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

浙江每日互动网络科技股份有限公司

（浙江省杭州市西湖区西溪路525号A楼西区418室）

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作为投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）

东方·花旗

citi ORIENT

东方花旗证券有限公司

（上海市中山南路318号东方国际金融广场2号楼24层）

发行概况

	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
发行股份数量	不超过 4,010 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%。本次发行股份均为新股，不进行老股转让。
发行后总股本	不超过 40,010 万股
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
保荐人（主承销商）	东方花旗证券有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

声 明

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

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

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

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、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

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书“风险因素”章节的全部内容，并特别提醒投资者注意本公司及本次发行的以下事项：

一、发行方案

公司首次公开发行股票数量不超过 4,010 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%。本次发行股份均为新股，不进行老股转让。

公司公开发行新股募集资金扣除公司承担的相关发行费用后归公司所有，本次发行原股东不公开发售股份，发行费用全部由发行人承担。

二、股份限售安排、股份自愿锁定承诺以及持股 5%以上股东的持股及减持意向承诺

（一）公司实际控制人方毅和一致行动人沈欣承诺

1、自公司股票上市之日起三十六个月（以下称“锁定期”）内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人直接或者间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份；

2、公司股票上市后六个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司首次公开发行价格（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后的发行价，以下统称“发行价”），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，则本人持有的公司股票的锁定期自动延长至少六个月；

3、本人所持公司股票的锁定期届满后两年内减持的，应提前三个交易日向发行人提交减持意向，并由发行人在减持前三个交易日予以公告，且每年减持总数不超过本人所持公司股份总数的 25%。股票减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则按照相应比例进行除权除息调整），上述减持股份数额不包含本人在此期间增持的股份，且上述股份的减持不得影响公司控制权的变更；

4、本人在公司担任董事、高级管理人员期间，本人在前述锁定期限届满后每年转让的发行人股份不超过本人所直接或间接持有的发行人股份总数的 25%。本人在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人所直接或间接持有的发行人股份；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的，自申报离职之日起十二个月内不转让本人所直接或间接持有的发行人股份；本人在首次公开发行股票上市之日起十二个月之后申报离职的，自申报离职之日起六个月内不转让本人所直接或间接持有的发行人股份；

5、如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股票的，违规减持公司股票所得（以下称“违规减持所得”）归公司所有，如未将违规减持所得上交公司，则公司有权扣留应付现金分红中与应上交公司的违规减持所得金额相等的现金分红；

6、在上述锁定期内或锁定期满后本人职务发生变更或离职的，不影响本承诺的效力。

（二）实际控制人之一致行动人我了个推承诺

1、自公司股票上市之日起三十六个月（以下称“锁定期”）内，本单位不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本单位直接或者间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份；

2、公司股票上市后六个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司首次公开发行价格（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后的发行价，以下统称“发行价”），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，则本单位持有的公司股票的锁定期自动延长至少六个月；

3、本单位在锁定期满后两年内减持的，减持的股份数量不超过本单位持有的公司股份总数的 75%。股票减持的价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则按照相应比例进行除权除息调整）；

4、如本单位违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股票的，违规减持公司股票所得（以下称“违规减持所得”）归公司所有，如未将违规减持所得上交公司，则公司有权扣留应付现金分红中与应上交公司的违规减持所得金额相等的现金分红；

5、在上述锁定期内或锁定期满后本单位普通合伙人/执行事务合伙人在公司职务发生变更或离职的，不影响本承诺的效力。

（三）持有公司 5%以上股份的股东禾裕创投、鼎鹿中原、鸿傲投资承诺

1、自公司股票上市之日起十二个月（以下称“锁定期”）内，本单位不转让或者委托他人管理本单位持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本单位持有的公司公开发行股票前已发行的股份；

2、本单位所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，应提前三个交易日向发行人提交减持意向，并由发行人在减持前三个交易日予以公告；

3、本单位在锁定期满后两年内有意向通过深圳证券交易所减持所持有的公司股份，减持的股份数量不超过本单位持有的公司股份总数的 100%。减持股份的价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同）根据当时的二级市场价格确定，且不低于减持前一会计年度经审计的合并报表中每股净资产的价格，并应符合相关法律、法规及深圳证券交易所规则的要求。

（四）持有公司 5%以下股份的股东承诺

公司股东赛富投资、信天商务、刘炳海、西藏唯品会、伯乐锐金、凯峰投资、海通开元、何春虹、夏旦、墨白坤元、万汇金荣、银江创投、经合墨白、三花控股、凯致投资、群新投资、夏个旦、尚志强、初石投资、追远财富、彭炫皓、海新先瑞、海通元睿、海通临云、万汇金轩、墨白创同、伯乐宏图、常春藤、众创永联、墨白尚同、陈奎军、杨兴武、鲁周毅、凯襄投资、藤岩投资承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，本单位/本人不转让或者委托他人管理本单位/本人直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本单位/

本人直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份。

（五）担任公司董事、监事或高级管理人员的股东承诺

作为持有公司股份的董事、高级管理人员方毅、沈欣，以及作为间接持有公司股份的监事董霖、孔祥清，高级管理人员叶新江、章玉珍承诺：

1、自发行人股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人所直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人所直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份；

2、发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人所直接或间接持有的发行人股票的锁定期限自动延长六个月。如发行人上市后有利润分配或送配股份等除权、除息行为，上述发行价为除权除息后的价格；

3、在发行人任职期间，本人在前述锁定期限满后每年转让的发行人股份不超过本人所直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；本人在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人所直接或间接持有的发行人股份；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的，自申报离职之日起十二个月内不转让本人所直接或间接持有的发行人股份；本人在首次公开发行股票上市之日起十二个月之后申报离职的，自申报离职之日起六个月内不转让本人所直接或间接持有的发行人股份；

4、本人所直接或间接持有的发行人股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理）不低于发行价；

5、在上述锁定期或锁定期满后本人职务发生变更或离职的，不影响本承诺的效力。

三、滚存利润的分配安排及本次发行上市后的股利分配政策

（一）本次发行前未分配利润的安排

经公司 2017 年第五次临时股东大会决议，同意本次发行前公司的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东按发行完成后的持股比例共享。

（二）本次发行上市后的股利分配政策和现金分红政策

根据公司 2017 年第五次临时股东大会审议通过的关于上市后启用的《浙江每日互动网络科技股份有限公司章程（草案）》，公司本次发行后的利润分配和现金分红政策如下：

1、公司利润分配原则

公司应充分重视对投资者的合理投资回报，每年按母公司当年实现可供分配的利润为基础向股东分配股利，在具备现金分红条件时，公司应优先采用现金分红的利润分配方式，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

2、利润分配方式

（1）公司将根据实际经营情况和发展所处阶段，充分考虑和听取股东（特别是公众投资者、中小股东）、独立董事的意见，坚持现金、股票、现金股票相结合及其他合法的利润分配方式；

（2）具备现金分红条件时，公司优先采取现金分红的利润分配形式；

（3）若公司有扩大股本规模的需求，或发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，公司可以在满足《公司章程》规定的现金分红的条件下进行股票股利分配。采用股票股利分配方式的将结合公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；

（4）公司可根据公司实际情况及资金需求情况进行年度分配或中期分配。

3、利润分配条件

（1）公司采取现金及股票股利结合的方式分配利润的，应当遵循以下实施差异化现金分红政策：

A.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%；

B.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%；

C.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%；

D.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。

（2）上述重大资金支出安排是指下列任何一种情况出现时（下同）：

A.公司未来十二个月内拟投资、收购或购买资产等累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%且超过 3,000 万元；

B.公司未来十二个月内拟投资、收购或购买资产等累计支出达到或超过公司最近一期经审计资产总额的 20%；

C.当年经审计的合并报表或母公司报表的资产负债率超过 70%以上；

D.公司当年经营活动产生的现金流量净额为负；

E.中国证监会或证券交易所规定的其他情形。

4、现金分红条件

满足以下条件的，公司每年向股东以现金方式分配股利金额不少于当年可供分配利润的 20%：

（1）公司当年实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）为正值，经营性现金流可以满足公司正常经营和可持续发展且足以支付当期利润分配；

（2）公司聘请的审计机构对公司当年财务报告出具标准无保留意见审计报告；

（3）公司当年无重大资金支出安排。

5、利润分配方案的调整

公司根据经营情况、投资规划和长期发展等需要，对《公司章程》确定的现金分红政策进行调整或者变更的，调整后的现金分红政策须符合中国证监会和深圳证券交易所的相关规定，有关调整现金分红政策的议案需征求独立董事意见，经公司董事会审议并提交股东大会特别决议审议通过。

监事会应对董事会调整利润分配政策的行为进行监督，对董事会所制定的利润分配政策调整方案进行审议，并由全体监事过半数以上表决通过。当董事会做出的调整利润分配政策议案损害中小股东利益，或不符合相关法律、法规或中国证监会及证券交易所有关规定的，监事会有权要求董事会予以纠正，外部监事（如有）应对此发表意见。

6、利润分配应履行的决议

（1）公司董事会应根据生产经营状况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、未来业务发展规划和资金使用需求、以前年度亏损弥补情况等因素，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事会的意见，制定年度或中期分红预案，并且预案中应说明当年未分配利润的使用计划；

（2）公司董事会通过利润分配预案，需经全体董事过半数表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过，独立董事应当对利润分配预案发表独立意见；公司监事会应当对公司利润分配预案进行审议，并经半数以上监事表决通过；

（3）公司利润分配方案需提交公司股东大会审议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权过半数通过。股东大会审议利润分配具体方案时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督；

（4）股东大会审议调整利润分配政策议案时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过，并且相关股东大会会议应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者参与利润分配政策的制定或修改提供便利。

7、利润分配的信息披露

公司应严格按照有关规定和格式指引在公司年度报告、半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策的执行情况，说明是否符合《公司章程》的规定或者股东大会决议的要求；分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对利润分配政策拟进行调整或变更的，公司还应详细说明调整或变更的条件及程序是否合规及透明。

四、稳定股价的预案

公司第一届董事会第十六次会议和 2017 年第五次临时股东大会审议通过了《浙江每日互动网络科技股份有限公司关于上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价的预案》，主要内容如下：

（一）启动稳定股价预案的条件和主体

公司上市之日起三年内，若连续二十个交易日公司 A 股股票收盘价均低于公司每股净资产（以下称“启动条件”），则公司将按本预案启动稳定股价措施。

当公司需要采取股价稳定措施时，可以视公司实际情况、股票市场情况，实施如下股价稳定措施：1、公司回购公司股票；2、实际控制人/一致行动人增持公司股票；3、在公司领取工资薪酬的非独立董事、高级管理人员（含公司上市后三年内，新聘任的在公司领取薪酬的非独立董事、高级管理人员，以下称“董事、高级管理人员”）增持公司股票。

（二）稳定股价的具体措施

稳定股价的具体措施包括公司回购股份，实际控制人/一致行动人增持股份以及董事、高级管理人员增持股份。若启动条件触发，上述具体措施执行的优先顺序为公司回购股份为第一顺位，实际控制人/一致行动人增持为第二顺位，公司董事、高级管理人员增持为第三顺位。

1、公司回购股份

（1）公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于

上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律法规规定，通过交易所集中竞价、要约方式或法律法规规定的其他方式回购公司股票；

（2）公司上市之日起每十二个月内为稳定股价回购公司股票使用的资金金额最高不超过上一年度公司总股本的 5%（多次触发，合计计算），回购价格不超过每股净资产；

（3）公司用于稳定股价回购公司股份的总金额不超过公司首次公开发行股份募集资金的总额，回购股份总数不超过首次公开发行股份总额。

2、实际控制人/一致行动人增持股份

（1）若公司一年内一次或多次实施回购后“启动条件”再次被触发，且公司用于回购股份的资金总额累计已经超过其资金额度，则由实际控制人/一致行动人增持公司股份；

（2）实际控制人/一致行动人将根据《上市公司收购管理办法》等相关法律法规规定通过集中竞价方式或其他证券监督管理部门认可的方式进行增持，每一会计年度为稳定股价增持公司股票所使用的资金金额以下列标准孰高为准：不低于现金分红（税后）的 10%但不超过 30%，或不低于 1,000 万但不超过 3,000 万元人民币。超过此标准的，所采取的稳定股价措施不再继续实施，十二个月后继续出现需启动稳定股价措施情形的，按此标准继续执行；

（3）增持价格不超过每股净资产。

3、在公司领取工资薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持股份

（1）若公司实际控制人/一致行动人一年内一次或多次实施回购后“启动条件”再次被触发，且实际控制人/一致行动人用于增持股份的资金总额累计已经超过其资金额度，则由公司董事、高级管理人员增持公司股份；

（2）公司董事、高级管理人员将根据《上市公司收购管理办法》等相关法律法规规定通过二级市场竞价交易方式或其他证券监督管理部门认可的方式进行增持。公司董事、高级管理人员增持公司股份的总金额将不少于该董事、高级管理人员上一会计年度从公司领取税后薪酬（含各项津贴、补助）总额的 20%，

不超过 50%，超过此标准的，所采取的稳定股价措施不再继续实施，十二个月后继续出现需启动稳定股价措施情形的，按此标准继续执行；

（3）增持价格不超过每股净资产。

（三）启动股价稳定方案的法律程序

1、公司回购股份

（1）公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司每股净资产时，公司将在 2 个交易日内发布提示性公告，并在 5 个交易日内与公司股东、董事、高级管理人员商议稳定股价具体方案；

（2）公司董事会应在提示性公告发布之日起 5 个交易日内作出回购股份的决议，并在决议后 2 个交易日内公告稳定股价具体方案，同时发布召开股东大会的通知。稳定股价具体方案包括但不限于回购股份回购数量、回购价格（不高于每股净资产）、回购方式、完成时间等；

（3）公司董事会对回购股份做出决议，须经全体董事过半数表决通过，公司董事承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票。公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司实际控制人及一致行动人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将及时进行信息披露并依法通知债权人；

（4）公司应在股东大会决议作出之日起次日启动回购措施。公司应在规定的完成时间后 2 个交易日公告公司股份变动报告。

2、实际控制人/一致行动人增持股份

（1）实际控制人/一致行动人启动股价稳定措施时，在启动条件满足后 5 个交易日内提出增持发行人股份的方案并通知发行人，发行人应按照相关规定披露实际控制人/一致行动人增持股份的计划，发行人应按照相关规定披露；

（2）稳定股价具体方案包括但不限于增持股份数量、增持价格、增持方式、完成时间等；

（3）在发行人披露实际控制人/一致行动人增持发行人股份计划的 3 个交易日后，实际控制人/一致行动人将按照方案开始实施增持发行人股份的计划。

3、董事、高级管理人员增持股份

（1）董事、高级管理人员启动股价稳定措施时，董事、高级管理人员将在启动条件满足后 5 个交易日内提出增持公司股份的方案并通知公司，并由公司根据有关规定发布稳定股价具体方案的公告；

（2）稳定股价具体方案包括但不限于增持股份数量、增持价格（不高于公司每股净资产）、增持方式、完成时间等；

（3）在发行人披露实际控制人/一致行动人增持发行人股份计划的 3 个交易日后，董事、高级管理人员将按照方案开始实施增持发行人股份的计划。

（四）稳定股价措施的期限、中止和恢复

（1）稳定股价措施的期限为 12 个月，自相关责任主体应履行稳定公司股价的责任和义务触发之日起算；

（2）在当次稳定股价具体方案实施期间内，如公司股票任一日收盘价高于每股净资产时，相关责任主体可停止实施股价稳定措施，并由公司进行公告；

（3）中止实施股价稳定措施后，在稳定公司股价期限内，若再次出现公司股票收盘价格连续 20 个交易日低于公司最近一期经审计的每股净资产的情况，则相关责任主体应恢复实施稳定股价措施，并由公司公告。

（五）其他要求

1、公司稳定股价回购股份其他要求

（1）为稳定股价之目的决定进行股份回购的公司回购完成后不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

（2）公司回购股票应符合相关法律、行政法规、部门规章及其他规范性文件及证券交易所的相关规定。

如公司实施回购股票不符合前款任何一项条件的，则公司在该期限内不负有启动回购股票程序的义务。

2、实际控制人及一致行动人或董事、高级管理人员增持股份要求

（1）为稳定股价进行股份增持应不会导致公司不符合上市条件；

（2）增持股份应符合相关法律、行政法规、部门规章及其他规范性文件及证券交易所的相关规定。

实际控制人/一致行动人、董事及高级管理人员增持公司股份，不得在法律、法规及规范性文件禁止的期间买卖公司股票，不得利用增持公司股份实施内幕交易。

（六）未实施股价稳定方案的约束措施

在触发启动条件之日起 30 个交易日内，公司、实际控制人及一致行动人或董事、高级管理人员未能实施前述稳定股价的措施，则：

1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、实际控制人及一致行动人将暂不领取公司分红，不转让其所持股份直至履行增持义务，自愿接受社会和监管部门的监督，及时提出合法、合理、有效的补充和替代性承诺；

3、公司将于董事、高级管理人员未能实施前述稳定股价的措施之日起 20 个交易日内停发其薪酬或津贴，或由董事、高级管理人员主动申请调减或暂不领取薪酬或津贴直至履行增持义务，自愿接受社会和监管部门的监督，及时提出合法、合理、有效的补充和替代性承诺；

4、公司董事、高级管理人员在触发启动条件之后离职的，不免除前述义务；公司新聘任的董事、高级管理人员亦需履行稳定前述义务，且须在公司正式聘任之前签署相关承诺函。

五、填补摊薄即期回报的措施及承诺

公司首次公开发行股票后，随着募集资金的到位，公司的股本及净资产均将大幅增长。但由于募集资金投资项目建设、测试到实际投入运营并释放利润需要一定时间，募集资金投资项目无法在发行当年即产生预期收益，公司每股收益和净资产收益率等指标将在短期内出现一定幅度的下降，公司投资者即期回报存在被摊薄的风险。

具体分析参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十

七、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施”。

六、关于信息披露责任的承诺

（一）发行人承诺

1、公司保证公司首次公开发行股票招股说明书的内容真实、准确、完整；

2、公司对公司首次公开发行股票招股说明书进行了核查，确认其不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承诺：如果中国证监会或司法机关认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受实际损失的，公司将依法赔偿投资者损失；

3、如果公司首次公开发行股票招股说明书被中国证监会或司法机关认定为存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在有关违法事实认定后公司将回购首次公开发行的全部新股；

4、公司将在中国证监会或司法机关相关行政处罚或判决作出之日起 20 个工作日内召开董事会，并将按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格以本公司股票发行价格和有关违法事实被中国证监会或司法机关认定之日前 30 个交易日本公司股票交易均价的孰高者确定。公司上市后发生除权除息事项的，上述发行价格及回购股份数量应做相应调整。

（二）实际控制人承诺

公司无控股股东。公司实际控制人方毅承诺：

1、保证公司首次公开发行股票招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件的内容真实、准确、完整；

2、本人对公司首次公开发行股票招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件进行了核查，确认其不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；

3、如果中国证监会或司法机关等有权部门认定公司招股说明书及首次公开

发行股票并在创业板上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受实际损失的，本人将依法赔偿投资者损失；

4、如果公司首次公开发行股票招股说明书被中国证监会或司法机关认定为存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在中国证监会或司法机关等有权部门作出最终认定或生效判决后，促使公司召开股东大会回购首次公开发行的全部新股，并在股东大会中投赞成票。

（三）董事、监事和高级管理人员承诺

1、董事、监事和高级管理人员已对公司首次公开发行股票招股说明书进行了核查，确认其不存在虚假记载、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；

2、如果中国证监会或者司法机关认定公司招股说明书存在虚假记载、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，本人将依法赔偿投资者损失。

（四）本次发行中介机构承诺

保荐机构承诺：因本保荐机构为浙江每日互动网络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，本公司将在证监会作出的有效认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决后，依法赔偿投资者损失，但本公司证明没有过错或证监会认定无责任的除外。

发行人律师承诺：因本律师事务所为浙江每日互动网络科技股份有限公司首次公开发行制作、出具的法律文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将在证监会作出的有效认定或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决后，依法赔偿投资者损失，但本所证明没有过错或证监会认定无责任的除外。

发行人会计师承诺：因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，

如能证明本所没有过错的除外。

七、相关主体履行承诺的约束措施

（一）发行人履行承诺的约束措施

如公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，公司保证自愿接受如下约束措施：

1、在股东大会及中国证监会指定的报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并将依法向投资者赔偿相关损失；

2、由本公司及时提出合法、合理、有效的补充或替代性承诺；

3、在证券监督管理部门或其他有权部门认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后 10 个交易日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作。投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

4、对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴，作为赔偿投资者损失的保障；

5、不批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

6、对未履行承诺的相关股东暂停发放股息、红利，作为赔偿投资者损失的保障；

7、给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

（二）实际控制人履行承诺的约束措施

本公司无控股股东。实际控制人方毅保证，将严格履行其就首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开披露的承诺事项，并积极接受社会监督。如非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，其自愿接受如下约束措施：

1、在股东大会及中国证监会指定的报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

2、自愿接受社会和监管部门的监督，及时提出合法、合理、有效的补充或

替代性承诺；

3、停止在公司领取薪酬或津贴（如有）及股东分红（如有），同时本人直接或间接持有的公司股份将不得转让，直至本人按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止（但因继承、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的情形除外）；

4、如因未履行相关承诺事项而获得收益的，本人所获收益全部归公司所有。

（三）董事、高级管理人员履行承诺的约束措施

如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在股东大会及中国证监会指定的报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、由本人及时提出合法、合理、有效的补充或替代性承诺；

3、停止在公司领取薪酬或津贴及股东分红（如有），直至本人按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止（但因继承、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股的情形除外）；

4、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。

八、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结论意见

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：发行人成长性风险、不当使用互联网用户信息的风险、数据资源安全风险、业务违规风险等，公司已经在本招股说明书“第四节 风险因素”中进行了详细的分析和披露。

经核查，保荐机构认为：根据发行人报告期内的经营状况，以及对发行人竞争优势、发行人所处行业发展前景和发行人未来发展规划的审慎核查，发行人具有较强的持续盈利能力。

九、特别风险提示

（一）成长性风险

公司处于高速发展阶段，报告期内公司营业收入从 2015 年的 7,768.03 万元增长到 2017 年的 33,297.08 万元，年复合增长率为 107.04%；归属母公司股东的净利润从 2015 年的 1,081.12 万元增长到 2017 年的 14,684.84 万元。

虽然报告期内公司保持较快增长，但公司未来能否保持持续成长仍然受到宏观经济环境、产业政策、行业竞争格局、技术创新、人才培养、资金投入、市场推广、企业管理等诸多因素影响，任何不利因素都可能导致公司经营业绩增长放缓、业绩下滑甚至亏损。

因此，公司存在着成长不能达到预期或经营业绩增长放缓、业绩下滑甚至亏损的风险。公司特别提请投资者注意，在作出投资决策前，务必仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

（二）不当使用互联网用户信息的风险

公司通过向移动应用开发者提供第三方消息推送服务，覆盖了大量移动终端和活跃用户。基于合并推送链路、监测推送效果、控制推送频次、提高推送精准度的需求，在用户授权后，公司需对终端设备的部分与服务内容相关的数据信息进行记录与分析。在使用这些信息时，公司不会谋求设备信息与用户身份的关联，使得这些信息无法用于识别、确认或关联至某个特定用户。虽然公司一贯重视信息数据的保护并建立了完善的信息保密制度和操作流程，但在业务开展过程中，一旦公司员工或数据合作方、客户基于自身原因造成了信息的不当使用，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能会对公司的业务开展造成不利影响，进而影响公司的经营业绩。

（三）数据资源安全风险

公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。在业务经营过程中，公司根据业务需要获取了终端设备的相关数据。对于获取的数据，公司建设了数据管理中心机群，公司

采用了防火墙、数据加密等技术，以保障数据资源存储、使用的安全性、可靠性。但如果公司受到互联网上的恶意软件、病毒的影响，或者受到黑客攻击，将会影响公司信息系统正常运行，或者导致公司信息数据资源泄露、损失，从而可能会损害公司的市场声誉，对公司经营业绩造成不利影响。

（四）业务违规风险

公司从事的移动互联网营销业务属于互联网广告形式，受相关法律、法规的监管。《中华人民共和国广告法》规定，广告应当真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。2016 年 7 月 4 日，国家工商行政管理总局发布的《互联网广告管理暂行办法》对互联网广告相关概念进行了清晰界定，并明确规定：“互联网广告发布者、广告经营者应当查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，不得设计、制作、代理、发布”。根据相关监管规定，若广告发布、经营企业违反相关规定，则将可能受到包括罚款、停止相关广告投放、吊销营业执照等处罚。

报告期内，公司未发生因广告内容违规而遭受处罚的情形。但是，随着公司业务规模的扩大，仍存在因广告内容审核失误等原因导致公司受到罚款、行政处罚，或导致公司形象受到损害、广告客户流失和广告收入下降等风险。

目 录

发行概况 2
声 明 3
重大事项提示 4
一、发行方案 4
二、股份限售安排、股份自愿锁定承诺以及持股 5%以上股东的持股及减持意向承诺 4
三、滚存利润的分配安排及本次发行上市后的股利分配政策 8
四、稳定股价的预案 11
五、填补摊薄即期回报的措施及承诺 15
六、关于信息披露责任的承诺 16
七、相关主体履行承诺的约束措施 18
八、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结论意见 19
九、特别风险提示 20
目 录 22
第一节 释义 27
一、常用词语释义 27
二、专用技术词语释义 32
第二节 概览 36
一、发行人简介 36
二、控股股东及实际控制人 37
三、发行人主要财务数据及财务指标 37
四、募集资金用途 38
第三节 本次发行的基本情况 40
一、本次发行的基本情况 40
二、本次发行的有关机构 41
三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系 43
四、与本次发行上市有关的重要日期 43

第四节 风险因素 44
一、行业风险 44
二、经营风险 44
三、财务和税收风险 49
四、募集资金投资项目风险 51
五、实际控制人持股比例较低的风险 52
第五节 发行人基本情况 53
一、发行人基本情况 53
二、发行人的设立情况 53
三、公司自设立以来的重大资产重组情况及最近一年内收购兼并情况 62
四、红筹架构的设立与拆除 64
五、发行人组织结构 85
六、发行人控股、参股企业的基本情况 86
七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况 109
八、发行人股本情况 131
九、发行人员工情况 140
十、公司、公司主要股东、实际控制人及作为公司的董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺情况 143
第六节 业务和技术 146
一、发行人主营业务及主要服务概述 146
二、发行人所处行业基本情况及市场竞争状况 177
三、发行人的销售情况和主要客户 200
四、发行人的采购情况和主要供应商 210
五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况 214
六、发行人拥有的经营资质情况 223
七、发行人的技术研发情况 224
八、境外经营情况 243
九、未来发展与规划 243
第七节 同业竞争与关联交易 247

一、发行人独立运行情况 247
二、同业竞争 248
三、关联方及关联关系 250
四、关联交易 261
五、其他相关交易 305
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理 311
一、董事、监事及高级管理人员简介 311
二、董事、监事及高级管理人员的对外投资情况 322
三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况 331
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的薪酬情况 332
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订协议或承诺情况 334
六、董事、监事与高级管理人员报告期内变动情况 334
七、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况 336
八、对内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见及注册会计师鉴证意见 340
九、发行人近三年违法违规行为情况 340
十、资金占用和对外担保 340
十一、公司资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及执行情况 340
十二、投资者权益保护的情况 342
第九节 财务会计信息与管理层分析 345
一、报告期内的财务报表 345
二、审计意见 349
三、审计基准日至招股书签署日之间的财务信息和经营状况 349
四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析 350
五、财务报表的编制基础、合并报表编制的范围及变化情况 354
六、重要会计政策及会计估计 355
七、税项 376

八、分部信息 377
九、非经常性损益 378
十、报告期内的主要财务指标 379
十一、盈利预测 381
十二、股份支付 381
十三、承诺、或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项 382
十四、盈利能力分析 383
十五、财务状况分析 452
十六、现金流量分析 482
十七、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施 485
十八、对填补被摊薄即期回报措施作出的承诺 489
十九、报告期内实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策 491
二十、发行前滚存利润的分配安排 495
第十节 募集资金运用 496
一、本次募集资金投资运用计划 496
二、本次募集资金投资项目的具体情况 497
三、募集资金运用对公司经营成果和财务状况的影响 516
第十一节 其他重要事项 518
一、重要合同 518
二、对外担保情况 521
三、诉讼及仲裁事项 521
第十二节 有关声明 522
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明 522
二、保荐机构（主承销商）声明 530
三、发行人律师声明 533
四、承担审计业务的会计师事务所声明及承诺 534
五、发行人资产评估机构声明 535
六、承担验资业务的会计师事务所声明及承诺 536
第十三节 备查文件 537
一、本公司的备查文件 537

