志荣	1.04	2.08%	董事
10	刘 华	0.85	1.70%	部门经理
11	林 蓝	0.85	1.70%	部门经理
12	朱常涛	0.85	1.70%	部门总监
13	戴志华	0.85	1.70%	部门经理
14	陈江江	0.73	1.46%	监事会主席、部门总监
15	潘松燕	0.73	1.46%	财务部副总监
16	杨文亮	0.73	1.46%	部门总监助理
17	温伟强	0.61	1.22%	客户专员
18	晏检平	0.61	1.22%	软件开发工程师
19	李天作	0.55	1.10%	部门经理
20	阙宇虹	0.52	1.04%	部门经理
21	许伟航	0.51	1.02%	部门总监
22	梁英智	0.48	0.96%	部门总监
23	王 伟	0.48	0.96%	部门总监
24	彭重阳	0.44	0.88%	软件开发工程师
25	黄家林	0.33	0.66%	软件开发工程师
26	程勋德	0.32	0.64%	软件开发工程师
27	尹友晖	0.28	0.56%	总经理助理兼办公室主任
28	甘岱杉	0.24	0.48%	部门副总监
29	刘朝晖	0.24	0.48%	深圳斑点猫董事、部门总监
30	林倩晖	0.24	0.48%	部门副总监
31	余晶晶	0.21	0.42%	部门经理
32	吴小兵	0.20	0.40%	行政专员
33	高洪敏	0.19	0.38%	软件开发工程师
34	刘景威	0.15	0.30%	软件开发工程师

35	郭伟	0.15	0.30%	设计师
36	吴成敏	0.15	0.30%	软件开发工程师
37	罗满	0.12	0.24%	设计师
38	段红波	0.12	0.24%	财务专员
39	郝晶	0.12	0.24%	总裁办主任
40	王珍	0.12	0.24%	部门经理
41	龙琴	0.12	0.24%	财务专员
42	陈翼	0.08	0.16%	软件开发工程师
43	叶敏	0.08	0.16%	研发经理
44	段嫚纯	0.06	0.12%	部门经理助理
45	刘凤影	0.04	0.08%	经营管理办公室主任
46	杨帆	0.04	0.08%	部门副经理
合计		50.00	100%	—

截至2016年12月31日，亿兴投资总资产94.27万元，净资产87.32万元，2016年度净利润498.38万元；截至2017年6月30日，亿兴投资总资产153.03万元，净资产89.30万元，2017年1-6月净利润745.12万元（上述数据未经审计）。

5、公司股东人数未超过200人

公司现有直接股东12名，其中自然人股东8名，非自然人股东4名。公司4名非自然人股东中，家兴投资、亿兴投资为公司实施股权激励的员工持股公司，家兴投资股东为24名自然人，亿兴投资股东为46名自然人；华睿投资、和谐成长为私募股权投资基金，均为取得中国证券投资基金业协会私募基金备案的专业投资机构，均应分别视为一个股东。

公司股东人数未超过200人。

五、发行人子公司、分公司的情况

2011年，万兴有限设立了广州兴游、广州万德、深圳兴游等3家子公司从事网络游戏开发和运营。由于网络游戏行业竞争激烈，相关网络游戏业务未实现预期效益。2012年，万兴有限决定退出网络游戏领域。广州兴游、广州万德分别于2013年6月、2014年8月注销完毕，深圳兴游全部股权已于2012年5月

完成对外转让。

公司为增强软件研发能力，2008年和2011年相继收购了定位于国内消费类软件市场的深圳复兴和从事系统优化软件研发的珠海万兴，2011年设立了从事照相软件研发的杭州万兴；为增强营销能力，2011年设立了从事品牌推广的北京万兴。为了进一步提高管理效率、降低运营成本，公司决定在整合深圳复兴、珠海万兴、北京万兴、杭州万兴的资产和业务的基础上将其注销。深圳复兴于2012年12月注销完毕，珠海万兴于2014年1月注销完毕，北京万兴于2015年2月注销完毕，杭州万兴于2015年6月注销完毕。

目前，发行人全资控股日本万兴、香港万兴、兴家科技，控股深圳斑点猫，参股控龙智能、浙江亚合大；香港万兴全资控股万博科技、加拿大万兴。

（一）控股子公司

1、目前在运营的子公司情况

（1）株式会社万兴软件

日本万兴为发行人全资子公司，成立于2011年9月13日，注册资本800万日元，实收资本800万日元，注册地址为日本東京都千代田区神田堀町73プロミ工秋葉原1001号。为了加大对日本市场的开拓力度，实现在日本的本地化发展，发行人设立了日本万兴。

目前，日本万兴主要根据日本地区的消费者习惯，进行盒装软件产品的本土化营销与推广，主要采购内容为盒装软件产品发货运费及日常办公所需房租等费用；主要销售对象为购买发行人盒装软件产品的日本个人用户。

截至2016年12月31日，日本万兴总资产为285.80万元，净资产为47.78万元，2016年度净利润为-15.06万元；截至2017年6月30日，日本万兴总资产为455.05万元，净资产为66.03万元，2017年1-6月净利润为18.25万元。

（2）万兴软件（香港）有限公司

香港万兴为发行人全资子公司，香港万兴成立于2010年2月1日，法定股本和已发行股本均为39万股，每股面值港币1元，全部股份由万兴科技持有，注册地址为香港上环德辅道中254号金融商业大厦9楼901室。发行人设立香港万兴主要为了方便进行外汇资金结算和支付，提高市场响应速度与效率，降低公

司运营成本和汇兑损失。

目前，香港万兴主要为发行人 Wondershare、iSkysoft 品牌软件产品海外销售、互联网广告营销推广及相应的外汇资金结算和支付提供支持。

报告期内，香港万兴对外采购支出主要为发行人软件产品推广所需的广告服务费、营销推广费用等，主要对外支出供应商为 Google、Yahoo 等搜索引擎广告服务商以及 Commission Junction 等营销推广商。

截至 2016 年 12 月 31 日，香港万兴总资产为 5,434.04 万元，净资产为-679.87 万元，2016 年净利润为-480.67 万元；截至 2017 年 6 月 30 日，香港万兴总资产 4,414.75 万元，净资产-1,117.26 万元，2017 年 1-6 月净利润-437.39 万元。

（3）万博科技（香港）有限公司

万博科技为香港万兴的全资子公司，成立于 2013 年 3 月 21 日，法定股本和已发行股本均为 50 万股，每股面值港币 1 元，全部股份由香港万兴持有，注册地址为香港上环德辅道中 254 号金融商业大厦 9 楼 901 室。发行人设立万博科技是为了更好地实现差异化营销，增加用户流量来源及市场占有率。

目前，万博科技主要为发行人提供除 Wondershare、iSkysoft 以外品牌的消费类软件产品海外销售、互联网广告营销推广及相应的外汇资金结算和支付服务。

报告期内，万博科技对外采购支出主要为少量第三方平台手续费及服务器费用等。

截至 2016 年 12 月 31 日，万博科技总资产为 414.61 万元，净资产为 36.49 万元，2016 年净利润为 2.58 万元；截至 2017 年 6 月 30 日，万博科技总资产 760.64 万元，净资产 46.74 万元，2017 年 1-6 月净利润 10.25 万元。

（4）Wondershare Technology Inc.（加拿大万兴）

加拿大万兴为香港万兴的全资子公司，成立于 2013 年 10 月 30 日，注册地址为 200 4445 Lougheed Highway Burnaby, BC Canada V5C 0E4。北美市场是发行人重要的市场之一，为了解美国、加拿大本土文化以及技术发展趋势，实现北美地区的本土化发展战略，发行人设立了加拿大万兴。

目前，加拿大万兴主要从事消费类软件市场调研、行业与技术发展趋势分析、竞争对手分析、用户需求分析，消除产品文化及理念隔阂等工作，未进行对外销

售并产生销售收入。加拿大万兴采购内容为办公场所租赁、日常办公用品及办公设备。

截至 2016 年 12 月 31 日，加拿大万兴总资产为 450.77 万元，净资产为-44.77 万元，2016 年净利润为-22.90 万元；截至 2017 年 6 月 30 日，加拿大万兴总资产 696.44 万元，净资产为 3.15 万元，2017 年 1-6 月净利润为 47.92 万元。

（5）深圳市斑点猫信息技术有限公司

①深圳斑点猫基本情况

深圳斑点猫为发行人控股子公司，成立于 2014 年 1 月 9 日，注册资本为 1,005.025 万元，注册地址为深圳市南山区粤海街道海天二路软件产业基地 5 栋 D 座 1101 室。为了充分利用发行人多年积累的互联网软件研发技术与经验，进行智能家居业务布局，发掘智能家居领域的商业机会，发行人设立了深圳斑点猫。深圳斑点猫的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	发行人	600	59.70%
2	万物互联	400	39.80%
3	李静	5.025	0.50%
合计		1,005.025	100%

深圳斑点猫除发行人外共有万物互联及李静两名其他股东。

A、万物互联

深圳万物互联投资管理中心(有限合伙)设立于 2015 年 1 月 16 日，统一社会信用代码 91440300326420910P，为有限合伙企业，注册资本为 102.60 万元，注册地址为深圳市南山区南山街道南海大道西桃园路南西海明珠花园 F 座 11 楼 B01-21，执行合伙人为刘朝晖。万物互联为深圳斑点猫以员工激励为目的设立的持股平台。

2015 年 1 月 14 日，万物互联的合伙人肖良、林倩晖、史大明、陈安君、刘朝晖签署《深圳万物互联投资管理中心（有限合伙）合伙协议》。2015 年 1 月 16 日，万物互联获发深圳市市场监督管理局核发的“440305602438022 号”《非法人企业营业执照》。万物互联成立时的出资比例、合伙人构成如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	类型
----	-------	---------	---------	----

1	肖良	15	25	普通合伙人
2	史大明	12	20	有限合伙人
3	陈安君	12	20	有限合伙人
4	刘朝晖	12	20	有限合伙人
5	林倩晖	9	15	有限合伙人
合 计		60	100	—

万物互联设立后历次股权变动情况如下：

股权变动时间	新增合伙人/受让合伙人	转出合伙人	股权变动原因
2015.03.06	家兴投资	—	增资
2015.05.12	家兴投资	肖良、陈安君	离职
2015.12.02	张铮	史大明	离职
	梁英智、唐芳鑫、李京达、王涛伟、刘金德、刘涛、周晓晖、廖雄波、刘朝晖、林倩晖	家兴投资	股权激励
2017.04.01	甘岱杉	李京达	离职
	刘朝晖、林倩晖、刘金德、周晓辉、马功文、郭次荣、苏雯、胡夷琛、张伟、曹磊、郭利、罗铭、郭勇、石则景、欧阳利军、欧阳欣	—	增资
2017.05.03	家兴投资	郭次荣	离职
2017.07.07	家兴投资	马功文、欧阳欣	离职
2017.08.10	刘朝晖	家兴投资	退出投资
2017.10.17	林倩晖	刘涛	离职

B、李静

李静 女士，中国国籍，无境外永久居留权，1972 年生。2005 年至今任北京联华盛世文化传播有限公司人事行政经理。

②深圳斑点猫业务情况

目前，深圳斑点猫主要从事智能家居相关产品的研发和销售业务，为发行人软件产品在智能家居领域拓展。

深圳斑点猫对外销售客户较为分散，主要为自然人、智能家居产品的个体户经销商或其他经销商。对外采购支出主要为生产智能家居产品所需配件材料及产品推广营销费用。

截至2016年12月31日，深圳斑点猫总资产为694.42万元，净资产为-4,009.24

万元，2016年净利润为-3,434.50万元；截至2017年6月30日，深圳斑点猫总资产为1,263.23万元，净资产为-6,155.23万元，2017年1-6月净利润为-2,145.99万元。

（6）深圳市兴家科技有限公司

①兴家科技基本情况

兴家科技为发行人的全资子公司，成立于2016年7月21日，注册资本为人民币500万元，法定代表人为吴太兵，注册地址为深圳市南山区粤海街道软件产业基地5栋D座1001，主要经营范围为智能家居云平台、云软件及相关硬件的开发销售。为了充分利用多年积累的互联网软件研发技术与经验，进行智能家居产品的研发，发行人设立了兴家科技。2017年8月，发行人以货币出资缴足兴家科技的注册资本。截至本招股说明书签署之日，兴家科技的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	发行人	500	100%
	合计	500	100%

②兴家科技业务情况

兴家科技定位于智能家居云平台、云软件及相关硬件的开发销售，为发行人在智能家居领域拓展提供技术支持。

目前兴家科技仍处于产品试验开发阶段，未产生销售额，仅采购少量日常办公用品。

截至2016年12月31日，兴家科技总资产为837.26万元，净资产为-95.49万元，2016年净利润为-95.49万元；截至2017年6月30日，兴家科技总资产744.79万元，净资产-224.26万元，2017年1-6月净利润-128.77万元。

2、报告期内已经注销的子公司

（1）珠海万兴软件有限公司

珠海万兴曾为发行人全资子公司，成立于2006年3月30日，被注销前，注册资本500万元，实收资本500万元，注册地址为珠海市唐家湾镇大学路101号清华科技园创业大楼A座A513单元。珠海万兴主要从事个人电脑系统优化类软件的研发和销售。为了简化组织架构、降低运营成本，万兴科技决定将珠海万兴

的相关业务和主要资产纳入股份公司，并注销珠海万兴。2013年1月25日，珠海万兴股东会决议注销珠海万兴。2014年1月17日，珠海万兴注销登记获得珠海市工商行政管理局核准。

注销后，珠海万兴的全部资产由万兴科技收回，相关技术研发人员重新与万兴科技签署劳动合同。

（2）广州万德软件有限公司

广州万德曾为发行人全资子公司，成立于2011年3月14日，被注销前，注册资本为300万元，实收资本为300万元，注册地址为广州市天河区中山大道建中路3号212部位、303部位。广州万德主要定位于网页游戏的研究和开发，实现网页游戏在PC、移动等智能终端设备的使用。由于该行业竞争激烈，未能实现预期收益，2012年6月19日，广州万德股东会决议注销广州万德。2014年8月1日，广州万德注销登记获得广州市工商行政管理局天河分局核准。

广州万德注销后，其全部资产由发行人予以接收，广州万德与员工依法解除了劳动关系。

（3）Wondershare Software Limited Liability Company（美国万兴）

美国万兴曾为发行人全资子公司，美国万兴成立于2011年3月3日，被注销前，注册资本25万美元，实收资本25万美元，注册地址为14545 Viva Drive, Eastvale California, USA。随着公司加大对北美洲市场投入力度，设立加拿大万兴整体负责北美市场，公司决定注销美国万兴。2014年3月24日，美国万兴股东决议注销美国万兴，2014年6月23日，美国万兴在加利福尼亚州完成注销手续。

美国万兴未招聘正式员工，注销后主要资产已经由万兴科技收回。

（4）北京家和万兴软件有限公司

北京万兴为发行人全资子公司，成立于2011年7月21日，注册资本为50万元，实收资本为50万元，注册地址为北京市海淀区善缘街1号3层3-222。北京万兴曾主要在北京地区为发行人提供品牌推广。为了简化组织架构，万兴科技决定注销北京万兴。2013年12月26日，北京万兴股东决议注销北京万兴。2015年2月11日，北京万兴注销登记获得北京市工商行政管理局海淀分局核准。

北京万兴注销后，其全部资产由发行人予以接收。北京万兴与员工依法解除了劳动关系。

（5）杭州万兴软件有限公司

杭州万兴为发行人全资子公司，成立于 2011 年 1 月 5 日，注册资本为 100 万元，实收资本 100 万元，注册地址为西湖区文三路 477 号华星科技大厦二楼 251 号房。杭州万兴曾主要从事移动终端智能照相软件的研发业务。为了简化组织架构、提高管理效率，在整合杭州万兴主要资产及业务的基础上，万兴科技决定注销杭州万兴。2014 年 7 月 7 日，杭州万兴股东决议注销杭州万兴。2015 年 6 月 4 日，杭州万兴注销登记获得杭州市西湖区工商行政管理局核准。

杭州万兴注销后，其全部资产由发行人予以接收。杭州万兴与员工依法解除了劳动关系。

（二）参股子公司

1、上海控龙智能科技股份有限公司

（1）基本情况

控龙智能成立于 2014 年 2 月 8 日，注册资本 21.5054 万元，实收资本 21.5054 万元，注册地址为上海市奉贤区岚丰路 1150 号 6 幢 2337 室。周成虎为控龙智能控股股东和实际控制人。控龙智能主营业务为提供智能家居市场推广与咨询服务。发行人于 2014 年 5 月出资 50 万元以增资方式认购控龙智能的股份 1.5054 万股，占增资后股本总额的 7.00%。

截至本招股说明书签署之日，控龙智能股东结构如下：

序号	股东名称	实缴注册资本（万元）	持股比例
1	周成虎	20.00	93.00%
2	万兴科技	1.5054	7.00%
合计		21.5054	100%

截至 2016 年 12 月 31 日，控龙智能总资产 72.90 万元，净资产 7.95 万元，2016 年净利润-1.89 万元；截至 2017 年 6 月 30 日，控龙智能总资产 72.46 万元，净资产 6.61 万元，2017 年 1-6 月净利润-1.33 万元（以上数据未经审计）。

（2）除发行人外其他股东情况

周成虎持有控龙智能 93%的股权，为控龙智能的控股股东、实际控制人。周成虎简历如下：

周成虎 先生，中国国籍，无境外永久居留权，1981 年生，上海理工大学工科学士。2009 年-2013 年任上海浪虎智能科技有限公司总裁；2014 年 1 月创立上海控龙智能科技有限公司，任总裁；现任上海控龙智能科技股份有限公司总裁、上海浪虎智能科技有限公司执行董事。

2、浙江亚合大机电科技有限公司

（1）基本情况

浙江亚合大成立于 2012 年 8 月 14 日，注册资本 1,071 万元，注册地址为温州市瓯海区郭溪镇浦东工业区振革路 38 号。林飞和为浙江亚合大控股股东和实际控制人。浙江亚合大主要研发、设计、生产、销售智能锁具以及智能安防业务。

发行人于 2016 年 8 月出资 1,000 万元以增资方式认购浙江亚合大的股份 126.00 万股，占当期增资后股本总额的 10.00%。发行人以智能锁为智能家居的切入点，需与具有良好技术以及完善的国内营销体系的公司进行战略合作，加快公司智能家居业务发展。因此公司对浙江亚合大进行战略参股投资，增资价格以浙江亚合大投后估值 1 亿元为依据。

2017 年 8 月，浙江亚合大通过股东会决议，同意注册资本由 1,260.00 万元增加至 1,340.4256 万元，新增注册资本分别由温州维度科创股权投资基金合伙企业（有限合伙）和温州浚泉信远投资合伙企业（有限合伙）各以 900 万元认购。

2017 年 11 月，浙江亚合大通过股东会决议，同意宁波梅山保税港区享时投资合伙企业（有限合伙）将其持有浙江亚合大 1.80%的股权转给温州浚泉信远投资合伙企业（有限合伙），同意宁波梅山保税港区享赢投资合伙企业（有限合伙）将其持有浙江亚合大 1.88%的股权转给温州浚泉信远投资合伙企业（有限合伙），其他股东放弃优先购买权。

截至本招股说明书签署之日，浙江亚合大股东结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	林飞和	900.90	67.21%
2	发行人	126.00	9.40%

3	温州亚和投资管理合伙企业（有限合伙）	107.10	7.99%
4	温州浚泉信远投资合伙企业（有限合伙）	89.54	6.68%
5	温州维度科创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	40.21	3.00%
6	宁波梅山保税港区享时投资合伙企业（有限合伙）	38.87	2.90%
7	宁波梅山保税港区享赢投资合伙企业（有限合伙）	37.80	2.82%
合计		1,340.42	100%

经审计，截至 2016 年 12 月 31 日，浙江亚合大总资产 4,174.11 万元，净资产 2,642.66 万元，2016 年净利润 59.75 万元。截至 2017 年 6 月 30 日，浙江亚合大总资产 6,127.78 万元，净资产 2,655.88 万元，2017 年 1-6 月净利润 15.87 万元。

（2）除发行人外其他股东情况

①控股股东、实际控制人

林飞和持有浙江亚合大 67.21%的股权，为浙江亚合大的控股股东、实际控制人。林飞和简历如下：

林飞和 先生，中国国籍，无境外永久居留权，1979 年生。2009 年-2012 年任浙江凯迪仕实业有限公司总经理；2013 年起至今任浙江亚合大机电科技有限公司董事长、总经理。

②其他股东

A、温州亚和投资管理合伙企业（有限合伙）

温州亚和投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“温州亚和”）设立于 2016 年 6 月 8 日，统一社会信用代码 91330304MA285Q102H，为有限合伙企业，注册地址为温州市瓯海郭溪街道浦东工业区振革路 38 号 2 幢 3 楼东首，经营范围：投资管理（不含股权投资管理）（不含金融、证券、期货）（未经金融等监管部门批准、不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），执行事务合伙人为林飞和。

温州亚和主要从事股权投资业务，实际控制人为林飞和。

B、宁波梅山保税港区享时投资合伙企业（有限合伙）

宁波梅山保税港区享时投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“享时投资”）

设立于 2016 年 5 月 21 日，统一社会信用代码 91330206MA2821RDX5，为有限合伙企业，注册资本 102.60 万元，注册地址为北仑区梅山大道商务中心十一号办公楼 983 室，经营范围：实业投资，项目投资，投资管理，投资咨询，商务信息咨询（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务），执行事务合伙人为深圳市享投就投创业投资管理有限公司。

享时投资主要从事股权投资业务，实际控制人为白文涛。

C、宁波梅山保税港区享赢投资合伙企业（有限合伙）

宁波梅山保税港区享赢投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“享赢投资”）设立于 2016 年 6 月 30 日，统一社会信用代码 91330206MA282A2A0N，为有限合伙企业，注册地址为北仑区梅山大道商务中心十一号办公楼 2062 室，经营范围：实业投资，项目投资，投资管理，投资咨询，商务信息咨询（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务），执行事务合伙人为深圳市享投就投创业投资管理有限公司。

享赢投资主要从事股权投资业务，实际控制人为白文涛。

D、温州维度科创股权投资基金合伙企业（有限合伙）

温州维度科创股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“维度科创”）设立于 2017 年 3 月 22 日，统一社会信用代码 91330303MA294JH787，为有限合伙企业，注册地址为浙江省温州高新技术产业开发区创业服务中心科技企业孵化器 C 幢 2070 室，经营范围：资产管理；投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（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），执行事务合伙人为温州维度投资管理有限公司。

维度科创主要从事股权投资业务，实际控制人为厉汉华。

E、温州浚泉信远投资合伙企业（有限合伙）

温州浚泉信远投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“浚泉信远”）设立于 2017 年 8 月 3 日，统一社会信用代码 91330303MA297JNF83，为有限合伙企业，注册地址为浙江省温州高新技术产业开发区创业服务中心科技企业孵化器 A 幢 303

室，经营范围：股权投资、创业投资（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），执行事务合伙人为上海浚泉信投资有限公司。

浚泉信远主要从事股权投资业务，实际控制人为周信忠。

（三）分公司

报告期内，发行人设立了 1 家分公司，为万兴科技股份有限公司深圳分公司。

万兴科技股份有限公司深圳分公司成立于 2016 年 10 月 10 日，统一社会信用代码 91440300MA5DMCP77T，注册地址为深圳市南山区粤海街道软件产业基地 4 栋 A 座 08 层 02 室，负责人吴太兵。经营范围为电子计算机软件、网络、硬件及外部设备、计算机耗材、家庭智能集成设备、移动智能设备及耗材的技术开发、技术咨询、技术服务、销售（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），信息服务业务（仅限互联网信息服务业务）；在网上销售电子计算机软、硬件及外部设备、计算机耗材、家庭智能集成设备、移动智能设备。

发行人自有限公司设立时注册地为深圳，在深圳地区经营多年，积累了丰富的软件开发人员储备及资产。发行人为继续充分利用深圳地区的软件人才优势及管理公司资产，在深圳设立了分公司。

六、持有发行人5%以上股份的主要股东情况

（一）持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人名称

持有公司 5%以上股份的主要股东	吴太兵、张愚、和谐成长、华睿投资、亿兴投资
实际控制人	吴太兵

吴太兵，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码 42010619750906****。

张愚，中国国籍，持有加拿大永久居留权，身份证号码 41020319700120****。

和谐成长、华睿投资、亿兴投资有关情况详见本节“四、发行人的股权结构（二）发行人的股权结构图”。

（二）控股股东和实际控制人控制的其他企业

本公司控股股东、实际控制人为吴太兵。除控制本公司外，吴太兵还控制家

兴投资、亿兴投资；曾控制德国万兴合伙、德国万兴有限。

1、正在运营的企业

（1）家兴投资

有关情况详见本节“四、发行人的股权结构（二）发行人的股权结构图”。

（2）亿兴投资

有关情况详见本节“四、发行人的股权结构（二）发行人的股权结构图”。

2、已注销的企业

2009年，为了迅速开拓德国等欧洲市场，公司与 Michael Pohl 协商由其在欧洲推广 Wondershare 品牌，为方便监督 Michael Pohl 在欧洲国家的市场推广行为，决定由吴太兵与 Michael Pohl 共同设立德国万兴合伙和德国万兴有限，提高该品牌软件产品在欧洲国家的市场份额。

（1）德国万兴合伙

德国万兴合伙（Wondershare UG (haftungsbeschränkt) & Co.KG）曾为吴太兵控股的企业，该企业成立于 2009 年 5 月 26 日，注册资本 5 欧元，注册地位于德国 Altena，经营范围为：软件的销售，以及入股和管理其它软件企业。设立时，吴太兵出资 3 欧元，持有德国万兴合伙 60%的股权；Michael Pohl 出资 2 欧元，持有德国万兴合伙 40%的股权。该企业主要从事 Wondershare 品牌软件的本地化、网页翻译、宣传材料制作、商业运营等业务。

2012 年 3 月 27 日，吴太兵将其所持德国万兴合伙 60%的股权全部公证转让给 Michael Pohl。2012 年 12 月 10 日，德国万兴合伙办理了企业公证注销，2013 年 4 月 19 日，德国万兴合伙办理法庭登记注销。2014 年 6 月 13 日，该企业完成注销登记。

（2）德国万兴有限

德国万兴有限（Wondershare Software UG）曾为吴太兵控股的企业，成立于 2009 年 5 月 26 日，注册资本 5 欧元，注册地位于德国 Altena，经营范围为：软件的销售，以及入股和管理其它软件企业。设立时，吴太兵出资 3 欧元，持有德国万兴有限 60%的股权；Michael Pohl 出资 2 欧元，持有德国万兴有限 40%的股权。德国万兴有限主要负责运营管理德国万兴合伙。

2012年12月10日，德国万兴有限办理了公司公证注销，2013年4月19日，德国万兴有限办理法庭登记注销。2014年6月13日，德国万兴有限完成注销登记。

（三）控股股东和实际控制人持有发行人的股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东和实际控制人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）本次发行前后的股本情况

本公司本次发行前总股本为6,000万股，本次拟公开发行股票的数量不超过2,000万股。本次发行均为新股，原股东不公开发售股份。本次发行股份占发行后总股本的比例为25%。本次发行前后公司股本情况如下：

股 东		本次发行前股本结构		本次发行后股本结构	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
1	吴太兵	15,642,850	26.07%	15,642,850	19.55%
2	亿兴投资	12,385,690	20.64%	12,385,690	15.48%
3	华睿投资	8,707,120	14.51%	8,707,120	10.88%
4	和谐成长	8,571,430	14.29%	8,571,430	10.71%
5	张愚	8,400,370	14.00%	8,400,370	10.50%
6	家兴投资	2,571,450	4.29%	2,571,450	3.21%
7	宗佩民	1,404,300	2.34%	1,404,300	1.76%
8	傅宇权	843,430	1.41%	843,430	1.05%
9	朱伟	573,360	0.96%	573,360	0.72%
10	孙淳	300,000	0.50%	300,000	0.38%
11	梁英智	300,000	0.50%	300,000	0.38%
12	陈江江	300,000	0.50%	300,000	0.38%
13	社会公众股	-	-	20,000,000	25.00%
合计		60,000,000	100%	80,000,000	100%

（二）公司股份性质

本公司股东中，吴太兵等 8 名自然人股东所持公司股份性质为自然人股，亿兴投资、家兴投资、华睿投资所持公司股份性质为一般社会法人股，和谐成长为合伙企业，其所持本公司股份性质为合伙企业持股。

（三）前十名股东、前十名自然人股东及其在发行人担任的职务

序号	股东	持股数量 (股)	持股比例	公司任职情况	任职时间	入股时间	入股时职务
1	吴太兵	15,642,850	26.07%	董事长、总经理	2003.9 至今	2003.09	董事长、 总经理
2	亿兴投资	12,385,690	20.64%	-	-	-	-
3	华睿投资	8,707,120	14.51%	-	-	-	-
4	和谐成长	8,571,430	14.29%	-	-	-	-
5	张愚	8,400,370	14.00%	无	2011.01	2011.01	副总经理
6	家兴投资	2,571,450	4.29%	-	-	-	-
7	宗佩民	1,404,300	2.34%	无	无	2009.10	无
8	傅宇权	843,430	1.41%	无	2009.07	2010.10	副总经理
9	朱伟	573,360	0.96%	董事、研发总监	2008.05	2010.10	副总经理
10	孙淳	300,000	0.50%	董事、董事会秘书、财务总监	2011.09	2012.09	财务总监
11	梁英智	300,000	0.50%	部门总监	2009.11	2012.09	部门总监
12	陈江江	300,000	0.50%	监事会主席、部门总监	2003.10	2012.09	部门总监

注：傅宇权于 2014 年 6 月因个人发展原因离职；张愚于 2012 年 5 月个人发展原因离职。

公司自然人股东与发行人之间不存在关于自然人股东离职后股份处置的约定。公司各自然人股东离职后，直接持有公司的股份仍由各自然人直接持有。

（四）本次发行前各股东间的关联关系

截至本招股说明书签署之日，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情况如下：

序号	相关股东	关系	持股情况
1	吴太兵、亿兴投资、家兴投资	控股	吴太兵持有亿兴投资 52.24% 股权；持有家兴投资 53.20% 股权。吴太兵直接持有本公司股权 1,564.29 万股，占本公司股份总数的 26.07%。
2	朱伟、亿兴投资	参股	朱伟持有亿兴投资 3.40% 的股权，朱伟直接持有本公

			司股权 57.34 万股，占本公司股份总数的 0.96%。
3	孙淳、亿兴投资	参股	孙淳持有亿兴投资 3.63%的股权，孙淳直接持有本公司股权 30 万股，占本公司股份总数的 0.50%。
4	梁英智、亿兴投资	参股	梁英智持有亿兴投资 0.97%的股权，梁英智直接持有本公司股权 30 万股，占本公司股份总数的 0.50%。
5	陈江江、亿兴投资	参股	陈江江持有亿兴投资 1.46%的股权，陈江江直接持有本公司股权 30 万股，占本公司股份总数的 0.50%。
6	宗佩民、华睿投资	参股	宗佩民持有浙江华睿控股有限公司（以下简称华睿控股）71.00%的股权，华睿控股持有华睿投资 1.00%股权；宗佩民直接持有本公司股权 140.43 万股，占本公司股份总数的 2.34%。

公司各自然人股东之间，除共同在公司处担任董事、监事、高级管理人员外，不存在其他关联关系。

公司各自然人股东与公司、控股股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员之间，除共同在公司担任董事、监事、高级管理人员外，不存在其他关联关系。

除此之外，本次发行前，本公司各股东之间不存在其他关联关系。

八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工的股权激励计划或其他制度安排。

九、发行人员工情况

（一）员工基本情况

报告期各期末，本公司及所属子公司员工人数分别为 372 人、373 人、476 人、572 人。

截至 2017 年 6 月 30 日，本公司及其所属子公司在册员工构成情况如下：

专业构成	人数	占比	学历构成	人数	占比
技术研发人员	325	56.82%	硕士及以上	64	11.19%

市场营销人员	131	22.90%	本科	417	72.90%
管理和财务人员	116	20.28%	大专及以上学历	91	15.91%
合计	572	100%	发行人员工合计	572	100%

2017 年公司员工人数增加较多的主要原因是公司为促进消费类软件业务及子公司深圳斑点猫智能家居业务快速发展，增加产品研发和营销投入，积极推行团队精英化战略，大力引进高端人才。

报告期内，发行人各期员工专业构成及占比情况如下：

单位：人

专业构成	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	平均人数	占比	平均人数	占比	平均人数	占比	平均人数	占比
技术研发人员	316	57.25%	245	56.06%	216	57.14%	225	56.68%
市场营销人员	134	24.28%	108	24.71%	87	23.02%	92	23.17%
管理及财务人员	102	18.48%	84	19.22%	75	19.84%	80	20.15%
合计	552	100%	437	100%	378	100%	397	100%

注：平均人数为当期各月末员工人数加权平均。

报告期各期，发行人员工按专业构成占比情况相对稳定。其中技术研发人员占各期员工总数 55% 以上，主要原因系发行人主营业务为消费类软件的研发销售并提供相应技术服务，符合发行人所处技术密集型行业的基本特征。

（二）员工薪酬政策

根据公司制定的《万兴科技员工薪酬管理办法》规定：员工薪酬是指员工在岗期间可享受的所有收入总和，包括月度工资、津贴、奖金等。

1、月度工资

员工月度工资依据《职级工资对照表》确定，该表由人力资源管理部门制定，经总经理审批后生效。

公司制订了《员工岗位管理实施细则》，《员工任职资格管理实施细则》，规定公司所有员工入职、调岗、职级变动都必须经过任职委员会组织的职级评定才能有效，并根据认证结果，依据《职级工资对照表》确定员工工资。员工月度工资由岗位职级基本工资、岗位职级绩效工资和岗位职级补贴构成。员工岗位职级

发生变化的，员工工资须进行相应调整，人力资源管理部门审批员工工资时，须确保不出现低于或高于工资范围的情况。

2、津贴

津贴是指为提升公司薪酬竞争力而设置的临时工资补充形式。是公司为吸引战略急需或行业稀缺人才加盟而设置。

3、奖金

奖金是公司根据员工岗位序列、职类和职级，考核绩效而设置的员工绩效基准奖金。

（三）员工薪酬变动与当地水平比较

公司员工平均工资与当地平均工资、当地同行业平均工资比较情况如下：

单位：万元/月

平均工资	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
公司平均工资	2.12	2.35	1.92	1.65
本地平均工资	-	0.75	0.68	0.61
本地同行业平均工资	-	-	1.37	1.12

注：本地同行业平均工资数据来源于深圳市统计局网站。截至本招股说明书签署日，尚未公示2016年度、2017年度行业平均工资水平。

十、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员作出的重要承诺及履行情况

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

1、关于限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺：

公司控股股东、实际控制人吴太兵以及一致行动人亿兴投资、家兴投资承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

股东华睿投资、和谐成长、张愚、宗佩民、傅宇权、朱伟、陈江江、孙淳、梁英智承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其

持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

担任公司董事、监事和高级管理人员的吴太兵、朱伟、王志荣、孙淳、陈江江、凌曙光、刘莉莉承诺：除前述锁定期外，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过所持有的发行人可转让股份总数的百分之二十五；在上述锁定期届满后本人离职的，自离职之日起半年内不转让所持有的发行人股份；如本人在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职，自申报离职之日起十八个月内不转让本人持有的公司股份；如本人在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，自申报离职之日起十二月内不转让本人持有的公司股份。

担任公司董事和高级管理人员的吴太兵、朱伟、王志荣、孙淳承诺：本人所持股票在上述锁定期届满后二十四个月内转让的，转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格；发行人股票上市后六个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价格均低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，或者发行人股票上市后六个月期末收盘价低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，则本人所持公司股票的锁定期自动延长六个月。

2、关于持股意向和减持计划的承诺：

公司控股股东、实际控制人吴太兵承诺：未来五年内，如确因自身经济需求，在上述锁定期满后，可根据需要以集中竞价交易、大宗交易、协议转让或其他合法的方式适当转让部分发行人股票，但并不会因转让发行人股票影响本人控股地位。在上述锁定期满后二十四个月内，如本人拟转让持有的发行人股票，则每十二个月转让数量不超过本人所持发行人股票数量的 5%，且转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格。在本人拟转让所持发行人股票时，本人将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向。

公司主要股东亿兴投资、华睿投资、张愚承诺：在上述锁定期满后二十四个月内，如需减持股份的，将分步减持上市之日直接或间接持有的全部发行人股份，且每次转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格。在本公司（或本人、本合伙企业）拟转让所持万兴科技股份有限公司股票时，如持股 5%以上，

本公司（或本人、本合伙企业）将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向。

公司主要股东和谐成长承诺：本企业持有发行人 5%以上股份期间，在本企业拟转让所持发行人股票时，本企业将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向。

（二）稳定股价的承诺

1、触发实施稳定股价方案的条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日公司股票收盘价均低于公司当日已公告每股净资产（当日已公告每股净资产为：1、发行人最近一期报告期期末公告的每股净资产，或者 2、如最近一期报告期期末财务数据公告后至下一报告期期末财务数据公告前期间因分红、配股、转增等情况导致发行人股份或权益发生变化时，则为经调整后的每股净资产，下同）情形时，本公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法》的规定向社会公众股东回购公司部分股票，以稳定公司股价。

2、稳定股价的具体措施

（1）控股股东、实际控制人增持

自公司股票上市交易后三年内触发启动条件的，公司控股股东、实际控制人吴太兵先生将增持公司股份，增持股份应当遵循以下原则：

- ①增持股份不应导致公司的股权分布不符合上市条件；
- ②增持股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产的价格；
- ③增持股份的方式为集中竞价交易或中国证监会认可的其他方式；

④单次用于增持股份的资金金额不低于其上一会计年度从公司分得的现金分红（税后）的 20%；若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，则单一会计年度用于增持股份的资金金额合计不低于其上一会计年度从公司分得的现金分红（税后）的 50%，但不超过最近连续两个会计年度从公司分得的全部现金分红（税后）。

（2）公司回购

在控股股东增持公司股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，公司应当向社会公众股东回购公司股份。公司回购股份应当遵循以下原则：

- ①回购股份不应导致公司的股权分布不符合上市条件；
- ②回购股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产的价格；
- ③回购股份的方式为集中竞价交易或中国证监会认可的其他方式；

④公司单次用于回购股份的资金金额不低于上一会计年度经审计归属于公司股东净利润的 10%；若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，则公司单一会计年度用于回购股份的资金金额合计不超过上一会计年度经审计归属于公司股东净利润的 20%。

（3）董事、高级管理人员增持

在公司回购股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员将增持公司股份。公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持股份应当遵循以下原则：

- ①增持股份不应导致公司的股权分布不符合上市条件；
- ②增持股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产的价格；
- ③增持股份的方式为集中竞价交易或中国证监会认可的其他方式；

（4）公司董事（不含独立董事）、高级管理人员单次用于增持股份的资金金额不低于该等董事、高级管理人员上一会计年度自公司领取年度薪酬（税后）的 20%，若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，则董事（不含独立董事）、高级管理人员单一会计年度用于增持股份的资金金额合计不超过其上一会计年度自公司领取年度薪酬（税后）的 50%。

3、稳定股价措施的实施程序

（1）控股股东增持

控股股东应在公司股东大会审议通过稳定股价具体方案的 5 个交易日内，根据公司股东大会审议通过的稳定股价具体方案中确定的增持金额、数量及期间，通过交易所集中竞价交易的方式或中国证监会认可的其他方式增持公司股票。

（2）公司回购

当控股股东增持公司股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，公司董事会应在控股股东增持股票实施完成后公告之日起 3 个交易日内，作出实施回购股份或不实施回购股份的决议。董事会作出决议后 2 个交易日内公告董事会

决议及股份回购的议案，并发布召开股东大会的通知。

经过股东大会决议决定实施回购的，公司应在公司股东大会决议公告之日起 3 个交易日开始启动回购，并于 30 日内实施完毕。公司回购方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并依法注销所回购的股份，办理工商变更登记。

（3）董事、高级管理人员的增持

当公司回购股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件时，有增持义务的董事、高级管理人员应在公司回购股票完成且公告之日起 3 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并进行公告，相关董事、高级管理人员应在增持公告作出之日起下一个交易日开始启动增持，并于 30 日内实施完毕。

4、股价稳定方案的优先顺序

启动条件触发后，将先以控股股东增持股票的方式稳定股价；控股股东增持股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，则由公司进行回购；公司回购股票实施完成后，公司股价仍未达到停止条件的，则由有增持义务的董事、高级管理人员进行增持。

5、约束措施

（1）若公司或相关责任主体未采取稳定股价的具体措施的，公司及相关责任主体将及时进行公告并向投资者道歉，并将在定期报告中披露相关责任主体关于稳定股价的具体措施的履行情况以及未采取上述稳定股价的具体措施时的补救及改正情况。

（2）若公司控股股东未采取稳定股价的具体措施的，则在其采取稳定股价的具体措施并实施完毕（因公司股价不满足启动股价稳定措施的具体条件而终止实施的，视为实施完毕，下同）前，除因被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让股份的情形外，其持有的公司股份不得转让。同时公司有权以其获得的上一会计年度的现金分红（税后）的 50%为限，扣减其在当年度或以后年度在公司利润分配方案中所享有的现金分红（税后）。

（3）若公司有增持义务的董事、高级管理人员未采取稳定股价的具体措施的，则公司有权以其获得的上一会计年度的薪酬（税后）的 50%为限，扣减其在

当年度或以后年度在公司获得的薪酬（税后）。

（4）公司将提示及督促公司未来新聘任的董事、高级管理人员履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的关于股价稳定措施的相应承诺。

（三）股份回购的承诺

发行人承诺：如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将依法公开回购首次公开发行股票的全部新股。

本公司如因招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而受到如下处罚时，本公司将按照《公司法》、《证券法》及《公司章程》规定的程序，履行上述回购承诺：

- 1、中国证券监督管理委员会或其派出机构公布对本公司作出处罚决定；
- 2、本公司未受行政处罚，但被人民法院认定承担相应责任并作出生效裁决。

回购股份的价格根据以虚假信息揭露日为基准经前复权计算的发行价格和虚假信息揭露日前二十日交易均价孰高为定价依据。其中对发行价格进行调整的前复权计算公式参照《深圳证券交易所交易规则》除权（息）参考价计算公式。

控股股东承诺：如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，将依法回购已转让的原限售股份。

本人或发行人因招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏而受到如下处罚时，本人将按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规，履行上述回购承诺：

- 1、中国证监会或其派出机构公布对本人或发行人作出处罚决定；
- 2、本人及发行人未受行政处罚，但被人民法院认定承担相应责任并作出生效裁决。

回购股份的价格根据以虚假信息披露日为基准经前复权计算的发行价格和虚假信息披露日前二十日交易均价孰高为定价依据。其中对发行价格进行调整的前复权计算公式参照《深圳证券交易所交易规则》除权（息）参考价计算公式。

（四）依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

发行人承诺：如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。

发行人控股股东、实际控制人吴太兵承诺：如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。

发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺：如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。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次发行完成后，本公司股本和净资产都将大幅增加，但鉴于募集资金投资项目有一定的实施周期，净利润可能不会同步大幅增长，可能导致本公司每股收益、净资产收益率等指标下降，投资者面临本公司首次公开发行并在创业板上市后即期回报被摊薄的风险。

鉴于此，本公司拟通过完善利润分配政策、扩大业务规模、实施募投项目等方式，提高公司盈利能力，以填补股东被摊薄即期回报并承诺如下：

1、完善利润分配政策，强化投资者回报

本公司制定了《公司章程（草案）》和《未来分红回报规划（2017-2019）》分配具体规划和计划安排，本公司利润分配政策和未来分红回报规划重视对投资者的合理、稳定投资回报。本次发行完成后，本公司将广泛听取投资者尤其是独立董事、中小股东的意见和建议，不断完善本公司利润分配政策，强化对投资者的回报。

2、扩大业务规模，加大研发投入

公司为消费类软件企业，市场空间广阔，未来本公司将在稳固现有市场和客户的基础上，加强现有产品和业务的市场开拓和推广力度，不断扩大主营业务的经营规模，提高本公司盈利规模；同时，本公司将不断加大研发投入，优化营销布局，加强人才队伍建设，持续提升产品竞争力和本公司盈利能力。

3、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募投项目均围绕本公司主营业务展开，其实施有利于提升本公司竞争力

和盈利能力。本次发行募集资金到位后，本公司将加快推进募投项目实施，使募投项目早日实现预期收益。同时，本公司将根据《公司章程（草案）》、《募集资金使用管理办法》及其他相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。

发行人全体董事、高管承诺：

本人作为万兴科技股份有限公司（以下简称“公司”）的董事/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，根据中国证监会的相关要求，为保证公司首次公开发行股票后的填补回报措施能够得到切实履行，现本人作出如下不可撤销的承诺和保证：

（1）本人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）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺公司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）若公司后续推出股权激励的，本人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；

（6）有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任；

发行人控股股东、实际控制人吴太兵对公司首次公开发行股票摊薄即期回报填补措施能够得到切实履行作出如下承诺：本人不越权干预公司经营管理活动，不得侵占公司利益。

（六）利润分配政策的承诺

本公司制定了上市后的利润分配政策，详见第九节“五、（四）本次发行上市后的现金分红政策”。

（七）避免同业竞争的承诺

本公司控股股东、实际控制人吴太兵出具了避免同业竞争的承诺，详见第七节“二、（三）本公司控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺”。

（八）避免资金占用的承诺

本公司控股股东、实际控制人吴太兵承诺自签署之日起，本人及本人所控制的企业将不会以下列任何方式占用公司资金：（一）要求公司为本人垫付、承担工资、福利、保险、广告等费用、成本和其他支出；（二）要求公司代本人偿还债务；（三）要求公司有偿或无偿、直接或间接拆借资金给本人使用；（四）要求公司通过银行或非银行金融机构向本人提供委托贷款；（五）要求公司委托本人进行投资活动；（六）要求公司为本人开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；（七）要求公司在没有商品和劳务对价情况下以其他方式向本人提供资金；（八）不及时偿还公司承担对本人的担保责任而形成的债务；（九）中国证监会及深圳证券交易所认定的其他情形。

（九）未履行承诺的约束措施

发行人承诺：如本公司违反首次公开发行上市作出的任何公开承诺的，本公司将在股东大会及本公司的章程所规定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其他公众投资者道歉。如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，发行人将依法向投资者赔偿相关损失。如该等已违反的承诺仍可继续履行，发行人将继续履行该等承诺。

发行人控股股东及实际控制人吴太兵承诺：如本人违反在发行人首次公开发行上市时作出的任何公开承诺，本人将在股东大会及发行人的章程所规定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其他公众投资者道歉。如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。如该等已违反的承诺仍可继续履行，本人将继续履行该等承诺。如本人违反回购股份的相关承诺，发行人有权将与本人履行回购义务所需款项等额的应付现金股利予以截留，直至本人履行回购义务。如本人违反关于股份转让的相关承诺，应将出售股份而取得的收益（转让所得扣除税费后的金额）上缴给发行人。如本人违反关于股份锁定的相关承诺，应将违规出售股份而取得的收益（转让所得扣除税费后的金额）上缴给发行人。如本人违反减持价格的相关承诺，应向发行人作出补偿，补偿金额按发行价格与减持价格之差，以及对应的减持股份数相乘计算。

发行人全体董事及高级管理人员承诺：如本人违反在发行人首次公开发行上市时作出的任何公开承诺，本人将在股东大会及发行人的章程所规定的信息披露

媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其他公众投资者道歉。如因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。如该等已违反的承诺仍可继续履行，本人将继续履行该等承诺。如本人违反关于股份转让的相关承诺，应将出售股份而取得的收益（转让所得扣除税费后的金额）上缴给发行人。如本人违反关于股份锁定的相关承诺，应将违规出售股份而取得的收益（转让所得扣除税费后的金额）上缴给发行人。如本人违反减持价格的相关承诺，应向发行人作出补偿，补偿金额按发行价格与减持价格之差，以及对应的减持股份数相乘计算。

发行人全体监事承诺：如本人违反在发行人首次公开发行上市时作出的任何公开承诺，本人将在股东大会及发行人的章程所规定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其他公众投资者道歉。如因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。如该等已违反的承诺仍可继续履行，本人将继续履行该等承诺。

（十）公司实际控制人、控股股东的其他承诺

公司实际控制人、控股股东吴太兵承诺：如果报告期内公司及其控股子公司因来源于海外收入导致公司需要在收入来源地补缴税金，或支付滞纳金、罚金或其他相关费用，本人将全额承担该等税金、滞纳金、罚金或其他相关费用。

如报告期内公司与控股子公司之间的内部交易因转让定价问题导致公司及其控股子公司被当地主管税务机关处罚，需要补缴税金，或支付滞纳金、罚金或其他相关费用，本人将全额承担该等税金、滞纳金、罚金或其他相关费用。

如公司及其控股子公司被要求为员工补缴或追偿社会保险及住房公积金，将无条件全额承担应补缴或被追偿的金额以及为此所产生的相关费用。

十一、保荐机构及证券服务机构作出的重要承诺及其履行情况

保荐机构（主承销商）华林证券股份有限公司承诺：保荐机构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。

审计机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为万兴科技股份有限公司首次公开发行制作、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，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。

验资机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：如因本所会计师未能按照会计师行业公认的业务标准和道德规范严格履行法定职责而导致本所为发行人首次公开发行股票并上市所制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且因此给投资者造成损失的，本所将按照司法机关依照法律程序作出的司法裁决依法承担相应的民事赔偿责任。

发行人律师北京国枫律师事务所承诺：本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

资产评估机构国众联资产评估土地房地产估价有限公司承诺：本公司为发行人首次公开发行所制作、出具的文件如有虚假记载、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。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品情况

（一）主营业务

公司是一家主要从事消费类软件研发、销售及提供相应技术支持服务的国家级高新技术企业。

消费类软件是指围绕个人、家庭消费者应用而设计的与生活、娱乐、工作等相关软件产品。公司自主开发并在售的软件产品达百余款，主要包括多媒体类、跨端数据管理类和数字文档类三大类，可广泛应用于个人电脑、平板电脑、智能手机等不同应用终端，适用 Windows、macOS、iOS、Android 等主要操作系统。

公司产品采用线上销售的方式，通过自建的电子商务平台向全球用户提供消费类软件以及相关增值服务。

主营业务	细分市场	代表产品	应用终端
消费类软件	多媒体	媒体编辑  媒体管理  	       
	跨端数据管理	数据恢复   跨端传输   数据擦除 	
	数字文档	文档编辑  文档转换 	

（二）主要产品

1、主要产品简介


发行人的主营业务为消费类软件研发、销售及提供相应技术支持服务，目前主要涉及多媒体类、跨端数据管理类、数字文档类三大类软件产品，发行人向市场提供的主要产品如下所示：

（1）多媒体类软件


多媒体类系列产品主要为协助用户通过智能手机、平板电脑等移动智能设备生成照片、视频，对基于多种来源的照片、视频、音频等元素进行编辑、制作，再生成视频文件通过网络、电视等进行传播、分享；支持用户从视频网站、DVD等多种渠道获取视频资源并适配格式，方便用户在其智能手机、平板电脑、电视、个人电脑、视频播放器（如 Xbox、PSP 游戏机）等设备上播放观赏；支持用户从网络电台、CD 等多种渠道获取音频资源并适配格式，方便用户在其智能手机、平板电脑、多媒体播放器等设备上播放；以及供用户获取多媒体内容并转换成匹配的格式、方便再创意编辑等。

发行人多媒体类软件产品主要包括：视频编辑软件（Filmora）、万能影音转换软件（Video Converter）、DVD 刻录软件（DVD Creator）、视频编辑移动应用软件(FilmoraGo)等。

① 视频编辑软件·Filmora


产品图片	功能简介	主要用户群体
	为普通家庭用户提供的数百种内置图像、动画特效、精美图片与文字、动听配乐等个性化视频编辑、分享工具软件。该软件以简单易用、内容丰富、快速分享为特点。	热爱生活、有拍摄照片及视频习惯，并乐于编辑制作短片保存分享需求的普通非专业用户。

② 万能影音转换软件·Video Converter


产品图片	功能简介	主要用户群体
	以音视频格式转换为核心，协助用户获取音视频内容的综合型产品，兼具 DVD 刻录、网络视频缓存、视频剪辑等功能，转换速度处于市场领先地位，支持 150 多种音视频格式的无损转换。	需要将本机或从网络获取的音视频转换到移动设备、游戏主机、Apple TV 机顶盒等适配欣赏的用户。

		需要将本机音视频、自己拍摄、创意编辑的音视频转换为音视频分享网站支持的格式，方便分享的个人用户。
--	--	--

③ DVD 刻录软件·DVD Creator

产品图片	功能简介	主要用户群体
	为音视频爱好者提供的易用型影音刻录工具，支持将音视频、动画整合并制作为各种格式的 DVD。	有视频刻录需求的普通非专业用户，满足用户将个人拍摄的照片、视频等进行编辑及后期串场效果后刻录到 DVD 光碟。

④ 视频编辑移动应用软件·FilmoraGo


产品图片	功能简介	主要用户群体
	随时随地提供视频、照片自由组合、个性主题及背景音乐编辑和分享、特效制作等多种功能，可让用户轻松快速获取、处理高质量的图片和视频，并实时通过互联网进行分享。	拥有智能手机，有拍摄照片及视频习惯，并乐于编辑、制作个性化短片的普通非专业用户。

(2) 跨端数据管理类软件


公司的跨端数据管理类软件产品主要为拥有智能手机、平板电脑、新型智能设备等移动智能终端、个人电脑的用户解决跨端数据迁移、数据备份、数据安全与设备管理的需求，提升智能手机、平板电脑、新型智能设备等移动智能终端、个人电脑用户信息尤其是隐私信息的保密性、真实性、完整性以及可控性。

发行人跨端数据管理类软件产品主要包括：数据恢复软件（Data Recovery）、移动端数据恢复、备份、传输软件（Dr.Fone）、一键转机软件（MobileTrans）、移动设备管理软件（TunesGo）等。


① 数据恢复软件·Data Recovery

产品图片	功能简介	主要用户群体
	帮助用户找回因人为误操作、系统崩溃等原因删除、丢失的照片、音视频文件及文档等数据。	因为用户误操作、系统崩溃等意外丢失数据的个人电脑或相机等移动存储设备用户。


② 移动端数据恢复软件·Dr. Fone

产品图片	功能简介	主要用户群体
	恢复移动设备中的个人照片、联系人、短信、文档等数据。	拥有 Android、iOS 移动智能设备且数据丢失及误删除、设备损坏的用户。

③ 一键转机软件·MobileTrans

产品图标	功能简介	主要用户群体
	将旧手机个人数据安全、完整、快速转移到新手机。	更新移动智能设备用户。

④ 移动设备管理软件·TunesGo


产品图片	功能简介	主要用户群体
	运行在桌面端的支持 iOS 设备数据管理的软件，特色在于备份、恢复及管理 iTunes 数据库。	苹果手机、平板电脑等移动智能设备用户。

(3) 数字文档类软件


公司的数字文档类软件产品主要为用户打造高兼容性文档处理工具，协助用户快速、简便、安全的创建、编辑、转换、阅读多种格式的数字文档。

发行人数字文档类软件产品主要包括：PDF 编辑器（PDFelement）、PDF 转换工具（PDF Converter）等。

① PDF 编辑器·PDFelement

产品图片	功能简介	主要用户群体
	PDF 创建、编辑软件，同时提供数字签名、数据提取、密码保护、表单制作等多种特色功能。	个人家庭用户或企业用户：教师、学生、律师、保险商、SOHO、会计等知识型工作者等。

②PDF 转换工具· PDF Converter

产品图片	功能简介	主要用户群体
	PDF 文件转换软件，支持 PDF 文件与多种文件格式之间的互转，如：Word / Excel/ PPT/ EPUB/ HTML/ RTF/ Text/images 等。	个人家庭用户或企业用户：教师、学生、律师、保险商、SOHO、会计等知识型工作者等。

2、报告期内主要产品和服务的销售收入构成

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
多媒体软件	12,166.79	55.89%	19,328.99	52.67%	13,168.24	50.24%	12,508.88	55.58%
跨端数据管理软件	6,880.27	31.60%	12,774.16	34.81%	9,917.53	37.84%	7,310.16	32.48%
数字文档软件	2,456.66	11.28%	4,121.05	11.23%	3,097.59	11.82%	2,559.01	11.37%
其他	266.35	1.22%	472.61	1.29%	27.84	0.11%	128.61	0.57%
合计	21,770.07	100%	36,696.82	100%	26,211.18	100%	22,506.65	100%

（三）公司主要经营模式

1、总体经营模式

公司的主营业务定位于消费类软件产品的研发和销售，产品以功能强大、性能稳定、界面新颖美观、使用体验人性化、操作简捷流畅、性价比高为目标，快速理解市场需求，凭借较强的产品研发和创新能力，不断推出新产品以持续满足消费者的需求。

公司产品销售以自建的电子商务平台为核心，通过综合利用搜索引擎优化、搜索引擎付费广告、展示广告、社会化媒体营销、下载站点营销、邮件营销等网

络营销模式，向全球消费者提供消费类软件产品和服务。

快速理解市场需求、较强的研发和创新能力、丰富的网络营销经验为公司建立了一种可持续发展的经营模式。

2、研发模式

（1）研发战略

①以市场需求为核心的研发战略

消费类软件市场需求快速变化的特征使得公司发展必须紧跟市场热点变化。公司技术研发紧紧围绕消费者市场需求，以市场为先导，通过搭建快速迭代研发体系，不断开发新产品、对产品功能升级，持续满足消费者的使用需求。

②多维度的市场需求调研渠道

公司研发以市场需求为核心，建立了电子商务平台、用户使用调研与市场情报收集平台等多维度的市场需求调研渠道，实时收集用户需求信息，保障市场需求信息收集准确、全面、及时，产品研发部门通过对市场信息的分析，快速、准确掌握市场需求方向，降低产品研发风险。

公司电子商务平台和数据中心：公司实时记录消费者搜索公司电子商务平台及产品时使用的关键词、寻找及下载产品的种类等消费需求信息，并对用户需求进行在线调查。数据中心对消费者使用产品的功能、习惯和行为等进行追踪，了解客户实际使用需求。

用户使用调研：通过对消费者使用产品的使用体验调查、产品使用信息追踪等方式收集消费者的需求信息。

市场情报收集平台：市场情报收集平台主要负责收集技术发展趋势、消费者生活习惯的改变方向、竞争对手信息等。

（2）持续创新机制

消费类软件产品更新换代快、热点频出，持续的技术创新是公司发展基本战略，为增强技术创新能力和新产品开发能力，公司建立了一系列制度，鼓励和保证技术创新实施：

①**建立了产品创新评审及奖励机制。**鼓励员工提出新的产品创意，产品创意若被采纳，公司将以内创业的形式给予员工人力和资金上的支持，使员工的创

意得以实现。公司制订了《知识产权管理实施细则》等制度，奖励在研发创新中作出突出贡献的发明人、作者，以鼓励核心科技人员和科技团队技术创新的积极性，促进技术创新能力建设，持续提高公司技术创新能力；

②**建立了学习和技术创新的企业文化。**公司以及各部门定期组织研发人员进行内部知识分享和技术交流，提高员工的整体技术水平；

③**建立了用户互动反馈机制。**重视并鼓励公司售前、售后服务团队搜集、反馈客户的声音，借由与用户互动反馈机制以及对软件体验数据的跟踪挖掘，对产品进行持续改进。

（3）研发管理体系

产品研发失败是软件企业面临的主要风险之一，公司建立了严格的产品研发管理体系，以降低产品研发失败的风险。

① 产品规划阶段

公司产品规划以经营管理层为核心，多部门合作参与，严格论证产品规划方案，降低产品规划阶段的风险。营销部门及海外分支机构直接面向用户收集需求、使用习惯等市场资料，客户服务人员对用户反馈的产品使用建议与需求进行归纳提炼，运营管理部门利用大数据对系统收集的用户使用习惯与数据进行统计分析，产品经理根据经营管理层提出的研发战略及产品整体规划，综合营销部门、海外分支机构、客户服务人员和运营管理部门收集的市场需求信息，经过分析、论证后提出具体的产品规划报告。

公司经营管理部门组织由市场、营销、研发、运营等部门负责人参加的产品规划评审会议，对产品规划报告的可行性、合理性、时效性、效益性等进行综合评估，通过后转交研发部门开发、实现。



② 研发控制流程

公司建立了严格的研发质量控制流程，对研发各个关键节点进行监控，分阶段评审，确保研发流程可控，降低产品研发过程的风险。公司的研发流程以及各节点的控制如下：

项目阶段	软件产品开发过程活动	项目阶段
立项阶段	用户反馈 ↓ 项目计划 ↓	← 质量管理 ← 风险管理 ← 沟通管理
需求分析设计阶段	需求分析 ↓ 软件设计 ↓	↖ 变更立项 ← 需求管理
程序编码开发阶段	部署开发测试环境 程序编码/文档编写 ↓ 软件调试 ↓	← 配置管理
测试阶段	测试方案 测试用例设计 ↓ 系统测试 ↓	← 度量管理
发布阶段	发布评审 产品发布 ↓	← 评审管理 ← 发布管理
结项阶段	项目收尾结项 总结	

公司主要采取自主研发的方式进行软件开发，在软件开发过程中严格按照项

目管理制度进行软件产品开发与管理。公司软件开发流程主要包括立项、需求分析设计、程序编码开发、测试、发布、结项等阶段。公司建立了严密可行的整套开发管理流程，确保项目全过程的可控性。

③ 快速迭代发布机制

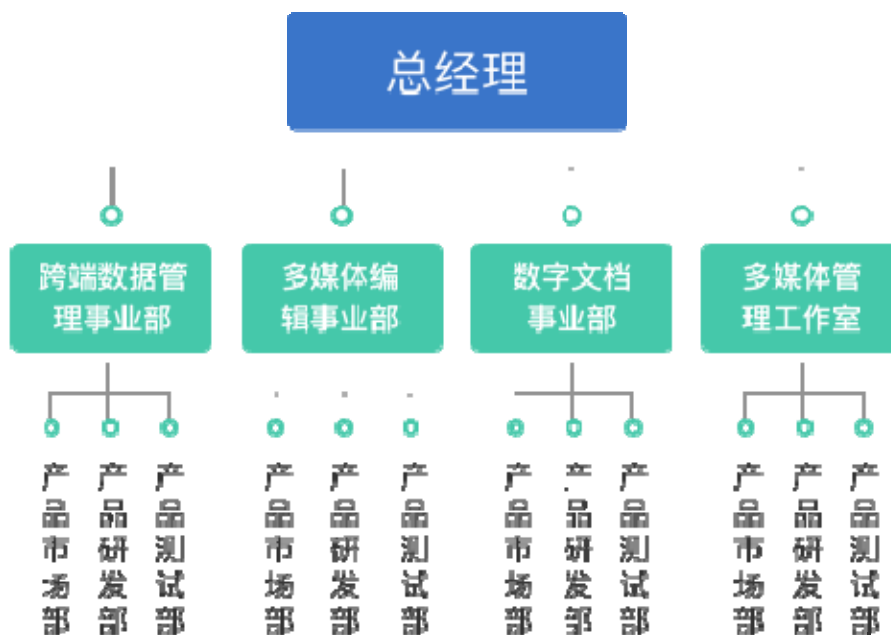
产品原型开发完毕之后，公司采取快速迭代发布机制，根据用户的体验数据和用户反馈快速推进新版本研发和发布。营销部门不断对产品进行验证，提出是否继续优化或终止研发的意见和建议，降低产品推广和后续开发的风险。



（4）研发体系

公司采用以业务领域划分部门、以项目为核心的矩阵式研发管理模式。公司的研发组织体系包含跨端数据管理事业部、多媒体编辑事业部、数字文档事业部、多媒体管理工作室。

公司的研发组织体系如下图所示：



3、采购模式

公司的对外采购主要为购置用于软件研发、营销推广及日常办公运营所需的电脑、移动智能设备、服务器等硬件设备，程序编写软件等开发软件，信息安全管理软件，汽车，办公设备以及租赁网络加速设备、机柜、带宽等。

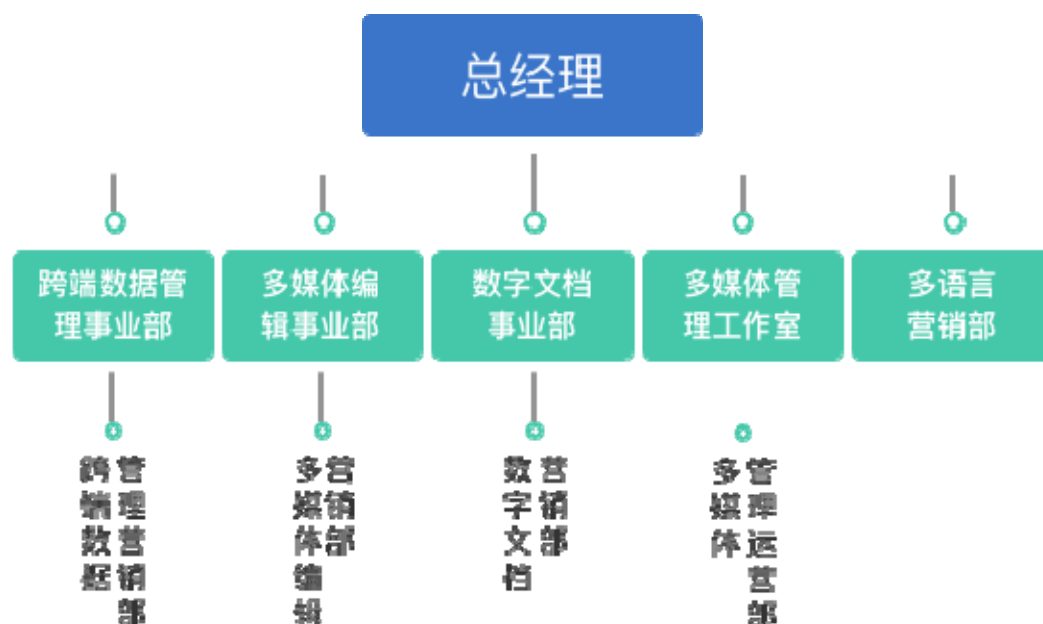
公司制定了严格的《采购管理制度》，各部门根据需要提出采购需求并填写采购申请表，由相应负责人根据权限审批后由专职采购人员统一采购。采购商品和服务到货后由需求部门指定专人进行检查、验收，无误后交付使用。

公司制定了供应商档案管理制度，对供应商的选择主要考虑价格、技术、售后服务等指标，每年由财务部及需求部门共同对供应商进行严格考核评价后决定是否继续合作。采购产品由采购执行部门和采购申请部门进行验收，并实行采购负责制度，即采购人员对自己采购产品有质量保证的责任以及对产品瑕疵进行追溯的责任。

4、营销模式

(1) 营销体系

公司的营销体系结构如下：



跨端数据管理营销部：根据公司的整体战略和跨端数据管理的产品策略，分析跨端数据管理产品市场，挖掘用户需求，通过搜索引擎付费广告、搜索引擎优化、社会化媒体营销、商务客户拓展等各种营销方式进行网站运营推广，持续提升网站流量，并实现跨端数据管理产品销售转化，达成销售目标，为公司提供稳定快速增长的现金流。

多媒体编辑营销部：承接多媒体编辑业务产品策略，确保重点产品 Filmora 建设落地实施，并负责多媒体编辑业务所辖 Wondershare 品牌产品运营及销售业务，拓展营销渠道，促进多媒体编辑软件收入持续增长。

数字文档营销部：依据公司整体战略，结合文档行业趋势，进行 PDF 文档工具用户分析，为目标用户负责文档类软件产品的网站建设、营销渠道建设及品牌推广，加强对商业用户群的重点突破，为公司提供稳定快速增长的现金流。

多媒体管理运营部：负责多媒体管理软件产品的网站建设、营销渠道建设及产品品牌推广，保证产品销售持续增长。

多语言营销部：承接公司整体战略，进行除英语及 Wondershare 主品牌以外所有子品牌的全产品全渠道营销。围绕海外业务软件产品，通过搜索引擎付费广告、搜索引擎优化、社会化媒体营销、下载站点营销、邮件营销等各种营销渠道进行运营工作，实现网站流量和产品销售的增长，为公司稳步成长贡献力量。

（2）销售模式

发行人主营业务系消费类软件的研发和销售及提供相应技术服务，发行人采

用了直销、经销、分销相结合的互联网线上销售模式，多种销售模式为发行人产品销售提供了高效、经济和丰富的互联网营销渠道。

①直销模式

直销模式是指终端客户通过登录发行人的自有电子商务网站购买软件，由发行人直接将产品销售给终端客户，通过 PayPal、Worldpay 等第三方支付平台向终端客户收取软件销售款。