二、备查文件查阅时间 537
三、备查文件查阅地点 537

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另指，下列词语或者简称具有如下含义：

一、常用词语释义

公司、本公司、发行人、每日互动	指	浙江每日互动网络科技股份有限公司
本次发行、本次发行并上市	指	发行人首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市
每日互动有限、有限公司	指	浙江每日互动网络科技有限公司，浙江每日互动网络科技股份有限公司前身
个推集团	指	红筹架构下包括每日互动、个信互动、个信开曼、个信香港等境内外主体在内的统称
每日互导	指	杭州每日互导电子技术有限公司，后更名为浙江每日互动网络科技有限公司
每日科技	指	杭州每日科技有限公司，每日互动有限原股东
个信互动	指	个信互动（北京）网络科技有限公司，每日互动有限原股东
每日轩昂	指	每日轩昂（北京）科技有限公司，曾经为公司全资子公司，现已注销
杭州个云	指	杭州个云科技有限公司
我了个推、持股平台	指	杭州我了个推投资管理合伙企业（有限合伙），系为落实原红筹架构下 ESOP 而设立的境内持股平台
Gexin （Hong Kong）、个信香港	指	Gexin （Hong Kong） Limited，即个信（香港）有限公司
Gexin Holding、个信开曼	指	Gexin Holding Inc.，即个信开曼公司
禾裕创投	指	北京禾裕创业投资中心（有限合伙），为公司股东
鼎鹿中原	指	北京鼎鹿中原科技有限公司，为公司股东
信天商务	指	北京信天商务服务有限公司，为公司股东
赛富投资	指	厦门赛富股权投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
凯峰投资	指	上海凯峰投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
夏旦	指	杭州夏旦投资管理合伙企业（有限合伙），为公司股东
三花控股	指	三花控股集团有限公司，为公司股东
重庆唯品会	指	重庆唯品会投资有限公司，为公司原股东
西藏唯品会	指	西藏唯品会创业投资有限公司，为公司股东
追远财富	指	北京追远财富资本合伙企业（有限合伙），为公司股东
伯乐锐金	指	北京伯乐锐金股权投资基金管理中心（有限合伙），为公司股东
鸿傲投资	指	上海鸿傲投资管理中心（有限合伙），为公司股东

万汇金荣	指	北京万汇金荣股权投资基金管理中心（有限合伙），为公司股东
海新先瑞	指	杭州海新先瑞创业投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
海通元睿	指	深圳海通创新元睿投资管理中心（有限合伙），为公司股东
海通临云	指	重庆海通创新临云股权投资基金合伙企业（有限合伙），为公司股东
群新投资	指	上海群新投资管理中心（有限合伙），为公司股东
海通开元	指	海通开元投资有限公司，为公司股东
夏个旦	指	杭州夏个旦投资管理合伙企业（有限合伙），为公司股东
凯致投资	指	杭州凯致投资管理合伙企业（有限合伙），为公司股东
墨白坤元	指	广州墨白坤元投资企业（有限合伙），为公司股东
银江创投	指	杭州银江智慧产业创业投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
经合墨白	指	杭州经合墨白投资管理合伙企业（有限合伙），为公司股东
初石投资	指	初石投资有限公司，为公司股东
万汇金轩	指	深圳万汇金轩股权投资基金管理中心（有限合伙），为公司股东
墨白创同	指	广州墨白创同投资企业（有限合伙），为公司股东
伯乐宏图	指	北京伯乐宏图股权投资基金管理中心（有限合伙），为公司股东
常春藤	指	上海常春藤数字与传媒股权投资基金合伙企业（有限合伙），为公司股东
众创永联	指	北京众创永联投资管理中心（有限合伙），为公司股东
墨白尚同	指	广州墨白尚同投资企业（有限合伙），为公司股东
凯襄投资	指	上海凯襄投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
藤岩投资	指	上海藤岩投资管理中心（有限合伙），为公司股东
上海个众	指	上海个众信息技术有限公司，为公司参股子公司
宁波分个	指	宁波分个广告传播有限公司
深圳个联	指	深圳市个联科技有限公司，为公司参股子公司
杭州个房	指	杭州个房信息科技有限公司，为公司参股子公司
杭州独角兽	指	杭州独角兽科技有限公司，为公司参股子公司
杭州云盟	指	杭州云盟数智科技有限公司，为公司全资孙公司
北京云盟	指	北京云盟数智网络科技有限公司，为公司全资孙公司
北京八爪鱼	指	北京神奇八爪鱼数据有限公司，曾经为公司控股子公司，现已注销
上海蓝豹	指	上海蓝豹数据科技有限公司，为公司全资子公司
天津体迷	指	天津体迷网络技术有限公司，为公司参股子公司
杭州应景	指	杭州应景科技有限公司，为公司全资子公司

杭州云深	指	杭州云深科技有限公司，为公司控股孙公司
杭州阶形	指	杭州阶形网络科技有限公司，为公司参股子公司
华旦投资	指	杭州华旦投资管理合伙企业（有限合伙）
华旦丹阳	指	杭州华旦丹阳投资管理有限公司，原名为杭州华旦网络科技有限公司
华旦碧峰	指	宁波梅山保税港区华旦碧峰投资管理合伙企业（有限合伙）
花贝投资	指	杭州花贝投资管理合伙企业（有限合伙）
湾西科技	指	杭州湾西科技有限公司
梦凯网络	指	杭州梦凯网络科技有限公司
杭州美盈	指	杭州美盈网络科技有限公司
浙江东冠	指	浙江东冠软件技术有限公司
梦凯友名	指	北京梦凯友名网络科技有限公司
五巴巴	指	五巴巴（上海）金融信息服务有限公司
酷秀网络	指	杭州酷秀网络有限公司
上海分众	指	上海分众数码信息技术有限公司
分众传媒	指	分众传媒信息技术股份有限公司
鼎开互联	指	北京鼎开互联信息技术股份有限公司
天下秀科技	指	北京天下秀科技股份有限公司
快乐阳光	指	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司
MERIT	指	Merit Shine Investments Limited，BVI 公司
GROUP	指	Group Glory Limited，BVI 公司
BEST	指	Best Race Investments Limited，BVI 公司
TALENT	指	Talent Pool International Limited，BVI 公司
ESOP	指	Company’s Employee Stock Option Plan，个信开曼就员工期权激励设立的员工激励计划
Codex	指	Codex Group,Inc.
ZHIFU	指	ZHIFU INTERNATIONAL CAPITAL LIMITED
Sina Hong Kong、新浪香港	指	Sina Hong Kong Limited，投资个信开曼的新浪境外主体
新浪	指	Sina Corporation（NASDAQ 股票代码：SINA）及其控制的主体
Weibo	指	Weibo Corporation（NASDAQ 股票代码：WB）及其控制的主体
微博	指	Weibo Corporation 旗下推出的社交网络平台
北京微梦	指	北京微梦创科网络技术有限公司
微梦中国	指	微梦创科网络科技（中国）有限公司
新浪网中国	指	新浪网技术（中国）有限公司

新浪互联	指	北京新浪互联信息服务有限公司
星潮闪耀	指	星潮闪耀移动网络科技（中国）有限公司
Baidu Holdings、百度控股	指	Baidu Holdings Limited，投资个信开曼的百度境外主体
百度，百度集团	指	Baidu, Inc.（股票代码：BIDU）及其控制的主体，包括但不限于百度在线网络技术（北京）有限公司、北京百度网讯科技有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司、北京小度互娱科技有限公司、北京爱奇艺科技有限公司等
百度网讯	指	北京百度网讯科技有限公司
北京爱奇艺	指	北京爱奇艺科技有限公司
百度在线	指	百度在线网络技术（北京）有限公司
百度时代	指	百度时代网络技术（北京）有限公司
小度互娱	指	北京小度互娱科技有限公司
WI Harper、中经合	指	包含 WI Harper Fund VII L.P.，WI Harper Fund VII-A LP，WI Harper Fund VII QP LP，投资个信开曼的中经合境外主体
Perfect Dragon、去哪儿	指	Perfect Dragon Investments Limited，投资个信开曼的去哪儿境外主体
SAIF Hong Kong、赛富香港	指	SAIF IV Hong Kong （China Investment） Limited，投资个信开曼的赛富境外主体
立元投资	指	杭州立元创业投资股份有限公司
悠然科技	指	杭州悠然科技有限公司
思元投资	指	厦门思元投资管理有限公司
友盟推送	指	北京锐讯灵通科技有限公司旗下的手机消息推送产品
极光推送	指	深圳市和讯华谷信息技术有限公司旗下的手机消息推送产品
小米推送	指	北京小米科技有限责任公司旗下的手机消息推送产品
华为推送	指	华为软件技术有限公司旗下的手机消息推送产品
阿里云推送	指	Alibaba Cloud Mobile Push，内部产品代号 Agoo，阿里巴巴集团旗下的手机消息推送产品
信鸽推送	指	腾讯旗下的手机消息推送产品
百度云推送	指	百度旗下的手机消息推送产品
品友互动	指	品友互动信息技术有限公司
有米科技	指	有米科技股份有限公司
力美传媒	指	北京力美传媒科技股份有限公司
汇量科技	指	广州汇量网络科技股份有限公司
利欧股份	指	利欧集团股份有限公司
猎豹移动	指	Cheetah Mobile Inc.，纽交所上市公司
值得买	指	北京值得买科技股份有限公司
墨迹天气	指	北京墨迹风云科技股份有限公司

暴风集团	指	暴风集团股份有限公司
三六零	指	三六零科技有限公司
趣拿软件	指	北京趣拿软件科技有限公司
海通证券	指	海通证券股份有限公司
银江股份	指	银江股份有限公司
聚能鼎力	指	北京聚能鼎力科技股份有限公司
亿启网络	指	亿启（杭州）网络科技有限公司
武汉奇米	指	武汉奇米网络科技有限公司
银江股份	指	银江股份有限公司
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
浙江证监局	指	中国证券监督管理委员会浙江监管局
深交所	指	深圳证券交易所
东方花旗、保荐机构、保荐人	指	东方花旗证券有限公司
万商天勤、发行人律师	指	北京市万商天勤律师事务所
天健、发行人会计师、申报会计师、审计机构	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
普华永道	指	深圳前海普华永道商务咨询服务有限公司
坤元评估	指	坤元资产评估有限公司
《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》
《公司章程（草案）》	指	发行人于 2017 年 8 月 20 日召开的 2017 年第五次临时股东大会审议通过的，在公司上市后启用的《浙江每日互动网络科技股份有限公司章程（草案）》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
报告期	指	2015 年度、2016 年度及 2017 年度
本招股说明书	指	《浙江每日互动网络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》
元/万元/亿元	指	人民币元/万元/亿元
WPP，WPP 集团	指	WPP 集团，即全球最大的传播集团之一
电通安吉斯	指	电通安吉斯集团（Dentsu Aegis Network），以媒体和数字营销为核心的传播集团
华扬联众	指	华扬联众数字技术股份有限公司
艾瑞咨询	指	艾瑞咨询集团（iResearch）
IDC 咨询	指	全球著名的信息技术、电信行业和消费科技咨询、顾问和活动服务专业提供商
CNNIC	指	China Internet Network Information Center，即中国互联网络信息中心

工业和信息化部、工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家工商总局	指	中华人民共和国工商行政管理总局
易观咨询	指	北京易观网络信息咨询有限公司
OMD	指	Optimum Media Direction，即浩腾传媒
Wikibon	指	专注于科技与商业领域的咨询机构
KPCB	值	Kleiner Perkins Caufield & Byers，美国最大的风险基金，其每年发布的互联网趋势报告影响较大
高瓴资本	指	Hillhouse Capital Group，是一家专注于长期结构性价值投资的投资公司，由张磊先生创立。目前已发展成为亚洲地区资产管理规模最大的投资基金之一。
BVI	指	British Virgin Islands，即英属维尔京群岛
WFOE	指	Wholly Foreign Owned Enterprise，即外商独资企业
《开曼法律意见书》	指	Maples and Calder (Hong Kong) LLP 出具的《Cayman Legal Opinion》
《香港法律意见书》	指	翁余阮律师行出具的《法律意见书》
《BVI 法律意见书》	指	Ogier 出具的《BVI Opinion》

二、专用技术词语释义

红筹架构	指	公司实际控制人、境外投资人为进行境外融资及上市搭建的结构，包括设立个信开曼、个信香港，在中国境内设立的个信香港全资子公司每日轩昂、杭州个云，以及协议控制个信互动及其下属全资子公司每日互动有限等。本次发行前，该等红筹架构已解除
品牌广告	指	以树立产品品牌形象，提高品牌的市场占有率为直接目的，突出传播品牌在消费者心目中确定的位置的一种广告类别
增量更新	指	集成“个推 SDK”的应用有新版本出现时，公司会向终端用户发送一条通知，提醒其对应用版本进行更新。在更新时，仅会对新老版本的差量部分进行下载更新，达到节省用户流量的目的
自有流量	指	公司在提供增量更新等增值服务时，在落地界面出现的自有广告位
效果广告	指	以促进销售为直接目的，广告主根据可衡量的广告效果进行付费的一种广告类别
PC 端	指	个人电脑端
即时通讯	指	一个终端服务，允许两人或多人使用网路即时的传递文字讯息、档案、语音与视频交流
长连接	指	与短连接相对，即在一个连接上可以连续发送多个数据包，在数据发送完成时仍保持连接状态。
移动客户端	指	用于手机、平板电脑等移动平台的客户端软件
APP、应用	指	“Application”的缩写，指智能手机的第三方应用程序
BAT	指	百度（Baidu）、阿里巴巴（Alibaba）、腾讯（Tencent）三家互联网巨头的简称

iOS	指	由苹果公司开发的移动操作系统
Android	指	由谷歌公司开发的移动操作系统
SDK	指	Software Development Kit，即软件开发工具包
WPS	指	由金山软件股份有限公司自主研发的办公软件套装
个推 SDK	指	每日互动研发的推送 SDK 类产品
个灯	指	每日互动研发的面向广告主的营销平台
个数 SDK	指	每日互动研发的数据统计 SDK 类产品
个像 SDK	指	每日互动研发的用户画像 SDK 类产品
Lookalike	指	人群扩散算法，在精准营销领域中常用于找到并扩展目标人群
BI	指	Business Intelligence，即商务智能，它是一套完整的解决方案，用来将企业中现有的数据进行有效的整合，快速准确的提供报表并提出决策依据，帮助企业做出明智的业务经营决策
个信	指	每日互动打造的专注于三、四线城市的智能场景营销平台
数据标签	指	根据多种维度刻画的用户特征标签
数据脱敏	指	对某些敏感信息通过脱敏规则进行数据的变形, 实现敏感隐私数据的可靠保护
MD5	指	Message-Digest Algorithm5，为计算机安全领域广泛使用的一种散列函数，用以提供信息的完整性保护
API	指	开放应用程序编程接口
合并链路	指	将两个或更多数据信道结合成单个信道的技术手段
地理围栏技术	指	一种基于 LBS 的应用，用虚拟栅栏围出虚拟地理边界的技术
H5	指	HTML5，也指用 HTML 语言制作的一切数字产品
开屏广告	指	在应用开启时加载的广告，展示固定时间，展示完毕后自动关闭并进入应用主页面的一种广告形式
视频贴片广告	指	在视频类移动应用的视频正片前播放一段 15 到 30 秒的广告视频，用户通过观看视频深度了解产品
信息流广告	指	新闻或社交类应用中，以不打扰用户体验为前提，在用户浏览内容时插播推广信息，并依据关联内容及用户属性进行智能推广的广告形式。表现形式多为图文结合。
竞价交易（RTB）	指	Real Time Bidding，一种程序化广告的采买形式
PD	指	Preferred Deals，即首选交易，一种程序化广告采买模式，买卖双方协商好固定的价格进行交易，流量会优先进入首选交易
PDB	指	Programmatic Direct Buying，即程序化直接交易，一种程序化广告采买形式，可以使买卖双方按照协商好的价格或流量，绕过竞价直接进行一对一交易
反编译	指	编译的相反动作，指通过对他人软件的目标程序（比如可执行程序）进行“逆向分析、研究”工作，以推导出他人的软件产品所使用的思路、原理、结构、算法、处理过程、运行方法等设计要素，某些特定情况下可能推导出源代码

特征工程	指	最大限度地从原始数据中提取特征以供算法和模型使用的工程活动
机器学习	指	针对计算机模拟或实现人类的学习行为，以获取新的知识或技能，重新组织已有的知识结构使之不断改善自身的性能实现方法的研究
流式处理	指	基于实时数据流的数据处理
IDC 中心	指	数据中心，为互联网内容提供商、企业、媒体和各类网站提供大规模、高质量、安全可靠的专业化服务器托管、空间租用、网络批发带宽等业务
Hive	指	基于 Hadoop 的一个数据仓库工具，可以将结构化的数据文件映射为一张数据库表，并提供简单的 sql 查询功能，可以将 sql 语句转换为 MapReduce 任务进行运行
ID-Mapping	指	将不同的数据 ID 进行对应的技术
MySQL	指	关系型数据库管理系统
QoS	指	Quality of Service，即一个网络利用各种基础技术为指定的网络通信提供更好的服务能力以解决网络延迟和阻塞等问题的一种技术
协同过滤算法	指	在海量数据中挖掘出小部分类似的用户的算法
CTR 预测	指	Click-Through-Rate Prediction，预测当前流量可能的点击转化率
数据可视化	指	关于数据视觉表现形式的科学技术研究
Spark	指	专为大规模数据处理而设计的快速通用的计算引擎。
G-TD	指	G-Trading Desk，即个推统一交易操作系统
G-DSP	指	Getui-Demand Side Platform, 即个推需求方平台
G-ADX/G-DSP	指	Getui-Ad Exchange/Demand Side Platform，即个推广告流量分发平台
G-DMP	指	G-Data Management Platform，即个推数据管理平台
G-DOP	指	G-Data Open Platform，即个推数据开发平台
G-SSP	指	Getui-Supplier Side Platform，即个推供应方平台
DDOS	指	Distributed Denial of Service，即分布式拒绝服务
IPS	指	Intrusion Prevention System，入侵防御系统
POP 点	指	网络服务提供点（或称局端）
Scale-out	指	横向拓展架构
MB/PB/ZB	指	计算机中的储存单位，即兆/拍字节/泽字节
IMEI	指	International Mobile Equipment Identity，国际移动设备身份码
DSP	指	Demand-Side Platform，即面对广告主的需求方平台
SSP	指	Sell-Side Platform，即面对媒体方的媒体服务平台
ADX	指	Ad Exchange，即联系广告买方和卖方的广告交易平台
DMP	指	Data Management Platform，即数据管理平台

CPC	指	Cost Per Click，即按点击计价的广告计费模式
CPM	指	Cost Per Impressions，即按展示计价的广告计费模式
eCPM	指	Effective Cost Per Mille，即千次展示广告收入
CPA	指	Cost Per Action，即按行为作为指标计费的模式
CPS	指	Cost Per Sale，即按实际销售作为指标计费的模式
POI	指	Point of interest，即带位置信息的综合信息
GPS	指	Global Positioning System，即全球定位系统
CDN	指	Content Delivery Network，即内容分发网络

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

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

一、发行人简介

（一）基本情况

公司名称	浙江每日互动网络科技股份有限公司
英文名称	Zhejiang Merit Interactive Network Technology Co.,Ltd.
注册资本	360,000,000 元
法定代表人	方毅
有限公司成立日期	2010 年 12 月 7 日
股份公司设立日期	2016 年 6 月 28 日
住所	浙江省杭州市西湖区西溪路 525 号 A 楼西区 418 室
邮编	310012
电话	0571-81061638
传真	0571-86473223
互联网址	www.getui.com
电子信箱	info@getui.com

（二）发行人经营范围和主营业务

公司经营范围为：服务：计算机网络技术、计算机软硬件、电子产品、通讯技术的技术开发、技术服务、技术咨询，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），设计、制作、代理、发布国内广告；批发、零售：通讯设备（除专控），数码产品；货物进出口、技术进出口（国家法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）。

发行人是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。

二、控股股东及实际控制人

发行人无控股股东，方毅先生（33030419810415****）为发行人实际控制人，现任发行人董事长兼总经理。沈欣、我了个推为方毅的一致行动人，本次股票发行前，方毅、沈欣、我了个推作为一致行动人合计持有发行人 25.1658%的股份，方毅作为发行人的实际控制人控制发行人 25.1658%股份对应的表决权。方毅具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”部分的相关内容。

三、发行人主要财务数据及财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
资产合计	94,014.32	76,119.21	54,295.57
负债合计	5,905.98	2,647.44	4,909.49
归属于母公司所有者权益合计	88,107.98	73,423.14	49,386.09
少数股东权益	0.36	48.63	-
所有者权益合计	88,108.34	73,471.77	49,386.09
负债和所有者权益总计	94,014.32	76,119.21	54,295.57

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	33,297.08	17,690.84	7,768.03
营业成本	6,102.21	5,788.70	2,520.05
利润总额	16,653.88	3,407.50	1,081.12
归属于母公司所有者的净利润	14,684.84	3,430.40	1,081.12
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润	12,917.82	3,034.40	565.09

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	12,176.74	5,316.27	-1,360.43

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
投资活动产生的现金流量净额	-1,878.51	8,840.74	-12,415.34
筹资活动产生的现金流量净额	-484.91	17,742.48	48,556.52
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-2.16	5.43	66.46
现金及现金等价物净增加额	9,811.17	31,904.92	34,847.21

（四）主要财务指标

财务指标	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动比率（倍）	15.03	27.65	11.14
速动比率（倍）	15.02	27.65	11.13
资产负债率（母公司）	5.16%	3.10%	11.69%
归属于发行人股东的每股净资产（元）	2.45	8.92	不适用
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.49%	0.65%	0.00%
财务指标	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
应收账款周转率（次）	5.70	5.48	3.97
存货周转率（次）	不适用	不适用	不适用
息税折旧摊销前利润（万元）	17,930.54	4,124.79	1,368.36
归属于母公司股东的净利润（万元）	14,684.84	3,430.40	1,081.12
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	12,917.82	3,034.40	565.09
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.34	0.65	-0.55
每股净现金流量（元）	0.27	3.88	14.01

注 1：公司是一家以大数据垂直化应用收入为主的轻资产公司，报告期内为便利业务开展而外购了少量库存商品，金额较小，故不计算存货周转率；
注 2：公司于 2016 年整体改制为股份有限公司，故未计算 2015 年作为有限公司时的每股相关指标；
注 3：2017 年度，公司每股指标下降，主要是由于公司 2017 年 6 月进行增资，股本由 8,231.71 万元增值 36,000 万元所致。

四、募集资金用途

本次募集资金将投资以下项目：

单位：万元

序号	募集资金项目	项目总投资金额	募集资金投资金额	项目备案文号
1	个推大数据平台升级项目	30,303.04	30,303.04	西发改备〔2017〕7 号
2	数据中心扩充改造项目	14,709.50	14,709.50	西发改备〔2017〕8 号

合计	**45,012.54**	**45,012.54**	

本次发行的募集资金到位后，公司将根据投资项目的建设进度逐步投入上述资金。募集资金未到位前，公司将利用自有或自筹资金先行投入，募集资金到位后将用于支付项目剩余款项、置换先行投入的自有或自筹资金。如本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金额，不足部分由发行人通过自筹方式解决，以保障项目的顺利实施。

第三节　本次发行的基本情况

一、本次发行的基本情况

1	股票种类	人民币普通股（A 股）
2	每股面值	1.00 元
3	发行股份数量	公司首次公开发行股票数量不超过 4,010 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%。本次发行股份均为新股，不进行老股转让
4	每股发行价格	【】元/股（由公司董事会与主承销商参考向询价对象询价情况或初步询价情况，并综合考虑公司募集资金投资计划、经营业绩及市场情况等因素确定发行价格，若中国证监会或交易所出台新规定要求，从其规定执行）
5	市盈率	【】倍（每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
6	发行前每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
7	发行后每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）
8	市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
9	发行方式	网下向询价对象配售和网上按市值申购向公众投资者直接定价发行相结合的方式或中国证券监督管理委员会等监管部门认可的其他方式
10	发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立 A 股账户的符合《创业板市场投资者适当性管理暂行规定》、《深圳证券交易所创业板市场投资者适当性管理实施办法》等要求的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
11	承销方式	余额包销
12	募集资金总额	【】万元
13	募集资金净额	【】万元
14	（1）承销与保荐费用	【】万元
	（2）律师费用	【】万元
	（3）审计费用	【】万元
	（4）评估费用	【】万元
	（5）发行手续费用	【】万元
	发行费用概算合计	【】万元

二、本次发行的有关机构

（一）发行人：浙江每日互动网络科技股份有限公司

法定代表人：方毅

住所：浙江省杭州市西湖区西溪路 525 号 A 楼西区 418 室

电话：0571-85350669

传真：0571-86473223

联系人：章玉珍

（二）保荐人（主承销商）：东方花旗证券有限公司

法定代表人：马骥

住所：上海市黄浦区中山南路 318 号东方国际金融广场 24 层

电话：021-23153888

传真：021-23153500

保荐代表人：高魁、王冠鹏

项目协办人：胡平

项目组成员：邓廷序、郭建革、盛立伟

（三）律师事务所：北京市万商天勤律师事务所

负责人：李宏

住所：北京市朝阳区东四环中路 39 号华业国际中心 A 座 3 层

电话：010-82255588

传真：010-82255600

经办律师：吴卿、周游、徐璐

（四）审计机构：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：郑启华

住所：杭州市江干区钱江路 1366 号华润大厦 B 座 31 楼

电话：0571-88216888

传真：0571-88216999

经办注册会计师：黄加才、刘芳

（五）资产评估机构：坤元资产评估有限公司

法定代表人：俞华开

住所：杭州市西溪路 128 号 901 室

电话：0571-88216941

传真：0571-87178826

经办注册资产评估师：章波、邱琳

（六）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

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

电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

（七）保荐人（主承销商）收款银行：【】

收款人户名：【】

账号：【】

（八）申请上市证券交易所

申请上市证券交易所：深圳证券交易所

办公地址：深圳市福田区深南大道 2012 号

联系电话：0755-88668888

传真：0755-82083164

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其他任何权益关系，与各中介机构负责人、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、与本次发行上市有关的重要日期

1	刊登发行公告的日期	【】年【】月【】日
2	开始询价推介的日期	【】年【】月【】日
3	刊登定价公告的日期	【】年【】月【】日
4	申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
5	股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节　风险因素

投资者在评价本次发行及做出投资决定时，除本招股说明书已披露的其他信息外，应认真考虑下述各项风险因素。下述风险因素的分类是根据重要性原则或有可能影响投资决策的程度大小进行排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、行业风险

（一）政策监管的风险

大数据垂直化应用领域呈现多部门监管的格局，主管部门为工业和信息化部，其他监管部门根据大数据的最终应用行业的不同而有所区别。移动应用开发者服务等互联网相关服务主要受工业和信息化部的监管，移动互联网营销服务除受工业和信息化部监管，还受国家工商总局和各地方的工商行政管理部门等广告行业主管部门的约束。若未来政策变化，监管趋严，公司存在为适应监管环境导致成本增加，甚至因未符合监管要求而受到处罚的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

随着中国大数据产业的飞速发展，垂直化应用领域的企业不断增多，行业竞争加剧。腾讯、阿里巴巴、百度等互联网巨头都已在垂直化应用领域展开布局，众多中小型创新企业也凭借在特定细分领域的优势保持行业竞争力。虽然公司的产品目前拥有庞大的终端覆盖量，但移动互联网行业技术迭代快、产品更新频繁、移动互联网营销行业市场构成复杂，若公司不能持续有效地制定实施业务发展规划，保持产品的市场领先地位或开发出其他富有竞争力的产品，则可能丧失数据优势，从而削弱公司在移动互联网营销等大数据垂直化应用领域的实力，使公司在市场竞争中处于不利地位，进而影响公司的经营业绩和发展潜力。

二、经营风险

（一）技术风险

技术创新是互联网企业生存和发展的重要手段，也是公司保持市场竞争力的

核心能力。公司面向移动应用开发者提供的消息推送 SDK 主要适用于 Android 系统和 iOS 系统。2010 年以来，随着智能手机的迅速普及、智能硬件性能的不断提升，包括 Android 和 iOS 在内的移动操作系统也在快速迭代、升级；此外，由于 Android 系统的开源性，各手机厂商通常也会根据自身需求对 Android 系统进行一定程度的定制，导致系统版本多样，变化频繁。智能终端操作系统的变化对公司的移动应用开发者服务，尤其是消息推送服务具有重大影响。

虽然公司已经在移动应用开发者服务领域拥有一定技术积累，但未来如果公司的研发速度跟不上行业发展趋势或移动终端操作系统的更新速度，或者未来移动终端操作系统竞争格局发生改变、原有主流操作系统被替代甚至移动终端形态发生重大变革，或者手机厂商对操作系统的相关功能、设定作出较大调整，而公司的技术研发未能进行相应改变，则公司将无法维持消息推送以及大数据和移动互联网营销领域的技术优势，公司的竞争能力和可持续发展能力将受到影响，进而影响到公司的经营业绩。

（二）不当使用互联网信息的风险

公司通过向移动应用开发者提供第三方消息推送服务，覆盖了大量移动终端和活跃用户。基于合并推送链路、监测推送效果、控制推送频次、提高推送精准度的需求，在用户授权后，公司需对终端设备的部分与服务内容相关的数据信息进行记录与分析。在使用这些信息时，公司不会谋求设备信息与用户身份的关联，使得这些信息无法用于识别、确认或关联至某个特定用户。虽然公司一贯重视信息数据的保护并建立了完善的信息保密制度和操作流程，但在业务开展过程中，一旦公司员工或数据合作方、客户基于自身原因造成了信息的不当使用，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能会对公司的业务开展造成不利影响，进而影响公司的经营业绩。

（三）数据资源安全风险

公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。在业务经营过程中，公司根据业务需要获取了终端设备的相关数据。对于获取的数据，公司建设了数据管理中心机群，公司

采用了防火墙、数据加密等技术，以保障数据资源存储、使用的安全性、可靠性。但如果公司受到互联网上的恶意软件、病毒的影响，或者受到黑客攻击，将会影响公司信息系统正常运行，或者导致公司信息数据资源泄露、损失，从而可能会损害公司的市场声誉，对公司经营业绩造成不利影响。

（四）业务违规风险

公司从事的移动互联网营销业务属于互联网广告形式，受相关法律、法规的监管。《中华人民共和国广告法》规定，广告应当真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。2016 年 7 月 4 日，国家工商行政管理总局发布的《互联网广告管理暂行办法》对互联网广告相关概念进行了清晰界定，并明确规定：“互联网广告发布者、广告经营者应当查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，不得设计、制作、代理、发布”。根据相关监管规定，若广告发布、经营企业违反相关规定，则将可能受到包括罚款、停止相关广告投放、吊销营业执照等处罚。

报告期内，公司未发生因广告内容违规而遭受处罚的情形。但是，随着公司业务规模的扩大，仍存在因广告内容审核失误等原因导致公司受到罚款、行政处罚，或导致公司形象受到损害、广告客户流失和广告收入下降等风险。

（五）业务资质风险

截至本招股说明书签署日，公司（包括其控股子公司）已经取得了如下资质证照：

公司名称	资质名称	编号	许可内容	有效期限	核准机关
每日互动	《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	浙B2-20150245	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限于互联网信息服务）	2020/7/13	浙江省通信管理局
每日互动	《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	B2-20150474	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）	2020/7/8	中华人民共和国工业和信息化部
每日互动	《高新技术企业证书》	GR201633000602	-	2019/11/21	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局、浙江省地方税务局

公司名称	资质名称	编号	许可内容	有效期限	核准机关
每日互动	《软件企业认定证书》	浙R-2014-0255	-	-	浙江省经济和信息化委员会
杭州云盟	《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	浙B2-20170411	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限于互联网信息服务）	2022/5/7	浙江省通信管理局
北京云盟	《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	京B2-20170807	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限于互联网信息服务）	2022/6/14	北京市通信管理局
北京云盟	《网络文化经营许可证》	京网文（2016）5803-765 号	利用信息网络经营游戏产品	2019/11/2	北京市文化局

公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。公司目前已取得开展现有业务所必须的资质证照。

报告期内，公司未因经营资质违法违规受到处罚。但如果各级行政管理部门对公司目前所经营业务提高或新增资质许可要求，或未来公司在现有业务之外拓展出更加丰富的变现模式，而新模式可能需要新的资质准入，如果公司无法持续或及时获得相关资质许可，则有可能对公司业务经营造成不利影响。

（六）品牌形象受损和知识产权被侵权的风险

公司拥有的商标、专利、软件著作权等无形资产以及对外宣传时使用的宣传册、幻灯片等都是公司的重要资产，对公司未来的发展至关重要。公司在发展过程中，已积累起一定的市场口碑和行业声誉。虽然公司历来重视品牌形象和知识产权的保护，但仍存在公司产品、商标被他人仿制、冒用，从而对公司的日常经营和市场声誉造成负面影响的风险。

（七）广告流量成本上升的风险

目前，移动互联网营销收入占公司营业收入的比例较高。在移动互联网营销服务模式下，公司主要的经营成本是购买互联网广告流量的成本。受经济发展、城市生活成本上升、互联网广告位竞争不断加剧等因素的影响，公司的流量成本存在持续增长的风险。公司通过多种形式不断扩充自有流量资源，同时公司凭借

大数据分析、定向投放、精准匹配等方式，不断提高广告流量的利用率。但是，如果未来互联网媒体流量成本上升速度过快，将会对公司持续盈利能力产生不利影响。

（八）成长性风险

公司处于高速发展阶段，报告期内公司营业收入从 2015 年的 7,768.03 万元增长到 2017 年的 33,297.08 万元，年复合增长率为 107.04%；归属母公司股东的净利润从 2015 年的 1,081.12 万元增长到 2017 年的 14,684.84 万元。

虽然报告期内公司保持较快增长，但公司未来能否保持持续成长仍然受到宏观经济环境、产业政策、行业竞争格局、技术创新、人才培养、资金投入、市场推广、企业管理等诸多因素影响，任何不利因素都可能导致公司经营业绩增长放缓、业绩下滑甚至亏损。

因此，公司存在着成长不能达到预期或经营业绩增长放缓、业绩下滑甚至亏损的风险。

（九）核心技术人员和技术人才流失的风险

公司为技术创新型企业，自成立以来一直重视技术开拓、产品研发以及研发团队的建设，通过不断实践和积累，公司已经研发并储备了多项核心技术和自主知识产权，培养、积累了一批高素质研发人员。当前公司多项产品和技术处于研发阶段，核心人员稳定对公司的发展尤为重要，如果未来在人才的市场竞争中公司出现核心技术人员和技术人才大量流失的情况，将对公司经营产生不利影响。

（十）规模扩张带来的管理风险

公司目前规模相对较小，随着募集资金投资项目的实施，公司资产规模和人员规模将会增加，需要公司在资源整合、市场开拓、产品研发与财务管理、内部控制等诸多方面进行调整，对各部门工作的协调性、严密性、连续性也提出了更高的要求。如果公司管理层素质及管理水平不能适应公司规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模的扩大而及时调整、完善，将削弱公司的市场竞争力，存在规模迅速扩张导致的管理风险。

（十一）业务拓展风险

公司除提供移动应用开发者服务和移动互联网营销服务外，还在积极探索在房地产、体育、旅游、公共服务等其他垂直领域的大数据变现方式。借助大量移动终端产生的相关数据，公司通过挖掘数据背后的价值，可以为各个垂直领域提供数据解决方案。由于公司初期专注于第三方消息推送业务，对各个垂直领域的理解仍需进一步深化，市场资源仍有待进一步积累，存在业务拓展过程不达预期甚至失败的可能性，进而影响公司营收规模、盈利能力和综合竞争力的提升。

（十二）房屋租赁风险

公司为轻资产的移动互联网企业，固定资产较少，主要固定资产为服务器、交换机等 IT 设备。报告期内，公司的经营场所均通过租赁方式取得。截至本招股说明书签署日，公司部分办公场所租赁房屋未取得产权证书。公司承租的该等房产可能因产权手续不完善而存在租赁合同被认定无效、租赁房屋及所在土地因地方城市规划等原因被政府征用、拆迁等潜在风险。同时，若公司的房屋租赁合同到期无法续租，公司面临因搬迁、装修带来的潜在风险，并可能对公司的业务经营造成一定影响。

（十三）报告期初未分配利润为负的风险

报告期各期末，公司未分配利润分别为-4,798.51 万元、-1,847.46 万元和 11,344.56 万元。公司在报告期初未分配利润为负，主要是由于公司前期研发投入较大，宣传推广费用较多，而收入的增长不及成本费用的增加所致。随着公司市场地位和产品竞争力的不断提升，公司收入增长迅猛，每年创造的净利润不断攀升，公司未分配利润已由负转正。提请投资者注意相关风险。

三、财务和税收风险

（一）客户集中度较高的风险

报告期内，公司前五名客户的营业收入分别为 3,887.80 万元、8,413.57 万元和 16,849.38 万元，占同期营业收入的比例分别为 50.05%、47.57%和 50.60%，客户集中度较高。公司主要客户包括新浪、百度、今日头条、滴滴出行、唯品会等知名互联网企业。公司依靠自身突出的技术推送实力、精准的移动互联网营销

能力和较强的大数据能力树立了良好的品牌形象和口碑，与客户建立了良好的合作关系。但如果未来公司不能维持与主要客户的合作、主要客户的经营状况恶化，或公司在新客户、新市场领域的开拓未能取得成效，将可能对公司的业绩产生不利影响。

（二）无法持续享受税收优惠的风险

2014 年 12 月 5 日，浙江省经济和信息化委员会向公司核发了《软件企业认定证书》（证书编号：浙 R-2014-0255），公司被认定为软件企业。根据《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）、《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）和《软件企业认定管理办法》（工信部联软〔2013〕64 号）的有关规定，公司在 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。2015 年度为公司第一个获利年度，2015 年度及 2016 年度免征企业所得税，2017 年度至 2019 年减半征收企业所得税。此外，公司已于 2016 年 11 月 21 日取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201633000602，有效期为三年。

报告期内，公司享受的税收优惠金额分别为 321.30 万元、1,010.65 万元和 2,474.46 万元，税收优惠金额占归属母公司股东净利润的比例分别为 29.72%、29.46%和 16.85%。如果国家有关高新技术企业和软件企业的认定，或高新技术企业和软件企业的税收优惠的法律法规发生变化，或其他原因导致公司不再符合高新技术企业和软件企业的认定条件，将存在公司不能继续享受高新技术企业和软件企业的企业所得税优惠政策的可能，并进而对公司未来盈利产生一定的影响。

（三）关联交易的风险

报告期内，公司关联销售的金额分别为 2,221.84 万元、5,707.86 万元和 11,562.17 万元，占营业收入的比例分别为 28.60%、32.26%和 34.72%；关联采购的金额分别为 17.73 万元、199.33 万元和 304.42 万元，占同期采购总额的比例分别为 0.51%、2.88%和 4.03%。上述关联交易在发生时有其合理性，交易作价公允，并已履行了相关的审批程序，独立董事已对上述关联交易发表独立意见。

公司已在《公司章程》、《关联交易决策制度》、《股东大会议事规则》和《董事会议事规则》等中对关联交易决策权限和程序做出明确规定，形成了较为完善的内部控制制度，从而降低了通过关联交易损害公司及股东利益的风险。但未来如果公司内部控制有效性不足，公司治理不够规范，公司实际控制人及一致行动人、主要股东及其关联方等仍可能通过关联交易对公司及中小股东利益造成影响。

四、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目未达预期的风险

公司本次发行募集资金投资项目拟投向“个推大数据平台升级项目”和“数据中心扩充改造项目”。上述项目是依据公司的发展战略，充分考虑公司现有业务经营状况、市场竞争环境、技术发展情况，并根据移动互联网、互联网营销行业发展趋势等进行了充分的可行性分析论证。由于移动互联网行业的技术更迭较快，市场情况不断变化，如果募集资金不能及时到位、市场环境突变、行业的相关政策发生变化、行业竞争加剧等情况发生，导致募集资金投资项目无法实现预期收益，将对公司的经营业绩和财务状况造成不利影响。

（二）募集资金投资项目新增折旧、摊销及研发投入影响公司业绩的风险

本次募集资金投资项目中包括固定资产（服务器、交换机等）、无形资产（软件系统等）和研发投入。本次募集资金到位后，随着募集资金投资项目的实施，固定资产和无形资产的规模将相应增加，研发投入相应增大。由于募集资金投资项目产生效益需要一定时间，从短期看，尤其是募集资金投资项目实施期间，固定资产折旧、无形资产摊销以及研发费用支出将直接影响公司经营业绩；长期看，如果募集资金投资项目未能实现预期效益，上述新增的折旧、摊销及研发费用将会给公司净利润造成一定压力，从而对经营业绩造成不利影响。

（三）发行后净资产收益率下降及每股收益被摊薄的风险

公司 2017 年度扣除非经常性损益前后孰低的每股收益为 0.36 元，2017 年度扣除非经常性损益前后孰低的加权平均净资产收益率为 15.99%。截至 2017 年 12

月 31 日，公司总股本为 36,000 万股，净资产 88,108.34 万元。公司本次公开发行新股数量不超过 4,010 万股，本次发行后公司的净资产规模将出现一定程度的增长。由于募集资金投资项目从开始实施到产生效益需要一定时间，因而公司净利润的增长在短期内难以与净资产保持同步增长，本次发行后公司净资产收益率可能较发行前一年度有较大幅度的下降。与此同时，由于股本规模扩大，公司本次发行完成后的每股收益预计较发行前一年度也将出现一定程度的下降。

五、实际控制人持股比例较低的风险

公司实际控制人方毅直接持有公司 13.4070%的股份，为公司第一大股东，其一致行动人沈欣直接持有公司 5.8220%的股份，其一致行动人我了个推为员工持股平台，持有公司 5.9368%的股份。同时方毅作为执行事务合伙人和普通合伙人持有我了个推 28.9781%的出资，方毅、沈欣、我了个推作为一致行动人合计持有公司 25.1658%的股份，方毅基于一致行动协议实际控制公司 25.1658%股份对应的表决权。

方毅为公司创始人，自公司成立以来，方毅一直为公司管理团队的核心，对公司日常经营决策具有较强的影响力。尽管如此，由于方毅合计控制的公司表决权股份的比例较低，本次发行完成后，方毅实际控制的公司表决权股份的比例将降至 22.6436%，仍为公司实际控制人。如果本公司其他股东通过增持股份谋求影响甚至控制本公司，将对公司管理团队和生产经营的稳定性产生影响。

第五节　发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	浙江每日互动网络科技股份有限公司
英文名称	Zhejiang Merit Interactive Network Technology Co., Ltd.
注册资本	360,000,000 元
法定代表人	方毅
有限公司成立日期	2010 年 12 月 7 日
股份公司设立日期	2016 年 6 月 28 日
住所	浙江省杭州市西湖区西溪路 525 号 A 楼西区 418 室
邮编	310012
电话	0571-81061638
传真	0571-86473223
互联网址	www.getui.com
电子信箱	info@getui.com
信息披露部门	董事会办公室
信息披露联系人	章玉珍
信息披露联系电话	0571-81061638

二、发行人的设立情况

（一）公司设立方式

1、有限责任公司的设立情况

每日互动有限（成立时曾用名杭州每日互导电子技术有限公司）成立于 2010 年 12 月 7 日，是由每日科技以货币出资设立，成立时注册资本 300 万元。浙江南方会计师事务所有限公司出具了编号为南方验字[2010]第 508 号的《验资报告》，经审验，截至 2010 年 11 月 25 日，每日互导已收到股东每日科技缴纳的注册资本（实收资本）合计 300 万元。

2010 年 12 月 7 日，每日互导取得了杭州市工商行政管理局西湖分局核发的编号为“330106000157875”的企业法人营业执照。

2、股份公司的设立情况与股权演变

（1）2016 年 6 月，每日互动有限整体变更为股份公司

2016 年 5 月 23 日，天健会计师出具天健审[2016]904 号《审计报告》，确认截至 2016 年 3 月 31 日，每日互动有限经审计净资产为 314,299,013.34 元。

2016 年 6 月 3 日，坤元评估出具坤元评报[2016]第 243 号《资产评估报告》，确认截至 2016 年 3 月 31 日，每日互动有限的净资产评估值为 318,490,415.80 元。

2016 年 6 月 6 日，每日互动有限通过股东会决议，同意将每日互动有限整体变更为股份有限公司，同意以截至 2016 年 3 月 31 日经审计的每日互动有限净资产 314,299,013.34 元折股作为对股份公司的出资，其中 75,000,000 元作为股份公司的股本，未折股部分合计 239,299,013.34 元计入股份公司资本公积。同日，每日互动有限全体股东签订《发起人协议》。

2016 年 6 月 12 日，天健会计师出具天健验[2016]218 号《验资报告》，对上述出资进行了验证，确认公司各发起人投入的资产均已足额到位。

2016 年 6 月 22 日，公司召开创立大会，审议通过了股份公司设立相关议案。

2016 年 6 月 28 日，公司在杭州市市场监督管理局办理了注册登记，注册资本 7,500 万元，取得了统一社会信用代码为“91330106566067060H”的营业执照。

（2）2016 年 11 月，每日互动增资至 8,231.7073 万元

2016 年 11 月 15 日，公司股东大会通过决议，同意万汇金轩认缴投资 182.9268 万元、墨白创同认缴投资 90.1647 万元、伯乐宏图认缴投资 91.4634 万元、常春藤认缴投资 27.4390 万元、众创永联认缴投资 36.5854 万元、墨白尚同认缴投资 10.4451 万元、陈奎军认缴投资 87.8049 万元、杨兴武认缴投资 49.3902 万元、鲁周毅认缴投资 45.7317 万元、凯襄投资认缴投资 45.7317 万元、藤岩投资认缴投资 64.0244 万元。

就上述增资，天健会计师事务所出具天健验[2016]461 号《验资报告》对公司本次增资情况进行了审验，截至 2016 年 11 月 15 日止，公司已收到股东以货币缴纳的新增注册资本（实收资本）合计 731.7073 万元，变更后的注册资本 8,231.7073 万元，累计实收资本 8,231.7073 万元。

2016 年 11 月 17 日，公司办理完毕了上述增资的工商变更登记事宜。本次增资完成后，公司注册资本变更为 8,231.7073 万元。

（3）2017 年 6 月，每日互动增资至 36,000 万元

2017 年 6 月 23 日，公司临时股东大会通过决议，同意以资本公积转增股本的方式进行增资，本次增资的认缴总额为 27,768.2927 万元，全体股东按照其各自持股的比例同比例增资。

就上述资本公积转增，天健会计师事务所出具天健验[2017]261 号《验资报告》对公司本次增资情况进行了审验，截至 2017 年 6 月 30 日止，公司已将资本公积 27,768.2927 万元，转增实收资本 27,768.2927 万元，变更后的注册资本 36,000 万元，累计实收资本 36,000 万元。

2017 年 6 月 28 日，公司办理完毕了上述增资的工商变更登记事宜。本次增资完成后，公司注册资本变更为 36,000 万元。

（4）2017 年 8 月，西藏唯品会受让重庆唯品会所持公司股份

重庆唯品会因其内部结构调整，将其所持的公司 885.6004 万股的股份（持股比例为 2.46%）全部转让给同一控制下的关联方西藏唯品会。

2017 年 7 月 28 日，股份公司召开 2017 年第四次临时股东大会，审议通过了《关于公司股东变更并相应修改公司章程的议案》，就公司股东重庆唯品会向其受同一控制的关联方西藏唯品会转让股份事宜相应修改公司章程。同日，就上述事宜重庆唯品会与西藏唯品会签署《股权转让协议》。

2017 年 8 月 7 日，公司办理完毕了上述股权转让的工商变更登记事宜。

此后直至本招股说明书签署日，发行人的股东及其所持发行人股份未发生变化。

3、公司历次股权变动的原因、价格、定价依据及公允性，股东的出资方式、资金来源及合法性

（1）发行人历次增资原因、价格、定价依据及公允性，出资方式、资金来源及合法性

序号	事项	增资方	增资价格（元/注册资本，元/股）	定价依据及公允性	出资方式	资金来源及合法性	增资原因
1	2011 年 5 月，每日互导（每日互动有限更名前名称）第一次增资	每日科技	1.0000	以注册资本定价增资	以每日科技持有的每日备备手机数据备份软件（登记号：软著登字第 0278932 号）经评估后作价出资。		每日科技转型为持股平台，为了使人员、资产及业务保持一致性和完整性，将每日备备手机数据备份软件及相应技术作价投入公司，拟在发行人层面开展业务
2	2015 年 11 月，每日互动有限第二次增资	禾裕创投	4.7057	根据红筹架构拆除过程综合定价	货币出资	合法自有资金	个推集团红筹架构拆除方案所需，境外投资者的境内主体以原始投资价格平移至境内上市主体持股
		鼎鹿中原					
		信天商务					
3	2015 年 12 月,每日互动有限第三次增资	赛富投资	64.3200	参照市场行业估值，经协商以投后 16 亿元估值定价	货币出资	基金合法募集的自有资金	因红筹拆除需要，发行人因资金需求为红筹拆除引入境内投资机构融资
		鸿傲投资					
		追远财富					
		伯乐锐金					
		凯峰投资					
		万汇金荣					
		夏旦				合法自有资金	
		重庆唯品会					
		彭炫皓					
4	2016 年 3 月,每日互动有限第四次增资	海通开元	72.3599	参照市场行业估值，	货币出资	合法自有资金	发行人因资金需求进行 C 轮融资
		夏个旦					

序号	事项	增资方	增资价格（元/注册资本，元/股）	定价依据及公允性	出资方式	资金来源及合法性	增资原因
		凯致投资		经协商以投后 20 亿元估值定价		基金合法募集的自有资金	
		群新投资					
		鸿傲投资					
		银江创投					
		海新先瑞					
		海通元睿					
		海通临云					
		墨白坤元					
5	2016 年 11 月股份公司第一次增资	陈奎军	54.6667 [注]	参照市场行业估值，经协商以投后 45 亿元估值定价	货币出资	合法自有资金	为业务拓展做资金储备进行 D 轮融资
		杨兴武					
		鲁周毅					
		万汇金轩				基金合法募集的自有资金	
		藤岩投资					
		伯乐宏图					
		墨白创同					
		凯襄投资					
		众创永联					
		常春藤					

序号	事项	增资方	增资价格（元/注册资本，元/股）	定价依据及公允性	出资方式	资金来源及合法性	增资原因
		墨白尚同					
6	2017 年 6 月,股份公司第二次增资	全体股东	不涉及	资本公积转增			增加发行人总股本

注：发行人于 2016 年 6 月整体改制为股份公司，系由每日互动有限净资产 314,299,013.34 元折股为 75,000,000 股，因此 2016 年 11 月股份公司第一次增资复权后价格为 148.34 元/股

（2）发行人历次转股价格、定价依据及公允性，出资方式、资金来源及合法性

序号	事项	转让方	受让方	转让价格（元/注册资本，元/股）	定价依据及公允性	资金来源及合法性	转让原因
1	2013 年 11 月，每日互动有限第一次股权转让	每日科技	个信互动	0.2278	同一控制下股权调整，经协商后定价	合法自有资金	同一控制下股权调整，将发行人纳入个信互动红筹架构体系内
2	2015 年 11 月，每日互动有限第二次股权转让	个信互动	方毅	1.8	参考 2015 年 6 月 30 日公司账面净资产协商确定	合法自有资金	个推集团红筹架构拆除方案所需，境外股东均平移至境内上市主体持股
			何春虹				
			刘炳海				
			沈欣				
			我了个推	4.9758	根据境外员工期权 ESOP 行权价格及 2015 年 6 月 30 日公司账面净资产值综合确定	员工自有合法资金	个推集团红筹架构拆除方案所需，将境外员工股权激励转为在境内继续实施
3	2015 年 12 月每日互动有限第三次股权转让	沈欣	三花控股	64.32	参照当期增资以投后 16 亿元估值定价为标准，协商定价	合法自有资金	作为创始人，通过转让部分股权为红筹拆除所需成本提供资金支持
4	2016 年 3 月每日互动有限第四次股权转让	何春虹	墨白坤元	72.3599	参照当期增资以投后 20 亿元估值定价为标准，协商定价	合法自有资金	何春虹、禾裕创投等初期投资者获得投资收益部分退出
			尚志强				
		禾裕创投	墨白坤元				
			经合墨白				
			初石投资				

序号	事项	转让方	受让方	转让价格（元/注册资本，元/股）	定价依据及公允性	资金来源及合法性	转让原因
5	2017 年 8 月股份公司第一次股份转让	重庆唯品会	西藏唯品会	23.7037	按原投资成本转让	合法自有资金	唯品会集团内部业务调整、整合，重庆唯品会将其持有的股份调整至专注于互联网行业投资的西藏唯品会，系同一主体控制的关联方之间的股权转让

（二）公司发起人情况

股份公司设立时，发起人情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	方毅	11,036,248	14.7150
2	禾裕创投	9,427,498	12.5700
3	鼎鹿中原	8,977,499	11.9700
4	我了个推	4,886,999	6.5160
5	沈欣	4,792,499	6.3900
6	鸿傲投资	4,125,000	5.5000
7	赛富投资	4,049,999	5.4000
8	信天商务	2,160,000	2.8800
9	刘炳海	2,099,250	2.7990
10	重庆唯品会	2,025,001	2.7000
11	伯乐锐金	2,025,001	2.7000
12	凯峰投资	2,025,001	2.7000
13	海通开元	1,875,001	2.5000
14	何春虹	1,739,999	2.3200
15	夏旦	1,687,501	2.2500
16	墨白坤元	1,312,501	1.7500
17	万汇金荣	1,265,625	1.6875
18	银江创投	1,125,001	1.5000
19	经合墨白	1,125,001	1.5000
20	三花控股	1,080,000	1.4400
21	凯致投资	937,501	1.2500
22	群新投资	750,000	1.0000
23	夏个旦	750,000	1.0000
24	尚志强	750,000	1.0000
25	初石投资	750,000	1.0000
26	追远财富	674,999	0.9000
27	彭炫皓	421,876	0.5625
28	海新先瑞	375,000	0.5000
29	海通元睿	375,000	0.5000
30	海通临云	375,000	0.5000

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
合计		75,000,000	100.00

三、公司自设立以来的重大资产重组情况及最近一年内收购兼并情况

公司在拆除红筹架构的过程中，进行了同一控制下的企业合并，收购了个信香港持有的每日轩昂 100%股权。同时为了保持资产与业务的完整性，公司收购了个信互动知识产权以及个信互动所持有的上海个众和深圳个联的股权。为了还原杭州云盟的代持关系，公司的全资子公司杭州应景收购了杭州云盟 100%的股权。具体情况为：

（一）收购个信香港所持有的每日轩昂 100%股权

2015 年 10 月 30 日，个信香港作为每日轩昂的唯一股东，作出股东决定，同意将其所持有的每日轩昂 100%的股权全部转让给每日互动。

同日，个信香港与每日互动签署关于《每日轩昂（北京）科技有限公司之股权转让协议书》，约定个信香港将其所持有的每日轩昂 100%的股权以 38,906.5217 万元的价格转让给每日互动。

2015 年 11 月 19 日，每日轩昂取得北京市海淀区商务委员会核发的《关于每日轩昂（北京）科技有限公司转为内资企业的批复》（海商审字[2015]972 号），同意个信香港将其所持有的每日轩昂 100%的股权转让给每日互动。

2015 年 12 月 18 日，每日轩昂在北京市工商行政管理局海淀分局完成了上述股权转让的工商变更登记。2016 年 3 月每日互动向个信香港支付完毕股权转让款。股权转让完成后，每日轩昂成为每日互动的全资子公司。

每日轩昂的详细情况参见本节“六、发行人控股、参股企业的基本情况”。

（二）杭州应景收购杭州云盟 100%股权

2015 年 6 月 9 日，每日互动与毕树超、柯文娅签署《委托代持股权协议》，委托毕树超、柯文娅作为杭州云盟的名义股东代为行使股东权利。2015 年 6 月 9 日，杭州云盟于杭州市余杭区市场监督管理局登记设立，设立时杭州云盟登记股

东为毕树超和柯文娅，注册资本为 500 万元，均未实际出资。

2016 年 3 月 31 日，每日互动及其全资子公司杭州应景与毕树超、柯文娅签署《股权转让暨解除代持协议》，解除原股权代持关系，毕树超、柯文娅将其持有的杭州云盟 100%股权无偿转让给每日互动指定的第三方杭州应景。同日，杭州云盟取得杭州市余杭区市场监督管理局核发的《营业执照》，成为杭州应景全资子公司。

杭州云盟的详细情况参见本节“六、发行人控股、参股企业的基本情况”。

（三）收购个信互动持有的上海个众 30%股权

2014 年 12 月 17 日，个信互动和上海分众共同出资 1,000 万元设立上海个众，其中个信互动出资 300 万元，持有上海个众 30%股权。

2016 年 2 月 26 日，每日互动召开股东会，同意公司收购个信互动持有的上海个众 30%的股权。

2016 年 3 月 5 日，上海个众股东会通过决议，同意个信互动将其持有的上海个众 30%股权（对应注册资本 1,000.00 万元中的实缴出资 150 万元，认缴余额 150 万元）以 15.032962 万元（按截止 2015 年 12 月 31 日账面净资产 50.109872 万元的 30%计算）的价格转让给每日互动。每日互动同时承继个信互动对上海个众剩余 150 万元的出资义务。同日，个信互动、每日互动、上海个众与上海分众共同签署了《股权转让协议》及《股权转让之补充协议》。

2016 年 4 月 8 日，上海个众完成了上述股权转让的工商变更登记。2016 年 8 月 16 日每日互动向上海个众出资 150 万元，履行承继的剩余出资义务。股权转让完成后，每日互动持有上海个众 30%的股权。

上海个众的详细情况参见本节“六、发行人控股、参股企业的基本情况”。

（四）收购个信互动持有的深圳个联 18.0002%股权

2015 年 5 月 18 日，个信互动、黄石球、顾健及胡炜共同出资 100 万元设立深圳个联，其中个信互动出资 20 万元，持有深圳个联 20%的股权。2015 年 7 月 17 日，深圳个联进行了第一次增资，增资完成后，个信互动持有深圳个联 18.0002%的股权。

2016 年 2 月 26 日，每日互动召开股东会，同意公司收购个信互动持有的深圳个联 18.0002%的股权。

2016 年 3 月 23 日，深圳个联股东会通过决议，同意个信互动将其持有的深圳个联 18.0002%股权转让给每日互动。同日，每日互动与个信互动签署《股权转让协议》，约定每日互动以 20 万元的价格受让个信互动持有的深圳个联 18.0002%股权。

2016 年 3 月 30 日，深圳个联完成上述股权转让的工商变更登记。股权转让完成后，每日互动持有深圳个联 18.0002%的股权，深圳个联成为每日互动的参股子公司。