在直销模式中，PayPal、Worldpay 等仅为公司产品销售提供代收服务，产品由公司直接销售给终端客户。在产品销售过程中，终端客户购买发行人的产品选择 PayPal、Worldpay 等第三方支付平台支付货款时，终端客户完成货款支付后，第三方支付平台将终端客户支付货款的信息即时发送予发行人，发行人收到支付信息后即时将产品注册码发送给最终客户，客户激活软件即可使用。PayPal、Worldpay 等第三方支付平台按双方预定的结算规则将代收款扣除手续费后支付给发行人，发行人按全部销售款确认收入，并承担据此金额向终端客户开具发票的义务。

②经销模式

经销模式是指最终客户购买发行人软件，选择 DR、Avangate 等第三方电子商务平台为付款渠道时，由发行人将软件销售给 DR、Avangate，DR、Avangate 同步销售给最终客户。

在经销模式下，产品销售过程中，最终客户在购买软件产品选择 DR、Avangate 等第三方电子商务平台支付货款时，DR、Avangate 将提示该产品系由发行人授权其销售给终端用户。最终客户完成货款支付后，第三方电子商务平台基于最终客户的订单信息和支付信息向发行人在线发送采购需求，发行人根据第三方电子商务平台的要求向终端客户发送产品注册码，客户激活软件即可使用。

基于软件产品以及互联网在线销售的特性，发行人将软件产品销售给 DR、Avangate 等第三方电子商务平台，再由其将产品销售给最终客户系同步完成，DR、Avangate 等第三方电子商务平台未先从发行人处购进产品储存。DR、Avangate 等第三方电子商务平台按双方合同约定的时间将销售款扣除佣金分成、税金后支付给发行人，并按销售款向终端客户开具发票。发行人按照 DR、Avangate 支付的销售净额确认收入，并承担按此金额向 DR、Avangate 等第三方

电子商务平台开具发票的义务。

③分销模式

分销是指发行人将其开发完成的 Mac（或 iOS）软件产品通过互联网发送至分销商（Apple）指定的 App Store，Apple 平台为发行人软件销售业务提供整体推广、用户引流以及支付服务，最终客户在 App Store 上搜索到发行人的软件产品，直接付费下载，无需产品注册码即可使用。

在分销模式中，发行人与 Apple Inc. 签署开发者计划协议，并负责将开发完成的 iOS（或 Mac）软件产品通过互联网发送至 Apple 指定的 App Store。Apple 为发行人提供整体推广、用户引流服务，将软件产品销售给终端客户并承担税款缴纳义务，按销售款向终端客户开具发票。Apple 平台定期按销售总额扣除佣金、税款后的净额支付给公司，发行人按照收到的销售净额确认收入，并承担据此金额向 Apple 开具发票的义务。

报告期内，与发行人合作的各第三方平台如下：

平台类型	名称	合作历史
第三方电子商务平台	Digital River	合作始于 2006 年 2 月，至今未有变化。
	Avangate	合作始于 2013 年 4 月，至今未有变化。
	EASECOM	合作始于 2016 年 11 月，发行人于 2017 年 4 月终止与 EASECOM 的合作。
	NORD	合作始于 2016 年 11 月，至今未有变化。
第三方分销平台	Apple	合作始于 2010 年 3 月，至今未有变化。
第三方支付平台	PayPal	合作始于 2011 年 3 月，至今未有变化。
	DSK	合作始于 2012 年 1 月 20 日，因 DSK 的收费较高、面对市场较窄，发行人于 2014 年 11 月终止了与 DSK 的合作。
	乾汇	合作始于 2014 年 6 月，因乾汇不能支持多币种结算、手续费率成本较 Worldpay、Alipay 偏高等原因，2015 年 3 月发行人终止与乾汇合作。
	Worldpay	合作始于 2015 年 3 月，至今未有变化。
	Alipay	Alipay 为支付宝在香港设立的子公司，为发行人提供海外代收服务，与发行人合作始于 2015 年 7 月，因 Alipay 自身业务调整，停止为跨境电商提供代收服务，2016 年 5 月发行人终止与 Alipay 的合作。
	QANDY	合作始于 2016 年 5 月，至今未有变化。

	支付宝	支付宝为在中国注册的公司，为发行人提供中国境内代收服务，与发行人合作始于 2017 年 5 月，至今未有变化。
	财付通	合作始于 2017 年 6 月，至今未有变化。
	鼎付	合作始于 2017 年 4 月，于 2017 年 8 月停止合作。

除乾汇为公司股东华睿投资及其旗下企业投资的企业外，公司及其董监高、股东与上述第三方平台均不存在关联关系。

（3）公司的销售流程

公司的销售流程为：



(4) 产品主要营销推广方式

① 发行人主要采用搜索引擎优化与搜索引擎付费广告为主的线上推广方式

发行人主要从事消费类软件研发和销售，主要产品为消费类软件产品，产品种类较多，单个产品价格不高；主要客户为家庭、个人，潜在客户数量多、分布广，重复购买率较低，传统的线下直销、代理商等营销方式难以有效覆盖全球客户，需建立更加高效、经济、适应互联网技术快速普及与发展的互联网

营销渠道。

通过搜索引擎查找所需要的信息已经成为网络用户最常用的方式，采用搜索引擎优化、搜索引擎付费广告具有传播速度快、定位精准、覆盖面广等特点，因此为互联网销售企业普遍采用的引流方式。

针对公司产品及终端用户的特点，发行人主要采用线上推广的方式进行产品营销。报告期内，发行人的新增付费用户均为通过线上推广方式获取。

②发行人主要的线上推广方式

发行人线上营销以搜索引擎优化、搜索引擎付费广告为主，同时辅以第三方营销推广、社交媒体营销、下载站广告、邮件营销等网络营销方式。

分类	推广方式	主要供应商名称
搜索引擎	<p>1.搜索引擎付费广告：一种通过在 Google 等搜索引擎投放关键字广告的付费网络推广方式。广告可以选择包括文字、图片及视频广告在内的多种形式，基于每次有效点击付费。</p> <p>2.搜索引擎优化：一种利用搜索引擎的搜索规则提高网站在有关搜索引擎内排名的方式，无需就搜索排名向 Google 等搜索引擎支付费用。</p>	<p>Google</p> <p>Bing</p> <p>Yahoo</p>
第三方软件推广平台	<p>第三方软件推广平台营销：第三方软件推广平台通过其线上推广渠道向最终客户展示发行人的软件产品，并将潜在客户通过点击链接引流至发行人自营平台完成产品购买。</p>	<p>Commission Junction</p> <p>Linkconnector</p> <p>Linkshare</p> <p>Shareasale</p>
其他营销推广方式	<p>1.社交媒体营销：发行人在社交媒体网络上发布内容（图文、视频等），或者利用社交媒体互联网上的意见领袖、网络红人以及消费者发表的产品评论、博客、论坛、社交网络里的个人档案以及用户创作的视频文件等做营销推广的营销方式。</p> <p>2.下载站点营销：发行人与国际上较大型的下载网</p>	—

	站合作，在其网站内投放广告，利用其网站的流量，达到向目标用户推广公司产品的目的。	
	3. 邮件营销：发行人通过电子邮件的方式向目标用户传递信息的一种网络营销手段。	

为发行人提供搜索引擎的服务商为 Google、Bing、Yahoo，第三方软件推广平台为 Commission Junction、Linkconnector、Linkshare、Shareasale，上述各家供应商的合作模式、采购内容、定价机制、结算方式如下：

序号	服务供应商名称	合作模式	采购内容	定价机制	结算方式
1	Google	直接客户	关键词搜索	竞价	按月付费
2	Bing	代理商	关键词搜索	竞价	充值扣费
3	Yahoo	直接客户、广告服务商	关键词搜索	竞价	充值扣费
4	Commission Junction	直接客户	广告链接	非竞价	充值扣费
5	Linkconnector	直接客户	广告链接	非竞价	充值扣费
6	Linkshare	直接客户	广告链接	非竞价	充值扣费
7	Shareasale	直接客户	广告链接	非竞价	充值扣费
8	其他	直接客户	邮件营销；广告链接；关键词搜索；广告评论、推荐、图文、视频等	竞价、非竞价	按次付费、充值扣费、按月付费

报告期内，发行人向搜索引擎服务商支付的广告营销费用占比达 80%以上，搜索引擎为发行人主要营销推广平台。

③发行人与 Google 等主要搜索引擎合作的具体方式

发行人主要通过 Google、Bing、Yahoo 等全球主要搜索引擎服务商展开合作，投放搜索引擎付费广告，以及进行搜索引擎优化等进行营销活动，让潜在用户通过搜索引擎搜索相关产品时发现、了解发行人的产品信息并直接点击进入发行人电子商务平台购买。

A、搜索引擎付费广告

搜索引擎付费广告为发行人通过在 Google 等搜索引擎投放关键字广告的付费网络推广方式，广告可以选择包括文字、图片及视频广告在内的多种形式。搜索引擎付费广告是 Google 等搜索引擎推出的基于每次有效点击付费的网络广告。广告投放主体在 Google 等搜索引擎通过竞价排名的方式投放关键词广告，用户通过 Google 等搜索引擎搜索该关键词时，搜索结果页将展示与该关键词相关的广告。用户如点击付费广告，公司将根据出价情况和点击次数向 Google 等搜索引擎服务商支付广告费用。

B、搜索引擎优化

搜索引擎优化为一种利用搜索引擎的搜索规则来提高网站在有关搜索引擎内排名的方式。搜索引擎对互联网上数量众多的网站进行分析与索引后，储存在其自身数据库之内，当用户访问搜索引擎网站并输入某个关键词时，搜索引擎将根据自身算法，在其数据库中匹配出相关的网站自然搜索结果，并将该结果按照相关性由高至低排序后展示给用户，排序越靠前的网站越能吸引更多的用户进行点击浏览。

发行人根据 Google 等搜索引擎的搜索排名规则进行页面优化，以提高业务在搜索结果中的排序，让更多用户发现并访问网站，从而扩大流量来源，最终促进销售提升，但无需就搜索排名向 Google 等搜索引擎服务商支付费用。发行人在搜索引擎优化营销过程中，为了提高搜索排名，需要聘请第三方为发行人提供内容建设和网站推广服务，并支付相应的费用。

④发行人与 Google 等主要搜索引擎的合作历史

与 Google 的合作历史

发行人 2007 年开始与 Google 公司合作，通过 Google 的互联网搜索引擎将发行人软件产品向全球用户宣传推广。合作初期，发行人主要通过搜索引擎优化进行推广，付费广告较少。随着发行人与 Google 的合作逐渐深入，发行人对 Google 的广告费用支出逐年增加，并积累了丰富的付费广告投放经验。发行人近年来在 Google 的竞价广告投放更具针对性，营销关键词数量不断增加，整体营销能力不断增强，付费广告带来的营业收入保持稳健增长。

与 Bing 的合作历史

发行人于 2013 年与 Bing 的区域代理商合鹄科技（深圳）有限公司（以下简称“合鹄科技”）签署协议，约定根据微软 Bing 广告的服务条款提供付费广告服务。2016 年，在维持与合鹄科技合作的基础上，发行人与另一家 Bing 的区域代理商上海云克网络科技有限公司（以下简称“上海云克”）签署协议，由上海云克为发行人提供 Bing 的付费广告服务。发行人与合鹄科技、上海云克合作内容相同，定价规则相同，采购价格一致。

与 Yahoo 的合作历史

发行人于 2012 年开始与 Yahoo 进行合作，通过子公司香港万兴与 Yahoo 签订了线上广告推广协议，主要负责在日本市场推广 Wondershare 品牌产品。Yahoo 为发行人提供搜索引擎付费广告服务。

2016 年及 2017 年，香港万兴相继与独立的广告服务商日本 DYM 公司及 SoldOut 公司签署合同，向他们采购 Yahoo 日语搜索引擎付费广告服务及广告效果优化服务。发行人与 DYM 公司以合同条款约定广告收益目标，由 DYM 公司负责具体广告投放方案及具体实施。发行人与日本 SoldOut 公司合作内容相同，采购价格一致。由于 SoldOut 公司的营销效果不及 DYM 公司，发行人于 2017 年 7 月与 SoldOut 公司停止合作。

⑤发行人与 Google 等主要搜索引擎的广告费支付方式

A. 发行人与 Google 平台的具体合作方式及广告费支付方式

发行人利用 Google 搜索引擎付费广告在线营销软件产品，首先在 Google 网站注册付费账户，依据产品策略投放关键词，终端用户点击上述广告后进入发行人网站，Google 会自动记录为广告的有效点击，根据该广告的月度有效点击次数和单次点击成本汇总为月度广告费用，发行人每月末核对 Google 的结算账单并支付上个月相应的广告费用。Google 采取的是先投放后付费的方式。

B. 发行人与 Bing 平台的具体合作方式及广告费支付方式

Bing 采用预先充值后投放广告的方式，发行人与 Bing 官方授权代理商签署协议后，在 Bing 网站注册账户，通过向 Bing 指定的授权代理商支付款项的方式在 Bing 的账户预先存放一定金额的资金，投放广告时 Bing 直接在发行人账户中收取广告费用。

C. 发行人与 Yahoo 平台的具体合作方式及广告费支付方式

发行人直接与 Yahoo 合作的模式下，Yahoo 采用预先充值后投放广告的方式，发行人在 Yahoo 网站注册账户，预先在 Yahoo 指定账户存放一定金额的资金，投放广告时 Yahoo 直接在发行人账户中收取广告费用。

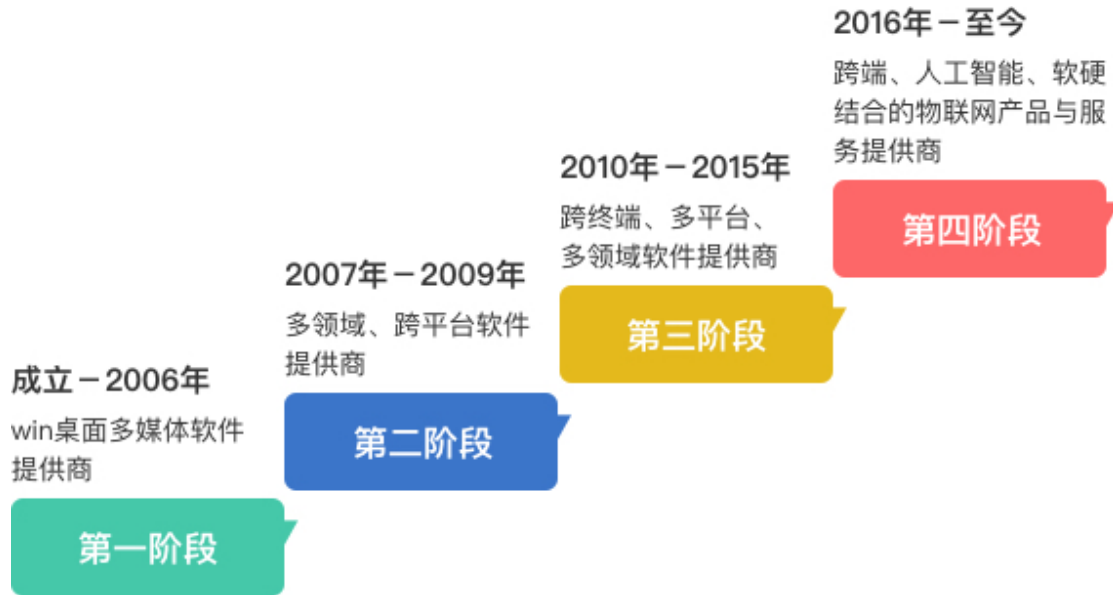
发行人通过独立的广告服务商与日本雅虎合作的模式下，发行人与广告服务商以合同条款约定广告收益目标，由广告服务商负责具体广告投放方案及具体实施，发行人按月预付费用给广告服务商。

（5）全方位的在线服务

公司通过邮件、线上即时聊天工具、远程服务等全方位互动模式，涵盖售前咨询、售后服务、技术支持、邮件订阅等全程服务，为客户提供 7*24 小时的中、英、德、日等多语言在线服务，提高客户的满意度和购买率。

（四）公司主营业务发展演变

公司自成立以来一直专注于消费类软件的研发、销售和技术支持服务，主营业务未发生变化。公司主营业务发展历程可以划分为四个主要阶段，具体情况如下：



1、成立初期-2006年：Windows 桌面多媒体软件提供商

公司成立之初，把握了数码相机、互联网的快速发展机会，开发了第一款软件——数码故事（一款将数码照片简单编辑之后刻录成 DVD 的软件），通过网络销售渠道向全球消费者销售。随后公司不断提升多媒体软件开发技术，快速拓展产品品种，先后开发了多款多媒体软件，并确立以线上销售为主的销售策略。在这一阶段公司的软件产品初步获得了市场的认可，业绩逐年提高。

2、2007年-2009年：多领域、跨平台软件提供商

随着软件开发技术的不断提升和网络营销经验逐渐丰富，公司将业务领域延伸至数字文档软件、系统工具软件、数据管理工具软件等领域。同时，抓住苹果公司 Mac 机（Mac 机使用的是 macOS 操作系统，不兼容 Windows 软件，应用于 Mac 机的软件较少）市场份额大幅提升的机遇，快速将产品向 Mac 平台拓展。这一阶段，公司产品向跨平台、多领域发展，同时为消费者提供可应用于 Windows 和 macOS 两个平台的多媒体、数据管理、数字文档软件产品。业务领域的拓宽，网络营销经验逐渐丰富，促进了公司经营业绩快速增长。

3、2010年-2015年：跨终端、多平台、多领域软件提供商

随着移动智能终端迅速发展，公司从 2010 年起开始探索、开发移动智能终端设备类的应用软件。公司 2011 年 12 月推出的拍照软件“神拍手•PowerCam”，发布 12 天后下载量即达到百万次，上线六个月，全球下载量超 3,000 万次，当选苹果公司官网 App Store 中国区 2012 年最佳 App 及 App Store 最佳拍摄 App。

同时，凭借桌面电脑应用软件开发的丰富经验，公司推出了跨端数据管理系列软件，可以通过桌面电脑操作对 iOS 和 Android 等移动智能终端实现数据管理、迁移、恢复、擦除等。跨端软件目前已成为公司增长最快的一项业务，促进公司整体业绩快速增长，使公司发展成长为一家跨终端、多平台、多领域软件提供商。

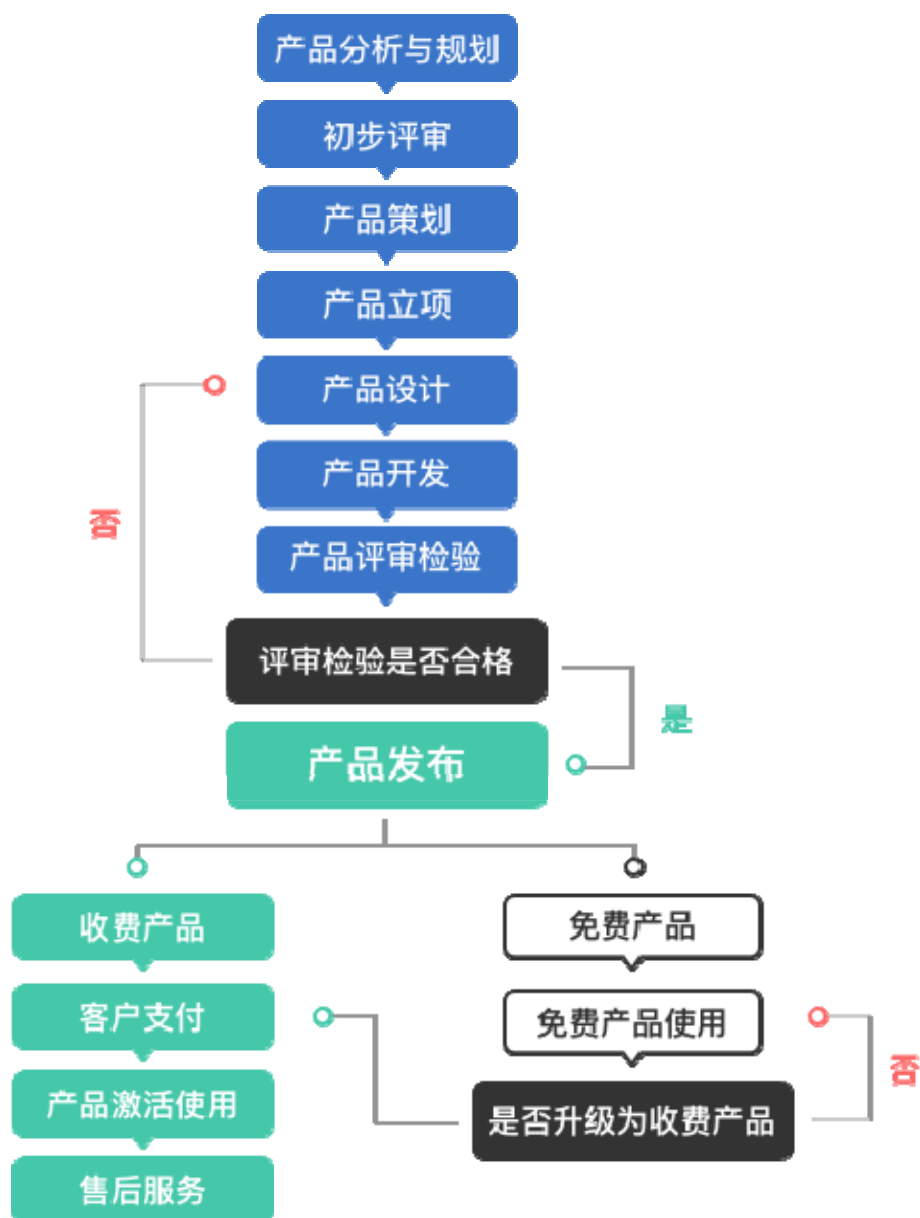
4、2016 年-至今：跨端、人工智能、软硬结合的物联网产品与服务提供商

随着移动智能终端设备的快速普及，移动互联网与云技术的快速发展，公司积极研发基于社交化分享的多媒体编辑、创作软件。推出的视频编辑、创作类软件“Filmora”，上线 1 年多来全球下载量超 4,000 万次，月活跃用户超 150 万，连续数月被 App Store 推荐为优秀软件，获得用户广泛好评，带动了公司营业收入和利润的快速增长。同时公司密切关注人工智能与物联网技术与市场的发展，充分利用公司在消费类软件的技术与研发优势，采取软硬结合的方式探索物联网家居安全发展机会。

目前，公司正处于产品种类日益丰富、多终端覆盖、多营销渠道扩展的快速发展阶段。未来，公司将依靠较强的研发实力、技术储备，把握市场机遇，快速更迭优化既有产品、拓展新产品以及应用终端，不断完善、拓展和整合网络营销渠道，进一步提高公司的市场占有率以及品牌影响力。

（五）主要产品和服务业务流程

公司业务总体流程如下图所示：



二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业管理体制和相关产业政策

公司所属行业为软件行业。根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订版）及公司现阶段业务情况，公司归类于“165 软件和信息技术服务业”。

1、行业主管部门及监管体制

国内软件行业的行政主管部门是工业和信息化部。

工业和信息化部主要负责拟定国家信息产业发展战略、方针政策和总体规划；拟定本行业的法律、法规，发布行政规章；组织制订本行业的技术政策、技

术体制和技术标准；对全国软件产业实行行业管理和监督；组织协调并管理全国软件企业认定工作；并负责全国软件产品的管理。

中国软件行业协会是我国软件行业主管协会，业务上接受工信部等业务有关的主管部门领导，其主要职责和任务是通过市场调查、信息交流、咨询评估、行业自律、知识产权保护、政策研究等方面的工作，加强全国从事软件与信息服务业的企、事业单位和个人之间的合作、联系和交流；为企业开拓国内外软件市场，发展我国软件产业；在政府和行业之间发挥桥梁、纽带作用，促进软件产业的发展。

2、行业主要法律法规及政策

为推动软件和信息服务业的发展，国家先后颁布了一系列法规政策，为行业发展建立了优良的政策环境，将在较长时期内对行业发展带来促进作用。

时间	发文单位	文件名	主要相关内容
2017年 1月	工信部	《软件和信息技术服务业发展规划（2016—2020年）》	面向重大行业领域应用和信息安全保障需求，瞄准技术产业发展制高点，加大力度支持操作系统、数据库、中间件、办公软件等基础软件技术和产品研发和应用，大力发展面向新型智能终端、智能装备等的基础软件平台，以及面向各行业应用的重大集成应用平台。加快发展适应平台化、网络化和智能化趋势的软件工程方法、工具和环境，提升共性基础技术支撑能力。
2016年 12月	国务院	《“十三五”国家信息化规划》	提高基础软件和重点应用软件自主研发水平。推进云操作系统、智能终端操作系统、嵌入式操作系统及相关领域的应用软件研发。加快安全可靠移动终端研发和生产应用，推动民族语言语音、视频技术和软件研发，降低少数民族使用移动终端和获取信息服务的语言障碍。
2016年	国务院	《“十三五”国家战略	面向重点行业需求建立安全可靠的基础软件

11月		性新兴产业发展规划》	产品体系，支持开源社区发展，加强云计算、物联网、工业互联网、智能硬件等领域操作系统研发和应用，加快发展面向大数据应用的数据库系统和面向行业应用需求的中间件，支持发展面向网络协同优化的办公软件等通用软件。
2015年 7月	国务院	《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	鼓励各类创新主体充分利用互联网，把握市场需求导向，加强创新资源共享与合作，促进前沿技术和创新成果及时转化，构建开放式创新体系。加快发展创业服务业，积极推广众包、用户参与设计、云设计等新型研发组织模式，引导建立社会各界交流合作的平台，推动跨区域、跨领域的技术成果转移和协同创新。巩固和增强我国电子商务发展领先优势，大力发展农村电商、行业电商和跨境电商，进一步扩大电子商务发展空间。
2014年 6月	国务院	《国家集成电路产业发展推进纲要》	加快云计算、物联网、大数据等新兴领域核心技术研发，开发基于新业态、新应用的信息处理、传感器、新型存储等关键芯片及云操作系统等基础软件，抢占未来产业发展制高点。
2013年 9月	工信部	《信息化发展规划》	加大财税金融政策扶持力度。充分利用国家科技计划、科技重大专项、有关产业发展专项等，加快推进信息技术研发和产业化。
2013年 7月	工信部	《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》	高端软件和新兴信息服务产业是战略发展的重点方向之一，明确将加强以网络化操作系统、海量数据处理软件等为代表的基础软件、云计算软件、工业软件、智能终端软件、信息安全软件等关键软件的开发。

2012 年 4 月	工信部	《软件和信息技术服务业“十二五”发展规划》	提出“十二五”期间,我国软件和信息技术服务业的发展思路是以市场驱动、应用牵引、创新支撑、融合扩展为主线,以促进软件和信息技术服务业做大做强、提高对经济社会发展的支撑服务能力为目标,注重政府引导与市场机制结合,进一步优化发展环境,促进产学研用结合,大力培育龙头企业,着力增强产业自主创新能力,推进产业链协同发展,不断提高产业规模化、创新化、高端化和国际化发展水平。
2011 年 1 月	国务院	《进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》(国发[2011]4 号)	制定了鼓励产业发展的财税政策、投融资政策、研究开发政策、进出口政策、人才政策、知识产权政策和市场政策,体现了国家政策对软件行业的一贯支持。
2009 年 3 月	工信部	《软件产品管理办法》(工业和信息化部令第 9 号)	明确了对软件产品实行登记和备案制度,对软件产品的生产、销售和监督管理进行规范。

3、软件产品的类别

根据国家统计局的分类标准,软件和信息技术服务业分为软件产品开发、信息系统集成服务、信息技术咨询服务、数据处理和存储服务、集成电路设计和数字内容服务 6 个大类。

发行人具体所处的子行业为软件产品开发。软件产品通常分为应用软件、系统软件以及中间件。应用软件产品可以分为多媒体类软件、跨端数据管理类软件、数字文档类软件、网络工具类软件、安全类软件、游戏类软件、网络通讯类软件等。应用软件产品类别较多,根据不同的标准可以有不同的归类,其中围绕个人、家庭消费者应用而设计的与生活、娱乐、工作等相关软件产品归类为消费类软件。



（二）消费类软件行业状况

1、消费类软件行业特征

消费类软件可应用于个人电脑、平板电脑、移动智能手机等各类智能终端，应用范围广、市场需求量大。虽然单个产品定价不高，单个客户所带来的收益不高，但由于市场需求量大，总销售数量较大，整体销售金额与利润并不低。

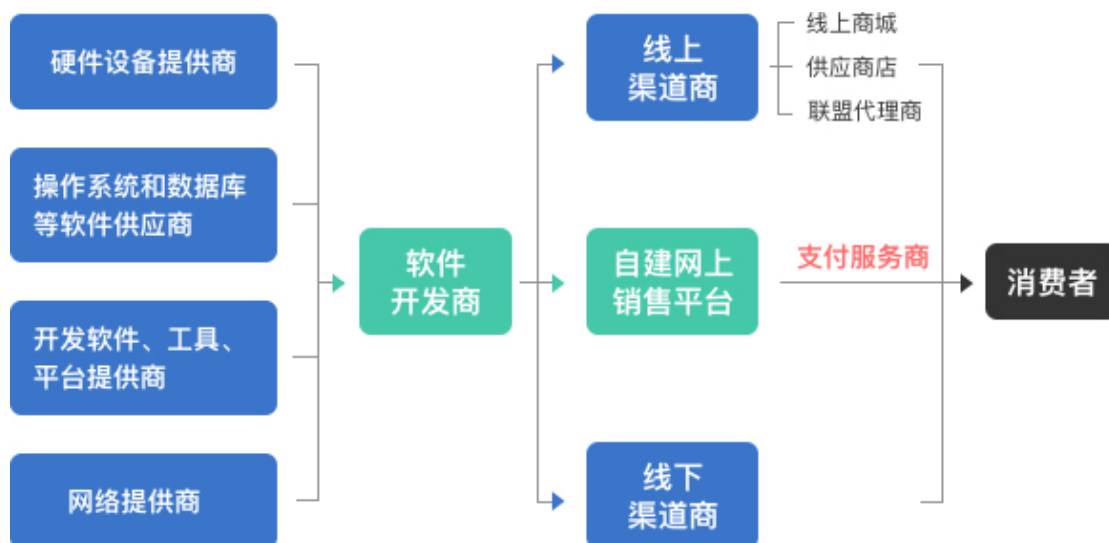
消费类软件的主要使用者为个人、家庭，使用者需求变化较快、个性化需求多，因此，消费类软件具有市场热点频出，产品更新换代较快、个性化需求突出的特点。

相比 ERP 等企业应用类软件，消费类软件设计开发更注重产品满足用户个性化需求、如何更少的占用系统资源、更快的处理速度，操作简便、人机界面亲和、更快的响应用户需求等方面。

2、产业链结构

消费类应用软件产业链上游包括开发所需计算机、服务器、移动智能设备等硬件设备提供商，操作系统、数据库等软件供应商，开发软件所需的系统软件和工具软件、平台等提供商，以及网络服务提供商，产业链下游包括网上直销销售平台、线上渠道商和线下渠道商，其中线上渠道主要涉及线上商城、应用商店（如 App Store、Mac App Store、Google Play 等）、联盟代理商等。万兴科技主要通过

自建电子商务平台将自主研发的软件产品销售给终端用户。产业链示意图如下图所示：



3、消费类软件市场情况

（1）多媒体软件的发展现状与未来趋势

①多媒体软件的发展现状

多媒体来源的多样化和多媒体创作、分享需求的快速增长，推动了多媒体格式和功能的多样化，促进了多媒体软件市场需求增长。

多媒体软件是一种把文本、图形、视频、图像、动画和声音等运载信息的媒体集成在一起，并通过计算机综合处理和控制的软件。2016年，移动互联网用户对移动视频内容消费持续发酵，其中以移动短视频尤为引人注目。短视频全网覆盖用户规模不断攀升，为移动互联网带来巨大流量，同时也为优质短视频平台、内容创业者及视频创作工具获得巨大的市场前景。

在移动互联网的大趋势下，摄像设备随手可得，如智能手机、运动相机和无人机等，多媒体内容的生成、创作人群范围迅速扩展，呈大众化、多元化、实时性的特点，移动互联网的发展带动了人们对多媒体内容创作、分享、播放的欲望。多媒体来源的多样化和多媒体创作、分享需求的增长，推动了多媒体格式和功能的多样化，从以播放功能为主，向制作、编辑、转换、分享、发布等功能转变。

① 多媒体软件的未来趋势

A、多媒体软件移动化

随着移动智能设备的普及以及高速移动网络的建设，多媒体软件正快速向移动化过渡。根据工信部公开数据，3G/4G 宽带用户持续增长，到 2016 年 12 月已经占整体移动电话用户规模的 71.2%，随着 4G 网络建设的不断成熟，更多的 2G/3G 用户向 4G 转换，随着未来 5G 网络正式实现商用后，移动网络环境渐臻佳境，用户移动网络使用成本进一步降低，为移动短视频内容消费和产品创新带来坚实的底层基础及广阔的市场。2016 年中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的报告显示，71.9%的用户选择用手机收看网络视频，手机已经超越个人电脑成为用户收看网络视频节目的第一终端。移动化已经成为多媒体软件行业创新的主要方向。

B、视频内容社交化

随着自带视频拍摄功能的智能手机终端、4G 移动网络基础设施的普及，用户对于拍摄，编辑制作的需求直接反映到了手机 App 中。年轻人休闲时分享视频短片到社交网站已成为一种新的社交方式。随着视频网站与社交网站融合的不断深入，视频分享网站的内容差异化将日趋明显，微电影、拍客视频等短视频都将成为社交网站上最主要的视频内容。这种相互融合的模式已越来越清晰，视频社交化势必是视频行业的重要趋势。尤其在智能手机等移动互联网终端不断普及、移动互联网飞速发展的今天，短视频更加符合用户在碎片化时间观看视频的需求。视频内容已成为新的社交入口。

C、视频内容高清化、虚拟现实化

随着专业领域的超高清技术发展和应用日趋成熟，4K 视频技术不断向普通消费领域普及，据海信公司 2017 年 1 月发布的《2016~2017 电视产业年度发展报告》：2016 年中国市场 4K 电视机的渗透率达到 64.9%，西欧市场达到 57.1%，北美市场达到 55.3%，同时，4K 拍摄功能的手机逐渐普及。

VR 虚拟现实视频，又称全景视频，是将静态的全景图片转化为动态的视频图像，全景视频可以在拍摄角度左右上下 360 度的任意观看动态视频，使用户有一种真正地身临其境的感觉，而不受时间、空间和地域的限制。全景视频包含有景深、动态图像、声音等要素，同时具备声画对位、声画同步等功能。全景视频较传统单一视角视频有了质、量、形式和内容的巨大飞跃。

（2）跨端数据管理类软件的发展现状与未来趋势

①跨端数据管理类软件的发展现状

A、储存介质变化，电子存储逐渐成为主流

最近几年随着存储技术发展，针对不同存储介质的数据恢复技术设备也相应面世，电子存储在可预见的未来将成为主流存储介质，而人类社会进入以数据为主体的信息时代后，数据的爆炸性增长以及存储介质的广泛应用也将直接带来数据恢复技术在更大范围内的迫切需求。

B、电脑设备转移至移动智能设备兴起

智能手机持有量在最近几年爆发式增长，人们在智能手机上消耗的时间已经超过传统个人电脑。人们把极其重要的个人数据如短信、通讯录、照片等存放在手机端，由于手机的丢失、摔坏以及对智能手机系统不够熟悉导致数据误删除的事件屡屡发生，因此面向智能手机的数据恢复市场需求不断扩大。且智能手机和智能设备的更新速度较前几年更加频繁。新旧设备间的数据共享和传输备份的需求更加明确，因此面向更新设备频繁的人群，在满足数据共享和传输备份的需求方面日益明确。

C、存储方式和行为变化，云端存储占比逐渐扩大

用户已经从实体存储数据（如硬盘、移动硬盘、U 盘、移动设备）的习惯，逐渐转换为云端存储的习惯，云端存储更为方便，且更容易在不同设备上查阅与编辑。在使用过程中，用户会更关注此类数据的传输、备份、还原以及隐私擦除，因此面向云端存储的数据传输、备份、还原等需求会不断增多。

②跨端数据管理类软件的发展趋势

A、整体解决方案的发展趋势

目前，跨端数据管理类软件功能主要包括数据传输、备份、还原、恢复、擦除等，主要应用场景包括各终端设备（如个人电脑、移动设备、智能硬件等），主要承载于 Windows、macOS、Android、iOS 等系统中，同时介质包括本地介质和云端介质，针对上述多样性的场景，出现了较多数量的数据恢复、数据管理、数据擦除等专门功能的软件，后续跨端数据管理类软件逐步向提供一站式整体解

决方案转变，数据恢复技术与数据备份技术、数据擦除技术和隐私保护技术未来将作为整体解决方案进行运营。

B、网络化趋势

随着网络速度的持续提升，在线远程数据恢复将成为可能，跨端转机技术将基于个人云数据中心运营为用户提供附加价值，数据擦除技术的范畴将从设备终端扩大到互联网应用及个人数据中心，更多针对互联网应用的数据擦除技术将出现。

（3）数字文档类软件的发展现状与未来趋势

①数字文档软件的发展现状

数字文档是指人们在工作、生活等社会活动中形成的，以计算机硬盘、光盘、U 盘以及其他电子存储为载体的文字材料。数字文档依赖计算机系统、智能移动设备存取并可在通信网络上传输，主要包括电子文书、电子信件、电子报表、电子图纸等。

目前数字文档软件的市场主要为微软公司的 Office 系列软件产品、Adobe 公司的 PDF 系列软件产品以及苹果公司的 iWork 系列软件产品。以上各种文档软件占据数字文档的绝大部分市场份额，由于 Office、PDF、iWork 等软件均有自身独特的技术标准，它们之间互不兼容，而保持和维护该标准属于企业的技术核心和战略核心。数字文档巨头企业制定的软件标准不统一，为下游提供数字文档转换和编辑软件产品的企业提供了广阔的市场机会。目前，针对个人工作者的高兼容性跨平台数字文档梳理系统正处于起步阶段。

②数字文档软件的发展趋势

A、高兼容性的趋势

在早期市场空白阶段，拥有技术、专利的大公司推出的数字文档产品迅速占领市场。在这一阶段，微软、Adobe、苹果等大企业脱颖而出。但大企业之间因为有直接竞争关系，而且数字文档格式兼容性并不是其经营重点，所以其产品的兼容性仍比较薄弱，不能满足广大消费者对数字文档多样化需求。下游厂商在高兼容性平台方面仍存在巨大的机会。

B、跨平台的趋势

移动互联网的高速发展，平台的多样性会越来越丰富，除了传统电脑端的 Windows、macOS、Linux 等平台外，出现了 Android、iOS 等适用于移动智能设备的平台。这对数字文档的跨平台应用提出了更高的要求。

C、二次加工的发展趋势

文档二次加工指在已有的数字文档上进行加解密、引用或提取文档信息、注释、编辑等。随着云存储技术的发展，越来越多的文档将会存储在互联网上，用户需要运用文档管理类软件进行便捷、快速的下载、编辑、使用、分享这些文档。因此，文档信息的二次加工需求将会得到飞速发展。

D、云协同办公的趋势

随着云计算与移动应用的崛起，掀起了协同办公相关的云工具软件和服务的新浪潮，云协同工具和服务将彻底改变传统的企业合作方式和运作流程，极大地提高办公效率，节省资源，同时也会帮助企业带来更多的商业机会。

（2）消费类软件行业的市场容量、技术特点及发展趋势

①消费类软件行业的市场容量分析

消费类软件的应用终端包括个人电脑、平板电脑、智能手机、智能穿戴设备、智能家居设备以及其他智能终端等。智能终端市场保有量和未来出货量对消费类软件的市场需求具有重要影响。消费类软件是指围绕个人、家庭消费者应用而设计的与生活、娱乐、工作等相关软件产品，智能终端的应用发展趋势也将影响消费类软件的市场需求。

A、智能应用终端的快速发展带动了消费类软件市场的需求

近年，智能硬件产品蓬勃发展，新产品层出不穷，智能硬件的市场保有量迅速增长。个人电脑出货量和保有量一直保持较高的水平；平板电脑和智能手机快速发展，出货量和保有量增长迅猛；以智能手表、智能手环为代表的智能穿戴设备销售量连续二年翻番，智能无人机等智能设备快速走进普通家庭，智能车载、智能家居等新型智能终端不断创新出现，智能终端市场的快速发展将带动消费类软件市场的发展。IDC 的市场调查数据显示 2016 年全球个人电脑出货量达 2.582

亿台；智能手机出货量超过 14.5 亿台，平板电脑出货量达 1.748 亿台，预计 2020 年个人电脑出货量将达 2.5 亿台，智能手机达 18.4 亿台，平板电脑达 2.15 亿台。

全球智能终端市场主要产品出货量和未来预测

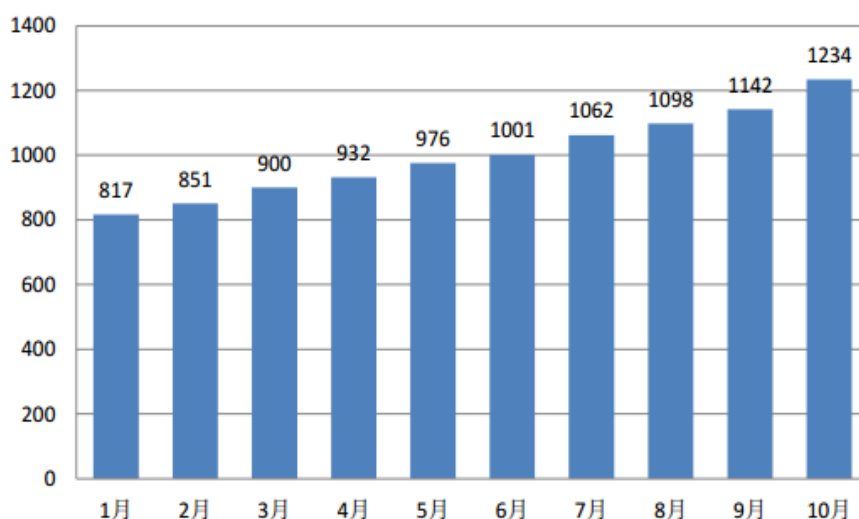
单位：亿台

产品分类	2016 年度	2020 年度
个人电脑	2.58	2.50
智能手机	14.50	18.40
平板电脑	1.74	2.15
合 计	18.82	23.05

数据来源：根据 IDC 发布数据整理

随着个人电脑、智能手机、平板电脑、智能穿戴等智能终端的快速普及和迅速增长，智能终端设备用户量不断快速增长。

互联网技术的飞速发展，智能终端设备和使用人群的增长带动了运用于智能终端设备的应用软件增长。中国信息通信研究院移动应用监测平台数据显示，截至 2016 年 10 月全球主流应用商店移动应用累计数量约为 1,234 万款，保持了年初以来每月新增约 40 万款的增长势头。



数据来源：中国信息通信研究院移动应用监测平台 CNMISC

根据市场研究公司 App Annie 数据显示，全球移动 App 应用市场的规模 2015 年约 700 亿美元，2016 年度全球应用市场下载量超过 900 亿次，比 2015 年增长

15%，销售收入近 890 亿美元，同比增长 27%。全球消费者移动 App 运用使用时长近 9,000 亿小时，同比增长 20%。预测 2020 年全球移动 App 应用市场销售收入将达 1,890 亿美元，五年内将以 22% 的年复合增长率保持快速增长。

B、智能终端应用的生活化、娱乐化带动对消费类软件市场的需求

个人电脑的家庭普及化、生活化和娱乐化，平板电脑和移动智能终端的快速发展，穿戴式智能设备不断涌现，以物联网家居安全为代表的智能家居市场快速启动，使智能设备日益深入人们生活，使用的领域和范围扩大，使用频率加快，使用时间延长，智能终端设备数量爆发式增长，带动了消费类软件的市场需求迅速发展。

国内互联网消费调研中心（ZDC）的研究数据显示，个人电脑主要用途排名依次为影音娱乐、上网冲浪、聊天互动、工作等。平板电脑、移动手机等智能终端生活娱乐使用比重更高，根据《互联网周刊》正式对外发布的《2016 上半年度 APP 分类排行榜》，App 类型基本上被新闻资讯、视频、社交、游戏、生活、娱乐类应用所占据。

② 发行人所处细分领域市场情况

发行人在消费类软件细分领域主要涉及多媒体类、跨端数据管理类以及数字文档类软件。

A、多媒体类软件市场情况

多媒体软件是一种把文本、图形、视频、图像、动画和声音等运载信息的媒体集成在一起，并通过智能设备综合处理和控制在一种软件。多媒体软件种类众多，功能多样，可生成、创作、获取、制作、编辑、播放、分享、转换包括音乐、照片和视频等在内的电子文件，广泛应用于娱乐、生活和工作领域。



多媒体内容来源的多样化和多媒体创作、分享需求的增长将促进制作、编辑、播放、转换、分享、发布等多媒体软件市场需求持续增长

在外部内容获取方面，近年来，随着多媒体内容服务方式的革新，用户可以通过在线音乐服务、视频网站、社交媒体等多种方式观看音视频内容。在内容生成方面，随着数码相机、数码摄像机以及自带摄像头的移动智能设备等数码影像设备价格回落、快速普及，多媒体内容的生成、创作人群范围迅速扩大，呈大众化、多元化的特点，且拍摄的场景更多、频次更高，多媒体内容呈几何级数快速增长。多媒体内容源的多样化直接导致多媒体格式的多样化，形成大量多媒体格式转换与兼容的需求。

在互联网时代，用户既是内容的浏览者，也是内容的制造者、服务的提供者、信息的传播者。互联网的发展带动了人们对多媒体内容创作、分享、播放的欲望。根据 comScore 公司的报告，在 2016 年 6 月，约有 1.78 亿美国互联网用户观看网络视频，平均每个用户观看视频的时长为 16.8 小时。到 2018 年，美国将有 2.125 亿数字视频用户，占据美国人口总数的一半²⁰。多媒体创作、分享需求的增长也将促进多媒体软件市场的发展。

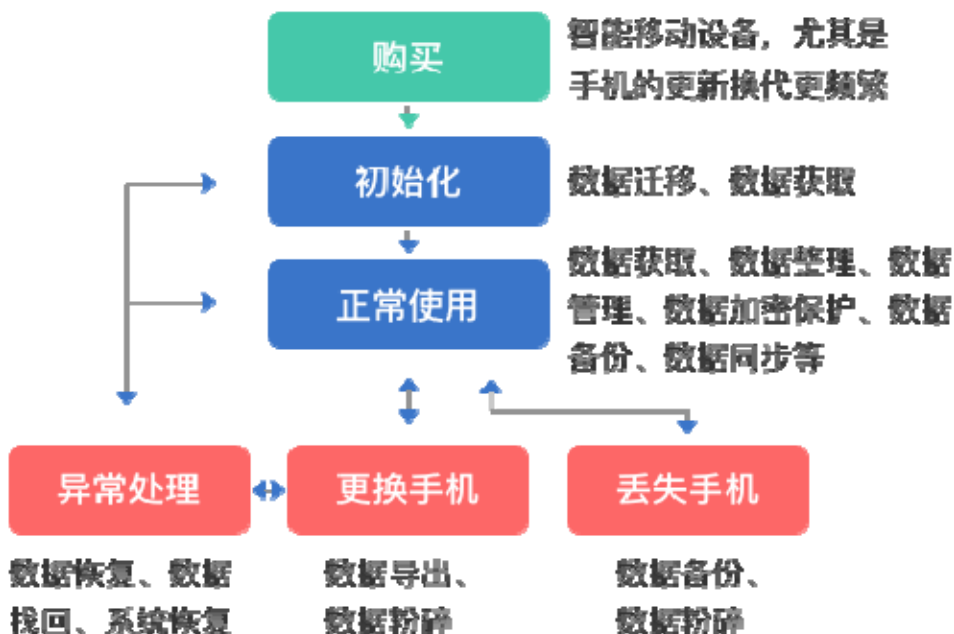
多媒体软件向移动化方向发展，将带动多媒体移动应用软件增长

²⁰来源：<http://www.199it.com/archives/242284.html>。

随着移动智能终端的普及以及高速移动网络的建设，多媒体软件正快速向移动化过渡。国内外移动互联网的快速发展，为移动视频娱乐的快速发展奠定了坚实基础。2016年中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的报告显示，71.9%的用户选择用手机收看网络视频，手机已经超越电脑成为用户收看网络视频节目的第一终端。

B、跨端数据管理类软件市场情况

跨端数据管理软件是随移动智能终端发展而产生的一类消费类软件，主要满足移动智能终端用户数据管理、迁移以及恢复等多种需求，用于提升移动智能终端用户信息尤其是隐私信息的保密性、真实性、完整性以及可控性等。跨端数据管理软件主要应用场景如下：



移动互联网和新型智能终端的发展带动移动智能终端数据管理类软件快速发展

除了基础的通话功能，移动智能设备因其携带便利性同时承担着用户的数码相机、社交、游戏、生活助手、电子邮件甚至移动办公等功能，也存储了较多个人数据，如：文档、照片、音视频、社交记录等。随着移动互联网的快速发展，移动智能设备电子商务、移动支付、云备份等应用的不断成熟，极大地方便了人们的生活。但移动智能终端也存在各类安全问题，比如，信息管理、丢失、移动支付安全隐患、隐私泄露等各类问题困扰着移动智能终端设备用户。

移动智能设备尤其是智能手机更新换代频繁，欧美等主要发达国家的消费者基本上 1-2 年就会更换一部手机。用户更换新设备时存在数据迁移、数据导出、数据粉碎等多项数据管理需求。个人电脑、平板电脑、智能手机等智能设备与人们日常生活和工作的联系日益紧密，同时拥有个人电脑、智能手机、平板电脑、智能家居以及智能穿戴等多种智能设备的用户迅速增加，用户需要在不同设备之间进行操作、传输数据，比如将电脑上的照片、音视频、文档、文字等传输到移动智能设备上，移动设备之间分享图片、通讯录等。

伴随着移动互联网和新型智能终端的发展，移动智能终端数据管理和信息安全以及跨端数据管理类软件的需求将迅速增加。

C、数字文档软件市场情况

数字文档类软件所涉及的面较广，包含 Office 办公软件、PDF 类软件、电子书等。微软公司、Adobe 公司是数字文档软件标准的制定者，各自代表产品 Microsoft Office 和 Acrobat 在全球范围内被消费者普遍认可，具有垄断的市场地位。

数字文档软件市场需求旺盛

随着人们办公、交流的电子化发展，用户需要频繁创建、编辑处理、共享各种类型的文档，数字文档类软件的需求较大。微软 2016 财报显示其 Office 部门的营业收入超过 264 亿美元，Adobe 公司 2016 年财报显示其营业收入为 58.54 亿美元。主要数字文档系统之间的兼容性差，为高兼容性跨平台数字文档处理软件提供了市场机遇。

数字文档软件与人们的办公、交流密切相关，市场需求旺盛，但主要文档巨头企业如微软公司、Adobe 公司等均有各自的数字文档标准，各种标准之间互不兼容，而保持和维护该标准属于企业的技术和战略核心。随着人们办公、交流的电子化发展，用户需要频繁接收并处理各种类型的文档，操作设备也从电脑向多种智能终端发展，缺乏对文档统一处理的解决方案是当前用户使用数字文档软件所面临的困扰。行业内主流数字文档之间兼容性差以及操作终端的多样化发展，为提供数字文档转换和编辑软件产品的企业带来了广阔的市场机会。

② 目前全球消费类软件产品直接付费市场主要在欧美日地区

消费类软件在全球拥有各种智能设备的大众用户中存在广泛的需求，由于欧、美、日等发达国家版权保护严格、法律机制相对更健全和完善，个人消费能力强，消费者大多习惯付费购买所需的软件产品，因此，消费类软件产品直接付费市场主要集中在欧、美、日等发达国家；国内及其他发展中国家个人消费者尚未形成购买软件的习惯，直接为消费类软件产品付费的占比较小。

③ 消费者购买消费类软件产品的途径和获取产品信息的渠道

消费者获取软件产品信息的渠道主要包括搜索引擎、其他软件消费者在网上的评价、朋友/家人/同事推荐、软件发行商网站、线上商城、实体零售店、线上应用商店（如 App Store）、软件对比和测评网站、技术杂志、社交媒体等。其中通过搜索引擎获取产品信息居各渠道之首。

随着软件线上销售的比重逐渐增加，并成为主要的销售渠道，搜索引擎、客户对产品的评论等网络信息渠道已逐渐成为消费者获取商品信息的主要途径，线上销售和网络营销能力较强的企业将获得发展良机。

4、消费类软件的技术特点及未来发展趋势

（1）多媒体软件的技术特点及未来发展趋势

① 多媒体软件的技术特点

多媒体技术主要包括多媒体交互技术、流媒体技术、多媒体监控技术和图像处理和计算机视觉，具有集成性、协同性、交互性和实时性的特点，其中多媒体交互技术是为了给用户更好的人机交互体验；流媒体技术主要应用在视频点播和直播，近来消费者拥有的硬件处理能力和网络带宽的不断提升，4K、8K 等已逐渐成为市场主流，如：优酷、土豆、爱奇艺等国内各大视频网站、广电广播系统等。

图像处理技术主要对图像内容进行分析和处理以达到预期结果，主要应用于压缩、增强、复原、分割、特征提取等，计算机视觉是利用计算机模拟人的判别准则去理解图像视频序列，达到分析和作出结论的目的。使得计算机拥有类似人类那种对目标进行分割、分类、识别、跟踪、判别决策的功能。尤其是在与人工智能领域结合后，呈现出蓬勃的发展趋势。

② 多媒体软件技术未来发展趋势

多媒体技术未来的发展趋势：一是网络化发展，与宽带网络通信等技术相互结合，使多媒体技术进入科研、办公自动化、远程教育等领域；二是多媒体终端的部件化、智能化和嵌入化，提高计算机系统本身的多媒体性能。随着互联网和移动互联网的发展，视频网络化正往高清晰度、低延时发展；智能多媒体技术包括语音识别、自然语言理解、机器翻译、图形的识别和理解、机器人视觉及人工智能等。以 4K，8K 为代表的超高清化以及 360 度 VR 视频普及趋势将带动多媒体软硬件的升级换代，对音视频处理的性能要求将越来越高，快速编解码技术将成为多媒体软件的核心技术。

（2）跨端数据管理软件的技术特点及未来发展趋势

①跨端数据管理软件的技术特点

按照跨端数据管理软件应用领域的不同，可以主要分为数据恢复类、跨端转机类和数据擦除类软件等，技术主要包括：数据恢复技术、敏感信息防泄漏技术、数据同步技术等，其中数据恢复技术基于原有文件编码规范，对原始数据分析后进行校验和修复；敏感信息防泄漏技术当前主要采用控制类技术、加密类技术、过滤类技术等方式，防止数据外泄；数据同步技术具有兼容性高的特点，可通过各种网络同步所有设备及应用软件，在用户的多种智能设备都能呈现数据同步效果。

②跨端数据管理软件技术未来发展趋势

数据恢复技术发展趋势。数据恢复技术将从现在主要面向个人和终端设备，逐渐过渡到面向个人和企业数据中心，而且数据恢复技术也从单一的数据丢失或损坏后的救灾环节，过渡到从数据产生、存储、备份、管理等全生命周期，以一体化数据恢复解决方案提供服务，对个人和企业用户数据提供全方位的保障。

跨端转机技术发展趋势。随着硬件技术和互联网技术的发展，智能设备的数据存储功能将逐渐削弱，更多的承载终端显示和操作入口，数据迁移到云数据中心。而跨端转机技术，也将从目前设备到设备之间的数据管理，过渡到设备跟云数据之间的数据管理。跨端转机技术将扩大到更大的范畴，出现更多针对具体应用的个性化、差异化的数据管理需求。

数据擦除技术发展趋势。数据擦除技术的范畴将从个人智能设备终端扩大到互联网应用数据及个人数据中心。对数据的保护，也将从目前主流的基于设备的

数据擦除，过渡到全方位的数据保护。从数据的产生、流通、管理、销毁等多环节对用户隐私进行保护。未来将是基于用户隐私保护的需求，数据擦除技术将升级为跟隐私保护技术一体化的整体解决方案。

（3）数字文档软件的技术特点及未来发展趋势

①数字文档软件的技术特点

由于目前数字文档软件的市场主要为微软公司的 Office 系列软件产品、Adobe 公司的 PDF 系列软件产品以及苹果公司的 iWork 系列软件产品，因此，数字文档软件的技术标准主要有 Office 系列数字文档标准、PDF 数字文档标准、iWork 数字文档标准，且这些主流的数字文档软件均有自身独特的技术标准，标准不统一，相互之间不兼容。

②数字文档软件技术未来发展趋势

随着人们办公、交流的电子化发展，用户需要频繁接收并处理各种类型的文档，操作设备也从电脑向多种智能终端发展，缺乏对文档统一处理的解决方案是当前用户使用数字文档软件所面临的困扰。未来数字文档软件呈高兼容性、跨平台、二次加工的发展趋势。

5、消费类软件行业的进入壁垒

（1）技术壁垒

消费类软件的研发需要掌握多项专业技术，包括开发工具、软件工程、信息安全、网络通讯等多个技术领域，还要充分考虑消费者的需求，前述技术能力的获得需要相关技术人员的长期积累。同时，随着客户需求的提升、客户规模的扩大和新型底层系统的推出，行业内企业需要具备越来越强的技术能力。因此，行业新进入者在短期内面临着较高的专业技术壁垒。

（2）经验和文化壁垒

互联网全球化，但是一般的软件开发企业难以做到适应地区和文化的差异。目前全球消费类软件付费市场在欧美日等发达国家，需要软件开发企业对当地的市场特性、客户需求、风俗习惯、相关法律规定等有着深刻的理解，来自其他国家的新进入者短期内面临着较高的经验和文化壁垒。

（3）用户规模与用户使用习惯的壁垒

用户规模是企业收入的基础，达到一定的用户规模才能形成经济效应。用户使用习惯的形成来源于其在产品长期使用过程中思维定式的形成，使用习惯一旦形成后，用户转换其他企业的产品将不可避免地付出一定的学习成本和时间成本。目前行业内的领先企业均拥有了较为庞大的用户群，而行业新进入者在短期内难以累积一定的用户规模，并培养用户使用习惯，因而存在着较高的壁垒。

（4）人才壁垒

软件行业是技术和知识密集型行业，并且目前消费类软件的主要市场在海外，对市场营销人员、高端技术人员和管理人员的综合要求均较高，需要人才在具备相关知识和技能的同时，具有全球化视野、熟悉全球市场，充分理解用户需求和行为。消费类软件行业具有较高的人才壁垒。

（三）行业特有的经营模式

1、行业特有的销售模式

消费类软件行业的销售模式包括传统的线下实体销售和互联网线上销售模式。

实体销售模式类似于销售普通商品，一般是刻成光盘，通过合作商或代理商进行销售，最后才能到用户手里，流转环节较多，销售成本高，产品销售周期长，用户体验差。得益于互联网技术和电子商务的发展和普及，通过互联网的方式下载并在线购买软件已经成为消费类软件主流的销售模式，相比其他类型商品，没有实体介质的软件更适合在线销售，用户可快速获取产品，产品销售周期短、有较好购买和使用体验。

互联网营销获得网站流量的方式主要有两种：一是直接流量。客户提前已知悉公司产品和网站信息，直接访问网站并实施购买行为。直接流量具有成本低的好处，但前提是产品和网站信息早已被客户熟知，一般适用于知名的大型平台性网络营销企业，例如亚马逊、EBAY、淘宝、京东等。二是外部导流。企业通过搜索引擎优化、搜索引擎付费广告、展示广告等互联网特有的广告形式发布产品信息，客户通过搜索引擎、推介网站以及 App 软件等渠道知悉公司产品，再链接至公司网站等方式实施购买行为。由于以互联网在线销售为主的特点，互联网

线上推广方式已经成为消费类软件主要营销模式。相对于传统营销，网络营销的快速扩张，突破地域限制，精准人群定位，也使其逐渐成为最重要、最有效的营销推广方式。

2、行业特有的盈利模式

消费类软件行业是知识密集型的高新技术行业，相较其他行业更加注重人力资本和开发的投入。目前消费类软件产业的盈利模式主要有 License 模式、SaaS 模式和 Advertising 模式。

（1）License（注册码）模式

License 模式是软件产业传统的盈利模式，也是目前主流的盈利模式。在该模式下，厂商向用户出售安装“许可证”，授权用户安装和拥有软件，公司和微软、Adobe 等厂商主要采用该模式。

License 模式下，用户“完全拥有”软件产品，为了满足不同用户的需求，厂商将产品的功能做得比较完备，购买方式简单，因此 License 比较适合普通软件消费者。

（2）SaaS（软件即服务）模式

SaaS 是基于互联网提供软件服务的一种软件应用模式，像自来水公司一样根据使用量、使用范围、使用时间向软件公司支付费用。在 SaaS 模式下，用户根据自己的需要，到服务器上租用不同的功能模块，选择不同的使用时间长短，使服务方式更加灵活，价格相对便宜。近年来微软、Adobe 等厂商已向市场推出 SaaS 服务。

（3）Advertising（广告）模式

Advertising 模式是一种新型的盈利模式，该模式基于互联网应用，通过向用户免费提供软件产品服务，带来流量的增加，进而获得广告收入等。由于用户可以免费使用相关产品，Advertising 模式具有较强的生命力。但是客户端软件所能承载的广告是相对有限的，大量的植入性广告会影响用户体验，甚至造成用户流失。

（四）行业竞争格局

软件市场容量较大，细分领域较多，虽然软件开发商数量较多，但市场竞争

主要分布在各细分市场的开发商之间。

1、消费类软件细分领域较多，大型软件开发商在市场容量较大的基础性或平台类产品中占据主导地位

消费类软件市场容量较大，细分领域较多，虽然软件开发商数量较多，但市场竞争主要分布在各细分市场的开发商之间。大型开发公司凭借技术和资金优势，在市场容量较大的基础性或平台类产品中占据主导地位，在各自擅长的领域拥有一定的垄断优势，例如，微软和 Adobe 在全球文档处理类软件领域、腾讯在国内的即时通讯类软件领域。

2、大量中小企业则主要从事相对细分领域的个性化产品开发

大量中小企业则主要从事相对细分领域的个性化产品开发，以满足消费者的个性化需求为目标，开发的产品为对大型开发公司基础性或平台类产品的功能补充、差异化的二次开发，与大型公司之间不形成直接竞争关系。中小企业开发的细分领域产品，产品个性化突出，满足的客户不同需求，产品功能不尽相同，部分功能重合的产品形成直接竞争关系，中小软件企业之间的竞争主要体现为产品功能的竞争。部分中小软件企业凭借多年的专注，在一些细分领域积累丰富的经验，形成了细分领域的技术领先优势，不断发展壮大。

（五）行业内主要企业

公司现阶段的竞争对手主要为消费类应用软件行业中公司涉及的多媒体类、跨端数据管理类和数字文档类领域具有一定市场影响力的企业，具体情况如下：

1、多媒体软件主要企业

多媒体软件市场目前竞争激烈，从事多媒体研发的企业众多。公司多媒体软件产品主要为多媒体的拍摄、编辑、转换、缓存、刻录、播放、分享等，与公司多媒体软件产品功能存在一定类似的企业主要有台湾的讯连科技、加拿大 Corel 等公司。

（1）讯连科技（Cyberlink）

讯连科技成立于 1996 年，总部位于台湾，系台湾证券交易所上市公司。讯连科技主要业务为多媒体影音软件研发和销售，主营产品包括数字影音娱乐解决方案、数字学习解决方案两大系列。讯连科技主要销售区域为欧洲、北美和日本

等地。

根据讯连科技公布的财务报表，讯连科技 2016 年的营业收入为 18.96 亿新台币，净利润为 3.03 亿新台币，截至 2016 年 12 月 31 日的总资产为 56.43 亿新台币，净资产为 41.96 亿新台币，有约 700 名员工，其中研发工程师超过 500 人，具有较强的研发技术实力。

（2）Corel 公司

Corel 公司成立于 1985 年，总部位于加拿大渥太华。Corel 公司主要业务为多媒体软件的研发和销售，主要软件产品为高端图片设计，通过不断的并购，现已拓展到所有类别的家庭多媒体软件产品，成为多媒体软件行业的龙头企业之一，是全球排名前十名的独立软件生产商。Corel 公司的产品销售到世界 75 个国家和地区，拥有超过 4000 万名使用者。

2、跨端数据管理软件主要企业

跨端数据业务是伴随着智能手机发展普及，用户在多终端多屏幕产品间操作而产生的数据类需求，目前涉足跨端数据业务的企业主要有万兴科技、百度 91、奇虎 360、Cellebrite 等。但各公司的产品差异较大，万兴科技的跨端数据管理软件主要针对移动智能设备，并为其提供整个生命周期的数据安全服务和数据管理服务。

（1）百度 91

百度 91 是百度旗下专注于无线互联网业务开发与拓展的高新技术企业。百度 91 平台集成 91 助手、安卓市场、91 移动开放平台、91 熊猫桌面、安卓桌面、91 门户、安卓网等强势产品为内容端口的完整移动互联应用产品群，是国内主流智能手机服务平台之一。目前，每年度通过百度 91 进行的应用下载突破了 100 亿次。

根据百度的财报，百度 2016 财年营收为人民币 705.49 亿元，其中百度移动收入在总营收中占比超过 63%。百度 91 无线商业模式主要围绕免费软件、网站吸引用户，通过软件分发、游戏运营以及广告模式进行变现。万兴科技与百度 91 在产品销售模式和产品侧重等方面具有一定的差异。

（2）奇虎 360

奇虎 360 是一家专注于互联网和手机安全产品的服务供应商。旗下有 360 手机助手、360 安全卫士、360 手机卫士、清理大师等为智能手机用户提供应用、数据管理及安全服务，是国内主要的手机安全产品及服务供应商，360 手机助手已成为国内安卓应用市场最大的分发平台之一。

（3）Cellebrite

Cellebrite 成立于 1999 年，系是日本上市公司 Sun Corporation（JASDAQ 证券交易所代码：6736）旗下的全资子公司。Cellebrite 主要提供移动智能终端生命周期解决方案，以及手机内容传输、备份和恢复服务；店内和远程诊断与维修，数据应用和内容交付；设备数据安全擦除服务等。

3、数字文档软件主要企业

目前，Adobe 公司在 PDF 格式数字文档软件市场具有寡头竞争地位，在行业内具有强大的技术实力，处于行业领先地位，Adobe 主要客户是规模较大的企业和高端个人用户。本公司与 Adobe 公司的产品定位和目标市场存在较大差异。目前与公司相关性较高的主要竞争对手是 Nitro 公司和福昕软件。

（1）Nitro

Nitro 成立于 1997 年，现总部位于旧金山。Nitro 主要从事 PDF 和数字文档二次编辑软件的研发和销售，主要产品有 PDF Editor 等，PDF Editor 是集创建、转换、显示、编辑、搜索、打印、存储、签章、表单、保护、安全分发管理等涵盖文档生命周期的产品技术与解决方案。

（2）福昕软件

福昕软件成立于 2001 年，注册地位于福建福州软件园。福昕软件主要产品有 Foxit Reader、Foxit PhantomPDF 等，产品与服务覆盖桌面、互联网与移动互联网，应用于各行业的个人、企业、机构的文档应用服务领域。

根据福昕软件公布的财务报表，截至 2016 年 12 月 31 日，公司总资产为 31,298.35 万元，净资产为 25,122.82 万元，2016 年度营业收入 17,907.50 万元，净利润为 1,519.54 万元。截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有员工 325 人，其中技术研发人员 211 人。

（六）公司的行业地位

公司自创立之初即专注于消费类软件的研发和销售，定位于满足用户在使用个人电脑、移动智能设备以及其他软件过程的个性化需求。发行人 2011 年起入围国家规划布局内重点软件企业，并在随后年度持续被认定，为其中少数以消费类软件为主业的企业。公司已在消费类软件市场深耕多年，产品种类众多，在某些细分领域拥有较深的技术沉淀，部分产品在细分领域处于行业前列。发行人的销售网站访问量、下载量数据大，全球网站排名较高。发行人的市场地位具体表现如下：

1、发行人 2011 年起入围国家规划布局内重点软件企业，并在随后年度持续被认定为国家规划布局内重点软件企业

根据国内认定国家规划布局内重点软件企业的标准，入围企业需符合下列标准：1、年度软件产品开发销售（营业）收入总额超过（含）1.5 亿元人民币且当年不亏损；2、年度软件产品开发销售（营业）收入总额低于 1.5 亿元人民币，在认定主管部门发布的支持领域内综合评分位居申报企业前五位；3、年度软件出口收入总额超过（含）500 万美元，且年度软件出口收入总额占本企业年度收入总额比例超过（含）50%。

国家规划布局内重点软件企业具有较高的认定标准，且由国家发展和改革委员会、工业和信息化部、财政部、商务部、国家税务总局五部委或其授权机构认定，具有较高的权威性，全国每年认定的企业数量大约为数百家，代表全国软件各细分领域营收规模最大、研发能力最强的企业。