深圳个联的详细情况参见本节“六、发行人控股、参股企业的基本情况”。

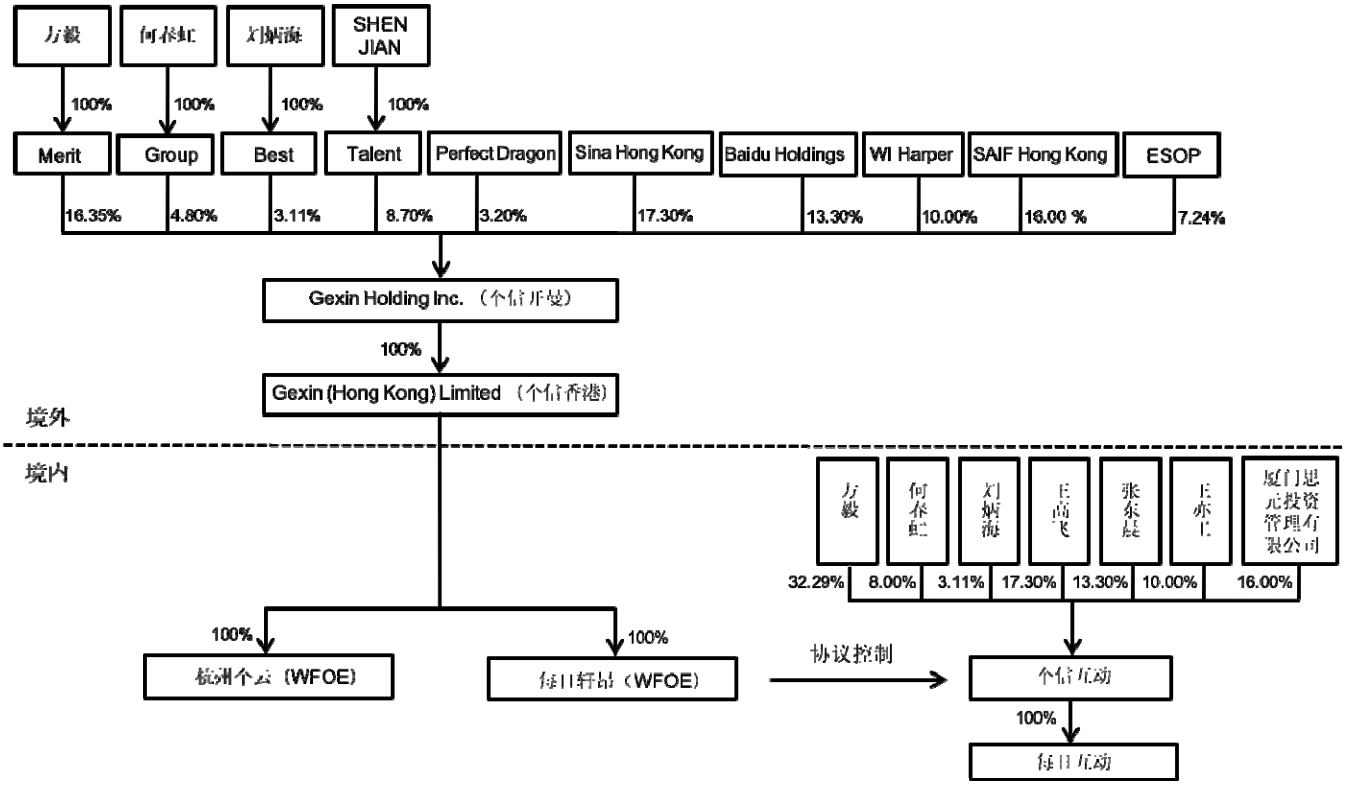
（五）收购个信互动知识产权

具体参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”。

四、红筹架构的设立与拆除

（一）红筹架构的建立

为筹划境外融资并上市，发行人实际控制人方毅自 2011 年起搭建了红筹架构，截至红筹架构拆除前，体系结构如下：



备注：

1、上表中，（境内）方毅持有个信互动 32.29%的股权对应（境外）个信开曼股东 Merit、Talent 和 ESOP 的持股；

2、（境内）何春虹持有个信互动 8.00%的股权对应（境外）个信开曼股东 Group 和 Perfect Dragon 的持股；

3、（境内）刘炳海持有个信互动 3.11%的股权对应（境外）个信开曼股东 Best 的持股；

4、（境内）王高飞持有个信互动 17.30%的股权对应（境外）个信开曼股东 Sina Hong Kong 的持股；

5、（境内）张东晨持有个信互动 13.30%的股权对应（境外）个信开曼股东 Baidu Holdings 的持股；

6、（境内）王亦工持有个信互动 10.00%的股权对应（境外）个信开曼股东 WI Harper 的持股；

7、（境内）厦门思元投资管理有限公司持有个信互动 16.00%的股权对应（境外）个信开曼股东 SAIF Hong Kong 的持股。

1、红筹架构中各主体的设立

（1）Gexin Holding Inc.设立

2011 年 3 月 29 日，个信开曼在开曼群岛（Cayman Islands）注册成立，并取得开曼群岛公司注册部门（Registrar Of Companies,CaymanIslands）核发的注册号为 NO.254126 的《注册证书》（Certificate Of Incorporation）。个信开曼授权股本为 1 万美元可拆分为 10 亿股，每股面值 0.00001 美元。

同日，MERIT 取得个信开曼全部已发行普通股 1 股，每股面值 0.00001 美元，并由方毅担任唯一董事。个信开曼即为红筹结构项下的境外融资及拟上市主体。

（2）Gexin （Hong Kong） Limited 设立

2011 年 4 月 27 日，个信开曼在香港特别行政区注册成立个信香港，并取得香港公司注册部门（Registrar of Companies Hong Kong Special Administrative

Region）核发的注册号为NO.1592715的《注册证书》（Certificate Of Incorporation）。

个信香港授权股本为 10,000 股普通股，每股面值 1 港元。个信开曼持有个信香港普通股 1 股，占个信香港已发行股份的 100%。

（3）每日轩昂设立

个信香港于北京出资设立每日轩昂。2011 年 7 月 19 日每日轩昂取得北京市海淀区商务委员会出具的海商审字[2011]576 号《关于设立每日轩昂（北京）科技有限公司的批复》，2011 年 7 月 21 日取得北京市人民政府颁发的编号为商外资京资字[2011]8137 号的《台港澳侨投资企业批准证书》，2011 年 8 月 5 日每日轩昂取得北京市工商行政管理局颁发的注册号为“110000450180433”的企业法人营业执照并完成企业设立登记。

（4）杭州个云设立

个信香港于杭州出资设立杭州个云。杭州个云于 2015 年 1 月 26 日取得杭州市西湖区商务局出具的《准予设立杭州个云科技有限公司行政许可决定书》（西商务许[2015]15 号），于 2015 年 1 月 27 日取得浙江省人民政府颁发的编号为商外资浙府资杭字[2015]9681 号的《台港澳侨投资企业批准证书》。

2015 年 2 月 10 日，杭州个云取得杭州市工商管理局颁发的注册号为 330100400053335 的《营业执照》。杭州个云取得营业执照后，因公司拟回归境内上市，故未进行后续登记的办理及经营。

（5）BVI 平台公司设立及股权变更情况

A.MERIT

2011 年 2 月 23 日，方毅于 BVI 注册设立了 MERIT，注册号为 1633658，注册发行上限为 50,000 股，每股 1 美元，方毅认购 1 股，实缴出资 1 美元。

B.GROUP

2011 年 3 月 3 日，何春虹于 BVI 注册设立了 GROUP，注册号为 1635159，注册发行上限为 50,000 股，每股 1 美元，何春虹认购 1 股，实缴出资 1 美元。

C.BEST

2011 年 3 月 3 日，刘炳海于 BVI 注册设立了 BEST，注册号为 1635134，注

册发行上限为 50,000 股，每股 1 美元，刘炳海认购 1 股，实缴出资 1 美元。

D.TALENT

2011 年 2 月 22 日，SHEN JIAN 与 Zhifu International Capital Limited（立元投资境外主体）及 Codex Group, Inc.（悠然科技境外主体）于 BVI 注册设立了 TALENT，注册号为 1633376，全部已发行股票为 50,000 股，每股 1 美元，其中 SHEN JIAN 认购 34,480 股，股份对价 34,480 美元，Zhifu International Capital Limited 认购 8,620 股，股份对价 8,620 美元，Codex Group, Inc.认购 6,900 股，股份对价 6,900 美元。

2014 年 6 月 30 日，个信开曼与 TALENT、Zhifu International Capital Limited 及 Codex Group,Inc.签订了《Ordinary Share Repurchase Agreement》（普通股股票回购协议），以每股 2.5367595 美元的价格定向回购 Zhifu International Capital Limited 间接持有的个信开曼 642,849 股普通股股票及 Codex Group, Inc.间接持有的个信开曼 514,577 股普通股股票。

同日，TALENT 股东会通过决议，同意回购 Zhifu International Capital Limited 持有的 TALENT 8,620 股普通股，回购 Codex Group, Inc.持有的 TALENT6,900 股普通股。

本次回购完成后，SHEN JIAN 持有 TALENT100%已发行股份，为 TALENT 唯一股东。

2、红筹架构下境外上市主体的各轮融资及股权变更情况

（1）2011 年 5 月，MERIT、GROUP、BEST、TALENT 增持股份

2011 年 5 月 16 日，个信开曼唯一董事方毅作出决定同意发行 12,857,999 股普通股，其中向 MERIT 发行 4,834,607 股、向 GROUP 发行 2,365,872 股、向 BEST 发行 1,928,700 股、向 TALENT 发行 3,728,820 股股票，每股面值 0.00001 美元。

同日，MERIT、GROUP、BEST、TALENT 出具确认函，同意认购上述股份。

本次发行后，个信开曼股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	MERIT	4,834,608	37.60%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
2	TALENT	3,728,820	29.00%
3	GROUP	2,365,872	18.40%
4	BEST	1,928,700	15.00%
合计		**12,858,000**	**100.00%**

（2）2011 年 6 月，个信开曼境外 A 轮融资

2011 年 6 月 14 日，个信开曼原股东 MERIT、GROUP、BEST、TALENT 与投资方 Sina Hong Kong Limited（新浪香港）、Baidu Holdings Limited（百度控股）、WI Harper Fund VII L .P.（中经合主体之一）签订了《Gexin Holding Inc. Series A Preferred Share Purchase Agreement》（个信开曼 A 级优先股购买协议，“A 轮”），新浪香港、百度控股、WI Harper Fund VII L.P.各认购个信开曼 2,143,000 股 A 级优先股股票，本次 A 级优先股发行价格为每股 1 美元。

同日，个信开曼股东会通过决议，同意调整个信开曼全部授权可发行的 1,000,000,000 股的股份分类，其中授权可发行的普通股占 993,571,000 股，授权可发行的优先股占 6,429,000 股。

同日，个信开曼唯一董事方毅作出决定，以每股 1 美元的价格向新浪香港、百度控股、中经合发行总计 6,429,000 股优先股股票，并预留普通股 2,143,000 股用于 Company’s Employee Stock Option Plan（公司员工激励计划，ESOP）。

2011 年 8 月 17 日，个信开曼唯一董事作出决定，同意增加 SHEN JIAN，董霖，何春虹，彭适辰、王高飞及孙亦嘉为董事与原董事方毅共同组成董事会。

本轮融资后，个信开曼各方股东出资情况如下：

序号	股东名称	股份种类	投资金额（美元）	持股数量（股）	持股比例
1	MERIT	普通股	N/A	4,834,608	22.56%
2	TALENT	普通股	N/A	3,728,820	17.40%
3	GROUP	普通股	N/A	2,365,872	11.04%
4	ESOP	普通股	N/A	2,143,000	10.00%
5	BEST	普通股	N/A	1,928,700	9.00%
6	Sina Hong Kong	优先股	2,143,000	2,143,000	10.00%
7	Baidu Holding	优先股	2,143,000	2,143,000	10.00%

序号	股东名称	股份种类	投资金额（美元）	持股数量（股）	持股比例
8	WI Harper Fund VII L.P.	优先股	2,143,000	2,143,000	10.00%
合计			**6,429,000**	**21,430,000**	**100.00%**

（3）2012 年 3 月，中经合内部股份转让

2012 年 3 月 9 日，个信开曼股东会通过决议，同意 WI Harper Fund VII L.P. 将 87,668 股 A 轮优先股以 87,668 美元的价格转让给 WI Harper Fund VII-A LP、将 194,818 股 A 轮优先股以 194,818 美元的价格转让给 WI Harper Fund VII QP LP。

本次转让后，个信开曼各方股东出资情况如下：

序号	股东名称	股份种类	投资金额（美元）	持股数量（股）	持股比例
1	MERIT	普通股	N/A	4,834,608	22.56%
2	TALENT	普通股	N/A	3,728,820	17.40%
3	GROUP	普通股	N/A	2,365,872	11.04%
4	ESOP	普通股	N/A	2,143,000	10.00%
5	BEST	普通股	N/A	1,928,700	9.00%
6	Sina Hong Kong	优先股	2,143,000	2,143,000	10.00%
7	Baidu Holdings	优先股	2,143,000	2,143,000	10.00%
8	WI Harper Fund VII L.P.	优先股	1,860,514	1,860,514	8.68%
9	WI Harper Fund VII-A LP	优先股	87,668	87,668	0.41%
10	WI Harper Fund VII QP LP	优先股	194,818	194,818	0.91%
合计			**6,429,000**	**21,430,000**	**100.00%**

（4）2013 年 3 月，A+轮融资

2013 年 3 月 21 日，个信开曼与 MERIT、GROUP、BEST、TALENT、新浪香港、百度控股、中经合签订了《Gexin Holding Inc. Series A Preferred Share Purchase Agreement》（个信开曼 A 级优先股购买协议，“A+轮”），新浪香港、百度控股各认购个信开曼 1,000,000 股 A 级优先股股票，WI Harper Fund VII L.P. 认购个信开曼 192,929 股 A 级优先股股票，WI Harper Fund VII-A LP 认购个信开曼 9,091 股 A 级优先股股票，WI Harper Fund VII QP LP 认购个信开曼 20,202 股 A 级优先股股票。本次共发行 2,222,222 股优先股股票，发行价格为每股 1 美元。

同日，个信开曼股东会通过决议，同意调整个信开曼全部 1,000,000,000 股的股份分类，其中普通股占 991,348,778 股，优先股占 8,651,222 股。

同日，个信开曼董事会通过决议，以每股 1 美元的价格向新浪香港、百度控股、中经合发行总计 2,222,222 股优先股股票。

本轮融资后，个信开曼各方股东出资情况如下：

序号	股东名称	股份种类	投资金额（美元）	持股数量（股）	持股比例
1	MERIT	普通股	N/A	4,834,608	20.44%
2	GROUP	普通股	N/A	2,365,872	10.00%
3	TALENT	普通股	N/A	3,728,820	15.77%
4	ESOP	普通股	N/A	2,143,000	9.06%
5	BEST	普通股	N/A	1,928,700	8.15%
6	Sina Hong Kong	A 轮优先股	2,143,000	2,143,000	9.06%
		A+轮优先股	1,000,000	1,000,000	4.23%
7	Baidu Holdings	A 轮优先股	2,143,000	2,143,000	9.06%
		A+轮优先股	1,000,000	1,000,000	4.23%
8	WI Harper Fund VII L.P.	A 轮优先股	1,860,514	1,860,514	7.87%
		A+轮优先股	192,929	192,929	0.81%
9	WI Harper Fund VII-A LP	A 轮优先股	87,668	87,668	0.37%
		A+轮优先股	9,091	9,091	0.04%
10	WI Harper Fund VII QP LP	A 轮优先股	194,818	194,818	0.82%
		A+轮优先股	20,202	20,202	0.09%
合计			**8,651,222**	**23,652,222**	**100.00%**

（5）2014 年 6 月，B 轮融资

2014 年 6 月 30 日，个信开曼与 MERIT、GROUP、BEST、TALENT、新浪香港、百度控股、中经合、SAIF IV Hong Kong（China Investment）Limited（赛富香港）签订了《Gexin Holding Inc. Series B Preferred Share Purchase Agreement》（个信开曼 B 级优先股购买协议，“B 轮”），新浪香港认购个信开曼 1,971,019 股 B 级优先股股票，百度控股认购个信开曼 788,407 股 B 级优先股股票，WI Harper Fund VII L.P.认购个信开曼 513,361 股 B 级优先股股票，WI Harper Fund VII-A LP 认购个信开曼 24,190 股 B 级优先股股票，WI Harper Fund VII QP LP 认购个信开

曼 53,755 股 B 级优先股股票，赛富香港认购个信开曼 4,730,444 股 B 级优先股股票。本次共发行 8,081,176 股优先股股票，发行价格为每股 2.5367595 美元。

同日，个信开曼董事会通过决议，同意调整个信开曼全部授权可发行的 1,000,000,000 股的股份分类，其中普通股占 983,267,602 股，A 级优先股占 8,651,222 股，B 级优先股占 8,081,176 股，并同意以每股 2.5367595 美元的价格向新浪香港、百度控股、中经合、赛富香港发行总计 8,081,176 股 B 级优先股股票。

本轮融资后，个信开曼各股东出资情况如下：

序号	股东名称	股份种类	投资金额（美元）	持股数量（股）	持股比例
1	MERIT	普通股	N/A	4,834,608	15.24%
2	TALENT	普通股	N/A	3,728,820	11.75%
3	GROUP	普通股	N/A	2,365,872	7.46%
4	ESOP	普通股	N/A	2,143,000	6.75%
5	BEST	普通股	N/A	1,928,700	6.08%
6	Sina Hong Kong	A 轮优先股	2,143,000	2,143,000	6.75%
		A+轮优先股	1,000,000	1,000,000	3.15%
		B 轮优先股	5,000,000	1,971,019	6.21%
7	Baidu Holdings	A 轮优先股	2,143,000	2,143,000	6.75%
		A+轮优先股	1,000,000	1,000,000	3.15%
		B 轮优先股	2,000,000	788,407	2.48%
8	WI Harper Fund VII L.P.	A 轮优先股	1,860,514	1,860,514	5.86%
		A+轮优先股	192,929	192,929	0.61%
		B 轮优先股	1,302,272	513,361	1.62%
9	WI Harper Fund VII-A LP	A 轮优先股	87,668	87,668	0.28%
		A+轮优先股	9,091	9,091	0.03%
		B 轮优先股	61,364	24,190	0.08%
10	WI Harper Fund VII QP LP	A 轮优先股	194,818	194,818	0.61%
		A+轮优先股	20,202	20,202	0.06%
		B 轮优先股	136,364	53,755	0.17%
11	SAIF Hong Kong	B 轮优先股	12,000,000	4,730,444	14.91%
合计			**29,151,222**	**31,733,398**	**100.00%**

（6）2014 年 6 月，股份回购

2014 年 6 月 30 日，个信开曼分别与 BEST 及 TALENT 签订了《Ordinary Share Repurchase Agreement》（普通股股票回购协议），以 2,936,110 美元的价格向 TALENT 回购公司 1,157,426 股普通股股票，以 2,563,890 美元的价格向 BEST 回购公司 1,010,695 股普通股股票。

同日，个信开曼董事会通过决议，同意以每股 2.5367595 美元的价格向 TALENT 回购 1,157,426 股普通股股票、向 BEST 回购 1,010,695 股普通股股票。

本次股份回购完成后，个信开曼各方股东出资情况如下：

序号	股东名称	股份种类	投资金额（美元）	持股数量（股）	持股比例
1	MERIT	普通股	N/A	4,834,608	16.35%
2	TALENT	普通股	N/A	2,571,394	8.70%
3	GROUP	普通股	N/A	2,365,872	8.00%
4	ESOP	普通股	N/A	2,143,000	7.25%
5	BEST	普通股	N/A	918,005	3.11%
6	Sina Hong Kong	A 轮优先股	2,143,000	2,143,000	7.25%
		A+轮优先股	1,000,000	1,000,000	3.38%
		B 轮优先股	5,000,000	1,971,019	6.67%
7	Baidu Holdings	A 轮优先股	2,143,000	2,143,000	7.25%
		A+轮优先股	1,000,000	1,000,000	3.38%
		B 轮优先股	2,000,000	788,407	2.67%
8	WI Harper Fund VII L.P.	A 轮优先股	1,860,514	1,860,514	6.29%
		A+轮优先股	192,929	192,929	0.65%
		B 轮优先股	1,302,272	513,361	1.74%
9	WI Harper Fund VII-A LP	A 轮优先股	87,668	87,668	0.30%
		A+轮优先股	9,091	9,091	0.03%
		B 轮优先股	61,364	24,190	0.08%
10	WI Harper Fund VII QP LP	A 轮优先股	194,818	194,818	0.66%
		A+轮优先股	20,202	20,202	0.07%
		B 轮优先股	136,364	53,755	0.18%
11	SAIF Hong Kong	B 轮优先股	12,000,000	4,730,444	16.00%
合计			**29,151,222**	**29,565,277**	**100.00%**

（7）2015 年 3 月，股权转让

2015 年 3 月 3 日，GROUP 与 Perfect Dragon Investments Limited（去哪儿）签订了《Share Purchase Agreement》（股份购买协议），去哪儿以 2,400,000 美元的价格向 GROUP 收购 946,089 股普通股股票。

同日，个信开曼董事会通过决议，同意上述股份转让。

本次股权转让完成后，个信开曼各股东出资情况如下：

序号	股东名称	股份种类	投资金额（美元）	持股数量（股）	持股比例
1	MERIT	普通股	N/A	4,834,608	16.35%
2	TALENT	普通股	N/A	2,571,394	8.70%
3	ESOP	普通股	N/A	2,143,000	7.25%
4	GROUP	普通股	N/A	1,419,783	4.80%
5	BEST	普通股	N/A	918,005	3.11%
6	Perfect Dragon	普通股	N/A	946,089	3.20%
7	Sina Hong Kong	A 轮优先股	2,143,000	2,143,000	7.25%
		A+轮优先股	1,000,000	1,000,000	3.38%
		B 轮优先股	5,000,000	1,971,019	6.67%
8	Baidu Holdings	A 轮优先股	2,143,000	2,143,000	7.25%
		A+轮优先股	1,000,000	1,000,000	3.38%
		B 轮优先股	2,000,000	788,407	2.67%
9	WI Harper Fund VII L.P.	A 轮优先股	1,860,514	1,860,514	6.29%
		A+轮优先股	192,929	192,929	0.65%
		B 轮优先股	1,302,272	513,361	1.74%
10	WI Harper Fund VII-A LP	A 轮优先股	87,668	87,668	0.30%
		A+轮优先股	9,091	9,091	0.03%
		B 轮优先股	61,364	24,190	0.08%
11	WI Harper Fund VII QP LP	A 轮优先股	194,818	194,818	0.66%
		A+轮优先股	20,202	20,202	0.07%
		B 轮优先股	136,364	53,755	0.18%
12	SAIF Hong Kong	B 轮优先股	12,000,000	4,730,444	16.00%
合计			**29,151,222**	**29,565,277**	**100.00%**

3、红筹架构下境内主体设立及股权变更情况

（1）2010 年 7 月，个信互动设立

2010 年 7 月，戴沄沄、张洁、刘炳海、张紫英、立元投资、悠然科技共同出资设立个信互动，设立时注册资本 100 万元。

2010 年 7 月 28 日，个信互动取得北京市工商行政管理局海淀分局颁发的注册号为“110108013079699”的企业法人营业执照。

个信互动设立时，股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例
1	戴沄沄	48.80	48.80%
2	张洁	23.20	23.20%
3	刘炳海	15.00	15.00%
4	立元投资	5.00	5.00%
5	悠然科技	4.00	4.00%
6	张紫英	4.00	4.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

（2）2011 年 2 月，股权转让

为搭建红筹架构，2011 年 1 月 21 日个信互动股东会通过决议，同意原股东戴沄沄向方毅转让 30.4 万元出资额、向何春虹转让 18.4 万元出资额，同意张洁向方毅转让 23.2 万元出资额，同意张紫英向方毅转让 4 万元出资额。

戴沄沄、张洁、张紫英三人对个信互动的持股系代方毅等人持有。2011 年 1 月 21 日，上述各方签署出资转让协议书，就代持行为进行了还原。2011 年 2 月 15 日，个信互动完成了上述股权转让的工商变更登记事宜。

本次股权转让完成后，个信互动股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例
1	方毅	57.60	57.60%
2	何春虹	18.40	18.40%
3	刘炳海	15.00	15.00%
4	立元投资	5.00	5.00%
5	悠然科技	4.00	4.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

（3）2011 年 11 月，股权转让

个信开曼 A 轮融资完成后，个信互动相应调整股权比例。2011 年 10 月 28 日，个信互动股东会通过决议，同意原股东方毅向王高飞（新浪香港委派代表）转让 10 万元出资额、向张东晨（百度控股委派代表）转让 10 万元出资额、向王亦工（中经合委派代表）转让 10 万元出资额。

同日，方毅与王高飞、张东晨、王亦工签署《股权转让协议》。

2011 年 11 月 22 日，个信互动完成了上述股权转让的工商变更登记事宜。

本次股权转让完成后，个信互动股权结构如下：

序号	股东名称/名称	出资额（万元）	持股比例
1	方毅	27.60	27.60%
2	何春虹	18.40	18.40%
3	刘炳海	15.00	15.00%
4	王高飞	10.00	10.00%
5	张东晨	10.00	10.00%
6	王亦工	10.00	10.00%
7	立元投资	5.00	5.00%
8	悠然科技	4.00	4.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

（4）2014 年 10 月，股权转让

个信开曼 B 轮融资完成后，个信互动相应调整股权比例。2014 年 6 月 30 日，个信互动通过股东会决议，同意原股东何春虹向方毅转让 3.4 万元出资额、向厦门思元投资管理有限公司（赛富香港委派代表）转让 7 万元出资额，同意刘炳海向王高飞转让 7.3 万元出资额、向张东晨转让 3.3 万元出资额、向方毅转让 1.29 万元出资额，同意立元投资向思元投资转让 5 万元出资额，同意悠然科技向思元投资转让 4 万元出资额。

同日，上述各方签署了《出资转让协议书》。

2014 年 10 月 17 日，个信互动完成了上述股权转让的工商变更登记事宜。

本次股权转让完成后，个信互动股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例
1	方毅	32.29	32.29%
2	何春虹	8.00	8.00%
3	刘炳海	3.11	3.11%
4	王高飞	17.30	17.30%
5	张东晨	13.30	13.30%
6	王亦工	10.00	10.00%
7	思元投资	16.00	16.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

4、红筹架构下境内外主体间签署的控制协议及执行情况

（1）2011 年 8 月 17 日，根据境外 A 轮融资协议《Gexin Holding Inc. Series A Preferred Share Purchase Agreement》，每日轩昂与个信互动及个信互动股东签署了一系列控制协议，具体如下：

A.每日轩昂与个信互动签署了《独家业务合作协议》，约定每日轩昂向个信互动提供技术咨询服务，个信互动应根据账单向每日轩昂支付服务费。

B.每日轩昂与个信互动及个信互动股东方毅、何春虹、刘炳海、立元投资、悠然科技签署了《独家购买权合同》，约定方毅、何春虹、刘炳海、立元投资、悠然科技不可撤销的同意，每日轩昂有权以 10 元的价格收购个信互动股东所持有的全部或部分个信互动股权。

C.每日轩昂与个信互动及个信互动股东方毅、何春虹、刘炳海、立元投资、悠然科技签署《股权质押协议》，方毅、何春虹、刘炳海、立元投资、悠然科技向每日轩昂质押其持有的全部个信互动股权。

D.方毅、何春虹、刘炳海、立元投资、悠然科技签署《授权委托书》，授权每日轩昂行使个信互动股东表决权并任命公司董事、监事及高级管理人员。

（2）2012 年 4 月 18 日，根据境外 A 轮融资协议《Gexin Holding Inc. Series A Preferred Share Purchase Agreement》及个信互动股权调整情况，每日轩昂与个信互动及个信互动补充签署了一系列控制协议，具体如下：

A.每日轩昂与个信互动及个信互动股东方毅、王高飞、张东晨、王亦工签署了《独家购买权合同》，约定方毅、王高飞、张东晨、王亦工不可撤销的同意，

每日轩昂有权以 10 元的价格收购个信互动股东所持有的全部或部分个信互动股权。

B.每日轩昂与个信互动及个信互动股东方毅、何春虹、刘炳海、立元投资、悠然科技、王高飞、张东晨、王亦工签署《股权质押协议》，方毅、何春虹、刘炳海、立元投资、悠然科技、王高飞、张东晨、王亦工向每日轩昂质押其持有的全部个信互动股权。

C.方毅、王高飞、张东晨、王亦工签署《授权委托书》，授权每日轩昂行使个信互动股东表决权并任命公司董事、监事及高级管理人员。

（3）2014 年 6 月 30 日，根据境外 B 轮融资协议《Gexin Holding Inc. SeriesB Preferred Share Purchase Agreement》及个信互动股权调整情况，每日轩昂与个信互动及个信互动补充签署了一系列控制协议，具体如下：

A.每日轩昂与个信互动签署了《独家业务合作协议》，约定每日轩昂向个信互动提供技术咨询服务，个信互动应根据账单向每日轩昂支付服务费。

B.每日轩昂与个信互动及个信互动股东方毅、何春虹、刘炳海、王高飞、张东晨、王亦工、思元投资签署了《独家购买权合同》，约定方毅、何春虹、刘炳海、王高飞、张东晨、王亦工、思元投资不可撤销的同意，每日轩昂有权以 10 元的价格收购个信互动股东所持有的全部或部分个信互动股权。

C.每日轩昂与个信互动及个信互动股东方毅、何春虹、刘炳海、王高飞、张东晨、王亦工、思元投资签署《股权质押协议》，方毅、何春虹、刘炳海、王高飞、张东晨、王亦工、思元投资向每日轩昂质押其持有的全部个信互动股权。

D.方毅、何春虹、刘炳海、王高飞、张东晨、王亦工、思元投资签署《授权委托书》，授权每日轩昂行使个信互动股东表决权并任命公司董事、监事及高级管理人员。

根据实际控制人方毅及其他各方签署的《个信互动（北京）网络科技有限公司 VIE 终止协议》，上述控制协议除 2012 年 4 月 18 日签署的《股权质押协议》外，其他协议均未实际履行或执行。

5、红筹架构下方毅对于个信开曼、个信香港及每日轩昂等的控制

发行人实际控制人方毅作为个信互动、每日互动创始人，无论在红筹架构搭建前、红筹架构存续期间及红筹架构拆除后，均保持对个信开曼及其下属子公司个信香港、每日轩昂的控制。

（1）对个信开曼的控制

A.股权层面

自个信开曼 2011 年 3 月设立至 2011 年 8 月搭建红筹架构期间，方毅通过 MERIT 持有个信开曼 100%至 37.6%股份，为个信开曼第一大股东且系个信开曼唯一董事。

2011 年 6 月 14 日，方毅与 SHEN JIAN 签署《一致行动协议》，约定 SHEN JIAN 作为创始合伙人之一对个信开曼所持股份的表决权均以方毅的意思表示为准，方毅享有最终的表决权以及对个信开曼的董事提名权。