2、发行人为国家规划布局内重点软件企业中少数以消费类软件为主业的企业，销售收入位于国内消费类软件企业前列

发行人为一家主要从事个人消费类软件研发、销售，以个人、家庭消费者为主要销售对象，系国家规划布局内重点软件企业中少数以个人消费类软件为主业的企业。报告期，发行人的营业收入分别为 22,603.48 万元、26,282.38 万元、36,817.71 万元及 21,941.97 万元，收入保持快速增长，其中消费类软件的收入占比均为 98%以上，销售收入位于国内消费类软件企业前列。

3、发行人产品种类众多，在某些细分领域拥有较深的技术沉淀，部分产品在细分领域处于行业前列

与国内外竞争对手相比，发行人的产品线较多，产品种类众多，可以应用于

不同智能终端和操作系统。自主开发并在售的软件产品达百余款，主要包括多媒体类、跨端数据管理类和数字文档类三大类，可广泛应用于个人电脑、平板电脑、智能手机等不同应用终端，适用 Windows、macOS、iOS、Android 等主要操作系统。

发行人在某些细分领域拥有较深的技术沉淀，部分产品在细分领域处于行业前列。根据 TopTenREVIEWS²¹的最新统计显示，发行人的多媒体软件产品 Video Converter 目前在全球多媒体转换类软件综合排名第一²²，Filmora 在视频编辑类软件目前在全球视频编辑类软件综合排名第八²³，2012 年发行人推出的手机等移动端数据恢复的软件 Dr.Fone 目前在手机数据备份恢复类软件综合排名第三²⁴。报告期，Video Converter、Filmora 和 Dr.Fone 三款产品销售收入占发行人收入近 70%。

4、发行人的销售网站访问量、下载量数据大，网站排名较高

经过 10 余年的发展，公司已在全球 200 多个国家和地区拓展了数百万计的付费用户。2016 年，公司主要电子商务平台的年度访问量达到 26,413.04 万人次，年度产品累计下载量达到 6,271.87 万次；2017 年 1-6 月，公司主要电子商务平台的累计访问量达到 17,312.93 万人次，产品累计下载量达到 4,180.48 万次（上述下载量包含试用下载）。根据专门发布网站世界排名的 Alexa 公司²⁵（亚马逊旗下公司）依据用户链接数和页面浏览数三个月累积的几何平均值计算结果：截至 2017 年 6 月末，公司主网站 wondershare.com 全球排名 1,350 位。

（七）公司技术水平及技术特点

1、多媒体技术特点

（1）性能品质高

公司在多媒体技术领域具有十余年的技术积累，严格遵循国际标准 H.26X 系列。编解码技术对码流和码率的控制精准和编码图像质量等方面达到较高水平。自主开发的万能解码技术和无损转码技术，具有在不损失图像质量的情况下，

²¹ TopTenREVIEWS 是一个专注于评测各种软硬件、消费电子产品和互联网服务的美国技术网站，成立于 2003 年。

²² <http://www.toptenreviews.com/software/multimedia/best-video-converter-software/>

²³ <http://www.toptenreviews.com/software/multimedia/best-video-editing-software/>

²⁴ <http://www.toptenreviews.com/software/backup-recovery/best-iphone-data-recovery-software/>

²⁵ Alexa 是一家专门发布网站世界排名的网站，其所属公司 Alexa Internet 是亚马逊公司的一家子公司。

以最快速度完成多媒体文件的编解码转换；在图像图形处理方面，对处理效率和效果进行大量的研发，累积近千种图像特效算法库，并自主开发非线性编辑平台，提供高效高质量的视频编辑技术。

（2）兼容性和易扩充性好

多媒体内容的多样性，要求公司多媒体技术类的产品具有较强的兼容性；消费者使用产品时，因不同的软件、硬件使用环境以及不同的应用场景，对产品功能的需求差异较大，要求多媒体编解码技术具有较高的兼容性、易扩性。公司经过多年积累，已掌握的多媒体核心技术如：万能转码技术、无损编码技术、非线性视频编辑技术、计算机视觉算法、跨端播放技术等，均适应市场所有主流编解码器，可以插件形式进行任意扩充，为各大技术平台提供基础组件支持。

2、跨端数据管理技术特点：安全性强，稳定性高

跨端数据管理涉及用户核心隐私数据，直接操作文件系统，对技术安全性及稳定性要求极高。文件恢复备份过程中，针对磁盘系统格式进行扇区读写分析，技术难度较高，公司研发的 FAT 文件系统恢复技术和 EXT 文件系统恢复技术，能充分满足传统桌面系统和新兴的移动智能设备恢复需求。

3、数字文档技术特点：文档兼容格式全、专业化、在线化程度高

数字文档技术寡头明显，文档规范标准成熟，相关软件大而全，但普通消费者偏好简洁与易用的数字文档软件，公司在数字文档技术领域加强针对性、提升兼容性，并结合标准文档规范，为普通消费者量身定制专业化的数字文档再编辑产品，支持格式包括所有 Office 系列以及 PDF、TXT、RTF、WPS 等各种数字文档，提供各平台跨端运行及 Web 在线化应用。同时，结合新推出的 eSign+ 等数字文档云服务产品打通用户体系，打造一体化的全方位数字文档办公解决方案。

（八）公司的核心竞争优势

发行人与国内外同类型产品与服务的比较，竞争优势主要为：相对于国内软件产品开发商，公司多年来一直专注于国外市场，对国外市场深耕多年，熟悉国外消费者的文化、使用习惯等，产品功能、界面设计等符合国外消费者的需求；相对于国外开发者，发行人在产品品质有保障的前提下，与欧美、日本等发达地

区的软件公司相比，发行人具有较明显的人力成本优势，产品性价比较高；发行人成立之初即采用网络营销方式，软件产品网络销售已逐渐成为主流，具有丰富的网络营销经验，网络营销能力较强。

与国内外同类型产品与服务的比较，发行人的核心竞争优势主要体现在如下：

1、快速理解市场需求，产品定位准确

公司自成立之初就坚持主打消费类软件，产品定位于满足消费者在使用个人电脑、移动智能终端以及其他软件过程中的个性化需求。消费类软件市场的特点是用户众多，市场热点频出，产品更新换代较快，快速理解市场需求对消费类软件开发企业至关重要。

公司建立了多维度的信息收集渠道，设立了市场情报收集平台，在主要目标市场通过子公司对消费者进行调查与分析等，以保障市场需求信息收集及时、全面；同时，公司电子商务平台时时记录消费者寻找产品、下载产品的行为，数据中心对消费者使用产品的功能、习惯和行为等进行追踪，经过多年发展，公司已经建立了庞大的信息数据库，为准确、及时分析消费者需求奠定坚实的基础。

产品研发阶段，公司产品研发采取快速迭代发布机制，产品研发周期一般为2-6个月，使新产品能快速满足消费者需求，迅速抓住市场，并实时跟踪消费者产品使用情况，根据反馈信息对产品进行持续优化、升级，不断提升产品品质。

2、优秀的在线销售和海外营销能力以及良好的用户服务

（1）丰富的网络营销经验

公司成立开始即选择使用搜索引擎营销等网络销售渠道，与国际主要搜索引擎商 Google、Bing、Yahoo 等合作时间长，熟悉其搜索引擎如何抓取页面、如何进行索引以及如何确定其对某一特定关键词的搜索结果排名等技术，电子商务平台建设时间长、用户访问量大、关键词投放准确，自然搜索排名较高，消费者容易获取公司产品信息。

公司设有专门的网络营销团队，通过专业的电子商务网站分析工具，对用户（访客）的访问流量、流量来源、用户搜索消费类软件使用的关键字、功能偏好、用户使用语言习惯等进行深度分析，广告投入精准度高，提高了网络营销的有效性。公司通过对消费者搜寻产品和访问网站行为进行追踪，与消费者开展互动交

流等方式，分析消费者的浏览、购买、使用习惯，不断优化电子商务平台的设计，并对产品配以精美图片或视频说明，吸引用户试用或购买产品，持续提升用户的网络购物体验。

经过多年运营，公司关键词词库数量已接近 250 万个，培育了数百万的付费用户群体。2016 年，公司主要电子商务平台的年度累计访问量达到 26,413.04 万人次，产品年度累计下载量达到 6,271.87 万次；2017 年 1-6 月，公司主要电子商务平台的累计访问量达到 17,312.93 万人次，产品累计下载量达到 4,180.48 万次。数量庞大的网站访问量和用户群体是公司目前各项业务扩张的基础，有助于公司了解用户需求，不断提升产品质量和技术水平。

（2）熟悉海外市场，营销本地化

公司一直专注于海外消费类软件市场的开拓，坚持实施营销本地化策略。公司在北美、日本等主要销售区域均设立了子公司，分析研究海外消费类软件市场的发展趋势、营销推广方式和用户行为习惯。公司的研发和销售人员中有相当比例的外籍人才或者是在海外工作、学习多年，并熟悉海外市场的国内人才，聘请国际知名的设计、策划公司设计电子商务平台的页面和开展产品的宣传与推广等活动。

营销本地化策略，使公司的产品和电子商务平台的设计与市场推广等方面均切合当地市场的文化和消费习惯，消费者更容易了解和使用公司的产品，为消费者营造良好的购物体验。

（3）良好的用户服务

公司设有专业的用户服务团队，针对用户的需求，充分整合内外部资源，为客户提供个性化解决方案。公司重视与用户之间的互动，通过电话热线、线上即时聊天工具、邮件订阅、远程服务等多元化方式，涵盖售前咨询、售后服务、技术支持、关系维护等全程服务，提供 7*24 小时的中、英、德、日、法、西等多种语言在线服务。

3、产品研发和创新能力

公司多年来始终将提升产品研发和创新能力作为企业发展的动力，不断提升在消费类软件领域的专业技术。公司建立了以《项目开发管理制度》为基础的产

品设计、开发、测试以及运维管理体系，并通过了 CMMI-3 级认证，产品开发管理规范；建立了学习和技术创新的企业文化以及产品创新评审及奖励机制等，“人人都可以当产品经理”，只要员工的创意获得认可，就可以得到公司人力和财力的支持，激发员工的创新积极性。

经过多年的发展，公司培养了一支人员稳定、技术实力较强的技术团队，截至 2017 年 6 月 30 日，公司拥有 325 人专门从事相应产品的研发工作，占公司员工总数的 56.82%。截至目前，公司拥有 72 项计算机软件著作权和 108 项专利，在知识产权方面为公司的发展提供了强有力的保障。

鉴于优秀的技术研发能力，公司先后获得了“国家规划布局内重点软件企业”、“国家高新技术企业”、“国家火炬计划重点高新技术企业”等众多荣誉资质。

4、产品品质和成本优势

基于公司对产品的定位，产品使用者大部分为非专业人士，因此，公司一直致力于开发功能强大、性能稳定、界面新颖美观人性化、操作简捷流畅、性价比高的软件产品。

例如，Filmora 是万兴自主开发的一款简单易用，内置丰富时尚效果资源的消费级视频编辑软件。它可导入多种格式的手机、数码相机、家用摄像机等拍摄的照片和视频，添加数百种精美的文字、滤镜、转场等效果；跨端数据管理软件 MobileGo 可以实现联系人、短信、音乐及视频在 PC/Mac 端的管理与备份，智能终端的数据备份和恢复软件 Dr.Fone 支持因个人误操作删除、刷机、系统无法正常进入、设备损坏等多种数据丢失场景，帮助用户快速、简便地找回丢失数据；数字文档软件 PDFelement，可利用光学字符识别功能扫描 PDF 文档，并将其转换成可编辑的 Microsoft Word、Excel、PowerPoint、EPUB、Text 等多种格式文档。

公司目前的主要客户群体位于欧美、日本等发达地区，主要竞争对手来自于欧美、日本等发达地区的软件公司，与之相比公司具有较明显的人力成本优势。

5、产品类别和品种丰富

公司产品主要分为多媒体、跨端数据管理、数字文档三大类别，各大类软件具有丰富的产品类别，在售的软件产品约 100 余款。

公司产品具有英、法、日、德、意、西、葡等多种语言，能满足不同语种的消费者需要；可以广泛应用于个人电脑、平板电脑、移动终端等不同的应用终端，适用的平台包括 Windows、macOS、iOS、Android 等主流操作系统，能满足不同应用终端、不同系统的消费者需求。产品价格梯度化设置，根据产品不同的功能模块、使用次数及使用年限等方面对产品设置不同的价格，以满足不同消费者的使用需求。

丰富的产品类别可以有效增强公司应对消费类软件市场用户众多、市场热点频出、产品更新换代较快等特点的能力，降低对单类产品、单款产品的依赖，满足不同消费者的需求。

（九）公司的竞争劣势

经过十余年的发展和积累，公司在所处的产品领域中拥有良好优势，但是相比于国外成立较早、技术实力雄厚的竞争对手而言，从综合实力、技术积累等方面均存在一定的差距。随着公司的业务和规模不断扩大，对资金和人才的需求也逐步扩大，目前公司的融资渠道有限，资金实力不强，高端人才还相对缺乏，制约了公司的发展。

（十）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）产业政策扶持

软件产业属于国家鼓励发展的战略性、基础性和先导性支柱产业。自 2000 年以来，国家和地方各级政府均出台了一系列法规和政策，从投融资体制、税收、产业技术、软件出口、人才吸引与培养、知识产权保护、行业组织与管理等多方面为软件产业发展提供了政策保障和扶持，营造了良好的发展环境。软件出口一直受到国家政策的鼓励。详见本节“二、（一）行业管理体制和相关产业政策”有关内容。

（2）软件应用终端的快速扩张，刺激消费类软件需求快速增长

随着硬件技术的发展，软件的应用终端从个人电脑扩张至平板电脑、智能手机、智能穿戴和智能家居设备、以及其他智能终端等。近几年智能终端出货量增长迅速，软件的应用终端数量快速上升。同时随着终端硬件本身功能扩展、性能

提升和应用范围的扩大，也对应用软件提出了更多需求，刺激消费类软件需求的快速增长。

（3）我国软件行业拥有成本优势

软件产品开发的成本主要是人力成本，相对于发达国家软件从业人员的薪资而言，国内软件人才的薪资相对较低，国内软件企业有较明显的人力成本优势。

2、不利因素

（1）专业的高素质人才缺乏

软件行业是技术和知识密集型行业，并且目前消费类软件的主要市场在海外，对市场营销人员、高端技术人员和管理人员的综合要求均较高，需要人才在具备相关知识和技能的同时，具有全球化视野、熟悉全球市场，充分理解用户需求和行为。这类高素质人才比较稀少，目前主要依靠企业招聘具有潜力的员工自主培养。人才的稀缺阻碍行业的快速发展。

（2）国内软件公司的规模和实力与国际知名软件公司存在较大差距

相对于国外大型软件公司，国内软件企业的规模普遍较小，相应的销售规模远不及国际知名软件公司，从而限制了国内公司的研发投入，对公司推出创新产品、持续保持竞争优势造成不利影响。

（3）国内知识产权环境较差

软件产品具有复制简单、扩散快、易盗版的特点，而国内用户对软件产品支付费用的观念尚未形成，制约了消费类软件在国内的发展。同时，国内软件开发商之间抄袭、模仿现象也较多，也影响国内软件企业的自主创新投入力度。

（十一）主要销售市场的有关政策

发行人主要销售市场国家的进口政策并没有专门的政策法规反对或限制消费类软件进口，也没有出现针对消费类软件行业的反倾销或贸易壁垒。

为了解发行人主要销售市场的税收监管政策，发行人向普华永道及当地的专业机构进行了咨询。发行人主要销售市场的税收监管政策如下：

1、美国关于互联网销售软件产品的税收监管规定

（1）企业所得税的监管

根据《中华人民共和国政府和美利坚合众国政府关于对所得避免双重征税和防止偷漏税的协定》（1984年4月30日）的规定，缔约国一方企业的利润应仅在缔约国征税，但该企业通过设在缔约国另一方常设机构在该缔约国另一方进行营业的除外。

（2）流转税的监管

美国税收体系分为联邦税及州税和地方税，联邦及州和地方均有征税权。

联邦税层面，美国对互联网销售的软件产品暂免征收流转税。根据1997年7月美国发布《全球电子商务纲要》，互联网应宣告为免税区，凡商品经由网络进行的交易，如软件及网上服务等，无论是跨国交易或是在美国内部的跨州交易，均应一律免税。

州税和地方税层面，“联系”（nexus）是根据美国宪法建立的宪法准则，是各州税收的基本概念。根据该宪法准则，只有与某地有“联系”，即在该地有实质性存在（指有雇员、独立销售商、存货、办公室和仓库等），才需要在当地申报间接税（流转税）。美国最高法院在1992年“Quill公司诉北达科他州案”中作出裁决，在一州内构成联系的活动可以是以下任何一种：在一州内拥有财产或存货或聘请员工；通过员工、独立分包商、代理人或其他代表招揽业务；在一州内提供服务；以及用公司拥有的车辆将有形个人财产运入一州内。

2、加拿大关于互联网销售软件产品的税收监管规定

（1）企业所得税的监管

根据《中华人民共和国政府和加拿大政府关于对所得避免双重征税和防止偷漏税的协定》（1986年5月12日签订）的规定，缔约国一方企业的利润仅在该缔约国征税，但该企业通过设在缔约国另一方的常设机构在该缔约国另一方进行营业的除外，如果该企业通过设在该缔约国另一方的常设机构在该缔约国另一方进行营业或已进行营业，其利润可以在该缔约国另一方征税，但应仅以属于该常设机构的利润为限。

（2）流转税的监管

根据《加拿大消费税法》第240条第1款的规定，在加拿大境内从事业务的

非居民企业或个人，必须进行流转税登记。《加拿大消费税法》未就“在加拿大境内从事业务”做出定义，但加拿大税务局已经列出了在流转税下，判定企业是否构成在加拿大境内从事业务时应考虑的诸多因素，例如：非居民企业的代理或雇员的所在地、银行账户开设地等。

3、欧盟关于互联网销售软件产品的税收监管规定

（1）企业所得税的监管

根据中国与欧盟各国签订的税收协定的规定，缔约国一方企业的利润仅在缔约国征税，但该企业通过设在缔约国另一方的常设机构在缔约国另一方进行营业的除外。

（2）欧盟流转税的监管

根据欧盟 2014 年 4 月 3 日颁布的《Explanatory notes on the EU VAT changes to the place of supply of telecommunications, broadcasting and electronic services that enter into force in 2015》，通过互联网方式提供电视及电子服务给最终消费者，提供方应承担向税务机构缴纳增值税的义务，以消费者所在地决定增值税率。根据《欧盟增值税指令》第 28 条，只有将软件产品直接销售给最终消费者时，企业才负有增值税缴纳义务；如果销售给企业，则无需缴纳增值税。在欧盟没有设立常设机构但取得电子商务收入的非欧洲企业应向至少一个欧盟成员国注册登记，并按收入来源国的增值税法计算增值税，由注册登记国负责日常的征管，并负责将收到的税款移交给收入来源国。

4、日本关于互联网销售软件产品的税收监管规定

（1）企业所得税的监管

根据《中华人民共和国政府和日本国政府关于对所得避免双重征税和防止偷漏税的协定》（1983 年 9 月 6 日签订）的规定，缔约国一方企业的利润应仅在缔约国征税，但该企业通过设在缔约国另一方常设机构在该缔约国另一方进行营业的除外。如果该企业通过设在该缔约国另一方的常设机构在该缔约国另一方进行营业，其利润可以在该缔约国另一方征税，但应仅以属于该常设机构的利润为限。

（2）流转税的监管

根据日本《消费税法》第 2 条(viii-iii)(viii-iv)和第 4 条(3)(iii)的规定，自 2015 年 10 月 1 日起，提供跨境数码服务的境外供应商被视为日本消费税的应税纳税人。提供数码服务应被归类为提供 B2B 服务或者 B2C 服务。

5、澳大利亚关于互联网销售软件产品的税收监管规定

（1）企业所得税监管

根据《中华人民共和国政府和澳大利亚政府关于对所得避免双重征税和防止偷漏税的协定》（1988 年 11 月 17 日签订），缔约国一方企业的利润仅在该缔约国征税，但该企业通过设在缔约国另一方的常设机构在该缔约国另一方进行营业的除外。

（2）流转税的监管

根据澳大利亚流转税的规定，若某项供应满足“应税供应”²⁶的所有标准，包括满足“与澳大利亚相关”的要求，则将其征收 GST。非实物（即服务、使用权、数字化产品等）的供应“与澳大利亚相关”系指该供应于澳大利亚完成，或通过澳大利亚常设机构进行。2017 年 7 月 1 日之前，非实物供应不在澳大利亚完成或通过澳大利亚常设机构进行，则并非与澳大利亚相关，属于非应税供应，不应缴纳 GST（商品及服务税）。

根据澳大利亚自 2017 年 7 月 1 日起生效的 GST（商品及服务税）法规，自 2017 年 7 月 1 日起，若非实物的供应对象为“澳大利亚消费者”，则该等供应也将“与澳大利亚相关”，需要缴纳 GST（商品及服务税）。除非满足一定条件，通过经销商网站或在线平台对澳大利亚个人客户进行软件供应时，均应由第三方经销商负责缴税。

6、发行人在境外主要收入来源地区的纳税情况

（1）美国

发行人的子公司美国万兴已于 2014 年 6 月注销，注销前美国万兴未招聘正式员工、未直接从事销售活动，已经按照美国税收监管的要求缴纳了联邦所得税

²⁶ 某项供应为“应税供应”的条件包括：（1）该项供应乃为获取对价而进行；（2）该项供应乃发生于企业经营过程或进一步发展过程中；（3）该项供应与澳大利亚相关；（4）供应方已进行或需进行 GST 登记；（5）该项供应既非免 GST 的供应，也非进项税供应。

以及加州特许经营税。

发行人通过互联网模式向美国消费者销售软件，没有符合美国税法所定义的“毛收入”和“重大联系”，无需在美国缴纳税费。

（2）加拿大

子公司加拿大万兴已经依法向加拿大税务机构纳税，截至 2017 年 6 月 30 日，加拿大万兴已按时交纳相关税费，至今并无欠缴税费、退休金公款或就业保险金保费等情形。

发行人通过互联网模式向加拿大消费者销售软件，发行人在加拿大境内没有实体店，在加拿大没有销售代理或销售雇员，未开设用于销售收款的银行账户等，加拿大万兴主要从事技术研发、市场调研，不直接从事软件销售业务，因此，发行人在加拿大销售软件免交相关流转税费。

（3）欧盟

发行人未在欧盟设立负责销售的常设机构，经营活动未在欧盟境内进行，因此通过互联网模式取得来源于欧盟的销售收入不需要在欧盟缴纳所得税。

根据欧盟流转税法的相关规定通过互联网方式提供电视及电子服务给最终消费者，提供方应承担向税务机构缴纳增值税的义务。因此，欧盟流转税的纳税义务人为向最终消费者提供产品的提供方。发行人向欧盟消费者销售软件包括直接销售给消费者和通过 DR 和 Avangate 等将软件间接销售给消费者两种方式，其相应的法定纳税义务如下：

模式	直接购买者	纳税义务发生时点	法定纳税义务人	发行人是否需要缴税
直接销售	消费者	销售完成时	发行人	是
间接销售	DR、Avangate	DR、Avangate 销售给消费者时	DR、Avangate	否

发行人通过互联网模式直接将软件销售给欧盟地区消费者的纳税方式：发行人已经根据欧盟增值税（VAT）监管的规定，通过 VAT MOSS 系统在英国注册了 VAT 税号，并按照英国、欧盟税务法规要求向 VAT MOSS 系统进行了纳税申报。

发行人通过互联网模式间接将软件销售给欧盟地区消费者的纳税方式：发行人与 DR 和 Avangate 等签订的业务合同约定，发行人将产品销售给 DR 和

Avangate，由 DR 和 Avangate 将产品销售给最终消费者。因此，发行人通过 DR 和 Avangate 销售的产品，根据欧盟的增值税税务监管规定由 DR 和 Avangate 承担向税务征收机构缴纳税款的义务。

截至 2017 年 6 月 30 日，发行人的欧盟增值税应交税额为 2,092.19 万元，发行人按照英国、欧盟税务法规要求向 VAT MOSS 系统进行了纳税申报。截至 2017 年 9 月 5 日，发行人母公司已缴纳其中的 1,662.55 万元，剩余欧盟增值税 429.64 万元由子公司香港万兴销售软件所承担，由于香港万兴注册的欧盟增值税税号尚处于欧盟增值税 VAT MOSS 系统的审核期，该等税额在 2017 年内暂无法缴纳。

（4）日本

报告期，子公司日本万兴已经依法向日本税务机构依法纳税，根据日本税收监管的要求缴纳了法人居民税、法人税、法人事业税、消费税。截至 2017 年 6 月 30 日，日本万兴依据日本法律合法经营。

通过互联网模式直接向日本消费者销售的软件产品，发行人已经根据日本税收监管的要求，向日本的税收监管部门申报缴纳了 2015 年 10 月至 2017 年 6 月的消费税，2015 年 10 月之前不需要缴纳消费税。

发行人通过 DR 和 Avangate 向日本消费者销售软件产品所产生的收入，根据日本税法的规定，属于发行人销售给企业用户 DR 和 Avangate，由直接销售给终端用户的 DR 和 Avangate 承担向当地税务征收机构缴纳税款的义务。

报告期内，发行人就其直接销售给日本消费者的跨境销售收入应缴纳消费税 231.90 万元，截至 2017 年 9 月 30 日，发行人已缴纳完毕上述消费税。

（5）澳大利亚

发行人未在澳大利亚设立负责销售的常设机构，经营活动未在澳大利亚境内进行，因此通过互联网模式取得来源于澳大利亚的销售收入不需要在澳大利亚缴纳所得税。

通过互联网模式向澳大利亚消费者销售软件产品，2017 年 7 月 1 日前无须缴纳澳大利亚 GST（商品及服务税），2017 年 7 月 1 日后，按季度缴税。目前发行人已经在澳大利亚注册 GST 税号，按季度进行缴税。

三、发行人主营业务

（一）主要产品生产销售情况

1、发行人收入分地区情况

公司自 2003 年成立一直通过互联网以电子商务的方式向国际市场销售消费类软件，目前境外销售收入占公司销售收入 99%以上。报告期内，公司主营业务收入来自于消费类软件，占比 98%以上。公司消费类软件收入按地域划分如下表所示：

单位：万元

地区名称	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
美国	9,993.97	46.48%	15,809.23	43.64%	11,659.88	44.53%	9,240.06	41.29%
日本	2,562.95	11.92%	3,501.37	9.67%	2,310.86	8.83%	2,198.33	9.82%
澳大利亚	1,129.78	5.25%	2,268.17	6.26%	1,618.06	6.18%	1,373.35	6.14%
英国	936.67	4.36%	1,921.63	5.30%	1,400.50	5.35%	1,244.42	5.56%
德国	726.00	3.38%	1,577.69	4.36%	1,136.66	4.34%	1,110.12	4.96%
加拿大	828.37	3.85%	1,582.34	4.37%	1,085.68	4.15%	870.98	3.89%
法国	511.62	2.38%	1,087.90	3.00%	766.71	2.93%	890.39	3.98%
其他	4,814.36	22.38%	8,475.87	23.40%	6,204.99	23.69%	5,450.39	24.36%
合计	21,503.72	100%	36,224.20	100%	26,183.34	100%	22,378.04	100%

2、报告期内主要产品和服务的销量、价格

单位：万套、元/套

产品	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	销量	均价	销量	均价	销量	均价	销量	均价
一、多媒体类								
Video Converter	8.64	328.03	19.34	311.53	20.75	245.18	19.83	269.14
DVD Creator	3.36	259.84	8.06	230.60	7.85	191.79	6.40	204.19
Filmora	21.94	312.56	32.17	269.39	18.88	184.59	9.16	172.23
Fantashow	1.56	294.99	3.77	274.85	3.84	207.97	3.42	232.94
DRM Converter	0.21	204.81	0.64	164.17	0.98	173.66	1.60	187.41
AllMyMusic	1.97	212.86	4.18	154.28	2.98	119.49	2.85	131.12
其它	3.24	209.54	8.32	119.34	11.99	147.24	31.67	88.96
多媒体类小计	40.92	297.31	76.48	252.73	67.27	195.75	74.93	166.94

二、跨端数据管理类								
Dr.Fone	8.22	346.88	14.96	355.04	12.95	323.84	9.94	304.82
Data Recovery	4.49	355.84	9.01	336.97	8.81	253.69	5.53	274.97
System Maintenance Suite	0.23	168.30	0.53	307.62	0.56	293.30	0.93	282.25
TunesGo	3.89	299.06	8.39	264.28	6.95	194.09	4.62	173.69
MobileTrans	3.26	220.98	7.86	161.33	8.35	169.00	7.33	151.68
MobileGo	1.24	176.88	3.04	153.74	2.10	155.26	2.61	158.04
其它	1.57	184.32	2.72	114.32	1.85	128.86	1.43	119.18
跨端数据管理类小计	22.90	300.45	46.51	274.65	41.57	238.57	32.39	225.69
三、数字文档类								
PDFelement	5.89	383.41	10.02	370.88	8.18	284.88	4.76	307.92
PDF Converter	1.43	138.71	1.95	207.61	2.76	219.14	3.73	224.97
其它	-	-	-	-	0.70	232.06	1.44	176.49
数字文档类小计	7.32	335.61	11.97	344.28	11.64	266.12	9.93	257.70
合计	71.14	302.26	134.96	268.41	120.48	217.33	117.25	190.86

注：上述各类软件包含若干款产品。因公司所处消费类软件行业的特殊性以及多品牌等策略的缘故，上述产品为产品系列的概念，其下包含产品标准版、豪华版，Wondershare 品牌、iSkysoft 等品牌产品，Win 版、Mac 版、移动版产品，多种语言产品等。总的来说，是指功能近似，产出类似，技术模块类似的产品集合。

3、公司网站访问量情况

报告期内，公司主要网站的访问量持续增长，报告期内分别为 12,728.54 万次、17,724.18 万次、26,413.04 万次和 17,312.93 万次，其访问量的主要来源构成如下：

单位：万次

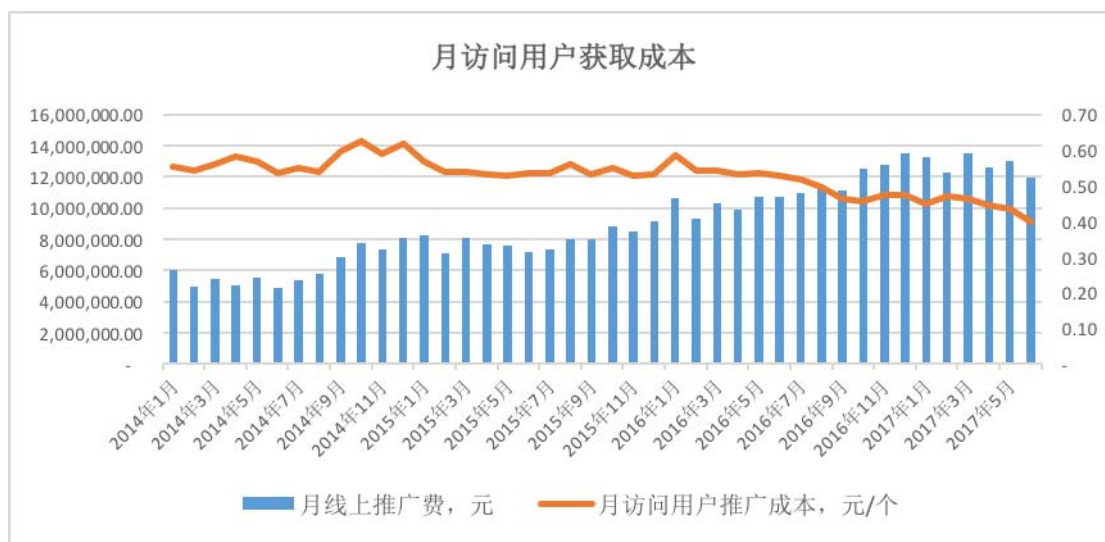
流量来源	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	访问次数	占比	访问次数	占比	访问次数	占比	访问次数	占比
Google	11,672.52	67.42%	17,315.35	65.56%	10,871.55	61.34%	7,680.31	60.34%
Direct	3,064.70	17.70%	5,385.67	20.39%	4,338.34	24.47%	3,300.53	25.93%
Yahoo	383.75	2.22%	800.07	3.03%	779.18	4.40%	700.76	5.51%
Bing	855.43	4.94%	1,478.64	5.60%	959.48	5.41%	408.08	3.21%
YouTube	332.54	1.92%	151.71	0.57%	7.29	0.04%	29.26	0.23%

Ask	7.96	0.05%	13.58	0.05%	18.73	0.11%	11.87	0.09%
其它	996.03	5.75%	1,268.03	4.80%	749.61	4.23%	597.73	4.70%
合计	17,312.93	100%	26,413.04	100%	17,724.18	100%	12,728.54	100%

数据来源：根据 Google Analytics 统计数据整理。Direct 是指用户直接访问公司网站，未通过搜索引擎或 Google Analytics 工具无法追踪的访问源，该数据中包含部分用户在安装、升级或卸载软件时自动弹出的页面访问。

（1）月访问用户获取成本

发行人的主要电子商务网站每月访问次数较为庞大，2017 年月均访问次数近 3,000 万次，每月的访问用户以新增访问用户为主，重复多次访问的情形较少。报告期内发行人月线上推广费及月访问用户获取成本变动趋势如下：



注：发行人月访问用户获取成本=发行人每月发生的营销推广费用/每月主要电子商务网站访问次数。

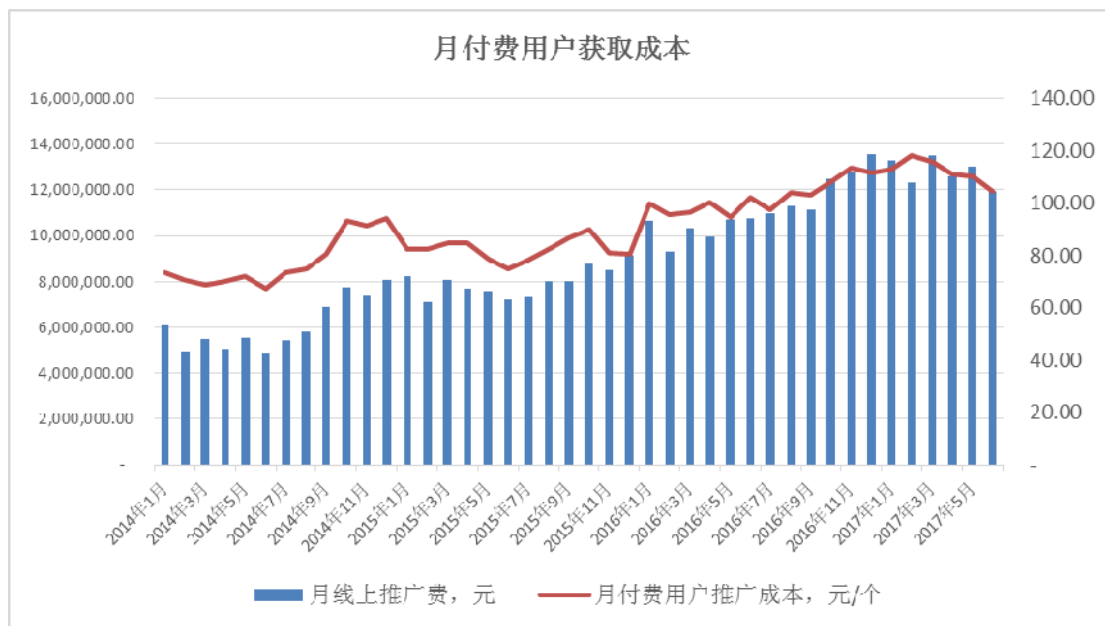
报告期内，发行人的月访问用户获取成本波动较小，呈逐步下降的趋势主要原因系搜索引擎优化带来的访问量占总的访问量比例不断提升，从 2014 年的 39.85% 提升至 2017 年上半年的 51.38%，相对于搜索引擎付费广告，搜索引擎优化的引流成本很低，带动公司整体访问用户获取成本降低。

发行人成立之初即通过搜索引擎优化技术进行营销推广，在搜索引擎优化方面积累了丰富的技术与经验，经过多年持续不断对搜索引擎优化的投入与优化，公司主要电子商务网站在 Google 等搜索引擎的自然搜索排名持续提升，网站品

牌、口碑及曝光度逐渐加大，使发行人能够获取更多直接访问量及自然搜索流量，促进使月访问用户推广成本持续降低。

（2）月付费用户获取成本

报告期内，发行人月销售订单数量稳步提升，2017年每月销售订单已近12万个，但报告期发行人的消费类软件产品每年重复购买率为13%左右，重复购买比例不高。报告期内发行人月线上推广费及月付费用户获取成本变动趋势如下：

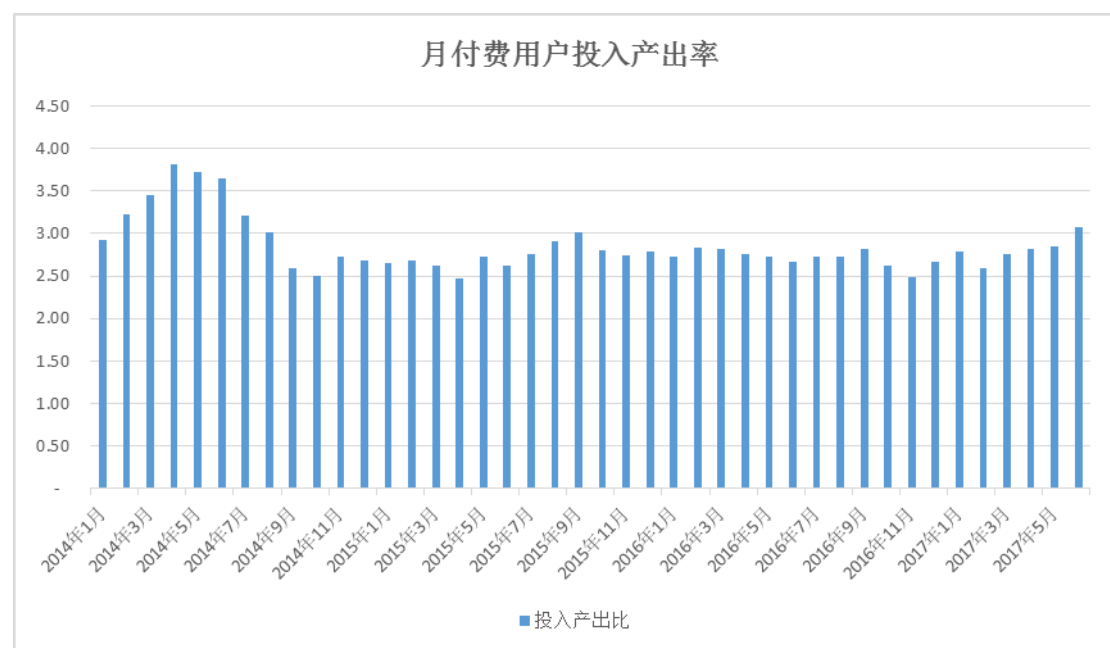


注：发行人月付费用户获取成本=发行人每月发生的营销推广费用/每月销售订单数量。

发行人每月付费用户的单位营销推广成本呈逐年上升的趋势，主要是因为，第一，搜索引擎付费广告带来的销售订单数量占访问次数的比例逐年下降，报告期，Google 引擎付费广告带来的销售订单数量占访问次数的比例分别为 0.88%、1.27%、0.85%和 0.82%，Bing 引擎付费广告带来的销售订单数量占访问次数的比例分别为 0.96%、1.11%、1.00%、1.04%，而搜索引擎付费广告的推广费占营销推广总费用的比例均超过了 87%，Google 和 Bing 搜索引擎付费广告带来的访问用户转化为销售订单数量的比例下降，导致每月付费用户的单位营销推广成本呈上升趋势。第二，由于搜索引擎付费广告以美元计价，报告期内人民币持续贬值，促使付费用户单位营销推广成本的上升。

（3）月付费用户投入产出率

报告期内，发行人月付费用户投入产出率变动趋势如下：

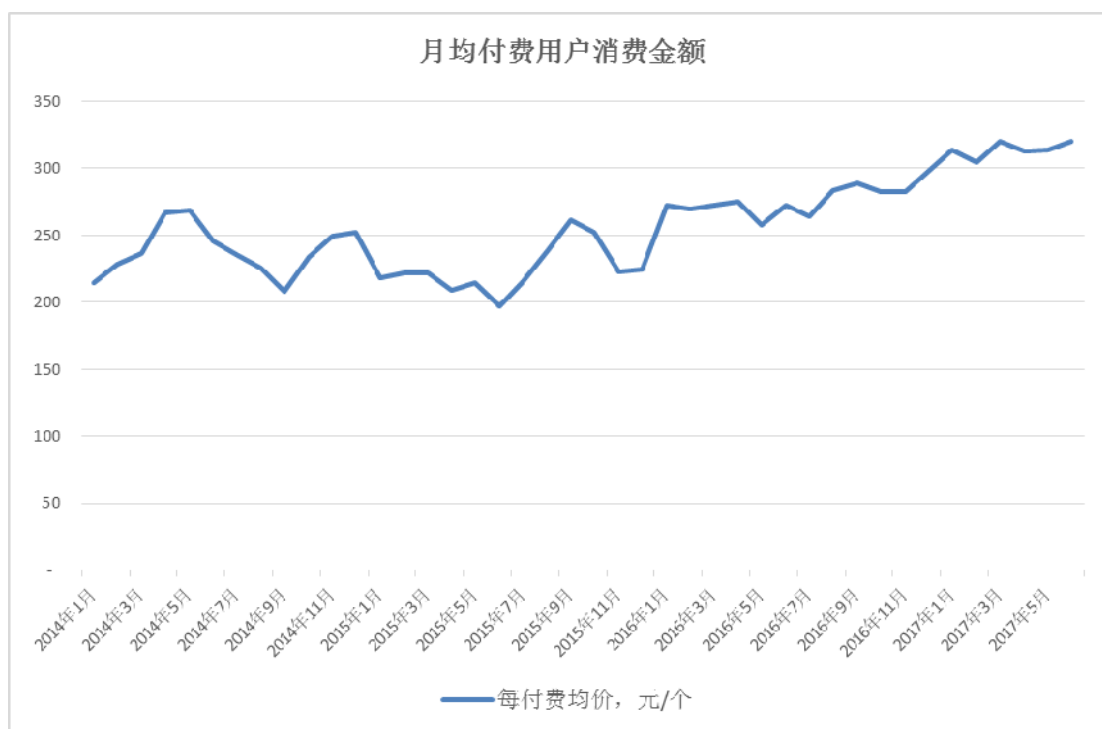


注：发行人月付费用户投入产出率=发行人每月付费用户的购买软件支付的金额/每月线上营销推广成本。

报告期，发行人月付费用户投入产出率保持相对稳定，各月之间存在小幅波动。发行人月付费用户投入产出比率波动主要受搜索引擎付费广告投入产出比的影响，发行人对搜索引擎付费广告投入产出比保持实时监控，指标出现下降时将及时分析原因、调整策略，以保证良好的投入产出比。

（4）月均付费用户消费金额

发行人主要通过在线方式销售消费类软件产品，客户在购买产品时同时支付货款，不存在客户预充值再消费的情况。报告期内发行人月均付费用户消费金额变动趋势如下：



注：发行人月均付费用户消费金额=发行人每月销售收入/每月销售订单量。

报告期发行人的单个订单金额呈逐步上升的趋势，主要是由于发行人对产品持续进行优化、升级，并推出新的产品，产品的市场竞争力不断提升，发行人根据市场竞争情况，对销售额较大的几款主要产品 Filmora、Video Converter 等均提高了销售单价。

（5）月推广效率

报告期内，发行人主要产品的月推广效率变动趋势如下：

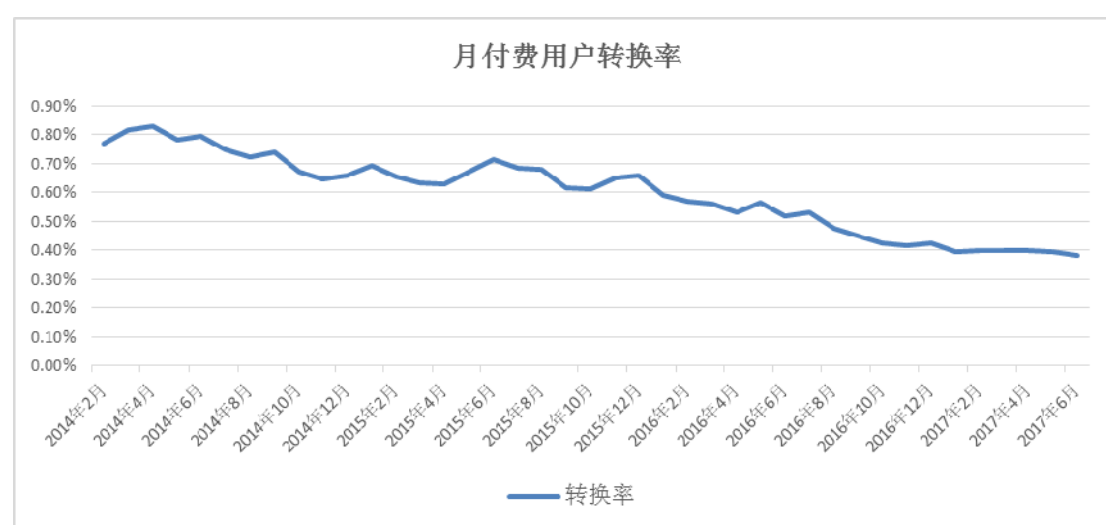


注：发行人主要产品的月推广效率=发行人每月支付的营销推广费用/每月销售收入。

报告期，发行人营销推广费投入产出比保持相对稳定，各月之间存在小幅波动。发行人营销推广费投入产出波动主要受搜索引擎付费广告的投入产出比的影响，发行人对搜索引擎付费广告的投入产出比保持实时监控，指标出现下降时将及时分析原因、调整策略，以保证良好的投入产出比。

（6）月付费用户转换率

报告期内，发行人主要产品的月付费用户转换率变动趋势如下：



注：发行人主要产品的月付费用户转换率=发行人每月的销售订单数量/每月用户访问量。

报告期发行人每月转化率呈逐年下降的趋势，主要原因系：第一，随着智能设备及 4G 网络的快速普及，通过智能设备访问 Google、Bing、Yahoo 等搜索引擎，并在搜索引擎中搜索发行人产品的访客越来越多。报告期内，通过智能设备访问发行人网站的用户比例由 2014 年的 11.59% 提升到 2017 年的 28.34%，而发行人消费类软件产品基本都需要在桌面电脑上运行，因此部分用户先通过智能设备点击付费广告访问发行人网站，后又转到桌面电脑再次通过付费广告访问发行人网站的比例逐年增加。第二，2016 年起，发行人逐步增加了对小语种市场如法国、西班牙、意大利、中东等国家和地区的营销推广力度，由于尚属摸索期与开拓期，发行人在此类国家和地区的转化率相对于成熟市场如美国、英国、日本等较低，因此整体拉低了转换率。第三，2015 年起，来自于印度、巴西、墨西哥等人口众多的发展中国家访问量快速增长，但其购买力相对较弱，亦导致了转

化率的下降。

4、公司前五大客户销售情况

公司的最终客户主要为个人软件用户，其数量众多，单个用户的支付金额较小。公司的收款结算客户主要为第三方支付平台和第三方电子商务平台。报告期内，与公司结算收入金额前五名的客户具体情况如下：

单位：万元

期间	前五名客户名称	收入金额	占营业收入比重
2017年1-6月	QANDY INTERNATIONAL LIMITED	7,081.69	32.27%
	PayPal Pte. Ltd.	6,980.18	31.81%
	Avangate B.V.	4,489.81	20.46%
	DR MyCommerce Inc.	560.07	2.55%
	NORD LIMITED	471.76	2.15%
	前五名合计	19,583.51	89.24%
2016年度	PayPal Pte. Ltd.	12,371.22	33.60%
	QANDY INTERNATIONAL LIMITED	8,494.36	23.07%
	Avangate B.V.	6,473.37	17.58%
	Alipay Hong Kong Ltd.	4,391.81	11.93%
	Worldpay Inc.	1,541.63	4.19%
	前五名合计	33,272.40	90.37%
2015年度	PayPal Pte. Ltd.	9,745.30	37.08%
	Avangate B.V.	5,801.43	22.07%
	Worldpay Inc.	3,802.79	14.47%
	Alipay Hong Kong Ltd.	3,056.45	11.63%
	DR MyCommerce Inc.	2,267.50	8.63%
	前五名合计	24,673.47	93.88%
2014年度	Avangate B.V.	11,796.95	52.19%
	PayPal Pte.Ltd.	5,122.50	22.66%
	DR MyCommerce Inc.	3,458.31	15.30%
	Apple Inc.	884.25	3.91%

	乾汇	326.43	1.44%
	前五名合计	21,588.44	95.50%

注：1、与万兴科技发生交易的为Digital River的子公司DR MyCommerce Inc.。

2、与万兴科技发生交易的为PayPal的子公司PayPal Pte. Ltd.。

为了增加第三方支付平台的多样性，为用户提供更便捷的支付渠道，减少对单一支付平台的依赖，降低收款风险与结算成本，发行人报告期内新增了乾汇、Worldpay、Alipay、QANDY等第三方支付平台。

乾汇成立于2012年7月，是一家跨境电子支付解决方案提供商。2014年6月万博科技与乾汇、CNFIRST TRADE LTD签订了三方电子支付服务协议，由CNFIRST TRADE LTD为公司提供结算服务。乾汇系公司股东华睿投资及华睿旗下关联公司投资的企业。

Worldpay设立于1993年，注册地为英国伦敦，股东有皇家苏格兰银行、贝恩资本等，主要提供收单、网关、替代支付、风险管理、电子商务和移动支付等一系列服务。2015年4月香港万兴与Worldpay签订了第三方电子支付服务协议。

Alipay Hong Kong Ltd.成立于2014年3月，系支付宝（中国）网络技术有限公司在香港设立的子公司，提供网购担保交易、网络支付、转账等跨境电子商务解决方案。

QANDY INTERNATIONAL LIMITED，设立于2014年4月22日，注册地为香港上环德辅道西31号西区商业大厦，主营业务系为跨境电商提供跨境电子支付解决方案。QANDY为发行人2016年5月引进的第三方支付平台商。其关联方深圳钱海为QANDY向发行人提供的代收服务提供担保。钱海设立于2014年5月，注册地址：深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室，注册资本2,700万元，经营范围：支付结算及清算系统的技术开发；计算机软硬件及配套产品的技术研发、技术咨询；电子商务平台的开发；网络技术开发等。深圳钱海已经获得国际卡组织（包括Visa、Mastercard）的认证，通过了PCI支付协会的PCI DSS Level 1认证。

（二）主要对外采购情况

公司从事软件研发和销售业务所消耗的原材料主要为光盘、印刷品等，此类

原材料单价低、供应渠道多，原材料采购金额较低。公司对外支付主要为广告费支出、CDN 网站加速支出、服务器托管支出、房租支出、营销推广支出等。报告期内，公司对外支出前五的供应商情况如下：

单位：万元

期间	前五名供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比重
2017年1-6月	Google Inc.	广告服务	5,420.39	60.43%
	上海云克网络科技有限公司	广告服务	1,172.28	13.07%
	网宿科技股份有限公司	网站加速、服务器租赁与托管	329.04	3.67%
	浙江亚合大机电科技有限公司	商品采购	179.25	2.00%
	Linkconnector	营销推广	123.34	1.38%
	前五名合计		7,224.30	80.54%
2016年度	Google Inc.	广告服务	9,945.16	62.82%
	合鹄科技（深圳）有限公司	广告服务，Bing 的国内代理商	1,223.34	11.75%
	上海云克网络科技有限公司		636.84	
	网宿科技股份有限公司	网站加速、服务器租赁与托管	387.31	2.45%
	Yahoo Inc.	广告服务	241.81	1.52%
	Commission Junction	营销推广	213.04	1.35%
	前五名合计		12,647.50	79.89%
2015年度	Google Inc.	广告服务	7,588.48	70.66%
	合鹄科技（深圳）有限公司	广告服务，Bing 的国内代理商	984.21	9.16%
	网宿科技股份有限公司	网站加速、服务器租赁与托管	287.43	2.68%
	Commission Junction	营销推广	244.73	2.28%
	Yahoo Inc.	广告服务	211.95	1.97%
	前五名合计		9,316.80	86.75%
2014年度	Google Inc.	广告服务	6,103.61	68.68%
	深圳 TCL 工业研究院有限公司	房屋租赁	538.65	6.06%
	合鹄科技（深圳）有限公司	广告服务，Bing 的国	355.19	4.00%

		内代理商		
	网宿科技股份有限公司	网站加速、 服务器租 赁与托管	263.05	2.96%
	Commission Junction	营销推广	215.06	2.42%
	前五名合计		7,475.56	84.12%

注1：根据公司的经营特点，上述供应商统计的范围包括广告服务商、营销服务支出、网站加速服务提供商、服务器提供商、房屋物业出租方等；

注2：2016年7月起合鹤科技（深圳）有限公司授权上海云克网络科技有限公司作为其Bing广告服务的下级代理商。

公司董事、监事、高管人员与核心技术人员，以及主要关联方或持有发行人5%以上股份的股东在上述客户中均不占有权益。

四、主要固定资产和无形资产

（一）固定资产情况

1、主要固定资产情况

2017年6月30日，公司固定资产情况分类汇总如下表：

单位：万元

固定资产类别	折旧年限	原值	累计折旧	净值	减值准备	净额
房屋及建筑物	10-50年	14,024.54	946.21	13,078.34	-	13,078.34
办公设备	5年	395.92	134.98	260.95	-	260.95
电子设备	3-5年	2,006.65	1,127.20	879.45	-	879.45
运输设备	5年	278.55	178.38	100.17	-	100.17
通用设备	5-10年	481.92	29.32	452.60	-	452.60
合计		17,187.58	2,416.08	14,771.51	-	14,771.51

2、主要房产情况

（1）房屋建筑物

万兴科技与深圳市投资控股有限公司签订《深圳市房地产买卖合同（预售）》，分别购买其“深圳市软件产业基地”第5栋D座10层1001号房、第5栋D座10层1002号房、第5栋D座11层1101号房、第5栋D座11层1102号房；建筑

面积合计为 3,770.56 平方米；购买价格合计为 12,515.24 万元。不动产权证号为粤（2017）深圳市不动产权第 0018905 号、粤（2017）深圳市不动产权第 0018904 号、粤（2017）深圳市不动产权第 0018902 号、粤（2017）深圳市不动产权第 0018901 号。

（2）租赁房产情况

截至本招股说明书签署日，本公司租用的主要经营房产情况如下：

序号	出租方	租赁面积（m ² ）	租赁地址	租金	承租期
1	株式会社ユニホー	45.19	日本東京都千代田区神田堀町 73 プロミ工秋葉原 1001 号	24 万日元/月	2015.4.23 至 2016.4.22 （到期后双方不做表示，合同将自动以同等条件延续）
2	深圳市科创物业服务有限公司	3,570.00	深圳市宝安区石岩街道石龙社区森海诺·科创大厦的 3 层	前两年 82,110.00 元/月，第三、第四年 90,321.00 元/月，第五年起 121,380 元/月	2016.7.9 至 2022.8.14
3	夏薇	682.64	拉萨市柳梧新区东环路以西 1-4 路以北 1-3 路以南·柳梧大厦以东 8 栋 2 单元 6 层 1 号、2 号	前三年 30,718.80 元/月；第四年开始每年在前一年的基础上递增 5%	2016.12.1 至 2022.11.30
4	深圳湾科技发展有限公司	1,438.57	深圳市南山区深圳市软件的产业基地 4 栋 A 座 08 层 02 室	174,858.18 元/月，第二年起每年递增 5%	2017.1.2 至 2020.1.1
5	Appia Developments (2001) Limited	约 8,491 平方英尺（约合 788.84 平方米）	4445 Lougheed Hwy, Burnaby, BC V5C 0E4(Units 200,201,202)	加币 212,275.00 元/年	2017.11. 1 至 2022.10.31
合计		6,525.24			

（二）无形资产情况

1、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司拥有 72 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日	著作权人
----	------	------	-----	-------	------

序号	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日	著作权人
1	万兴视频闪客 Flash 制作软件 [简称：万兴视频闪客] V1.2	软著登字第 051203 号	2006SR03537	2005.12.19	万兴科技
2	万兴数码拼图图片处理软件[简 称：万兴数码拼图] V1.0	软著登字第 051204 号	2006SR03538	2006.1.20	万兴科技
3	万兴智能手机视频转换软件[简 称：PVC] V1.0	软著登字第 062511 号	2006SR14845	2006.9.4	万兴科技
4	万兴视频演示软件 V1.0[简称： PPT2Video Converter]	软著登字第 082557 号	2007SR16562	2007.7.6	万兴科技
5	万兴 MAC 版视频转换软件[简 称：Video Converter for Mac] V1.0	软著登字第 089846 号	2008SR02667	2007.12.10	万兴科技
6	万兴 MAC 版 DVD 制作软件[简 称：DVD Creator for Mac] V1.0.0	软著登字第 131055 号	2009SR04876	2008.6.13	万兴科技
7	万兴动感相册制作专家[简称： FGF] V4.7.0	软著登字第 131058 号	2009SR04879	2008.9.28	万兴科技
8	万兴专业转换助手软件[简称： Media Converter Pro] V2.3.0	软著登字第 131062 号	2009SR04883	2008.10.17	万兴科技
9	万兴多媒体格式转换软件[简 称：Media Converter] V2.3.1	软著登字第 0154102 号	2009SR027103	2008.11.7	万兴科技
10	万兴 MAC 版媒体转换软件[简 称：iSkysoft iMedia Converter for Mac] V1.0.0	软著登字第 0170612 号	2009SR043613	2008.12.22	万兴科技
11	万兴 MAC 版高级音视频格式 转换软件[简称：Wondershare Video Converter Pro for Mac] V1.0.0.24	软著登字第 0180713 号	2009SR053714	2009.7.14	万兴科技
12	PDF 网页转换工具软件[简称： PDF to html] V1.0.0	软著登字第 0180712 号	2009SR053713	2009.8.14	万兴科技
13	PDF 文本转换工具软件[简称： PDF to Text] V1.0.0	软著登字第 0181136 号	2009SR054137	2009.8.11	万兴科技
14	DVD 数码展示大师软件[简称： Acoolsoft PPT2DVD] V2.7.0	软著登字第 0174347 号	2009SR047348	2009.3.20	万兴科技
15	PDF 文档析取大师软件[简称： AnyBizSoft PDF to Word] V1.0	软著登字第 0175760 号	2009SR048761	2009.5.27	万兴科技
16	PDF 展示大师软件 V1.0	软著登字第 0187806 号	2009SR060807	2009.9.25	万兴科技
17	PDF 转换大师软件 V1.0	软著登字第 0191105 号	2010SR002832	2009.8.18	万兴科技
18	万兴数码故事软件[简称： Wondershare DVD Slideshow Builder] V5.0.0.19	软著登字第 0196725 号	2010SR008452	2009.11.5	万兴科技

序号	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日	著作权人
19	万兴数码展示软件[简称： PPT2DVD] V6.0	软著登字第 0196765 号	2010SR008492	2009.10.19	万兴科技
20	万兴 Mac 版 iPhone 铃声制作软 件[简称：iSkysoft iPhone Ringtone Maker] 1.0.3.2	软著登字第 0196767 号	2010SR008494	2009.10.14	万兴科技
21	万兴音视频管理专家软件[简 称：Wondershare Transfer] V1.1.0.3	软著登字第 0196768 号	2010SR008495	2009.11.25	万兴科技
22	万兴 iPhone 图片传输专家软件 [简称：Wondershare Photo Copy] V1.0.0.3	软著登字第 0196796 号	2010SR008523	2009.11.25	万兴科技
23	万兴在线测试数据管理系统软 件[简称：Quiz Management System] V3.0.0	软著登字第 0196839 号	2010SR008566	2009.9.1	万兴科技
24	万兴 Mac 版便携播放器管理软 件 V1.5.4.33	软著登字第 0200381 号	2010SR012108	2009.11.20	万兴科技
25	万兴 Mac 版 DVD 制作软件[简 称：Wondershare DVD Creator] V2.0.1	软著登字第 0200455 号	2010SR012182	2009.11.25	万兴科技
26	万兴视频刻录工具软件 V1.0.7	软著登字第 0200524 号	2010SR012251	2009.5.27	万兴科技
27	万兴 MAC 版媒体(DVD+Video) 转换软件[简称：iSkysoft iMedia Converter for Mac] V2.0.0.14	软著登字第 0203740 号	2010SR015467	2009.11.16	万兴科技
28	万兴 PDF 表格大师软件[简称： PDF to Excel] V1.0.0	软著登字第 0212124 号	2010SR023851	2010.1.21	万兴科技
29	万兴 iSkysoft DVD 收藏家软件 V2.0.0	软著登字第 0223851 号	2010SR035578	2010.3.25	万兴科技
30	Wondershare DemoCreator 软 件 V3.0.1	软著登字第 0240873 号	2010SR052600	2010.5.31	万兴科技
31	AnyBizSoft PDF to EPUB Converter 软件[简称：PDF to EPUB] V1.0.0	软著登字第 0240854 号	2010SR052581	2010.4.12	万兴科技
32	Wondershare Fantashow for Mac 系统 V1.0	软著登字第 0352262 号	2011SR088588	2011.12.20	万兴科技
33	Wondershare ImageEffectsKit 图 像特效软件 V1.0	软著登字第 0371576 号	2012SR003540	2012.2.7	万兴科技
34	Wondershare Vivideo 软件[简 称：Vivideo] 1.0	软著登字第 0367618 号	2011SR103944	2012.1.20	万兴科技
35	Wondershare MobileGo 软件 [简称：MobileGo] V1.0	软著登字第 0367339 号	2011SR103665	2011.6.7	万兴科技
36	达龙影音播放软件[简称：达龙	软著登字第	2012SR010791	2011.7.11	万兴科技

序号	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日	著作权人
	影音] V1.0	0378827 号			
37	TuneUp360 软件[简称: TuneUp360] V1.0	软著登字第 0399320 号	2012SR031284	2010.11.1	万兴科技
38	Wondershare Data Recovery for Mac 软件[简称: Data Recovery] V2.0	软著登字第 0430338 号	2012SR062302	2011.7.15	万兴科技
39	Wondershare Photo Recovery 软 件[简称: Photo Recovery] V3.0	软著登字第 0430341 号	2012SR062305	2011.4.29	万兴科技
40	Wondershare PowerCam 软件 [简称: PowerCam] V2.0.0	软著登字第 0480891 号	2012SR112855	2012.7.28	万兴科技
41	Wondershare PDF Editor For Win 软件[简称: PDF Editor] V1.0	软著登字第 0472956 号	2012SR104920	2012.5.30	万兴科技
42	Wondershare Dr.Fone (Win)软 件[简称: Dr.Fone (Win)] V1.0.0	软著登字第 0475612 号	2012SR107576	2012.7.31	万兴科技
43	Wondershare PowerCam for Android 软件[简称: PowerCam] V1.0	软著登字第 0485354 号	2012SR117318	2012.5.25	万兴科技
44	Wondershare Data Recovery 软 件[简称: Data Recovery] V5.0.2	软著登字第 1270303 号	2016SR091686	2016.1.28	万兴科技
45	Wondershare Dr.Fone for Android (Mac)软件[简称: Dr.Fone for Android] V1.3.0	软著登字第 1271479 号	2016SR092862	2015.5.20	万兴科技
46	Wondershare Dr.Fone for Android 软件[简称: Dr.Fone for Android] V5.7.0	软著登字第 1270270 号	2016SR091653	2016.1.28	万兴科技
47	Wondershare Dr.Fone for iOS(Mac)软件[简称: Dr.Fone for iOS] V6.3.0	软著登字第 1271490 号	2016SR092873	2015.6.9	万兴科技
48	Wondershare Dr.Fone for iOS 软 件[简称: Dr.Fone for iOS] V7.0.0	软著登字第 1271023 号	2016SR092406	2016.2.23	万兴科技
49	Wondershare MirrorGo 软件[简 称: MirrorGo] V1.5	软著登字第 1271007 号	2016SR092390	2015.8.7	万兴科技
50	Wondershare MobileTrans 软件 [简称: MobileTrans] V7.5	软著登字第 1270754 号	2016SR092137	2016.2.24	万兴科技
51	Wondershare SafeEraser 软件[简 称: SafeEraser] V4.8.2	软著登字第 1271218 号	2016SR092601	2016.2.18	万兴科技
52	Wondershare TunesGo 软件[简 称: TunesGo] V6.0	软著登字第 1271500 号	2016SR092883	2015.2.10	万兴科技
53	Wondershare TunesGo (Mac)软 件[简称: TunesGo(Mac)] V6.0	软著登字第 1270837 号	2016SR092220	2015.2.10	万兴科技

序号	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日	著作权人
54	万兴智能家庭娱乐云平台[简称：娱乐云平台] 1.0	软著登字第1248585号	2016SR069968	2013.5.4	万兴科技
55	Wondershare MobileGo Connector 软件[简称：MobileGo Connector] V1.0	软著登字第1301948号	2016SR123331	2011.6.7	万兴科技
56	Wondershare MobileGo for Android 软件[简称：MGA 软件] V7.5.0	软著登字第1301897号	2016SR123280	2016.2.1	万兴科技
57	Wondershare Allmytube 软件[简称：Allmytube] V4.0	软著登字第1306798号	2016SR128181	2015.5.10	万兴科技
58	Wondershare Video Converter Ultimate 软件[简称：VCU] V8.0	软著登字第1306799号	2016SR128182	2015.8.10	万兴科技
59	Wondershare Fantashow for Mac 软件[简称：Fantashow(Mac)] V3.0	软著登字第1300832号	2016SR122215	2013.3.30	万兴科技
60	Wondershare Filmora for Mac 软件[简称：Filmora(Mac)] V1.0	软著登字第1301767号	2016SR123150	2016.1.11	万兴科技
61	Wondershare PDFelement 软件[简称：PDFelement] V5.0	软著登字第1338088号	2016SR159471	2011.6.7	万兴科技
62	Wondershare PDFelement for iOS 软件[简称：PDFelement for iOS] 2.0.0	软著登字第1337392号	2016SR158775	2015.1.25	万兴科技
63	Wondershare PDFelement for MAC 软件[简称：PDFelement for Mac] 5.0.0	软著登字第1335492号	2016SR156875	2015.5.13	万兴科技
64	斑点猫 Android App 软件 V2.10.10	软著登字第1378157号	2016SR199540	2016.4.20	深圳斑点猫
65	斑点猫 IOS App 软件 V2.10.10	软著登字第1378150号	2016SR199533	2016.4.20	深圳斑点猫
66	Wondershare Filmora 软件[简称：Filmora] V1.0	软著登字第1415981号	2016SR237364	2015.4.25	万兴科技
67	Wondershare FilmoraGo for Android 软件[简称：FilmoraGo for Android] V1.0	软著登字第1484223号	2016SR305606	2015.12.14	万兴科技
68	Wondershare FilmoraGo for iOS 软件[简称：FilmoraGo for iOS] V1.0	软著登字第1486827号	2016SR308210	2016.4.28	万兴科技
69	斑点猫家庭控制面板 Pad 软件 V1.00.00	软著登字第1502204号	2016SR323587	2016.8.16	深圳斑点猫
70	斑点猫运营支撑系统[简称：OSS] V2.9.3	软著登字第1562147号	2016SR383531	2016.9.30	深圳斑点猫

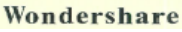

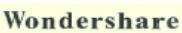
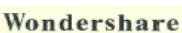










序号	软件名称	证书编号	登记号	首次发表日	著作权人
71	斑点猫家庭控制面板系统[简称:斑点猫 PAD ROM] V1.00.00	软著登字第1613383号	2017SR028099	2016.11.17	深圳斑点猫
72	斑点猫智能家居苹果手表操控应用软件[简称:斑点猫 Apple Watch App] V2.70.60	软著登字第1613377号	2017SR028093	2016.11.12	深圳斑点猫

注：根据《计算机软件保护条例》的规定，软件著作权自软件开发完成之日起产生，法人的软件著作权保护期为50年。

2、商标情况








截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司拥有国内注册商标合计228项，具体情况如下：

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
1	发行人	中国		38	7588097	2010.11.21 至 2020.11.20
2	发行人	中国		41	8167288	2011.4.7 至 2021.4.6
3	发行人	中国		9	7964123	2012.12.21 至 2022.12.20
4	发行人	中国		42	10319487	2013.2.21 至 2023.2.20
5	发行人	中国		28	10271364	2013.2.14 至 2023.2.13
6	发行人	中国		35	10271366	2013.2.14 至 2023.2.13
7	发行人	中国		36	10271365	2013.2.14 至 2023.2.13
8	发行人	中国		45	10271367	2013.2.14 至 2023.2.13
9	发行人	中国		41	10271363	2013.2.14 至 2023.2.13
10	发行人	中国		45	10271362	2013.2.14 至 2023.2.13
11	发行人	中国		9	10297268	2013.3.28 至 2023.3.27
12	发行人	中国		38	10297269	2013.2.14 至 2023.2.13
13	发行人	中国		45	10297264	2013.2.14 至 2023.2.13