在红筹架构存续期间（2011 年 8 月至 2015 年 10 月），方毅通过 MERIT 持有个信开曼 37.6%至 16.35%的股份，SHEN JIAN 通过 TALENT 持有个信开曼 29%至 8.7%的股份。尽管 2014 年 6 月至 2015 年 12 月期间，财务投资者新浪香港曾为个信开曼单一持股第一大股东，但方毅与 SHEN JIAN 双方合计持有个信开曼 66.6%至 25.05%的股份，持股比例超过新浪香港及其他股东，且 SHEN JIAN 与方毅保持一致行动，因此方毅从股权层面上实际控制个信开曼。

B.董事层面

个信开曼共有 7 名董事，自 2011 年 8 月至 2014 年 7 月期间，7 名董事中 3 名董事方毅、SHEN JIAN、董霖均为方毅提名或与方毅保持一致行动的董事；2014 年 7 月至 2015 年 11 月期间，个信开曼的 7 名董事中方毅、SHEN JIAN 均为方毅提名的董事，且根据《股东协议》及系列修订后的协议约定，方毅和 SHEN JIAN 每人拥有两票投票权，在 9 票表决权中占有 4 票表决权。

根据方毅与 SHEN JIAN 于 2011 年 6 月 14 日签署的《一致行动协议》，SHEN JIAN 作为个信开曼的董事，其行使董事责权时意思表示也均以方毅的意思表示为准。因此，发行人在红筹架构持续期间，方毅基于《股东协议》及《一致行动

协议》拥有 4 票表决权，对个信开曼董事会具有持续的重要影响力。依据个信开曼董事会资料，方毅、SHEN JIAN 在担任个信开曼董事期间，其他董事在个信开曼历次董事会议案的表决结果均与方毅保持一致，不存在表决结果不一致或无法作出决议的情形。

（2）方毅对每日轩昂的控制

个信开曼及个信香港均为红筹架构下境外主体，自设立以来均未实际从事业务，每日轩昂作为红筹架构下个信香港的全资子公司，方毅在通过境外主体实际控制每日轩昂的同时，一直担任每日轩昂的法定代表人、执行董事及总经理，实际控制每日轩昂的日常经营管理及决策。

（3）境外投资人未谋求实际控制

根据新浪香港、百度控股、去哪儿、中经合、赛富香港等主体出具的声明及承诺，上述各方均系财务投资人，对发行人及其相关主体投资均以实现投资收益为目的，过去未谋求或取得控股地位或控制权，且现在及未来也不会通过任何途径取得或试图取得发行人的控股地位或控制权；在任何时候均未将来也不会影响发行人实际控制人地位，或利用持股地位干预发行人正常生产经营活动。

因此，在报告期内，发行人实际控制人方毅在红筹架构存续期间，能够实现对个信开曼股东会及董事会实施重大影响及控制，能够对每日轩昂等主体实施控制，为个信开曼、个信香港及每日轩昂的实际控制人。

（二）红筹架构的拆除

红筹架构搭建之后，个信开曼并未启动境外上市安排。考虑到红筹架构项下的实际业务活动及主要客户基本均在境内，境内市场对于该等业务更为熟悉，在经过对境内外资本市场进行慎重考虑后，发行人的实际控制人方毅经与各相关主体协商一致，决定拆除红筹架构，拟于境内申请发行股票。

1、红筹架构下境内外主体及相关各方签署《重组协议》

2015 年 10 月 15 日，发行人实际控制人方毅与境内外投资人及相关各方签署了《个推集团重组框架协议》（“《重组协议》”）及附件，包括《VIE 终止协议》、《增资协议》、《股权转让协议》、《股份回购协议》等，约定了红筹

架构拆除的具体流程及协议各方承担的权利义务。

2、每日互动股权调整

根据《重组协议》及附件，每日互动进行相应的股权调整，截至 2015 年 12 月，每日互动股权调整后各股东持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	方毅	406.7164	16.3500
2	何春虹	119.4030	4.8000
3	刘炳海	77.3632	3.1100
4	沈欣	176.6169	7.1000
5	我了个推	180.0995	7.2400
6	禾裕创投	430.3483	17.3000
7	鼎鹿中原	330.8458	13.3000
8	信天商务	79.6020	3.2000
9	赛富投资	149.2537	6.0000
10	鸿傲投资	124.3781	5.0000
11	重庆唯品会	74.6269	3.0000
12	伯乐锐金	74.6269	3.0000
13	凯峰投资	74.6269	3.0000
14	夏旦	62.1891	2.5000
15	万汇金荣	46.6418	1.8750
16	追远财富	24.8756	1.0000
17	彭炫皓	15.5473	0.6250
18	三花控股	39.8010	1.6000
合计		**2,487.5624**	**100.0000**

3、每日互动受让每日轩昂股权

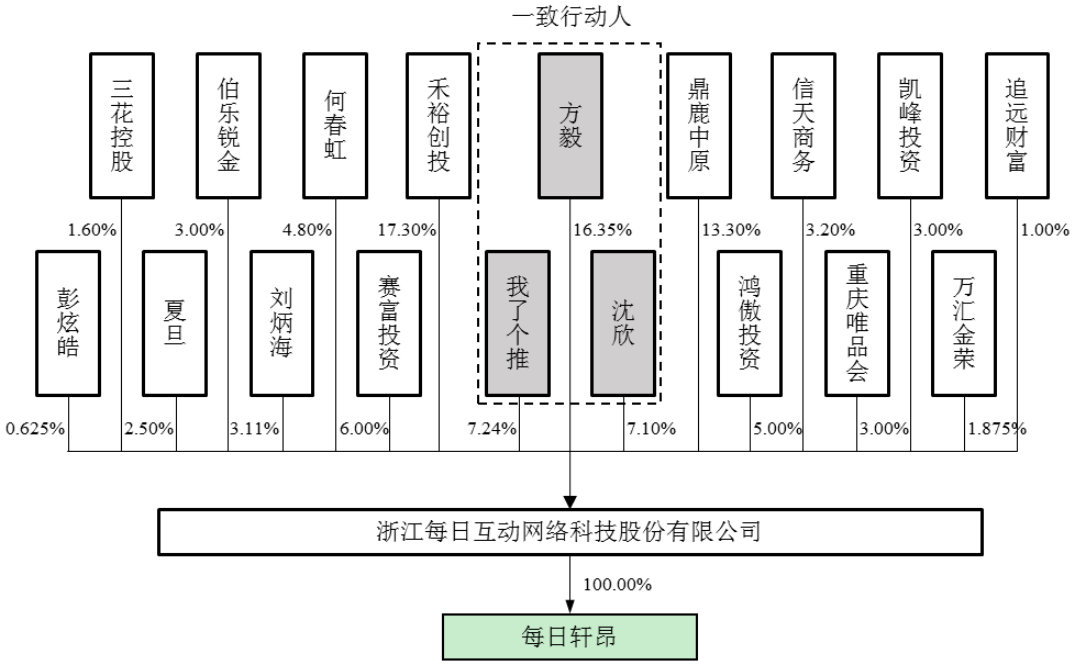
每日互动受让每日轩昂股权的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（一）收购个信香港所持有的每日轩昂 100%股权”之相关内容。

2016 年 1 月 28 日，每日互动作为股权受让方向杭州市西湖区国家税务局代扣代缴个信香港股权转让所得税，并取得杭州市西湖区国家税务局出具的《服务贸易等项目对外支付税务备案表》（编号：16330106000105）。

2016 年 3 月 3 日，每日互动向国家外汇管理局提出申请并取得了 FDI 境内机构转股外转中业务登记凭证，并于 2016 年 3 月 15 日向个信香港支付了税后股权转让款。

4、红筹架构拆除后的股权结构

经过上述各步骤的股权调整，红筹架构解除后公司的股权关系图示如下：



5、个信开曼股权境外回购

2015 年 10 月 15 日，个信开曼与新浪香港、百度控股、去哪儿、赛富、中经合签署了《重组协议》及《Share Repurchase Agreement》（股份回购协议）。

2016 年 3 月 18 日，个信开曼股东会通过决议，同意根据《重组协议》回购全部优先股股票及去哪儿持有的全部普通股股票。

2016 年 3 月 30 日，新浪香港、百度控股、去哪儿、赛富香港、中经合收到个信开曼支付的全部股份回购款，并分别确认自收到回购款之日起不再享有任何股东权利及权益，且回购事项不存在任何纠纷或潜在纠纷。

6、红筹架构相关主体的清算注销

（1）个信开曼

2016 年 11 月 4 日，个信开曼股东签署决议，同意申请注销公司。2016 年

12 月 30 日，个信开曼取得开曼群岛公司注册部门（Registrar Of Companies, Cayman Islands）出具的《注销证明》，完成公司注销流程。

（2）个信香港

个信香港于 2016 年 8 月 11 日向香港税务局提交了公司注销申请，2016 年 10 月 24 日，香港税务局出具了《不反对撤销公司注册的通知书》，同意个信香港向公司注册处提交撤销注册申请。

2016 年 10 月 27 日，个信香港向香港公司注册处提交了《撤销注册申请书》。

2017 年 3 月 10 日，个信香港取得香港公司注册处出具的《注销确认函》，完成公司注销流程。

（3）杭州个云

2015 年 12 月 18 日，个信香港作出股东决定，同意注销杭州个云。

2016 年 1 月 12 日，杭州市西湖区商务局出具《准予杭州个云科技有限公司解散行政许可决定书》（西商务许[2016]5 号），同意公司解散清算。

2016 年 2 月 4 日，杭州市西湖区国家税务局出具《税务事项通知书》（杭国通[2016]13229 号），同意杭州个云注销申请。

2016 年 3 月 15 日，杭州市地方税务局纳税服务局出具《注销税务（缴费）登记通知书》（杭地税纳税费注通[2016]1512 号），同意杭州个云注销申请。

2016 年 4 月 5 日，杭州市市场监督管理局出具《工商企业注销证明》（（杭）准予注销[2016]第 118425 号），同意杭州个云注销申请。

至此，杭州个云完成全部注销流程。

（4）个信互动

2016 年 8 月 25 日，个信互动通过股东会决议，同意注销公司并由全体股东组成清算组。

2016 年 10 月 28 日，北京市海淀区国家税务局第一税务所出具《税务事项通知书》（海一国税税通[2016]113445 号），同意个信互动注销申请。

2016 年 12 月 15 日，北京市海淀区地方税务局出具《税务事项通知书》（京

地税海税通[2016]34254 号），同意个信互动注销申请。

2016 年 12 月 23 日，北京市工商行政管理局海淀分局出具《注销核准通知书》，同意个信互动注销申请。

至此，个信互动完成全部注销流程。

（5）境外 BVI 平台

A.MERIT

2016 年 11 月 8 日，MERIT 股东方毅签署文件，批准清算计划并同意提交注销申请。2016 年 11 月 10 日，MERIT 取得 BVI Register Of Corporate Affairs 核发的注销证明。

B.GROUP

2016 年 11 月 8 日，GROUP 股东何春虹签署文件，批准清算计划并同意提交注销申请。2016 年 11 月 10 日，GROUP 取得 BVI Register Of Corporate Affairs 核发的注销证明。

C.BEST

2016 年 11 月 8 日，BEST 股东刘炳海签署文件，批准清算计划并同意提交注销申请。2016 年 11 月 10 日，BEST 取得 BVI Register Of Corporate Affairs 核发的注销证明。

D.TALENT

2016 年 11 月 8 日，TALENT 股东 SHEN JIAN 签署文件，批准清算计划并同意提交注销申请。2016 年 11 月 10 日，TALENT 取得 BVI Register Of Corporate Affairs 核发的注销证明。

至此，境外 BVI 平台完成全部注销流程。

7、红筹架构建立及拆除过程中履行国家相关外汇管理法律法规的情况

（1）方毅、何春虹、刘炳海

鉴于方毅、何春虹、刘炳海均为中国居民，针对进行红筹架构搭建过程中所涉及的境外投资事宜，方毅、何春虹、刘炳海等取得国家外汇管理局北京外汇管

理部分别核发的个字[2011]240 号、个字[2011]241 号、个字[2011]242 号《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就其设立投资境外 BVI 平台公司、个信开曼、个信香港的情况进行登记，并分别就境外融资行为进行了变更登记。

红筹架构拆除后，2016 年 3 月 3 日，方毅、何春虹、刘炳海分别向北京外管局提交《境内居民个人境外投资外汇登记表》办理了外汇登记注销手续。

（2）每日轩昂

每日轩昂设立至今历次增资及外债借款均已履行审批备案手续。2017 年 2 月 7 日，每日轩昂取得国家外汇管理局北京外汇管理部出具的《外汇管理行政处罚记录证明》（编号：[2017]2 号），证明自 2013 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日期间未发现每日轩昂存在逃汇、非法套汇及逾期未核销等违法行为、无外汇管理行政处罚记录。

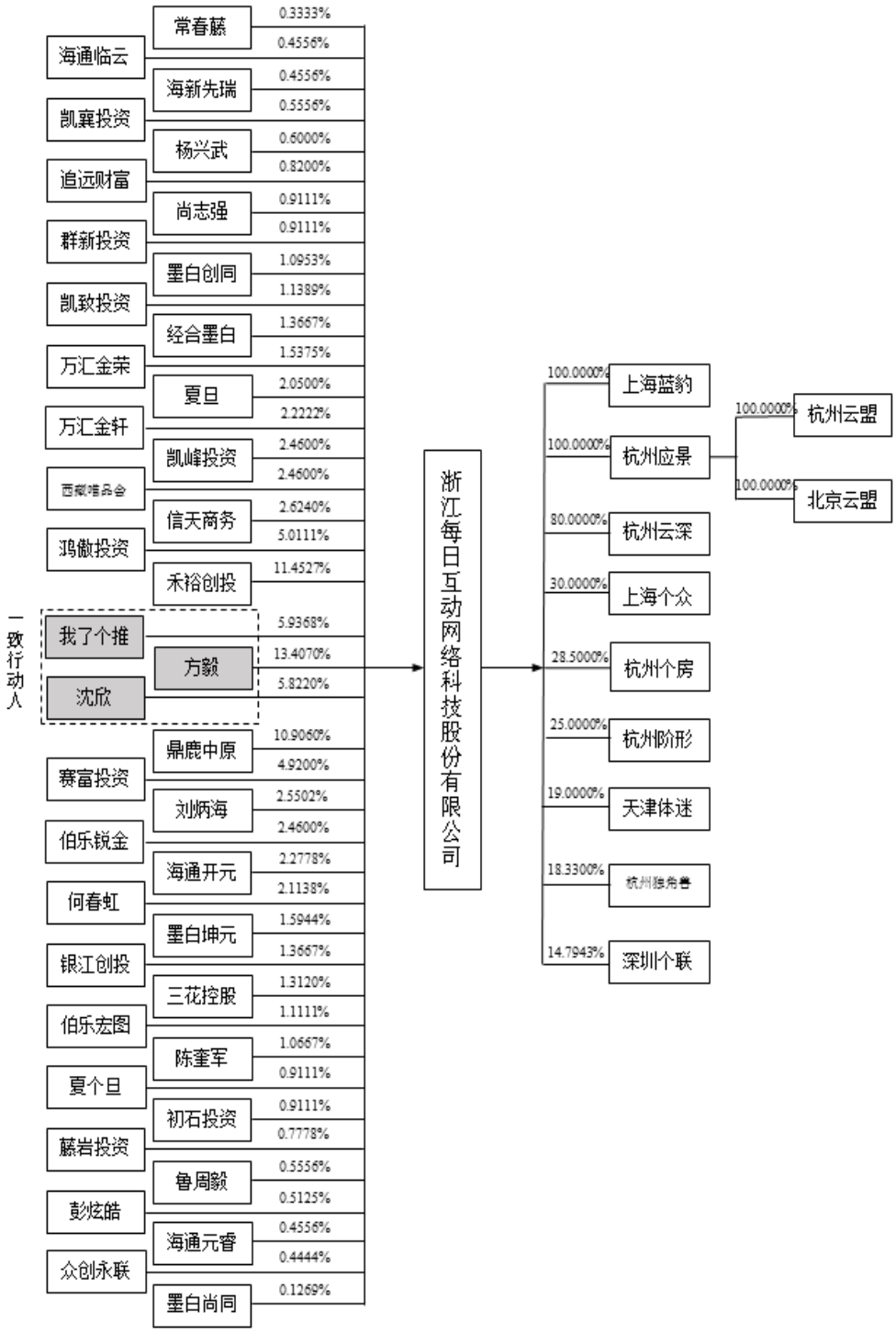
综上，方毅、何春虹、刘炳海及每日轩昂已将历次境外融资、返程投资情况依照相关法规向外汇管理部门办理了外汇登记手续，不存在违反外汇法律法规的情形。

截至本招股说明书签署之日，发行人红筹架构已拆除完毕，相关主体就红筹架构的搭建及解除已履行了相关手续，红筹架构的建立及拆除对发行人的本次发行上市不构成实质障碍。

五、发行人组织结构

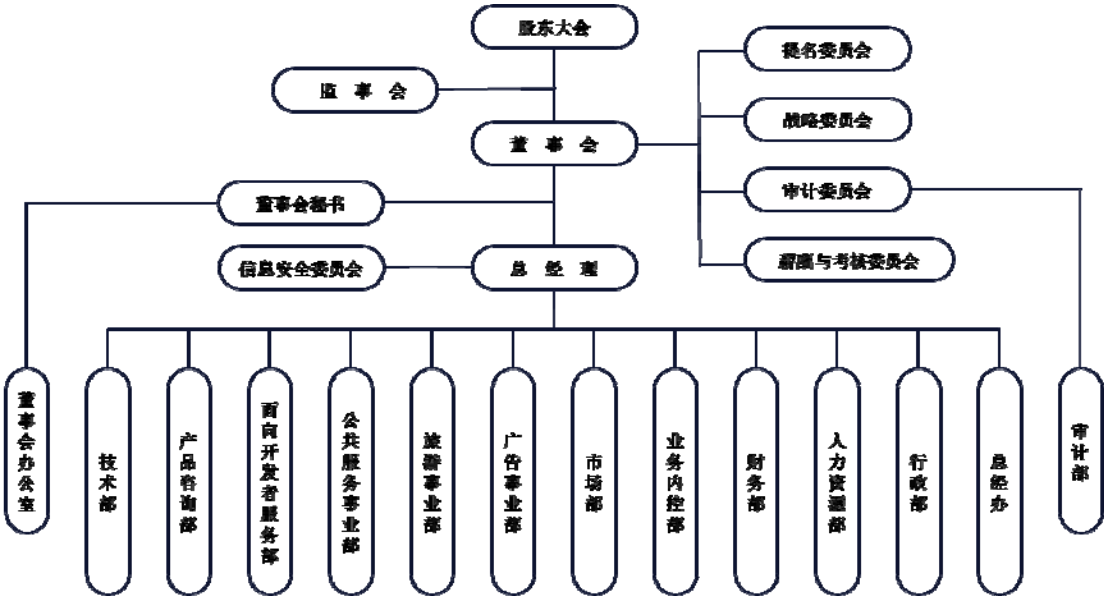
（一）公司股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司股权结构图如下：



（二）公司内部组织结构

公司已根据《公司法》等有关法律法规的规定建立了较为完善的法人治理结构。截至本招股说明书签署日，公司内部组织结构图如下：



六、发行人控股、参股企业的基本情况

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人拥有 2 家全资子公司，2 家全资孙公司，1 家控股孙公司，6 家参股子公司。报告期内，注销全资子公司 1 家、控股子公司 1 家。具体情况如下：

（一）杭州应景

1、基本情况

公司名称	杭州应景科技有限公司
成立日期	2015 年 11 月 19 日
法定代表人	方毅
注册资本	2,100 万元
实收资本	2,100 万元
住所	杭州余杭区仓前街道良睦路 1399 号 10#2 楼 203-4 室
经营范围	计算机软硬件、电子产品、通讯技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；国内广告设计、制作；批发、零售；通讯设备、数码产品（除电子出版物）；货物及技术进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）。

杭州应景为发行人的全资子公司，目前无实际经营业务。发行人设立杭州应

景作为其对杭州云盟、北京云盟、杭州云深的持股平台。

2、主要财务数据

杭州应景最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	2,899.58
净资产	2,099.58
净利润	0.51

注：以上数据业经天健会计师审计。

3、主要采购和销售对象

杭州应景无实际经营业务，无主要采购和销售对象。

4、员工人数及构成

杭州应景目前无在职员工。

（二）上海蓝豹

1、基本情况

公司名称	上海蓝豹数据科技有限公司
成立日期	2016 年 7 月 12 日
法定代表人	方毅
注册资本	941.46 万元
实收资本	941.46 万元
住所	上海市长宁区江苏路 369 号 16D 室
经营范围	数据科技、计算机软硬件专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理、发布各类广告，企业管理（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。）

上海蓝豹为发行人的全资子公司，设立初衷是为了拓展发行人 DMP 业务在品牌广告领域的有效应用，在报告期中主要承担公司部分品牌广告业务拓展，由于公司在品牌广告业务中策略的改变，上海蓝豹逐步收缩业务。

2、主要财务数据

上海蓝豹最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	356.46
净资产	337.03
净利润	-456.93

注：以上数据业经天健会计师审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，上海蓝豹的主要客户和供应商情况如下：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	-	-	-
2016 年	1	翰澜企业管理咨询（上海）有限公司	北京特恩斯市场研究咨询有限公司上海分公司
	2	东方明珠安舒茨文化体育发展（上海）有限公司	上海闵鑫汽车租赁有限公司
	3	-	杭州特浩计算机工程有限公司
	4		上海高藩企业服务中心
2017 年	1	东方明珠安舒茨文化体育发展（上海）有限公司	伟恒通（上海）有限公司
	2	凯帝珂广告（上海）有限公司	上海高藩企业服务中心
	3	上海群势广告有限公司	北京特恩斯市场研究咨询有限公司上海分公司
	4	扬罗必凯（北京）广告有限公司上海分公司	上海一嗨汽车租赁有限公司
	5		上海智明汽车驾驶服务有限公司

4、员工人数及构成

上海蓝豹在报告期内的员工人数及构成情况如下：

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
按专业划分	研发人员	0	0.00	2	33.33	-	-
	销售人员	0	0.00	2	33.33	-	-
	管理及运营服务人员	1	100.00	2	33.33	-	-
合计		**1**	**100.00**	**6**	**100.00**	**-**	**-**
按学历划分	硕士及以上	0	0.00	3	50.00	-	-
	大学（大专）	1	100.00	3	50.00	-	-
	高中及以下	0	0.00	0	0.00	-	-

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
合计		**1**	**100.00**	**6**	**100.00**	**-**	**-**
按年龄划分	41 岁以上	0	0.00	2	33.33	-	-
	31-40 岁	1	100.00	2	33.33	-	-
	20-30 岁	0	0.00	2	33.33	-	-
合计		**1**	**100.00**	**6**	**100.00**	**-**	**-**

（三）北京云盟

1、基本情况

公司名称	北京云盟数智网络科技有限公司
成立日期	2016 年 5 月 23 日
法定代表人	方毅
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
住所	北京市海淀区海淀北二街 8 号 8 层 911
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；软件开发；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；企业管理；市场调查；承办展览展示活动；翻译服务；经济贸易咨询；从事互联网文化活动；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）（增值电信业务经营许可证有效期至 2022 年 06 月 14 日）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动、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）以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

杭州应景持有北京云盟 100%的股权，北京云盟为发行人的全资孙公司，为发行人从事效果广告的平台之一。北京云盟目前开始从事效果广告代理业务，效果广告业务为发行人业务的重要组成部分。

2、主要财务数据

北京云盟最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	877.53
净资产	868.27

项目	2017.12.31/2017 年
净利润	-94.48

注：以上数据业经天健会计师审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，北京云盟的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	-	-	-
2016 年	-	-	-
2017 年	1	新游互联（福州）信息科技有限公司	北京云锐国际文化传媒有限公司
	2	-	山南云拓文化传媒有限公司
	3		北京东审鼎力国际税务师事务所有限公司
	4		北京八方来财务咨询有限公司

4、员工人数及构成

北京云盟在报告期内的员工人数及构成情况如下：

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
按专业划分	研发人员	0	0.00	0	0.00	-	-
	销售人员	1	33.33	1	33.33	-	-
	管理及运营服务人员	2	66.67	2	66.67	-	-
合计		**3**	**100.00**	**3**	**100.00**	**-**	**-**
按学历划分	硕士及以上	0	0.00	0	0.00	-	-
	大学（大专）	3	100.00	3	100.00	-	-
	高中及以下	0	0.00%	0	0.00	-	-
合计		**3**	**100.00**	**3**	**100.00**	**-**	**-**
按年龄划分	41 岁以上	0	0.00	0	0.00	-	-
	31-40 岁	2	66.67	3	100.00	-	-
	20-30 岁	1	33.33	0	0.00	-	-
合计		**3**	**100.00**	**3**	**100.00**	**-**	**-**

（四）杭州云盟

1、基本情况

公司名称	杭州云盟数智科技有限公司
成立日期	2015 年 6 月 9 日
法定代表人	方毅
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
住所	杭州市余杭区仓前街道良睦路 1399 号 10#203-5 室
主要生产经营地	杭州市文一西路 98 号数娱大厦 811、813 室
经营范围	技术开发、技术服务、技术咨询及技术成果转让：计算机软硬件、电子产品、通讯技术、信息技术、互联网数据处理、数据存储与管理；设计、制作、代理、发布：国内广告；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）（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）

杭州应景持有杭州云盟 100%的股权，杭州云盟为发行人的全资孙公司，为发行人从事效果广告的主要平台。杭州云盟目前主要从事效果广告代理业务，效果广告业务为发行人业务的重要组成部分。

2、主要财务数据

杭州云盟最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	4,617.44
净资产	1,197.47
净利润	244.07

注：以上数据业经天健会计师审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，杭州云盟的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	1	滴滴出行科技有限公司	北京博乐科技有限公司
	2	亿启网络	深圳市聚富无线信息技术有限公司
	3	三六零科技有限公司	上海威搜游科技有限公司

时间	序号	客户名称	供应商名称
	4	北京字节跳动科技有限公司	中国联合网络通信有限公司杭州分公司
	5	武汉奇米	杭州无限动力信息技术有限公司
2016 年	1	滴滴出行科技有限公司	深圳市智能致胜科技有限公司
	2	百度网讯	深圳市万易启科技有限公司
		百度时代	
		百度在线	
	3	苏州奖多多科技有限公司	杭州搜影科技有限公司
	4	武汉奇米	上海协韵企业管理咨询有限公司
	5	北京奇飞翔艺商务咨询有限公司	杭州优投科技有限公司
		三六零科技有限公司	
2017 年	1	百度网讯	橡树未来（北京）科技有限公司
		百度在线	
		北京爱奇艺	
		百度时代	
	2	北京字节跳动网络技术有限公司	北京东海云盟信息技术有限公司
		北京字节跳动科技有限公司	
	3	深圳乐诚盟无线科技有限公司	杭州益乐股份经济合作社
	4	互诚信息技术（上海）有限公司	北京仙果科技股份有限公司
	5	杭州优溜网络技术有限公司	深圳市万易启科技有限公司
		杭州淘粉吧网络技术股份有限公司	

4、员工人数及构成

杭州云盟在报告期内的员工人数及构成情况如下：

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
按专业划分	研发人员	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	销售人员	14	82.35	12	80.00	12	80.00
	管理及运营服务人员	3	17.65	3	20.00	3	20.00
合计		**17**	**100.00**	**15**	**100.00**	**15**	**100.00**
按学历划分	硕士及以上	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	大学（大专）	16	94.12	14	93.33	14	93.33
	高中及以下	1	5.88	1	6.67	1	6.67

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
合计		**17**	**100.00**	**15**	**100.00**	**15**	**100.00**
按年龄划分	41-55 岁	1	5.88	1	6.67	1	6.67
	31-40 岁	5	29.41	4	26.67	4	26.67
	20-30 岁	11	64.71	10	66.67	10	66.67
合计		**17**	**100.00**	**15**	**100.00**	**15**	**100.00**

（五）杭州云深

1、基本情况

公司名称	杭州云深科技有限公司
成立日期	2017 年 9 月 20 日
法定代表人	吕繁荣
注册资本	1,000 万元
实收资本	800 万元
住所	浙江省杭州市西湖区三墩镇厚仁路 150 号 515 室
经营范围	服务：计算机网络技术、计算机软硬件、电子产品、通讯技术的技术开发、技术服务、技术咨询，设计、制作、代理、发布国内广告（除网络广告发布）；批发、零售：通讯设备（除专控），数码产品；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）

杭州云深为发行人的控股孙公司。截至 2017 年 12 月 31 日，发行人通过杭州应景持有杭州云深 80%的股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	杭州应景	货币	800.00	80.00
2	杭州高汇科技有限公司	货币	200.00	20.00
合计		**-**	**1,000.00**	**100.00**

杭州云深系发行人大数据技术运用于公共安全相关行业中所进行的尝试，与每日互动的主营业务具有协同关系，目前业务尚处于起步阶段。

2、主要财务数据

杭州云深最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	1,600.21
净资产	801.80
净利润	1.80

注：以上数据业经天健会计师审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，杭州云深的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	-	-	-
2016 年	-	-	-
2017 年	1	肇庆市端州区政府部门	深圳个联
	2	深圳安巽科技有限公司	广州迈优信息科技有限公司
	3	宁都县政府部门	杭州特浩计算机工程有限公司
	4	武汉虹旭信息技术有限责任公司	广州智渊信息科技有限公司
	5	溧阳市政府部门	杭州致睿信息技术有限公司