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
14	发行人	中国		9	4848099	2008.7.21 至 2018.7.20
15	发行人	中国		38	6587998	2010.3.28 至 2020.3.27
16	发行人	中国		42	8165142	2011.4.7 至 2021.4.6
17	发行人	中国		41	8167306	2012.5.28 至 2022.5.27
18	发行人	中国		38	8613731	2011.9.14 至 2021.9.13
19	发行人	中国		9	8613732	2012.6.28 至 2022.6.27
20	发行人	中国		42	8613730	2012.1.28 至 2022.1.27
21	发行人	中国		9	8932963	2011.12.21 至 2021.12.20
22	发行人	中国		38	8932991	2011.12.21 至 2021.12.20
23	发行人	中国		42	8933020	2012.3.7 至 2022.3.6
24	发行人	中国		41	10015319	2012.11.28 至 2022.11.27
25	发行人	中国		9	10120334	2012.12.21 至 2022.12.20
26	发行人	中国		38	10120333	2013.4.28 至 2023.4.27
27	发行人	中国		42	10120332	2013.4.28 至 2023.4.27
28	发行人	中国		38	10015322	2012.11.28 至 2022.11.27
29	发行人	中国		42	10015320	2012.11.28 至 2022.11.27
30	发行人	中国	MobileGo	9	10297263	2013.2.14 至 2023.2.13
31	发行人	中国	摩比狗	9	10297265	2013.2.14 至 2023.2.13
32	发行人	中国	Daroon	9	10297267	2013.3.28 至 2023.3.27
33	发行人	中国	PTV	42	3983446	2017.2.7 至 2027.2.6

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
34	发行人	中国	数码故事	9	3983447	20016.9.7 至 2026.9.6
35	发行人	中国	Foxshare	9	4848090	2008.7.21 至 2018.7.20
36	发行人	中国	拍拍秀	9	6588000	2010.5.7 至 2020.5.6
37	发行人	中国	Ourpix	9	6854287	2010.7.14 至 2020.7.13
38	发行人	中国	Ourpix	38	6854286	2010.5.7 至 2020.5.6
39	发行人	中国	QuizCreator	9	6854288	2010.7.14 至 2020.7.13
40	发行人	中国	DemoCreator	9	6854308	2010.7.14 至 2020.7.13
41	发行人	中国	PixPlayer	38	4893909	2009.05.21 至 2019.5.20
42	发行人	中国	拍吧	41	5172946	2010.1.28 至 2020.1.27
43	发行人	中国	拍吧	38	5172947	2009.8.28 至 2019.8.27
44	发行人	中国	拍吧	9	5172948	2009.3.28 至 2019.3.27
45	发行人	中国	Daniusoft	9	6854305	2010.7.14 至 2020.7.13
46	发行人	中国	AdreamSoft	9	7424676	2011.1.7 至 2021.1.6
47	发行人	中国	AnyBizSoft	9	7424673	2011.1.7 至 2021.1.6
48	发行人	中国	斑点猫	9	5778051	2010.2.7 至 2020.2.6
49	发行人	中国	斑点猫	42	7923417	2011.2.28 至 2021.2.27
50	发行人	中国	spotmau	9	5778052	2009.9.28 至 2019.9.27
51	发行人	中国	Fantashow	9	10419864	2013.4.21 至 2023.4.20
52	发行人	中国	魔盘	35	10419863	2013.4.21 至 2023.4.20
53	发行人	中国	魔盘	38	10419861	2013.4.21 至 2023.4.20

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
54	发行人	中国	魔盘	42	10419862	2013.4.21 至 2023.4.20
55	发行人	中国		9	10419860	2013.4.21 至 2023.4.20
56	发行人	中国		38	10419857	2013.4.21 至 2023.4.20
57	发行人	中国		42	10419856	2013.4.21 至 2023.4.20
58	发行人	中国	胡了 ONLINE	41	10497383	2013.4.7 至 2023.4.6
59	发行人	中国	wonshare	41	10957929	2013.9.7 至 2023.9.6
60	发行人	中国	wonshare	42	10957932	2013.9.7 至 2023.9.6
61	发行人	中国	PowerCam	9	10187281	2014.3.7 至 2024.3.6
62	发行人	中国		41	10015321	2014.1.14 至 2024.1.13
63	发行人	中国	Dr.Fone	9	11300204	2014.1.7 至 2024.1.6
64	发行人	中国		9	10015323	2013.4.14 至 2023.4.13
65	发行人	中国	e 族	28	11675660	2014.4.7 至 2024.4.6
66	发行人	中国		41	10297266	2014.3.7 至 2024.3.6
67	发行人	中国	wonshare	38	10957930	2013.9.7 至 2023.9.6
68	发行人	中国	遥控 e 族	35	11830499	2014.5.14 至 2024.5.13
69	发行人	中国	遥控 e 族	10	11830497	2014.5.14 至 2024.5.13
70	发行人	中国	遥控 e 族	41	11830498	2014.5.14 至 2024.5.13
71	发行人	中国	斑点猫	10	14280402	2015.5.14 至 2025.5.13
72	发行人	中国	斑点猫	21	14278127	2015.5.14 至 2025.5.13
73	发行人	中国	斑点猫	38	14278126	2015.5.14 至 2025.5.13

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
74	发行人	中国	spotmau	10	14278125	2015.5.14 至 2025.5.13
75	发行人	中国	spotmau	11	14278124	2015.5.14 至 2025.5.13
76	发行人	中国	spotmau	21	14278123	2015.5.14 至 2025.5.13
77	发行人	中国		10	14278121	2015.5.14 至 2025.5.13
78	发行人	中国		11	14278120	2015.5.14 至 2025.5.13
79	发行人	中国		21	14278119	2015.5.14 至 2025.5.13
80	发行人	中国		28	14278118	2015.5.14 至 2025.5.13
81	发行人	中国		38	14278117	2015.6.7 至 2025.6.6
82	发行人	中国	万兴	40	14415689	2015.6.7 至 2025.6.6
83	发行人	中国	wondershare	4	14415685	2015.5.28 至 2025.5.27
84	发行人	中国	wondershare	10	14415688	2015.6.7 至 2025.6.6
85	发行人	中国	wondershare	11	14415687	2015.6.7 至 2025.6.6
86	发行人	中国	wondershare	21	14415686	2015.6.7 至 2025.6.6
87	发行人	中国	wondershare	40	14415684	2015.6.7 至 2025.6.6
88	发行人	中国	斑点猫	11	14268125	2015.6.7 至 2025.6.6
89	发行人	中国	万兴	28	14415690A	2015.7.21 至 2025.7.20
90	发行人	中国		9	14503678	2015.6.21 至 2025.6.20
91	发行人	中国		42	14503676	2015.6.21 至 2025.6.20
92	发行人	中国	神拍手	9	11033951	2013.10.14 至 2023.10.13
93	发行人	中国	万兴	21	14415691	2015.8.7 至 2025.8.6

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
94	发行人	中国		9	14278122	2015.8.28 至 2025.8.27
95	发行人	中国		9	14503675	2015.9.7 至 2025.9.6
96	发行人	中国		42	14503673	2015.9.7 至 2025.9.6
97	发行人	中国		38	15340131	2015.11.28 至 2025.11.27
98	发行人	中国	wondershare	37	16092017	2016.3.7 至 2026.3.6
99	发行人	中国	吴师傅	9	16092102	2016.3.7 至 2026.3.6
100	发行人	中国	吴师傅	37	16092057	2016.3.7 至 2026.3.6
101	发行人	中国	吴师傅	42	16092144	2016.3.7 至 2026.3.6
102	发行人	中国	DR.WU	9	16092220	2016.3.7 至 2026.3.6
103	发行人	中国	DR.WU	37	16092269	2016.3.7 至 2026.3.6
104	发行人	中国	DR.WU	42	16092175	2016.3.7 至 2026.3.6
105	发行人	中国	spotmau	28	13607086	2015.2.14 至 2025.2.13
106	发行人	中国	spotmau	9	13770509	2015.2.21 至 2025.2.20
107	发行人	中国		9	12023926	2014.7.7 至 2024.7.6
108	发行人	中国		9	12023927	2014.7.7 至 2024.7.6
109	发行人	中国		9	15340132	2016.4.28 至 2026.4.27
110	发行人	中国	万兴	37	16091998	2016.4.28 至 2026.4.27
111	发行人	中国	e族	9	11675659	2014.8.21 至 2024.8.20
112	发行人	中国		41	12066676	2014.7.14 至 2024.7.13

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
113	发行人	中国		38	12066677	2014.7.14 至 2024.7.13
114	发行人	中国	斑点猫	9	18440279	2017.1.7 至 2027.1.6
115	发行人	中国	spotmau	9	18440379	2017.1.7 至 2027.1.6
116	发行人	中国	spotmau	6	18440672	2017.1.7 至 2027.1.6
117	发行人	中国	spotmau	7	18440725	2017.1.7 至 2027.1.6
118	发行人	中国	斑点猫	6	18440749	2017.1.7 至 2027.1.6
119	发行人	中国	斑点猫	7	18440783	2017.1.7 至 2027.1.6
120	发行人	中国	spotmau	14	18440850	2017.1.7 至 2027.1.6
121	发行人	中国	斑点猫	35	18440935	2017.1.7 至 2027.1.6
122	发行人	中国	spotmau	35	18440965	2017.1.7 至 2027.1.6
123	发行人	中国	斑点猫	36	18441036	2017.1.7 至 2027.1.6
124	发行人	中国	spotmau	36	18441045	2017.1.7 至 2027.1.6
125	发行人	中国	spotmau	37	18441125	2017.1.7 至 2027.1.6
126	发行人	中国	斑点猫	37	18441176	2017.1.7 至 2027.1.6
127	发行人	中国	spotmau	40	18441337	2017.1.7 至 2027.1.6
128	发行人	中国		40	18441397	2017.1.7 至 2027.1.6
129	发行人	中国		40	18441403	2017.1.7 至 2027.1.6
130	发行人	中国	斑点猫	40	18441423	2017.1.7 至 2027.1.6
131	发行人	中国	斑点猫	42	18441800	2017.1.7 至 2027.1.6

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
132	发行人	中国		11	18441988	2017.1.7 至 2027.1.6
133	发行人	中国		9	18442462	2017.1.7 至 2027.1.6
134	遥控壹族	中国	homectrl	9	15578182	2015.12.14 至 2025.12.13
135	遥控壹族	中国	遥控壹族	7	17028947	2016.8.14 至 2026.8.13
136	遥控壹族	中国	遥控壹族	7	17029030	2016.7.28 至 2026.7.27
137	遥控壹族	中国		7	17029055	2016.7.28 至 2026.7.27
138	遥控壹族	中国		11	17029141	2016.9.28 至 2026.9.27
139	遥控壹族	中国	遥控壹族	11	17029209	2016.10.28 至 2026.10.27
140	遥控壹族	中国	遥控壹族	11	17029251	2016.9.14 至 2026.9.13
141	遥控壹族	中国		9	17029437	2016.7.28 至 2026.7.27
142	遥控壹族	中国		42	17029517	2016.7.28 至 2026.7.27
143	遥控壹族	中国		38	17029781	2016.7.28 至 2026.7.27
144	遥控壹族	中国		37	17029892	2016.7.28 至 2026.7.27
145	遥控壹族	中国	智装时代	37	17030107	2016.7.28 至 2026.7.27
146	发行人	中国	Wonderware	38	10271359	2013.2.14 至 2023.2.13
147	发行人	中国	Wonderware	41	10271360	2013.2.14 至 2023.2.13
148	发行人	中国	Wonderware	42	10271361	2013.2.14 至 2023.2.13
149	发行人	中国	斑点猫	14	18440840	2017.3.21 至 2027.3.20
150	发行人	中国		37	18441194	2017.3.21 至 2027.3.20

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
151	发行人	中国	万兴	40	18622179	2017.1.28 至 2027.1.27
152	发行人	中国	wondershare	6	18622176	2017.1.28 至 2027.1.27
153	发行人	中国	wondershare	7	18621546	2017.1.28 至 2027.1.27
154	发行人	中国	wondershare	9	18621545	2017.1.28 至 2027.1.27
155	发行人	中国	wondershare	11	18621544	2017.1.28 至 2027.1.27
156	发行人	中国	wondershare	14	18621543	2017.1.28 至 2027.1.27
157	发行人	中国	wondershare	37	18621542	2017.1.28 至 2027.1.27
158	发行人	中国	wondershare	40	18621541	2017.1.28 至 2027.1.27
159	发行人	中国	wondershare	42	18622177	2017.1.28 至 2027.1.27
160	发行人	中国	Wondershare	6	19840099	2017.6.21 至 2027.6.20
161	发行人	中国	Wondershare	8	19840098	2017.6.21 至 2027.6.20
162	发行人	中国	Wondershare	9	19840097	2017.6.21 至 2027.6.20
163	发行人	中国	Wondershare	18	19840096	2017.6.21 至 2027.6.20
164	发行人	中国	Wondershare	20	19840095	2017.6.21 至 2027.6.20
165	发行人	中国	Wondershare	25	19840094	2017.6.21 至 2027.6.20
166	发行人	中国	Wondershare	11	19840093	2017.6.21 至 2027.6.20
167	发行人	中国	Wondershare	35	19840092	2017.6.21 至 2027.6.20
168	发行人	中国	Wondershare	36	19840091	2017.6.21 至 2027.6.20
169	发行人	中国	Wondershare	38	19840090	2017.6.21 至 2027.6.20
170	发行人	中国	Wondershare	41	19840089	2017.6.21 至 2027.6.20
171	发行人	中国	Wondershare	45	19840088	2017.6.21 至


序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
						2027.6.20
172	发行人	中国	万兴	6	19840087	2017.6.21 至 2027.6.20
173	发行人	中国	万兴	8	19840086	2017.6.21 至 2027.6.20
174	发行人	中国	万兴	38	19839904	2017.6.21 至 2027.6.20
175	发行人	中国	万兴	45	19839903	2017.6.21 至 2027.6.20
176	发行人	中国	斑点猫	38	19814275	2017.6.21 至 2027.6.20
177	发行人	中国		38	19814030	2017.6.21 至 2027.6.20
178	发行人	中国		21	19802178	2017.6.21 至 2027.6.20
179	发行人	中国		45	19799158	2017.6.21 至 2027.6.20
180	发行人	中国	斑点猫	45	19799111	2017.6.21 至 2027.6.20
181	发行人	中国	spotmau	45	19799091	2017.6.21 至 2027.6.20
182	发行人	中国		45	19799076	2017.6.21 至 2027.6.20
183	发行人	中国	spotmau	41	19799041	2017.6.21 至 2027.6.20
184	发行人	中国		41	19799021	2017.6.21 至 2027.6.20
185	发行人	中国	斑点猫	41	19799006	2017.6.21 至 2027.6.20
186	发行人	中国		41	19798988	2017.6.21 至 2027.6.20
187	发行人	中国	spotmau	25	19798546	2017.6.21 至 2027.6.20
188	发行人	中国	spotmau	20	19798170	2017.6.21 至 2027.6.20
189	发行人	中国	斑点猫	20	19798147	2017.6.21 至 2027.6.20
190	发行人	中国	spotmau	18	19797512	2017.6.21 至 2027.6.20
191	发行人	中国		18	19797438	2017.6.21 至 2027.6.20









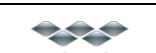
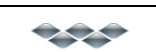
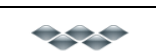
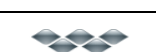


序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
192	发行人	中国	斑点猫	11	19797227	2017.6.21 至 2027.6.20
193	发行人	中国	spotmau	11	19797166	2017.6.21 至 2027.6.20
194	发行人	中国	 spotmau 斑点猫	9	19796731	2017.6.21 至 2027.6.20
195	发行人	中国	spotmau	9	19796636	2017.6.21 至 2027.6.20
196	发行人	中国	斑点猫	9	19796600	2017.6.21 至 2027.6.20
197	发行人	中国		9	19796562	2017.6.21 至 2027.6.20
198	发行人	中国		8	19796116	2017.6.21 至 2027.6.20
199	发行人	中国	斑点猫	8	19796075	2017.6.21 至 2027.6.20
200	发行人	中国	spotmau	8	19796046	2017.6.21 至 2027.6.20
201	发行人	中国	 spotmau 斑点猫	8	19796010	2017.6.21 至 2027.6.20
202	发行人	中国	spotmau	6	19795677	2017.6.21 至 2027.6.20
203	发行人	中国	斑点猫	6	19795572	2017.6.21 至 2027.6.20
204	发行人	中国	万兴	6	18622185	2017.5.14 至 2027.5.13
205	发行人	中国	万兴	7	18622184	2017.5.14 至 2027.5.13
206	发行人	中国	万兴	9	18622183	2017.5.14 至 2027.5.13
207	发行人	中国	万兴	11	18622182	2017.5.14 至 2027.5.13
208	发行人	中国	万兴	37	18622180	2017.5.14 至 2027.5.13
209	发行人	中国	万兴	42	18622178	2017.5.14 至 2027.5.13
210	发行人	中国		9	18440039	2017.5.21 至 2027.5.20
211	发行人	中国	 spotmau 斑点猫	6	18440661	2017.10.21 至 2027.10.20

序号	申请人	国家/地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
212	发行人	中国		7	18440772	2017.10.21 至 2027.10.20
213	发行人	中国		36	18441034	2017.10.21 至 2027.10.20
214	发行人	中国		38	18441220	2017.10.21 至 2027.10.20
215	发行人	中国		25	19798581	2017.8.28 至 2027.8.27
216	发行人	中国	斑点猫	25	19798506	2017.8.28 至 2027.8.27
217	发行人	中国		25	19798465	2017.8.28 至 2027.8.27
218	发行人	中国		18	19797575	2017.8.28 至 2027.8.27
219	发行人	中国	斑点猫	18	19797481	2017.8.28 至 2027.8.27
220	发行人	中国		11	19797290	2017.8.28 至 2027.8.27
221	发行人	中国		11	19797119	2017.8.28 至 2027.8.27
222	发行人	中国		6	19795746	2017.8.28 至 2027.8.27
223	发行人	中国		6	19795509	2017.9.21 至 2027.9.20
224	发行人	中国	万兴	9	19840085	2017.9.7 至 2027.9.6
225	发行人	中国	万兴	11	19840084	2017.9.7 至 2027.9.6
226	发行人	中国	万兴	18	19840083	2017.9.7 至 2027.9.6
227	发行人	中国	万兴	20	19840082	2017.9.7 至 2027.9.6
228	发行人	中国	万兴	25	19840081	2017.9.7 至 2027.9.6

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司拥有主要国际注册商标 141 项，具体情况如下：

序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/独立注册证书	使用期限
1	发行人	中国台湾	wondershare	9、38、 41、42	01533001	2012.8.16 至 2022.8.15

序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/ 独立注册证书	使用期限
2	发行人	中国台湾		9、38、 41、42	01533002	2012.8.16 至 2022.8.15
3	发行人	马德里指定 欧盟	PowerCam	9	1121792	2012.3.6 至 2022.3.6
4	发行人	马德里指定 日本	PowerCam	9	1121792	2012.3.6 至 2022.3.6
5	发行人	马德里指定 美国	PowerCam	9	1121792	2012.3.6 至 2022.3.6
6	发行人	墨西哥	wondershare	9	1274331	2011.10.11 至 2021.10.11
7	发行人	墨西哥	wondershare	38	1274329	2011.10.11 至 2021.10.11
8	发行人	墨西哥	wondershare	41	1274327	2011.10.11 至 2021.10.11
9	发行人	墨西哥	wondershare	42	1274325	2011.10.11 至 2021.10.11
10	发行人	马德里指定 澳大利亚	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
11	发行人	马德里指定 丹麦	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
12	发行人	马德里指定 日本	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
13	发行人	马德里指定 挪威	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
14	发行人	马德里指定 韩国	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
15	发行人	马德里指定 新加坡	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
16	发行人	马德里指定 瑞典	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
17	发行人	马德里指定 英国	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
18	发行人	马德里指定 美国	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
19	发行人	马德里指定 法国	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
20	发行人	马德里指定 西班牙	wondershare	9、38、 41、42	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20
21	发行人	马德里指定 瑞士	wondershare	38、41	1121954	2012.2.20 至 2022.2.20








序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/ 独立注册证书	使用期限
22	发行人	墨西哥		9	1274332	2011.10.11 至 2021.10.11
23	发行人	墨西哥		38	1274330	2011.10.11 至 2021.10.11
24	发行人	墨西哥		41	1274328	2011.10.11 至 2021.10.11
25	发行人	墨西哥		42	1274326	2011.10.11 至 2021.10.11
26	发行人	马德里指定 澳大利亚		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
27	发行人	马德里指定 丹麦		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
28	发行人	马德里指定 西班牙		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
29	发行人	马德里指定 英国		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
30	发行人	马德里指定 日本		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
31	发行人	马德里指定 韩国		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
32	发行人	马德里指定 挪威		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
33	发行人	马德里指定 瑞典		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
34	发行人	马德里指定 新加坡		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
35	发行人	马德里指定 美国		9、38、 41、42	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
36	发行人	马德里指定 瑞士		38、41	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
37	发行人	中国香港	萬興	9	301563787	2010.3.16 至 2020.3.15
38	发行人	中国香港	Wondershare	9、38、 42	301816867	2011.1.21 至 2021.1.20
39	发行人	马德里指定 澳大利亚	Wondershare	38、42	1067188	2011.1.04 至 2021.1.04
40	发行人	马德里指定 美国	Wondershare	38、42	1067188	2011.1.04 至 2021.1.04
41	发行人	马德里指定 挪威	Wondershare	9	1066543	2011.1.4 至 2021.1.4
42	发行人	墨西哥	WONDERSHARE	9	1156113	2010.4.15 至

序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/ 独立注册证书	使用期限
						2020.4.15
43	发行人	欧盟	Wondershare	9、38、 42	008321937	2009.5.26 至 2019.5.26
44	发行人	马德里指定 澳大利亚	Wondershare	9	1002580	2009.4.7 至 2019.4.7
45	发行人	马德里指定 德国	Wondershare	9	1002580	2009.4.7 至 2019.4.7
46	发行人	马德里指定 法国	Wondershare	9	1002580	2009.4.7 至 2019.4.7
47	发行人	马德里指定 英国	Wondershare	9	1002580	2009.4.7 至 2019.4.7
48	发行人	马德里指定 日本	Wondershare	9	1002580	2009.4.7 至 2019.4.7
49	发行人	马德里指定 韩国	Wondershare	9	1002580	2009.4.7 至 2019.4.7
50	发行人	马德里指定 美国	Wondershare	9	1002580	2009.4.7 至 2019.4.7
51	发行人	马德里指定 澳大利亚	Daniusoft	9	1067187	2011.1.4 至 2021.1.4
52	发行人	马德里指定 德国	Daniusoft	9	1067187	2011.1.4 至 2021.1.4
53	发行人	马德里指定 法国	Daniusoft	9	1067187	2011.1.4 至 2021.1.4
54	发行人	马德里指定 英国	Daniusoft	9	1067187	2011.1.4 至 2021.1.4
55	发行人	马德里指定 意大利	Daniusoft	9	1067187	2011.1.4 至 2021.1.4
56	发行人	马德里指定 美国	Daniusoft	9	1067187	2011.1.4 至 2021.1.4
57	发行人	马德里指定 澳大利亚	AnyBizSoft	9	1067186	2011.1.4 至 2021.1.4
58	发行人	马德里指定 德国	AnyBizSoft	9	1067186	2011.1.4 至 2021.1.4
59	发行人	马德里指定 法国	AnyBizSoft	9	1067186	2011.1.4 至 2021.1.4
60	发行人	马德里指定 英国	AnyBizSoft	9	1067186	2011.1.4 至 2021.1.4
61	发行人	马德里指定 意大利	AnyBizSoft	9	1067186	2011.1.4 至 2021.1.4
62	发行人	新加坡	Wondershare	9	T1207612E	2012.5.24 至 2022.5.24

序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/ 独立注册证书	使用期限
63	发行人	香港		9	302319895	2012.7.19 至 2022.7.18
64	发行人	马德里指定 欧盟		9	1202198	2014.3.20 至 2024.3.20
65	发行人	中国台湾		9	01432266	2010.10.1 至 2020.9.30
66	发行人	台湾		9	01580937	2013.6.1 至 2023.5.31
67	发行人	日本		9	5598581	2013.7.12 至 2023.7.12
68	发行人	欧盟		9	011209251	2012.9.24 至 2022.9.24
69	发行人	欧盟		9	011228301	2012.10.1 至 2022.10.1
70	发行人	美国		9	4349782	2013.6.11 至 2023.6.11
71	发行人	美国		9	4588297	2014.08.19 至 2024.08.19
72	发行人	美国		9	4588298	2014.08.19 至 2024.08.19
73	发行人	马德里指定 日本		9	1202198	2014.03.20 至 2024.03.20
74	遥控壹 族	日本		9	5743346	2015.2.20 至 2025.2.20
75	发行人	马德里指定 意大利		38	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
76	发行人	马德里指定 法国		9、38、 41	1117870	2012.1.31 至 2022.1.31
77	发行人	巴西		9	831135476	2014.12.9 至 2024.12.9
78	发行人	巴西		38	831135484	2014.12.9 至 2024.12.9
79	发行人	巴西		41	831135492	2014.12.9 至 2024.12.9
80	发行人	巴西		9	831135417	2014.12.9 至 2024.12.9
81	发行人	巴西		38	831135441	2014.12.9 至 2024.12.9
82	发行人	巴西		41	831135450	2014.12.9 至 2024.12.9

序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/ 独立注册证书	使用期限
83	发行人	印度	Wondershare	9	1945107	2010.4.1 至 2020.4.1
84	发行人	美国		9	4940655	2016.4.19 至 2026.4.19
85	发行人	美国		9	4940653	2016.4.19 至 2026.4.19
86	遥控壹族	美国	homectrl	9	4777042	2015.7.21 至 2025.7.21
87	发行人	德国	Filmora	9	302016104261	2016.5.24 至 2026.5.31
88	发行人	法国	Filmora	9	164270228	2016.5.6 至 2026.5.6
89	发行人	加拿大		9	TMA958636	2016.12.2 至 2031.12.21
90	发行人	墨西哥	Filmora	9	1666953	2016.4.1 至 2026.4.1
91	发行人	欧盟	KEEPVID (文字商标)	9,35,42	015567571	2016.6.21 至 2026.6.21
92	发行人	日本	Filmora	9	5889823	2016.10.2 至 2026.10.21
93	发行人	西班牙	Filmora	9	M3612998	2016.5.9 至 2026.5.9
94	发行人	新加坡	萬興	42	40201609928Q	2016.6.21 至 2026.6.21
95	发行人	新加坡	萬興	7	40201609927P	2016.6.21 至 2026.6.21
96	发行人	新加坡	萬興	6	40201609926R	2016.6.21 至 2026.6.21
97	发行人	新加坡	萬興	11	40201609925V	2016.6.21 至 2026.6.21
98	发行人	新加坡	萬興	9	40201609924S	2016.6.21 至 2026.6.21
99	发行人	英国	Filmora	9	UK000031631 58	2016.5.6 至 2026.5.6
100	发行人	台湾	wondershare	11	01811265	2016.12.16 至 2026.12.15

序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/ 独立注册证书	使用期限
101	发行人	台湾	萬興	11	01811264	2016.12.16 至 2026.12.15
102	发行人	台湾	wondershare	6	01806722	2016.12.1 至 2026.11.30
103	发行人	台湾	wondershare	7	01806811	2016.12.1 至 2026.11.30
104	发行人	台湾	wondershare	9	01811045	2016.12.16 至 2026.12.15
105	发行人	台湾	wondershare	42	01813449	2016.12.16 至 2026.12.15
106	发行人	台湾	萬興	7	01806810	2016.12.1 至 2026.11.30
107	发行人	台湾	萬興	42	01813448	2016.12.16 至 2026.12.15
108	发行人	台湾	spotmau	42	01813425	2016.12.16 至 2026.12.15
109	发行人	台湾	spotmau	11	01811228	2016.12.16 至 2026.12.15
110	发行人	台湾	spotmau	9	01810993	2016.12.16 至 2026.12.15
111	发行人	台湾	spotmau	6	01810690	2016.12.16 至 2026.12.15
112	发行人	台湾		42	01813424	2016.12.16 至 2026.12.15
113	发行人	台湾		11	01811227	2016.12.16 至 2026.12.15
114	发行人	台湾		9	01810992	2016.12.16 至 2026.12.15
115	发行人	台湾		7	01810747	2016.12.16 至 2026.12.15
116	发行人	台湾		6	01810689	2016.12.16 至 2026.12.15
117	发行人	中国香港	wondershare	6\7\9\11\	303781189	2016.5.19 至

序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/ 独立注册证书	使用期限
				42		2026.5.18
118	发行人	中国香港	萬興	6\7\9\11\ 42	303781198	2016.5.19 至 2026.5.18
119	发行人	澳大利亚	Filmora	9	1769330	2016.5.6 至 2026.5.6
120	发行人	马德里指定 澳大利亚		6\7\9\11\ 42	1319196	2016.5.23 至 2026.5.23
121	发行人	马德里指定 欧盟		6\7\9\11\ 42	1319196	2016.5.23 至 2026.5.23
122	发行人	马德里指定 日本		6\7\9\11\ 42	1319196	2016.5.23 至 2026.5.23
123	发行人	马德里指定 韩国		6\7\9\11\ 42	1319196	2016.5.23 至 2026.5.23
124	发行人	马德里指定 新加坡		6\7\9\11\ 42	1319196	2016.5.23 至 2026.5.23
125	发行人	马德里指定 美国		6\7\9\11\ 42	1319196	2016.5.23 至 2026.5.23
126	发行人	中国香港	spotmau	6\7\9\11\ 42	303776167	2016.5.16 至 2026.5.15
127	发行人	中国香港		6\7\9\11\ 42	303776176	2016.5.16 至 2026.5.15
128	发行人	马德里指定 澳大利亚	spotmau	6\7\9\42	1325614	2016.5.23 至 2026.5.23
129	发行人	马德里指定 欧盟	spotmau	6\7\9\42	1325614	2016.5.23 至 2026.5.23
130	发行人	马德里指定 日本	spotmau	6\7\9\42	1325614	2016.5.23 至 2026.5.23
131	发行人	马德里指定 韩国	spotmau	6\7\9\42	1325614	2016.5.23 至 2026.5.23
132	发行人	马德里指定 新加坡	spotmau	6\7\9\42	1325614	2016.5.23 至 2026.5.23
133	发行人	马德里指定 美国	spotmau	6\7\9\42	1325614	2016.5.23 至 2026.5.23

序号	申请人	国家或地区	商标	分类	注册证明/ 独立注册证书	使用期限
134	发行人	加拿大		9	1738161/ TMA969,450	2017.4.27 至 2032.4.27
135	发行人	台湾	spotmau	7	01810748	2016.12.16 至 2026.12.15
136	发行人	台湾	spotmau	42	018113425	2016.12.16 至 2026.12.15
137	发行人	台湾	萬興	9	01823685	2017.2.16 至 2027.2.15
138	发行人	台湾	萬興	6	01821085	2017.2.1 至 2027.1.31
139	发行人	美国	KEEPVID	42	5141148	2017.2.14 至 2027.2.14
140	发行人	美国	KEEPVID	35	5141146	2017.2.14 至 2027.2.14
141	发行人	美国	KEEPVID	9	5141145	2017.2.14 至 2027.2.14

注：上述国际注册商标中第 89 项注册商标已经获得授权，但注册机构尚未向发行人发放商标注册证。

3、专利情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司拥有专利 108 项，其中发明专利 88 项，具体情况如下：

序号	权利人	专利类型	专利名称	申请号或专利号	专利申请日
1	发行人	发明	一种音视频编解码装置及方法	ZL200810241747.0	2008-12-30
2	发行人	发明	一种音频录制方法和系统	ZL200910108442.7	2009-07-02
3	发行人	发明	一种无干扰屏幕录制方法和系统	ZL200910108441.2	2009-07-02
4	发行人	发明	一种视频文件转换为 SWF 文件的方法及系统	ZL200910189851.4	2009-09-02
5	发行人	发明	一种将 PPT 转换为视频的方法和系统	ZL200910190146.6	2009-09-10
6	发行人	发明	一种 DVD 光盘数据压缩方法及系统	ZL200910190460.4	2009-09-17
7	发行人	发明	一种软件下载、安装和卸载的跟踪方法及系统	ZL200910190482.0	2009-09-18

序号	权利人	专利类型	专利名称	申请号或专利号	专利申请日
8	发行人	发明	函数调用方法和装置	ZL200910189035.3	2009-12-17
9	发行人	发明	一种 DVD 备份方法、装置和 DVD 播放装置	ZL200910189036.8	2009-12-17
10	发行人	发明	一种在 MAC 平台下绘制音频波形图的方法及系统	ZL200910189077.7	2009-12-18
11	发行人	发明	一种图像文件管理方法和系统	ZL201010134877.1	2010-03-24
12	发行人	发明	一种播放方法和播放装置	ZL201010134892.6	2010-03-24
13	发行人	发明	一种编辑富文本并通过 FLASH 还原显示的方法	ZL201010134980.6	2010-03-24
14	发行人	发明	DVD 动态菜单生成装置及方法	ZL201010134995.2	2010-03-24
15	发行人	发明	一种对 DVD 光盘进行备份的方法和装置	ZL201010136344.7	2010-03-25
16	发行人	发明	一种 PDF 文本段落生成的方法	ZL201010136399.8	2010-03-25
17	发行人	发明	多媒体网页录制的方法和装置	ZL201010200748.8	2010-06-13
18	发行人	发明	一种文档格式的转换方法及装置	ZL201010206401.4	2010-06-14
19	发行人	发明	一种文档转换中的表格处理方法及装置	ZL201010206608.1	2010-06-14
20	发行人	发明	一种密码串的生成方法及装置	ZL201010206685.7	2010-06-18
21	发行人	发明	一种 XML 文档转换为 Excel 文档的方法及装置	ZL201010293739.8	2010-09-19
22	发行人	发明	一种识别文档中数据表格的方法及装置	ZL201010293736.4	2010-09-19
23	发行人	发明	一种 XML 文档转换为 PPTX 文档的方法和装置	ZL201010293752.3	2010-09-19
24	发行人	发明	一种解析 Word 文件信息的方法及其系统	ZL201010285333.5	2010-09-17
25	发行人	发明	XML 格式文档转换为 Word 格式文档的系统和方法	ZL201010285320.8	2010-09-17
26	发行人	发明	改变 DVD 菜单项大小的方法和装置	ZL201010501458.7	2010-10-09
27	发行人	发明	视频文件的连接输出方法和装置	ZL201010516318.7	2010-10-22
28	发行人	发明	自定义 DVD 菜单文字字体大小的方法和装置	ZL201010531847.4	2010-11-04
29	发行人	发明	一种文字变形特效处理方法及装置	ZL201110130544.6	2011-05-19
30	发行人	发明	一种在 Windows 下调整磁盘分	ZL201110131841.2	2011-05-20

序号	权利人	专利类型	专利名称	申请号或专利号	专利申请日
			区的方法及装置		
31	发行人	发明	一种数字图像处理方法和数字图像处理装置	ZL201110192267.1	2011-07-11
32	发行人	发明	一种移色处理方法和装置	ZL201110198395.7	2011-07-15
33	发行人	发明	一种获取网页中音/视频连接地址的方法及装置	ZL201110205241.6	2011-07-21
34	发行人	发明	动态库管理方法和装置	ZL201110208766.5	2011-07-25
35	发行人	发明	一种计算机素描画的生成方法和系统	ZL201110210312.1	2011-07-26
36	发行人	发明	一种利用阿尔法通道的图像合成方法及系统	ZL201110210305.1	2011-07-26
37	发行人	发明	一种视频缩略图生成方法及装置	ZL201110209548.3	2011-07-26
38	发行人	发明	一种数据处理方法及装置	ZL201110210031.6	2011-07-26
39	发行人	发明	自适应窗体大小的PDF文档显示方法、系统及移动终端	ZL201110213589.X	2011-07-28
40	发行人	发明	一种将PDF格式文件转换为EPUB格式的方法及系统	ZL201110213555.0	2011-07-28
41	发行人	发明	视频录制装置及视频录制方法	ZL201110214680.3	2011-07-29
42	发行人	发明	一种色温调节方法及装置	ZL201110226885.3	2011-08-09
43	发行人	发明	一种音效变音方法及装置	ZL201110228483.7	2011-08-10
44	发行人	发明	数据恢复方法和系统	ZL201110244036.0	2011-08-24
45	发行人	发明	一种基于 Quartz Composer 的视频制作方法及装置	ZL201110247323.7	2011-08-26
46	发行人	发明	视频图像处理方法及装置	ZL201110269026.2	2011-09-13
47	发行人	发明	一种数据恢复方法及系统	ZL201110288543.4	2011-09-26
48	发行人	发明	一种文字输入框及其数据处理方法	ZL201110292305.0	2011-09-29
49	发行人	发明	电子邮件的恢复方法	ZL201110410952.7	2011-12-12
50	发行人	发明	一种彩色铅笔画的生成方法和系统	ZL201110301818.3	2011-09-27
51	发行人	发明	一种计算机油画的生成方法和系统	ZL201110299614.0	2011-09-29
52	发行人	发明	一种 HFS+文件系统数据恢复方法及装置	ZL201110293363.5	2011-09-29
53	发行人	发明	音频视频同步处理方法及装置	ZL201110384994.8	2011-11-28
54	发行人	发明	一种基于 Harris Corner 的视频稳像方法及系统	ZL201110297539.4	2011-09-29

序号	权利人	专利类型	专利名称	申请号或专利号	专利申请日
55	发行人	发明	一种快速图片预览系统和方法	ZL201110329316.1	2011-10-25
56	发行人	发明	一种云端数据恢复方法及系统	ZL201110293414.4	2011-09-29
57	发行人	发明	一种在 MAC 下创建树的方法及系统	ZL201110441179.0	2011-12-26
58	发行人	发明	一种去除画面抖动的方法及图像显示控件	ZL201110390441.3	2011-11-30
59	发行人	发明	一种预览数据的方法和相关装置	ZL201110386222.8	2011-11-29
60	发行人	发明	一种基于电子终端的图片处理方法和装置	ZL201110327748.9	2011-10-25
61	发行人	发明	一种基于电子终端的图片处理方法和装置	ZL201110329272.2	2011-10-25
62	发行人	发明	一种客户端软件运行的系统和方法	ZL201110386691.X	2011-11-29
63	发行人	发明	一种下载网页上视频的方法和装置	ZL201110456269.7	2011-12-30
64	发行人	发明	视频图像处理方法及系统	ZL201110428644.7	2011-12-20
65	发行人	发明	一种图像处理的方法和装置	ZL201110431485.6	2011-12-21
66	发行人	发明	一种在视频中实现火焰特效的方法和装置	ZL201110409364.1	2011-12-09
67	发行人	发明	一种对视频添加云特效的方法和系统	ZL201110435716.0	2011-12-22
68	发行人	发明	一种变换图像形状的方法及系统	ZL201110442633.4	2011-12-27
69	发行人	发明	一种软件安装包安装界面美化的方法和装置	ZL201110448042.8	2011-12-28
70	发行人	发明	一种移色处理方法及系统	ZL201110434543.0	2011-12-22
71	发行人	发明	一种移动终端的应用控制方法及装置	ZL201110405844.0	2011-12-08
72	发行人	发明	一种摄像头视频帧的精灵化方法和装置	ZL201110408545.2	2011-12-09
73	发行人	发明	一种窗口动画实现方法和装置	ZL201110447215.4	2011-12-28
74	发行人	发明	一种实现应用程序自动在线更新的方法及装置	ZL201110453635.3	2011-12-30
75	发行人	发明	一种绘制皮肤图片的方法及装置	ZL201110453606.7	2011-12-30
76	发行人	发明	访问 GAE 托管网站的方法及对应的控制装置和系统	ZL201110447214.X	2011-12-28
77	发行人	发明	混音处理方法、装置及智能	ZL201110434411.8	2011-12-22

序号	权利人	专利类型	专利名称	申请号或专利号	专利申请日
			设备		
78	发行人	发明	一种模拟音效的生成系统及方法	ZL201110451128.6	2011-12-29
79	发行人	发明	一种图像间颜色校正方法和装置	ZL201110454234.X	2011-12-30
80	发行人	发明	一种基于状态机的消息驱动方法和装置	ZL201110453245.6	2011-12-30
81	发行人	发明	一种数据恢复的方法及系统	ZL201210086494.0	2012-03-28
82	发行人	发明	一种 PDF 文档编辑器和 PDF 文档编辑方法	ZL201210163436.3	2012-05-24
83	发行人	发明	一种文本编码方式和文本编码装置	ZL201210263115.0	2012-07-27
84	发行人	发明	一种音视频编辑轨道的管理方法和装置	ZL201210309625.7	2012-08-28
85	发行人	发明	一种音视频编辑轨道的处理方法和装置	ZL201210309720.7	2012-08-28
86	发行人	发明	一种图像缩放方法及系统	ZL201210092148.3	2012-03-31
87	发行人	发明	一种输入信号选择的方法及装置	ZL201310041499.6	2013-02-01
88	发行人	实用新型	快速更换硬盘的装置	ZL201320090110.2	2013-02-27
89	发行人	外观设计	遥控器	ZL201230666413.5	2012-12-14
90	发行人	外观设计	智能终端	ZL201330017895.6	2013-01-10
91	发行人	外观设计	智能终端	ZL201330045027.9	2013-02-22
92	发行人	外观设计	智能终端	ZL201330045028.3	2013-02-22
93	发行人	外观设计	智能终端	ZL201330045029.8	2013-02-22
94	发行人	发明	一种智能终端的遥控方法、系统及触摸屏遥控器	ZL201210389981.4	2012-10-15
95	深圳斑点猫	外观设计	插座	ZL201630021415.7	2016-01-21
96	深圳斑点猫	外观设计	开关	ZL201630021416.1	2016-01-21
97	深圳斑点猫	外观设计	中控网关	ZL201630021417.6	2016-01-21
98	深圳斑	实用	插座	ZL201620059105.9	2016-01-21

序号	权利人	专利类型	专利名称	申请号或专利号	专利申请日
	点猫	新型			
99	深圳斑点猫	实用新型	开关	ZL201620061614.5	2016-01-21
100	深圳斑点猫	实用新型	网络连接器	ZL201620061728.X	2016-01-21
101	深圳斑点猫	实用新型	网关	ZL201620297113.7	2016-04-11
102	深圳斑点猫	外观设计	网络连接设备	ZL201630118410.6	2016-04-11
103	深圳斑点猫	外观设计	智能锁（Z-2）	ZL201630230014.2	2016-06-08
104	深圳斑点猫	外观设计	移动插座	ZL201630463979.6	2016-09-07
105	深圳斑点猫	外观设计	智能人体红外探测器	ZL201630463985.1	2016-09-07
106	深圳斑点猫	外观设计	智能门磁感应器	ZL201630463980.9	2016-09-07
107	深圳斑点猫	外观设计	智能可视门铃（IDB）	ZL201630464054.3	2016-09-07
108	深圳斑点猫	外观设计	智能客厅摄像机（IPC）	ZL201630464055.8	2016-09-07

4、域名

发行人拥有多个域名，其中主要的域名情况如下：

序号	域名	权利人	注册时间	到期时间
1	wondershare.com	万兴科技	2003年9月17日	2022年9月17日
2	wondershare.net	万兴科技	2006年10月10日	2022年10月10日
3	wondershare.cn	万兴科技	2003年9月18日	2022年9月18日
4	wondershare.jp	万兴科技	2007年3月27日	2022年3月31日
5	wondershare.de	万兴科技	2007年4月20日	2019年4月20日
6	wondershare.fr	万兴科技	2008年4月20日	2022年4月20日
7	wondershare.it	万兴科技	2008年4月20日	2021年5月21日

8	wondershare.es	万兴科技	2009年4月22日	2022年4月23日
9	wondershare.com.br	万兴科技	2009年12月4日	2019年12月4日
10	wondershare.com.mx	万兴科技	2011年6月10日	2022年6月10日
11	wondershare.com.tw	万兴科技	2009年4月22日	2023年4月22日
12	wondershare.com.hk	万兴科技	2009年4月22日	2022年4月24日
13	media.io	万兴科技	2010年11月24日	2022年8月23日
14	filmora.net	万兴科技	2014年9月2日	2022年9月2日
15	keepvid.com	万兴科技	2006年3月7日	2022年3月7日
16	iskysoft.com	万兴科技	2007年6月28日	2022年6月28日

注：根据互联网名称与数字地址分配机构等制定的规定，域名到期前续费即可延长使用期限。

域名 keepvid.com 的说明

keepvid.com 成立于 2006 年，系一家在线视频下载工具网站，利用其较高的网站访问量通过网站页面的广告位赚取广告费。根据美国权威网站排名机构 Alexa 统计，2016 年底 www.keepvid.com 在全球网站排名为 1,065 名，2016 年的月均访问量达千万次以上。

由于 keepvid.com 品牌知名度高、运营效益较好，网站访客与发行人部分产品潜在用户重叠性高，万兴科技决定购买 keepvid.com，目的是通过其为多媒体产品带来高质量的目标消费群体，增加公司产品销售收入，降低营销推广成本。在被发行人收购前，keepvid.com 由马来西亚籍人士 Cher Sheu Tee 拥有 100% 的所有权，与公司实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

（1）公司收购 keepvid.com 的过程

2016 年 5 月 18 日发行人与 Cher Sheu Tee 正式签署购买合同，双方经协商约定以 248 万美元的价格收购 keepvid.com 域名及其相关的运营账户（如 Facebook、YouTube 粉丝账户），定价依据为发行人依据对 keepvid.com 未来 3-4 年现金流状况的预估并经与 keepvid.com 所有人 Cher Sheu Tee 谈判确定，具有公允性。

本次收购通过全球知名的无形资产（如域名等）在线交易的中介平台 Escrow.com 进行交易监管。2016 年 8 月，发行人已通过 Escrow 平台支付了全部

的转让款。目前，keepvid.com 的域名、技术及其他社交账户的权属已全部转给发行人。

（2）收购后对发行人的影响效果

项目	keepvid 的流量 (万次)	产品销售收入 (万元)	广告收入 (万元)	收入总额 (万元)
2017 年 1-6 月	7,672.17	440.67	118.25	558.93
2016 年 7 月-12 月	7,043.62	230.00	48.71	278.71
合计	14,715.79	670.67	166.96	837.64

注：收购后，发行人从 2016 年 7 月起在 keepvid.com 网站上销售产品，2016 年 10 月开始有广告收入。

公司收购 keepvid.com 网站后，对 keepvid.com 网站进行单独运营，将发行人研发的 keepvid 品牌系列产品，在 keepvid.com 网站上进行销售，同时在网站页面上为第三方客户提供广告服务，通过精细化运营直接增加公司总收入。

收购 keepvid.com 并正式开展运营后，截至 2017 年 6 月末，keepvid.com 累计为发行人带来产品销售收入 670.67 万元及广告收入 166.96 万元。

（三）业务经营许可情况

中国对提供互联网信息服务的 ICP 实行许可证制度或备案制度。《互联网信息服务管理办法》（国务院令 292 号）第四条规定“国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。”

报告期内，发行人拥有开展经营互联网信息服务业务的《增值电信业务经营许可证》。截至目前，发行人及子公司开展经营的各项互联网信息服务业务所获得相关资质证书如下：

证书名称	业务种类	业务覆盖范围 (服务项目)	发证机关	有效期	证书持有人
增值电信业务经营许可证	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）	不含信息搜索查询服务、信息即时交互服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动。】	西藏自治区通信管理局	2017.06.20 至 2022.06.20	发行人

增值电信业务经营许可证	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）	不含信息搜索查询服务、信息即时交互服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动。】	广东省通信管理局	2017.08.02 至 2022.08.02	深圳斑点猫
-------------	------------------------------	---	----------	-------------------------------	-------

五、发行人技术与研发情况

（一）公司主要产品和服务的核心技术情况

发行人定位于从事消费类软件研发、销售，成立之初主要进行多媒体软件开发，并将业务领域逐步延伸至数字文档软件、系统工具软件、数据管理工具软件等领域，随着移动智能终端迅速发展，公司推出了跨端数据管理系列软件。公司目前拥有的各项核心技术均为业务发展过程中多年积累自主创新形成，具体如下：

1、多媒体类

核心技术名称	技术来源	技术形成过程	技术先进水平
万能转码技术	自主研发	公司 2006 年开始启动该技术研发，经过一年多完成了第一代万能转码框架，2009-2015 年期间完成 3.x、4.x、5.x 三次架构升级，形成了现有的万能转码技术。该技术具有并行转换、高性能编解码等技术优势。	支持超过 1,000 种格式的转换，还支持各种视频播放设备。
APEXTRANS™ 技术(无损)	自主研发	公司 2013 年初启动研发该技术，经过一年左右的实现和完善，该技术在视频转码领域属于首创。该技术具有并行转换、支持单路或多路流无损转换等技术优势。	超过常规转换 30 倍的速度。
非线性编视频编辑平台	自主研发	公司 2009 年开始启动研发该技术，2010 年 1.0 版本完成设计，突破传统的线性编辑模式而形成的非线性数字编辑平台，之后分 1.5 版本、2.0 版本、2.5 版本、3.0 版本、4.x 版本扩充功能。该技术具有非线编框架扩展性强，灵活性大，时间线轨道支持动态增加删减等技术优势。	同时支持 Windows、macOS、Android 和 iOS 4 个操作系统，对应于 Filmora 和 FilmoraGo 各操作系统的版本。
计算机视觉算法	自主研发	公司 2012 年启动该技术研发，先后完成全景拼接（panoramic stitching）、2D To 3D（2D To 3D conversion）、视频防抖（video stabilization）、人脸美颜（face beauty）、视	全景拼接、美颜等算法应用在移动产品里，2D to

		频增强（video enhancement）、运动跟踪（motion tracking）等算法工作，2016年开始布局深度学习在视频领域的研究，完成人脸检测、人脸识别、超分辨率、视频图像风格迁移及2D to 3D（2D To 3D conversion）在深度学习领域的研究工作并取得一定的进展。	3D、视频防抖、视频增强在视频编辑产品里得到应用，人脸识别技术目前的准确率达到98%。
跨端播放技术	自主研发	公司2013年开始启动研发该技术，2014年3月，发布1.0版本，2014年6月，发布2.0版本。该技术具有支持全平台、全格式、多设备播放等技术特点。	支持各种UPnP/DLNA和AirPlay设备，包括智能电视和机顶盒。

2、跨端数据管理类

核心技术名称	技术来源	技术形成过程	技术先进水平
FAT文件系统中被删除文件的恢复	自主研发	公司2009年启动研发该技术，2009年-2010年该技术初步研发完成，发布了2个大版本1.x, 2.x, 每个大版本中包含了数个迭代版本；多年来，技术持续升级，陆续推出了3.x, 4.x, 5.x系列产品。该技术具有文字图片识别能力强、恢复速度快等技术特点。	(1) 同时支持Windows、macOS、Android 3个操作系统，对应于Data Recovery各操作系统的版本。
exFAT分区格式化后文件恢复	自主研发	公司2010年开始启动研发该技术，2011年开发完成，此后相继发布了数个迭代版本。该技术具有按原目录文件名结构进行恢复、并支持误删分区、分区信息丢失或损坏等技术特点。	(2) 支持所有能被上述操作系统正常识别和使用的FAT/FAT32/exFAT格式的存储媒体介质的数据恢复，包括但不限于硬盘，U盘，SD卡等。
云端数据恢复实现	自主研发	公司2011年开始启动研发该技术，并于当年完成，2012年-2015年对该技术进行了持续迭代升级。该技术具有快速分析出删除数据进行恢复等技术特点。	(1) 支持Windows、macOS 2个操作系统，对应于Dr.Fone for iOS各操作系统的版本。
iOS系统数据恢复	自主研发	公司2011年开始启动研发该技术，开发了第一个版本，并在后续持续迭代升级，推出了1.x, 2.x等数个版本。相继推出了3.x, 4.x, 5.x, 6.x等数十个迭代版本。该技术引入了基于云端备份数据的数据恢复，通过本地备份和云端备份的数据恢复技术。	(2) 支持多种数据类型的恢复，包含相册中的图片和视频、应用程序的图片和视

利用 iOS DB 恢复数据	自主研发	公司 2013 年开始启动研发该技术，通过将近 20 个版本的迭代升级，形成目前的技术。该技术具有数据恢复速度快、智能化等技术特点。	频、短信、短信附件、通讯录、语音邮件、通话记录、Whatsapp 及附件、备忘录、日历、提醒、Safari 书签、语音备忘录等。
HFS+文件系统数据恢复	自主研发	公司 2010 年开始启动研发该技术，相继推出了数据恢复产品的 1.x, 2.x, 3.x, 4.x 版本。该技术采用了优化 HFS+卷的扫描算法和 HFS+文件头的头结点管理算法等技术，可以快速准确的找回用户丢失的数据。	（3）HFS+ 支持从 macOS 系统日志区提取删除数据信息。
JPG 文件恢复	自主研发	公司 2011 年开始启动研发该技术，推出了 1.x,2.x 系列产品。该技术具有智能识别图片、恢复程度高等技术特点。	特定重要文件类型的恢复，强化文件特征识别和修复技术，使得恢复成功后打开率大幅提升。
电子邮件的恢复	自主研发	公司 2011 年开始启动研发该技术，并在当年完成。该技术具有能智能搜索 PC 上的邮件客户端的数据存储目录、支持多种邮件客户端等技术特点。	

3、数字文档类

核心技术名称	技术来源	技术形成过程	技术先进水平
PDF 文档格式解析和其它格式生成技术	自主研发	公司研发该技术形成最早于 2009 年立项，5 个大版本开发形成目前的技术。该技术具有兼容性强、易编辑等技术优势。	支持 PDF 从 1.0-1.7 所有版本中的绝大部分特性，并支持生成到 Word、Excel、PPT、Image、TXT、ePub、HTML 等数十种格式。
PDF 文档阅读与编辑技术	自主研发	公司研发该技术从 2010 年立项，经过 6 个大版本开发，从整体架构到底层内核，先后优化重构了 3 个版本。该技术具有加载速度快、编辑功能强等技术优势。	可以使用户像编辑 Word 文件一样编辑 PDF，并且是世界上除 Adobe 之外唯一支持 Windows/Mac/iOS/Android 等全平台的软件厂商。
PDF 文档创建技术	自主研发	公司研发该技术从 2009 年立项，经过 3 个版本的优化形成目前的技术。该技术具有支持文档格式多、高保真的输出文档等技术优势。	在 Windows 平台上几乎支持所有的文档格式转换成 PDF，并且支持生成 PDF/A 格式，veraPDF 的测试通过率高达 90%以上，仅次于 Acrobat。
云端在线签名技术	自主研发	公司研发该技术从 2016 年立项，通过 3 个版本的开发与优化形成目前的技术。该技术具有文档加载速度快、安全稳定等等技术优势。	通过前端组件化技术确保一次开发，多平台运行，通过中间件技术保证用户签名过程信息的可追溯以及安全性。

4、面向行业及企业信息化的应用系统

核心技术名称	技术来源	技术形成过程
终端软件下载、安装和卸载的跟踪技术	自主研发	公司 2007 年下半年开始该项目立项，经过将近 1 年的研发与测试，于 2008 年陆续在公司内部分子产品网站上线进行跟踪验证。开发过程采用迭代开发模式，每月进行多个版本计划与发布，中间陆续加入开发人员、数据分析人员、市场销售人员等进行算法优化与调试，2010 年基本达到稳定版本，应用于公司的主要站点。
终端软件广告推广效果统计技术	自主研发	公司 2009 年开始该项目立项，自建接口及分析系统，实现推广效果全程跟踪与统计。经过近 1 年的研发，于 2010 年在公司各大网站上实施，实施之后继续优化工作，经过 4 个大版本的迭代开发，最后达成采用一套推广效果统计的方法来适应多样化的推广模式运营需要。
基于网站分析建模的网站数据分析技术	自主研发	公司 2012 年开始该项目立项，通过对业务的理解与分析，由专业的网站分析人员对每种子业务模式进行建模，开发人员进行数据存储等设计，完成了该系统再次改造，辅助网站营销人员决策。
大数据量记录下的查询	自主研发	公司 2013 年开始该项目立项，由具备数据挖掘算法及产品分析的人员组成的项目团队，进行研究开发，最终实现了基于数据仓库的数据统计系统。
智能化内容管理技术	自主研发	公司 2011 年开始该项目立项，网站策划与开发人员，通过引入模板分离技术，实现页面数据与模板结合高效生成页面，智能化程度的提升。从立项开始到完成各大主要网站实施上线共经历了 3 次大版本升级，从主系统开发、系统应用到智能化调优。

(二) 发行人研发费用

消费类软件市场的特点是用户众多，市场热点频出，产品更新换代较快，产品研发和创新决定着公司的发展前景。公司高度重视、鼓励创新活动，研发经费持续保持较高水平投入。报告期内，公司投入的研发费用占营业收入比重均在 20% 左右，以促进公司持续发展，增强公司核心竞争优势。报告期内，公司研发投入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
研发投入	4,123.55	7,513.76	5,591.82	4,919.27
营业收入	21,941.97	36,817.71	26,282.38	22,603.48
研发费用占营业收入比例	18.79%	20.41%	21.28%	21.76%

经过多年的发展，公司培养了一支人员稳定、技术实力较强的技术团队，截至 2017 年 6 月 30 日，公司拥有 325 人专门从事相应产品的研发工作，占公司

员工总数的 56.82%。截至目前，公司拥有 72 项计算机软件著作权和 108 项专利，在知识产权方面为公司的发展提供了强有力的保障。公司自主开发并在售的软件产品达百余款。

（三）核心技术人员及研发人员情况

截至 2017 年 6 月 30 日，公司拥有 325 人专门从事相应产品的研发工作，占公司员工总数的 56.82%。

1、核心技术人员和主要研发人员构成及技术专长

公司研发以总经理作为最高负责人，采用扁平化的管理方式，下设多媒体编辑事业部、多媒体管理工作室、数字文档事业部、跨端数据管理事业部分别负责多媒体类、数字文档类和跨端数据类产品的研发，核心技术人员和主要研发人员及各自擅长领域如下：

部门	姓名	工作岗位	技术专长描述	所取得的专业资质及重要科研成果
跨端数据管理事业部	刘秋伟	部门负责人		总体负责部门研发工作。
	凌曙光	主要研发人员	1、软件架构设计； 2、多线程软件开发技术； 3、Windows 界面编程技术； 4、COM 组件开发技术； 5、跨端软件交互技术。	开发了拍拍乐 2006 客户端、MobileGo 等。
	彭重阳	主要研发人员	1、文件系统； 2、数据恢复算法； 3、Android 平台数据管理技术； 4、iOS 平台数据管理技术。	开发了基于 sqlite 的数据恢复引擎、一种 HFS+ 文件系统数据恢复方法及装置、一种云端数据恢复方法及系统、一种数据恢复的方法及系统等。
数字文档事业部	朱常涛	部门负责人		总体负责部门工作。
	晏检平	主要研发人员	1、擅长较大规模软件的项目管理、软件设计； 2、熟悉 PDF、Office、EPUB 等文档规范及排版算法、字体相关技术； 3、熟悉跨平台 TCP/IP 通讯软件开发。	开发了一种 PDF 文本段落生成的方法、一种文档格式的转换方法及装置、一种文档转换中的表格处理方法及装置、PDF Converter、PDF Editor 等。
	李譔	主要研发人员	电子文档及多媒体应用技术，包括： 1、计算机图形处理及图形学算法；	开发了《一种识别文档中数据表格的方法及装置》、《一种文档格式的转换方法及装置》等。

			2、计算机图像处理； 3、文字及多媒体内容排版； 4、电子文档格式解析及内容提取。	
多媒体编辑事业部	吴炜	部门负责人		总体负责部门研发工作。
	熊磊	主要研发人员	1、视频编解码算法，多媒体架构； 2、软件架构师设计及优化； 3、视频编解码算法及优化； 4、图像处理、计算机视觉算法。	开发了多媒体转换、无损专业及音视频编解码底层 SDK、视频图像处理方法和装置、一种基于状态机的消息驱动方法和装置等。
	邓仕祥	主要研发人员	1、Java、C/C++、MFC 等语言，熟悉设计模式； 2、多媒体软件技术； 3、导航软件技术。	开发了 InterVideo Instant On、Cyberlink Youcam、PAPAGO、Navigation、PowerCam 等。
多媒体管理工作室	雍凯	部门负责人		总体负责部门工作。
	吴成敏	主要研发人员	1.软件架构设计； 2.视频源逆向分析； 3.window 界面开发技术； 4.多线程开发技术。	组织开发了 KeepVid Pro 下载底层 2.0，访问 GAE 托管网站的方法及对应的控制装置和系统、一种文字输入框及其数据处理方法、一种网络扣费处理方法及系统、一种软件安装包安装界面美化的方法和装置。
	杨宇飞	主要研发人员	1.Windows 界面编程开发； 2.软件架构设计； 3.项目管理。	重点开发了 Video Converter Ultimate6.0、TunesGo 3.0/5.0/6.0/8.0/9.0、Video Converter Ultimate 10.0 等。

2、最近两年核心技术人员变动情况

2015 年初，公司的核心技术人员主要有吴太兵、朱伟、陈江江、凌曙光、刘秋伟、朱常涛。2015 年 7 月，新增许伟航成为公司核心技术人员。目前，公司的核心技术人员主要有吴太兵、朱伟、陈江江、凌曙光、刘秋伟、朱常涛、许伟航。公司最近两年核心技术人员未发生不利变动。

吴太兵、朱伟、陈江江、凌曙光、刘秋伟、朱常涛、许伟航等 7 人的入职时间及与原工作单位竞业禁止协议签署情况如下：

姓名	入职时间	在发行人处工作年限（年）	是否与原工作单位签订过竞业禁止协议
吴太兵	2003年10月8日	14	——
朱伟	2008年5月4日	9	签订过，但离职时已解除
陈江江	2003年10月8日	14	无
凌曙光	2005年4月12日	12	无
刘秋伟	2008年3月4日	9	无
朱常涛	2009年2月3日	8	无
许伟航	2006年3月7日	11	无

吴太兵、朱伟、陈江江、凌曙光、刘秋伟、朱常涛、许伟航等7人与原单位之间不存在关于竞业禁止方面的纠纷或潜在纠纷。

近两年，公司核心技术人员保持稳定，公司重视人才的引进和培养，核心技术人员保持稳定为公司业务稳步发展提供良好的人才基础。

3、公司制定了较完善的人力资源系统

（1）实施股权激励使员工与企业共享企业发展的成果

在股权激励方面，公司的核心人员目前分别通过直接、间接方式持有公司股份，通过股权激励使员工与企业共享企业发展的成果，员工利益与公司发展紧密结合，激发员工工作热情和保持员工稳定。未来公司将积极探索其它的股权激励方式，并逐步建立能充分激发员工创新能力的激励机制。

（2）建立了人才引进、培养机制

根据人才培养战略以及人才梯队规划，通过新员工入职培训、通用素质培训、知识交流分享、业务研讨等形式提升员工岗位基本素质；公司不定期举行公开课、游学、读书分享、并时时提供优质的行业交流、高峰论坛、专家讲座、专题研讨等外部学习分享的机会，打造万兴人学习成长之路，关注人才可持续发展。

（3）具有竞争力的薪酬体系和良好的企业文化

公司针对核心人员实施不同的绩效激励制度，确保核心人员的年度薪酬处于市场领先水平；针对业绩突出的专业人才，实施不同奖励，包括：专项激励奖金、优秀个人奖金、个人专利奖、总裁特殊奖励等。

公司为每位员工提供施展才华的大舞台，举办丰富多彩的文化活动，包

括：员工俱乐部、员工协会、节日晚会、带薪假旅游、爬山、体感游戏、生日 Party 等等，以此丰富员工业余生活。

（四）技术保密措施

1、保持核心技术人员稳定，避免因人才流失造成技术秘密外泄

为完善公司技术创新的激励机制、提高科技人员的积极性和创造性、推动新产品的开发和技术改进、增强公司的技术创新能力和核心竞争力，根据国家有关政策和公司实际情况，公司先后制订了《员工薪酬管理办法》、《员工绩效考核管理实施细则》等制度，对作出突出贡献的技术人员进行重奖，以鼓励核心科技人员和科技团队的技术创新积极性，促进技术创新能力建设，提高公司技术创新能力，避免关键技术人才的流失和技术秘密的外泄。同时，公司与所有技术研发人员和管理人员均签订了保密协议和竞业禁止协议，以保障公司的合法权益。

2、制定了严密的技术保密制度

为了避免技术泄密恶性事件的发生，公司制定了《信息安全管理办法》、《信息安全事件管理细则》、《信息终端管理实施细则》、《研发代码安全管理实施细则》等信息安全相关的规章制度，而且还配置了一系列保密措施。保密措施包括：

（1）从知识产权方面保持公司的核心技术。公司的核心技术均已申请专利和软件著作权。

（2）规范研发过程及成果管理流程，建立严格的软件及研发代码管理体系，及时对各研发人员阶段性的技术总结、说明等总结存档，最大程度的以书面和电子文档形式保留技术人员的研究成果，保持公司技术和产品开发的延续性。

（3）采用加密存储：公司对研发、财务、人力资源等部门的核心信息资产进行加密存储，在非授权情况下，文档脱离公司网络无法正常打开；数据容灾存储：公司对重要研发信息资产存放采用高可靠容灾机制，在非自然灾害情况下，信息资产的完整性、有效性可以得到保障。

（4）终端安全准入：公司对网络设备接入进行安全管控，所有终端设备进行授权访问，非授权设备无法在公司网络中使用。

（5）SVN 研发代码集中管理：研发核心信息资产采用 SVN 进行统一集中管理，对研发人员访问权限进行严格控制。

（6）网络行为管控：公司对所有终端设备网络行为进行严格管控，对异常文件外发行为实现及时拦截，并建立信息安全审计机制；研发人员电脑及服务器没有外部 USB、蓝牙等接口，电脑及服务器机箱加锁并贴有封条，只允许指定的内部技术维护工程师开工检修。

（7）公司建立了《信息安全管理办法》、《研发代码安全管理实施细则》、《vmware vsphere 安全基线配置规范》、《无线网络安全基线配置规范》、《物理安全基线配置规范》、《应用程序安全基线配置规范》、《网络设备安全基线配置规范》、《数据库安全基线配置规范》及信息资源、账号与权限等一系列信息安全制度与流程，构建了完善、全面的信息安全管理体系。公司员工所有文档自动加密，严格控制外部网站访问及发送权限。定期组织信息安全专项审计。

（8）公司引进了先进、完善的研发系统（RDMS 系统），搭建了专门、封闭的研发环境。研发系统独立运行，无法与外部的互联网链接。公司的研发代码、技术文档专项存储，严格加密，只允许经授权的人员访问，并由系统日志全程记录访问人与时间，读取、拷贝、存储的信息等全部操作。

从成立至今，公司未发生因核心技术人员违约、泄密或其他原因而导致公司利益受到较大损失的情形。

六、公司未来发展规划和发展目标及采取的具体措施

（一）总体发展规划

万兴科技以“智慧家庭，幸福生活”为使命，秉承“产品精品、精益创业，持续提升客户满意度与忠诚度”的经营理念，致力于为全球消费者持续提供消费类软件精品与优质服务。万兴抓住云计算、云存储、物联网、移动互联网、下一代互联网、大数据等技术快速发展带来的新一轮产业升级、重塑的机遇，在做大做强既有消费类软件的同时，延展业务和市场范围，积极探索智能家居市场发展新机会，以物联网家居安全为切入点，开拓国内市场，努力成为一家持续创新、管理有序、快速发展、诚信稳健的以智慧家庭软硬件为主业的高科技企业。

（二）发展目标

公司未来三年的主要业务发展目标为：

1、海内外业务齐头并进的业务布局

加大对既有消费类软件业务的投入，结合移动智能设备激增、家电智能化以及多屏互动增强、云计算和大数据快速发展的趋势，在持续扩展现有产品功能、提升产品性能与质量，提高用户体验的同时，积极开展产品创新，努力打造跨端数据管理、多媒体、数字文档三大业务线跨端、完整、一体化的解决方案，扩大消费软件销售。另一方面抓住智能家居产业跨越式发展机遇，通过开创性的设计，开发适用于家庭安全为主、软硬结合的物联网家居安全生态圈。

2、全面实现从经营产品到经营用户转型，建立产品加服务的商业模式

公司认为软件销售正由传统的 License（注册码）销售模式向平台化、服务化、用户运营转型。为此，公司凭借在消费类软件领域的技术与产品优势，致力于打造用户运营与服务平台，加强与用户的互动和运营，通过对用户体验的反馈和用户行为分析提升产品体验和质量，快速迭代开发、交付高质量产品，迅速满足市场需求。通过提升 SaaS（软件即服务）销售模式的销售总量，从而降低用户使用公司消费类软件产品门槛，吸引更多的用户体验并长期使用公司产品，扩大市场占有率，促进公司销售收入持续增长。

3、推行渠道拓展和市场本土化策略，不断提升市场占有率

公司作为国内最大的消费类软件领域的企业之一，在全球化营销网络建设方面已经形成一套有万兴特色且成熟运作的“自主品牌+电子商务+网络营销”全球化市场营销体系。为了拓宽公司的收入来源，同时增强抵御依赖单一强势渠道的风险，公司将持续摸索、拓展新的营销渠道。未来，将逐步整合全网营销渠道，形成合力，最大化各营销渠道的收益。

在公司两大市场业务布局背景下，公司将以此为基础积极推行“深入建设发达国家市场，全面推进新兴市场”的全球化营销策略，把国内市场作为新兴市场之一重点发展，在具体措施方面继续夯实、整合全网营销渠道，加强本土化策略，加快营销团队的本地化建设，依托于公司不断推出的富有竞争力的创新性产品，进一步缩短与国际竞争对手的差距，同时在国内市场站稳脚跟，推动将公司建成市场覆盖更广、渠道发展更深、本土化特点明显、品牌影响力更强、市场占有率更高的国际一流智慧家庭软硬件服务商。

（三）实现发展目标采取的措施

为了实现以上业务目标，进一步增强公司的持续成长性、增进技术创新能力

和提升核心竞争优势，公司将结合募集资金项目的实施，未来三年主要采取的各项业务发展计划如下：

1、产品计划

（1）现有产品升级

为了顺应行业快速变化，适应行业移动化、服务化、网络化等发展趋势，跟上硬件设备、技术更新换代的步伐，践行公司用户运营、产品精品化策略，公司将利用海外本土化专业团队以及与客户互动反馈等方式，持续对既有消费类软件产品进行扩展、升级、改造与整合，从功能的扩展、性能的提升、向一体化解决方案延伸以及新技术的应用等多种维度持续打造精品。

（2）新产品开发

为了扩大市场，顺应智能化的发展潮流及垂直整合的行业发展趋势，公司希望充分发挥在消费类软件领域的技术优势，采取软硬件结合的方式，以智能家居为载体，进入国内市场，为国内家庭用户提供集物流网家居安全、生活、娱乐及后续增值服务的解决方案，为消费者创造更安全幸福、更便利高效的智慧家庭生活。

2、市场拓展计划

为了进一步扩张市场版图，保持销售可持续增长，公司将继续坚持并强化“自主品牌+电子商务+网络营销”市场营销体系。纵深巩固公司的全球营销网络：

（1）推动全网渠道体系建设和整合

网络营销的形态随着社交网络的崛起、移动设备的流行、网络视频观看的普及等呈多样化发展趋势。主要形式涵盖：搜索引擎优化、搜索引擎付费广告、展示广告、社会化媒体营销、下载站点营销和邮件营销等。因此除了继续强化公司具有优势的搜索引擎优化营销和搜索引擎付费广告外，公司仍需适应性的推动新型网络渠道建设和整合，突破展示广告和社会化媒体营销等，丰富营销手段，以增加公司的收入渠道，扩大公司的总体收益。

（2）全面采取市场本土化的策略

公司通过成立海外本土子公司、招聘海外本土专业人才等多种措施加强对海外主要市场的研究，充分利用当地专业的营销资源为客户提供更为本地化的网站

产品展示方案和网站内容，策划、实施符合当地文化和风俗的市场营销活动，让当地用户对公司网站和市场营销活动更有认同感、更易懂、更加信赖，有利于提高转化率，从而实现公司销售价值最大化，促使企业获得更大的收益。

3、新盈利模式计划

与产品运营创新相匹配，尤其是为了适应国内市场环境实现软件盈利，公司必须不断探索、挖掘新的盈利模式。在当下互联网和移动互联网盛行的背景下，只要牢牢把握住用户、以及与用户有关的大数据，就能足够细腻的感知用户和市场。公司将逐步改变依赖于软件产品使用授权销售方式盈利的模式，积极尝试软件订阅服务的盈利方式，未来当产品用户量尤其是物联网家居安全系列产品用户量越来越大的时候，公司盈利将呈多样化趋势。

4、人力资源管理计划

伴随公司业务拓展及保持业务持续、高速增长的需要，实施团队精英化建设，吸引和留住优秀的人才是公司未来的重要工作之一。人力资源管理计划包括：

（1）建立有效的招聘、录用、配置机制，侧重技术研发人才、营销人才和高层次的经营管理人才的引进。

（2）搭建学习型组织，建立系统的员工发展和培养机制。有效帮助员工规划职业生涯，引导他们将个人追求融入企业发展中，鼓励和吸引高绩效的员工长期在公司发展；通过内部分享、引进“外脑”等开展多样化的培训和能力开发项目，有效提升员工的能力、技能，持续推进人才精英化建设。

（3）建立健全“结果导向、绩效优先”的绩效、薪酬和激励体系，有效激发员工的创新性、主动性，同时以科学的评价、优胜劣汰的机制维持团队的合理流动性，实现团队精英化及人力资源的可持续发展。

（4）加强企业文化建设。企业文化是公司软实力的体现，以良好的企业文化打造的高凝聚力团队能有效抵御公司发展过程中的危机、挫折，保证公司的持续发展。

5、组织发展计划

信息技术与市场瞬息万变，公司的业务必将随之而变，随着策略的调整，相应地，公司必须适时的对整体组织架构、业务流程、运营方式等进行调整，以促

使业务可以快速、高效开展，实现公司管理专业化、一体化和高效化。

公司将坚持扁平化的组织管理模式，精简管理层级，提升管理效率。通过项目化管理方式保障公司战略及行动计划的落实，提高执行力。另外，公司将通过制度建设、企业文化建设和内部激励机制的建设，最大限度激活每一位员工的激情、潜力和执行力，从而提高组织的运作效率。

6、信息化建设计划

安全、高可用、高可靠的信息系统有利于保证业务的可持续性发展、提高管理和运营效率，还能确保公司各项管理制度的落实，方便全面监控和管理企业，实现企业管理和经营现状可视，动态了解企业的经营情况，为决策支持提供依据。

公司的信息化建设内容有：包含了产品管理、客户订单管理、客户资料管理、销售统计管理、访客管理等多个管理模块的核心业务系统，内容管理系统(CMS)，商业智能系统，海内外数通和 CDN（Content Delivery Network，即内容分发网络，目的是使用户可就近取得所需内容，解决 Internet 网络拥挤的状况，提高用户访问网站的响应速度及缩短软件下载时间）加速服务。

全球化信息中心节点部署保障业务运营及产品销售不因区域性互联网事故中断；信息安全防泄密 DLP（系统防止企业的指定数据或信息资产以违反安全策略规定的形式流出企业）；服务器虚拟化桌面虚拟化建设提高运行效率。

（四）募集资金对实现未来发展目标的作用

公司募集资金到位以后，将切实的、充分的保障公司主营业务纵深发展的资金投入，在提升公司把握市场趋势、提高技术水平、产品核心竞争力、市场占有率、市场版图和品牌影响力、人才队伍建设等多方面产生积极的作用。募集资金将有利于：

1、提升公司把握市场趋势的能力

公司计划利用募集资金加强对用户运营平台的建设和优化，加强商业智能的建设，帮助公司有效把握和快速响应市场的需求，提升公司市场地位。

2、提高公司的技术水平

公司计划利用募集资金充分保障对消费类软件的投入，加强对前沿技术及时的研究和应用，促进形成公司更为科学、可持续的用户导向、技术驱动的研发体

系。优秀的技术团队、专项的资金投入将有利于突破、掌握前瞻性的技术，提高公司的技术水平。

3、提升产品综合竞争力

募集资金投资项目实施以后，公司跨端数据管理类、多媒体类、数字文档类应用软件产品的核心技术将得到巩固和加强、应用功能模块将获得扩展、多平台兼容性将进一步提升和扩充，产品的综合竞争力将得到大幅提高。

4、扩张市场版图，提升市场占有率和公司的经营业绩

本公司规划的未来业务在足够的资金和人才投入的情况下，主营业务的核心产品将以更优的质量保持市场竞争优势，进一步得到加强和巩固的全球化网络营销平台将促进公司市场版图扩张，提高公司产品的市场占有率，扩大收入规模。

5、加强人才队伍建设

人才是保障公司未来目标实现的关键。本公司成为公众公司后，公司知名度将得到大幅提升，有利于公司招募到各类优秀人才。公司将利用本次募集资金加强人才队伍建设，为募集资金项目招聘、配置适岗的技术、营销、本土化高端等人才，为公司持续发展、未来目标的实现提供人力保障。

（五）拟定上述计划所依据的假设条件

1、本公司所处的宏观政治、经济、法律和社会环境处于正常发展状态，同时不存在对公司发展有重大影响的不可抗力事件发生；

2、本公司所处的行业及领域的市场处于正常发展状态，没有出现突发性的重大的市场变故；

3、国家对软件和信息技术服务行业发展的各项政策没有发生重大的不利的变化；

4、公司经营管理层和其他核心人员不发生重大变化；

5、本次公开发行取得成功，募集资金能顺利到位并投入使用；

6、无其他不可抗力因素造成的重大不利影响。

（六）实施上述计划可能面临的主要困难

1、发展资金瓶颈

为保证公司未来业务战略的顺利实施需要有充足的资金保障，尤其是为了更长远的未来开拓国内业务前期需要大量的投入和积累，而单纯依靠自身积累无法满足所有的资金缺口，在一定程度上制约了基础研发和应用研发的全面投入、全网营销渠道建设和市场深度拓展，进而影响未来发展目标的实现。

2、管理水平和治理结构

随着公司近几年快速发展、业务快速扩张，公司组织结构也越来越复杂，这些变化对公司的管理要求越来越高。虽然公司的管理层在经营和管理方面有着丰富的经验，但是，随着本次公司股票公开发行并上市，公司将置于监管层、股东、潜在股东、服务中介等各方监督之下，对于公司治理结构将提出更高的要求。

3、高端人才

公司所处的行业属于技术和知识密集型行业，需要大量的优秀技术人才。如果公司不能合理使用人才，不能持续引进、保留人才，公司经营规模的扩张和盈利能力的提升将有可能遇到瓶颈。

4、行业变化和市场洞察

公司所处的行业变化快速，尤其是近年来随着云计算、云存储、物联网、移动互联网、下一代互联网等技术的快速发展对软件行业的发展带来了巨大的影响。公司必须主动顺应行业和市场的变化，安排专门的团队时刻关注行业动态、洞察市场新趋势、发掘新机会，同时避免公司业务偏离行业发展趋势、有悖市场需求变化。

（七）实现上述发展计划拟采用的方法或途径

1、充分发挥募集资金的作用

如果本次公开发行股票募集资金成功，将为公司未来业务的发展提供充足的资金保障。公司将利用募集资金，并认真组织募投项目的实施，持续推动公司技术和产品的创新、营销渠道的深度拓展，促进公司在行业内影响力的提升。

2、加强技术人才和管理人才队伍建设

技术和管理人才在公司未来发展中起着举足轻重的作用，为此，公司将加强技术人才和管理人才队伍建设，通过逐步完善激励机制，积极培养、引进优秀人才特别是技术研发人员、市场营销人员和高级管理人员，壮大公司技术、营销和

管理队伍，优化人员结构，确保公司业务发展目标的实现。

3、进一步完善公司内部运营管理机制

公司将严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规对上市公司的要求规范运作，进一步完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级。

（八）公司关于未来发展规划的声明

本次成功发行并上市后，公司将根据法律、法规及中国证监会相关规范性文件的要求，通过定期报告公告上述发展规划的实施情况。

第七节 同业竞争和关联交易

一、发行人独立运行情况

公司自改制以来严格按照《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，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与控股股东及其控制的其他企业完全分开，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整情况

公司经营性资产独立完整、权属清晰，不存在依赖股东的资产进行生产经营的情况。公司的控股股东及其控制的其他企业不存在占用本公司资产的情况。

（二）人员独立情况

公司设有独立的人力资源部门，员工均经过规范的人事招聘程序录用并签订劳动合同。股东推荐的董事人选均按照《公司章程》规定的程序当选，总经理和其他高级管理人员均由董事会聘任。总经理、财务总监、研发总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，不存在在控股股东及其控制的其他企业兼任除董事、监事以外的其他职务或领薪的情况。公司财务人员不存在在控股股东及其控制的其他企业兼职的情况。

（三）财务独立情况

公司设置了独立的财务部门，根据现行会计准则及相关法规并结合公司实际情况制订了财务管理制度等内部控制制度，建立了独立、完整的财务核算体系，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度，能够独立作出财务决策。公司在经中国银行业监督管理委员会批准设立的金融机构独立开设账户，不存在与控股股东及其控制的其他企业共用账户的情况，不存在控股股东任意干预公司资金运用及占用公司资金的情况。公司作为独立的纳税人进行纳税申报并履行纳税义务。

（四）机构独立情况

公司建立了健全的法人治理结构，设置了股东大会、董事会、监事会等决策

及监督机构，同时建立了独立完整的内部组织机构，各机构按照相关规定在各自职责范围内独立决策、规范运作。公司独立行使经营管理职权，与控股股东及其控制的其他企业完全分开，不存在合署办公、机构混同的情况。

（五）业务独立情况

公司主要从事消费类软件研发、销售业务，拥有独立完整的消费类软件研发、销售等业务系统。公司与股东单位和其他关联方之间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。公司控股股东已承诺未来不经营与公司可能发生同业竞争的业务。

经核查，保荐机构认为，公司已达到发行监管对公司独立性的基本要求，上述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争情况

（一）本公司不存在同业竞争情况

1、本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争

根据本招股说明书“第五节 发行人基本情况”的“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东情况”中的“（二）控股股东和实际控制人控制的其他企业”的相关内容，本公司控股股东、实际控制人控制的亿兴投资、家兴投资均是以股权激励为目的而设立的持股型企业，未从事具体的生产经营活动，与本公司不存在同业竞争。

因此，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业均不存在与本公司进行同业竞争的情况。

2、本公司与其他法人股东不存在同业竞争

本公司股东华睿投资、和谐成长主要从事对外投资业务，股东亿兴投资、家兴投资主要为公司高管及业务骨干持股企业，未从事实际生产经营业务，其他法人股东与本公司主营业务不同，不存在同业竞争。

（二）拟投资项目的同业竞争情况

本次募集资金投资项目均为本公司目前主营业务的扩张或延伸，而本公司实际控制人控制的企业均不从事与本公司拟投资项目相同或相近的业务。因此，本公司拟投资项目与实际控制人控制的企业不存在潜在的同业竞争关系。

（三）本公司控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为保障本公司及本公司其他股东的合法权益，避免同业竞争事项，本公司控股股东、实际控制人吴太兵出具《关于避免同业竞争的承诺书》，承诺如下：

为避免对万兴科技的生产经营构成新的（或可能的）、直接（或间接）的业务竞争，承诺人承诺，在承诺人作为万兴科技控股股东、实际控制人期间：

1、承诺人将不会投资于任何与万兴科技的产品生产或业务经营构成竞争或可能构成竞争的企业；

2、承诺人保证将促使承诺人及其附属企业不直接或间接从事、参与或进行与万兴科技的产品生产或业务经营相竞争的任何活动；

3、如万兴科技此后进一步拓展产品或业务范围，承诺人及其附属企业将不与万兴科技拓展后的产品或业务相竞争，如承诺人或其附属企业与万兴科技拓展后的产品或业务构成或可能构成竞争，则承诺人将亲自或促成附属企业采取措施，以按照最大限度符合万兴科技利益的方式退出该等竞争，包括但不限于：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成或可能构成竞争的业务；（3）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（4）将相竞争的业务纳入到万兴科技来经营。

4、承诺人确认并向万兴科技声明，将促使附属企业履行本承诺函所述的有关义务。

三、关联方和关联关系

（一）报告期内现有的关联关系

关联方	关联关系
1、控股股东及实际控制人	
吴太兵	公司实际控制人、控股股东、董事长、总经理

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

亿兴投资	公司股东，持有公司 20.64%股份，吴太兵持有其 52.24%股份
华睿投资	公司股东，持有公司 14.51%股份
和谐成长	公司股东，持有公司 14.29%股份
张愚	公司股东，持有公司 14.00%股份

3、控股股东及实际控制人控制或投资的其他企业

家兴投资	公司股东，吴太兵持有其 53.20%股份
------	----------------------

4、公司控股子公司及参股公司

日本万兴	公司全资子公司
香港万兴	公司全资子公司
万博科技	香港万兴的全资子公司
加拿大万兴	香港万兴的全资子公司
兴家科技	公司全资子公司
深圳斑点猫	公司控股子公司，持有其 59.70%股份
控龙智能	公司参股公司，持有其 7.00%股份
浙江亚合大	公司参股公司，持有其 9.40%股份

5、公司董事、监事、高级管理人员

朱伟	董事、研发总监
廖越平	董事
朱建寰	董事
王志荣	董事
孙淳	董事、董事会秘书、财务总监
邓爱国	独立董事
黄反之	独立董事
陈琦胜	独立董事
陈江江	监事会主席、部门总监
凌曙光	监事、软件开发工程师
刘莉莉	监事、人力资源经理

6、公司董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上的自然人股东关系密切家庭成员

吴小兵	行政专员，实际控制人吴太兵之兄弟
秦妮	总经理助理，公司 5%以上股东张愚之妻

7、持股 5%以上股东控制或参股的企业

乾汇	华睿投资及其旗下企业累计持有其 24.03%股份
----	--------------------------

深圳市镜玩科技有限公司	张愚持有 86.50%股权，为企业实际控制人
8、报告期内存在其他关联关系的关联方	
万物互联	深圳斑点猫的股东，公司股东家兴投资曾为其执行事务合伙人
浙江华睿控股有限公司	公司股东华睿投资的股东，公司董事廖越平在其担任监事、副总经理
浙江富华睿银投资管理有限公司	公司董事廖越平在其担任副总经理
科菲亚重型装备有限公司	公司董事廖越平在其担任董事
浙江宇天科技股份有限公司	
江苏美时医疗技术有限公司	
北京欧泰克能源环保工程技术股份有限公司	
杭州新泰化工机械有限公司	
爱奇创业投资管理（深圳）有限公司	公司董事朱建寰在其担任管理合伙人
AfterShip Limited	公司董事朱建寰在其担任董事
Aurora Mobile Limited	
DBFen	
Y Academy,INC	
深圳鱼羊美厨网络科技有限公司	
ARIST HOME HOLDING LIMITED	
SILVRR TECHNOLOGY CO., LTD	
上海钛米机器人科技有限公司	
上海有个机器人有限公司	
北京岩心科技有限公司	
深圳市软件行业协会	公司独立董事邓爱国在其担任执行会长
世纪恒通科技股份有限公司	公司独立董事邓爱国在其担任独立董事
深圳市恒顺达知识产权代理有限公司	公司独立董事邓爱国在其担任执行董事
深圳市分享成长投资管理有限公司	公司独立董事黄反之在其担任管理合伙人
深圳昊天龙邦复合材料有限公司	公司独立董事黄反之在其担任董事
昆山韦睿医疗科技有限公司	
杭州心有灵犀互联网金融股份有限公司	
上海海优威新材料股份有限公司	
深圳市柠檬网联科技股份有限公司	
南京贝登医疗股份有限公司	
上海亨学网络科技有限公司	

上海长森药业有限公司	
上海影随网络科技有限公司	
健医信息科技（上海）股份有限公司	
深圳市佳广投资有限公司	
艾托金生物医药（苏州）有限公司	
杭州科畅科技咨询有限公司	
北京力泰克科技有限公司	
上海张强医疗科技股份有限公司	
北京唯迈医疗设备有限公司	
杭州百凌生物科技有限公司	
深圳市同益实业股份有限公司	公司独立董事黄反之在其担任独立董事
北京开鲜生菜农业有限公司	公司独立董事黄反之在其担任监事
深圳市琦晟咨询有限责任公司	公司独立董事陈琦胜在其担任执行董事、总经理
深圳海云安网络安全技术有限公司	公司独立董事陈琦胜在其担任监事

（二）报告期内曾经存在的关联关系

曾经的关联方	关联关系	现状
张小飞	前独立董事	卸任
傅宇权	本公司股东，曾为公司董事	卸任
高翔	曾为公司董事	卸任
康伟	曾为公司董事	卸任
王荣俊	前独立董事	卸任
德国万兴有限	实际控制人吴太兵曾持有 60%的股权	已注销
德国万兴合伙	实际控制人吴太兵曾持有 60%的股权	已注销
珠海万兴	曾为本公司子公司	已注销
美国万兴		
广州万德		
北京万兴		
杭州万兴		

四、关联交易

公司具有独立、完整的产供销体系，对控股股东及其他关联方不存在依赖关系，报告期内，在以下方面与关联方存在关联交易。

（一）关联交易简要汇总表

期间	关联方	关联交易类别	交易内容/金额
2017年 1-6月	浙江亚合大	采购商品	179.25 万元
	浙江亚合大	关联往来款	108.53 万元
2016年	浙江亚合大	采购商品	84.51 万元
	浙江亚合大	关联往来款	44.54 万元
	吴太兵	担保	为公司的银行授信提供担保
2015年	乾汇	接受劳务	7.09 万元
	万物互联	股权转让	60.00 万元
	吴太兵	担保	为公司的银行授信提供担保
2014年	乾汇	接受劳务	10.13 万元
	乾汇	关联往来款	54.91 万元
	控龙智能	接受劳务	3.77 万元
	吴太兵	担保	为公司的银行授信提供担保

注 1：公司对乾汇的关联往来款为公司通过乾汇结算销售商品的未结算款和循环保证金；

注 2：2015 年 10 月 29 日，公司实际控制人吴太兵为公司与中信银行签订授信合同提供担保。

注 3：2016 年 4 月 21 日，公司实际控制人吴太兵为公司与招商银行签订授信合同提供担保。

注 4：2016 年 12 月，深圳斑点猫向浙江亚合大购买智能指纹锁期末应付款为 61.04 万元，向其预付门锁开发设计及模具加工款 16.50 万元；2017 年 6 月，深圳斑点猫向浙江亚合大购买智能指纹锁期末应付款余额为 120.83 万元，向其预付门锁开发设计及模具加工款余额 12.30 万元。上述关联往来款余额以净额列示。

（二）经常性关联交易

1、与乾汇的关联交易

乾汇为第三方支付平台，终端客户在公司网站上购买软件产品后通过乾汇进行支付，公司按销售金额向乾汇支付手续费，并按照交易额向乾汇支付相应循环保证金。报告期内，公司于2014年6月至2015年3月与乾汇发生了关联交易，公司

因上述支付服务向乾汇支付平台手续费及来自乾汇的代收款金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
支付乾汇的平台手续费	7.09	10.13
发行人营业成本	527.91	379.81
支付乾汇平台手续费占发行人营业成本比重	1.34%	2.67%
乾汇营业收入	404.75	677.73
支付乾汇平台手续费占乾汇营业收入比重	1.75%	1.49%
来自乾汇的代收款收入	226.90	326.43
发行人营业收入	26,282.38	22,603.48
来自乾汇代收款收入占发行人营业收入比重	0.86%	1.44%

（1）与乾汇的关联交易内容及必要性

①与乾汇发生关联交易的背景

乾汇成立于2012年7月，注册资本为8,972万元，是一家跨境电子支付解决方案提供商，为国内外跨境业务商户提供收单服务，为境外买家提供方便快捷的支付通道，从事全球信用卡收款、海外本地收款、跨境电商收款、外贸收款、外汇兑换等业务，截至2014年，乾汇拥有全球50多个国家200多种本地化支付工具收单服务，是国内拥有全球本地化支付网关较多的支付服务提供商。乾汇系公司股东华睿投资及华睿旗下关联公司投资的企业，其合计持股比例为24.03%，此外，华睿投资的股东杭州嘉银投资有限公司亦持有乾汇10.04%的股权，其股东结构明细如下：

股东	股东类型	持股比例	出资方式
上海凯西亚投资管理有限公司	法人	39.97%	货币
上海炬乾信息科技有限公司	法人	20.66%	货币
浙江华睿富华创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙	17.21%	货币
杭州嘉银投资有限公司	法人	10.04%	货币
浙江华睿盛银创业投资有限公司	法人	4.10%	货币
浙江华睿控股有限公司	法人	2.72%	货币
浙江富润股份有限公司	法人	2.41%	货币

浙江丰厚投资管理有限公司	法人	1.93%	货币
孔小仙	自然人	0.96%	货币
合计	-	100%	-

②与乾汇的合作及关联交易的内容

乾汇为第三方平台，终端客户在公司网站上购买软件产品后通过乾汇进行支付，公司按销售金额的一定比例向乾汇支付手续费，并按照交易额向乾汇支付相应循环保证金。发行人于2014年6月开始与乾汇合作，系出于增加平台多样性选择，减少对单个平台依赖，降低收款风险的策略而进行合作。发行人于2014年、2015年接受乾汇代收服务，支付服务金额分别为10.13万元、7.09万元。

（2）发行人与乾汇的关联交易价格确定原则及其公允性

发行人与乾汇关联交易的价格系按照市场化原则，参考同期市场价格确定。公司实际向乾汇支付手续费率为3.00%，同期向非关联方PayPal支付手续费标准为订单金额的2.60%以及每笔订单加收0.30美元，2015年公司与第三方平台Alipay签订的代收服务手续费率亦为3.10%。乾汇除与发行人签订代收服务协议，也为其他客户如北京四月星空网络技术有限公司、南京点尚信息技术有限公司、合肥唐创信息科技有限公司、中国计量科学研究院等提供平台代收服务，手续费率为2.80%-3.50%。

（3）与乾汇关联交易的当期影响及其持续性

2014年和2015年，发行人支付给乾汇的平台手续费分别为10.13万元、7.09万元，占发行人当期营业成本的比重分别为2.67%、1.34%；2014年和2015年来自乾汇平台的代收服务收入分别为326.43万元、226.90万元，占发行人当期营业收入比重分别为1.44%、0.86%，影响金额较小。2015年3月，鉴于乾汇收取保证金以及不能提供多币种结算服务，使用成本和质量不及新引进的Worldpay、Alipay等第三方平台，发行人终止了与乾汇的合作。

2、与控龙智能的关联交易

（1）控龙智能的基本情况

控龙智能成立于2014年2月8日，注册资本21.5054万元，由居住于上海

的数名智能家居专业人士于 2014 年共同发起设立，其主要业务为搭建并运营智能家居产品众筹与销售平台（控哪儿 <http://www.kongnar.com/>），并提供智能家居市场推广与咨询服务。周成虎为控龙智能控股股东和实际控制人。2014 年发行人出资 50 万元以增资方式认购控龙智能的股份 1.5054 万股，占增资后股本总额的 7.00%。发行人为了了解智能家居企业发展信息，建立与智能家居企业合作关系，助力于公司智能家居业务发展，对控龙智能进行战略参股投资。

（2）与控龙智能关联交易的内容必要性

2014 年 6 月，控龙智能向发行人子公司深圳斑点猫提供展会咨询服务，收取服务费用 3.77 万元。由于发行人子公司深圳斑点猫开始涉入智能家居领域产品，需要充分的渠道获得智能家居行业内相关技术、产品等发展信息，并建立与智能家居企业合作关系以建立营销渠道，因而选择向控龙智能采购展会咨询服务。此次服务内容系控龙智能举办的 2014 年智能家居创新创业大赛，深圳斑点猫作为黄金赞助商参加，符合发行人向智能家居产业布局的市场策略。

（3）与控龙智能的关联交易价格确定及其公允性

与控龙智能关联采购交易的价格系通过双方共同协商确定，根据服务合同条款深圳斑点猫在其获得的赞助商级别体系下获得相应的服务，与其他赞助商无差异。

（4）与控龙智能关联交易的当期影响及其持续性

根据服务合同书约定，公司向控龙智能采购会展服务总金额为 3.77 万元，该笔关联交易金额占当期发行人营业成本及控龙智能营业收入比重较小，对公司业绩影响较小。此次采购系一次性服务，不具有持续性。

3、与浙江亚合大的关联交易

发行人与浙江亚合大的关联交易，主要为子公司深圳斑点猫向浙江亚合大购买智能指纹锁和智能门锁开发设计及模具加工服务。报告期内，发行人与浙江亚合大关联交易占发行人营业成本及浙江亚合大营业收入比重情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度
----	--------------	---------

向浙江亚合大采购额	179.25	84.51
发行人营业成本	809.39	937.38
采购额占发行人营业成本比重	22.15%	9.02%
浙江亚合大营业收入	2,864.08	3,248.23
采购额占浙江亚合大营业收入比重	6.26%	2.60%

（1）浙江亚合大的基本情况

浙江亚合大成立于 2012 年 8 月 14 日，注册资本 1,071 万元，是一家以研发、设计、生产、销售智能锁具的制造企业，专注于智能家居的智能安防业务。林飞和为浙江亚合大控股股东和实际控制人。2016 年发行人出资 1,000 万元以增资方式认购浙江亚合大的股份 126.00 万股，占当期增资后股本总额的 10.00%。发行人以智能锁作为智能家居的切入点，需与具有良好技术与生产实力以及完善的国内营销体系公司进行战略合作，加快公司智能家居业务发展。因此发行人对浙江亚合大进行战略参股投资。

（2）与浙江亚合大关联交易的必要性

浙江亚合大主要从事智能锁具的研发、设计、生产、销售，在智能指纹锁领域具备多年的技术积累，其生产的智能锁产品在市场上具备较高的知名度。发行人以智能锁作为智能家居的切入点，需与具有良好技术与生产实力，以及完善的国内营销体系公司进行战略合作，加快公司智能家居业务发展。

（3）与浙江亚合大的关联交易价格确定及其公允性

发行人与浙江亚合大关联采购交易的定价采用成本加成的方式，即浙江亚合大采购原材料当期市价和加工组装费用再加上合理的利润确定。报告期浙江亚合大向深圳斑点猫销售智能锁的平均毛利率为 19.35%。浙江亚合大为其他非关联方提供智能锁定制或加工服务的定价依据与发行人一致，主要采用原材料成本加成的方式，非关联方的销售毛利率为 20%左右。因此，深圳斑点猫与浙江亚合大之间的关联交易价格公允。

（4）与浙江亚合大关联交易的当期影响及其持续性

2016 年，深圳斑点猫向浙江亚合大购买智能指纹锁的金额为 84.51 万元。2017 年 1-6 月，深圳斑点猫向浙江亚合大采购智能指纹锁、智能门锁开发设计及模具加工服务的金额为 179.25 万元。与浙江亚合大关联交易的金额较小，对发

行人当期成本影响较小。由于深圳斑点猫与浙江亚合大业务具有关联性，未来可能会持续存在关联交易。

4、与万物互联的关联交易

2015年3月发行人子公司深圳斑点猫进行股权激励，发行人将持有的斑点猫40%股权转让给万物互联，转让价格为60万元，转让的定价依据为深圳斑点猫截至2014年12月31日的净资产。股权转让发生时，万物互联执行合伙人为家兴投资，家兴投资为发行人控股股东、实际控制人吴太兵担任执行事务合伙人并控制的企业，故发行人将深圳斑点猫股权转让给万物互联构成关联交易。

（1）万物互联的基本情况

万物互联主要为实施员工股权激励而成立的合伙企业，执行合伙人为刘朝晖，截至本招股说明书签署之日，万物互联的股权结构如下：

序号	股东名称	合伙性质	出资额（万元）	出资比例	目前在深圳斑点猫任职
1	刘朝晖	普通合伙人	29.60	28.85%	董事、部门总监
2	张铮	有限合伙人	12.00	11.70%	董事、总经理
3	林倩晖	有限合伙人	13.00	12.67%	部门副总监
4	唐芳鑫	有限合伙人	6.00	5.85%	部门经理
5	梁英智	有限合伙人	5.00	4.87%	部门总监
6	甘岱杉	有限合伙人	5.00	4.87%	部门副总监
7	刘金德	有限合伙人	3.00	2.92%	开发工程师
8	苏雯	有限合伙人	3.00	2.92%	人力资源部经理
9	胡夷琛	有限合伙人	3.00	2.92%	部门总监
10	张伟	有限合伙人	3.00	2.92%	开发工程师
11	曹磊	有限合伙人	3.00	2.92%	部门总监助理
12	王涛伟	有限合伙人	3.00	2.92%	开发工程师
13	周晓晖	有限合伙人	2.50	2.44%	开发工程师
14	郭利	有限合伙人	2.00	1.95%	项目经理
15	罗铭	有限合伙人	2.00	1.95%	部门经理
16	郭勇	有限合伙人	2.00	1.95%	开发工程师
17	石则景	有限合伙人	2.00	1.95%	开发工程师
18	欧阳利军	有限合伙人	2.00	1.95%	部门总监助理
19	廖雄波	有限合伙人	1.50	1.46%	开发工程师

合计		102.60	100%	
----	--	--------	------	--

（2）与万物互联关联交易的必要性

深圳斑点猫主要从事智能家居相关软件产品的研发和销售业务，系发行人为布局智能家居业务而设立的子公司。万物互联主要为实施员工股权激励而成立的合伙企业。2015年3月深圳斑点猫进行股权激励，发行人将持有的深圳斑点猫40%股权转让给万物互联。

（3）与万物互联的关联交易价格确定及其公允性

与万物互联的关联交易转让的定价依据为深圳斑点猫截至2014年12月31日的净资产，定价公允。

2017年8月10日，家兴投资已将其所持全部万物互联的股权转让给无关联自然人刘朝晖，并由刘朝晖担任万物互联执行事务合伙人，万物互联已不属于发行人控股股东、实际控制人控制的企业。

（三）偶发性关联交易

报告期内，发行人不存在偶发性关联交易。

（四）关联交易的决策程序

上述关联交易均已履行公司章程规定的相关决策程序，具体如下：

1、关于与乾汇关联交易的决策程序

发行人的股东华睿投资及华睿旗下的关联公司持有乾汇的股权。按照《万兴科技股份有限公司章程》和《万兴科技股份有限公司关联交易管理制度》规定，应当由总经理向董事会提交议案，经董事会批准后生效。总经理向2014年2月21日举行的第一届董事会第六次会议提交了《关于公司2014年度关联交易预算的议案》，会议通过该项关联交易，该项交易已履行公司章程和关联方交易管理制度规定的决策程序。

2、关于与控龙智能关联交易的决策程序

2014年6月，发行人按照采购管理制度向控龙智能采购会展服务，签订服务合同书。依据《万兴科技股份有限公司章程》和《万兴科技股份有限公司关联交易管理制度》，与控龙智能的关联交易金额较小，由公司总经理在授权范围内

审批。该交易已履行公司章程、关联方交易管理制度和公司采购管理制度规定的决策程序。

3、关于与浙江亚合大关联交易的决策程序

深圳斑点猫向浙江亚合大采购智能指纹锁及委托设计开发智能门锁模具，依据《万兴科技股份有限公司章程》和《万兴科技股份有限公司关联交易管理制度》，每次与浙江亚合大的关联交易金额较小，由公司总经理在授权范围内审批。年度股东会议进行汇总决议，并对下一年关联交易金额进行预测及决策，该交易已履行公司章程、关联方交易管理制度和公司采购管理制度规定的决策程序。

4、关于与万物互联关联交易的决策程序

2014年11月14日，经发行人2014年第三次临时股东大会决议通过，将持有的深圳斑点猫40%的股权转让给万物互联。该项关联交易已履行公司章程和关联方交易管理制度规定的决策程序。

（五）关联方往来款情况

2014年末，公司与乾汇未结算代收款金额为54.91万元，上述款项已于2015年全部收回；2016年，发行人子公司深圳斑点猫向浙江亚合大购买智能指纹锁期末应付款为61.04万元，向其预付智能门锁开发设计及模具加工设计费用16.50万元，关联往来款余额以净额44.54万元列示；2017年1-6月与浙江亚合大往来余额为108.53万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	关联方名称	2017年1-6月	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
应付账款	浙江亚合大	108.53	44.54	-	-
应收账款	乾汇	-	-	-	54.91

（六）关联方为本公司提供担保

2013年3月7日，公司实际控制人吴太兵与中国银行股份有限公司深圳宝安支行签订了编号为2013圳中银宝保协字第0000255号的《最高额保证合同》。

根据该合同，吴太兵为万兴科技与中国银行股份有限公司深圳宝安支行签订循环额度为 2,500 万元的《授信额度协议》及该额度项下的债务提供连带责任担保，担保期限为 2013 年 3 月 7 日至 2014 年 3 月 7 日。

2013 年 7 月 30 日，公司实际控制人吴太兵与招商银行股份有限公司深圳金色家园支行签署了编号为 2013 年小上字第 0013850010 号的《最高额不可撤销担保书》。根据该担保书，吴太兵为万兴科技与招商银行股份有限公司深圳金色家园支行签订循环额度为 3,000 万元的《授信协议》及该额度项下的债务提供连带责任担保，担保期限为 2013 年 7 月 31 日至 2014 年 7 月 30 日。

2013 年 8 月 23 日，公司实际控制人吴太兵向招商银行股份有限公司深圳金色家园支行出具了编号为 2013 年上字第 1213851010 号的《不可撤销担保书》。根据该担保书，吴太兵为万兴科技与招商银行股份有限公司深圳金色家园支行签订《固定资产借款合同》项下的房屋按揭贷款 6,256 万元提供连带责任担保，担保期限为 2013 年 8 月 23 日至相关抵押物办妥房产证及以该银行为抵押权人的正式抵押登记，且房产证和对应他项权证交由该银行日止。²⁷

2014 年 5 月 8 日，公司实际控制人吴太兵与上海浦东发展银行股份有限公司深圳分行签订了编号为 ZB7910201400000014 的《最高额保证合同》。根据该合同，吴太兵为万兴科技与上海浦东发展银行股份有限公司深圳分行签订循环额度为 1,500 万元的《融资额度协议》及该额度项下的债务提供连带责任担保，担保期限为 2014 年 5 月 5 日至 2015 年 5 月 4 日。

2014 年 12 月 17 日，公司实际控制人吴太兵与招商银行股份有限公司深圳金色家园支行签订了编号为 2014 年上字第 0014851087 号《最高额不可撤销担保书》。根据该合同，吴太兵为万兴科技与招商银行股份有限公司深圳金色家园支行签订循环额度为 5,000 万元的《授信协议》及该项下的所有债务承担连带保证责任，担保期限为 2015 年 1 月 13 日至 2016 年 1 月 12 日。

2015 年 10 月 29 日，公司实际控制人吴太兵与中信银行股份有限公司深圳分行签订了编号为（2015）深银高新保字第 0008 号《最高额保证合同》。根据该合同，吴太兵为万兴科技与中信银行股份有限公司深圳分行签订循环额度为

²⁷ 2015 年 7 月 20 日，该《固定资产借款合同》项下所有借款发行人已清偿完毕。

3,000 万元的《授信协议》及该项下的所有债务承担连带保证责任，担保期限为 2015 年 10 月 29 日至 2016 年 9 月 15 日。

2016 年 4 月 21 日，吴太兵向招商银行深圳金色家园支行出具了“2016 年公三字第 0016330095 号”《最高额不可撤销担保书》，约定吴太兵为发行人在授信期间内 5,000 万元的授信额度下欠招商银行深圳金色家园支行的债务承担不可撤销连带保证责任，担保期限为 2016 年 5 月 11 日至 2017 年 5 月 10 日。

（七）报告期内关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

发行人在报告期内存在与控龙智能、浙江亚合大之间的关联采购业务，与乾汇之间的关联销售业务以及与万物互联的关联交易。上述关联销售、采购价格均依照市场化价格原则，股权转让价格按照双方协商和实际情况确定，定价公允，上述关联方不存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形。

报告期内，本公司关联交易未对公司财务状况和经营成果产生较大影响。

五、报告期内关联交易执行情况及独立董事的意见

报告期内，公司规范运作，法人治理结构日渐完善，关联交易履行相关程序。公司独立董事对公司报告期内关联交易发表如下独立意见：公司报告期内发生的关联交易均以同期市场价格为定价依据，符合同类产品的市场价格情况，内容真实，符合公司及全体股东的利益，不存在损害公司及中小股东利益的情形。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员简历

（一）董事

序号	姓名	职务	任职期间
1	吴太兵	董事长	2016年1月-2018年12月
2	朱伟	董事	2016年1月-2018年12月
3	廖越平	董事	2017年3月-2018年12月
4	朱建寰	董事	2016年1月-2018年12月
5	王志荣	董事	2016年1月-2018年12月
6	孙淳	董事	2016年1月-2018年12月
7	邓爱国	独立董事	2016年1月-2018年12月
8	黄反之	独立董事	2016年1月-2018年12月
9	陈琦胜	独立董事	2017年3月-2018年12月

上述董事简历如下：

吴太兵 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1975年生，工商管理专业硕士，中国软件行业协会第七届理事会理事、深圳市软件行业协会副会长。1996年-2002年历任中国建设银行郴州市分行系统工程师、深圳开发科技股份有限公司软件工程师、广州世纪龙信息网络有限公司产品经理、深圳市东软科技有限公司高级软件工程师，主要从事软件研发工作；2003年筹建万兴有限，担任董事长（或执行董事）、总经理；现任本公司董事长、总经理。

吴太兵是本公司前身万兴有限的创始人，是国内较早从事消费类软件研发的人员，有丰富的行业从业经验，对消费类软件行业有深刻的理解。

朱伟 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1979年生，计算机应用专业学士。2005年-2008年就职于深圳融创天下科技股份有限公司担任质量管理部经理，主要从事研发管理工作；2008年5月加入万兴有限担任董事、副总经理，主要

负责软件研发等工作；现任本公司董事、研发总监，主要负责公司消费类软件研发。

孙淳 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1973 年生，会计专业学士，注册会计师。2002 年-2004 年任深圳创维 RGB 电子有限公司审计部项目经理，主要从事内部审计工作；2004 年-2007 年任深圳天音科技发展有限公司会计部经理，主要负责公司会计核算工作；2008 年-2011 年任金蝶软件（中国）有限公司财务部副总经理，主要负责公司会计核算和财务共享中心建设；2011 年 9 月加入万兴有限担任副总经理、董事会秘书；现任本公司董事、董事会秘书、财务总监。

廖越平 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1965 年生，本科学历。1986 年-2012 年就职于浙江新化化工股份有限公司，历任团委书记、安环科副科长、办公室主任、人力资源总监、行政总监、董事会秘书等职；2013 年至今任浙江华睿控股有限公司监事、副总经理。2017 年起担任万兴科技董事，现任本公司董事，浙江华睿控股有限公司监事及副总经理、浙江富华睿银投资管理有限公司副总经理、科菲亚重型装备有限公司董事、浙江宇天科技股份有限公司董事、江苏美时医疗技术有限公司董事、北京欧泰克能源环保工程技术股份有限公司董事、杭州新泰化工机械有限公司董事。

朱建寰 先生，加拿大国籍，1961 年生，材料化学专业博士。1997 年-2004 年任职于加拿大退休基金 CDP Capital 风险和私募股权投资团队；2005 年-2011 年任集富亚洲投资公司董事总经理；2012 年-2013 年任维思资本董事总经理；2013 年-2015 年任 IDG 资本投资顾问（北京）有限公司管理合伙人兼深圳首席代表；2015 年 2 月起任万兴科技董事；2015 年 7 月至今任爱奇艺投资管理（深圳）有限公司投资合伙人兼深圳首席代表；现任本公司董事，AfterShip Limited 董事、Aurora Mobile Limited 董事、DBFen 董事、Y Academy, INC 董事，深圳鱼羊美厨网络科技有限公司董事、ARIST HOME HOLDING LIMITED 董事、SILVRR TECHNOLOGY CO., LTD 董事、上海钛米机器人科技有限公司董事、上海有个机器人有限公司董事、北京岩心科技有限公司董事。

王志荣 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1940 年生，自动控制专业学士，高级工程师。1965 年-1980 年任中国电子科技集团公司第十五研究所高级工程师，主要从事计算机研究；1980 年-1984 年任电子工业部计算机局重大工程办

公室主任，负责管理电子系统工程项项目；1985年-2002年历任中国长城计算机深圳股份有限公司执行董事，深圳长城开发科技股份有限公司副董事长、常务副总裁，昂纳光通信（集团）有限公司主席、总裁，负责公司整体运营管理；2013年3月起担任本公司董事。

邓爱国 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1936年生，数学专业学士，高级工程师。曾任国防科委第十研究院信息系统研究所副所长，电子工业部雷达局副总工程师，深圳市软件行业协会会长，全国多媒体技术委员会理事，全国多媒体用户协会副理事长等职。2013年3月起担任本公司独立董事；并任深圳市软件行业协会执行会长、世纪恒通科技股份有限公司的独立董事、深圳市恒顺达知识产权代理有限公司执行董事。

黄反之 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1967年生，工商管理专业硕士。1989年-1992年就职于机械电子工业部经济调节司；1992年-2002年历任深圳康迪软件有限公司财务经理、中国电子工业深圳总公司财务经理、深圳飞利浦桑达消费通信有限公司财务经理、沃尔玛商业咨询（深圳）有限公司财务总监；2004年-2008年历任中国南山开发（集团）股份有限公司企管部副总经理、深圳赤湾石油基地股份有限公司董事副总经理；2008年-2011年担任深圳鹏瑞投资有限公司副总经理；2011年12月至今任深圳市分享成长投资管理有限公司管理合伙人；2015年6月起担任本公司独立董事；现任本公司独立董事、深圳市分享成长投资管理有限公司管理合伙人、深圳昊天龙邦复合材料有限公司、昆山韦睿医疗科技有限公司、杭州心有灵犀互联网金融股份有限公司、上海海优威新材料股份有限公司、深圳市柠檬网联科技股份有限公司、南京贝登医疗股份有限公司、上海享学网络科技有限公司、深圳市佳广投资有限公司、艾托金生物医药（苏州）有限公司、杭州科畅科技咨询有限公司、上海长森药业有限公司、上海影随网络科技有限公司、健医信息科技（上海）股份有限公司、杭州捷诺飞生物科技股份有限公司、北京力泰克科技有限公司、上海张强医疗科技股份有限公司、北京唯迈医疗设备有限公司、杭州百凌生物科技股份有限公司的董事，深圳市同益实业股份有限公司独立董事、北京开鲜生菜农业有限公司监事。

陈琦胜 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1970年生，工商管理专业硕士，注册会计师、特许公认会计师（ACCA）。1992年-1998年就职于铁道部武

汉江岸车辆厂；1998年-1999年任深圳高威联合会计师事务所审计项目经理；2000年-2006年任大鹏证券有限责任公司财务经理；2006年-2007年任深圳市天威数据网络股份有限公司代理总经理；2007年-2016年任深圳市凯立德科技股份有限公司副总经理、财务总监、董秘；2016年至今任深圳市琦晟咨询有限责任公司执行董事、总经理，2017年9月起深圳海云安网络安全技术有限公司监事。2017年3月起担任本公司独立董事；现任本公司独立董事，深圳市琦晟咨询有限责任公司执行董事、总经理，深圳海云安网络安全技术有限公司监事。

（二）监事

序号	姓名	职务	任职期间
1	陈江江	监事会主席	2016年1月-2018年12月
2	凌曙光	监事	2016年1月-2018年12月
3	刘莉莉	职工代表监事	2016年1月-2018年12月

上述公司监事简历如下：

陈江江 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1981年生，计算机科学与技术专业学士。2003年10月加入万兴有限历任监事、软件开发工程师、品质保证部经理、管理工程部经理、信息管理部总监、用户中心总监、研发中心基础平台部经理；现任本公司监事会主席、部门总监。

凌曙光 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1977年生，计算机信息管理专业学士。2001年-2005年历任东莞依时利计算机科技有限公司软件部经理、研发部副经理，主要负责软件研发等工作；2006年-2008年任深圳市复兴科技有限公司技术总监，负责软件研发；2008年2月加入万兴有限历任开发部经理、技术总监；现任本公司监事、软件开发工程师。

刘莉莉 女士，中国国籍，无永久境外居留权，1980年生，信息管理与信息系统专业学士。2004年-2006年任深圳中科佳电子有限公司人事行政专员，主要从事人力资源相关事务；2006年6月加入万兴有限历任人力资源部经理、企业管理部经理、项目管理办公室副主任、高级人事专员，参与建设公司项目管理体系和重点项目管理；现任本公司职工代表监事、人力资源经理。

（三）高级管理人员

序号	姓名	职务	任职期间
1	吴太兵	总经理	2016年1月-2018年12月
2	朱伟	研发总监	2016年1月-2018年12月
3	孙淳	董事会秘书、财务总监	2016年1月-2018年12月

注：《公司章程》规定，公司研发总监为高级管理人员。

上述公司高级管理人员的简历如下：

吴太兵 先生，现任本公司总经理，其简历见本节“董事”部分。

朱伟 先生，现任本公司研发总监，其简历见本节“董事”部分。

孙淳 先生，现任本公司董事会秘书、财务总监，其简历见本节“董事”部分。

（四）其他核心人员

秦妮 女士，中国国籍，拥有加拿大永久居留权，1976年生，计算机专业博士。2000年-2007年担任 Texas A&M University 助教；2008年-2010年担任珠海斑点猫软件有限公司营销总监，主要负责公司市场营销管理工作；2011年2月加入万兴有限担任分管海外市场营销的总经理助理，曾任本公司海外营销中心总监，现任本公司总经理助理，主要负责海外市场推广工作。

刘秋伟 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1982年生，信息管理与信息技术专业学士。2005年-2008年任惠州市天敏科技有限公司软件工程师，主要从事软件开发工作；2008年3月加入万兴有限历任高级研发经理、研发中心 TG 工作室经理，现任本公司部门总监，主要负责多媒体软件研发工作。

朱常涛 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1981年生，计算机及应用专业学士。2002年-2004年任武汉兴图电子科技有限公司程序员，主要负责系统开发；2004年-2005年任深圳今博数码技术有限公司高级程序员，主要负责系统开发；2005年-2007年任深圳瑞福特信息技术有限公司高级程序员，主要负责系统开发；2007-2009年任深圳东方聚能通讯技术有限公司研发经理，主要负责系统开发；2009年2月加入万兴有限历任开发部经理、研发中心数字文档工作室经理，现任本公司部门总监。

许伟航 先生，中国国籍，无永久境外居留权，1983年生，教育技术专业学士。2005-2006年任深圳上煦科技有限公司开发工程师，主要负责 Web 开发工作；2006年3月加入万兴有限历任 PHP 开发工程师、影像平台部门研发经理、

商务展示部研发经理及研发总监、工作室负责人、互动娱乐事业部信息平台部总监、云端研发部总监，现任本公司部门总监，主要负责用户运营平台研发与技术管理工作。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外兼职情况

姓名	本公司担任职务	兼职单位	兼职单位担任职务	兼职单位与公司的关联关系
吴太兵	董事长、 总经理	亿兴投资	执行（常务）董事	股东
		家兴投资	执行（常务）董事	股东
		日本万兴	董事	全资子公司
		深圳斑点猫	董事长	控股子公司
		香港万兴	董事	全资子公司
		万博科技	董事	香港万兴全资子公司
		加拿大万兴	董事	香港万兴全资子公司
		兴家科技	执行董事、 总经理	全资子公司
		控龙智能	监事	参股公司
廖越平	董事	浙江华睿控股有限公司	监事、 副总经理	发行人股东宗佩民控制的企业
		浙江富华睿银投资管理有限公司	副总经理	无其他关联关系
		科菲亚重型装备有限公司	董事	
		浙江宇天科技股份有限公司	董事	
		江苏美时医疗技术有限公司	董事	
		北京欧泰克能源环保工程技术股份有限公司	董事	
		杭州新泰化工机械有限公司	董事	
朱建寰	董事	AfterShip Limited	董事	无其他关联关系
		Aurora Mobile Limited	董事	
		DBFen	董事	
		Y Academy,INC	董事	
		深圳鱼羊美厨网络科技有限公司	董事	
		ARIST HOME HOLDING LIMITED	董事	

		SILVRR TECHNOLOGY CO., LTD	董事	
		爱奇创业投资管理（深圳）有限公司	管理合伙人	
		上海钛米机器人科技有限公司	董事	
		上海有个机器人有限公司	董事	
		北京岩心科技有限公司	董事	
邓爱国	独立董事	深圳市软件行业协会	执行会长	无其他关联关系
		世纪恒通科技股份有限公司	独立董事	
		深圳市恒顺达知识产权代理有限公司	执行董事	
黄反之	独立董事	深圳昊天龙邦复合材料有限公司	董事	无其他关联关系
		昆山韦睿医疗科技有限公司	董事	
		杭州心有灵犀互联网金融股份有限公司	董事	
		上海海优威新材料股份有限公司	董事	
		深圳市柠檬网联科技股份有限公司	董事	
		南京贝登医疗股份有限公司	董事	
		上海享学网络科技有限公司	董事	
		上海长森药业有限公司	董事	
		上海影随网络科技有限公司	董事	
		健医信息科技（上海）股份有限公司	董事	
		深圳市佳广投资有限公司	董事	
		艾托金生物医药（苏州）有限公司	董事	
		杭州科畅科技咨询有限公司	董事	
		杭州捷诺飞生物科技股份有限公司	董事	
		北京力泰克科技有限公司	董事	
		上海张强医疗科技股份有限公司	董事	
		北京唯迈医疗设备有限公司	董事	
		杭州百凌生物科技有限公司	董事	
		深圳市分享成长投资管理有限公司	管理合伙人	
		深圳市同益实业股份有限公司	独立董事	
北京开鲜生态农业有限公司	监事			
陈琦胜	独立董事	深圳市琦晟咨询有限责任公司	执行董事、 总经理	无其他关联关系

		深圳海云安网络安全技术有限公司	监事	
--	--	-----------------	----	--

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员均未在其他公司兼职。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系
本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员对股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的了解情况

公司董事、监事、高级管理人员通过法律法规学习、接受辅导、讲座等形式，已经了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任，并通过了中国证券监督管理委员会西藏监管局的书面考试；独立董事均已取得深圳证券交易所《上市公司高级管理人员培训结业证》，了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任。

二、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况，如下表所示：

姓名	任职	对外投资公司名称	注册资本 (万元)	持股比例	与公司关系	经营范围
吴太兵	董事长、 总经理	亿兴投资	50	52.24%	公司股东	股权投资
		家兴投资	210	53.20%	公司股东	股权投资
朱伟	董事、研 发总监	亿兴投资	50	3.40%	公司股东	股权投资
孙淳	董事、董 事会秘 书、财 务总 监	亿兴投资	50	3.63%	公司股东	股权投资
廖越平	董事	浙江新化化工股份有限公司	10,500	0.34%	无其他关 联关系	化学制品 生产
		衢州市聚合环保科技有限公司	2,000	10%	无其他关 联关系	危险化学 品经营
王志荣	董事	亿兴投资	50	2.08%	公司股东	股权投资
黄反之	独立董事	深圳市分享成长投资管理有限公 司	500	17.46%	无其他关 联关系	股权投 资、投资 咨询

		石河子市分享成长股权投资管理有限公司	200	16.95%	无其他关联关系	股权投资
		宁波梅山保税港区分享普惠投资管理有限公司	500	17.46%	无其他关联关系	投资管理、投资咨询
		宁波梅山保税港区分享智慧创业投资管理合伙企业（有限合伙）	-	17.29%	无其他关联关系	创业投资管理
		珠海亲畅管理咨询合伙企业（有限合伙）	-	4.11%	无其他关联关系	项目投资、投资咨询、商务服务
		昆山分享阳光投资中心（有限合伙）	-	0.96%	无其他关联关系	项目投资、投资信息咨询
		昆山分享股权投资企业（有限合伙）	-	1.75%	无其他关联关系	股权投资及相关咨询服务
		天津分享星光股权投资基金合伙企业（有限合伙）	-	2.35%	无其他关联关系	股票的投资及相关咨询服务
邓爱国	独立董事	深圳市恒顺达知识产权代理有限公司	10	18.00%	无其他关联关系	知识产权代理
陈琦胜	独立董事	深圳市琦晟咨询有限责任公司	50	90.00%	无其他关联关系	企业管理咨询、财务管理咨询
		苏州利保荣鑫投资中心（有限合伙）	800	12.50%	无其他关联关系	文化创意产业投资
		深圳市弘德和顺股权投资基金（有限合伙）	10,000	4.00%	无其他关联关系	股权投资及相关咨询服务
		深圳翼卡众智投资中心（有限合伙）	192.50	85.71%	无其他关联关系	研发、生产经营柔性线路板
陈江江	监事会主席	亿兴投资	50	1.46%	公司股东	股权投资
凌曙光	监事	亿兴投资	50	2.42%	公司股东	股权投资
刘莉莉	职工代表	家兴投资	210	3.44%	公司股东	股权投资

	监事					
刘秋伟	其他核心人员	亿兴投资	50	2.18%	公司股东	股权投资
朱常涛	其他核心人员	亿兴投资	50	1.70%	公司股东	股权投资
许伟航	其他核心人员	亿兴投资	50	1.02%	公司股东	股权投资

董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的上述投资与发行人不存在利益冲突的情形。

三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持股及对外投资情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持有发行人股份情况

1、直接持股情况

截至本招股书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员直接持有本公司股份情况如下：

姓名	职务	持股数（万股）	持股比例
吴太兵	董事长、总经理	1,564.29	26.07%
朱伟	董事、研发总监	57.34	0.96%
孙淳	董事、董事会秘书、财务总监	30.00	0.50%
陈江江	监事会主席、部门总监	30.00	0.50%
合计		1,681.63	28.03%

2、间接持股情况

报告期内，本公司部分董事、监事、高级管理人员及其他核心人员通过持有亿兴投资或家兴投资股权而间接持有本公司股份，具体明细如下表：

姓名	持有本公司股东的股权			间接持有本公司的股权	
	股东名称	股东持股比例	持有股权比例	间接持股数量（万股）	间接持股比例
朱伟	亿兴投资	20.64%	3.40%	42.17	0.70%
孙淳			3.63%	45.11	0.75%

凌曙光			2.42%	30.00	0.50%
王志荣			2.08%	25.70	0.43%
刘秋伟			2.18%	27.00	0.45%
许伟航			1.02%	12.60	0.21%
朱常涛			1.70%	21.00	0.35%
陈江江			1.46%	18.09	0.30%
吴太兵			52.24%	647.04	10.78%
	家兴投资	4.29%	53.20%	136.80	2.28%
刘莉莉			3.44%	8.86	0.15%

（二）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的近亲属持股情况

吴小兵为公司董事长及总经理之兄弟，其通过亿兴投资间接持有公司股份 5.00 万股，间接持股比例为 0.08%。

秦妮女士属于公司其他核心人员，其配偶张愚先生持有本公司股份 840.04 万股，持股比例为 14.00%。

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的近亲属不持有本公司股份。

（三）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署之日，上述董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有的公司股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬待遇情况

（一）薪酬确定依据与薪酬组成

除公司独立董事薪酬按照公司经营规模并参照行业薪酬水平发放津贴外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬包括基本年薪和绩效年薪两部分，基本年薪根据职务职级和公司薪酬管理制度确定，绩效年薪根据公司当年的实际经营情况和绩效考核情况确定。

1、薪酬确定依据

董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬标准的制定以“以岗定薪、以劳计酬”为付薪理念，不断改善和提高薪酬管理上的公正与公平，达到激发人员工作积极性、提高工作效率、促进公司发展的目的。薪酬的确定同时兼顾对外具有竞争力，对内具有公平性，合理控制薪资成本。

上市后，公司将根据业务发展需要、经营业绩情况、同行业上市公司以及所在地区员工薪酬水平，对高级管理人员的薪酬进行相应调整以保持一定的竞争力。发行人目前实施的员工薪酬政策主要包括董监高的薪酬政策、《员工薪酬管理办法》、《员工激励管理办法》、《员工绩效考核管理实施细则》等。其中董监高的薪酬由董事会审批、考核。与普通员工相关的薪酬政策由公司制订，经职工代表会议审议通过后实施。

2、薪酬组成

（1）基本薪酬

主要考虑职位、责任、能力、市场薪资行情等因素确定，按月发放。公司董事、高级管理人员基本薪酬由薪酬与考核委员会拟定，董事和监事的薪酬由股东大会审议批准，独立董事薪酬由股东大会审议批准，高级管理人员薪酬由董事会审议批准。

（2）绩效奖励

绩效奖励以年度经营目标为考核基础，根据董事、监事及高级管理人员完成的年度经营指标核定其年度绩效奖励，并根据董事、监事及高级管理人员完成个人年度工作目标的考核情况核发个人的奖励。绩效奖励在年报完成后发放。公司董事、监事及高级管理人员的绩效奖励总额、等级、系数、计算和发放办法等由薪酬与考核委员会确定。

（3）其他

经公司董事会薪酬与考核委员会审批，可以临时性的为专门事项设立专项奖励或惩罚，作为对在公司任职的董事、监事、高级管理人员的薪酬的补充。公司可实施股权激励计划对董事、监事及高级管理人员进行激励并实施相应的绩效考核。

（二）履行程序

独立董事的津贴、其他董事和监事的基本年薪经公司董事会薪酬与考核委员

会审议后，提交董事会、股东大会审议通过；高级管理人员基本年薪经董事会薪酬与考核委员会审议后，提交董事会审议通过；其他核心人员的基本年薪根据其与公司签署的劳动合同确定。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占利润总额的比重

近三年及一期，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占利润总额的比重情况如下：

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
薪酬总额（万元）	299.14	590.85	494.88	492.81
利润总额（万元）	3,306.12	5,744.48	5,341.12	5,247.34
薪酬总额/利润总额	9.05%	10.29%	9.27%	9.39%

（四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2016 年度在公司及关联企业领取薪酬情况如下：

姓名	在本公司现任职务	在公司领取薪酬（万元）	在关联企业领取薪酬（万元）
吴太兵	董事长、总经理	71.02	无
朱伟	董事、研发总监	73.30	无
孙淳	董事、董事会秘书、财务总监	68.90	无
廖越平	董事	无	无
朱建寰	董事	无	无
王志荣	董事	18.00	无
邓爱国	独立董事	6.00	无
黄反之	独立董事	6.00	无
王荣俊	原独立董事	6.00	无
陈琦胜	独立董事	无	无
陈江江	监事会主席、部门总监	52.77	无
凌曙光	监事、软件开发工程师	51.96	无
刘莉莉	职工代表监事、人力资源经理	28.35	无
秦妮	总经理助理	65.40	无
刘秋伟	部门总监	50.49	无
朱常涛	部门总监	53.22	无
许伟航	部门总监	39.44	无

注 1：以上薪酬为税前收入，含工资、奖金；

注 2：陈琦胜于 2017 年 3 月 9 日被选举为公司独立董事，根据公司薪酬政策规定，2016 年不领取薪酬。

在本公司任职领薪的上述人员按国家有关规定享受保险保障，除此之外未在公司及其关联企业享受其他待遇和退休金计划等。

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的协议和履行情况

公司根据国家有关规定，与高级管理人员和其他核心人员签订了《劳动合同》，同时签订了《保密协议》。截至本招股说明书签署之日，上述合同、协议等均履行正常，不存在违约情形。

六、近两年公司董事、监事、高级管理人员发生变动的情况

（一）近两年公司董事会成员变动情况

2015 年初，公司董事成员为吴太兵、康伟、王志荣、孙淳、朱伟、邓爱国、王荣俊、张小飞，其中邓爱国、王荣俊、张小飞为独立董事。

2015 年 2 月 9 日，公司召开 2014 年度股东大会选举朱建寰为公司董事。

2015 年 5 月 4 日，张小飞因个人原因辞去公司独立董事职务，2015 年 6 月 3 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会选举黄反之为公司独立董事。

2017 年 1 月 10 日，康伟、王荣俊因个人原因辞去公司董事、独立董事职务，2017 年 3 月 9 日，公司召开 2016 年度股东大会选举廖越平为公司董事，选举陈琦胜为公司独立董事。

（二）近两年公司监事会成员变动情况

2015 年初，公司监事会成员为陈江江、凌曙光、刘莉莉。公司近两年公司监事未发生变动。

（三）近两年公司高级管理人员变动情况

2015 年初，公司高级管理人员为吴太兵、孙淳、朱伟。公司近两年高级管理人员未发生变动。

本公司董事、监事、高级管理人员的上述变动均履行了必要的法律程序，符

合相关法律、法规和本公司章程的规定。近两年内，公司董事、高级管理人员没有发生重大变化。

七、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、审计委员会运行及履职情况

（一）报告期内，发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

1、存在的缺陷

万兴科技股份设立之前，公司并未建立独立董事、监事会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和战略委员会，且未制定《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等内部制度，公司治理结构和制度不完善。

2、改进情况

万兴科技股份设立以后，公司建立了监事会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和战略委员会，制定并完善了《公司章程》，并审议通过了将于公司首次公开发行股票并在创业板上市后实施的《公司章程（草案）》；同时，审议通过了《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》、《融资与对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》、《子公司管理制度》、《对外投资管理办法》、《募集资金使用管理办法》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》等制度。

自公司股份设立以来，公司股东大会、董事会、监事会均能按照有关法律法规和《公司章程》的相关规定独立规范运作，切实履行各自的权利和义务，没有发生违法违规的情形。

（二）报告期内，股东大会、董事会、监事会实际运行情况

1、股东大会运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，发行人共召开了 19 次股东大会，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合法律、法规和《公司章程》的规定。同时，公司股东大会严格履行职责，对公司董事、监事的任免、利润分配、《公司章程》及其他主要管理制度的制定和修改，首次公开

发行股票的决策和募集资金投向等重大事宜均作出了有效决议，公司股东大会规范运行。

2、董事会运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，发行人共召开了 24 次董事会会议，历次会议严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司各项事务进行了讨论决策。会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合相关规定，会议记录完整规范。公司董事会除审议日程事项外，在高级管理人员任免、重大投资、一般性规章制度的制定均作出了有效决议，公司董事会规范运行。

3、监事会运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，发行人共召开了 14 次监事会会议，历次监事会严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司重大事项进行了审议监督。会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合相关规定，会议记录完整规范。公司监事会除审议日程事项外，对公司的财务、董事和高级管理人员执行公司职务的行为进行检查或监督，公司监事会规范运行。

报告期内，公司“三会”规范运行，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）独立董事出席董事会等履职情况

公司现任独立董事为邓爱国、黄反之和陈琦胜，上述人员均为专业人士，其中陈琦胜为会计专业人士，能按照《公司章程》、《独立董事制度》等要求，履行独立董事的职责。自任职以来，公司独立董事在内部控制制度建设和战略发展等方面提出了意见和建议，发挥了其在财务、行业发展及战略决策等方面的专业特长，维护了全体股东的利益，促使公司治理结构得到改善。

（四）审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

1、审计委员会的人员构成及运行情况

目前，公司第二届董事会审计委员会委员由陈琦胜、邓爱国、廖越平组成，其中独立董事陈琦胜为召集人。

自公司审计委员会设立至本招股说明书签署之日，发行人董事会审计委员会召开了 16 次会议，能够严格按照《公司章程》和《审计委员会工作细则》的有

关规定开展工作，规范地履行其职责。

2、薪酬与考核委员会的人员构成及运行情况

目前，公司第二届董事会薪酬与考核委员会委员由黄反之、陈琦胜、朱伟组成，其中独立董事黄反之为召集人。

自公司薪酬与考核委员会设立至本招股说明书签署之日，发行人董事会薪酬与考核委员会召开了5次会议，能够严格按照《公司章程》和《薪酬与考核委员会工作细则》的有关规定开展工作，规范地履行其职责。

3、提名委员会的人员构成及运行情况

目前，公司第二届董事会提名委员会委员由邓爱国、黄反之、朱伟组成，其中独立董事邓爱国为召集人。

自公司提名委员会设立至本招股说明书签署之日，发行人董事会提名委员会召开了8次会议，能够严格按照《公司章程》和《提名委员会工作细则》的有关规定开展工作，规范地履行其职责。

4、战略委员会的人员构成及运行情况

目前，公司第二届董事会战略委员会委员由吴太兵、王志荣、黄反之组成，其中董事长吴太兵为召集人。

自公司战略委员会设立至本招股说明书签署之日，发行人董事会战略委员会召开了10次会议，能够严格按照《公司章程》和《战略委员会工作细则》的有关规定开展工作，规范地履行其职责。

八、公司管理层对内部控制的自我评价意见及注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评价

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为，公司的内部控制在所有重大方面是有效的。公司现有的内部控制制度符合有关法律法规和监管部门的规范性要求，符合公司经营管理和业务发展的实际需要，较好地覆盖了公司各方面的经营活动，各项内部控制执行有效。