4、员工人数及构成

杭州云深在报告期内的员工人数及构成情况如下：

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
按专业划分	研发人员	5	33.33	-	-	-	-
	销售人员	7	46.67	-	-	-	-
	管理及运营服务人员	3	20.00	-	-	-	-
合计		**15**	**100.00**	**-**	**-**	**-**	**-**
按学历划分	硕士及以上	4	26.67	-	-	-	-
	大学（大专）	10	66.67	-	-	-	-
	高中及以下	1	6.67	-	-	-	-
合计		**15**	**100.00**	**-**	**-**	**-**	**-**
按年龄划分	41 岁以上	1	6.67	-	-	-	-
	31-40 岁	3	20.00	-	-	-	-
	20-30 岁	11	73.33	-	-	-	-

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
合计		**15**	**100.00**	-	-	-	-

（六）杭州独角兽

1、基本情况

公司名称	杭州独角兽科技有限公司
成立日期	2017 年 5 月 25 日
法定代表人	孙海涛
注册资本	500 万元
实收资本	2 万元
住所	浙江省杭州市西湖区三墩镇西园路 9 号 A625 室
经营范围	服务：网络信息技术、计算机软硬件的技术开发，电子商务技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，房地产中介服务，物业管理，实业投资、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、代客户理财等金融服务）（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）

杭州独角兽为发行人的参股公司，目前无实际经营业务。杭州独角兽的设立是每日互动等一批“独角兽”企业为了筹建“独角兽”产业园项目而共同设立的项目公司，该公司将在政府主管部门的指导下打造“独角兽”产业园项目，未来将对发行人办公环境起到改善作用。

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人持有杭州独角兽 18.33%的股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	杭州兴牛信息科技有限公司	货币	408.35	81.67
2	每日互动	货币	91.65	18.33
合计		-	**500.00**	**100.00**

2、主要财务数据

杭州独角兽最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	10.68

项目	2017.12.31/2017 年
净资产	1.68
净利润	-0.32

注：以上数据未经审计。

3、主要采购和销售对象

杭州独角兽无实际经营业务，无主要采购和销售对象。

4、员工人数及构成

杭州独角兽目前无在职员工。

（七）杭州个房

1、基本情况

公司名称	杭州个房信息科技有限公司
成立日期	2015 年 11 月 25 日
法定代表人	许群
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
住所	杭州余杭区仓前街道良睦路 1399 号 20 号楼 2068 室
主要生产经营地	杭州市朝晖路深蓝广场办公楼 15 楼 1503A
经营范围	技术开发、技术应用、技术服务、技术咨询及成果转让：互联网产品、大数据技术；服务：房地产咨询、房地产营销策划、房地产中介服务。

杭州个房为发行人的参股公司，主营业务为大数据技术在房地产领域的运用，与每日互动的主营业务具有协同关系。杭州个房已经实现盈利，同时也为每日互动大数据技术在房地产领域的应用积累了宝贵经验。

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人持有杭州个房 28.5%的股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	许群	货币	125.20	62.60
2	每日互动	货币	57.00	28.50
3	胡桂珠	货币	17.80	8.90

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
合计		-	**200.00**	**100.00**

2、主要财务数据

杭州个房最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	221.36
净资产	206.15
净利润	4.37

注：以上数据未经审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，杭州个房的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	-	-	-
2016 年	1	上海中瀚置业有限公司	浙江每日互动网络科技股份有限公司
	2	杭州新湖美丽洲置业有限公司	杭州道顺科技有限公司
	3	新湖中宝股份有限公司	杭州思丁格文化创意有限公司
	4	杭州新湖明珠置业有限公司	深圳个联
	5	杭州华联置业有限公司	杭州之江度假区科恰数码产品商行
2017 年	1	杭州新湖美丽洲置业有限公司	浙江每日互动网络科技股份有限公司
	2	一房（天津）网络科技有限公司	杭州乐扬网络科技有限公司
	3	杭州头盘网络科技有限公司	北京腾讯文化传媒有限公司
	4	南京红太阳房地产开发有限公司	广州粤缅信息科技有限公司
	5	杭州中海宏鲲房地产有限公司	杭州思丁格文化创意有限公司

4、员工人数及构成

杭州个房在报告期内的员工人数及构成情况如下：

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
按专业划分	研发人员	4	44.44	2	33.33	0	0
	销售人员	2	22.22	1	16.67	0	0

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
	管理及运营服务人员	3	33.33	3	50.00	0	0
合计		**9**	**100.00**	**6**	**100.00**	**0**	**0**
按学历划分	硕士及以上	3	33.33	2	33.33	0	0
	大学（大专）	6	66.67	4	66.67	0	0
	高中及以下	0	0	0	0	0	0
合计		**9**	**100.00**	**6**	**100.00**	**0**	**0**
按年龄划分	41 岁以上	1	11.11	1	16.67	0	0
	31-40 岁	5	55.56	3	50.00	0	0
	20-30 岁	3	33.33	2	33.33	0	0
合计		**9**	**100.00**	**6**	**100.00**	**0**	**0**

（八）上海个众

1、基本情况

公司名称	上海个众信息技术有限公司
成立日期	2014 年 12 月 17 日
法定代表人	丁晓静
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
住所（主要生产经营地）	上海市长宁区江苏路 369 号 28 楼 B 座
经营范围	信息技术、网络技术、通讯技术、计算机软硬件领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，销售计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品），系统集成，企业形象策划，展览展示服务（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）

上海个众为发行人的参股公司，设立初衷是利用双方股东优势以及分众传媒的品牌资源从事品牌广告业务，该业务与每日互动主营业务具有协同性。

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人持有上海个众 30%的股权，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海分众	货币	700.00	70.00
2	每日互动	货币	300.00	30.00

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
合计		-	**1,000.00**	**100.00**

2、主要财务数据

上海个众最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	650.85
净资产	444.99
净利润	-213.04

注：以上数据未经审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，上海个众的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	1	-	北京微梦
	2		北京暴风科技股份有限公司
2016 年	1	分众传媒有限公司	北京微梦
	2	上海分众德峰广告传播有限公司	-
	3	浙江每日互动网络科技股份有限公司	
2017 年	1	分众传媒有限公司	北京微梦
	2	浙江每日互动网络科技股份有限公司	-

4、员工人数及构成

上海个众主要业务及相关账务处理由股东上海分众负责，在报告期中内无员工。

（九）深圳个联

1、基本情况

公司名称	深圳市个联科技有限公司
成立日期	2015 年 5 月 18 日
法定代表人	顾健

注册资本	400 万元
实收资本	320 万元
住所（主要生产经营地）	深圳市福田区天安车公庙工业区天经大厦 F3.8 5D508 室
经营范围	计算机软硬件、电子产品及周边配备的销售及技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；计算机系统集成；软件设计；从事广告业务；市场营销策划；国内贸易；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）

深圳个联为发行人的参股公司，目前主要从事计算机软硬件、电子产品的技术开发，深圳个联主营业务与每日互动之间不存在同业竞争关系，发行人投资深圳个联主要是考虑深圳个联可以为公司部分大数据业务提供硬件保障。

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人持有深圳个联 18.0002%的股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	顾健	货币	216.0024	54.0006
2	每日互动	货币	72.0008	18.0002
3	黄石球	货币	36.0004	9.0001
4	胡炜	货币	36.0004	9.0001
5	华旦投资	货币	19.9980	4.9995
6	立元投资	货币	19.9980	4.9995
合计		**-**	**400.0000**	**100.0000**

2、主要财务数据

深圳个联最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	894.98
净资产	-293.47
净利润	-207.83

注：以上数据未经审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，深圳个联的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	-	-	-
2016 年	1	河南维科安广实业有限公司	深圳市黄氏兄弟企业管理咨询有限公司
	2	深圳市富威广告有限公司	深圳市四季宏胜科技有限公司
	3	杭州个房	深圳中一专利商标事务所
	4	厦门砖块网络文化有限公司	深圳市牧泰莱电路技术有限公司
	5	壹加众达网络科技（北京）有限公司	深圳市安力达电子科技有限公司
2017 年	1	窄播（杭州）网络科技有限公司	中国联合网络通信有限公司深圳市分公司
	2	浙江每日互动网络科技股份有限公司	深圳市迪泰科思科技有限公司
	3	金拱门（中国）有限公司	深圳市黄氏兄弟企业管理咨询有限公司
	4	唯品会（中国）有限公司	深圳市四季宏胜科技有限公司
	5	广东微码天下信息科技有限公司	深圳市福田区华强广场壹来销售部

4、员工人数及构成

深圳个联在报告期内的员工人数及构成情况如下：

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
按专业划分	研发人员	10	62.50	9	60.00	10	62.50
	销售人员	2	12.50	2	13.33	2	12.50
	管理及运营服务人员	4	25.00	4	26.67	4	25.00
合计		**16**	**100.00**	**15**	**100.00**	**16**	**100.00**
按学历划分	硕士及以上	2	12.50	2	13.33	2	12.50
	大学（大专）	13	81.25	12	80.00	13	81.25
	高中及以下	1	6.25	1	6.67	1	6.25
合计		**16**	**100.00**	**15**	**100.00**	**16**	**100.00**
按年龄划分	41 岁以上	4	25.00	3	20.00	2	12.50
	31-40 岁	3	18.75	3	20.00	4	25.00
	20-30 岁	9	56.25	9	60.00	10	62.50
合计		**16**	**100.00**	**15**	**100.00**	**16**	**100.00**

（十）天津体迷

1、基本情况

公司名称	天津体迷网络技术有限公司
成立日期	2016 年 9 月 13 日
法定代表人	胡文
注册资本	200 万元
实收资本	68 万元
住所	天津生态城国家动漫园文三路 105 号读者新媒体大厦第 9 层办公室 A 区 934 房间
经营范围	计算机技术开发、技术推广、技术服务；企业经营管理咨询、信息咨询服务；从事广告业务；票务代理；体育项目经营；在互联网上销售日用百货、通信设备、电子产品、软件及辅助设备、游戏产品、计算机；基础软件服务；应用软件服务；经营演出及经纪业务；第二类增值电信业务中的信息服务业务（项目筹建，筹建期内不得经营）；互联网游戏及手机游戏出版咨询业务；从事货物及技术的进出口业务（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）

天津体迷为发行人的参股公司，系双方股东利用自身优势在体育行业拓展大数据业务的尝试，目前无实际经营业务。

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人持有天津体迷 19%的股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	体育之窗文化产业有限公司	货币	102.00	51.00
2	项力国	货币	60.00	30.00
3	每日互动	货币	38.00	19.00
合计		**-**	**200.00**	**100.00**

2、主要财务数据

天津体迷最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	189.21
净资产	189.55
净利润	-7.41

注：以上数据未经审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，天津体迷的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	-	-	-
2016 年	1	-	读者新媒体发展有限公司
	2		阿里云计算有限公司
	3		天津神舟浩天科技有限公司
2017 年	1	北京虚拟无限科技有限公司	深圳个联
	2	-	北京博远众达科技有限公司

4、员工人数及构成

天津体迷在报告期内的员工人数及构成情况如下：

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
按专业划分	研发人员	0	0.00	4	44.44	-	-
	销售人员	0	0.00	1	11.11	-	-
	管理及运营服务人员	0	0.00	4	44.44	-	-
合计		**0**	**0.00**	**9**	**100.00**	**-**	**-**
按学历划分	硕士及以上	0	0.00	0	0.00	-	-
	大学（大专）	0	0.00	9	100.00	-	-
	高中及以下	0	0.00	0	0.00	-	-
合计		**0**	**0.00**	**9**	**100.00**	**-**	**-**
按年龄划分	41 岁以上	0	0.00	0	0.00	-	-
	31-40 岁	0	0.00	4	44.44	-	-
	20-30 岁	0	0.00	5	55.56	-	-
合计		**0**	**0.00**	**9**	**100.00**	**-**	**-**

（十一）杭州阶形

1、基本情况

公司名称	杭州阶形网络科技有限公司
成立日期	2017 年 4 月 17 日
法定代表人	郑小岳

注册资本	166.6667 万元
实收资本	166.6667 万元
住所	浙江省杭州市西湖区文一西路 776 号 1 幢 B 座 6B20 室
经营范围	服务：计算机软硬件、电子产品、通讯技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让。（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）

杭州阶形系发行人于 2017 年 11 月 16 日投资的参股公司。杭州阶形的通知栏管理应用软件产品与发行人的推送大数据业务具有协同性，发行人投资杭州阶形是其大数据技术在 APP 应用方面的实践探索。杭州阶形目前尚无实际经营业务。

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人持有杭州阶形 25%的股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	郑小岳	货币	100.0000	60.00
2	每日互动	货币、知识产权	41.6667	25.00
3	珠海市小源科技有限公司	货币、知识产权	25.0000	15.00
合计		**-**	**166.6667**	**100.00**

2、主要财务数据

杭州阶形最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	2,428.51
净资产	2,366.88
净利润	-399.12

注：以上数据未经审计。

3、主要采购和销售对象

报告期内，杭州阶形的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	-	-	-
2016 年	-	-	-
2017 年	1	-	杭州福风文化创意有限公司

时间	序号	客户名称	供应商名称
	2		北京光环新网科技股份有限公司
	3		浙江省对外服务公司
	4		北京锋昱律师事务所
	5		浙江浙大网新图灵信息科技有限公司

4、员工人数及构成

杭州阶形在报告期中的员工人数及构成情况如下：

项目	结构	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	比例%	人数	比例%	人数	比例%
按专业划分	研发人员	11	73.33	-	-	-	-
	销售人员	0	0.00	-	-	-	-
	管理及运营服务人员	4	26.67	-	-	-	-
合计		**15**	**100.00**	**-**	**-**	**-**	**-**
按学历划分	硕士及以上	4	26.67	-	-	-	-
	大学（大专）	11	73.33	-	-	-	-
	高中及以下	0	0.00	-	-	-	-
合计		**15**	**100.00**	**-**	**-**	**-**	**-**
按年龄划分	41 岁以上	0	0.00	-	-	-	-
	31-40 岁	3	20.00	-	-	-	-
	20-30 岁	12	80.00	-	-	-	-
合计		**15**	**100.00**	**-**	**-**	**-**	**-**

（十二）北京八爪鱼

发行人除上述控股和参股企业外，在报告期中曾投资设立了控股子公司北京八爪鱼，现已注销。

1、基本情况

公司名称	北京神奇八爪鱼数据有限公司
成立日期	2016 年 4 月 6 日
法定代表人	王紫上
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元

住所	北京市海淀区温泉镇温泉村山口 1 号院 5 号楼 216
经营范围	数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；技术开发、技术推广、技术咨询、技术服务；销售自行开发后的产品；计算机系统服务；基础软件服务、应用软件服务；软件开发；软件咨询；产品设计；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

北京八爪鱼为发行人的控股子公司，设立后无实际经营业务。北京八爪鱼于 2017 年 3 月 30 日召开股东会，全体股东决议将北京八爪鱼予以清算注销，并成立清算组。北京八爪鱼清算组于 2017 年 3 月 30 日履行了清算公告程序，以 2017 年 4 月 30 日为清算基准日，陆续开展了各项清算工作，并先后取得了北京市海淀区国家税务局和地方税务局关于同意注销登记的《税务事项通知书》。北京市工商行政管理局海淀分局于 2017 年 6 月 29 日出具《注销核准通知书》，准予北京八爪鱼注销。

报告期内，发行人曾持有北京八爪鱼 51%的股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	每日互动	货币	51.00	51.00
2	北京上方传媒科技股份有限公司	货币	39.00	39.00
3	范晓京	货币	10.00	10.00
合计		**-**	**100.00**	**100.00**

2、主要财务数据

北京八爪鱼最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.6.29/2017 年
总资产	98.94
净资产	98.42
净利润	-0.82

注：以上数据未经审计。2017 年 6 月 29 日为北京八爪鱼的清算注销完成日。

3、主要采购和销售对象

北京八爪鱼无实际经营业务，因此不存在主要采购和销售对象。

4、员工人数及构成

北京八爪鱼在报告期内无员工。

（十三）每日轩昂

发行人除上述控股和参股企业外，在报告期中曾收购了同一控制下的全资子公司每日轩昂，现已注销。

1、基本情况

公司名称	每日轩昂（北京）科技有限公司
成立日期	2011 年 8 月 5 日
法定代表人	方毅
注册资本	2701.444 万元
实收资本	2701.444 万元
住所	北京市海淀区中街 16 号 15 层 2 单元 1502
经营范围	计算机软硬件的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询、技术培训。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

每日轩昂原为红筹架构下个信香港设立的外商独资企业，红筹架构拆除后，每日轩昂成为发行人的全资子公司，每日轩昂无实际经营业务。

每日轩昂于 2017 年 8 月 7 日召开股东会，全体股东决议将每日轩昂予以清算注销，并成立清算组。每日轩昂清算组于 2017 年 8 月 7 日履行了清算公告程序，以 2017 年 9 月 30 日为清算基准日，陆续开展了各项清算工作，并先后取得了北京市海淀区国家税务局和地方税务局关于同意注销登记的《税务事项通知书》。北京市工商行政管理局海淀分局于 2017 年 11 月 10 日出具《注销核准通知书》，准予每日轩昂注销。

报告期内，发行人曾持有每日轩昂 100%的股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	每日互动	货币	2,701.444	100.00
合计		**-**	**2,701.444**	**100.00**

2、主要财务数据

每日轩昂最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.11.10/2017 年
总资产	514.11
净资产	514.11
净利润	6.66

注：以上数据未经审计。2017 年 11 月 10 日为每日轩昂的清算注销完成日。

3、主要采购和销售对象

报告期内，每日轩昂的主要客户和供应商为：

时间	序号	客户名称	供应商名称
2015 年	1	-	北京纵贯线信息技术有限公司
	2		北京蓝汛通信技术有限公司
	3		北京市万商天勤律师事务所
	4		北京海峡资产评估有限公司
	5		北京东审鼎正国际税务师事务所有限公司
2016 年	1	-	北京纵贯线信息技术有限公司
	2		北京市万商天勤律师事务所
	3		北京蓝汛通信技术有限责任公司
	4		北京君行商务服务合伙企业
	5		北京东审鼎立国际税务师事务所有限公司
2017 年	1	-	陈建（私人房屋租赁）
	2		北京东审鼎力国际税务师事务所有限公司
	3		八方来财务咨询有限公司

4、员工人数及构成

每日轩昂在报告期内无员工。

七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况

持有发行人 5%以上股份的主要股东为自然人股东方毅、沈欣以及禾裕创投、鼎鹿中原、我了个推、鸿傲投资等 4 名法人股东。

1、方毅先生

截至本招股说明书签署日，方毅先生直接持有公司 13.4070%的股权，通过我了个推间接持有公司 1.7204%的股权，方毅先生为公司实际控制人。

方毅先生为中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为：33030419810415****，住所地为杭州市西湖区文三路****。

方毅先生的具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、（一）董事”之相关内容。

2、沈欣女士

截至本招股说明书签署日，沈欣女士目前持有公司 5.8220%股份，通过我了个推间接持有公司 0.1108%的股权，沈欣女士为公司实际控制人方毅的一致行动人。

沈欣女士为中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为：51022119750222****，住所地为杭州市江干区万家花园****。

沈欣女士的具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、（一）董事”之相关内容。

3、杭州我了个推投资管理合伙企业（有限合伙）

名称：杭州我了个推投资管理合伙企业（有限合伙）

认缴出资：180.0992 万元

成立时间：2015 年 07 月 30 日

住所：杭州市余杭区仓前街道文一西路 1500 号 6 幢 4 单元 813 室

执行事务合伙人：方毅

企业类型：有限合伙

我了个推系方毅控制的员工持股平台，为实际控制人方毅的一致行动人，除持有每日互动的股权外，未开展其他业务。

截至 2017 年 12 月 31 日，我了个推的出资结构如下：

序号	合伙人名称或姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人性质
1	方毅	52.1894	28.9781	普通合伙
2	董霖	29.4143	16.3323	有限合伙
3	叶新江	22.6910	12.5992	有限合伙
4	毕树超	5.8829	3.2665	有限合伙
5	葛欢阳	5.0425	2.7998	有限合伙
6	陈津来	4.8744	2.7065	有限合伙
7	孔祥清	4.2020	2.3332	有限合伙
8	章玉珍	4.2020	2.3332	有限合伙
9	沈欣	3.3616	1.8665	有限合伙
10	江婷婷	3.3616	1.8665	有限合伙
11	刘宇	3.3616	1.8665	有限合伙
12	陶源	3.3616	1.8665	有限合伙
13	袁凯	3.0255	1.6799	有限合伙
14	周程	3.0255	1.6799	有限合伙
15	傅煜	2.1010	1.1666	有限合伙
16	李柳音	2.1010	1.1666	有限合伙
17	费晶晶	2.0170	1.1199	有限合伙
18	徐峥	2.0170	1.1199	有限合伙
19	申宪辉	1.6808	0.9333	有限合伙
20	孙泉	1.6808	0.9333	有限合伙
21	郑书磊	1.6808	0.9333	有限合伙
22	杨秋实	1.6808	0.9333	有限合伙
23	陈建斌	1.6808	0.9333	有限合伙
24	王光明	1.6808	0.9333	有限合伙
25	柯国锋	1.2606	0.6999	有限合伙
26	郑威	1.2606	0.6999	有限合伙

序号	合伙人名称或姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人性质
27	陈文容	1.2606	0.6999	有限合伙
28	尹雅露	0.8404	0.4666	有限合伙
29	刘进学	0.8404	0.4666	有限合伙
30	宋明辉	0.8404	0.4666	有限合伙
31	张瑶	0.8404	0.4666	有限合伙
32	邬星	0.8404	0.4666	有限合伙
33	张路杰	0.8404	0.4666	有限合伙
34	雷廷学	0.8404	0.4666	有限合伙
35	乔亚博	0.6723	0.3733	有限合伙
36	赵春月	0.4202	0.2333	有限合伙
37	盘英姿	0.4202	0.2333	有限合伙
38	张立钢	0.4202	0.2333	有限合伙
39	刘永星	0.4202	0.2333	有限合伙
40	卞泽鑫	0.4202	0.2333	有限合伙
41	齐龙	0.4202	0.2333	有限合伙
42	凡小波	0.4202	0.2333	有限合伙
43	李颖莹	0.4202	0.2333	有限合伙
44	何瑞纷	0.0840	0.0466	有限合伙
合计		**180.0992**	**100.0000**	

4、北京禾裕创业投资中心（有限合伙）

名称：北京禾裕创业投资中心（有限合伙）

认缴出资：21,200.80613 万元

成立时间：2015 年 6 月 17 日

住所和主要生产经营地：北京市海淀区中关村软件园二期新浪总部科研楼 3 层 319 室

执行事务合伙人：刘运利

企业类型：有限合伙

禾裕创投系新浪控制的经营实体，主营业务为投资。禾裕创投的基金管理人北京微梦创科创业投资管理有限公司已于 2015 年 5 月 28 日在中国证券投资基金

业协会完成私募基金管理人登记及公示，登记编号为 P1014748。禾裕创投已于2016年5月17日在中国证券投资基金业协会私募基金备案系统完成备案并公示，基金编号为 SJ6359。

截至 2017 年 12 月 31 日，禾裕创投的股权结构如下：

序号	合伙人名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人性质
1	刘运利	4,240.161226	20.00	普通合伙
2	金卓恒邦科技（北京）有限公司	16,960.644904	80.00	有限合伙
合计		**21,200.806130**	**100.00**	

根据禾裕创投出具的股东调查函及发行人终极自然人股东出具的承诺函及自然人股东调查函，新浪的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、主要采购人员不存在直接或间接持有发行人股份的情形，也不存在通过委托持股、信托持股等方式持有发行人股份的情形。

5、北京鼎鹿中原科技有限公司

名称：北京鼎鹿中原科技有限公司

注册资本：316,000 万元

成立时间：2006 年 6 月 6 日

住所和主要生产经营地：北京市海淀区东北旺西路 8 号中关村软件园 17 号楼二层 A2

法定代表人：向海龙

公司类型：有限责任公司

经营范围：技术开发、技术推广；利用 www.skycn.com（www.skycn.net）网站发布网络广告；设计、制作、代理、发布广告；货物进出口、技术进出口、代理进出口；互联网信息服务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和 BBS 以外的内容）；利用互联网经营音乐娱乐产品，游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）。（网络文化经营许可证有效期至 2019 年 01 月 20 日）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；利用互联网经营音乐娱乐产品，游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后

依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）

鼎鹿中原系百度控制的经营实体，主营业务为投资。

截至 2017 年 12 月 31 日，鼎鹿中原的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	梁志祥	158,000.00	50.00
2	王晓东	158,000.00	50.00
合计		**316,000.00**	**100.00**

根据鼎鹿中原出具的股东调查函及发行人终极自然人股东出具的承诺函及自然人股东调查函，百度的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、主要采购人员不存在直接或间接持有发行人股份的情形，也不存在通过委托持股、信托持股等方式持有发行人股份的情形。

6、上海鸿傲投资管理中心（有限合伙）

名称：上海鸿傲投资管理中心（有限合伙）

认缴出资：10,600 万元

成立时间：2015 年 7 月 29 日

住所和主要生产经营地：上海市金山区漕泾镇亭卫公路 3688 号 5 幢二层 1067 室

执行事务合伙人：上海中民银孚投资管理有限公司，委派代表于太祥

企业类型：有限合伙

鸿傲投资主营业务为投资。鸿傲投资的基金管理人上海中民银孚投资管理有限公司已于 2014 年 11 月 26 日在中国证券投资基金业协会完成私募基金管理人登记并取得私募投资基金管理人登记证书，登记编号为 P1005425。鸿傲投资已于 2015 年 11 月 25 日在中国证券投资基金业协会私募基金备案系统完成备案并取得私募投资基金备案证明，备案编码为 SD0330。

截至 2017 年 12 月 31 日，鸿傲投资的股权结构如下：

序号	合伙人名称或姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人性质
1	上海中民银孚投资管理有限公司	100.00	0.9434	普通合伙
2	嘉兴宝祥投资管理有限公司	10,500.00	99.0566	有限合伙
合计		**10,600.00**	**100.0000**	

（二）公司控股股东、实际控制人基本情况

1、公司控股股东情况

公司无控股股东。

2、实际控制人情况

公司实际控制人为方毅。方毅直接持有公司 13.4070%的股份，为公司第一大股东，其一致行动人沈欣直接持有公司 5.8220%的股份，其一致行动人我了个推为员工持股平台，持有公司 5.9368%的股份。同时方毅持有我了个推 28.9781%的出资，方毅、沈欣、我了个推作为一致行动人合计持有公司 25.1658%的股份，方毅基于一致行动协议实际控制公司 25.1658%股份对应的表决权。

（1）实际控制人和一致行动人基本情况

发行人股东方毅、沈欣、我了个推签署了《一致行动协议》，三方一致同意，沈欣和我了个推的意思表示均以方毅的意思表示为准，方毅拥有三方股东最终的表决权，从而形成对公司的实际控制。方毅、沈欣、我了个推作为一致行动人合计持有公司 25.1658%的股份，方毅基于一致行动协议实际控制发行人 25.1658%股份对应的表决权。方毅合计控制的公司股份比例在报告期中一直位居第一，方毅为公司的实际控制人，

公司实际控制人方毅及其一致行动人沈欣、我了个推的情况如下：

序号	股东名称	身份证号码/统一社会信用代码	国籍	拥有永久境外居留权	在公司任职情况	持股比例（%）
1	方毅	33030419810415****	中国	否	董事长、总经理	13.4070
2	沈欣	51022119750222****	中国	否	董事、副总经理	5.8220
3	我了个推	91330110328140488R	-	-	-	5.9368

（2）实际控制人认定依据

A.发行人自设立以来，方毅一直为公司实际控制人

i.2010 年 12 月，每日科技出资设立每日互导（发行人前身，后更名为每日互动有限），并持有发行人 100%股权。方毅持有每日科技 65%股权，为每日科技控股股东。2010 年 12 月至 2013 年 11 月期间，方毅通过每日科技享有对每日互动有限的控制权，为每日互动有限的实际控制人。

ii.2013 年 11 月至 2016 年 3 月期间，基于红筹架构安排，每日科技作出股东决定，同意将其所持有的每日互动 100%股权转让给个信互动。转让完成后，个信互动持有每日互动有限 100%的股权。同时，个信互动在红筹架构下受个信开曼控制。方毅通过个信开曼实际享有对每日互动有限的控制权，仍为每日互动有限的实际控制人。红筹架构设立及拆除过程中，实际控制人的认定变化情况参见本节“四、红筹架构的设立与拆除”之“（一）红筹架构的建立”。

iii.红筹架构拆除完成后，每日互动有限全体股东于 2016 年 3 月 15 日一致同意鸿傲投资、海新先瑞、海通元睿、海通临云、群新投资、海通开元、夏个旦、凯致投资、墨白坤元、银江创投向每日互动有限进行增资。增资完成后，方毅、沈欣和我了个推合计持有每日互动有限 27.62%的股权，较公司单一持股比例超过 5%的股东禾裕创投、鼎鹿中原、鸿傲投资、厦门赛富所分别持有的股权比例多。基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动有限的实际控制人。

iv.2016 年 3 月 17 日，每日互动有限召开股东会，全体股东一致同意何春虹将持有每日互动 2%的股权分别转让给墨白坤元和尚志强；同意禾裕创投将持有每日互动 3%的股权分别转让给墨白坤元、经合墨白、初石投资。本次股权转让完成后，方毅、沈欣和我了个推合计持有每日互动有限 27.62%的股权，仍然远超过单一持股第二、三大股东禾裕创投、鼎鹿中原的持股。基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动有限的实际控制人。

v.2016 年 6 月 28 日，每日互动有限整体变更为股份有限公司。2016 年 3 月至 2016 年 6 月期间，方毅、沈欣和我了个推合计持续持有每日互动 27.62%的股份，基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动的实

际控制人。

vi.2016 年 11 月，每日互动召开股东大会，同意万汇金轩、墨白创同、伯乐宏图、常春藤、众创永联、墨白尚同、陈奎军、杨兴武、鲁周毅、凯襄投资、藤岩投资向每日互动进行增资。增资完成后，方毅、沈欣和我了个推合计持有每日互动 25.1658%的股权，基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动的实际控制人。

vii.2017 年 6 月至今，每日互动以资本公积转增股本的方式进行增资，每日互动各股东持股比例未发生变化。增资完成后，方毅、沈欣和我了个推合计持有每日互动 25.1658%的股权，基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动的实际控制人。

综上，报告期内公司股权结构较为分散，截至本招股说明书签署日，除方毅、沈欣及我了个推外，单一持股超过 5%的股东禾裕创投、鼎鹿中原、鸿傲投资均为外部财务投资人，彼此之间不存在关联关系，单一股东不能对发行人的行为产生重大影响。报告期内，随着外部投资者的不断引入，实际控制人方毅以及一致行动人沈欣、我了个推合计持股比例不断下降，但仍享有对公司的控制权。方毅基于《一致行动协议》控制公司 25.1658%股份对应的表决权，为公司的实际控制人。

B.红筹架构设立及拆除，不影响方毅作为实际控制人的认定

i.2011 年 6 月，方毅与 SHEN JIAN 签署一致行动人协议，SHEN JIAN 作为个信互动及每日互动的创始合伙人对个信开曼所持股份的意思表示均以方毅的意思表示为准，方毅享有两方股东最终的表决权以及对个信开曼的董事提名权。同时，SHEN JIAN 作为个信开曼的董事，其行使董事职权时意思表示也均以方毅的意思表示为准。

ii.红筹架构下，2011 年 8 月至 2014 年 7 月，个信开曼有 7 名董事，其中方毅、SHEN JIAN、董霖均为方毅提名。2014 年 7 月至 2015 年红筹拆除时，个信开曼有 7 名董事，其中方毅、SHEN JIAN 为方毅提名。根据《股东协议 IRA》及系列修订后的协议约定，方毅和 SHEN JIAN 每人拥有两票投票权。方毅基于一致行动人协议对个信开曼董事会具有持续的重要影响力。依据个信开曼董事会

资料，方毅、SHEN JIAN 和董霖在担任个信开曼董事期间三方在个信开曼历次董事会议案的表决结果均与方毅保持一致。

iii.2013 年 11 月，每日科技与个信互动就出售每日互动有限 100%股权签订《股权转让协议》，转让完成后，个信互动持有每日互动有限 100%股份，每日互动有限经个信互动间接受到公司海外红筹架构的控制。发行人在红筹架构期间，方毅均通过个信开曼对每日互动有限持续的产生重要影响。每日互动有限的经营管理决策受方毅控制，方毅为每日互动有限的实际控制人。

综上，公司红筹架构的搭建不影响方毅作为发行人实际控制人的认定。

iv.2015 年 9 月，公司着手开始拆除红筹架构，方毅、何春虹、刘炳海、沈欣及我了个推与个信互动签订《股权转让协议》，受让每日互动有限的全部股份。股权转让完成后，方毅、沈欣及我了个推合计持有每日互动有限 80.32%的股权，基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动的实际控制人。

v.2015 年 10 月，禾裕创投、鼎鹿中原及信天商务向每日互动有限进行增资。增资完成后，方毅、沈欣和我了个推合计持有每日互动有限 43.64%的股权，基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动的实际控制人。

vi.2015 年 11 月，赛富投资、重庆唯品会、伯乐锐金、凯峰投资、夏旦、鸿傲投资、万汇金荣、追远财富、彭炫皓向每日互动有限进行增资。增资完成后，方毅、沈欣和我了个推合计持有每日互动有限 32.29%的股权，基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动的实际控制人。

vii.2015 年 11 月，沈欣将其持有每日互动有限 1.6%的股权转让给三花控股。转让完成后，方毅、沈欣和我了个推合计持有每日互动有限 30.69%的股权，基于《一致行动协议》，方毅为享有控制权的第一大股东，为每日互动的实际控制人。

综上，红筹架构拆除后公司依据一揽子《重组协议》对股权进行了数次调整，方毅基于《一致行动协议》仍然对公司享有控制权，方毅为每日互动有限的实际控制人。

C.公司重大经营决策的制定及对董事会、股东大会决议的影响

i.2015 年 1 月至今，公司重大合同及交易、年度财务预算方案与决算方案、公司的重要战略规划、业务管理及拓展、对外投资、利润分配、增资扩股等重大事项，均是首先由方毅提出总的思路和原则，并得到了一致行动人沈欣和我了个推的支持，方毅作为公司最高决策人指导、督促相关部门、人员制订具体方案，最后经履行发行人内部决策程序后确定并实施的。

ii.依据股东（大）会资料、董事会资料，近三年，方毅以及一致行动人沈欣、我了个推三方股东在公司历次董事会、股东大会议案的表决结果均与方毅保持一致。同时，由方毅决定或批准的上述事项均获得董事会或股东（大）会审议并一致同意通过，其他董事或股东未发表重大异议或投反对票。

因此，方毅对公司股东（大）会、董事会及经营决策具有决定性影响。

D.方毅对董事、高级管理人员的提名及任免情况

i.近三年，董事会成员变化时，各董事的提名情况：

序号	时间	董事会席位数	董事会成员	董事提名情况
1	2015.01-2015.09	3	**方毅、SHEN JIAN、**阎焱	阎焱系赛富香港提名的董事
2	2015.09-2015.11	1	**方毅**	-
3	2015.11-2016.03	7	**方毅、沈欣**、方益民、阎焱、刘炳海、王高飞、何春虹	王高飞系禾裕创投提名的董事，方益民系鼎鹿中原提名的董事，阎焱系赛富投资提名的董事，刘炳海和何春虹系天使投资人
4	2016.03-2016.06	7	**方毅、沈欣**、方益民、阎焱、刘炳海、王高飞、田鹰	王高飞系禾裕创投提名的董事，方益民系鼎鹿中原提名的董事，阎焱系赛富投资提名的董事，刘炳海系天使投资人，田鹰系海通系股东提名的董事
5	2016.06-2016.09	7	**方毅、沈欣**、方益民、阎焱、刘炳海、陈天、田鹰	方益民系鼎鹿中原提名的董事，阎焱系赛富投资提名的董事，陈天系禾裕创投提名的董事，田鹰系海通系股东提名的董事，刘炳海系天使投资人
6	2016.09 至今	11	**方毅、沈欣、吕晓红、金祥荣、凌春华、潘纲、**方益民、阎焱、刘炳海、陈天、田鹰	方益民系鼎鹿中原提名的董事，阎焱系赛富投资提名的董事，陈天系禾裕创投提名的董事，田鹰系海通系股东提名的董事，吕晓红、金祥荣、凌春华、潘纲系方毅提名的独立董事

ii.报告期内，方毅一直担任公司董事长和总经理并兼任公司法定代表人，一致行动人沈欣也长期担任公司董事和高管。公司副总经理、财务负责人及董事会秘书等高级管理人员均由方毅提名并经董事会讨论后委任。此外，公司核心技术人员均为追随方毅多年的员工，方毅对于公司核心技术团队的培养及公司未来研发方向也起着至关重要的作用。报告期内，公司管理层稳定，未发生重大变更，方毅对于发行人的实际控制一直处于稳定状态。同时，在方毅领导下公司收入规模与利润水平稳步增长，方毅的管理能力也得到外部财务投资人的高度认同。

综上，报告期内，方毅一直管理和控制着公司的日常经营管理及人事任免。

E.一致行动协议

2015 年 9 月，方毅、沈欣和我了个推签署《一致行动协议》，约定在经营决策、董事会（如担任董事的）、股东大会表决时，三方须与方毅保持一致，如涉及到提案权、表决权等相关股东权利的行使或者每日互动作为股东对所投资企业经营管理作出决定时，三方应充分协商，力争达成一致意见；若在该等股东会/股东大会召开当日达不成一致意见的，沈欣和我了个推同意按照方毅的意见为最终决定。沈欣和我了个推应无条件遵守方毅决定，并不得对外发表与方毅决定不一致的言论或意见，也不得以委托他人投票、将持有的控制的企业的股权或股份转让给第三方、拒不在决议、协议上签字等方式变相违反、回避本协议的约定一致行动方式。

在方毅直接或间接持有每日互动的股权或者控制权期间，一致行动协议将持续有效。

F.锁定期承诺

方毅、沈欣和我了个推承诺自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托其他人管理本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

G.发行人其他主要财务投资者出具不谋求控制权的承诺

除实际控制人方毅及其一致行动人外，持有发行人 5%以上股权的股东禾裕创投、鼎鹿中原和鸿傲投资均分别出具了不谋求控制权声明和承诺：分别确认其为财务投资者，且在过去、现在及未来均不会通过任何途径取得或试图取得发行

人的控制权，影响实际控制人地位，或者利用持股地位干预发行人正常生产经营活动。

H.结论

根据方毅和其他主体签署的一致行动人协议，结合发行人股东的持股比例及股东特点、方毅所提名董事在董事会中所占比例、公司经营管理及人事任命方面的情况，结合发行人所处互联网高科技行业特点，对比发行人各股东实际发挥的作用及历史上表决权行使情况，保荐机构认为：（1）2015 年 1 月至今，基于一致行动人协议安排方毅合计控制的公司股份比例在报告期中一直位居第一；（2）方毅作为创始人参与了公司从无到有的整个发展过程，公司的日常经营和人事任免均受到方毅的实际控制，其他财务投资者股东对方毅的经营决策能力及战略规划高度认同；（3）发行人自成立以来，方毅历任发行人执行董事兼总经理、董事长兼总经理，为发行人法定代表人，对发行人董事会、股东（大）会及经营、决策等均拥有实质影响力，且公司其他董事或股东对方毅提议的议案不存在持重大异议或投反对票的情形；（4）在互联网高科技行业，战略规划、产品定位、技术的前瞻性、持续创新对企业发展至关重要，公司的运营模式对创始人及技术团队的经验和能力具有极高要求。财务投资者投资发行人的目的是为了获取投资收益，其并不具备管理和控制公司的能力，也没有控制公司的意思表示。

综上，方毅一直为发行人的实际控制人，最近两年未发生变更。

（三）控股股东与实际控制人控制的其他企业情况

公司无控股股东，截至 2017 年 12 月 31 日，实际控制人方毅控制的其他企业情况如下：

1、每日科技

每日科技现持有杭州市西湖区市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为 91330106779294603Q 的《营业执照》，基本信息如下：

公司名称	杭州每日科技有限公司
统一社会信用代码	91330106779294603Q
类型	有限责任公司
注册资本	240 万元

实缴资本	240 万元
法定代表人	张洁
住所	浙江省杭州市西湖区西溪路 525 号 C 楼 438 室
成立日期	2005 年 11 月 3 日
营业期限	2005 年 11 月 03 日—2025 年 11 月 02 日
经营范围	服务：计算机软硬件、电子产品、通讯技术的技术开发、技术服务；批发、零售：通讯产品（除专控），数码产品；货物进出口、技术进出口（国家法律法规禁止经营的项目除外，法律法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）

（1）每日科技股权结构及其演变

A.2005 年 11 月，每日科技设立

2005 年 10 月 24 日，每日科技取得编号为（杭）名称预核内[2005]第 077580 号《企业名称预先核准登记通知书》，核准名称为“杭州每日科技有限公司”，有效期截至 2006 年 4 月 23 日。

2005 年 10 月 24 日，浙江天平会计师事务所有限任公司出具编号为浙天验（2005）356 号《验资报告》，截至 2005 年 10 月 24 日，每日科技（筹）已收到全体股东方毅、吕韶、吕繁荣、董传文和张洁缴纳的注册资本合计 10 万元整，均以货币出资。

2005 年 11 月 3 日，每日科技完成设立登记。每日科技设立时股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	3.00	30.00	货币
吕韶	3.00	30.00	货币
吕繁荣	2.00	20.00	货币
董传文	1.50	15.00	货币
张洁	0.50	5.00	货币
合计	**10.00**	**100.00**	**-**

B.2006 年 12 月，第一次增资及股权转让

2006 年 11 月 28 日，每日科技召开股东会，一致同意原股东董传文将其持有的每日科技 15%的股权转让给方毅；一致同意每日科技注册资本增至 50 万元，

其中方毅追加投资 18 万元、吕韶追加投资 12 万元、吕繁荣追加投资 8 万元、张洁追加投资 2 万元；一致同意修改每日科技章程。同日，董传文与方毅签署了《股权转让协议》。

2006 年 12 月 21 日，浙江天平会计师事务所有限任公司出具编号为浙天验（2006）354 号《验资报告》，截至 2006 年 12 月 20 日，每日科技已收到方毅、吕韶、吕繁荣、张洁缴纳的新增注册资本 40 万元整，均以货币出资。

2006 年 12 月 28 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	22.50	45.00	货币
吕韶	15.00	30.00	货币
吕繁荣	10.00	20.00	货币
张洁	2.50	5.00	货币
合计	**50.00**	**100.00**	**-**

C.2007 年 9 月，第二次增资

2007 年 8 月 7 日，每日科技召开股东会，一致同意每日科技注册资本增至 70 万元，其中方毅追加投资 8 万元、新股东悠然科技投资 5 万元、新股东上海旗远投资有限公司投资 7 万元；一致同意修改每日科技章程。

2007 年 9 月 28 日，浙江中浩华天会计师事务所有限任公司出具编号为华天会验[2007]第 180 号《验资报告》，截至 2007 年 9 月 28 日，每日科技已收到方毅、悠然科技、上海旗远投资有限公司缴纳的新增实收注册资本 20 万元整，均为货币出资。

2007 年 9 月 30 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	30.50	43.57	货币
吕韶	15.00	21.43	货币
吕繁荣	10.00	14.29	货币
上海旗远投资有限公司	7.00	10.00	货币

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
悠然科技	5.00	7.14	货币
张洁	2.50	3.57	货币
合计	**70.00**	**100.00**	**-**

D.2008 年 3 月，第三次增资

2008 年 2 月 25 日，每日科技召开股东会，一致同意每日科技注册资本增至 80 万元，其中悠然科技追加投资 5 万元、新股东项力建投资 5 万元；一致同意修改每日科技章程。

2008 年 3 月 21 日，浙江中浩华天会计师事务所有限任公司出具编号为华天会验[2008]第 033 号《验资报告》，截至 2008 年 3 月 21 日，每日科技已收到悠然科技、项力建缴纳的新增实收注册资本 10 万元整，均为货币出资。

2008 年 3 月 25 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	30.50	38.125	货币
吕韶	15.00	18.750	货币
吕繁荣	10.00	12.500	货币
悠然科技	10.00	12.500	货币
上海旗远投资有限公司	7.00	8.750	货币
项力建	5.00	6.250	货币
张洁	2.50	3.125	货币
合计	**80.00**	**100.000**	**-**

E.2009 年 1 月，第二次股权转让

2009 年 1 月 13 日，每日科技召开股东会，一致同意原股东吕繁荣将其持有的每日科技 12.5%的股权转让给方毅、原股东吕韶将其持有的每日科技 18.75%的股权转让给方毅、原股东项力建将其持有的每日科技 6.25%的股权转让给方毅、原股东张洁将其持有的每日科技 3.125%的股权转让给方毅；一致同意修改每日科技章程。

同日，吕繁荣、吕韶、项力建、张洁分别与方毅签署《股权转让协议》。

2009 年 1 月 20 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	63.00	78.75	货币
悠然科技	10.00	12.50	货币
上海旗远投资有限公司	7.00	8.75	货币
合计	**80.00**	**100.00**	**-**

F.2009 年 9 月，第四次增资

2009 年 9 月 15 日，每日科技召开股东会，一致同意每日科技注册资本增至 160 万元，其中货币出资 10 万元，分别由方毅追加投资 7.875 万元、悠然科技追加投资 1.25 万元、上海旗远投资有限公司追加投资 0.875 万元，资本公积转增注册资本 70 万元；一致同意修改每日科技章程。

2009 年 9 月 28 日，浙江瑞信会计师事务所有限公司出具编号为浙瑞验字（2009）第 344 号《验资报告》，截至 2009 年 9 月 24 日，每日科技已收到方毅、悠然科技、上海旗远投资有限公司缴纳的新增实收注册资本 10 万元整，且已将资本公积 70 万元转增注册资本。

2009 年 9 月 29 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	126.00	78.75	货币
悠然科技	20.00	12.50	货币
上海旗远投资有限公司	14.00	8.75	货币
合计	**160.00**	**100.00**	**-**

G.2010 年 2 月，第五次增资

2010 年 1 月 1 日，每日科技召开股东会，一致同意每日科技注册资本增至 210 万元，其中由悠然科技追加投资 43 万元、新股东 SHEN JIAN 投资 4.44 万元、新股东任伟泉投资 2.56 万元；一致同意修改每日科技章程。

2010 年 2 月 12 日，浙江之江会计师事务所有限公司出具编号为浙之验字

（2010）第 047 号《验资报告》，截至 2010 年 2 月 11 日，每日科技已收到股东缴纳的新增实收注册资本 50 万元整，均为货币出资。

2010 年 2 月 23 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	126.00	60.00	货币
悠然科技	63.00	30.00	货币
上海旗远投资有限公司	14.00	6.67	货币
SHEN JIAN	4.44	2.11	货币
任伟泉	2.56	1.22	货币
合计	**210.00**	**100.00**	**-**

H.2010 年 10 月，第六次增资

2010 年 10 月 15 日，每日科技召开股东会，一致同意每日科技注册资本增至 240 万元，全部由方毅追加投资；一致同意修改每日科技章程。

2010 年 10 月 21 日，浙江南方会计师事务所有限公司出具编号为南方验字[2010]468 号《验资报告》，截至 2010 年 10 月 18 日，每日科技已收到股东缴纳的新增实收注册资本 30 万元整，均为货币出资。

2010 年 10 月 26 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	156.00	65.00	货币
悠然科技	63.00	26.25	货币
上海旗远投资有限公司	14.00	5.83	货币
SHEN JIAN	4.44	1.85	货币
任伟泉	2.56	1.07	货币
合计	**240.00**	**100.00**	**-**

I.2012 年 8 月，第三次股权转让

2012 年 8 月 6 日，每日科技召开股东会，一致同意原股东上海旗远投资有限公司将其持有的每日科技 5.83%的股权转让给葛燕燕；一致同意修改每日科技

章程。同日，上海旗远投资有限公司与葛燕燕签署《股权转让协议》。

2012 年 8 月 13 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	156.00	65.00	货币
悠然科技	63.00	26.25	货币
葛燕燕	14.00	5.83	货币
SHEN JIAN	4.44	1.85	货币
任伟泉	2.56	1.07	货币
合计	**240.00**	**100.00**	**-**

J.2014 年 5 月，第四次股权转让

2014 年 5 月 13 日，每日科技召开股东会，一致同意葛燕燕将其持有的每日科技 3.9%的股权转让给方毅、葛燕燕将其持有的每日科技 1.93%的股权转让给任伟泉、SHEN JIAN 将其持有的每日科技 1.85%的股权转让给方毅；一致同意修改公司章程。

同日，葛燕燕分别与方毅、任伟泉签署《股权转让协议》，SHEN JIAN 与方毅签署《股权转让协议》。

2014 年 5 月 14 日，每日科技完成工商变更登记。每日科技变更后股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
方毅	169.80	70.75	货币
悠然科技	63.00	26.25	货币
任伟泉	7.20	3.00	货币
合计	**240.00**	**100.00**	**-**

上述变更完成后，截至 2017 年 12 月 31 日，每日科技未发生股权变更。

（2）每日科技主营业务及演变

每日科技主营业务及演变情况如下：

序号	期间	经营范围	主营业务
1	2005/11/3-2009/9/29	技术开发、技术服务；计算机软、硬件，电子产品，通讯技术；其他无需报经审批的一切合法项目。	每日科技设立之初从事每日备备系列软件和硬件产品的研发及市场开拓。
2	2009/9/29-2011/3	服务：计算机软硬件、电子产品、通讯技术的技术开发、技术服务；批发、零售：通讯产品（除专控），数码产品；货物进出口、技术进出口（国家法律法规禁止经营的项目除外，法律法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目。	
3	2011 年 4 月至今		“每日备备手机数据备份软件”转入发行人后，每日科技不再从事具体经营事务，仅通过持股华旦丹阳对外从事投资业务。

每日科技的主营业务与公司的主营业务不存在同业竞争的情形。

（3）每日科技最近一年的财务数据

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	323.89
净资产	284.07
净利润	-8.41

注：以上数据未经审计。

2、华旦丹阳

华旦丹阳立于 2006 年 12 月 14 日，注册资本为 300 万元，注册地址和主要生产经营地为杭州市西湖区西溪路 525 号 C 楼 439 室。华旦丹阳为每日科技的全资子公司，每日科技系方毅实际控制的企业。华旦丹阳主要从事投资业务，华旦丹阳的主营业务与公司的主营业务不存在同业竞争的情形。

截至 2017 年 12 月 31 日，华旦丹阳的股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	每日科技	货币	300.00	100.00
合计		**-**	**300.00**	**100.00**

华旦丹阳最近一年的财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	5,841.75
净资产	3,031.30

项目	2017.12.31/2017 年
净利润	2,757.68

注：以上数据未经审计。

3、华旦投资

华旦投资成立于 2014 年 9 月 19 日，注册资本为 1,600 万元，注册地址和主要生产经营地为杭州市西湖区天目山路 398 号 1 幢 2433 室。华旦丹阳担任华旦投资的执行事务合伙人。华旦投资主要从事投资业务，华旦投资主营业务与公司的主营业务不存在同业竞争的情形。

截至 2017 年 12 月 31 日，华旦投资的股权结构如下：

出资人名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）	合伙人性质
华旦丹阳	5.00	0.3125	普通合伙
张洁	645.00	40.3125	有限合伙
滕伟勇	600.00	37.5000	有限合伙
立元投资	150.00	9.3750	有限合伙
赵广洲	100.00	6.2500	有限合伙
陈瑞贵	100.00	6.2500	有限合伙
合计	**1,600.00**	**100.0000**	

华旦投资最近一年的财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	1,574.32
净资产	1,563.56
净利润	-37.34

注：以上数据未经审计。

4、湾西科技

湾西科技成立于 2015 年 2 月 27 日，注册资本为 20 万元，注册地址和主要生产经营地为杭州市余杭区仓前街道良睦路 1399 号 20 幢 2001 室。湾西科技主要从事企业孵化器服务，湾西科技的主营业务与公司的主营业务不存在同业竞争的情形。

截至 2017 年 12 月 31 日，湾西科技的股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	华旦丹阳	货币	11.00	55.00
2	上海源美企业管理有限公司	货币	4.00	20.00
3	立元投资	货币	2.00	10.00
4	杭州福风文化创意有限公司	货币	2.00	10.00
5	刘进学	货币	0.50	2.50
6	杭州零壹城市建筑咨询有限公司	货币	0.50	2.50
合计		**-**	**20.00**	**100.00**

湾西科技最近一年的财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	467.36
净资产	347.32
净利润	30.47

注：以上数据未经审计。

5、花贝投资

花贝投资成立于 2015 年 6 月 9 日，注册资本为 3,001 万元，注册地址和主要生产经营地为杭州市余杭区仓前街道良睦路 1399 号 20 号楼 2002 室。花贝投资主要从事投资业务。花贝投资为华旦丹阳担任执行事务合伙人的企业，花贝投资的主营业务与公司的主营业务不存在同业竞争的情形。

截至 2017 年 12 月 31 日，花贝投资的股权结构如下：

出资人名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）	合伙人性质
华旦丹阳	1.00	0.0333	普通合伙
徐彩俊	500.00	16.6611	有限合伙
立元投资	500.00	16.6611	有限合伙
周妤俊	300.00	9.9967	有限合伙
刘进学	250.00	8.3306	有限合伙
潘朕	250.00	8.3306	有限合伙
彭炫皓	200.00	6.6644	有限合伙
徐素萍	200.00	6.6644	有限合伙
程春艳	200.00	6.6644	有限合伙

出资人名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）	合伙人性质
张鹏	100.00	3.3322	有限合伙
李宏伟	100.00	3.3322	有限合伙
毛新民	100.00	3.3322	有限合伙
王文哲	100.00	3.3322	有限合伙
田元	100.00	3.3322	有限合伙
黄如群	100.00	3.3322	有限合伙
合计	**3,001.00**	**100.0000**	

花贝投资最近一年的财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	2,897.62
净资产	2,897.57
净利润	-51.71

注：以上数据未经审计。

6、华旦碧峰

华旦碧峰成立于 2017 年 8 月 16 日，注册资本为 1 万元，注册地址和主要生产经营地为浙江省宁波市北仑区梅山大道商务中心十一号办公楼 2749 室。华旦碧峰为华旦丹阳担任执行事务合伙人的企业，公司实际控制人方毅配偶张洁为华旦碧峰的有限合伙人。华旦碧峰主要从事投资业务，华旦碧峰的主营业务与公司的主营业务不存在同业竞争的情形。

截至 2017 年 12 月 31 日，华旦碧峰的股权结构如下：

出资人名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）	合伙人性质
华旦丹阳	0.50	50.00	普通合伙
张洁	0.50	50.00	有限合伙
合计	**1.00**	**100.00**	

华旦碧峰最近一年的财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	1,570.59
净资产	0.59

项目	2017.12.31/2017 年
净利润	0.09

注：以上数据未经审计。

7、我了个推

我了个推的具体情况参见本节之“七、（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况”之相关内容。

我了个推最近一年简要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年
总资产	896.55
净资产	893.17
净利润	-3.11

注：以上数据未经审计。

（四）实际控制人持有的股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人方毅持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前，公司总股本为 36,000 万股，本次拟发行人民币普通股不超过 4,010 万股。假设公司本次公开发行股数为 4,010 万股，占发行后公司股份总数的 10.0225%，则本次发行前后的股本结构如下：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
1	方毅	48,265,192	13.4070	48,265,192	12.0633
2	禾裕创投	41,229,591	11.4527	41,229,591	10.3048
3	鼎鹿中原	39,261,596	10.9060	39,261,596	9.8129
4	我了个推	21,372,477	5.9368	21,372,477	5.3418
5	沈欣	20,959,197	5.8220	20,959,197	5.2385
6	鸿傲投资	18,040,000	5.0111	18,040,000	4.5089

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
7	赛富投资	17,711,996	4.9200	17,711,996	4.4269
8	信天商务	9,446,400	2.6240	9,446,400	2.3610
9	刘炳海	9,180,720	2.5502	9,180,720	2.2946
10	西藏唯品会	8,856,004	2.4600	8,856,004	2.2134
11	伯乐锐金	8,856,004	2.4600	8,856,004	2.2134
12	凯峰投资	8,856,004	2.4600	8,856,004	2.2134
13	海通开元	8,200,004	2.2778	8,200,004	2.0495
14	万汇金轩	7,999,999	2.2222	7,999,999	1.9995
15	何春虹	7,609,596	2.1138	7,609,596	1.9019
16	夏旦	7,380,004	2.0500	7,380,004	1.8445
17	墨白坤元	5,740,004	1.5944	5,740,004	1.4346
18	万汇金荣	5,535,000	1.5375	5,535,000	1.3834
19	银江创投	4,920,004	1.3667	4,920,004	1.2297
20	经合墨白	4,920,004	1.3667	4,920,004	1.2297
21	三花控股	4,723,200	1.3120	4,723,200	1.1805
22	凯致投资	4,100,004	1.1389	4,100,004	1.0247
23	伯乐宏图	3,999,999	1.1111	3,999,999	0.9997
24	墨白创同	3,943,203	1.0953	3,943,203	0.9856
25	陈奎军	3,840,001	1.0667	3,840,001	0.9598
26	群新投资	3,280,000	0.9111	3,280,000	0.8198
27	夏个旦	3,280,000	0.9111	3,280,000	0.8198
28	尚志强	3,280,000	0.9111	3,280,000	0.8198
29	初石投资	3,280,000	0.9111	3,280,000	0.8198
30	追远财富	2,951,996	0.8200	2,951,996	0.7378
31	藤岩投资	2,800,000	0.7778	2,800,000	0.6998
32	杨兴武	2,159,998	0.6000	2,159,998	0.5399
33	鲁周毅	2,000,000	0.5556	2,000,000	0.4999
34	凯襄投资	2,000,000	0.5556	2,000,000	0.4999
35	彭炫皓	1,845,004	0.5125	1,845,004	0.4611
36	海新先瑞	1,640,000	0.4556	1,640,000	0.4099
37	海通元睿	1,640,000	0.4556	1,640,000	0.4099

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
38	海通临云	1,640,000	0.4556	1,640,000	0.4099
39	众创永联	1,600,001	0.4444	1,600,001	0.3999
40	常春藤	1,199,999	0.3333	1,199,999	0.2999
41	墨白尚同	456,799	0.1269	456,799	0.1142
42	社会公众股	-	-	40,100,000	10.0225
合计		**360,000,000**	**100.00**	**400,100,000**	**100.0000**

（二）公司前十大股东

本次发行前，公司前十大股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	方毅	48,265,192	13.4070
2	禾裕创投	41,229,591	11.4527
3	鼎鹿中原	39,261,596	10.9060
4	我了个推	21,372,477	5.9368
5	沈欣	20,959,197	5.8220
6	鸿傲投资	18,040,000	5.0111
7	赛富投资	17,711,996	4.9200
8	信天商务	9,446,400	2.6240
9	刘炳海	9,180,720	2.5502
10	西藏唯品会	8,856,004	2.4600
10	伯乐锐金	8,856,004	2.4600
10	凯峰投资	8,856,004	2.4600
合计		**252,035,181**	**70.0098**