（二）注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

本次发行审计机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）就公司内部控制制度出具了大华核字[2017]003588号《内部控制鉴证报告》，总体评价如下：万兴科技公司按照《内部会计控制规范-基本规范（试行）》和相关规定于2017年6月30日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

九、发行人最近三年违法违规行为

本公司严格遵守国家的有关法律和法规，近三年以来不存在重大违法违规行为，也不存在受到任何国家行政及行业主管部门重大处罚的情况。

十、发行人最近三年资金占用和对外担保情况

（一）资金占用情况

报告期内，本公司不存在资金被关联方占用的情况。截至本招股说明书签署之日，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。

（二）对外担保情况

《公司章程》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，最近三年公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情形。

十一、发行人资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及其执行情况

（一）资金管理的政策、制度安排及执行情况

1、资金管理的政策、制度安排

公司制定了《财务管理办法》、《财务管理支出实施细则》、《资金管理实施细则》、《资金支付管理流程》等与资金管理相关的制度。

（1）现金及现金等价物管理

《资金管理实施细则》规定，资金管理员负责公司现金及现金等价物、银行账户及存款、资金收付等业务活动。

资金管理员收取现金后应于1个工作日内入账。库存现金及现金等价物应全部存放于公司保险柜，由资金管理员妥善保管密码及钥匙。

提取现金超过 10 万元，必须采取保证资金安全的相关措施。

资金管理员支付现金应以已经有效审批的支付单据为依据，现金等价物领用则以已经审批的邮件或申请文件为依据。

资金管理员应每个工作日登记现金日记账确保账款相符，并于每月初在会计监督下进行现金及现金等价物盘点，并出具盘点表。如有差异应查明原因并做出记录。因工作失职造成现金短款由资金管理员承担。

（2）银行账户及存款管理

《资金管理实施细则》规定，公司银行账户只能用于公司业务结算，不得出租、出借，不得用于个人结算。

财务部门负责公司所有银行账户的管理与操作，包括各海外机构银行账户。财务部门可在各海外机构指定一人负责授权范围内的银行账户操作，资金管理员应至少每周对海外机构银行账户资金收付明细进行检查、核对，确保账户资金安全。

银行专用账户仅用于政府资助款收支，必须严格按照项目合同规定专款专用。

财务部门应将公司银行存款分别存放于不同银行的账户，严禁集中存放到一个银行账户。

财务部门应在保证各银行账户资金满足业务经营需求的情况下，合理安排各分子公司各银行账户的余额。其中海外公司银行账户应规定账户资金安全限额。

资金管理员应每日登记银行存款日记账，于每月初在会计监督下与银行对账单进行核对，并由会计编制银行存款余额调节表。会计应在 2 个工作日清理“未达账”，并在银行存款余额调节表中对每笔未达账详细注明日期、凭证号、摘要。

公司银行票据由资金管理员统一管理并使用，财务部门负责人根据需要可授权海外机构人员保管并在规定范围内使用指定银行的银行票据。

银行印鉴与银行票据应由财务部门负责人指定不同的人员管理。严禁一人保管支付款项所需的全部印章，严禁保管银行票据的人员同时保管这种票据需使用的预留印鉴。

（3）资金管理权限

《财务管理办法》及《资金管理实施细则》规定，万兴科技及各子公司资金由财务管理部门统一管理 with 操作。

现金管理授权：①公司实行库存现金限额制度，限额为5万元，超过限额的现金必须于2个工作日内送存银行，特殊情况超额存放现金需由财务部门负责人邮件审批。②提取库存现金必须经财务部门负责人审批同意。

银行账户管理授权：①公司银行账户开立、变更、注销必须经总经理审批，其他部门与人员必须经财务管理部门授权，并在财务管理部门监督下方可在授权范围内进行指定银行账户的操作。②财务部门负责公司所有银行账户的管理与操作，包括各海外机构银行账户。财务部门可在各海外机构制定一人负责授权范围内的银行账户操作。各网银用户、资金支付审批金额、模式等权限设置，由资金管理员根据实际需求和相关授权规定进行设置，由财务部门负责人审批，境内公司相关网银授权如下：

单位：万元

授权事项	金额	资金管理员	资金复核人	财务部门负责人	财务总监
除薪资、奖金以外	$X \leq 10$	申请	复核	终审	—
	$X > 10$	申请	复核	初审	复审
薪资、奖金	$X \leq 5$	申请	—	终审	—
	$X > 5$	申请	—	初审	终审

③海外银行的资金支出，应结合各银行实际操作规则，视情况采取相应授权：

单位：万元

授权事项	金额	资金管理员	资金审核人	财务部负责人	财务总监
万博科技 资金支付	$X \leq 50$	申请	复核	终审	—
	$X > 50$	申请	复核	初审	终审
香港万兴 资金支付	无金额限制	申请	复核	终审	—
日本万兴 资金支付	无金额限制	申请	终审	—	—

加拿大万兴 资金支付	无金额限制	申请	复核	终审	—
---------------	-------	----	----	----	---

2、执行情况

报告期内，公司能够按照《财务管理办法》、《财务管理支出实施细则》、《资金管理实施细则》、《资金支付管理流程》等规定进行日常资金管理和使用。

（二）对外投资的政策、制度安排及执行情况

1、对外投资的政策、制度安排

公司制订了《对外投资管理办法》，对公司对外投资的审批决策权限和程序作出了明确规定。对外投资包括投资新建全资企业、与其他单位进行联营、合营、兼并购或进行股权收购、转让、项目资本增减，以及购买股票、债券、国债、金融债券、证券投资基金等投资形式。

（1）审批决策权限

公司《对外投资管理办法》第七条规定，公司对外投资达到以下标准之一时，需经公司股东大会批准后方可实施：①对外投资涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上；该投资涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；②投资的成交金额（包括承担的债务和费用）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；③投资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；④投资标的（如股权）在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元人民币；⑤投资标的（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。

公司《对外投资管理办法》第十一条规定，公司总经理为对外投资实施的主要责任人，负责对新项目实施的人、财、物进行计划、组织、监控，并应及时向董事会汇报投资进展情况，提出调整建议等，以利于董事会及股东大会及时对投资作出修订。总经理可组织成立项目实施小组，负责对外投资项目的任务执行和具体实施。公司可建立项目实施小组的问责机制，对项目实施小组的工作情况进

行跟进和考核。

（2）审批决策程序

公司《对外投资管理办法》第十五条规定，公司对外投资分为短期投资和长期投资两大类。短期投资主要指：公司购入的能随时变现且持有时间不超过一年（含一年）的投资，包括各种股票、债券、基金等。长期投资主要指：公司投出的在一年内或超出一年外不能随时变现或不准备随时变现的各种投资，包括债券投资、股权投资和其他投资。公司长期投资类型包括但不限于：①公司独立兴办的企业或独立出资的经营项目；②公司出资与其他境内或境外独立法人成立合资、合作公司或开发项目。

公司《对外投资管理办法》第十六条规定，公司短期投资程序：①公司财务部定期编制现金流量状况表；②由公司总经理指定的有关部门或人员根据证券市场上各种证券的情况和其他投资对象的盈利能力编报短期投资计划；③短期投资计划按审批权限履行审批程序后实施。

公司《对外投资管理办法》第二十二条规定，对外长期投资程序：①公司总经理办公室对投资项目进行初步评估，提出投资建议，报董事会战略委员会初审；②初审通过后，应组织公司相关人员组建工作小组，对项目进行可行性分析并编制报告上报董事会战略委员会；③董事会战略委员会对可行性研究报告及有关合作协议评审通过后提交董事会审议；④董事会根据相关权限履行审批程序，超出董事会权限的，提交股东大会审议；⑤已批准实施的对外投资项目，应由有权机构授权公司的相关部门负责具体实施；⑥公司经营管理层负责监督项目的运作及其经营管理。

2、执行情况

公司严格执行《公司章程》、《对外投资管理办法》等规定，截至本招股说明书签署之日，不存在违规对外投资的情形。

（三）对外担保的政策、制度安排及执行情况

1、对外担保政策、制度安排

公司制订了《融资与对外担保管理制度》，对公司对外投资的审批决策权限和程序作出了明确规定。

（1）审批决策权限

公司《融资与对外担保管理制度》第五条规定，公司对外担保须经董事会或股东大会审议。

公司《融资与对外担保管理制度》第十四条规定，经董事会决议通过后须报股东大会审议批准的对外担保，包括下列情形：①单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；②公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%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连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；⑤连续 12 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 3,000 万元人民币；⑥对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；⑦公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；⑧公司章程规定的其他担保情形。

股东大会在审议前款第④项担保时，必须经出席股东大会股东所持表决权的三分之二以上通过。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

董事会审议担保事项时，必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。

公司《融资与对外担保管理制度》第十七条规定，公司董事会或股东大会在就对外担保事项进行表决时，与该担保事项有关联关系的董事或股东应回避表决。

董事会审议有关公司为公司股东、实际控制人及其关联方提供担保的议案时，由于关联董事回避表决使得有表决权的董事低于出席董事会成员的三分之二时，应按照公司章程的规定，将该等对外担保事项提交公司股东大会在关联股东回避的情况下审议并做出决议。

（2）审批决策程序

公司《融资与对外担保管理制度》第十五条规定，公司财务部门作为对外担保事项的管理部门，统一受理公司对外担保的申请，并对该事项进行初步审核后，

按本制度中有关规定报公司有权部门审批。

公司《融资与对外担保管理制度》第十六条规定，公司各部门向公司财务部门报送对外担保申请及公司财务部门向董事会报送该等申请时，应与该等担保事项相关的资料作为申请附件一并报送，该等附件包括但不限于：①被担保人的基本资料、经年检的企业法人营业执照之复印件；②被担保人经审计的最近一年及一期的财务报表、经营情况分析报告；③主债务人与债权人拟签订的主债务合同文本；④本项担保所涉及主债务的相关资料（预期经济效果分析报告等）；⑤拟签订的担保合同文本；⑥拟签订的反担保合同及拟作为反担保之担保物的不动产、动产或权利的基本情况的说明及相关权利凭证复印件；⑦其他相关资料。董事会或股东大会认为必要的，可以聘请外部财务或法律等专业机构针对该等对外担保事项提供专业意见，作为董事会、股东大会决策的依据。

2、执行情况

公司严格执行《公司章程》、《融资与对外担保管理制度》等规定，截至本招股说明书签署之日，不存在违规对外担保的情形。

十二、投资者权益保护的情况

（一）《公司章程》相关规定

公司制订的《公司章程》明确规定了股东的权利及履行相关权利的程序。其中，股东的权利包括：①依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；②依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；③对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；④依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；⑤查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；⑥公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；⑦对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；⑧法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

（二）建立健全内部信息披露制度和流程

按照上市公司要求，公司制定了《信息披露管理制度》，以保障投资者及时、真实、准确、完整地获取公司相关资料和信息。该制度从信息披露的内容和标准、

信息披露的程序、信息披露事务管理、信息披露档案管理、信息保密制度、责任追究机制等方面对公司信息披露事务进行规范，该制度的实施将有效保障投资者依法获取公司信息的权利。

（三）完善股东投票机制

1、建立累计投票制选举公司董事

公司《公司章程（草案）》第八十四条、《股东大会议事规则》第五十五条规定，股东大会就选举两名以上董事、监事进行表决时，实行累积投票制；股东大会以累积投票方式选举董事的，独立董事和非独立董事的表决应当分别进行。前述累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。获选董事、监事分别按应选董事、监事人数依次以得票较高者确定。

2、中小投资者单独计票

公司《公司章程（草案）》第八十条、《股东大会议事规则》第四十九条规定，股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。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。

3、法定事项采取网络投票方式召开股东大会

公司《股东大会议事规则》第五十二条规定，股东大会审议下列事项之一的，公司应当通过网络投票等方式为中小股东参加股东大会提供便利：①公司向社会公众增发新股（含发行境外上市外资股或其他股份性质的权证）、发行可转换公司债券、向原有股东配售股份（但具有实际控制权的股东在会议召开前承诺全额现金认购的除外）、向不超过十名合格的投资者定向发行新股；②公司重大资产重组，购买的资产总价较所购买资产经审计的账面净值溢价达到或超过 20% 的；③一年内购买、出售重大资产或担保金额超过公司最近一期经审计的资产总额 30% 的；④股东以其持有的公司股权偿还其所欠该公司的债务；⑤对公司有重大影响的附属企业到境外上市；⑥公司实施股权激励；⑦公司发行优先股；⑧公司决定不进行现金分红；⑨中国证监会、证券交易所要求采取网络投票方式的其他事项。

（四）制定《投资者关系管理制度》

为规范公司投资者关系管理工作，保护投资者的合法权益，建立公司与投资者之间及时、互信的良好沟通关系，公司制定了《投资者关系管理制度》，对投资者关系工作目标、沟通内容、投资者管理部门、负责人及职责、公司信息披露、投资者关系活动等事项进行了规范。

第九节 财务会计信息及管理层分析

本节财务数据均引自经具有证券期货从业资格的大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告。本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，以获取全部的财务资料。

一、财务会计信息

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
流动资产：				
货币资金	52,331,755.22	69,215,452.69	61,677,354.25	56,999,484.73
应收账款	13,148,275.37	14,373,599.28	7,347,893.95	10,205,121.04
预付款项	7,047,919.71	7,069,604.11	2,043,693.85	1,299,476.82
应收利息	-	-	-	100,350.99
其他应收款	4,426,718.50	3,869,695.58	5,872,447.73	4,469,118.84
存货	3,784,282.62	1,399,330.93	255,302.01	327,914.90
其他流动资产	1,608,073.40	934,627.87	5,181,151.22	3,092,619.43
流动资产合计	82,347,024.82	96,862,310.46	82,377,843.01	76,494,086.75
非流动资产：				
可供出售金融资产	500,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00
长期股权投资	10,081,856.80	10,065,983.82	-	-
固定资产	147,715,074.02	145,079,893.93	143,803,652.89	141,734,498.70
无形资产	16,440,781.41	18,550,651.27	4,025,716.40	3,326,142.28
长期待摊费用	6,353,327.96	2,719,052.92	395,213.09	401,348.58
递延所得税资产	997,644.86	1,714,576.56	1,536,768.31	1,754,323.33
其他非流动资产	1,692,893.46	3,004,068.82	-	3,484,674.98
非流动资产合计	183,781,578.51	181,634,227.32	150,261,350.69	151,200,987.87
资产总计	266,128,603.33	278,496,537.78	232,639,193.70	227,695,074.62
流动负债：				
短期借款	-	-	-	10,000,000.00

应付账款	3,946,687.78	2,329,702.93	290,050.29	1,818,322.75
预收账款	196,033.16	5,669.50	288,420.18	-
应付职工薪酬	9,372,164.90	18,670,012.60	11,150,794.72	10,299,988.72
应交税费	26,413,915.93	19,789,667.29	11,747,210.82	7,498,614.19
应付利息	-	-	-	22,000.00
其他应付款	10,826,195.70	12,024,000.29	8,435,097.72	7,054,130.92
其他流动负债	210,000.00	210,000.00	210,000.00	355,000.00
流动负债合计	50,964,997.47	53,029,052.61	32,121,573.73	37,048,056.58
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	20,877,333.28
递延收益	1,071,666.57	1,394,999.91	2,041,666.59	3,015,444.44
非流动负债合计	1,071,666.57	1,394,999.91	2,041,666.59	23,892,777.72
负债合计	52,036,664.04	54,424,052.52	34,163,240.32	60,940,834.30
所有者权益：				
实收资本（或股本）	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
资本公积	26,040,221.96	26,087,968.89	26,087,968.89	23,956,733.78
盈余公积	25,843,052.37	25,843,052.37	16,897,357.44	11,736,886.02
未分配利润	127,014,257.21	128,346,443.17	97,806,817.37	71,060,620.52
归属于母公司股东权益合计	238,897,531.54	240,277,464.43	200,792,143.70	166,754,240.32
少数股东权益	-24,805,592.25	-16,204,979.17	-2,316,190.32	-
股东权益合计	214,091,939.29	224,072,485.26	198,475,953.38	166,754,240.32
负债及所有者权益总计	266,128,603.33	278,496,537.78	232,639,193.70	227,695,074.62

2、合并利润表

单位：元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
一、营业收入	219,419,713.45	368,177,103.62	262,823,768.10	226,034,831.43
减：营业成本	8,093,918.87	9,373,849.36	5,279,091.05	3,798,064.80
营业税金及附加	1,784,324.26	1,173,019.45	290,788.40	312,382.24
销售费用	101,956,730.26	182,434,370.05	123,397,144.20	93,138,435.46
管理费用	72,198,127.70	126,051,825.14	84,144,000.40	80,685,352.61
财务费用	1,696,014.61	-1,895,463.90	-840,409.32	1,795,958.86
资产减值损失	303,331.40	118,812.08	750.00	-18,587.85
加：公允价值变动收益	-	-	-	-

投资收益	15,872.98	65,983.82	-	-
其他收益	335,179.38	-	-	-
二、营业利润	33,738,318.71	50,986,675.26	50,552,403.37	46,323,225.31
加：营业外收入	102,123.37	6,607,130.95	4,096,880.41	6,361,623.08
减：营业外支出	779,269.36	149,008.82	1,238,064.90	211,410.75
其中：非流动资产处置损失	193,571.19	51,321.68	1,178,194.97	166,510.13
三、利润总额	33,061,172.72	57,444,797.39	53,411,218.88	52,473,437.64
减：所得税费用	7,041,718.69	7,848,265.51	4,789,505.82	5,070,462.27
四、净利润	26,019,454.03	49,596,531.88	48,621,713.06	47,402,975.37
归属于母公司股东的净利润	34,667,814.04	63,485,320.73	49,906,668.27	47,402,975.37
少数股东损益	-8,648,360.01	-13,888,788.85	-1,284,955.21	-
五、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.58	1.06	0.83	0.79
（二）稀释每股收益	0.58	1.06	0.83	0.79
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	26,019,454.03	49,596,531.88	48,621,713.06	47,402,975.37
其中：归属于母公司股东的综合收益总额	34,667,814.04	63,485,320.73	49,906,668.27	47,402,975.37
归属于少数股东的综合收益总额	-8,648,360.01	-13,888,788.85	-1,284,955.21	-

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2017年1-6月	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	220,852,287.37	358,837,534.04	266,473,087.97	231,606,415.97
收到的税费返还	27,504.07	43,111.78	93,462.82	99,064.05
收到的其他与经营活动有关的现金	326,358.64	7,814,855.55	6,010,559.61	9,286,703.98
经营活动现金流入小计	221,206,150.08	366,695,501.37	272,577,110.40	240,992,184.00
购买商品、接受劳务支付的现金	11,301,379.68	10,598,740.57	5,393,777.26	3,586,281.17
支付给职工以及为职工支付的现金	79,532,652.40	115,808,718.42	86,281,843.32	78,792,226.78
支付的各项税费	5,782,428.04	8,895,017.68	3,727,790.97	5,824,891.38
支付的其他与经营活动有关的现金	93,798,056.68	162,994,346.99	110,553,826.38	92,825,961.10

经营活动现金流出小计	190,414,516.80	298,296,823.66	205,957,237.93	181,029,360.43
经营活动产生的现金流量净额	30,791,633.28	68,398,677.71	66,619,872.47	59,962,823.57
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收到的现金净额	23,280.00	49,461.54	171,759.00	572,683.20
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	600,000.00	-
投资活动现金流入小计	23,280.00	49,461.54	771,759.00	572,683.20
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付现金	10,318,538.74	29,256,173.65	14,383,839.10	15,369,602.71
投资支付的现金	-	10,000,000.00	-	500,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	10,318,538.74	39,256,173.65	14,383,839.10	15,869,602.71
投资活动产生的现金流量净额	-10,295,258.74	-39,206,712.11	-13,612,080.10	-15,296,919.51
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收权益性投资所收到的现金	-	-	500,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-	10,000,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	1,000,000.00
筹资活动现金流入小计	-	-	500,000.00	11,000,000.00
偿还债务所支付的现金	-	-	30,877,333.28	37,121,400.04
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	36,000,000.00	24,000,000.00	18,950,641.77	14,447,961.39
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	36,000,000.00	24,000,000.00	49,827,975.05	51,569,361.43
筹资活动产生的现金流量净额	-36,000,000.00	-24,000,000.00	-49,327,975.05	-40,569,361.43
四、汇率变动对现金的影响额	-1,380,072.01	2,346,132.84	998,052.20	-999,271.93
五、现金及现金等价物净增加额	-16,883,697.47	7,538,098.44	4,677,869.52	3,097,270.70
加：期初现金及现金等价物余额	69,215,452.69	61,677,354.25	56,999,484.73	53,902,214.03

六、期末现金及现金等价物余额	52,331,755.22	69,215,452.69	61,677,354.25	56,999,484.73
----------------	---------------	---------------	---------------	---------------

（二）审计意见类型

公司委托大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计了本公司的合并和母公司财务报表，包括 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2017 年 6 月 30 日的资产负债表，2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月的利润表、所有者权益变动表、现金流量表以及财务报表附注。

大华认为：公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允地反映了该公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2017 年 6 月 30 日的财务状况，2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月的经营成果和现金流量。

（三）主要会计政策和会计估计

1、产品销售收入确认和计量的具体方法

公司收入主要为消费类软件的在线销售收入，收入确认原则如下：

公司在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认产品销售收入的实现。

（1）不同销售模式下的收入确认

公司不同销售模式下收入确认的具体方法如下：

①直销模式

直销模式下，发行人在向终端客户邮箱发送产品注册码后确认收入。终端客户通过登录公司的自有电子商务网站购买软件，由发行人直接将产品销售给终端客户，PayPal、Worldpay 等第三方支付平台为发行人软件销售业务提供代收服务，终端客户在收到发行人发送的产品注册码后激活软件即可使用。

直销模式下产品由发行人直接销售给终端客户，发行人按向终端客户的销售价格确认收入，并承担按销售价格向最终客户开具发票的义务。

②经销模式

经销模式下，发行人亦在向终端客户邮箱发送产品注册码后确认收入。DR、Avangate 等第三方电子商务平台基于终端客户的订单信息向发行人在线发送采购需求，发行人基于 DR、Avangate 的要求将产品注册码直接发送至终端客户，终端客户在收到发行人发送的产品注册码后激活软件即可使用。

发行人按照销售给 DR、Avangate 等第三方电子商务平台的金额确认收入，即以产品的最终售价为基础，减去 DR 和 Avangate 经销产品应获得的佣金和需要支付的税费，并承担以此产品价格向 DR 和 Avangate 开具发票的义务。

③分销模式

分销模式下，发行人每月根据 Apple 平台的销售清单，按收到的销售净额核对无误后确认当期收入，发行人承担据此金额向 Apple 开具发票的义务。

发行人在 Apple 平台上架 Mac（或 iOS）软件产品，Apple 平台负责软件产品的整体推广、用户引流以及销售业务，终端客户付费下载即可使用，发行人无需向客户发送产品注册码。

（2）结算方式及结算周期

公司与各第三方平台执行的结算方式及相应的结算周期主要有两类：

定期结算。公司与 DR、Avangate、Alipay、Worldpay、QANDY 等第三方平台约定结算周期，如：每月或每周结算，平台根据双方约定在其网站系统内作相应设置，由平台系统定期自动付款至公司银行账户。

未约定具体结算周期。公司自行登陆第三方平台的企业账户，在线发送销售款结算指令，公司根据账户内销售款的实时余额申请转账至银行账户。针对该类平台，公司根据内部管理制度设定结算规则。公司与 PayPal、乾汇平台采用该结算方式。

公司主要第三方平台的结算周期情况具体如下：

第三方平台	主要结算周期	付款方式
Avangate	每月结算两次，每月 1 日结算上月 1-15 日的销售款项，16 日结算上月 16 日至月末的销售款项；自 2014 年 3 月开始，结算频率为 T+7，每月 1、8、15、23 日各结算一次	由平台自动付款至公司银行账户

DR	按周结算，每周三结算上周三至本周二的销售款项	
App Store	基本为每月结算一次，T月结算T-2月的销售款项	
PayPal	实时，由公司根据账户内资金情况申请提现	公司根据需要向平台发送付款指令
DSK	按月结算，T月结算T-2月的销售款项	由平台自动付款至公司银行账户
乾汇	实时，由公司根据账户内资金情况申请提现	公司根据需要向平台发送付款指令
Worldpay	按日计算，结算5日前的销售款项	由平台自动付款至公司银行账户
Alipay	按日计算，结算3日前的销售款项	由平台自动付款至公司银行账户
QANDY	结算频率为T+2，每日结算2天前的款项，每个工作日结算一次	由平台自动付款至公司银行账户
EASECOM	按日结算，每日结算2天前的销售款项	公司根据需要向平台发送付款指令
NORD	结算频率为T+2，每日结算2天前的款项，每个工作日结算一次	由平台自动付款至公司银行账户
鼎付	结算频率为T+3，每日结算2天前的款项，每个工作日结算一次	由平台自动付款至公司银行账户

注1：2015年3月，公司已终止与乾汇的合作；

注2：2016年5月，公司已终止与Alipay的合作；

注3：2017年4月，公司已终止与EASECOM合作；

注4：2017年8月，公司已终止与鼎付合作。

2、外币业务和外币报表折算

（1）外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合成人民币记账。

外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照

借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额计入当期损益或资本公积。

（2）外币财务报表的折算

公司对境外经营的财务报表以人民币作为记账本位币，不存在外币财务报表折算差额。

3、应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的应收款项的确认标准：

单项金额重大的具体标准为：金额在 100 万元及以上。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

（2）按组合计提坏账准备应收款项：

①信用风险特征组合的确定依据：

按账龄分析法划分为若干组合，再按这些应收款项组合余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备，计入当期损益。

②根据信用风险特征组合确定的计提方法：

采用账龄分析法计提坏账准备的：

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
6 个月-1 年	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	30	30
3 年以上	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的确认标准：

单项金额不重大的具体标准为：金额在 100 万元以下。

单项金额不重大的应收款项坏账准备的计提方法：

单项期末金额为 100 万以下的应收款项，如有迹象表明某项应收款项的可回收性与该账龄断应收款项存在明显差别，导致该项应收款项如果按照既定比例计提坏账准备，无法真实反映其可回收金额的，采用个别认定法计提坏账准备。

4、无形资产与开发支出

（1）无形资产的计价方法

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

（2）划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

5、固定资产

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- ①与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- ②该固定资产的成本能够可靠地计量。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产之外，固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

利用专项储备支出形成的固定资产，按照形成固定资产的成本冲减专项储备，并确认相同金额的累计折旧。该固定资产在以后期间不再计提折旧。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	10-50	0-5	1.90-10.00
通用设备	5-10	0-5	9.50-20.00
办公设备	5	0-5	19.00-20.00
电子设备	3-5	0-5	19.00-33.33
运输设备	5	0-5	19.00-20.00

6、政府补助

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与购建固定资产、无形资产等长期资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；

用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

7、递延所得税资产和递延所得税负债

（1）确认递延所得税资产的依据

公司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，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

（2）确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括商誉、非企业合并形成的交易且该交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额所形成的暂时性差异。

8、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

（1）同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。合并方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。

被合并各方采用的会计政策与本公司不一致的，本公司在合并日按照本公司会计政策进行调整，在此基础上按照企业会计准则规定确认。

（2）非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益（例如，可供出售金融资产公允价值变动计入资本公积的部分，下同）转入当期投资收益。

②在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，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其他综合收益的，与其相关的其他综合收益转为购买日所属当期投资收益。

购买方为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

购买方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。购买方对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的，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差额，计入当期损益。

9、主要会计政策、会计估计的变更

报告期内，公司主要会计政策及会计估计未发生变更。

（四）报告期内执行的主要税收政策

本公司适用主要税种包括增值税、营业税、城市维护建设税、企业所得税等。

1、流转税

税种	计税依据	税率
增值税	应纳税增值额（应纳税额按应纳税销售额乘以适当	0%-17%

	税率扣除当期允许抵扣的进项税后的余额计算)	
营业税	应纳税营业额	0%-5%
日本消费税	应纳税销售额	5%、8%
欧盟增值税	应纳税增值额（应纳税额按应纳税销售额乘以适当税率扣除当期允许抵扣的进项税后的余额计算）	15%-27%
澳大利亚商品及服务税	应纳税销售额	10%

本公司系一般软件企业，为增值税一般纳税人，销售商品适用 17% 的税率。根据 2000 年 7 月 1 日实施的《财政部国家税务总局海关总署关于鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策问题的通知》（财税[2000]25 号）、2004 年 1 月 1 日施行的《财政部国家税务总局关于调整出口货物退税率的补充通知》（财税[2003]238 号）及 2011 年 1 月 1 日起实行的《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号），计算机软件出口实行免税。报告期内实际执行出口软件产品增值税免税的税收优惠政策。

本公司是经深圳市科技工贸和信息化委员会审核认定的软件企业，报告期内实际执行出口软件产品增值税免税的税收优惠政策。根据深圳市南山区国家税务局出具的深国税南减免备[2011]0136 号、深国税南减免备[2012]0090 号及深国税南减免备[2012]1288 号《增值税、消费税优惠备案通知书》，深国税南减免备[2015]1247 号《深圳市国家税务局增值税、消费税优惠备案通知书》，西藏自治区拉萨市国家税务局审批的《出口退（免）税备案表》，公司出口软件于报告期内免征增值税。

本公司全资子公司珠海万兴是经广东省信息产业厅认定的软件企业，报告期内实际执行出口软件产品增值税免税的税收优惠政策。

本公司之子公司日本万兴，根据日本消费税征收办法规定，新设立的企业自年销售额高于 1,000.00 万日元起的第二年开始征收消费税，公司 2012 年起销售额高于 1,000.00 万日元，故自 2014 年起需缴纳消费税。根据 2013 年 11 月日本国税厅发布的消费税征收文件规定：2014 年 3 月之前消费税税率为 5%，2014 年 4 月至 2015 年 9 月消费税税率提高至 8%，2015 年 10 月起消费税税率提高至 10%；根据 2015 年 3 月日本国会参议院通过的税制修改法案规定：原定 2015 年

10月起提高消费税税率至10%延迟至2017年4月开始执行；故2015年本公司之子公司株式会社万兴软件消费税税率为8%。根据日本国会参议院通过的税制修改法案规定：原定2015年10月起提高消费税税率至10%延迟至2019年10月开始执行；故2016年度、2017年1-6月本公司之子公司株式会社万兴软件消费税税率为8%。

本公司及境外子公司万兴软件（香港）有限公司在欧盟成员国地区实现销售需缴纳欧盟增值税，其税率为15%-27%；向日本地区个人用户销售软件需缴纳日本消费税，其税率为5%-8%；向澳大利亚消费者销售软件产品，2017年7月1日前无须缴纳澳大利亚GST（商品及服务税），2017年7月1日后需缴纳商品及服务税，税率为10%。

城市维护建设税按应交增值税及营业税额的7%计缴。

教育费附加按应交增值税及营业税额的3%计缴。

地方教育费附加按应交增值税及营业税额的2%计缴。

2、企业所得税

报告期内，本公司与子公司的适用所得税率如下：

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
本公司	9.00%	10.00%, 9.00%	10.00%	10.00%
珠海万兴*	-	-	-	25.00%
杭州万兴*	-	-	25.00%	25.00%
北京万兴*	-	-	25.00%	25.00%
广州万德*	-	-	-	25.00%
万博科技	16.50%	16.50%	16.50%	16.50%
香港万兴	16.50%	16.50%	16.50%	16.50%
日本万兴	20.70%-40.80%	20.70%-40.80%	20.70%-40.80%	20.70%-40.80%
美国万兴*	-	-	-	15.00%-39.00%； 8.84%
加拿大万兴	28.00%	28.00%	28.00%	28.00%
深圳斑点猫	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%

兴家科技	25.00%	25.00%	-	-
深圳分公司	10.00%	25.00%	-	-

注：珠海万兴已于 2014 年 1 月注销；杭州万兴已于 2015 年 6 月 4 日注销；美国万兴已于 2014 年 7 月 2 日注销；广州万德已于 2014 年 8 月 1 日注销；北京万兴已于 2015 年 2 月 11 日注销。

根据财税[2008]1 号《关于企业所得税若干优惠政策的通知》及财税[2012]27 号《关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》规定，国家规划布局内的重点软件生产企业，如当年未享受免税优惠的，减按 10% 的税率征收企业所得税；境内新办的符合条件的软件企业，经认定后，在 2017 年 12 月 31 日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。

经国家发改委、工信部、财政部、商务部、国税总局联合审核，本公司被认定为 2013-2014 年度国家规划布局内重点软件企业。因此，公司 2014 年执行 10% 的企业所得税税率。

根据深圳市南山区国家税务局出具的深国税南减免备案[2013]276 号《税收优惠登记备案通知书》、深国税南减免备案[2014]31 号《税收优惠登记备案通知书》，深圳市南山区国家税务局 2016 年 6 月 8 日深国税南减免备案[2016]1139 号《深圳市国家税务局企业所得税优惠事项备案通知书》的批复，同意公司 2013 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日按 10% 的税率征收企业所得税。

根据 2016 年 7 月 4 日《深圳市国家税务局、深圳市地方税务局关于软件和集成电路产业企业所得税优惠事项办理的通告》规定，自 2015 年起凡享受《财政部 国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27 号）规定的定期减免税优惠政策的软件、集成电路企业，改为每年都应按照规定向主管税务机关进行企业所得税优惠政策的备案，在季度预缴时可以享受税收优惠，公司 2016 年 1 月至 10 月适用国家重点软件企业的企业所得税率 10%。

公司于 2016 年 11 月 17 日搬迁至西藏拉萨，根据《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区企业所得税政策实施办法的通知》（藏政发[2014]51 号）第三条规定（西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税 15% 的税率）

以及第四条规定（自 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止，暂免征收我区企业应缴纳的企业所得税中属于地方分享的部分，采矿业及矿业权交易行为有关企业所得税政策另行研究），2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止免征企业所得税中地方享有部分，公司 2016 年 11 月至 12 月的企业所得税税率为 9%。

根据拉萨市国家税务局柳梧新区税务分局 2017 年 7 月 27 日拉国税柳通【2017】3858 号《拉萨市国家税务局柳梧新区税务分局税务事项通知书》，《财政部海关总署国家税务总局关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》财税【2011】58 号第二条设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15% 的税率征收企业所得税，并根据《中华人民共和国企业所得税法》中华人民共和国主席令第 63 号第二十九条民族自治地区的自治机关对本民族自治地区的企业应缴纳的企业所得税中属于地区分享的部分减增或免征，故本公司在 2017 年 1-6 月企业所得税率为 9%。深圳分公司适用国家重点软件企业的企业所得税率 10%。

根据珠海市高新技术开发区国家税务总局 2009 年 5 月 22 日批复的珠高国税减[2009]17 号《减免税批准通知书》，同意珠海万兴从获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。珠海万兴获利年度为 2008 年，因此，珠海万兴软件有限公司企业所得税实际执行税率 2014 年为 25%。

本公司之境外子公司香港万兴及万博科技企业所得税按照香港政府相关规定的利得税税率执行。

本公司之境外子公司日本万兴根据当地相关税收法律规定，所得税种包括：
1. 法人税：2012 年 4 月 1 日到 2015 年 3 月 31 日盈利 800 万日元以下的部分 $\times 15\% +$ 盈利 800 万日元以上的部分 $\times 25.5\%$ ，2015 年 4 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日盈利 $\times 23.9\%$ ，2016 年 4 月 1 日起盈利 $\times 23.4\%$ ，另从 2012 年 4 月 1 日到 2014 年 3 月 31 日的期间，还须缴纳复兴特别法人税，税率为 10%。从 2014 年 10 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日，还需缴纳地方法人税，按照法人税额 $\times 4.4\%$ ，2017 年 4 月 1 日起，按照法人税额 $\times 10.3\%$ 。
2. 都民税包含均等割和法人税割。均等割：每年缴纳 7 万日元。法人税割：2014 年 9 月 30 日前按照法人税额 $\times 17.3\%$ 缴纳，2014 年 10 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日按照法人税额 $\times 12.9\%$ 缴纳，2017 年 4 月 1 日起按照法人税额 7%。
3. 法人事业税：2008 年 10 月 1 日至 2014 年 9 月 30 日盈利

400 万日元以下的部分×2.7%+盈利 400 万日元以上至 800 万日元以下的部分×4%+盈利 800 万日元以上部分 5.3%，2014 年 10 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日盈利 400 万日元以下的部分×3.4%+盈利 400 以上至 800 万以下的部分×5.1%+盈利 800 万以上部分 6.7%，2017 年 4 月 1 日起盈利 800 万日元以上部分 9.6%。从 2012 年 4 月 1 日起至 2017 年 3 月 31 日，需缴纳地方法人特别税，按法人事业税×43.2%，2017 年 4 月 1 日起地方法人特别税废止。

美国万兴系本公司在美国加利福尼亚州注册成立的全资子公司，其企业所得税由美国联邦所得税和加州特许经营税（FRANCHISE TAX）构成，其中，联邦企业所得税采用超额累进税率，税率从 15%至 39%；加州特许经营税税率统一为 8.84%，同时规定了每年最低缴纳加州特许经营税 800 美元。

加拿大万兴系香港万兴在加拿大注册成立的全资子公司，企业所得税按照加拿大政府规定的 28%税率执行。

本公司其他境内子公司未享受企业所得税优惠政策，企业所得税税率为 25%。

（五）非经常性损益

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1、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	-172,480.97	41,821.73	-1,127,543.51	-347.45
2、计入当期损益的政府补助，但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	323,333.34	6,259,274.10	3,739,777.85	5,799,060.24
3、单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
4、除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-539,665.06	157,026.30	246,581.17	351,499.54
5、其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
非经常性损益合计	-388,812.69	6,458,122.13	2,858,815.51	6,150,212.33
减：所得税影响金额	-59,967.36	606,623.30	280,018.94	603,601.99
非经常性损益影响净额	-328,845.33	5,851,498.83	2,578,796.57	5,546,610.34

归属于少数股东的非经常性损益净额	-56,132.36	19,750.44	-11,819.98	-
归属于母公司股东的非经常性损益	-272,712.97	5,831,748.39	2,590,616.55	5,546,610.34
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	34,940,527.01	57,653,572.34	47,316,051.72	41,856,365.03

本公司对非经常性损益项目的确认依照中国证监会《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）》规定执行。

（六）政府补助

报告期内，本公司收到政府补助的情况如下：

单位：元

补助名称	收款金额	文件
自主创新产业发展专项资金资助	160,500.00	关于发放 2013 年南山区自主创新产业发展专项资金扶持资金（第二批）的通知
地方特色产业中小企业发展资金资助	800,000.00	关于 2013 年深圳市地方特色产业中小企业发展资金资助项目公示的通知（深经贸信息预算字[2014]8 号）
2013 年深圳市第九批专利资助	31,000.00	关于公布 2013 年深圳市第九批专利申请资助周转金拨款名单的通知
高新技术企业补贴	118,800.00	关于印发《2012 年度深圳市高新技术产业专项补助资金申报指南》的通知
2014 年深圳市第四批专利资助	17,000.00	关于公布 2014 年深圳市第四批专利申请资助周转金拨款名单的通知
深圳市南山区自主创新产业发展专项资金	400,000.00	《深圳市南山区财政局、深圳市南山区人民政府文化产业发展办公室关于下达南山区自主创新产业发展专项资金 2014 年度文化产业第一批资助项目的通知》（深南文产[2014]6 号）
深圳市南山区企业上市改制资助	1,400,000.00	《深圳市南山区经济促进局、深圳市南山区财政局关于发放 2014 年南山区自主创新产业发展专项资金扶持资金（经济促进局第三批）的通知》（深南经[2014]8 号）
基于互联网的智能终端数据安全技术改造项目资助	470,000.00	《深圳市南山区经济促进局、深圳市南山区财政局关于发放 2014 年南山区自主创新产业发展专项资金扶持资金（经济促进局第三批）的通知》（深南经[2014]8 号）
基于移动互联网的数字家庭智能云操作系统的设计与研发项目资助	200,000.00	深圳市南山区科技创新局《深圳市南山区技术研发和创意设计项目分项资金创新研发资助项目合同书》（深南科[2014]34 号）

基于移动互联网的智能家庭娱乐平台产业化项目资助	1,600,000.00	《深圳市发展改革委关于深圳万兴信息科技股份有限公司基于移动互联网的智能家庭娱乐平台产业化项目资金申请报告的批复》（深发改[2014]672号）
高安全实时交互智能化电子商务平台项目资助	800,000.00	《深圳市战略性新兴产业发展专项资金项目合同书》（深发改[2014]939号）
特派员工作站资助款	100,000.00	深圳市科技创新委员会《深圳市国家和省计划配套项目合同书》（深科技创新[2014]278号）
2014年度合计	6,097,300.00	
民营领军企业资助项目	34,400.00	《深圳市南山区经济促进局和深圳市南山区财政局文件深南经[2015]1号关于发放2015年南山区自主创新产业发展专项资金扶持资金（第一批）的通知》
服务外包资助项目	100,000.00	《深圳市南山区经济促进局和深圳市南山区财政局文件深南经[2015]1号关于发放2015年南山区自主创新产业发展专项资金扶持资金（第一批）的通知》
基于移动互联网框架的多媒体编解码实时应用平台项目	301,600.00	《深圳市2015年科技研发资金银政企合作贴息项目（第一批）公示》
2014年度省知识产权专项资金	100,000.00	《关于2014年度省知识产权专项资金明细分配方案的公示》
企业改制上市培育项目	902,900.00	《深圳市经贸信息委、深圳市财政委关于下达2015年深圳市民营及中小企业发展专项资金企业改制上市培育项目资助计划的通知》（深经贸信息中小字[2015]121号）
2015年深圳市第二批专利资助补贴	20,000.00	《深圳市知识产权专项资金管理办法》（深财规[2014]18号）
2015年度深圳市服务贸易重点企业项目	1,000,000.00	《市经贸信息委关于2015年度深圳市服务贸易重点企业拟认定及资助项目公示的通知》（深经贸信息预算字[2015]166号）
基于移动互联网框架的多媒体编解码实时应用平台项目第二批银政企合作贴息项目	160,100.00	《深圳市2015年第二批银政企合作贴息项目公示》
国内外发明专利项目	2,000.00	《南山区2015年自主创新产业发展专项资金(科技部分)第三批拟资助项目公示》
2015年度合计	2,621,000.00	
文化创意产业发展专项资金	700,000.00	《深圳市文体旅游局关于2015年第二批文化创意产业发展专项资金拟资助项目公示的通知》
遥控e族品牌培育	1,000,000.00	《市经贸信息委关于2015年度市战略性新兴产业和未来产业发展专项资金品牌培育项目资助计划公示的通知》（深经贸信

		息预算字[2015]237号)
失业稳岗补贴	167,607.42	《深圳市人力资源保障局 深圳市财政委员会关于做好失业保险支持企业稳定岗位有关工作的通知》（深人社规[2016]1号）
境外商标注册申请资助	5,000.00	《深圳市知识产权专项资金管理办法》（深财规[2014]18号）
2016年度深圳市支持外经贸发展专项资金服务贸易人才培训项目	112,000.00	《市经贸信息委关于2016年度深圳市支持外经贸发展专项资金服务贸易人才培训项目公示的通知》（深经贸信息预算字（2016）221号）
万兴品牌培育项目	1,000,000.00	《市经贸信息委关于2016年深圳市战略性新兴产业和未来产业发展专项资金企业品牌培育拟资助项目公示的通知》（深经贸信息预算字[2016]252号）
2016年深圳市企业研究开发资助计划	2,628,000.00	《关于促进科技创新的若干措施》（深发[2016]7号）
2016年度合计	5,612,607.42	

注：2017年1-6月发行人及其子公司未收到政府补助。

（七）公司财务指标

1、主要财务指标

主要财务指标	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
流动比率	1.62	1.83	2.56	2.06
速动比率	1.40	1.67	2.49	2.02
资产负债率（母公司）	17.56%	15.67%	9.29%	22.36%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	7.68%	8.28%	2.03%	1.99%
每股净资产（元/股）	3.57	3.73	3.31	2.78
主要财务指标	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
应收账款周转率	15.95	33.90	29.95	18.05
存货周转率	3.12	11.33	18.10	8.36
息税折旧摊销前利润（万元）	4,048.59	6,758.46	6,222.47	5,853.65
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,466.78	6,348.53	4,990.67	4,740.30
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润(万元)	3,494.05	5,765.36	4,731.61	4,185.64
利息保障倍数	-	-	58.52	22.97
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.51	1.14	1.11	1.00

每股净现金流量（元/股）	-0.28	0.13	0.08	0.05
--------------	-------	------	------	------

主要财务指标计算说明：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债

资产负债率=（负债总额/资产总额）×100%

无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）/净资产

归属于发行人股东每股净资产=归属于发行人股东期末净资产/期末股本总额

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=合并利润总额+利息支出+计提折旧+摊销

利息保障倍数=（合并利润总额+利息支出）/利息支出

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量/期末股本总额（为提供各年可比较的财务信息，报告期每股指标按公司股本 6,000 万元计算）

每股净现金流量（元/股）=现金及现金等价物增加额/期末股本总额（为提供各年可比较的财务信息，报告期每股指标按公司股本 6,000 万元计算）

2、净资产收益率及每股收益

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）》要求计算如下：

期间	项目	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2017 年 1-6 月	归属于母公司股东的净利润	14.47%	0.58	0.58
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	14.58%	0.58	0.58
2016 年度	归属于母公司股东的净利润	29.87%	1.06	1.06
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	27.13%	0.96	0.96
2015 年度	归属于母公司股东的	28.00%	0.83	0.83

	净利润			
	扣除非经常性损益后 归属于母公司股东的 净利润	26.54%	0.79	0.79
2014 年度	归属于母公司股东的 净利润	32.46%	0.79	0.79
	扣除非经常性损益后 归属于母公司股东的 净利润	28.66%	0.70	0.70

以上列示相关指标的计算公式：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0)$$

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；E₀ 为期初净资产；NP 为报告期净利润；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少净资产；M₀ 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。

$$\text{加权平均每股收益} = P / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0)$$

其中：P 为报告期净利润；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或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 为报告期因回购或缩股等减少股份数；M₀ 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。

（八）期后事项、或有事项及其他重大事项

1、资产负债表日期后事项

截止本招股书签署之日，本公司未发生资产负债表日期后事项。

2、或有事项

截至 2017 年 6 月 30 日，本公司无对生产经营活动有重大影响需特别披露的重大或有事项。

3、其他重大事项

除上述事项外，公司无其他需披露之重大事项。

二、管理层讨论

本公司提请投资者注意，以下讨论分析应结合本公司经审计的财务报表及报表附注和本招股说明书揭示的其他财务信息一并阅读。非经特别说明，以下数据均为经审计的合并报表口径，货币计量单位为人民币万元。

（一）公司消费类软件业务流程、会计处理及财务特征

1、公司消费类软件的业务流程及会计处理

公司为一家从事消费类软件研发、销售及提供相应技术支持服务的国家级高新技术企业，消费类软件是公司的核心产品，为公司收入的主要来源。报告期内，与公司消费类软件业务流程对应的主要会计处理如下：①新软件产品的市场需求、产品设计、开发阶段，发生的相关支出计入“研发费用”，主要包括相关人员的工资福利、外部市场调研费用等；②新产品测试完成，达到可销售状态后与产品销售相关费用以及售后服务的费用计入“销售费用”，主要包括营销人员工资福利、广告宣传费等；公司产品以在线营销为主，客户通常通过搜索引擎、网络广告或 App Store 主动找到公司产品并在线完成购买；③公司按照第三方电子商务平台 DR、Avangate、EASECOM 等以及第三方分销平台 Apple 的销售金额扣除平台佣金、税费后的净额确认收入；对于第三方支付平台 PayPal、Alipay、Worldpay、乾汇、DSK（株式会社電算システム）及 QANDY 等，公司按照销售金额确认收入，支付给上述平台的手续费计入“销售费用”。

2、公司的财务特征

项目	财务特征	简要分析
资产	货币资金余额较大、销售资金回款快、坏账损失较少	公司属于软件行业内的互联网企业，软件产品主要采取在线销售、收款，公司定期与平台结算收款，周期短，回款速度快
负债	日常经营性负债较低	除因购置办公楼借款外，公司日常经营性负债较低。无大额原材料采购，应付账款较少，除日常应付薪酬外，其他应付款以核算广告、网络服务支出为主
收入	收入稳步增长	公司产品通过在线销售，针对海外为主的全球化市场，受众广，需求主要受电子消费品软硬件快速升级更新拉动，收入稳步增长

成本	营业成本低、毛利率高	公司所处的消费类软件行业特性及在线销售模式的特征决定了其营业成本较低，毛利率较高
费用	研发费用及广告费用较高	1、消费类软件品种多、更新快，研究开发周期短，研发费用较高；2、市场推广以 Google 等全球化的网络搜索引擎为主，通过搜索引擎优化提高网站流量，带动产品销售，广告投入量较大，费用较高
税负	企业所得税为主要税负，税负较低	根据国家政策，公司享受软件出口增值税免税政策；公司是国家规划布局内重点软件企业及国家高新技术企业，亦享受西藏地区税率优惠政策，报告期内执行 9%-15% 的所得税优惠税率

（二）影响公司业绩的主要因素和关键指标分析说明

1、主要因素

（1）影响收入的主要因素

公司主营的消费类软件业务收入主要受外部市场需求、产品品质以及新产品研发等因素影响。近年来个人电脑的家庭普及化、生活化和娱乐化，平板电脑和移动智能终端的快速发展，穿戴式智能设备不断涌现，智能家居市场快速启动，使智能设备日益深入人们生活，使用的领域和范围扩大，使用频率增加，智能终端设备数量快速增长，带动了消费类软件的市场需求迅速发展。在该市场背景下，公司的产品品质以及新产品研发方向能否把握市场热点将对收入产生重要影响。报告期内，公司产品研发投入维持在较高水平，产品品质持续提升，新产品收入占营业收入的比例逐步提高，产品盈利能力较强。

未来几年，公司如未能持续提升现有产品品质，产品功能及用户体验的优化未能满足客户需求，或开发新产品未迎合市场需求，公司业务的持续扩张将受到影响，从而影响公司盈利水平。

（2）影响成本、费用的主要因素

公司所处的消费类软件行业特性及在线销售模式的特征决定了其营业成本较低，产品毛利率较高。公司营业成本主要为与消费类软件产品相关的海外服务器费用、CDN 网站加速费、SDK 授权使用费等。报告期内，营业成本分别为 379.81

万元、527.91 万元、937.38 万元和 809.39 万元，相对公司收入、利润规模金额较小，其变动对公司业绩影响相对较小。

报告期内，公司期间费用占营业收入比重分别为 77.70%、78.65%、83.27% 和 80.14%。其中员工薪酬、广告宣传费及房租物业水电费用占费用比重较高，为影响公司业绩的主要因素。

公司所处软件行业为知识密集型产业，日常经营需较多高技能软件研发、网络营销及企业管理方面人才。报告期内，员工薪酬分别为 7,844.36 万元、8,708.57 万元、12,335.31 万元和 7,023.96 万元，占期间费用比重分别 44.67%、42.13%、40.23%和 39.94%。公司周期性地对团队进行梳理，持续推行团队精英化策略，单位人力成本和人均产出均不断提高，但随着近年来公司收入增长，业务规模扩大带来费用率下降的规模效应逐步显现，报告期内，员工薪酬占营业收入比重呈下降趋势，分别为 34.70%、33.13%、33.50%和 32.01%。随着国内软件及互联网行业人才竞争不断加剧，人力成本的不断增长将导致公司费用上升，影响公司盈利水平。

公司消费类软件产品以自建的电子商务平台为核心，主要通过搜索引擎优化、搜索引擎付费广告等网络营销渠道对外推广。报告期内，广告宣传费分别为 7,421.98 万元、9,675.34 万元、13,849.67 万元和 7,732.21 万元，占期间费用比重分别为 42.26%、46.81%、45.17%和 43.97%，主要系公司针对海外主流搜索引擎 Google、Bing、Yahoo 等投放的关键词广告费用。在现有营销模式下，未来若 Google 等搜索引擎对于关键词广告收费政策发生不利于公司的调整，公司盈利水平将受到影响。

报告期内，公司经营、研发所需房租物业水电费合计额分别为 779.71 万元、227.33 万元、402.10 万元和 355.44 万元，占期间费用比重分别为 4.44%、1.10%、1.31%和 2.02%。公司自有办公楼已经于 2014 年 11 月投入使用，办公场所租赁费用大幅下降。

（3）影响利润的主要因素

除上述影响公司业绩的主要因素外，税收政策的变动也将影响公司的业绩情况。报告期内，公司享受增值税“出口免税”优惠政策、国家规划布局内的重点软件生产企业减按 10%的税率、国家高新技术企业减按 15%的税率和西藏地区减

按 9% 的税率征收企业所得税的所得税优惠政策。未来，若与公司经营相关的税收政策发生不利于公司的变化，公司相关税收支出将增加，对盈利能力将产生一定的影响。

2、关键指标

公司管理层认为，营业收入及其增长率、期间费用率和自有电子商务平台客户访问量等指标对公司具有重要意义，其变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。相关指标的变动及分析请参见本节相关内容。

（三）盈利能力分析

1、经营业绩总体分析

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	21,941.97	100%	36,817.71	100%	26,282.38	100%	22,603.48	100%
营业成本	809.39	3.69%	937.38	2.55%	527.91	2.01%	379.81	1.68%
营业税金及附加	178.43	0.81%	117.30	0.32%	29.08	0.11%	31.24	0.14%
销售费用	10,195.67	46.47%	18,243.44	49.55%	12,339.71	46.95%	9,313.84	41.21%
管理费用	7,219.81	32.90%	12,605.18	34.24%	8,414.40	32.02%	8,068.54	35.70%
财务费用	169.60	0.77%	-189.55	-0.51%	-84.04	-0.32%	179.60	0.79%
资产减值损失	30.33	0.14%	11.88	0.03%	0.08	0.00%	-1.86	-
投资收益	1.59	0.01%	6.60	0.02%	-	-	-	-
其他收益	33.52	0.15%	-	-	-	-	-	-
营业利润	3,373.83	15.38%	5,098.67	13.85%	5,055.24	19.23%	4,632.32	20.49%
营业外收入	10.21	0.05%	660.71	1.79%	409.69	1.56%	636.16	2.81%
营业外支出	77.93	0.36%	14.90	0.04%	123.81	0.47%	21.14	0.09%
利润总额	3,306.12	15.07%	5,744.48	15.60%	5,341.12	20.32%	5,247.34	23.21%
所得税费用	704.17	3.21%	784.83	2.13%	478.95	1.82%	507.05	2.24%
净利润	2,601.95	11.86%	4,959.65	13.47%	4,862.17	18.50%	4,740.30	20.97%

报告期内，公司营业规模总体呈稳步上升趋势，净利润平稳增长。2015 年营业收入较上年增长 16.28%，2016 年营业收入较上年增长 40.09%；2014 年、2015 年与 2016 年净利润相当。2016 年营业收入增长较快但净利润增幅较小主要原因为：深圳斑点猫智能家居业务持续研发投入导致公司净利润减少 2,050.40

万元、未抵扣的增值税进项税额转出产生费用 452.06 万元、确认与上市相关的中介机构服务费 469.39 万元。

（1）持续的研发投入和产品创新带动公司营业收入上升

报告期内，公司持续保持较大的研发投入，对原有消费类软件产品不断创新的同时，把握并发掘移动互联网浪潮下的行业机遇，通过对数据安全、数字文档领域提前布局，跨端数据管理类软件和数据文档类软件业务增长迅速，新产品业务的快速增长带动公司营业收入上升。

（2）经营战略的调整促使公司盈利质量提升

公司于 2012 年开始施行全面预算管理制度，强化执行产品聚焦策略，一方面持续梳理产品，减少对盈利能力较弱产品的研发投入，另一方面对团队进行梳理，推行团队精英化策略，人均产出不断提升。报告期内，在营业收入增长的背景下，公司管理费用管控良好，保持平稳。经营战略的调整使公司资源集中投向盈利较强的消费类软件业务，有效提升了公司的盈利质量。

（3）网络营销方式的丰富奠定公司未来经营业绩的增长

公司早期网络营销主要以搜索引擎优化为主，通过提高自然搜索排名的方式进行网络营销。报告期内，公司逐步丰富网络营销方式，加强对网络针对性更强的搜索引擎付费广告，以及展示广告、社会化媒体营销等方式的营销投入，网站访问量和下载量保持快速增长。公司于 2014 年、2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月逐年加大在 Google、Bing、Yahoo 等国外主要搜索引擎商付费广告的投资力度，广告宣传费分别为 7,421.98 万元、9,675.34 万元、13,849.67 万元、7,732.21 万元，网络营销方式的丰富提高了公司产品知名度，奠定公司未来经营业绩的增长。

2、营业收入变动趋势及原因分析

报告期内，公司营业收入绝大部分来源于消费类软件的销售，其他主营业务收入主要包括广告服务收入、智能家居产品的销售等，其他业务收入主要包括智能公寓租金收入等，具体收入结构如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

主营业务收入	21,770.07	99.22%	36,696.82	99.67%	26,211.18	99.73%	22,506.65	99.57%
消费类软件	21,503.72	98.00%	36,224.20	98.39%	26,183.34	99.62%	22,378.04	99.00%
其他	266.35	1.21%	472.61	1.28%	27.84	0.11%	128.61	0.57%
其他业务收入	171.90	0.78%	120.89	0.33%	71.20	0.27%	96.83	0.43%
合计	21,941.97	100%	36,817.71	100%	26,282.38	100%	22,603.48	100%

报告期内，公司主营业务收入增长的主要原因包括：

（1）广阔的消费类软件市场需求为公司收入增长提供有力支撑

随着近年来消费类电子产品的快速发展，出货量和保有量的迅速增长，可穿戴设备等终端应用产品不断涌现，终端应用市场的持续活跃为消费类软件市场发展提供广阔空间，市场需求量不断增长。IDC 的市场数据显示 2016 年全球个人电脑出货量达 2.582 亿台，智能手机出货量超过 14.5 亿台，平板电脑出货量达 1.784 亿台，预计 2020 年个人电脑出货量将达 2.5 亿台，智能手机达 18.4 亿台，平板电脑达 2.15 亿台。根据市场研究公司 App Annie 数据显示，移动应用软件市场规模 2015 年约 700 亿美元，2016 年度全球应用市场下载量超过 900 亿次，比 2015 年增长 15%，销售收入近 890 亿美元，同比增长 27%。而至 2020 年将达 1,890 亿美元，五年内将以 22% 的年复合增长率保持平稳增长。

在智能终端设备出货量和保有量迅速增长、应用趋势逐渐家庭化、生活化和娱乐化等因素推动下，全球消费类软件市场需求将继续保持较快的增长。

（2）研发投入的逐步加大、产品线的不断丰富和升级带动收入持续增长

公司所处的消费类软件行业具有更新换代快、热点频出的特点。为了持续保持产品竞争力、促进营业收入的持续增长，公司始终将产品创新和研发投入作为发展根本，以技术创新的企业文化、产品创新评审及奖励机制为基础，公司通过对市场热点的把握、对软件需求的深入挖掘开发了多款新产品；同时，公司紧随用户需求变化，通过深度分析用户使用软件产品的数据及反馈，快速迭代开发了众多新版产品。

公司先后发布了自主研发的个人电脑数据恢复新产品，跨端数据管理领域的手机管理、数据恢复、数据迁移和数据擦除等新产品，数字文档领域多款新产品，移动端视频编辑新产品等，以及若干多品牌、多语言软件版本和升级版本。该等新品和新版本的成功上线推动了公司营业收入持续增长。

（3）精准的网络营销策略、专业的营销分析团队助推公司网站访问量持续增长

通过引进专业的搜索引擎咨询，公司全面梳理网络营销策略，将早期发展的百余个营销网站进行整合，降低网站分散带来的管理维护成本，对诸多分散网站实施跳转策略，逐步聚焦主要品牌网站的建设，并采取了专业的搜索引擎优化策略。该策略的实施将原分散的网站流量导入主要的品牌网站，提高了主品牌网站的关注度和知名度；同时，可使公司同一款产品或主网站被搜索到的次数明显增加，搜索排名更加靠前，进一步促进用户的点击量和产品销售，也为公司关键词广告的精准投放、主网站的品牌建设奠定了基础。

公司组建专门的网络营销数据分析团队，加强专业的电子商务网站分析工具 Google Analytics（简称“GA 分析工具”）的应用，对用户的（访客）访问流量、流量来源、用户搜索消费类软件使用的关键字、功能偏好、用户使用语言习惯等进行深度分析，重点掌握终端用户对消费类软件产品的功能需求、语言需求、购买习惯等，为公司产品开发设计、适时更新增加搜索关键字以提高搜索排名提供了有效的参考数据。在提高网站集中度的基础上，公司利用电子商务网站的专业分析工具，逐步优化网站展示图片、文字内容的质量和与产品关联度，使公司网站内容更易于被搜索引擎定位，提升搜索引擎优化及搜索引擎付费广告的专业度，促进访问量的提升。

通过专业的电子商务网站分析工具，公司深入分析网站流量的来源构成，有针对性的加强了 Google、Yahoo、Bing 等主流搜索引擎的点击付费营销广告投入，有效的提升了公司网站访问流量。除搜索引擎营销渠道外，公司还加大了其他营销渠道的投入，充分开发利用多种营销渠道促进销售，包括 App Store、第三方软件推广平台 YouTube 社交视频广告等，采用多方位多渠道营销模式，向潜在消费市场积极推广公司软件产品。

报告期内，公司主要网站的访问量持续快速增长，分别为 12,728.54 万次、17,724.18 万次、26,413.04 万次和 17,312.93 万次。

受益于公司精准的网络营销策略、专业网络营销团队的策划分析以及对 Google 等主流搜索引擎的广告投入逐步加大，报告期内公司主要营销网站的访问量持续增长。

（4）清晰的品牌策略、良好的用户购物体验提升用户购买意愿

通过采取网站聚焦策略，公司对早期开发的多个营销网站实施跳转措施，将用户引导至 wondershare.com、wondershare.net、iskysoft.com 等主要品牌网站，使其作为公司主要发展的一级网站。借助对多个营销网站流量及关键字在主要搜索引擎网站的搜索排名的承接，公司主要网站搜索排名逐步提升，网站关注度和知名度持续提高，品牌效应逐步显现。

围绕该等主要品牌网站，公司集中资源进行优化升级，对网站主页、多页面的产品排列、网站页面跳转等访问体验进一步改善，对网站所展示产品的文字图片内容精益求精。公司聘请海外专业的设计公司对网站界面视觉形象、质感设计进行提升，进一步提高网站的专业度和外观美感，持续改进用户的网络购物体验，吸引更多用户试用或购买产品。针对不同国家和地区，公司搭建主要品牌网站的多语言平台，先后开发了日语、西班牙语、葡萄牙语、法语、德语等多语言网站，并采取相应的本土化运营策略，设计出符合当地文化、阅读习惯的营销平台。

此外，自 2012 年起，公司通过优化与改善消费类软件产品架构，购置了专用的高性能服务器及网络加速服务，提高海外用户访问公司网站及下载使用产品的速度，进一步优化用户在线购物的体验，促进产品销售。

3、主营业务收入产品结构分析

公司的消费类软件产品以满足不同客户多样化、个性化的需求为立足点，同时契合不同操作系统对软件接口的不同标准或要求，如 macOS 或 Windows，Android 或 iOS，细分品种数量较多。公司的消费类软件依据应用功能不同可分为三类，包括多媒体软件、跨端数据管理软件以及数字文档软件。

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
多媒体软件	12,166.79	55.89%	19,328.99	52.67%	13,168.24	50.24%	12,508.88	55.59%
跨端数据管理软件	6,880.27	31.60%	12,774.16	34.81%	9,917.53	37.84%	7,310.16	32.48%
数字文档软件	2,456.66	11.28%	4,121.05	11.23%	3,097.59	11.82%	2,559.01	11.37%
其他	266.35	1.22%	472.61	1.29%	27.84	0.11%	128.61	0.56%
合计	21,770.07	100%	36,696.82	100%	26,211.18	100%	22,506.65	100%

（1）多媒体软件

①多媒体软件收入增长的总体原因

多媒体软件销售在报告期内实现了稳步增长，2014年、2015年、2016年和2017年1-6月分别实现销售收入12,508.88万元、13,168.24万元、19,328.99万元和12,166.79万元，近三年复合增长率为24.31%，显示了良好的增长趋势。

公司从创立之初便以多媒体软件开发为重点，其销售是公司营业收入的主要来源，该类软件主要功能有音视频的获取、转换、编辑、创作、刻录、播放、与主流社交网站如YouTube等快捷互动分享等。

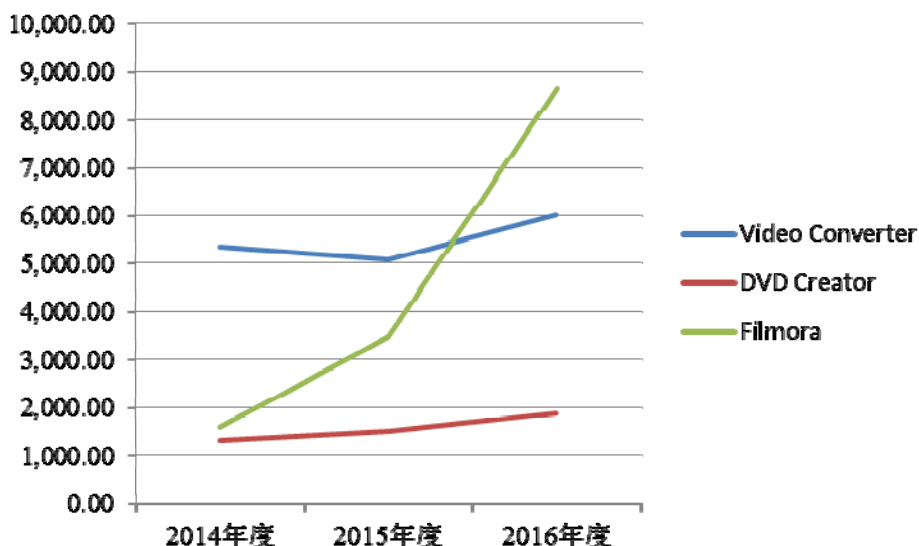
随着各类数码及电子拍摄工具的丰富与各类照片、视频类分享网站的流行，多媒体类操作简易的大众化工具软件需求呈快速增长态势。公司抓住了电子产品时代的重要机遇，以多年的直面终端用户的软件开发经验，向市场推出了丰富的、价格适中的、功能齐全、体验人性化的软件产品，并借助海外市场成熟的第三方平台，主流搜索引擎的强大推广功能，使得该类产品销售收入不断增加。

多媒体软件中移动应用类软件产品主要为客户提供高品质、个性化的照片和视频拍摄、编辑及处理。2016年1月公司推出的视频编辑类软件“FilmoraGo”，上线一年，全球下载量超700万，月活跃用户过百万，获得谷歌公司官网Google Play 200余次推荐。近年来随着移动终端出货量的持续增长，消费者对移动终端的各类应用软件的需求也呈上升态势，公司通过积极研发创新，抓住移动应用软件开发的创新趋势，实现销售收入持续增长。

②多媒体软件主要产品收入增长的具体分析

多媒体软件的主要产品为Video Converter、Filmora、DVD Creator，报告期内三类软件产品销售收入合计为8,221.43万元、10,077.94万元、16,549.96万元和10,564.78万元，分别占多媒体软件收入的比例为65.72%、76.53%、85.62%和86.83%，构成多媒体软件收入的主要部分。报告期内，上述三类产品的销售收入均呈增长趋势，Filmora增长最快，贡献了多媒体软件的主要增长额，具体情况如下：

单位：万元



A. Filmora

报告期内，Filmora 的销售收入分别为 1,577.60 万元、3,484.99 万元、8,666.27 万元和 6,857.54 万元，呈快速增长态势，系发行人 2016 年、2017 年上半年销售额第一的产品，具有较高的市场知名度。发行人紧抓视频市场发展趋势，精准定位核心目标用户群体。在持续升级产品功能的情况下，该款产品在 2015 年 4 月完成产品重新包装，包括品牌形象升级、更换产品名、更新产品界面、大幅提升产品稳定性等，并成功与 YouTube 视频红人进行深度合作，与该产品相关的广告 2015 年在 YouTube 上的播放次数达 400 万次，2016 年全年突破 1,000 万次，2017 年 1-6 月已突破 3,600 万次，推动品牌知名度迅速提升，发行人网站的访客数及 Filmora 产品的销售量大幅增长。

B. Video Converter

报告期内，Video Converter 的销售收入分别为 5,336.99 万元、5,087.41 万元、6,025.08 万元和 2,834.19 万元，总体较为平稳增长。Video Converter 作为音视频格式转换类软件，历经多次版本升级，拥有并行转换、支持单路或多路流无损转换等技术优势，较同类竞品具备更高的转换效率，且支持多语言应用，市场覆盖范围逐渐扩大，销售收入总体呈上升态势。

C. DVD Creator

报告期内，DVD Creator 的销售收入分别为 1,306.84 万元、1,505.54 万元、1,858.61 万元和 873.05 万元，总体呈小幅增长态势。DVD Creator 是一款主要用于照片、视频刻录的软件，满足用户将照片、视频刻录在 DVD 光盘，增加保留

时间的需求。发行人于 2007 年推出该产品，具有较好的市场口碑，通过多种营销方式精准定位目标用户，实现销售收入的平稳增长。

（2）跨端数据管理软件

①跨端数据管理软件收入增长的总体原因

报告期内，跨端数据管理软件销售收入呈快速增长的态势，2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月分别实现销售收入 7,310.16 万元、9,917.53 万元、12,774.16 万元和 6,880.27 万元，近三年复合增长率为 32.19%，呈快速增长。

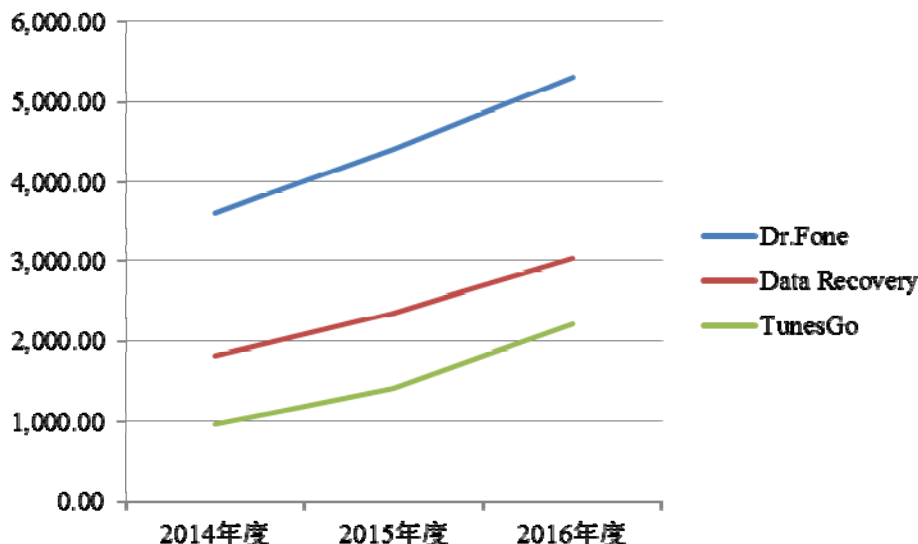
随着个人电脑、平板电脑、智能手机等各类智能终端普及率、更换频率提高，用户在使用设备时对于数据管理需求逐步提升，如为设备获取音乐、视频、应用、壁纸等，跨设备进行数据迁移、同步，应用终端储存大量照片、视频、短信、通讯录等数据的备份和误删除操作时的恢复，以及淘汰设备时个人数据的清除等。

公司开发的跨端数据管理软件旨在为移动互联网用户提供跨终端数据迁移、数据安全与设备管理的一体化解决方案，终端销售对象以普通用户为主。该类软件具备操作简捷、安全性高等特点，满足普通用户对于数据管理的基本需求，能帮助用户解决数据获取、备份、同步、恢复以及清除等一站式的跨端数据管理需求。

②跨端数据管理软件主要产品收入增长的具体分析

跨端数据管理软件的主要产品为 Dr.Fone、Data Recovery、TunesGo，报告期内三类软件产品销售收入合计为 5,352.92 万元、7,777.67 万元、10,564.73 万元和 5,612.47 万元，分别占跨端数据管理软件收入的比例为 73.23%、78.42%、82.70%和 81.57%，构成跨端数据管理软件收入的主要部分。报告期内，上述三类产品的销售收入均呈增长趋势，具体情况如下：

单位：万元



A. Dr.Fone

Dr. Fone 产品于 2012 年 7 月上线销售，系市场上首款应用于苹果 iOS 及安卓手机系统的手机数据恢复类软件，解决用户数据丢失、损坏、误删除后的恢复需求。报告期内，Dr.Fone 的销售收入分别为 3,029.89 万元、4,193.72 万元、5,311.35 万元和 2,851.39 万元，总体呈增长态势。

Google 搜索“手机数据恢复”的用户群体数量，自 2008 年首款苹果 iPhone 手机热销开始，至今已激增 30 倍以上，该类软件具有持续的市场需求。发行人研发并持续优化其三大核心技术“云端数据恢复实现”、“iOS 系统数据恢复”及“利用 iOS DB 恢复数据”，功能较市场上同类产品更加全面，支持恢复多种类型的文件。

B. Data Recovery

报告期内，Data Recovery 的销售收入分别为 1,520.57 万元、2,234.99 万元、3,036.09 万元和 1,597.73 万元，呈增长态势。

Data Recovery 为发行人针对 PC 电脑数据丢失开发的软件产品，拥有“FAT 文件系统数据恢复”、“HFS 文件系统数据恢复”、“exFAT 文件系统数据恢复”等多项核心技术。发行人该款产品的恢复成功率为 96.32%，恢复速率为 63MB/每秒，两项技术指标均高于行业基准值，且该款产品实施优惠性定价，较同类产品定价更低，具有明显的性价比优势。

C. TunesGo

报告期内，TunesGo 的销售收入分别为 802.46 万元、1,348.96 万元、2,217.29 万元和 1,163.35 万元，呈快速增长态势。

TunesGo 为手机数据传输的一键转机软件，支持苹果手机与安卓手机之间的数据传输与拷贝。在苹果、三星等手机的拍照功能不断增强，使用手机进行照片及视频拍摄的用户需求不断增长的背景下，发行人推出 Wondershare TunesGo 产品切入细分市场，解决苹果操作系统与其他系统之间数据转移的需求，该产品拥有较好的用户体验、操作便捷。随着苹果手机用户数量的增长，发行人通过在线精准营销，提升了 TunesGo 的销售量，其销售收入不断增长。

（3）数字文档软件

①数字文档软件收入增长的总体原因

报告期内，数字文档软件销售收入呈较快增长的态势，2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月分别实现销售收入 2,559.01 万元、3,097.59 万元、4,121.05 万元和 2,456.66 万元，三年复合增长率为 26.91%，增长较快。

公司的数字文档软件主要解决当下市场上各文档技术标准互不兼容的问题，满足普通用户对于文档的再编辑需要。由 Adobe 公司创立的 PDF 文档因其内容的安全性更强，越来越多的机构、企业和个人用户将 PDF 作为电子文档长期存储和对外发布的标准，流转的 PDF 文档越来越多，人们对 PDF 文档的再编辑需求也随之增加，包括格式转换、再编辑、分发、加解密、阅读、修改、批注、填表单、电子签名、水印等。公司开发的此类软件较其它的文档处理软件功能具有操作简单、性价比高的优势，能满足中小企业及个人知识工作者对文档编辑的需求。

②数字文档软件主要产品收入增长的具体分析

报告期内，数字文档软件中的主要产品为 PDFelement，其销售收入分别为 1,465.72 万元、2,330.32 万元、3,716.22 万元和 2,258.31 万元，呈快速增长态势，占数字文档软件收入的比重分别为 57.28%、75.23%、90.18%和 91.93%，自 2015 年占比提升的主要原因系 2015 年发行人在 PDFelement 产品中集成了 PDF 格式转换功能，逐步弱化了对 PDF Converter 的推广与营销力度，数字文档软件产品销售更为集中。

（4）其他

2014 年主营业务收入中其他收入主要系公司少数免费产品通过嵌入广告而带来的收入。2015 年其他收入主要包含技术服务收入和广告收入，合计为 27.84 万元。2016 年其他收入主要包含技术服务、广告服务收入和以及智能家居产品销售收入，合计 472.61 万元，其中智能家居产品销售收入为 382.22 万元。

4、主营业务收入地域分析

报告期内，公司主营业务收入来自于消费类软件，占比 98%以上。公司消费类软件收入的地区及主要国家分布如下：

单位：万元

地区名称	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
美国	9,993.97	46.48%	15,809.23	43.64%	11,659.88	44.53%	9,240.06	41.29%
日本	2,562.95	11.92%	3,501.37	9.67%	2,310.86	8.83%	2,198.33	9.82%
澳大利亚	1,129.78	5.25%	2,268.17	6.26%	1,618.06	6.18%	1,373.35	6.14%
英国	936.67	4.36%	1,921.63	5.30%	1,400.50	5.35%	1,244.42	5.56%
德国	726.00	3.38%	1,577.69	4.36%	1,136.66	4.34%	1,110.12	4.96%
加拿大	828.37	3.85%	1,582.34	4.37%	1,085.68	4.15%	870.98	3.89%
法国	511.62	2.38%	1,087.90	3.00%	766.71	2.93%	890.39	3.98%
其他	4,814.36	22.38%	8,475.87	23.40%	6,204.99	23.69%	5,450.39	24.36%
合计	21,503.72	100%	36,224.20	100%	26,183.34	100%	22,378.04	100%

目前，公司借助第三方平台强大的市场覆盖能力，国际知名的第三方平台对用户在线付款安全性的保障，业务拓展至 200 余个国家和地区的终端用户，主要软件产品可选择使用的语言达 8 种。

公司消费类软件大部分终端用户来自互联网及电子商务活动较为发达且知识产权保护严格的地区，如美国、英国、澳大利亚、日本、加拿大、德国等。报告期内，公司在北美地区的销售占比超过 45%，但随着全球电子商务活动的进一步普及，加之公司针对西班牙、巴西等国多语言、本地化营销策略的实施，公司对其他地区的渗透将更加深入。

公司在加拿大及日本设立海外子公司，深度挖掘欧美市场潜力，报告期内北美市场销售收入保持稳步增长，欧洲市场经过多年耕耘目前呈快速增长态势；组建专门的日语营销团队，搭建日语网站销售平台，大力拓展日本市场，积极开拓

日本大型线上商城 Amazon、雅虎、乐天等，大力推进日本本土化运营，报告期内，公司日本市场的销售收入快速增长。

5、主营业务成本分析

（1）营业成本的核算原则

公司的主营业务成本主要由海外服务器费用（包括折旧费、托管费、宽带费），网络加速服务费（简称“CDN”）、软件产品中外购的软件开发工具包（简称“SDK”）的授权使用费、软件光盘及其包装费构成。

海外服务器托管费及带宽费，按月收费，按月计入营业成本；CDN 加速服务费，每月按流量计费并计入营业成本；SDK 的授权使用费，按销售数量计费直接计入相关产品的营业成本，按使用时间付费的按月分摊，并计入相关产品的营业成本。

其他成本主要是由受托开发软件及提供搜索引擎技术服务的人工成本、智能家居业务的相关服务器成本等。

（2）主营业务成本内容说明

海外服务器费用主要是为保持软件产品在线销售的良好状态、为用户下载、系统自动发送注册码提供技术支持的专用服务器，其折旧、托管费用及相应的宽带费用计入营业成本。

CDN（Content Delivery Network），即网站加速系统，可解决网络拥挤的状况，提高用户访问公司网站以及下载软件产品的响应速度和下载成功率，优化用户购物体验，促进销售。公司于 2012 年向网宿科技购置了海外服务器，并选用了网宿科技提供的 CDN 网站加速服务，2015 年新增北京优术作为 CDN 网站加速服务商。

SDK（Software Development Kit），即软件开发工具包，是辅助研发人员开发的工具或技术，包括 OCR（光学字符识别技术，可识别图片格式上的文字）、MPEG（一种视频音频转换压缩技术）、MPEG Encoder（一种视频音频编码技术）、MusicID（一种音乐来源的识别技术）、Starburn（一种光盘文件抓取、刻录、管理技术）。OCR 主要用于文档类格式转换软件产品，Starburn、MPEG、MPEG Encoder 及 MusicID 主要用于多媒体类软件产品。

软件光盘及其包装费主要是针对日本消费者在线销售的软件刻录光盘及外包装的制作费用，消费者可直接运用光盘在电脑端安装。

（3）营业成本结构分析

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
海外服务器费用	97.19	12.01%	84.94	9.06%	48.29	9.15%	56.43	14.86%
CDN 网站加速费	360.07	44.49%	454.07	48.44%	290.78	55.08%	235.33	61.96%
SDK 授权使用费	49.56	6.12%	88.07	9.40%	92.41	17.50%	55.02	14.49%
光盘及包装费	4.13	0.51%	10.38	1.11%	4.05	0.77%	10.23	2.69%
其他	298.44	36.87%	299.93	32.00%	92.38	17.50%	22.79	6.00%
合计	809.39	100%	937.38	100%	527.91	100%	379.81	100%

由于公司软件产品及电子商务销售模式的特殊性，当客户付款后公司服务器自动发送注册码即完成交易。注册码通过服务器自动即时生成，不需要大量的物理生产与存储，因此，公司营业成本金额较低。

公司与消费类软件产品相关的营业成本主要是海外服务器费用、CDN 网站加速费、SDK 授权使用费等。报告期内，公司营业成本分别为 379.81 万元、527.91 万元、937.38 万元和 809.39 万元。为保证海外销售规模持续扩大的技术支持，公司不断更新配置更具效率、更高容量的服务器，海外服务器费用增长较快。公司于 2012 年开始引入 CDN 网站加速服务以优化用户购物体验，随着公司经营业绩的不断增长，公司网站访问量及产品下载量持续增长，CDN 费用快速增长。2016 年其他类营业成本上升较快系公司逐渐延伸智能家居业务，报告期内智能家居产品销售成本分别为 5.38 万元、2.23 万元、205.20 万元和 236.36 万元。

6、毛利率分析

（1）综合毛利率变动情况

报告期内，公司综合毛利率情况如下：

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
综合毛利率	96.31%	97.45%	97.99%	98.32%

本公司属于软件行业的高新技术企业，报告期内综合毛利率分别为 98.32%、97.99%、97.45%和 96.31%，较高的毛利率水平是由所处的软件行业及经营模式的特性所决定。

公司营业收入主要来自消费类软件的销售，软件经研发测试完成后，即达到可销售状态，通过网站展示及对外销售。公司主要通过在线方式销售，用户自行下载安装，在线支付成功后，公司通过服务器向其发送注册码，供用户激活使用。公司的软件产品定位和销售模式决定其无需大量实体软件光盘的生产、包装和运输，也不需专门技术人员为客户培训、安装、实施，因此，营业成本较低。

公司营业成本主要是与销售直接相关的服务器折旧及托管费用、CDN 网站加速费、外购应用模块的软件使用费以及光盘成本、智能家居硬件成本。营业成本相对收入规模而言，总金额较小，其在报告期内增减变化对毛利率的影响较小，因此，报告期内公司综合毛利率相对较高，且相对稳定。

（2）消费类软件业务的毛利率变动情况

报告期内，公司消费类软件业务的毛利率情况如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
消费类软件毛利率	97.50%	98.16%	98.19%	98.33%

报告期内，公司消费类软件的毛利率较高，相对稳定，符合公司所处的行业特性及在线销售模式的特征。

（3）与同行业毛利率的比较分析

公司选取了 4 家软件产品类型接近、采用电子商务销售模式的境外上市公司，以及 5 家境内 A 股软件行业上市公司主营业务中的软件销售业务的毛利率，具体情况如下：

公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
讯连科技（5203.TW）	87.08%	86.29%	85.92%	86.04%
Adobe*（ADBE, Nasdaq）	90.97%	91.39%	92.00%	94.28%
Symantec*（SYMC, Nasdaq）	-	-	81.62%	87.64%
金山软件（03888.HK）	61.93%	67.85%	76.76%	82.40%
境外上市公司平均	79.99%	81.84%	84.08%	87.59%

久其软件	91.43%	93.53%	96.86%	98.56%
广联达	92.77%	93.33%	95.97%	96.46%
用友网络	-	98.32%	98.90%	95.55%
北信源	96.71%	95.20%	94.46%	94.58%
拓尔思	84.93%	83.12%	85.25%	85.74%
境内上市公司平均	91.46%	92.70%	94.29%	94.18%
境内外上市公司平均	85.73%	87.27%	89.18%	90.88%
本公司	97.50%	98.16%	98.19%	98.33%

数据来源：巨潮资讯、公开披露年报、半年报。

注：1、Adobe 年报周期每年 52 周，其财年的截止日为离当年 11 月 30 日最近的周五，上表内选用的毛利率为 Adobe 收入分类中的软件产品（product）销售毛利率；3、Symantec（赛门铁克）年报周期每年 52 周，其财年的截止日为离当年 3 月 31 日最近的周五，上表内选用的毛利率为赛门铁克收入分类中的注册码（license）销售毛利率，其 2016 年年报及 2017 年一季度、二季度财报未披露注册码的销售毛利率；4、久其软件、用友网络、北信源采用的是其年报及半年报披露的软件产品的毛利率，用友网络半年报未披露软件产品的毛利率；广联达采用的是其年报及半年报披露的软件收入的毛利率；拓尔思采用的是其年报及半年报披露的软件、安全产品销售的毛利率。

由此可见，境内外上市公司的软件开发销售毛利率较高，是行业的总体特征。上述上市公司毛利率之间的差异，主要是由产品定位及经营模式的差异所造成。部分公司因采取线下光盘形式销售软件、软件需技术人员实施现场调试、研发支出资本化等因素，营业成本相对较高，拉低其毛利率。下表列示了对同行业上市公司毛利率造成差异影响的主要因素：

公司名称	产品类型	是否在线销售	是否自行安装使用	研发支出是否费用化
讯联科技	多媒体影音软件	是	是	是
Adobe	数字媒体及文档软件	是	是	是
Symantec	网络安全软件	是	是	是
金山软件	娱乐及信息安全软件	是	是	否
久其软件	企业集团管控及电子政务软件	否	否	否
广联达	工程项目管理软件	是	否	是

用友软件	大型企业及电子商务平台管理系统	否	否	否
北信源	信息网络安全软件	否	否	是
拓尔思	企业搜索与信息资源整理及网络搜索引擎	否	否	否
本公司	消费类软件	是	是	是

注 1：在线销售，是指主要依靠互联网渠道进行网络销售；

注 2：上表信息来自各公司公开披露的年报、招股说明书、公司网站信息。

本公司面对的用户主要是普通消费者，软件产品数量类别多，单价低，依托全球化的第三方平台，面向全球市场，终端用户市场潜力大且销售快捷；终端用户可自行下载安装使用，无需通过光盘等存储介质及实体店渠道获取软件产品，无需专业技术人员提供现场安装指导，公司的销售成本较低；公司研发支出均于当期费用化，营业成本中未有无形资产摊销影响，导致公司毛利率相比软件同行业上市公司较高。

（4）不同销售模式下收入的比例及毛利率

发行人的产品销售以自有电子商务网站为核心，App Store 渠道作为补充。

发行人的营业成本包括与消费类软件产品相关的海外服务器费用、CDN 网站加速费和 SDK 授权使用费。上述成本主要与网站访问量、产品下载数量和总体销售数量有关，不受销售渠道的直接影响，无法与销售的软件产品一一对应。假设以不同销售模式确认的销售收入的占比情况分摊销售成本，分别核算不同销售模式的毛利率。报告期内，发行人不同销售模式下的收入占比及毛利率情况如下：

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
直销模式	71.12%	97.73%	77.12%	98.32%	66.72%	98.49%	27.88%	98.73%
经销模式	27.48%	97.23%	21.19%	97.81%	30.82%	97.88%	68.17%	98.25%
分销模式	1.40%	100%	1.69%	100%	2.46%	100%	3.95%	100%
合计	100%	97.50%	100%	98.16%	100%	98.19%	100%	98.33%

注 1：直销模式下合作平台包括 PayPal、QANDY、Alipay、乾汇和 Worldpay 等第三方支付平台；经销模式下合作平台包括 Digital River、Avangate、EASECOM 等第三方电子商务平台；分销模式下合作平台为 Apple。

注 2：分销模式 Apple 系独立的 App Store 销售渠道，不承担服务器、网络加速费等营

业成本，所以毛利率按 100%列示。

7、期间费用分析

（1）报告期内期间费用总体分析

报告期内，公司销售费用、管理费用、财务费用相关情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	10,195.67	46.47%	18,243.44	49.55%	12,339.71	46.95%	9,313.84	41.22%
管理费用	7,219.81	32.90%	12,605.18	34.24%	8,414.40	32.02%	8,068.54	35.70%
财务费用	169.60	0.77%	-189.55	-0.51%	-84.04	-0.32%	179.60	0.79%
合计	17,585.08	80.14%	30,659.07	83.27%	20,670.07	78.65%	17,561.98	77.70%

注：“占比”指占营业收入的比重。

公司作为一家消费类软件企业，产品研发和营销投入为业绩增长的主要驱动力，与公司业务规模持续扩大相对应，公司近年期间费用总额逐年上升，其占营业收入的比重分别为 77.70%、78.65%、83.27%和 80.14%。

（2）销售费用变动分析

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传费	7,732.21	75.84%	13,849.67	75.92%	9,675.34	78.41%	7,421.98	79.69%
员工薪酬	1,650.38	16.19%	2,790.63	15.30%	1,872.24	15.17%	1,541.43	16.55%
平台手续费	510.26	5.00%	955.57	5.24%	623.98	5.06%	196.04	2.10%
其他营销费用	108.29	1.06%	439.19	2.41%	136.94	1.11%	130.15	1.40%
折旧与摊销	194.53	1.91%	208.38	1.14%	31.22	0.25%	24.25	0.26%
合计	10,195.67	100%	18,243.44	100%	12,339.71	100%	9,313.84	100%

随着公司销售规模的持续扩大，公司销售费用呈逐年上升态势。2015年、2016年销售费用分别较上年增加 3,025.87 万元、5,903.73 万元，增幅分别为 32.49%、47.84%。销售费用增加较多的主要原因系为了使消费者更容易获知公司产品信息，提高产品知名度，公司加大了在国外主要搜索引擎商点击付费广告

的投入，支付给 Google、Bing、Yahoo 等的广告宣传费用增加，2015 年、2016 年公司广告宣传费分别较上年增加 2,253.36 万元、4,174.33 万元。报告期内，公司销售费用大部分是与收入同步增长的支出，如销售人员工资、广告宣传费、平台手续费等，在销售收入增长的同时，公司整体销售费用也同步增加。

报告期内，公司广告宣传费占销售费用比重分别为 79.69%、78.41%、75.92% 和 75.84%，总体呈下降态势，广告宣传费主要系公司针对海外主流搜索引擎 Google、Bing、Yahoo 等投放的网络关键词广告产生的费用。近年来公司业务规模扩张较快，网络关键词广告主要按用户点击数量计费，广告费用的增长，支撑了公司营业收入增长。其次，该费用还包括公司针对搜索引擎以外的推广费用，包括邮件营销、YouTube 视频广告、展示广告、展览费等费用。

报告期内，销售人员薪酬分别为 1,541.43 万元、1,872.24 万元、2,790.63 万元和 1,650.38 万元，占销售费用的比重分别为 16.55%、15.17%、15.30%和 16.19%，主要为负责网络营销部门的人员工资及福利等。

2016 年折旧与摊销费用增加较多主要系收购 www.keepvid.com 网站形成的摊销金额所致。其他营销费用主要系网站音视频资源及设计费、翻译费、展会费、品牌梳理服务费、营销工具购买等费用。

①广告宣传费

报告期内，广告宣传费明细内容如下：

单位：万元

广告宣传费	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Google 广告费	5,420.39	70.47%	9,945.16	71.81%	7,588.48	78.43%	6,103.61	82.24%
Bing 广告费	1,172.28	15.24%	1,860.17	13.43%	984.21	10.17%	355.19	4.79%
第三方软件推广 平台推广费	304.61	3.96%	420.94	3.04%	365.65	3.78%	413.75	5.57%
社交媒体营销费	275.53	3.58%	302.45	2.18%	-	-	-	-
搜索引擎优化费	262.40	3.39%	256.44	1.85%	185.88	1.92%	130.27	1.76%
Yahoo 广告费	150.47	1.96%	260.07	1.88%	211.95	2.19%	155.64	2.10%

智能家居推广费	74.55	0.97%	470.70	3.40%	111.83	1.16%	102.2	1.38%
下载站广告费	32.04	0.42%	141.67	1.02%	156.44	1.62%	106.37	1.43%
邮件营销费	16.12	0.21%	26.41	0.19%	54.13	0.56%	22.15	0.30%
其他	23.82	0.31%	165.66	1.20%	16.77	0.17%	32.8	0.44%
合计	7,732.21	100%	13,849.67	100%	9,675.34	100%	7,421.98	100%

A.广告推广服务供应商、采购金额及占比情况

根据不同的渠道对各类形式的广告宣传费按供应商主体进行分类，报告期内发行人与搜索引擎、第三方软件推广平台以及其他营销推广各主体的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	分类	广告推广服务 供应商名称	采购额	占比
2017年1-6月	搜索引擎	Google	5,420.39	70.10%
		Bing	1,172.28	15.16%
		Yahoo	150.47	1.95%
	主要第三方 软件推广平 台	Linkconnector	123.34	1.60%
		Commission Junction	111.47	1.44%
		Linkshare	40.63	0.53%
		Shareasale	7.63	0.10%
	其他营销推 广方式	其他	706	9.13%
		其中：智能家居推广	74.55	-
		合计	7,732.21	100.00%
2016年度	搜索引擎	Google	9,945.16	71.81%
		Bing	1,860.17	13.43%
		Yahoo	260.07	1.88%
	主要第三方 软件推广平 台	Commission Junction	213.04	1.54%
		Linkconnector	90.32	0.65%
		Linkshare	50.57	0.37%
		Shareasale	27.78	0.20%
	其他营销推 广方式	其他	1,402.56	10.13%
		其中：智能家居推广	470.70	-

		合计	13,849.67	100.00%
2015 年度	搜索引擎	Google	7,588.48	78.43%
		Bing	984.21	10.17%
		Yahoo	211.95	2.19%
	主要第三方软件推广平台	Commission Junction	244.73	2.53%
		Linkconnector	64.02	0.66%
		Linkshare	17.67	0.18%
		Shareasale	2.61	0.03%
	其他营销推广方式	其他	561.67	5.81%
		其中：智能家居推广	111.83	-
			合计	9,675.34
2014 年度	搜索引擎	Google	6,103.61	82.24%
		Bing	355.19	4.79%
		Yahoo	155.64	2.10%
	主要第三方软件推广平台	Commission Junction	215.06	2.90%
		Linkconnector	55.56	0.75%
		Linkshare	17.60	0.24%
		Shareasale	9.25	0.12%
	其他营销推广方式	其他	510.07	6.87%
		其中：智能家居推广	102.20	-
			合计	7,421.98

注：“其他营销推广方式”除了智能家居推广外，包括社交媒体营销、下载站点营销、邮件营销等方式，费用由发行人直接支付给网络上的意见领袖、网络红人、下载站点等营销推广主体。

报告期发行人的营业收入稳步增长，营销推广费用也随之呈增长趋势。主要推广渠道的广告宣传费变化的原因如下：

搜索引擎付费广告

报告期发行人支付给 Google 的广告费用分别为 6,103.61 万元、7,588.48 万元、9,945.16 万元、5,420.39 万元，呈逐步增长趋势，主要原因系 Google 搜索引擎付费广告给发行人带来了较好的广告投入回报，报告期 Google 广告投入 ROI 指标（即每一元广告投入带来的收入）分别为 1.48、1.49、1.47、1.50。

报告期发行人支付给 Bing 广告费分别为 355.19 万元、984.21 万元、1,860.17 万元、1,172.28 万元，增长速度较快，主要原因系 Bing 搜索引擎付费广告投入回报率高，报告期 Bing 广告投入 ROI 指标（即每一元广告投入带来的收入）分别为 1.95、1.91、1.62、1.63。

报告期发行人支付给 Yahoo 的广告费用分别为 155.64 万元、211.95 万元、260.07 万元、150.47 万元，保持稳步增长，但投入金额较小，主要是由于发行人 Yahoo 的广告投入主要是针对日本市场，而 Google、Bing 的广告投入为全球市场。

第三方软件推广平台推广费

报告期发行人支付的第三方软件推广平台推广费分别为 413.75 万元、365.65 万元、420.94 万元、304.61 万元，保持较为稳定。发行人主要依靠自身的营销渠道进行产品推广，且第三方软件推广平台需要支付的佣金比例较高，因此，发行人对第三方软件推广平台的投入保持相对稳定。

其他营销推广费用

发行人的其他营销推广费用主要包括搜索引擎优化费、社交媒体营销费、下载站广告费以及邮件营销费。发行人对搜索引擎优化费投入保持稳步增长，发行人的主要网站自然搜索排名也不断提升；同时，随着视频等社交传播渠道的兴起，2016 年发行人开始增加社交媒体营销渠道；下载站广告费和邮件营销费发生较小。

B. 竞价类与非竞价类广告的比例

报告期内，发行人搜索引擎付费广告推广渠道主要有 Google、Bing 和 Yahoo，该部分广告费用及下载站点的广告费用为竞价类推广费（按点击量付费），其余的广告费用为非竞价类推广费。报告期内发行人推广费以竞价类推广费为主。

竞价类推广费和非竞价类推广费的比例如下：

单位：万元

广告宣传费	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
竞价类推广费	6,775.18	87.62%	12,207.07	88.14%	8,941.08	92.41%	6,720.81	90.55%

非竞价类推广费	957.03	12.38%	1,642.60	11.86%	734.26	7.59%	701.17	9.45%
合计	7,732.21	100%	13,849.67	100%	9,675.34	100%	7,421.98	100%

C. 发行人通过各广告推广服务供应商获取用户数及单位成本、订单数量及单位成本

报告期内，发行人通过各搜索引擎、第三方软件推广平台以及其他营销推广方式获取访问用户数量分别为12,728.54万个、17,724.18万个、26,413.04万个和17,312.93万个，新增订单数量分别为93.91万个、116.45万个、130.80万个和68.41万个，平稳增长，具体情况如下：

期间	采购金额 (万元)	访问用户数 (ID/万个)	访问用户的单位 成本(元/个)	订单数 (万个)	订单数单位成 本(元/个)
2017年1-6月	7,732.21	17,312.93	0.45	68.41	113.03
2016年度	13,849.67	26,413.04	0.52	130.80	105.88
2015年度	9,675.34	17,724.18	0.55	116.45	83.09
2014年度	7,421.98	12,728.54	0.58	93.91	79.03

注1：由于发行人主要产品为消费类软件产品，消费者整体重复购买率低，表格中发行人各期访问用户数量及订单数量含旧客户及重复购买的数量。

注2：访问用户的单位成本=采购金额÷访问用户数；订单的单位成本=采购金额÷订单数。

访问用户数引流单位成本波动的原因

报告期内，发行人通过各搜索引擎服务、第三方软件推广平台以及其他营销推广方式获取访问用户的单位成本分别为0.58元/个、0.55元/个、0.52元/个和0.45元/个，整体呈下降趋势，主要是因为搜索引擎优化带来的访问量占总的访问量比例不断提升，从2014年的39.85%提升至2017年上半年的51.38%，相对于搜索引擎付费广告，搜索引擎优化的引流成本较低。

发行人主要有搜索引擎付费广告及搜索引擎优化两类营销推广方式。其中搜索引擎优化主要是通过采购外链、文章内容建设等方式，不断完善发行人网站的信息丰富度、网站质量评分，通过此种营销推广方式的经济成本较低，但需要较长时间才能显现效果。发行人经过多年持续不断对搜索引擎优化的投入与优化，其效果逐渐体现，全球网站排名逐渐提升，网站在Google等搜索引擎的自然搜

索排名也持续提升，同时对产品功能、稳定性等不断进行优化，使产品更具实力，网站品牌、口碑及曝光度逐渐加大，使发行人能够获取更多直接访问量及自然搜索流量，使月访问用户推广成本持续降低。

单个订单引流成本波动的原因

报告期内，发行人通过各搜索引擎、第三方软件推广平台以及其他营销推广方式获取订单的单位成本分别为 79.03 元/个、83.09 元/个、105.88 元/个和 113.03 元/个，增长较快，主要原因为：第一，搜索引擎付费广告带来的销售订单数量占访问次数的比例逐年下降，报告期，Google 引擎付费广告带来的销售订单数量占访问次数的比例分别为 0.88%、1.27%、0.85%和 0.82%，而搜索引擎付费广告的推广费占营销推广总费用的比例均超过了 87%，Google 搜索引擎付费广告带来的访问用户转化为销售订单数量的比例下降，导致每月付费用户的单位营销推广成本呈上升趋势。第二，由于搜索引擎付费广告以美元计价，报告期内人民币持续贬值，促使付费用户单位营销推广成本的上升。

a.搜索引擎广告服务商

Google

报告期内，发行人通过 Google 搜索引擎付费广告渠道获取访问用户数量分别为 3,297.46 万个、3,512.60 万个、5,374.55 万个和 3,311.79 万个，订单数量分别为 29.16 万个、44.75 万个、45.55 万个和 27.02 万个，平稳增长，具体情况如下：

期间	采购金额 (万元)	访问用户数 (ID/万个)	访问用户数单位 成本 (元/个)	订单数 (万个)	订单数单位成 本 (元/个)
2017 年 1-6 月	5,420.39	3,311.79	1.64	27.02	200.61
2016 年度	9,945.16	5,374.55	1.85	45.55	218.34
2015 年度	7,588.48	3,512.60	2.16	44.75	169.57
2014 年度	6,103.61	3,297.46	1.85	29.16	209.31

报告期内，发行人通过 Google 搜索引擎付费广告获取访问用户的单位成本分别为 1.85 元/个、2.16 元/个、1.85 元/个和 1.64 元/个，2015 年获取访问用户单位成本略高，2016 年、2017 年 1-6 月成本持续下降的主要原因为：第一，2015 年公司为了在 Google 广告竞价中获取更高的排名，提升了单次点击广告报价，

造成主要产品单次点击成本快速上升；第二，随着公司 Google 广告账户数量的增加，广告策略的优化，在 Google 体系中广告账户质量评分提高，在同等排名的情况下需支付的单次点击成本有所降低；第三，2017 年公司减少了低转换率的 Google 广告关键词的数量，提升了投入产出比。

报告期内，发行人通过 Google 搜索引擎付费广告获取订单的单位成本分别为 209.31 元/个、169.57 元/个、218.34 元/个和 200.61 元/个，2016 年起订单数量单位成本略高的主要原因为从 2016 年起发行人在 Google 搜索引擎付费广告访问用户转化为订单数量的比例有所降低。报告期内 Google 搜索引擎付费广告的销售订单数量占访问次数的比例分别为 0.88%、1.27%、0.85%和 0.82%。Google 搜索引擎付费广告访问用户转化为订单数量的比例降低的原因为：

第一，随着智能设备及 4G 网络的快速普及，通过智能设备访问 Google、Bing、Yahoo 等搜索引擎，并在搜索引擎中搜索发行人产品的访客越来越多。报告期内，通过智能设备访问发行人网站的用户比例由 2014 年的 11.59%提升到 2017 年的 28.34%，而发行人产品基本需要运行在桌面上，因此部分用户存在先通过智能设备点击付费广告访问发行人网站，后又转到桌面电脑再次通过付费广告访问发行人网站的比例逐年增加。

第二，2016 年起，发行人逐步增加了对小语种市场如法国、西班牙、意大利、中东等国家和地区的营销推广力度，由于尚属摸索期与开拓期，发行人在此类国家和地区的转化率相对于成熟市场如美国、英国、日本等较低，因此整体拉低了转化率。

第三，2015 年起，来自于印度、巴西、墨西哥等人口众多的发展中国家访问量快速增长，但其购买力相对较弱，亦导致了转化率的下降。

Bing

报告期内，发行人通过 Bing 搜索引擎付费广告获取访问用户数量分别为 246.65 万个、780.91 万个、1,147.05 万个和 636.25 万个，订单数量分别为 2.37 万个、8.65 万个、11.45 万个和 6.63 万个，呈上升趋势，具体情况如下：

期间	采购金额 (万元)	访问用户数 (ID/万个)	访问用户数单位 成本 (元/个)	订单数 (万 个)	订单数单位成 本 (元/个)
----	--------------	------------------	---------------------	--------------	-------------------

2017年1-6月	1,172.28	636.25	1.84	6.63	176.81
2016年度	1,860.17	1,147.05	1.62	11.45	162.46
2015年度	984.21	780.91	1.26	8.65	113.78
2014年度	355.19	246.65	1.44	2.37	149.87

报告期内，发行人通过 Bing 搜索引擎付费广告获取访问用户的单位成本分别为 1.44 元/个、1.26 元/个、1.62 元/个和 1.84 元/个，订单的单位成本分别为 149.87 元/个、113.78 元/个、162.46 元/个和 176.81 元/个，总体呈上升趋势，主要原因为从 2016 年起发行人在 Bing 搜索引擎付费广告访问用户转化为订单数量的比例降低所致，报告期内 Bing 搜索引擎付费广告销售订单数量占访问次数的比例分别为 0.96%、1.11%、1.00%、1.04%。

Yahoo

报告期内，发行人通过 Yahoo 搜索引擎付费广告获取访问用户数量分别为 172.64 万个、257.58 万个、234.57 万个和 68.62 万个，订单数量分别为 0.74 万个、1.46 万个、1.61 万个和 0.86 万个，呈上升趋势，具体情况如下：

期间	采购金额 (万元)	访问用户数 (ID/万个)	访问用户数单位 成本 (元/个)	订单数 (万 个)	订单数单位成 本 (元/个)
2017年1-6月	150.46	68.62	2.19	0.86	174.95
2016年度	260.07	234.57	1.11	1.61	161.53
2015年度	211.95	257.58	0.82	1.46	145.17
2014年度	155.64	172.64	0.90	0.74	210.32

报告期内，发行人通过 Yahoo 搜索引擎付费广告获取访问用户的单位成本分别为 0.90 元/个、0.82 元/个、1.11 元/个和 2.19 元/个。订单的单位成本分别为 210.32 元/个、145.17 元/个、161.53 元/个和 174.95 元/个，2014 年发行人与 Yahoo 的合作尚处于探索期，合作规模较小，投入成本较高，2015 年随着发行人广告投放策略的优化，单位推广成本较 2014 年下降较多，从 2016 年起发行人在 Yahoo 搜索引擎付费广告新增访问用户转化为新增订单数量的比例逐渐降低，因此新增订单数单位成本有所上升。

b.主要第三方软件推广平台

Commission Junction

报告期内，发行人通过 Commission Junction 获取访问用户数量分别为 64.77 万个、75.45 万个、61.76 万个和 45.52 万个，订单数量分别为 1.31 万、1.38 万个、1.28 万个和 0.59 万个，呈上升趋势，具体情况如下：

期间	采购金额 (万元)	访问用户数 (ID/万个)	访问用户数单位 成本 (元/个)	订单数 (万 个)	订单数单位成 本 (元/个)
2017 年 1-6 月	111.47	45.52	2.45	0.59	188.93
2016 年度	213.04	61.76	3.45	1.28	166.44
2015 年度	244.73	75.45	3.24	1.38	177.34
2014 年度	215.06	64.77	3.32	1.31	164.17

报告期内，发行人通过 Commission Junction 获取访问用户的单位成本分别为 3.32 元/个、3.24 元/个、3.45 元/个和 2.45 元/个，订单的单位成本分别为 164.17 元/个、177.34 元/个、166.44 元/个和 188.93 元/个，总体上升。

Linkconnector

报告期内，发行人通过 Linkconnector 获取访问用户数量分别为 32.56 万个、46.76 万个、63.47 万个和 124.86 万个，新增订单数量分别为 0.57 万个、0.50 万个、0.66 万个和 0.80 万个，呈上升趋势，具体情况如下：

期间	采购金额 (万元)	访问用户数 (ID/万个)	访问用户数单位 成本 (元/个)	订单数 (万 个)	订单数单位成 本 (元/个)
2017 年 1-6 月	123.34	124.86	0.99	0.80	154.18
2016 年度	90.32	63.47	1.42	0.66	136.85
2015 年度	64.02	46.76	1.37	0.50	128.04
2014 年度	55.56	32.56	1.71	0.57	97.47

报告期内，发行人通过 Linkconnector 获取访问用户的单位成本分别为 1.71 元/个、1.37 元/个、1.42 元/个和 0.99 元/个，波动较大，主要原因系为了降低营销推广费用成本，发行人分别在 2015 年初、2016 年末调降了通过 Linkconnector 的营销推广佣金比例，使同期营销推广成本有所降低；订单的单位成本分别为 97.47 元/个、128.04 元/个、136.85 元/个和 154.18 元/个，上涨较快，主要原因为受访问客户转化为购买客户的转化率下滑影响，订单数量增长速度低于访问量的提升。

Linkshare

报告期内，发行人通过 Linkshare 获取访问用户数量分别为 3.35 万个、9.29 万个、23.53 万个和 7.47 万个，订单数量分别为 0.18 万个、0.19 万个、0.45 万个和 0.23 万个，平稳增长，具体情况如下：

期间	采购金额 (万元)	访问用户数(ID/ 万个)	访问用户数单位 成本(元/个)	订单数(万 个)	订单数单位成 本(元/个)
2017年1-6月	40.63	7.47	5.44	0.23	176.65
2016年度	50.57	23.53	2.15	0.45	112.38
2015年度	17.67	9.29	1.90	0.19	93.00
2014年度	17.60	3.35	5.25	0.18	97.78

报告期内，发行人通过 Linkshare 获取访问用户的单位成本分别为 3.35 元/个、9.29 元/个、23.53 元/个和 7.47 元/个，波动较大，发行人与 Linkshare 的合作规模较小，受自然销售趋势波动影响较大，因此不具备代表性。

报告期内，发行人通过 Linkshare 获取订单的单位成本分别为 97.78 元/个、93.00 元/个、112.38 元/个和 176.65 元/个，上涨较快，主要原因为受访问客户转化为购买客户的转化率下滑影响，订单数量增长速度低于访问量的提升。

Shareasale

报告期内，发行人通过 Shareasale 获取访问用户数量分别为 2.99 万个、1.18 万个、2.25 万个和 1.32 万个，订单数量分别为 0.08 万个、0.03 万个、0.16 万个和 0.04 万个，呈波动趋势，具体情况如下：

期间	采购金额 (万元)	访问用户数(ID/ 万个)	访问用户数单位 成本(元/个)	订单数(万 个)	订单数单位成 本(元/个)
2017年1-6月	7.63	1.32	5.78	0.04	190.75
2016年度	27.78	2.25	12.35	0.16	173.63
2015年度	2.61	1.18	2.21	0.03	87.00
2014年度	9.25	2.99	3.09	0.08	115.63

报告期内，发行人通过 Shareasale 获取访问用户的单位成本分别为 3.09 元/个、2.21 元/个、12.35 元/个和 5.78 元/个，波动较大，发行人与 Linkshare 的合作

规模较小，尚处于小范围合作期，受自然销售趋势波动影响较大，因此不具备代表性。

报告期内，发行人通过 Shareasale 获取订单数量单位成本分别为 115.63 元/个、87.00 元/个、173.63 元/个和 190.75 元/个，波动较大，发行人与 Linkshare 的合作规模较小，尚处于小范围合作期，受自然销售趋势波动影响较大，因此不具备代表性。

②平台手续费

报告期内，各第三方支付平台收款金额、发行人支付的手续费情况如下：

期间	平台名称	订单数（万个）	平台收款金额（万元）	平台手续费（万元）
2017年1-6月	PayPal	21.84	7,139.94	253.07
	Worldpay	1.63	416.62	23.98
	QANDY	20.36	7,246.78	216.32
	鼎付	0.77	208.96	7.39
	支付宝	-	10.09	0.08
	财付通	-	1.79	0.02
	合计		15,024.18	500.86
2016年	PayPal	41.26	12,844.87	456.75
	Alipay	14.93	4,514.25	158.57
	Worldpay	5.52	1,594.23	85.12
	QANDY	26.02	8,686.82	243.23
	合计		27,640.17	943.67
2015年	PayPal	36.87	10,188.94	349.72
	乾汇	1.02	235.17	7.09
	Alipay	10.3	3,139.36	105.40
	Worldpay	16.25	3,922.71	161.69
	合计		17,486.18	623.90
2014年	PayPal	21.16	5,397.01	184.14
	DSK	0.19	47.15	1.78
	乾汇	1.32	337.9	10.13
	合计		5,782.06	196.05

注 1：平台收款额为第三方支付平台收到的终端客户支付的含税销售额；

注 2：发行人于 2017 年 5 月与国内第三方支付平台支付宝、财付通合作，支持国内用户购买发行人软件。

注 3：Alipay 系支付宝（中国）在香港设立的子公司，为发行人提供海外业务代收服务。

报告期内，发行人通过第三方支付平台收款金额分别为 5,782.06 万元、17,486.18 万元、27,640.17 万元、15,024.18 万元，实际支付第三方支付平台手续费分别为 196.05 万元、623.90 万元、943.67 万元、500.86 万元。

2015 年手续费较 2014 年大幅上升的原因为公司通过 PayPal、Worldpay、Alipay 等第三方支付平台结算的销售收入由 2014 年的 5,782.06 万元上升至 2015 年的 17,486.18 万元，此类第三方支付平台费率保持在 2.35%~4.20% 区间，平台手续费增长较快。2016 年，随着公司销售收入的迅速增长，公司通过第三方支付平台代收款金额亦保持上升，导致平台手续费有所增长。

（3）管理费用变动分析

报告期内，公司管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
研发费用	4,123.55	57.11%	7,513.76	59.61%	5,591.82	66.46%	4,919.27	60.97%
员工薪酬	1,510.96	20.93%	2,560.63	20.31%	1,646.12	19.56%	1,859.26	23.04%
折旧与摊销	332.65	4.61%	467.04	3.71%	441.47	5.25%	175.91	2.18%
房租及物业费	323.93	4.49%	318.35	2.53%	185.64	2.21%	464.67	5.76%
中介机构服务费	245.36	3.40%	522.25	4.14%	15.86	0.19%	53.63	0.66%
办公费	204.28	2.83%	227.67	1.81%	151.06	1.80%	144.09	1.79%
差旅费	79.19	1.10%	153.62	1.22%	48.08	0.57%	86.53	1.07%
会务费	68.67	0.95%	101.98	0.81%	78.51	0.93%	113.81	1.41%
其他费用	331.24	4.59%	739.88	5.87%	255.84	3.04%	251.36	3.12%
合计	7,219.81	100%	12,605.18	100%	8,414.40	100%	8,068.54	100%

报告期内，公司管理费用管控较好，与营业收入保持同步增长。2016 年增加较快主要系公司同时加大了消费类软件及智能云操作平台的研发投入。公司的管理费用主要由研发费用、职能部门员工及管理人员薪酬、房租及物业费、中介机构服务费、折旧摊销费及行政办公费等构成。

报告期内，公司的研发费分别为 4,919.27 万元、5,591.82 万元、7,513.76 万元和 4,123.55 万元，占销售收入比重分别为 21.76%、21.28%、20.41% 和 18.79%，主要由研发人员的薪酬构成。公司作为一家消费类软件企业，高度重视产品研发

与创新，持续保持对产品研发项目的较大投入，研发费支出能为公司带来产品创新和新技术的研发，为未来业务持续增长奠定坚实的基础。

报告期内，管理费用中房租及物业费分别为 464.67 万元、185.64 万元和 318.35 万元和 323.93 万元，呈波动态势。2014 年末公司迁入自有办公楼，2015 年房租及物业费大幅下降，主要由海外子公司房租及物业费组成，2016 年深圳斑点猫和兴家科技租用办公、生产场所，房租及物业费增长。

（4）财务费用变动分析

公司财务费用主要包括利息支出、汇兑损益等，报告期内明细如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	-	-	92.86	238.85
减：利息收入	4.36	19.44	35.08	87.41
汇兑损益	152.41	-192.64	-155.81	8.65
银行手续费	21.55	22.54	13.99	19.50
合计	169.60	-189.55	-84.04	179.60

报告期内，公司的财务费用金额较小，主要系利息支出、汇兑损益及银行手续费。2014 年，财务费用较高主要系借款利息支出较大所致；截至 2015 年 12 月 31 日，公司已偿付完毕全部银行借款，2016 年亦未产生新的银行借款。2015 年、2016 年，受益于人民币贬值的影响，公司产生汇兑收益分别为 155.81 万元、192.64 万元，导致财务费用整体为负。

8、近三年及一期缴纳主要税款情况

（1）企业所得税缴纳情况

单位：万元

期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2017 年 1-6 月	93.82	632.49	432.05	294.26
2016 年度	142.91	802.63	851.72	93.82
2015 年度	12.40	457.20	326.69	142.91
2014 年度	95.03	493.10	575.73	12.40

根据深圳市南山区国家税务局分别于 2014 年 1 月 15 日、2016 年 6 月 8 日下发“深国税南减免备案[2014]31 号”《深圳市国家税务局税收优惠登记备案通知书》、“深国税南减免备案[2016]1139 号”《深圳市国家税务局企业所得税优惠事项备案通知书》”，发行人在 2014 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日期间按 10% 的税率缴纳企业所得税，已经获得相关税务部门的许可。根据 2016 年 7 月 4 日《深圳市国家税务局、深圳市地方税务局关于软件和集成电路产业企业所得税优惠事项办理的通告》规定，自 2015 年起凡享受《财政部 国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27 号）规定的定期减免税优惠政策的软件、集成电路企业，改为每年都应按按照规定向主管税务机关进行企业所得税优惠政策的备案，在季度预缴时可以享受税收优惠，公司 2016 年 1 月至 10 月适用国家重点软件企业的企业所得税率 10%。

发行人于 2016 年 11 月 17 日工商注册地址变更至西藏拉萨，根据《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区企业所得税政策实施办法的通知》（藏政发[2014]51 号）第三条规定（西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税 15% 的税率）以及第四条规定（自 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止，暂免征收我区企业应缴纳的企业所得税中属于地方分享的部分，采矿业及矿业权交易行为有关企业所得税政策另行研究），2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止免征企业所得税中地方享有部分，发行人 2016 年 11 月至 2017 年 6 月期间的企业所得税税率为 9%。深圳分公司适用国家重点软件企业的企业所得税率 10%。

（2）国内增值税缴纳情况

单位：万元

期 间	期初未交数	本期应交数	进项税额转出	本期已交数	期末未交数
2017 年 1-6 月	-93.46	-318.90	251.56	-	-160.81
2016 年度	-518.12	-233.86	658.52	-	-93.46
2015 年度	-309.26	-208.85	-	-	-518.12
2014 年度	-207.20	-102.06	-	-	-309.26

本公司系软件企业，为增值税一般纳税人，销售商品适用 17% 的税率。根据 2000 年 7 月 1 日实施的《财政部国家税务总局海关总署关于鼓励软件产业和集

成电路产业发展有关税收政策问题的通知》（财税[2000]25号）、2004年1月1日施行的《财政部国家税务总局关于调整出口货物退税率的补充通知》（财税[2003]238号）及2011年1月1日起实行的《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100号），计算机软件出口实行免税。本公司软件产品面向海外消费者，软件收入均来自海外销售，享受免征增值税政策，采购产生增值税进项税额，因此增值税期末未交数均为负。

发行人于2016年11月17日搬迁至西藏拉萨，系西藏地区的增值税一般纳税人，2016年进项税额转出658.52万元主要系未抵扣的增值税进项税依增值税征收规定不得继续抵扣，作进项税额转出处理。

（3）欧盟增值税缴纳情况

发行人于欧盟地区直接销售至消费者的收入需缴纳欧盟增值税，报告期各期末，发行人欧盟增值税期末应交余额分别为274.00万元、940.71万元、1,653.54万元、2,092.19万元。

截至2017年9月5日，发行人母公司就上述欧盟增值税期末余额2,092.19万元已缴纳1,662.55万元，其余429.64万元为子公司香港万兴尚未缴纳的税额，由于香港万兴注册的欧盟增值税税号尚处于欧盟增值税VAT MOSS系统的审核期，该等税额在2017年内暂无法缴纳。

9、收益率指标分析

指标名称	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
销售净利率	11.86%	13.47%	18.50%	20.97%
加权平均净资产收益率（归属于母公司股东的净利润）	14.47%	29.87%	28.00%	32.46%
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润）	14.58%	27.13%	26.54%	28.66%

报告期内，公司销售净利率分别为20.97%、18.50%、13.47%和11.86%，加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润）分别为28.66%、26.54%、27.13%和14.58%。报告期内，公司销售规模不断扩大，具有较好的盈利能力，销售净利率和净资产收益率均保持在较高的水平，2016年销

售净利率下降主要系控股子公司深圳斑点猫加大研发投入、未抵扣的增值税进项税额转出、确认与上市相关的中介机构服务费消耗较多利润所致。未来，公司将继续提升产品研发和互联网营销等核心能力，持续增强公司的盈利水平。

10、非经常性损益、投资收益及少数股东损益

报告期内，公司非经常性损益、投资收益及少数股东损益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
非经常性损益	-38.88	645.81	285.88	615.02
投资收益	1.59	6.60	-	-
少数股东损益	-864.84	-1,388.88	-128.50	-

报告期内，非经常性损益主要为收到的各政府部门发放的财政补贴收入，详细参见招股说明书本节之“一、财务会计信息（五）非经常性损益”。

2015年、2016年、2017年1-6月少数股东损益-128.50万元、-1,388.88万元、-864.84万元主要归属于深圳斑点猫少数股东。

11、管理层对盈利能力的总结

公司管理层认为，根据公司稳定的经营模式和较强的竞争优势，公司在未来几年内可保持盈利能力的持续性与稳定性。

公司在加强技术开发、推进产品创新、提升营销收入转换率的基础上，建立了以个性化消费类软件需求开发为重心、运作成熟的研发创新机制、以直接面向终端客户的网络营销策略、在线多语种售后服务为特点的业务体系，公司获得了Digital River公司的Internet Commerce Excellence（ICE）Award。

预计未来几年内，本公司仍将紧跟用户的个性化需求，抓住智能终端向智能穿戴设备、智能家居产业延伸并快速发展的良好机遇，通过营销本地化及电子商务平台的持续优化，不断巩固与提升本公司产品的行业知名度，加大产品研发创新，为客户提供更优质的技术解决方案，不断扩大本公司产品的经营规模，增强盈利能力。

（四）财务状况分析

1、资产状况分析

单位：万元

项目	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	8,234.70	30.94%	9,686.23	34.78%	8,237.78	35.41%	7,649.41	33.59%
非流动资产	18,378.16	69.06%	18,163.42	65.22%	15,026.14	64.59%	15,120.10	66.41%
资产总计	26,612.86	100%	27,849.65	100%	23,263.92	100%	22,769.51	100%

报告期内，公司资产规模呈稳定增长态势，从2014年末的22,769.51万元增至2016年末的27,849.65万元，2015年末和2016年末的资产余额增长率分别为2.17%和19.71%。公司资产规模的扩大主要源于主营业务的快速增长。

公司属于软件开发行业，致力于消费类软件的研发，主要通过线上方式推广、销售软件产品，行业特点及自身经营模式决定其对土地、厂房及机械设备等固定资产投资较少。

2015年流动资产较上年上升588.37万元，主要系公司盈利产生的货币资金增加467.79万元；2016年末非流动资产较2015年末增加3,137.28万元，主要系公司收购www.keepvid.com网站所致。

（1）流动资产构成分析

单位：万元

项目	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	5,233.18	63.55%	6,921.55	71.46%	6,167.74	74.87%	5,699.95	74.51%
应收账款	1,314.83	15.97%	1,437.36	14.84%	734.79	8.92%	1,020.51	13.34%
预付款项	704.79	8.56%	706.96	7.30%	204.37	2.48%	129.95	1.70%
其他应收款	442.67	5.38%	386.97	4.00%	587.24	7.13%	446.91	5.84%
应收利息	-	-	-	-	-	-	10.04	0.13%
存货	378.43	4.60%	139.93	1.44%	25.53	0.31%	32.79	0.43%
其他流动资产	160.81	1.95%	93.46	0.96%	518.12	6.29%	309.26	4.04%
流动资产合计	8,234.70	100%	9,686.23	100%	8,237.78	100%	7,649.41	100%

报告期内，公司日常经营中流动资产以货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款为主，合计占流动资产比重超过 90%，其中货币资金及应收账款为最主要的流动资产。

货币资金

报告期内，货币资金期末余额分别为 5,699.95 万元、6,167.74 万元、6,921.55 万元及 5,233.18 万元，货币资金占流动资产的比重分别为 74.51%、74.87%、71.46%及 63.55%。2015 年末货币资金较上年增加 467.79 万元，主要系 2015 年经营活动产生的现金净流入 6,661.99 万元，办公楼装修及购买办公设备和无形资产支出 1,438.38 万元、偿还贷款 3,087.73 万元以及现金分红 1,800.00 万元综合影响所致；2016 年末货币资金较上年增加 753.81 万元，主要系 2016 年经营活动产生的现金净流入 6,839.87 万元，购买域名网站、办公设备和运输设备支出 2,925.62 万元、现金分红 2,400 万元以及投资浙江亚合大 1,000 万元综合影响所致。

报告期内，货币资金余额总体较高，主要系公司产品销售面向海外用户，通过第三方平台在线交易收款，公司定期与第三方平台结算，结算周期较短且相对稳定，回款速度较快。随着公司销售规模的逐步扩大，货币资金余额保持在较高水平。

公司拥有较多的货币资金余额系其所处行业及自身经营特点决定了日常经营活动中员工薪资、广告费用等现金支出较多，而折旧、摊销等非现金支出较少，需保持较多的货币资金以满足日常经营对资金的需求。随着公司业务规模扩大，员工数量增加，研发和营销投入加大，未来公司对货币资金需求将进一步增加。

应收账款

报告期末，公司应收账款余额账龄结构如下：

单位：万元

项目	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备
6 个月以内（含 6 个月）	1,305.33	-	1,437.36	-	734.79	-	1,020.51	-
6 个月至 1 年（含 1 年）	10.00	0.50	-	-	-	-	-	-

合计	1,315.33	0.50	1,437.36	-	734.79	-	1,020.51	-
----	----------	------	----------	---	--------	---	----------	---

公司应收账款主要由报告期末各第三方平台未结算软件销售款所形成，该等第三方平台结算周期短且相对稳定。因此，公司应收账款余额的账龄较短，账龄主要在 6 个月以内，发生坏账可能性较低。

公司消费类软件的前五大第三方平台主要为与公司合作多年、业内知名的全球性第三方平台。截至 2017 年 6 月 30 日，公司前五大应收账款期末余额情况如下：

单位：万元

单位名称	2017 年 6 月 30 日	占应收账款期末余额的比例(%)
AVANGATE B.V.	825.66	62.77%
Worldpay Ltd.	102.19	7.77%
深圳市鼎付信息技术有限公司	95.82	7.28%
PayPal Pte. Ltd.	92.79	7.05%
Apple Inc.	82.03	6.24%
合计	1,198.49	91.11%

2015 年末应收账款较上年末减少 285.72 万元，主要原因是公司加大与收费低、结算快的第三方平台合作，消费者通过第三方平台 PayPal 支付款项大幅增加 4,791.93 万元，公司与 PayPal 实时结算，掌握资金提现的主动权，因而销售款账期更短。

2016 年末应收账款相比 2015 年有所增加，增加的应收账款主要来源为 PayPal Pte. Ltd.、Avangate B.V.平台，主要原因系 2016 年底公司工商注册地址进行变更，相关银行账户需变更完毕后进行结算所致。2017 年 1 月，上述应收账款已回收完毕。

坏账计提比例

公司客户主要为信誉良好、长期合作的全球性第三方平台，具有较高的资信水平和偿债能力，且公司应收账款账龄短、回款快，收回的保障度高，发生坏账的可能性较低。公司遵循谨慎性原则确定坏账计提比例，具体计提比例如下：

账龄	计提比例
----	------

6 个月以内（含 6 个月）	0%
6 个月-1 年	5%
1-2 年	10%
2-3 年	30%
3 年以上	100%

报告期内，公司应收账款增长与销售规模增长相匹配，销售模式及应收账款政策未发生重大改变。

预付账款

报告期末，公司预付款项余额分别为 129.95 万元、204.37 万元、706.96 万元及 704.79 万元，公司预付款项主要为预付的广告充值费用、专利使用权费、装修设备款、通讯系统预付采购款等。2015 年预付账款增加主要原因为用于推广的展会预付款以及预存的 Bing 广告款增多；2016 年预付账款增加较多主要原因系公司加大了在 Bing 的广告投入，增加了广告费用预充值。2017 年预付账款主要为 Bing 广告预充值、服务器租赁预充值以及深圳斑点猫预付智能家居产品设计费、模具加工费以及材料采购款等。

其他应收款

报告期内，公司其他应收款分别为 446.91 万元、587.32 万元、386.97 万元及 442.67 万元，公司其他应收款主要为办公场所房租押金、员工因开展研发和营销活动借用的备用金等。

存货

报告期末，公司存货明细情况如下表所示：

单位：万元

种类	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	165.30	43.68%	9.56	6.83%	-	-	0.14	0.43%
委托加工物资	118.83	31.40%	15.31	10.94%	-	-	-	-
库存商品	94.30	24.92%	115.06	82.23%	25.53	100%	32.65	99.57%
其中：嵌入式模块	-	-	-	-	-	-	21.04	64.15%
智能家居产品	94.30	24.92%	115.06	82.23%	25.53	100%	11.61	35.42%

合计	378.43	100%	139.93	100%	25.53	100%	32.79	100%
----	--------	------	--------	------	-------	------	-------	------

报告期末，存货余额分别为 32.79 万元、25.53 万元、139.93 万元及 378.43 万元，占流动资产比重分别为 0.43%、0.31%、1.44%及 4.60%，占比较低。

公司存货金额较低是由其行业特点所决定。公司存货主要为外购用于多媒体软件研发与销售的 MusicID 等嵌入式模块授权使用码，以及控股子公司深圳斑点猫开发的智能家居产品，用于物流网家居安全领域等业务的开拓。2016 年深圳斑点猫委托外协单位加工制作智能锁具，存在少量的委托加工物资。

其他流动资产

报告期末，公司其他流动资产分别为 309.26 万元、518.12 万元、93.46 万元及 160.81 万元，主要为未抵扣的增值税进项税。2016 年其他流动资产减少的主要原因系未抵扣的增值税进项税依增值税征收规定不得继续抵扣，作进项税额转出处理所致。

（2）非流动资产分析

单位：万元

项目	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	50.00	0.27%	50.00	0.28%	50.00	0.33%	50.00	0.33%
长期股权投资	1,008.19	5.49%	1,006.60	5.54%	-	-	-	-
固定资产	14,771.51	80.38%	14,507.99	79.87%	14,380.37	95.70%	14,173.45	93.74%
无形资产	1,644.08	8.95%	1,855.07	10.21%	402.57	2.68%	332.61	2.20%
长期待摊费用	635.33	3.46%	271.91	1.50%	39.52	0.26%	40.13	0.27%
递延所得税资产	99.76	0.54%	171.46	0.94%	153.68	1.02%	175.43	1.16%
其他非流动资产	169.29	0.92%	300.41	1.65%	-	-	348.47	2.30%
非流动资产合计	18,378.16	100%	18,163.42	100%	15,026.14	100%	15,120.10	100%

可供出售金融资产

2014年、2015年公司可供出售金融资产50万元，主要系2014年公司出资50万元以增资方式认购控龙智能的股份1.5054万股，占增资后股本总额的7.00%。截止目前，控龙智能经营状况良好，不存在可供出售金融资产减值的情形。

长期股权投资

2016年公司积极布局和培育智能家居市场，以增资方式向浙江亚合大投资1,000万元，增资后持有其10.00%的股权。截止目前，浙江亚合大经营状况良好，不存在长期股权投资减值的情形。

固定资产

截至2017年6月30日，公司固定资产的明细表如下：

单位：万元

固定资产类别	折旧年限	原值	累计折旧	净值	减值准备	净额
房屋及建筑物	10-50年	14,024.54	946.21	13,078.34	-	13,078.34
办公设备	5年	395.92	134.98	260.95	-	260.95
电子设备	3-5年	2,006.65	1,127.20	879.45	-	879.45
运输设备	5年	278.55	178.38	100.17	-	100.17
通用设备	5-10年	481.92	29.32	452.60	-	452.60
合计		17,187.58	2,416.08	14,771.51	-	14,771.51

本公司固定资产不存在资产减值的情形，因此未计提减值准备。

报告期内，公司固定资产余额变动情况如下：

单位：万元

种类	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	13,078.34	88.54%	13,262.79	91.42%	13,607.14	94.62%	13,706.83	96.71%
办公设备	260.95	1.77%	237.75	1.64%	190.12	1.32%	118.27	0.83%
电子设备	879.45	5.95%	710.77	4.90%	545.08	3.79%	295.04	2.08%
运输设备	100.17	0.68%	89.91	0.62%	38.03	0.26%	53.31	0.38%
通用设备	452.60	3.06%	206.77	1.43%	-	-	-	-
合计	14,771.51	100%	14,507.99	100%	14,380.37	100%	14,173.45	100%

公司固定资产主要为房屋及建筑物、办公设备、电子设备、运输设备及通用设备，使用状况良好。截至2017年6月30日，公司固定资产原值为17,187.58万元，净值为14,771.51万元，占非流动资产的比重为80.38%，其中房屋及建筑物占固定资产比重为88.54%、电子设备占固定资产比重为5.95%、办公设备占

固定资产比重为 1.77%、通用设备占固定资产比重为 3.06%、运输设备占固定资产比重为 0.68%。

无形资产

报告期内，公司无形资产分别为 332.61 万元、402.57 万元、1,855.07 万元及 1,644.08 万元，主要系外购的域名网站、产品研发类、信息安全类、办公和企业管理软件。报告期各期末，公司无形资产未发生减值情况，未计提无形资产减值准备。2016 年无形资产增长较多主要系公司为增加流量来源，以 1,668.05 万元购买网站 www.keepvid.com 所致。

长期待摊费用

报告期内，长期待摊费用分别为 40.13 万元、39.52 万元、271.91 万元及 635.33 万元。公司的长期待摊费用主要核算办公场所装修费支出，包括各项装修材料、劳务支出等费用，2016 年、2017 年 1-6 月长期待摊费用增加主要系租赁房产装修费用形成。公司按照预计的受益年限进行摊销，对于办公场所装修按租赁剩余期限摊销。

递延所得税资产

报告期内，递延所得税资产余额分别为 175.43 万元、153.68 万元、171.46 万元及 99.76 万元。递延所得税资产主要是因计提职工薪酬、可抵扣亏损及递延收益引起所得税可抵扣暂时性差异所致。具体明细如下：

单位：万元

项目	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
计提的职工薪酬	60.90	120.10	94.80	87.71
递延收益	11.53	14.44	22.52	33.70
可抵扣亏损	27.33	35.84	36.35	54.02
资产减值准备（坏账准备）	-	1.08	0.01	-
合计	99.76	171.46	153.68	175.43

其他非流动资产

2014 年末、2016 年及 2017 年 6 月 30 日，公司其他非流动资产余额分别为 348.47 万元、300.41 万元及 169.29 万元，主要系公司预付的设备及软件购置款。

2、资产减值准备提取情况

单位：万元

项目	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
坏账准备：	4.84	11.96	0.08	-
其中：应收账款	0.50	-	-	-
其他应收款	4.34	11.96	0.08	-
存货跌价准备	25.49	-	-	-
合计	30.33	11.96	0.08	-

公司根据企业会计准则及自身情况对应收款项提取了坏账准备。本公司应收款项按风险组合和账龄分析结合的方法计提坏账准备。报告期末，应收账款主要为应收第三方平台的软件销售款，账龄均在6个月以内，发生坏账的风险较小，故坏账准备计提金额相对较小。

2016年坏账准备11.96万元主要系2014年租赁员工食堂所付押金预计无法收回，出于谨慎性处理，全额计提坏账准备11.96万元。

2017年1-6月存货跌价准备主要系深圳斑点猫与兴家科技对库龄较长、使用价值不高的少部分原材料计提跌价准备25.49万元。

3、负债状况分析

单位：万元

项目	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	5,096.50	97.94%	5,302.91	97.44%	3,212.16	94.02%	3,704.81	60.79%
非流动负债	107.17	2.06%	139.50	2.56%	204.17	5.98%	2,389.28	39.21%
合计	5,203.67	100%	5,442.41	100%	3,416.32	100%	6,094.08	100%

报告期末，公司负债总额分别为6,094.08万元、3,416.32万元、5,442.41万元及5,203.67万元。2015年以来，公司经营状况持续向好，偿债能力不断增强，偿还了全部短期借款和购房贷款，带动期末负债总额的减少。

（1）流动负债构成分析

单位：万元

项目	2017-6-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

短期借款	-	-	-	-	-	-	1,000.00	26.99%
应付账款	394.67	7.74%	232.97	4.39%	29.01	0.90%	181.83	4.91%
预收款项	19.60	0.38%	0.57	0.01%	28.84	0.90%	-	-
应付职工薪酬	937.22	18.39%	1,867.00	35.21%	1,115.08	34.71%	1,030.00	27.80%
应交税费	2,641.39	51.83%	1,978.97	37.32%	1,174.72	36.57%	749.86	20.24%
应付利息	-	-	-	-	-	-	2.20	0.06%
其他应付款	1,082.62	21.24%	1,202.40	22.67%	843.51	26.26%	705.41	19.04%
其他流动负债	21.00	0.41%	21.00	0.40%	21.00	0.65%	35.50	0.96%
流动负债合计	5,096.50	100%	5,302.91	100%	3,212.16	100%	3,704.81	100%

短期借款

2014年末，公司短期借款余额为1,000.00万元，系公司与上海浦东开发银行股份有限公司深圳分行签订编号为79102014280070的《流动资金借款合同》，期限为一年的短期流动资金贷款1,000.00万元。2015年5月14日，上述借款到期已偿还完毕。

应付账款

报告期末，公司应付账款余额分别为181.83万元、29.01万元、232.97万元及394.67万元，公司日常经营产生的应付账款主要系公司采购软件开发工具包的应付款、应付CDN网站加速服务费以及部分办公楼装修款。公司自2012年开始购置了专用的服务器，新增服务器租赁台数及网站加速服务以提高海外用户在公司网站的访问速度、优化用户在线购物体验。2016年及2017年6月30日应付账款增加较多的主要原因系深圳斑点猫开始发售智能家居产品，采购产品和原材料所致。

预收账款

2015年末公司预收账款余额为28.84万元，系预收客户的软件开发费25.96万元以及深圳斑点猫智能化公寓预收的公寓租金款2.89万元。2016年末公司预收账款余额为0.57万元，系深圳斑点猫智能化公寓预收的房租。2017年预收账款余额为19.60万元，主要系深圳斑点猫预收智能家居产品销售款。

应付职工薪酬

报告期末，应付职工薪酬余额分别为 1,030.00 万元、1,115.08 万元、1,867.00 万元及 937.22 万元。公司职工薪酬主要由固定工资和奖金组成，固定工资逐月发放，公司通常于当月计提归属当月工资并于次月发放，年末应付职工薪酬余额较大主要系因为公司根据当年经营业绩的实现情况计提了年度绩效奖金所致。

应交税费

报告期末，应交税费余额分别为 749.86 万元、1,174.72 万元、1,978.97 万元及 2,641.39 万元。应交税费主要由企业所得税、个人所得税、欧盟增值税、日本消费税构成。随着公司消费类软件在欧盟地区、日本等地销售收入的增长，欧盟增值税及日本消费税金逐渐增多。报告期各期末，应交税费具体明细如下：

单位：万元

项目	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
欧盟增值税	2,092.19	1,653.54	940.71	274.00
消费税	144.05	111.59	24.72	26.69
企业所得税	294.26	93.82	142.91	12.40
个人所得税	100.77	117.73	65.47	55.12
房产税	9.03	-	-	-
其他	1.09	2.29	0.91	381.65
合计	2,641.39	1,978.97	1,174.72	749.86

截至 2017 年 9 月 5 日，发行人母公司就上述欧盟增值税期末余额 2,092.19 万元已缴纳 1,662.55 万元，其余 429.64 万元为子公司香港万兴尚未缴纳的税额，由于香港万兴注册的欧盟增值税税号尚处于欧盟增值税 VAT MOSS 系统的审核期，该等税额在 2017 年内暂无法缴纳。

截至 2017 年 9 月 30 日，发行人于日本地区的消费税期末余额均已缴纳完毕。

其他应付款

报告期末，公司其他应付款余额分别为 705.41 万元、843.51 万元、1,202.40 万元及 1,082.62 万元，主要系公司按月应付 Google 广告费。公司通常于月末支付上月应付 Google 广告费，随着业务规模的扩大，公司对于搜索引擎付费广告投放力度持续加大，导致其他应付款余额呈增长态势。

其他流动负债

报告期末，公司其他流动负债分别为35.50万元、21.00万元、21.00万元及21.00万元，均为政府补贴递延收益。2017年6月末余额为本期尚未确认的政府补助递延收益，明细如下：

单位：万元

项目	2017年6月末 金额	说明
品牌培育推广项目资助	5.00	根据深圳市经济贸易和信息化委员会《深圳市生物、互联网、新能源、新材料和新一代信息技术产业发展专项资金项目合同书》（深发改【2012】1065号）文件的规定
基于云计算的高集成性智能化网络营销管理平台项目资助	16.00	根据深圳市科技创新委员会《深圳市海外高层次人才创新创业专项资金研发项目资助合同书》（深科技创新【2012】237号）文件的规定
合计	21.00	

（2）非流动负债构成分析

报告期末，公司的非流动负债余额分别为 2,389.28 万元、204.17 万元、139.50 万元及 107.17 万元。公司 2014 年末非流动负债主要系长期借款，即以名下房产作为抵押物向银行取得的按揭贷款。公司 2015 年末、2016 年末非流动负债为收到的政府补助所形成的递延收益。

4、偿债能力分析

报告期内，公司的主要财务指标如下表所示：

财务指标	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
流动比率	1.62	1.83	2.56	2.06
速动比率	1.40	1.67	2.49	2.02
资产负债率（母公司）	17.56%	15.67%	9.29%	22.36%
财务指标	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
息税折旧摊销前利润（万元）	4,048.59	6,758.46	6,222.47	5,853.65
利息保障倍数	-	-	58.52	22.97

注：公司 2016 年以后不存在短期、长期债务，不存在利息支出。

报告期内，与公司业务发展规模、行业特点相适应，公司需较多的营运流动资产用于支持业务快速增长，公司的流动比率和速动比率较高。2015 年资产负债率较低原因系公司偿还全部银行借款，使用财务杠杆较低。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润及利息保障倍数较高，表明公司盈利能力和长期偿债能力较强。此外，公司不存在对正常生产经营活动有重大影响的需特别披露的或有负债，亦不存在表外融资的情况。

上述情况表明，公司负债水平合理，资产流动性较高，具有较强的偿债能力。

5、所有者权益分析

报告期内，公司所有者权益情况如下表所示：

单位：万元

股东权益	2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
实收资本（股本）	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
资本公积	2,604.02	2,608.80	2,608.80	2,395.67
盈余公积	2,584.31	2,584.31	1,689.74	1,173.69
未分配利润	12,701.43	12,834.64	9,780.68	7,106.06
少数股东权益	-2,480.56	-1,620.50	-231.62	-
股东权益合计	21,409.19	22,407.25	19,847.60	16,675.42

报告期内，公司业务规模不断扩大、盈利能力持续提升，股东权益总额呈增长的态势。另外，公司将大部分经营成果继续投入日常经营，带动经营业绩增长。

报告期内，公司进行了四次利润分配，2014 年、2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月发放现金股利分别为 1,200 万元、1,800 万元、2,400 万元、3,600 万元。

公司根据当年实现净利润的 10% 计提法定盈余公积。

（五）现金流量分析

公司近三年现金流量如下表所示：

单位：万元

科目名称	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生现金流量净额	3,079.16	6,839.87	6,661.99	5,996.28
投资活动产生现金流量净额	-1,029.53	-3,920.67	-1,361.21	-1,529.69
筹资活动产生现金流量净额	-3,600.00	-2,400.00	-4,932.80	-4,056.94

现金及现金等价物净增加额	-1,688.37	753.81	467.79	309.73
--------------	-----------	--------	--------	--------

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 5,996.28 万元、6,661.99 万元、6,839.87 万元和 3,079.16 万元，累计净现金流为 22,577.30 万元。公司净利润分别为 4,740.30 万元、4,862.17 万元、4,959.65 万元和 2,601.95 万元，累计净利润为 17,164.07 万元。公司累计经营活动产生的现金流量净额与累计净利润额之间的差额主要系固定资产折旧、无形资产摊销所致。公司经营活动获取现金能力较强，经营成果具有良好的现金流支持，盈利质量较好。报告期内，公司净利润与经营净现金流关系如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
净利润	2,601.95	4,959.65	4,862.17	4,740.30
加：资产减值准备	30.33	11.88	0.08	-1.86
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	459.53	704.28	681.51	318.48
无形资产摊销	227.48	281.18	96.79	43.68
长期待摊费用摊销	55.46	28.52	10.19	5.30
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	-2.04	-4.18	112.73	-1.29
固定资产报废损失	-	-	0.02	1.32
公允价值变动损失	-	-	-	-
财务费用	-	-	92.86	238.85
投资损失	-1.59	-6.60	-	-
递延所得税资产减少	71.69	-17.78	21.76	23.87
递延所得税负债增加	-	-	-	-
存货的减少	-263.99	-114.40	7.26	25.32
经营性应收项目的减少	76.11	-1,016.77	80.93	83.54
经营性应付项目的增加	-175.78	2,014.08	695.70	518.77
其他	-	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	3,079.16	6,839.87	6,661.99	5,996.28

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量净额分别为-1,529.69万元、-1,361.21万元、-3,920.67万元及-1,029.53万元。2014年投资活动现金净流出1,529.69万元，主要系公司自有办公场所装修、购买办公设备、购买无形资产支出所致；2015年投资活动现金净流出1,361.21万元，主要系公司在办公场所装修、购买办公设备、购买无形资产方面的支出；2016年投资活动现金净流出3,920.67万元，主要系购买www.keepvid.com网站、办公及通用设备的支出以及投资入股浙江亚合大；2017年1-6月投资活动现金净流出1,029.53万元，主要是公司购买电子设备、生产设备及办公场所装修支出所致。

预计未来几年内，公司重大资本性支出主要为募集资金投资项目。在募集资金到位后，公司将按拟定的投资计划进行投资，加大研发及营销投入力度，提高规模效应，扩大本公司的市场份额，增强盈利能力。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量净额分别为-4,056.94万元、-4,932.80万元、-2,400.00万元及-3,600.00万元。2014年，公司筹资活动现金净流出4,056.94万元，主要为清偿短期借款400万美元、偿还房贷1,251.20万元、借入短期流动资金贷款1,000.00万元以及分配现金股利1,200.00万元综合影响所致。2015年，公司筹资活动现金净流出4,932.80万元，主要为偿还短期借款1,000.00万元，长期借款2,087.73万元，分配现金股利1,800.00万元。2016年，公司筹资活动现金净流出2,400.00万元，系向股东分配现金股利2,400.00万元。2017年1-6月，公司筹资活动现金净流出3,600.00万元，系向股东分配现金股利3,600.00万元。

三、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐机构对公司持续盈利能力的核查意见

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素主要包括：消费类软件市场竞争加剧导致业绩下滑、新产品研发未能及时捕捉市场变化热点导致业绩增长乏力、产品推广对Google依赖度较高、全球经营的法律风险、技术研发风险、知识产权风险、人才流失的风险、人力成本上升的风险、境外收入来源国税收监管政策变化的风险以及募集资金投向的风险等。公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”中进行了分析和披露。

经核查，报告期内公司经营模式、产品结构未发生重大变化，所处行业的经营环境未发生重大变化，公司在用商标、专利等重要资产或技术的取得和使用未发生重大变化，公司最近一年营业收入或净利润对关联方或重大不确定性的客户不存在依赖，公司不存在最近一年净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情形。保荐机构认为，公司主要从事的消费类软件市场前景较为广阔，经过多年发展公司已建立起自身的核心竞争优势，未来具有持续盈利能力。

四、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）行业发展状况的影响

以云计算、物联网、宽带互联、大数据、智能家居和智慧城市为代表的新一代信息技术，正对软件产业发展带来一系列深刻影响；开放式创新、精益创业、产业链垂直整合，软件开发与在线支付、终端应用平台以及网络营销的深度融合成为新时期软件产业发展的重要特点，良好的行业发展趋势为公司未来盈利提升奠定坚实的基础。

（二）募集资金的影响

公司本次首次公开发行股票并上市成功后，将全面启动三个募集资金投资项目。万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目将提高公司研发创新能力，进一步强化本公司为客户提供个性化需求产品的研发能力，提升公司核心竞争力；数据运营中心建设项目将建成公司集成化的、大规模数据存储处理管理与服务平台，从而全方位地构建公司在行业内的核心竞争力；补充流动资金将增有利于缓解公司营运资金的压力，提高公司的流动比率及速动比率，有利于公司资金实力的提升，为公司未来业务长远发展打下基础。预计未来几年，本公司财务状况、盈利能力将随着募投项目的不断实施和投产而持续改善，有利于增强公司整体竞争实力，进一步提升公司在行业中的优势地位。

（三）本公司持续跟踪行业发展趋势、坚持技术开发创新、持续跟踪网络营销最新趋势，不断推出适应市场需求的新产品

消费类软件品种数量多、版本更新快、单价低、目标客户数量众多，以快捷、有效的网络营销模式推广为主。本公司将持续跟踪硬件平台的最新发展动态及客

户需求，持续开发创新产品功能或版本升级，通过网络营销，提升产品关键词搜索排名，增强公司的盈利能力。

五、股利分配政策

（一）基本政策

本公司按自身业务发展需要制订每年的股利分配政策，在符合国家财务会计制度及有关法律、法规并经股东大会批准后进行。每年的股利分配方案由董事会拟定，经本公司股东大会通过后执行。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 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本公司章程规定不按持股比例分配的除外。

公司分配当年税后利润时，应当提取税后利润的 10% 列入法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 的，可不再提取。公司的公积金用于弥补公司亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

股东大会或者董事会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

（二）报告期内股利分配情况

报告期内，公司进行了四次利润分配，2014 年、2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月发放现金股利分别为 1,200 万元、1,800 万元、2,400 万元、3,600 万元。公司报告期内的股利分配情况如下：

根据公司 2014 年 3 月 14 日召开的年度股东大会决议，公司决定向全体股东按照实际持有的股份，分配 1,200 万元现金股利。

根据公司 2015 年 2 月 10 日召开的年度股东大会决议，公司决定向全体股东按照实际持有的股份，分配 1,800 万元现金股利。

根据公司 2016 年 2 月 16 日召开的年度股东大会决议，公司决定向全体股东按照实际持有的股份，分配 2,400 万元现金股利。

根据公司 2017 年 2 月 16 日召开的年度股东大会决议，公司决定向全体股东按照实际持有的股份，分配 3,600 万元现金股利。

（三）本次发行完成前滚存未分配利润的分配政策

经本公司召开的 2017 年第三次临时股东大会决议通过，本次公开发行前的滚存未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共享。

（四）本次发行上市后的现金分红政策

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。公司可以采取现金或者股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

1、公司的利润分配形式：采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，但以现金分红为主。在具备现金分红的条件下，应优先选择以现金形式分红。

2、公司现金方式分红的具体条件和比例：公司主要采取现金分红的利润分配政策，即公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。公司单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 15%。

同时，公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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，在提出利润分配的方案时，提出差异化的现金分红政策：

（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%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

公司的利润分配方案应根据公司章程的规定，遵守中国证监会、证券交易所等相关部门的有关规定，经董事会审议后，提交股东大会表决通过。

3、发放股票股利的具体条件：若公司快速成长，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在进行现金股利分配之余，提出实施股票股利分配预案。公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大生产经营规模或者转增公司资本，法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

4、利润分配的期间间隔：一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况和收益留存状况提议进行中期分红。公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司经营业务。

5、利润分配应履行的审议程序：

公司的利润分配方案由公司董事会根据法律法规及规范性文件的规定，结合公司盈利情况、资金需求及股东回报规划，制定利润分配方案并对利润分配方案的合理性进行充分讨论，独立董事发表独立意见，形成专项决议后提交股东大会审议。

公司董事会、股东大会在制定、讨论及审议利润分配方案时，应充分考虑社会公众投资者、独立董事及外部监事的意见，独立董事应对年度利润分配方案发表独立意见，公司董事会办公室应及时将外部监事意见、社会公众通过电话、邮件等方式提出的意见汇总后及时提交给公司董事会，以供公司董事会、股东大会参考。股东大会审议利润分配方案时，公司为股东提供网络投票的方式。

6、利润分配政策的调整：

在遇到战争、自然灾害等不可抗力时或发生其他对公司生产经营造成重大影响的情形时，或公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配方案，必须由董事会作出专题讨论，详细论证说明理由；公司董事会应将调整利润分配的方案发送至独立董事及监事会，由独立董事发表专项意见并经监事会审议通过；同时，公司应充分听取中小股东的意见，应通过网络、电话、邮件等方式收集中小股东意见，并由公司董事会办公室将中小股东意见汇总后交由公司董事会；公司董事会应在充分考虑独立董事、监事会及中小股东意见后形成议案，审议通过后提交公司股东大会以特别决议审议通过。股东大会审议利润分配政策变更事项时，必须提供网络投票方式。

7、公司应当及时行使对全资或控股子公司的股东权利，根据全资或控股子公司公司章程的规定，促成全资或控股子公司向公司进行现金分红，并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；公司最近3年未进行现金利润分配的，不得向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原有股东配售股份。

公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整股东回报计划。若公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配的议案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

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2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

六、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施

（一）本次发行对即期回报摊薄的影响

1、假设前提

（1）本次发行于2017年12月底实施完成，该完成时间仅为估计，最终以实际发行完成时间为准；

(2) 本次发行股份数量为股东大会审议通过发行股数上限 2,000 万股，该发行股数以经证监会核准发行的股份数量为准；

(3) 在预测公司总股本时，以本次发行前总股本 6,000 万股为基础，仅考虑本次发行股份的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化；

(4) 以上假设及关于本次发行前后公司主要财务指标的情况仅为测算本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对 2017 年度经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、测算过程

在不同净利润年增长率的假设条件下，本次募集资金到位当年公司每股收益相对于上年度每股收益的变动如下所示：

项目	本次发行前（2016年度）	不考虑本次发行（2017年度）			考虑本次发行（2017年度）		
		净利润持平	净利润增长 10%	净利润增长 20%	净利润持平	净利润增长 10%	净利润增长 20%
发行在外的普通股加权平均数（万股）	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,166.67	6,166.67	6,166.67
扣除非经常性损益后本期归属于母公司股东的净利润（万元）	5,765.36	5,765.36	6,341.90	6,918.43	5,765.36	6,341.90	6,918.43
基本每股收益（元/股）	0.96	0.96	1.06	1.15	0.93	1.03	1.12
稀释每股收益（元/股）	0.96	0.96	1.06	1.15	0.93	1.03	1.12

注 1：上述测算未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、理财收益）等的影响。

注 2：2017 年 12 月发行完成的情况下，公司发行在外的普通股加权平均数为 6,166.67 股。

注 3：每股收益指标系以扣除非经常性损益后本期归属于母公司股东的净利润计算。

根据上述测算，本次募集资金到位当年，公司每股收益指标相对上一年度每股收益指标将会出现一定程度的下降。如 2017 年净利润保持稳定增长，可以有效抵消本次公开发行对即期回报摊薄的影响。

（二）本次发行的必要性和合理性

本次发行募集资金投资于“万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目”“数据运营中心建设项目”“补充营运资金”三个项目，募集资金投资项目实施后，公司的研发能力和自主创新能力将大幅提高，产品类型和功能将更加丰富，信息软硬件系统基础架构更加完善，有效提升公司的综合竞争力，扩大市场占有率，为公司未来发展奠定良好的基础。本次发行募集资金投资项目的必要性和合理性分析参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“三、消费类软件产品研发及营销项目”“四、数据运营中心建设项目”“五、补充营运资金项目”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资的三个项目是公司实施品牌发展战略，提升公司在消费类软件领域核心竞争力的重要途径。

“万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目”的实施，将使得公司主营业务得到更加全面的发展，使得公司产品性能进一步提升，产品种类也将更加丰富，进一步提升公司的综合实力，有助于巩固并提高公司在行业内的地位；“数据运营中心建设项目”的实施，将建成公司集成化的、大规模数据存储、处理的管理与服务平台，从而全方位地构建公司在行业内的核心竞争力；“补充营运资金项目”用于解决公司主营业务规模不断扩张过程中面临的营运资金需求，有利于公司拓展海外市场和业务范围，提升经营活力与竞争优势，为公司可持续发展提供有力保障。

（四）发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、人员方面。软件行业属于知识密集型产业，公司拥有一支优秀的管理、研发和销售团队，通过采取有效的绩效奖励制度、人性化的管理机制、股权激励以及创建学习和技术创新的企业文化等方式，为未来可持续发展奠定了良好的基础。公司培养了一支人员稳定、技术实力较强的技术团队，截至 2017 年 6 月 30 日，公司拥有 325 人专门从事相应产品的研发工作，占公司员工总数的 56.82%，高技能人才为公司为募集资金投资项目的顺利实施提供了保障。

2、技术、管理方面。公司多年来始终将提升产品研发和创新能力作为企业发展的动力，不断提升在消费类软件领域的专业技术。公司建立了以《项目开发管理制度》为基础的产品设计、开发、测试以及运维管理体系，并通过了 CMMI-3 级认证，产品开发管理规范；截至目前，公司拥有 72 项计算机软件著作权和 108

项专利，在知识产权方面为公司的发展提供了强有力的保障。

3、市场方面。公司作为国内消费类软件领域的领军企业之一，直接面向全球 200 多个国家和地区消费者营销公司产品并提供服务，通过运营成熟的在线销售模式，加强与消费者互动，服务范围涵盖售前咨询、售后服务、技术支持、Newsletter 等全程服务，致力于提高客户的满意度和购买率，为募集资金投资项目的市场拓展提供了强有力的支撑。

（五）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

考虑上述投资者的即期回报被摊薄情况，公司将采取多种措施以提升公司的经营业绩，提高公司盈利能力。

1、完善利润分配政策，强化投资者回报

本公司制定了《公司章程（草案）》和《股东未来分红回报规划（2015-2017）》分配具体规划和计划安排，本公司利润分配政策和未来分红回报规划重视对投资者的合理、稳定投资回报。本次发行完成后，本公司将广泛听取投资者尤其是独立董事、中小股东的意见和建议，不断完善本公司利润分配政策，强化对投资者的回报。

2、扩大业务规模，加大研发投入

公司为消费类软件企业，市场空间广阔，未来本公司将在稳固现有市场和客户的基础上，加强现有产品和业务的市场开拓和推广力度，不断扩大主营业务的经营规模，提高本公司盈利规模；同时，本公司将不断加大研发投入，优化营销布局，加强人才队伍建设，提升产品竞争力和本公司盈利能力。

3、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募投项目均围绕本公司主营业务展开，其实施有利于提升本公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，本公司将加快推进募投项目实施，使募投项目早日实现预期收益。同时，本公司将根据《公司章程（草案）》、《募集资金管理制度》及其他相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。

（六）董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行做出的承诺

本人作为万兴科技股份有限公司（以下简称“公司”）的董事/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，根据中国证监会的相关要求，为保证公司首次公开发行股票后的填补回报措施能够得到切实履行，现本人作出如下不可撤销的承诺和保证：

1、本人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、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺公司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、若公司后续推出公司股权激励的，本人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；

6、有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任；

7、本承诺函出具日后，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并同意由中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施；本人违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，将依法承担补偿责任。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）本次拟发行股份募集资金情况

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 2,000 万股（最终数量以中国证监会核准发行数量为准），且本次公开发行后的流通股股份占公司股份总数的比例不低于 25%。发行价格【】元，公开发行新股募集资金总额 34,378.32 万元，扣除发行费用后，本次发行实际募集资金净额【】万元，全部用于公司主营业务相关的项目及其他与主营业务相关的营运资金。

（二）本次募集资金使用计划及备案情况

本次募集资金投向经公司 2017 年 3 月 17 日召开的 2017 年第三次临时股东大会审议确定，由董事会根据项目的轻重缓急情况安排实施，具体如下：

单位：万元

序号	投资项目	总投资	拟投入募集资金	投入期	项目备案
1	万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目	24,894.32	24,894.32	36 个月	深南山发改备案 [2017]0024 号
2	数据运营中心建设项目	4,484.00	4,484.00	24 个月	[2017 年度]柳管 经备 3 号
3	补充营运资金	5,000.00	5,000.00	-	-
合计		34,378.32	34,378.32	-	-

上述募集资金投资项目的投资总额合计 34,378.32 万元，均由本次公开发行股票募集资金投入解决。若公司所募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决；募集资金到位前，公司将根据实际情况以自有资金或银行贷款先行投入，募集资金到位后予以置换。

（三）本次募集资金使用管理

公司已经根据相关法律法规制定了《募集资金使用管理办法》，对募集资金专项存储等事项做出了具体规定，公司将严格按照有关规定管理和使用本次募集

资金。

二、募集资金投资项目与公司发展战略之间的关系

（一）募集资金投资项目与公司发展战略之间的关系

本次募集资金投资的三个项目是公司实施品牌发展战略，提升公司在消费类软件领域核心竞争力的重要途径。公司本次募集资金投资项目与公司的发展战略关系如下：

万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目的实施，将使得公司主营业务得到更加全面的发展，使得公司产品性能进一步提升，产品种类也将更加丰富，进一步提升公司的综合实力，有助于巩固并提高公司在行业内的地位。

数据运营中心建设项目的实施，将建成公司集成化的、大规模数据存储、处理的管理与服务平台，从而全方位地构建公司在行业内的核心竞争力。

补充营运资金项目用于解决公司主营业务规模不断扩张过程中面临的营运资金需求。在日益激烈的市场竞争形势下，补充营运资金有利于公司提升经营活力与竞争优势，为可持续发展提供有力保障。

（二）募集资金项目实施后各产品的销售对象与现有目标客户相同

万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目是基于已有消费类软件产品进行持续开发和业务创新拓展，致力于为智能移动设备用户提供一站式数据安全管理的解决方案。多媒体软件产品线产品研发和技术改造项目将倾力为大众个人用户打造家庭多媒体娱乐中心，项目立足于满足主要目标市场即欧美用户，结合本公司在多媒体软件领域多年的技术积累，以现有核心产品为基础，对整个多媒体产品线进行持续的技术创新和功能扩展，致力于为普通家庭用户多媒体原创内容的整个价值链提供完善的多媒体整体解决方案。数字文档软件产品线建设项目是基于已有数字文档产品持续做深入优化和改进、功能扩展和技术创新，以及产品应用平台扩展，满足用户对 PDF 文档信息的二次使用需求，实现创建、发布、审阅、协助等 PDF 全流程操作的解决方案。

万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目主要内容为跨端数据管理类软件、多媒体类软件和数字文档类软件，项目实施后各产品的目标客户与现有目标客户相同。数据运营中心建设项目和补充营运资金项目不直接涉及产品研发和

销售，无对应销售对象。

（三）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

截至 2017 年 6 月 30 日，公司资产总额为 26,612.86 万元，公司具有管理较大规模资产及投资项目的经验和能力。本次募集资金总额为 34,378.32 万元，与公司的现有经营规模是相适应的。募集资金投资项目建成之后，公司将进一步提升消费类软件的研发设计和销售能力，产品种类也将更加丰富，产品线不断扩张，更好的把握客户的行为和市场需求。

2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司营业收入总额分别为 22,603.48 万元、26,282.38 万元、36,817.71 万元和 21,941.97 万元，实现净利润分别 4,740.30 万元、4,862.17 万元、4,959.65 万元和 2,601.95 万元，盈利能力较好，且募集资金到位后将进一步增强公司的盈利能力，公司财务状况能够有效支持募集资金投资项目的建设 and 实施。

公司自 2003 年成立一直通过互联网以电子商务的方式向国际市场销售消费类软件，公司多年来始终将提升产品研发和创新能力作为企业发展的动力，不断提升在消费类软件领域的专业技术。经过多年的发展，公司培养了一支人员稳定、技术实力较强的技术团队，截至目前，公司拥有 72 项计算机软件著作权和 108 项专利，在知识产权方面为公司的发展提供了强有力的保障。本次募集资金投资项目主要是在现有主营业务的基础进行提升和升级，进一步提升公司的综合实力全方位地构建公司在行业内的核心竞争力。发行人具有实施募投项目所需的技术储备。

公司已根据法律、法规的要求和企业发展的实际需要，建立了一套较为完整的公司治理制度和内部控制措施，并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、董事会和监事会在重大决策、经营管理和监督方面的作用。

公司董事会经分析讨论认为，公司本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，募投项目的实施能为企业和股东带来较好的回报，公司已经建立了有效防范投资风险的制度和机制，能有效提高募集资金使用效益。

三、万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目

（一）项目概况

公司从事消费类软件的研发和销售，需要持续投入大量人力和物力，结合行业新技术特点及用户、市场需求变化持续对公司的产品进行升级换代。

本项目建设的具體内容包括跨端数据管理软件、多媒体软件、数字文档软件三类软件产品。本项目将对公司跨端数据管理软件进行全方位、多层次升级和创新，支持更丰富的个人数据类型，全面支持最新的平台与智能设备，拓展更多的应用场景，为用户提供一站式的个人跨端数据管理解决方案。

在多媒体软件方面，将应用最新编解码技术对此类软件进行全面升级，以开发出质量更好、性能更佳、操作使用更简便的新一代产品，同时结合移动化、云网融合趋势开发新产品，为用户打造家庭多媒体娱乐中心。

在数字文档软件方面，将进一步扩大此类软件兼容性、支持更多文件输出格式，提升产品性能和体验，提高产品输出文件的质量，并增加对移动端和云端的支持，倾力打造高兼容性跨平台数字文档一体化处理平台。

（二）项目可行性

随着计算机技术日趋成熟，网络技术、云计算等快速发展，个人电脑、智能手机、平板电脑等电子设备日益成为个人用户的生活必需品，影响消费者的生活、娱乐和工作方式。越来越多的用户拥有多台智能设备，使用智能设备特别是移动设备的频次也越来越高，用户在使用移动设备沟通、支付、拍照、摄像等过程中存储较多个人数据，当设备意外丢失、被窃时都存在跨端数据迁移、同步、加密保护、备份、恢复等个人数据安全需求。

其次，在多媒体娱乐方面，普通大众用户从原来的消费者角色转变为既是消费者同时又是内容生成、编辑创作者，这种转变提高了多媒体消费类软件的需求量。

最后，随着移动设备、云存储、移动互联网等发展所带动的移动办公对高兼容性跨平台一体化的文档处理平台需求也呈上升态势，用户需求的增强和深化将给本项目产品带来广阔的发展空间。

（三）项目投资概算

本项目的投资总额为 24,894.32 万元，本项目拟招聘研发类员工 120 名、营销类员工 70 名，购置各类电子产品 921 件，购置各类办公设备 228 台，购置各类软件 1,473 件，增强公司的研发和营销实力。项目投资概算情况如下：

(1) 本项目募集资金总量及其依据

序号	项目名称	金额（万元）	占比
1	办公楼	11,600.00	46.60%
2	电子设备购置费	1,030.00	4.14%
3	办公设备购置费	138.40	0.56%
4	软件系统（资产类）	321.90	1.29%
5	研发投入	4,433.20	17.81%
6	营销投入	5,870.83	23.58%
7	铺底流动资金	1,500.00	6.03%
合计		24,894.32	100%

(2) 办公楼投资估算

序号	项目内容	金额（万元）	占比
1	办公楼	11,000.00	94.83%
2	装修费用	600.00	5.17%
3	合计	11,600.00	100%

(3) 电子设备投资估算

序号	设备名称	参考型号	数量（件或套）	单价（万元/件或套）	金额（万元）
1	戴尔服务器	PowerEdge R320	7	10.00	70.00
2	联想万全服务器	R680 G7 DE7-4807	6	7.00	42.00
3	存储设备	NetApp FAS3210A	2	120.00	240.00
4	苹果一体机	iMac 及 Mac 笔记本	90	1.80	162.00
5	PC 电脑	各类型号	321	0.90	289.00
6	智能手机	各类型号	220	0.50	110.00
7	平板电脑	各类型号	160	0.40	64.00
8	智能电视机	各类型号	20	0.70	14.00
9	DVD 播放器	先科（SAST）便携 DVD	20	0.15	3.00

10	蓝光播放器	先锋蓝光播放机	20	0.30	6.00
11	专业视频处理设备	各类型号	5	2.00	10.00
12	穿戴设备	三星智能手表等	50	0.40	20.00
合计			921	-	1,030.00

（4）办公设备投资估算

序号	办公设备名称	数量（件或套）	单价（万元/件或套）	总价（万元）	参考型号
1	办公设备	200	0.30	60.00	各类型号
2	会议桌椅	5	0.80	4.00	各类型号
3	复印打印一体机	4	5.00	20.00	富士施乐 DocumentCenter
4	电子白板	8	2.50	20.00	70寸触控电子白板
5	视频会议系统	8	4.00	32.00	Cisco BE6000 系列
6	投影仪	3	0.80	2.40	BenQ 高清投影
合计		228	-	138.40	-

（5）软件投资估算

序号	产品名称	主要用途	数量（件或套）	单价（万元/件或套）	总价（万元）
1	Visio Studio(C++和 C#)	开发	10	5.00	50.00
2	Delphi	开发	4	4.00	16.00
3	Project Sever	项目管理	1	7.10	7.10
4	Axure	产品策划	8	0.60	4.80
5	Photoshop	产品设计	10	1.00	10.00
6	Adobe Illustrator	产品设计	10	0.40	4.00
7	MS Office 专业版	文档创建	150	0.30	45.00
8	WPS	开发及测试	220	0.10	22.00
9	Windows	开发及测试	220	0.20	44.00
10	Project client	项目管理	20	0.21	4.20
11	Mindjet	基础应用	20	0.46	9.20
12	NOD32 防毒软件	信息安全	400	0.02	9.60
13	WebSense ForcePointDLP	信息防泄密 保护	400	0.24	96.00
合计			1,473	-	321.90

（6）流动资金估算

根据公司现有业务模式，管理费用和销售费用占营业收入比重较高，公司在研发和营销实施过程中需要持续投入大量资金，公司业务模式要求公司持有一定

金额的流动资金用于及时支付管理费用和销售费用。根据对公司 2014 年-2016 年流动资金占收入比重情况的估算,本项目需投入的流动资金总额为 1,500 万元,主要用于研发人员薪酬、营销人员薪酬、广告宣传等方面。

（四）项目建设期及实施进度

本项目投入期为 36 个月, 每期为 12 个月, 分三期投入, 具体情况如下:

单位: 万元

项目名称	项目总投资	T+1	T+2 年	T+3 年
万兴通用消费类软件产品研发及技术改造项目	24,894.32	16,562.30	4,008.94	4,323.08

项目建设具体时间表如下:

时间	任务类型	任务内容
第一期	产品研发	跨端数据管理类既有软件对时下流行平台、流行设备、主流数据的支持, 产品全面改造
		跨端数据管理类创新产品机会挖掘、策划、研发、上线
		多媒体软件类家庭媒体中心私有云平台核心产品的策划和开发, 以及移动端二次处理类新产品策划和开发
		多媒体软件功能扩展和性能提升, 对新技术的应用, 比如: H.265、GoogleVP9 编码技术、4K 标准等; 突破标清转高清的技术, 提高产品输出的质量
		数字文档类软件产品功能丰富、产品性能、稳定性和输出质量持续提升, 提升文档兼容性
		数字文档类软件向移动端发展, 初步往云端布局
	市场营销	全网营销渠道建设, 主要涉及广告 API 系统建设, 加强广告自动化, 重点突破展示网络广告和 YouTube 广告, 使其成为销售额增长新主力军, 继续深化英语、以及多语言市场关键字营销渠道建设
	网站建设系统建设和优化, 提高网站建设效率, 另外注重引入外援尤其是本土化专业团队以提高网站设计的高端、国际化, 以及内容的高质量、本土化, 落实深入建设发达国家市场, 全面推进新兴市场的策略	

		强化品牌理念，突破网络媒体时代的品牌公关，建立系统性的品牌声誉监测和管理
第二期	产品研发	跨端数据管理类既有软件尤其是在 T+1 期间挖掘的有潜力的新产品迭代更新，融合云安全技术持续提升产品功能、性能、稳定性和用户体验，支持时下新平台、新设备、新数据
		跨端数据管理类创新产品机会挖掘、策划、研发、上线
		多媒体软件类家庭媒体中心私有云平台核心产品借助于公司即将新建成的“用户中心”深度运营，融合互联网思维、关注用户反馈打磨软件、挖掘营利点
		多媒体软件产品对新技术的应用，持续维护产品的功能、性能、体验
		多媒体软件家庭媒体中心私有云平台搭建，全面整合多媒体类产品，带动付费产品的销售
		数字文档类软件移动端产品深度发展，并与云端融合，打造高效的小企业、个人 SOHO 一体化文档处理平台
		市场营销
持续推进营销本土化、专业化工作，继续推进深入建设发达国家市场，全面推进新兴市场的策略		
加强品牌传播与品牌管理，提高公司及产品在国际市场的知名度、认可度		
第三期	产品研发	跨端数据管理软件持续应用新技术，挖掘新功能，支持新数据类型、新平台、新终端等
		多媒体软件家庭媒体中心私有云平台解决方案结合公司客户运营平台持续优化、精进，结合物联网技术等加强与其它智能设备的互通
		充分利用公司日趋成熟的客户运营平台，打通公司所有产品的联结，应用云服务等措施为客户提供定制化的功能组合，促进客户消费公司产品，提高二次购买率，提高单个用户价值（ARPU-AverageRevenuePerUse，用户平均收入）
	市场营销	全网渠道整合营销

		结合产品运营创新，加强客户运营，突破提升客户的 ARPU
--	--	------------------------------

（五）项目备案情况

本项目已在深圳市发展和改革委员会办理了备案手续，取得了“深南山发改备案[2017]0024号”《社会投资项目备案通知》。

（六）项目环境保护情况

本项目主要污染物为生活垃圾与污水。本项目不同于生产性项目，不存在废气、废水、废渣等工业污染物，对环境影响很小，符合国家相关环保标准和要求。根据深圳市人居环境委员会出具的《环评审批有关事宜的复函》（深人环函[2017]188号），本次申请项目内容不属于环评审批范围，无需办理环评报批手续。

（七）项目选址情况

本项目选址在深圳，主要考虑当地的区位、人才和技术优势，本项目所需场地通过直接购买办公楼获得。

四、数据运营中心建设项目

（一）项目概况

随着公司业务规模扩大，公司需要建设更加先进的数据中心。本项目将在公司现有办公设备、系统和技术的基础上，通过采购新设备、外购软件和委外研发等方式来提升公司核心竞争能力。

数据运营中心建设项目主要包括云计算数据中心基础架构、容灾备份系统、信息安全系统、桌面虚拟化、大数据分析系统搭建等。

其中，云计算数据中心基础架构需要解决大量数据的运算、储存和传输问题；容灾备份系统用于保证信息系统的高效性和业务的连续性，实现核心数据和业务系统异地备份；

信息安全系统主要用于解决数据中心的故障、网络的非法入侵、病毒感染、信息窃取等安全隐患；

桌面虚拟化是通过建立虚拟化的共享资源池，将研发数据限制在虚拟桌面系统内，实现数据的统一管理，避免研发数据的丢失、泄密等，并方便研发人员随时、随地从虚拟系统内调取资源；

大数据分析系统通过数据收集、数据统计及数据挖掘等技术手段，对用户数据进行分析，为产品的设计、研发、营销等决策提供重要信息。

（二）项目可行性

近年来云计算技术发展日趋成熟，采用了低功耗处理器的高效能服务器产品越来越多。高效节能的云数据中心有关的技术和产品可以有效支持企业搭建自己的云计算数据中心，可以促进企业加快大数据的应用。

数据运营中心项目建设中，涉及了存储集群、服务集群、大数据分级、分布式计算等新技术。在本项目立项之初，公司已对这些领先的技术进行了深入的研究和分析，并结合公司自身业务特点确定初步模型，为本项目的顺利实施奠定了良好的基础。

公司在数据运营中心建设方面存在部分定制化需求，经过十余年的发展，公司逐步组建了一支有效支撑云计算数据运营中心建设、后期运营维护的团队，支撑了公司未来业务发展。

（三）项目投资概算

本项目总投资额为 4,484 万元；本项目拟购置各类硬件 193 件，购置各类软件 16 件。项目投资概算情况如下：

1、本项目募集资金投资总额

单位：万元

序号	项目名称	项目描述	总投资	T+1 年	T+2 年
1	机房工程	机房装修	120.00	75.00	45.00
		电力工程	280.00	180.00	100.00
		空调工程	120.00	75.00	45.00
		消防工程	80.00	50.00	30.00
		布线工程	350.00	250.00	100.00
		机房监控及防雷	60.00	40.00	20.00
2	网络工程	核心&汇聚交换机	150.00	150.00	-

		防火墙系统	90.00	90.00	-
		接入层交换机	15.00	15.00	-
		IP 电话系统	50.00	50.00	-
		无线网络	45.00	20.00	25.00
3	存储系统采购	存储控制器	240.00	80.00	160.00
		存储容量	540.00	180.00	360.00
4	备份中心构建	备份设备	120.00	80.00	40.00
		备份软件实施	60.00	30.00	30.00
5	绿色高效能服务器采购	基础服务器	80.00	50.00	30.00
		数据库服务器	224.00	98.00	126.00
		备份服务器	81.00	36.00	45.00
		应用服务器（含刀片）	165.00	77.00	88.00
6	桌面虚拟化工程	虚拟服务器用户端硬件	20.00	10.00	10.00
		虚拟服务器用户端软件系统	40.00	20.00	20.00
		虚拟服务器管理系统（硬件）	120.00	20.00	100.00
		虚拟服务器管理系统（软件）	200.00	30.00	170.00
7	信息安全提升工程	网络准入平台升级优化	80.00	80.00	-
		终端桌面安全平台优化	50.00	50.00	-
		加密系统更换	100.00	100.00	-
		互联网安全管控平台优化	40.00	20.00	20.00
		入侵检测系统（硬件）	90.00	50.00	40.00
		入侵检测系统（软件）引进实施	8.00	-	8.00
		漏洞检测系统引进实施	30.00	15.00	15.00
8	大数据分析系统构建	软件授权（商业智能 BI 系统）	200.00	200.00	-
		软件授权（Oracle 数据库）	50.00	50.00	-

		项目实施（含配置、集成开发等）	252.00	100.00	152.00
		系统定制开发	120.00	60.00	60.00
9	预备费用	铺底流动资金	200.00	100.00	100.00
10	购置场地	设备存放场地（自有资金投资）	14.00	7.00	7.00
合计			4,484.00	2,538.00	1,946.00

2、硬件设备投资估算

序号	具体内容	数量（件或套）	单价（万元/件或套）	金额（万元）
1	核心&汇聚交换机	30	5.00	150.00
2	防火墙系统	1	90.00	90.00
3	接入层交换机	60	0.25	15.00
4	IP 电话系统	1	50.00	50.00
5	无线网络	1	45.00	45.00
6	基础服务器	10	8.00	80.00
7	数据库服务器	32	7.00	224.00
8	备份服务器	18	4.50	81.00
9	应用服务器（含刀片）	30	5.50	165.00
10	存储容量	6	90.00	540.00
11	备份设备	1	120.00	120.00
12	虚拟服务器用户端（硬件）	1	20.00	20.00
13	虚拟服务器管理系统（硬件）	1	120.00	120.00
14	入侵检测系统(硬件)	1	90.00	90.00
合 计		193	-	1,790.00

3、软件投资估算

序号	具体内容	数量（件或套）	单价（万元/件或套）	金额（万元）
1	存储控制器	6	40.00	240.00
2	备份软件	1	60.00	60.00

3	虚拟服务器用户端软件系统	1	40.00	40.00
4	虚拟服务器管理系统（软件）	1	200.00	200.00
5	网络准入平台升级优化	1	80.00	80.00
6	终端桌面安全平台优化	1	50.00	50.00
7	加密系统	1	100.00	100.00
8	互联网安全管控平台优化	1	40.00	40.00
9	入侵检测系统(软件)引进实施	1	8.00	8.00
10	漏洞检测系统引进实施	1	30.00	30.00
11	大数据分析系统	1	622.00	622.00
合 计		16	-	1,470.00

（四）项目建设期及实施进度

本项目投入期为 24 个月，每期为 12 个月，分两期投入，第一期、第二期分别投入的金额为 2,538 万元、1,946 万元。一期建设将主要放在基建、云应用服务器、云统一存储系统、基础数通网络设施、云用户终端系统、基础信息安全、备份系统、大数据平台咨询服务（一期）等建设上，二期逐步开展终端虚拟化、大数据平台咨询服务（二期）等。

项目具体的时间计划表如下：

时间	任务内容
第一期	机房工程，包含装修、供电、制冷、监控、布线等。
	云计算数据中心基础架构建设，包含服务器的购买、实施、验收、数通、存储（增加部分）、虚拟化。
	备份系统构建。
	信息系统安全主体内容建设。
	大数据平台咨询服务（一期），项目咨询实施。
第二期	机房扩容，存储扩容，服务器数量增加，数通能力提升，防火墙升级。
	入侵检测系统选型及实施、漏洞检测系统引进和实施。
	桌面虚拟化工程。

大数据平台咨询服务（二期），系统定制开发。

（五）项目备案情况

本项目已在拉萨市柳梧新区管委会经济发展局办理了备案手续，取得了“(2017年度)柳管经备3号”《社会投资项目备案通知》。

（六）项目环境保护情况

本项目不同于生产性项目，不存在废气、废水、废渣等工业污染物，对环境影响很小，符合国家相关环保标准和要求。根据拉萨市环境保护局关于《万兴科技股份有限公司关于上市募投项目环保评估的申请》的回复，本次申请项目内容不属于环评审批范围，无需进行项目的环境影响评价工作。

（七）项目选址情况

本项目选址在公司总部所在地西藏自治区拉萨市，考虑到购置场地需履行的审批程序较多以及经济性的原因，本项目所需场地采取租赁方式。

五、补充营运资金项目

公司拟使用5,000万元募集资金补充公司营运资金，主要用于增加营运资金、智能家居云操作系统开拓等与主营业务相关的支出。

（一）补充营运资金的必要性

1、公司经营模式的需要

公司是一家消费类软件研发、销售及提供相应技术支持服务的企业，持续自主研发和互联网营销是公司经营模式的显著特点。

公司所处行业快速发展，消费类软件产品更新换代快、热点频出，研发和创新是公司发展的基础，甚至一款成功的产品就能够带来较大收益，需要持续保持一定规模的研发投入，对公司提供的产品和服务不断进行创新。同时，公司以线上销售为主的营销模式，需要采用搜索引擎优化、搜索引擎付费广告、社会化媒体营销等方式，扩大潜在客户的范围。报告期内，公司研发投入分别为4,919.27万元、5,591.82万元、7,513.76万元及4,123.55万元，占营业收入比重达到18%以上；销售费用分别为9,313.84万元、12,339.71万元、18,243.44万元、10,195.67万元，占营业收入比重超过40%，具体情况如下：

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入（万元）	21,941.97	36,817.71	26,282.38	22,603.48
研发投入金额（万元）	4,123.55	7,513.76	5,591.82	4,919.27
研发费用占营业收入比例	18.79%	20.41%	21.28%	21.76%
销售费用金额（万元）	10,195.67	18,243.44	12,339.71	9,313.84
销售费用占营业收入比例	46.47%	49.55%	46.95%	41.21%

公司需拥有充足的营运资金，保持对研究开发的前瞻性和创新性，针对终端消费者需求的变化，率先推出创新性软件产品；充足的营运资金能够促进公司网络营销渠道建设，扩大营销覆盖面，提高营销效益，继续保持和提高公司核心竞争力和竞争优势。

2、公司财务结构的需要

（1）对流动资产的需求较高

本公司流动资产所占比重较高，2014年末、2015年末和2016年末和2017年6月末流动资产占总资产比重分别为33.59%、35.41%、34.78%和30.94%，保持稳定。公司流动资产的主要构成是货币资金和应收账款。

近年来，公司一直处于快速发展阶段，各项资产规模不断增长，公司经营对于流动资金的需求稳步增加。

单位：万元

项目	2017年6月30日		2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例
流动资产合计	8,234.70	30.94%	9,686.23	34.78%	8,237.78	35.41%	7,649.41	33.59%
其中：货币资金	5,233.18	19.66%	6,921.55	24.85%	6,167.74	26.51%	5,699.95	25.03%
应收账款	1,314.83	4.94%	1,437.36	5.16%	734.79	3.16%	1,020.51	4.48%
流动负债合计	5,096.50	19.15%	5,302.91	19.04%	3,212.16	13.81%	3,704.81	16.27%
固定资产	14,771.51	55.51%	14,507.99	52.09%	14,380.37	61.81%	14,173.45	62.25%
资产总计	26,612.86	100%	27,849.65	100%	23,263.92	100%	22,769.51	100%
营运资金	3,138.20	11.79%	4,383.32	15.74%	5,025.62	21.60%	3,944.60	17.32%

公司资产结构需要保持较高流动性，目前随着公司经营规模的不断扩大，营运资金较为紧张，因此需要补充流动资金。

（2）期间费用支出较大

报告期内，公司期间费用支出金额较大，尤其是销售费用和管理费用占比较高，2016年公司销售费用和管理费用总额达到30,848.62万元。随着公司经营业务的增长，期间费用支出将进一步提高，需更多营运资金与之匹配。

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度		2015年度		2014年度
	金额	金额	同比增长率	金额	同比增长率	金额
销售费用	10,195.67	18,243.44	47.84%	12,339.71	32.49%	9,313.84
管理费用	7,219.81	12,605.18	49.80%	8,414.40	4.29%	8,068.54

3、开拓市场和业务的需要

根据公司发展战略，公司将在对市场进行充分调查和研究的基础上，结合市场需求状况、消费类软件的特点和公司既有软件产品功能，投入资源开发与智能家居电子设备相联系智能家居云操作系统，上述调研和研发活动，需要一定数额的资金投入。公司对智能家居云操作系统的投资和市场布局会充分考虑该领域的竞争状况和风险，并保证相关研发和生产活动投入的固定资产、研发人员等资源不会对公司持续经营和财务状况造成较大不利影响。

4、其他融资方式有限

目前，公司资产规模较小，经营主要依靠自有资金积累，其他融资渠道有限，一定程度上牵制了公司规模扩张的速度。

（二）资金需求估算

本项目的资金需求总额为5,000万元，为保障公司整体经营的稳定性和安全性需补充营运资金2,500万元，为扩大业务范围，打造智能家居云操作系统，预计需要约2,500万元，具体明细如下：

项目	资金需求（万元）	占比
增加营运资金	2,500	50.00%
智能家居云操作系统等新业务开拓	2,500	50.00%
需补充的营运资金合计	5,000	100.00%

1、保持营运资金的需求

为保障公司整体经营的稳定性和安全性，公司需保有一定数额的营运资金作为安全边际，以保证日常经营对资金的需要。根据对公司 2014 年-2016 年营运资金占收入平均比重 18.89%和收入的复合增长率 28.29%的估算，本公司需保持的营运资金为 9,127.28 万元至 15,021.27 万元，截至 2016 年 12 月 31 日，公司营运资金为约 4,383.32 万元，随着公司经营规模的不断扩大，预计需增加营运资金约 2,500 万元。

2、拓展业务范围的需求

根据公司发展规划，为扩大业务范围，将公司软件产品与家居电子产品相结合，打造智能家居云操作系统，预计前期需要约 2,500 万元的流动资金用于员工薪酬、购买设备等支出项目。

（三）经济效益分析

在一个完整经营年度内，新增 5,000 万元营运资金可以显著改善公司的资金流动性，提升公司销售净利润率和总体盈利水平，为公司抓住消费类软件行业新机遇实现新的跨越式发展奠定良好的基础。

六、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

本次募集资金投资项目实施后，公司的研发能力和自主创新能力将大幅提高，产品类型和功能将更加丰富，信息软硬件系统基础架构更加完善，有效提升公司的综合竞争力，扩大市场占有率，为公司未来发展奠定良好的基础。

（一）募集资金到位后对净资产、每股净资产的影响

募集资金到位后，假设其他条件不发生变化，公司净资产及每股净资产均将大幅提高，将进一步提高公司整体实力，增加综合竞争力，增强抗风险能力。

（二）募集资金到位后对净资产收益率的影响

由于募集资金投资项目需要一定的投入期，募集资金到位后，在项目未达产前净资产收益率会因为财务摊薄而有一定程度的降低。从中长期来看，本次募集资金投资项目均有较高的投资回报率，随着投资项目陆续产生效益，公司销售收入和利润水平将有较大提高，公司净资产收益率也会逐步提高。

（三）募集资金到位后对公司盈利能力的影响

募集资金投资项目产生效益后，公司的销售收入、净利润也将随之增长。在项目投入初期，公司净资产收益率、每股收益等财务指标将面临一定压力，但从长远来看，募集资金投资项目经济效益良好，上述财务指标也将逐渐好转，公司的盈利能力和盈利稳定性将不断增强。

（四）新增固定资产和软件资产与员工人数的匹配关系

根据募集资金运用计划，项目建成后，公司员工人数将从 2016 年 12 月 31 日的 476 人，增加到 666 人，由此新增固定资产、无形资产 17,360.30 万元，与截至 2016 年 12 月 31 日公司固定资产和无形资产金额与员工人数的关系如下：

项目	人数	固定资产和无形资产原值（万元）	人均资产金额（万元/人）
2016 年 12 月 31 日	476	18,869.00	39.64
募集资金投资项目实施后	666	36,229.30	54.40

募集资金投资项目达产后，公司每个员工对应的固定资产和无形资产金额为 54.40 万元，高于 2016 年 12 月 31 日的人均资产 39.64 万元，上升较快主要系配置的办公楼市场价格上涨所致。随着公司销售规模的增长，新增固定资产、无形资产与员工人数相匹配。

（五）新增固定资产折旧、无形资产摊销以及长期待摊费用摊销对公司经营业绩的影响

项目达产后，公司固定资产折旧及长期待摊费用摊销费用会相应增加，在募集资金到位后的 4 年内，公司每年新增折旧摊销呈现先升后降的特点。

单位：万元

项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年	T+4 年
固定资产折旧	662.35	1,010.35	1,050.35	741.68
无形资产摊销	231.38	358.38	358.38	358.38
长期待摊费用摊销	127.00	161.00	161.00	161.00
合计	1,020.73	1,529.73	1,569.73	1,261.06

项目投入初期已经可以产生营业收入，但盈利潜力未充分释放。消费类软件产品研发及技术改造项目达产后，收入水平将有所提高。项目投入前两年，固定

资产折旧、无形资产摊销以及长期待摊费用的摊销费用会对公司利润产生一定的影响，但随着项目达产，公司盈利水平将进一步提高，上述两项因素对公司经营影响将逐步减少。

同时，根据公司的行业特征，募集资金投资项目的研发费用和营销费用占比较高，公司研发和营销支出将随着项目收入增长而增长。由于公司所在的软件行业具有市场需求变化快、市场热点频出等特点，募投项目实施后，公司首先能够根据项目实际情况合理调节后续研发费用、营销费用等可变成本，在项目收入超过预期时增加研发和营销投入，而在项目收入低于预期时适当减少研发和营销投入，避免因研发和营销费用不匹配给公司经营带来负面影响。

因此，新增固定资产折旧、长期待摊费用摊销及其他费用对公司经营业绩和未来经营成果不会产生重大不利影响。

（六）对盈利能力的影响

项目投入后，公司盈利能力将进一步提升，前4年新增效益情况如下：

单位：万元

项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年	T+4 年
万兴通用消费类软件产品研发及 技术改造项目	-20.99	2,604.21	3,272.30	4,042.22
合 计	-20.99	2,604.21	3,272.30	4,042.22

第十一节 其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，发行人正在履行的合同金额或交易金额、所产生的营业收入或毛利额相应占发行人最近一个会计年度经审计的营业收入或营业利润的 10%以上的合同以及其他对发行人生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

一、重要合同

截至本招股说明书签署之日，发行人正在履行的合同金额或交易金额、所产生的营业收入或毛利额相应占发行人最近一个会计年度经审计的营业收入或营业利润的 10%以上的合同以及其他对发行人生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）与第三方平台签署的合同

1、2011 年 3 月 10 日，万兴有限与 PayPal Pte.Ltd.（以下简称 PayPal）签订《PayPal 服务用户协议》²⁸和 Addendum to User Agreement。根据前述协议，PayPal 为公司销售软件产品提供全球互联网支付服务。该合同无具体金额，PayPal 按照约定收取相关服务费用。

2、2013 年 4 月 1 日，万博科技与 Avangate B.V.（以下简称 Avangate）签订 AVANGATE E-COMMERCE PLATFORM & SERVICES AGREEMENT，根据该协议，Avangate 为万博科技销售软件产品的电子商务平台，由万博科技先将软件产品通过互联网以在线方式售给 Avangate，然后 Avangate 再将软件产品以在线方式销售给终端客户。该合同无具体金额，Avangate 按照约定收取费用。

3、2013 年 8 月 19 日，香港万兴、万兴科技与 Transgate CO.,LTD（以下简称 Transgate）签订合同，授权 Transgate 在日本市场负责公司盒装软件的发布和销售。该合同无具体金额，Transgate 按产品销售基础价格的固定费率支付许可费用。

4、2014 年 4 月 17 日，香港万兴与 DR MYCOMMERCE INC.D/B/A SWREG

²⁸ 该协议系 PayPal 对所有用户的通用协议，PayPal 不定时会对该协议进行更新。目前该协议最新版本从 2017 年 3 月 29 日起生效。

（以下简称“DR SWREG”）签订 SWREG PUBLISHER AGREEMENT，根据该协议，DR SWREG 为香港万兴销售软件产品的电子商务平台，由香港万兴先将软件产品以互联网在线方式售给 DR SWREG，然后 DR SWREG 再将软件产品以在线方式转售给终端客户。该协议无具体金额，DR SWREG 按照约定收取费用。

5、2014 年 4 月 17 日，香港万兴与 DR MYCOMMERCE INC.（以下简称“MYCOMMERCE”）签订 MYCOMMERCE PUBLISHER AGREEMENT，该协议约定根据该协议，MYCOMMERCE 为香港万兴销售软件产品的电子商务平台，由香港万兴先将软件产品以互联网在线方式售给 MYCOMMERCE，然后 MYCOMMERCE 再将软件产品以在线方式转售给终端客户。该协议无具体金额，MYCOMMERCE 按照约定收取费用。

6、2015 年 3 月 21 日，香港万兴与 Worldpay (UK) Limited、Worldpay Limited、Worldpay AP LTD.（以下统称 Worldpay）签订 Merchant Services Agreement，根据该协议，Worldpay 为公司销售软件产品提供全球互联网支付服务。该协议无具体金额，Worldpay 按照约定收取相关服务费用。

7、2016 年 4 月 25 日，香港万兴与 QANDY INTERNATIONAL LIMITED 签订支付服务协议，根据该协议，QANDY 为公司销售软件产品提供全球互联网支付服务。该协议无具体金额，QANDY 按照约定收取相关服务费用，合同期限为自签订之日起两年。深圳市钱海网络技术有限公司作为 QANDY 的担保人，为上述合同的履行提供了担保服务。

8、2016 年 12 月 7 日，万兴科技与 Apple Inc.（以下简称 Apple）签订 Apple Developer Program License Agreement，根据该协议，万兴科技负责将开发完成的软件产品通过互联网发送至 Apple 指定的 App Store 或者网站，Apple 为其提供推广以及平台服务，将软件产品销售给终端客户。该合同无具体金额，Apple 按照约定收取费用。

9、2016 年 12 月 7 日，万博科技与 Apple Inc. 签订 Apple Developer Program License Agreement，根据该协议，万博科技负责将开发完成的软件产品通过互联网发送至 Apple 指定的 App Store 或者网站，Apple 为万博科技提供推广以及平台服务，将软件产品销售给终端客户。该合同无具体金额，Apple 按照约定收取费用。

10、2017年3月1日，香港万兴与NORD LIMITED签订软件销售协议，根据该协议，万兴科技授权NORD LIMITED为公司销售软件产品。该合同无具体金额，NORD LIMITED按照约定价格购买万兴科技软件产品再销售给终端客户，合同期限为合同生效之日起48个月，合同期限届满前3个月双方无异议合同将自动续期12个月。

（二）采购合同

1、2013年6月5日，香港万兴与Google Asia Pacific Pte. Ltd.(以下简称“Google 亚太”)签订Google Advertising Service Agreement，根据该协议，Google 亚太为香港万兴提供互联网搜索广告服务，该合同无具体金额，香港万兴按照点击付费竞价（Cost-per-Click bidding）方式支付Google广告费用。

2、2016年8月29日，万兴科技与上海云克网络科技有限公司（以下简称“云克科技”）签订《微软必应出口通推广服务合同》，云克科技作为微软必应出口通推广服务（以下简称“Bing Ads 服务”）客户的区域代理商，为万兴科技开立Bing Ads广告账户，万兴科技按照点击付费竞价方式支付广告费用。

3、2017年4月1日，万兴科技与北京优术无限科贸有限公司（以下简称“北京优术”）签订了《加速服务合同》，北京优术为万兴科技提供全球CDN网络加速服务，万兴科技按照流量使用量支付服务费用。

4、2017年5月1日，香港万兴与香港申嘉科技有限公司（以下简称“香港申嘉”）签订了《CDN 加速合同》，香港申嘉为香港万兴提供网络加速服务，香港万兴按照流量使用量支付服务费用。

（三）产品开发合同

2015年11月11日，香港万兴与ESTsoft Corp.(以下简称“ESTsoft”)签订Software Rebranding and Distribution Agreement，根据该协议，香港万兴为ESTsoft提供PDF产品开发、更新与技术支持服务，该合同总价款\$480,000.00（不包含增值税），分期付款至2018年结束。

二、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保的情形。

三、发行人的重大诉讼或仲裁事项

（一）音乐作品版权诉讼纠纷

2016年12月5日，PINK ZEBRA MUSIC,LLC 向美国伊利诺伊州北区地区法院提起诉讼，就公司在美国地区销售“Filmora 产品”中所有使用的“Spooky fun”、“Larger than life”、“Walk through life”三首音乐未取得原告 PINK ZEBRA MUSIC,LLC 的授权许可提起诉讼，涉诉金额为每首音乐 15 万美元。

公司“Filmora 产品”是一款视频编辑类软件应用产品，公司在接到诉讼通知后已停止在“Filmora 产品”中使用上述三首音乐，并进行了应诉准备。“Filmora 产品”中使用的上述三首音乐，公司均已通过第三方音乐平台（www.Audiojungle.com）购买了使用许可。

公司已委托当地律师事务所 Greenberg Traurig,LLP 专项代理该案，目前该案件正在审理之中。根据 Greenberg Traurig, LLP 出具的说明，上述诉讼，公司将不会面临重大法律责任，不会影响公司在美国继续从事“Filmora 产品”相关的商业活动。

截至本招股说明书签署之日，除上述事项之外，本公司不存在其他对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人、公司控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员没有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

（三）截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人最近三年内无重大违法行为

四、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

五、发行人履行社会责任的情况

公司始终心系民生、回馈社会，全方位实施精准扶贫。公司积极主动与西藏自治区党委、政府及相关部门联系，着眼于当前脱贫与未来可持续发展，采取产业扶贫、教育扶贫、就业扶贫等方式，深入贫困地区一线，分别与西藏比如县人民政府、那曲县古路镇人民政府签订扶贫协议；同时与西藏大学签订协议，设立100万元的“万兴科技奖学金”，激励西藏大学生努力学习，并向西藏大学提供学生实习、培训基地。截止本招股书签署日，公司已向西藏比如县人民政府捐赠电脑100台用于资助贫困地区教育发展，向西藏大学支付第一期奖学金20万元。

第十二节 有关声明

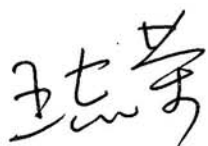
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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。

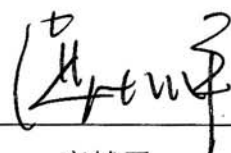
全体董事、高级管理人员：



吴太兵



王志荣



廖越平




朱伟



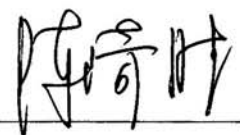
孙淳



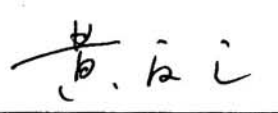
朱建寰



邓爱国

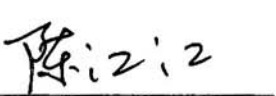


陈琦胜



黄反之

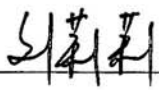
全体监事：



陈江江



凌曙光

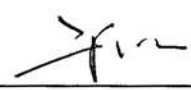


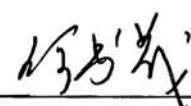
刘莉莉



保荐人（主承销商）声明


本保荐人（主承销商）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、及时性承担相应的法律责任。

项目协办人： 
于广忠

保荐代表人： 
何书茂


赵桂荣

首席执行官： 
陈永健

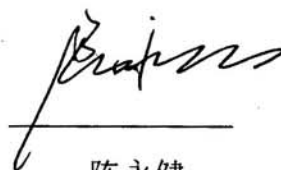
董事长（法定代表人）： 
林立


华林证券股份有限公司
2017年12月8日

保荐机构董事长、首席执行官声明

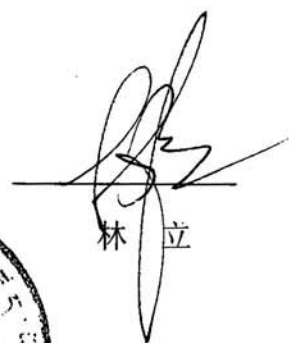
本人已认真阅读万兴科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

首席执行官：



陈永健

董事长（法定代表人）：



林立



华林证券股份有限公司（公章）

2017年12月8日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读《万兴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。



负责人

张利国

经办律师

郑超

崔白

刘厚阳

2017年12月8日

会计师事务所声明

大华特字[2017]003590 号

本所及签字注册会计师已阅读万兴科技股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本所出具的大华审字[2017]007968 号审计报告、大华核字[2017]003587 号内部控制鉴证报告及经本所鉴证的大华核字[2017]003589 号非经常性损益明细表无矛盾之处。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。

签字注册会计师：

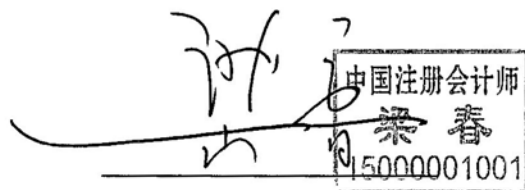


邢 敏



杨 谦

会计师事务所负责人：



梁 春

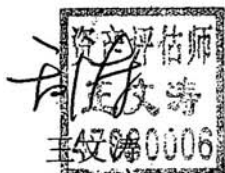
大华会计师事务所（特殊普通合伙）



资产评估机构声明

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深国众联评报字（2012）第 3-063号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深国众联评报字（2012）第3-063号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、及时性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：



资产评估机构负责人：



黄西勤

国众联资产评估土地房地产估价有限公司



关于公司名称变更的说明

2013年10月18日，经深圳市市场监督管理局核准，本公司名称由“深圳市天健国众联资产评估土地房地产估价有限公司”变更为“国众联资产评估土地房地产估价有限公司”。

本公司承诺对变更之前以“深圳市天健国众联资产评估土地房地产估价有限公司”名义出具的“深国众联评报字（2012）第3-063号”资产评估报告予以认可并承担法律责任。

国众联资产评估土地房地产估价有限公司



2017年12月8日

验资机构声明

大华特字[2017]003588号

本机构及签字注册会计师已阅读万兴科技股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的大华验字[2012]338号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、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



邢敏

李德荣

会计师事务所负责人：



梁春

大华会计师事务所（特殊普通合伙）



说 明

本所注册会计师李德荣已离职，故万兴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及相关申请文件中未有签字注册会计师李德荣的签字。

特此说明。



说 明

根据《财政部 证监会关于调整证券资格会计师事务所申请条件的通知》（财会[2012]2号），原大华会计师事务所有限公司完成特殊普通合伙转制，名称相应变更为大华会计师事务所（特殊普通合伙）。

特此说明。

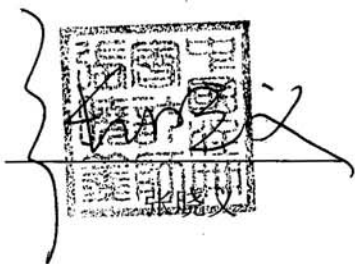


验资复核机构声明

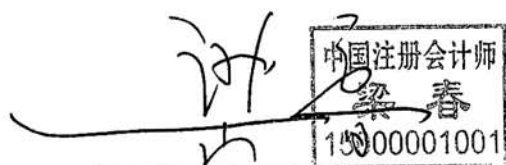
大华特字[2017]003589 号

本机构及签字注册会计师已阅读万兴科技股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的大华核字[2014]004204 号复核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复核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、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



会计师事务所负责人：



梁春



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）经注册会计师鉴证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

工作日上午：09:30-11:30 下午：13:30-16:30

三、文件查阅地址

发行人：万兴科技股份有限公司

地址：拉萨市柳梧新区东环路以西、1-4 路以北、1-3 路以南、柳梧大厦以东 8 栋 2 单元 6 层 2 号

电话：0891-6361168、0755-86665000 传真：0891-6506329、0755-86117737

保荐机构（主承销商）：华林证券股份有限公司

地址：深圳市福田区福华一路免税商务大厦 8 楼

电话：0755-82707777 传真：0755-82707983