（三）公司前十名自然人股东及其在公司单位任职情况

截至本招股说明书签署之日，发行人共有九名自然人股东，其持股及其在公司担任的职务情况如下：

序号	姓名	持股数量（股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	方毅	48,265,192	13.4070	董事长、总经理
2	沈欣	20,959,197	5.8220	董事、副总经理

序号	姓名	持股数量（股）	持股比例（%）	在公司任职情况
3	刘炳海	9,180,720	2.5502	董事
4	何春虹	7,609,596	2.1138	-
5	陈奎军	3,840,001	1.0667	-
6	尚志强	3,280,000	0.9111	-
7	杨兴武	2,159,998	0.6000	-
8	鲁周毅	2,000,000	0.5556	-
9	彭炫皓	1,845,004	0.5125	-
合计		**99,139,708**	**27.5389**	**-**

（四）国有股份和外资股份情况

公司不存在外资股份和国有股份。

（五）最近一年新增股东情况

1、最近一年新增股东的持股数量、变化情况、取得价格及定价依据

西藏唯品会与重庆唯品会系属于同一实际控制人控制的企业，均为唯品会集团对外投资平台。由于唯品会集团内部业务调整和整合的安排，重庆唯品会将其所持的公司 885.6004 万股的股份（持股比例为 2.46%）按照 48,000,000 元的价格（以其 2015 年 12 月投资每日互动的原始出资价款为依据）转让给同一控制下的关联方西藏唯品会。

2017 年 7 月 28 日，股份公司召开 2017 年第四次临时股东大会，审议通过了《关于公司股东变更并相应修改公司章程的议案》，就公司股东重庆唯品会向其受同一控制的关联方西藏唯品会转让股份事宜相应修改公司章程。同日，就上述事宜重庆唯品会与西藏唯品会签署《股权转让协议》。

2017 年 8 月 7 日，公司办理完毕了本次股权转让的工商变更登记。

2、最近一年新增股东情况

（1）西藏唯品会的基本情况

公司名称	西藏唯品会创业投资有限公司
成立日期	2017 年 7 月 7 日
营业期限	2017 年 7 月 7 日至 2037 年 7 月 6 日

法定代表人	顾为国
实际控制人	沈亚
注册资本	5,000 万元
主要经营场所	西藏自治区拉萨市柳梧新区柳梧大厦 306-51 室
经营范围	创业投资（不得从事担保和房地产业务；不得参与发起或管理公募或私募证券投资基金、投资金融衍生品）；创业投资管理（不含公募基金。不得参与发起或管理公募或私募证券投资基金、投资金融衍生品；不得从事证券、期货类投资）（经营以上业务的，不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）；企业管理服务（不含投资管理和投资咨询）；商务信息服务（不含投资咨询）；信息技术领域的技术开发、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。）
主营业务	对外投资
从事业务与发行人主营业务的关系	从事的业务与发行人主营业务的不存在关系

截至 2017 年 12 月 31 日，西藏唯品会的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	广州唯品会电子商务有限公司	货币	5,000.00	100.00
合计		**-**	**5,000.00**	**100.00**

截至 2017 年 12 月 31 日，西藏唯品会终极持股情况如下：

序号	第一层	第二层
1	广州唯品会电子商务有限公司	沈亚
		洪晓波

（六）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

方毅直接持有公司 13.4070%的股份，沈欣直接持有公司 5.8220%的股份，我了个推为员工持股平台，持有公司 5.9368%的股份。方毅、沈欣和我了个推为一致行动人。同时方毅为我了个推的普通合伙人，持有我了个推 28.9781%的出资，沈欣为我了个推的有限合伙人，持有我了个推 1.8665%的出资。

夏旦和夏个旦系受同一控制人控制的主体。夏旦和夏个旦为部分员工及外部投资人共同设立的投资平台，均由陈津来担任普通合伙人，夏旦和夏个旦分别持有公司 2.05%和 0.9111%的股份。

墨白坤元、经合墨白、墨白创同、墨白尚同系受同一控制人控制的主体，均为深圳前海墨白资产管理有限公司担任普通合伙人的投资平台，其中墨白坤元持有经合墨白 93%的出资额。墨白坤元、经合墨白、墨白创同、墨白尚同分别持有公司 1.5944%、1.3667%、1.0953%、0.1269%的股份。

海通元睿、海通临云和海通开元系受同一控制人控制的主体，均为海通证券股份有限公司控制的对外投资平台。海通开元为海通证券股份有限公司 100%持股的全资子公司。海通开元持有海通创新资本管理有限公司 51%的股权。海通创新资本管理有限公司持有海通元睿 1.2048%的出资额、持有海通临云 0.7937%的出资额。海通创新资本管理有限公司为海通元睿和海通临云的普通合伙人。海通元睿、海通临云和海通开元分别持有公司 0.4556%、0.4556%和 2.2778%的股份。

伯乐锐金、伯乐宏图、众创永联系受同一控制人控制的主体，均为北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）担任普通合伙人的投资平台。伯乐宏图为众创永联的有限合伙人，持有众创永联 49.5050%的出资额。伯乐锐金、伯乐宏图、众创永联分别持有公司 2.46%、1.1111%和 0.4444%的股份。

万汇金荣和万汇金轩系受同一控制人控制的主体，均为达孜县金汇投资管理有限公司担任普通合伙人的投资平台。万汇金荣、万汇金轩分别持有公司 1.5375%、2.2222%的股份。

凯峰投资、凯致投资、凯襄投资系受同一控制人控制的主体。凯致投资、凯峰投资为上海凯石股权投资管理中心（有限合伙）担任普通合伙人的投资机构。凯襄投资和上海凯石股权投资管理中心（有限合伙）系上海凯石益正资产管理有限公司担任普通合伙人的投资机构。凯峰投资为凯致投资的有限合伙人，上海凯石股权投资管理中心（有限合伙）为凯襄投资的有限合伙人。凯峰投资、凯致投资、凯襄投资分别持有公司 2.46%、1.1389%、0.5556%的股份。

常春藤和藤岩投资系受同一控制人控制的主体。常春藤为上海吉中投资管理中心（有限合伙）担任普通合伙人的投资机构。上海吉中投资管理中心（有限合伙）和藤岩投资均为上海常春藤投资有限公司担任普通合伙人的投资机构。常春藤和藤岩投资分别持有公司 0.3333%、0.7778%的股份。

除上述情形外，截至本招股说明书签署日，公司各股东间不存在其他关联关

系。

（七）公开发售股份对公司的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

公司本次发行均为新股，不进行老股转让。

（八）正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实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日，不存在正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排。

（九）私募投资基金备案登记情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有股东 41 名，其中自然人股东 9 名，机构股东 32 名。发行人 32 名机构股东中，禾裕创投、鸿傲投资、赛富投资等 23 名股东均为私募投资基金。该 23 名机构股东的私募投资基金备案登记情况如下：

序号	股东名称	基金备案情况	管理人	管理人登记情况
1	禾裕创投	SJ6359	北京微梦创科创业投资管理有限公司	P1014748
2	鸿傲投资	SD0330	上海中民银孚投资管理有限公司	P1005425
3	赛富投资	SD2858	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	P1000661
4	伯乐锐金	S66073	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）	P1004743
5	凯峰投资	S85942	上海凯石股权投资管理中心（有限合伙）	P1002053
6	万汇金轩	SL6970	达孜县金汇投资管理有限公司	P1020405
7	墨白坤元	SE1932	深圳前海墨白资产管理有限公司	P1020052
8	万汇金荣	S69587	达孜县金汇投资管理有限公司	P1020405
9	银江创投	S33473	浙江银江股权投资管理有限公司	P1001839
10	经合墨白	SE7746	深圳前海墨白资产管理有限公司	P1020052
11	凯致投资	SE5981	上海凯石股权投资管理中心（有限合伙）	P1002053
12	伯乐宏图	SK5280	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）	P1004743
13	墨白创同	SL8273	深圳前海墨白资产管理有限公司	P1020052

序号	股东名称	基金备案情况	管理人	管理人登记情况
14	群新投资	SK1329	太和先机资产管理有限公司	P1000420
15	追远财富	S69298	北京追远创业投资有限公司	P1021019
16	藤岩投资	SM8444	上海常春藤投资有限公司	P1001090
17	凯襄投资	SM0247	上海凯石益正资产管理有限公司	P1000277
18	海新先瑞	S36946	杭州先瑞资产管理有限公司	P1013092
19	海通元睿	S65304	海通创新资本管理有限公司	P1001788
20	海通临云	S85926	重庆临云股权投资基金管理有限公司	P1023206
21	众创永联	SM1508	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）	P1004743
22	常春藤	SH3955	上海常春藤投资有限公司	P1001090
23	墨白尚同	SE0833	深圳前海墨白资产管理有限公司	P1020052

发行人 32 名机构股东中，除上述 23 名机构股东为私募投资基金外，发行人还有 9 名机构股东不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》（以下简称“《基金管理暂行办法》”）及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》（以下简称“《基金备案办法（试行）》”）认定的私募投资基金，无需履行备案登记手续。具体情况为：

序号	股东名称	不属于私募投资基金的认定依据
1	鼎鹿中原	鼎鹿中原系以自有资金从事经营及对外投资活动的有限责任公司，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。
2	信天商务	信天商务系以自有资金从事经营及对外投资活动的有限责任公司，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。
3	西藏唯品会	西藏唯品会系以自有资金从事对外投资活动的有限责任公司，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。
4	海通开元	海通开元系以自有资金从事经营或对外投资活动的有限责任公司，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。
5	三花控股	三花控股以自有资金从事经营及对外投资活动，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。
6	初石投资	初石投资系以自有资金从事经营及对外投资活动的有限责任公司，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。
7	我了个推	我了个推系由为落实发行人原红筹架构员工激励计划设立的境内有限合伙企业，为发行人股权激励的员工持股平台，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。

序号	股东名称	不属于私募投资基金的认定依据
8	夏旦	夏旦系由发行人部分员工及其亲友按市场价格投资发行人设立的有限合伙企业，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。
9	夏个旦	夏个旦系由发行人部分员工及其亲友按市场价格投资发行人设立的有限合伙企业，不存在以非公开方式向投资者募集资金及资产由基金管理人管理运作的情形，不属于《基金管理暂行办法》及《基金备案办法（试行）》认定的私募投资基金。

（十）各股东纳税义务的履行情况

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，各股东纳税义务的履行情况如下：

序号	事项	纳税义务人	纳税义务履行情况
1	2013 年 11 月每日互动有限第一次股权转让	每日科技	年终汇算清缴，不涉及当期纳税
2	2015 年 11 月每日互动有限第二次股权转让	个信互动	年终汇算清缴，不涉及当期纳税
3	2015 年 12 月每日互动有限第三次股权转让	沈欣	根据税收缴款书，已缴纳股权转让个人所得税
4	2016 年 3 月每日互动有限第四次股权转让	何春虹	根据税收缴款书，已缴纳股权转让个人所得税
		禾裕创投	根据缴税凭证，已缴纳股权转让个人所得税
5	2016 年 6 月整体变更为股份公司	全体股东	自然人股东已就股改涉及的未分配利润缴纳所得税，并就资本公积转增部分出具了承诺。
6	2017 年 6 月资本公积转增	全体股东	自然人股东已就资本公积转增出具了承诺
7	2017 年 8 月股份公司第一次股份转让	重庆唯品会	平价转让，年终汇算清缴，不涉及当期纳税

发行人历次股权转让涉及所得税的，相关纳税义务主体已经缴纳了相应的所得税并取得税收缴款书；对发行人股改期间涉及未分配利润转增股本的，发行人各股东已缴纳了相应所得税，对于资本公积转增的部分，发行人涉税股东已出具了承诺：

1、若因该等税款引起税务主管部门的追缴、处罚或任何其他风险，则股东将无条件、全额承担应缴纳税款、滞纳金及因此产生的所有相关费用；

2、若因上述税款缴纳事宜导致公司遭受罚款或任何损失的，股东将自行承担并弥补公司因此招致的罚款或损失，并保证不对公司未来生产经营活动造成任

何不利影响。

综上，发行人历次股权转让、整体变更为股份有限公司过程中，发行人涉税股东已经履行了纳税义务；发行人因资本公积转增涉及的纳税义务出具相关纳税承诺，不会对发行人或发行人其他股东造成损失或不利影响。

九、发行人员工情况

（一）员工基本情况

截至 2017 年 12 月 31 日，本公司及其所属子公司在册员工总数为 360 人，报告期各期末，公司员工学历、专业、年龄结构及其变动情况如下：

1、专业结构分布及变动情况

报告期内，公司（含子公司）员工专业构成及变化情况如下：

员工专业	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例
研发人员	193	53.61%	162	58.06%	115	56.93%
销售人员	115	31.94%	85	30.47%	65	32.18%
管理及运营服务人员	52	14.44%	32	11.47%	22	10.89%
合计	**360**	**100.00%**	**279**	**100.00%**	**202**	**100.00%**

报告期内，公司的员工人数逐年增长，主要原因是公司报告期内业务规模迅速扩张，营业收入保持快速增长，公司增加产品研发和营销投入，同时积极引进高端管理人才。

报告期各期，发行人员工按专业构成占比稳定。其中研发人员占各期员工总数 50%以上，主要由于公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，公司技术推送、数据挖掘和分析等需要强大的技术研发能力作为支撑；同时报告期内，公司移动互联网营销服务业务快速发展，公司相应增加了销售人员。报告期内公司的员工人数、员工岗位分布及专业结构符合互联网行业技术密集型的特征，其变动情况与公司的业务发展及收入规模相匹配。

2、学历分布及变动情况

员工学历	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例
硕士及以上	61	16.94%	47	16.85%	27	13.37%
大学（大专）	294	81.67%	227	81.36%	172	85.15%
高中及以下	5	1.39%	5	1.79%	3	1.49%
合计	**360**	**100.00%**	**279**	**100.00%**	**202**	**100.00%**

3、年龄分布及变动情况

员工年龄	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例
41-55 岁	9	2.50%	12	4.30%	6	2.97%
31-40 岁	80	22.22%	81	29.03%	68	33.66%
20-30 岁	271	75.28%	186	66.67%	128	63.37%
合计	**360**	**100.00%**	**279**	**100.00%**	**202**	**100.00%**

（二）员工薪酬结构

公司建立了规范的薪酬管理体系，员工薪酬以岗位为基础，随岗位、工作绩效和能力、公司效益情况而变化。公司员工年收入由工资和奖金构成，员工月工资根据员工岗位职级、学历、专业技能水平等因素确定。

薪酬结构	说明
工资	员工月度工资依据人力资源管理部门的相关规定确定，员工岗位职级发生变化的，员工工资也将进行相应调整。
奖金	公司根据员工岗位、职级、考核情况等而设置的员工绩效基准奖金。

（三）员工薪酬与当地水平比较

1、员工薪酬情况

年平均工资		2017 年	2016 年	2015 年
研发人员	薪酬总额（万元）	5,027.10	3,709.40	2,229.84
	平均人数（人）	185	151	93
	年化平均工资（万元/年）	27.12	24.57	23.98
销售人员	薪酬总额（万元）	3,091.15	2,074.67	789.70
	平均人数（人）	110	84	34
	年化平均工资（万元/年）	28.08	24.70	23.23

年平均工资		2017 年	2016 年	2015 年
管理及运营服务人员	薪酬总额（万元）	1,802.68	1,038.12	320.09
	平均人数（人）	38	26	14
	年化平均工资（万元/年	47.65	39.93	22.86
合计	**薪酬总额（万元）**	**9,920.93**	**6,822.19**	**3,339.63**
	平均人数（人）	**333**	**261**	**141**
	年化平均工资（万元/年）	**29.77**	**26.14**	**23.69**

注：平均人数采用全年各月薪酬发放人次平均得出，与期末人数存在一定差异。

2、同地区、同行业公司薪酬情况

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/年

平均薪酬	2017 年度	2016 年度	2015 年度
公司员工平均薪酬	29.77	26.14	23.69
杭州当地平均薪酬	-	6.07	5.56
同地区上市公司			
顺网科技	-	19.10	17.96
利欧股份	-	9.35	8.03
平均值	-	14.22	12.99
同行业上市公司			
暴风集团	-	16.56	18.51
墨迹天气	32.63	29.28	25.65
值得买	23.95	19.45	17.47
三六零	38.16	-	-
平均值	31.58	21.76	20.54

注：1、杭州当地平均薪酬数据根据杭州市统计局和杭州市人力资源和社会保障局公布的杭州市区全社会单位就业人员年平均工资而得；
2、墨迹天气和值得买的平均薪酬根据其招股说明书披露数据取得，其中墨迹天气 2017 年数据为根据 2017 年 1-9 月数据年化处理而得，值得买 2017 年数据为根据其招股书披露的薪酬明细数据计算而得；其他可比公司的平均薪酬=支付给职工以及为职工支付的现金÷期末员工人数；可比公司相关数据根据可比公司的招股说明书、重组报告书及年报等获得。

报告期内，公司员工的平均薪酬保持持续增长趋势，与同行业、同地区可比公司总体趋势基本一致。

公司员工平均薪酬水平高于本地区平均水平及同地区可比上市公司的平均水平，主要原因系公司所在行业具备技术密集型、智力密集型特点，行业平均薪酬水平相对较高。

公司员工平均薪酬水平高于同行业上市公司暴风集团和值得买，与墨迹天气接近，但低于三六零公司，这主要是由于经营业务和薪酬政策差异造成的。公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，业务发展基于移动应用开发者服务所积累的海量数据，为保持公司在技术推送行业的领先优势和积极拓展移动互联网营销业务，十分重视人才引进、培养和激励，但目前公司仍处于发展初期，公司结合自身的发展水平制定了相对具有竞争力的薪酬政策，公司员工的平均薪酬符合自身的行业特点和业务发展水平。

十、公司、公司主要股东、实际控制人及作为公司的董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺情况

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

具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、股份限售安排、股份自愿锁定承诺以及持股 5%以上股东的持股及减持意向承诺”。

（二）稳定股价的承诺

具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、稳定股价的预案”。

（三）股份回购的承诺

具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“六、关于信息披露责任的承诺”中关于股份回购的条款。

（四）依法承担赔偿或者补偿责任的承诺

具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“六、关于信息披露责任的承诺”中关于依法承担赔偿或者补偿责任的条款。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十七、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施”。

（六）利润分配政策的承诺

具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、滚存利润的分配安排及本次发行上市后的股利分配政策”。

（七）其他承诺事项

1、避免同业竞争承诺

公司实际控制人方毅出具了《避免同业竞争协议》，具体内容请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、（二）避免同业竞争的有关协议和承诺”之相关内容。

2、减少和规范关联交易承诺

公司实际控制人方毅出具了减少和规范与每日互动的关联交易事宜承诺，具体内容请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、（五）减少和规范关联交易的措施”之相关内容。

3、员工社会保障的相关承诺

公司实际控制人方毅承诺：（1）如公司因社会保险、住房公积金事项而被有关主管部门追索、处罚或要求公司补充缴纳的，本人将无条件地全额承担相关追索、处罚、补缴款项，并弥补公司损失；（2）如公司因社会保险、住房公积金事项或其他相关事项涉诉、仲裁、追责或造成任何损失的，本人将无条件地全额承担相关诉讼、仲裁及其他相关费用，并弥补公司损失；（3）本人承诺将通过行使股东、高级管理人员权利、职责，促使公司依法执行社会保险及住房公积金相关规定和制度。

4、关于租赁房产事项的承诺

公司实际控制人方毅就每日互动租赁房产可能因未办理房屋租赁登记备案手续或未能取得房屋产权相关事项导致房产无法使用或导致每日互动受到行政主管部门处罚，出具了相关承诺。具体参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、（一）固定资产”之相关内容。

5、关于红筹架构搭建与拆除有关事项的承诺

公司实际控制人方毅就公司红筹架构搭建和拆除有关事项出具承诺：（1）在红筹搭建和拆除过程中本人已办理相关外汇登记及登记注销手续。（2）在红筹搭建、存续和拆除过程中所涉及的交易事项未违反当时的法律法规，有关法律手续已全部履行完毕，各方之间均不存在任何纠纷、争议或潜在纠纷、争议。（3）如因红筹搭建和拆除等事项造成纠纷导致公司利益受到损失的，该等损失由本人全额承担。

（八）相关主体履行承诺的约束措施

具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“七、相关主体履行承诺的约束措施”。

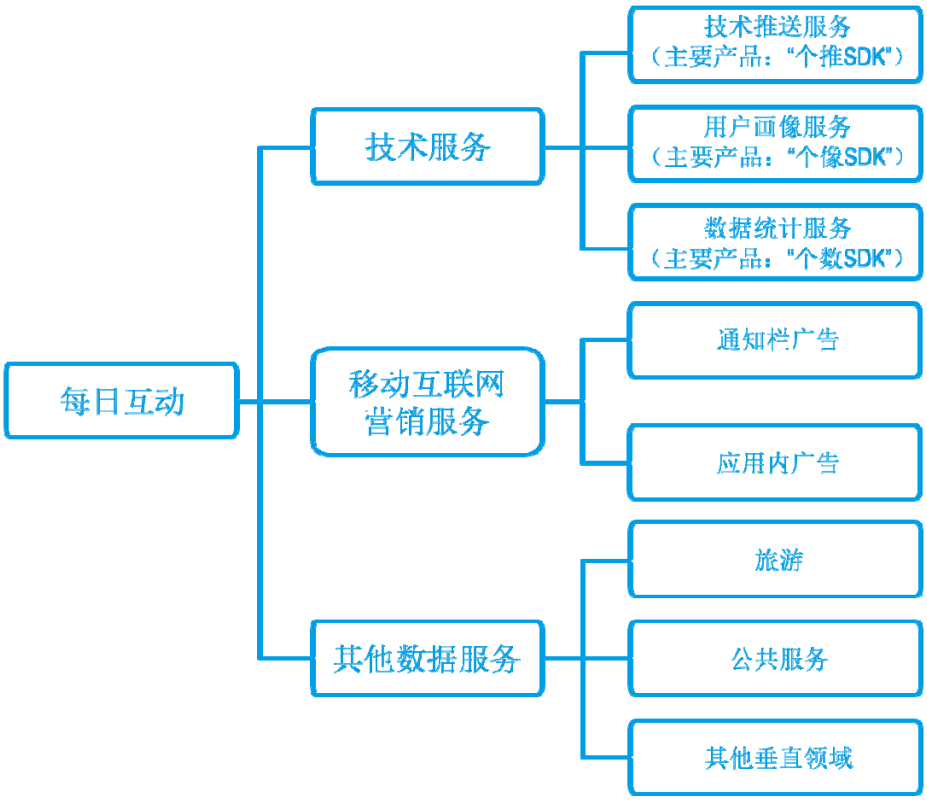
截至本招股说明书签署日，上述承诺履行情况良好，未发生任何违反上述承诺的事项。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务及主要服务概述

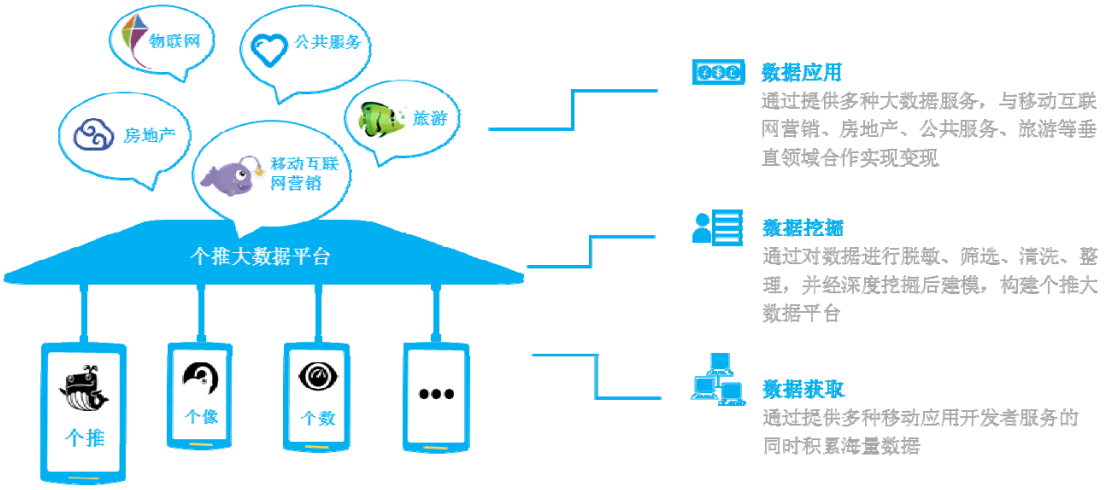
（一）发行人的主营业务

公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。



公司致力于为移动应用开发者提供高效的消息推送技术服务，随着业务竞争力不断提升、客户数量持续积累，公司产品的移动终端覆盖数量不断攀升，获得了多维度的大量相关数据。基于公司产品“个推 SDK”运营所积累的用户授权数据，通过对数据脱敏、筛选、清洗、整理，并经深度挖掘后建模，公司构建了自己的“个推大数据平台”，形成了“冷数据”、“温数据”和“热数据”的独特数据分类，为大数据在各垂直领域的应用打下坚实基础。

目前，公司已在移动互联网营销领域率先实现了规模化的业务收入，在智慧旅游、公共服务等其它多个垂直领域也取得了突破并形成销售收入。此外，随着移动应用开发者需求不断提高、移动应用精细化运营的发展趋势凸显，公司拓展了面向移动应用开发者的服务类型，增加了 APP 用户属性画像，APP 运营数据统计等移动应用开发者技术服务。公司已初步完成从数据获取、数据挖掘到数据应用的战略性布局，致力于为各种数据需求方提供一站式和多样化的数据服务解决方案。



（二）发行人提供的主要服务

公司主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。

1、移动应用开发者服务

（1）技术推送服务

推送是指服务器将内容主动发送到客户端的过程，直接在移动终端上以通知栏消息的形式出现。推送的形式能够主动触达用户、有效提高 APP 活跃度，增加用户的留存率。因此，推送也成为移动应用开发者常用的运营手段之一。

公司是专业的推送技术服务商，为移动应用开发者提供一站式消息推送解决方案。通过公司提供的技术推送服务，移动应用开发者可以快速高效地集成消息推送功能，缩短开发时间，降低开发成本，并有效提高产品的活跃度和用户体验。目前，公司提供的推送服务可实现消息的实时下发，并可结合用户标签及脱敏地理位置进行分组推送，帮助移动应用开发者实现精细化运营。

自成立以来，公司推送业务服务的 APP 包括新华社、微博、滴滴出行、中国移动咪咕阅读、网易新闻、芒果 TV、招商银行掌上生活等众多有影响力的应用。截至 2017 年 12 月，公司的推送产品“个推 SDK”日均活跃 SDK 用户数量 5.9 亿，日均活跃设备数 3.3 亿[1]。

公司提供的技术推送服务包括需集成“个推 SDK”的基础推送服务和无需集成“个推 SDK”的轻推送服务。

[1]数据来源：天健会计师出具的《浙江每日互动网络科技股份有限公司信息系统审计报告》（天健审〔2018〕1382 号）。活跃设备数及活跃 SDK 用户数系分别根据 2017 年 12 月公司后台所有用户状态汇报日志文件中记录的 IMEI 及用户 ID 去重统计所得。其中，用户 ID 系每个应用使用个推 SDK 下发消息达到最终用户后产生的用户注册编号，由于同一手机终端上往往存在多个使用个推 SDK 的应用，故该用户数并不等于移动终端用户数。

A.基础推送服务

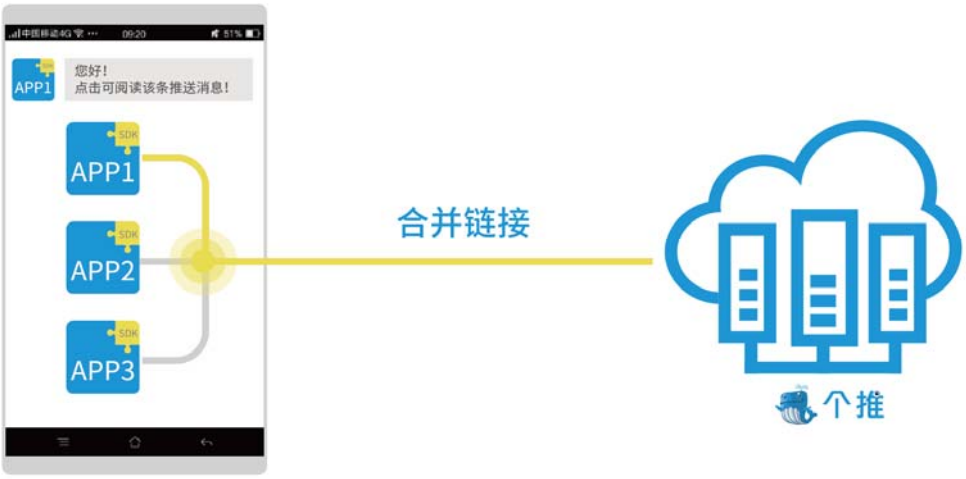
基础推送服务是公司提供的商用级移动应用消息推送解决方案，主要通过向移动应用开发者提供公司自主研发的推送产品“个推 SDK”开展。

SDK 即软件开发工具包（Software Development Kit），一般指一些被软件工程师用于创建应用软件的工具集合。SDK 根据功能的不同可以分为推送 SDK、通信 SDK、存储 SDK、广告 SDK、语音识别 SDK 和图像识别 SDK 等。移动应用开发者通过在 APP 开发包内集成专业型的 SDK，可以快速实现推送、语音识别等特定功能，享受专业化 SDK 服务商的技术服务，免去自行开发的成本，缩短开发周期。

公司的消息推送 SDK 集成便利，支持安卓（Android）和苹果（iOS）两大平台，支持丰富的网页端推送管理功能和多种程序语言版本的 API 开放接口。公司还可根据移动应用开发者的业务需求提供实时技术支持。

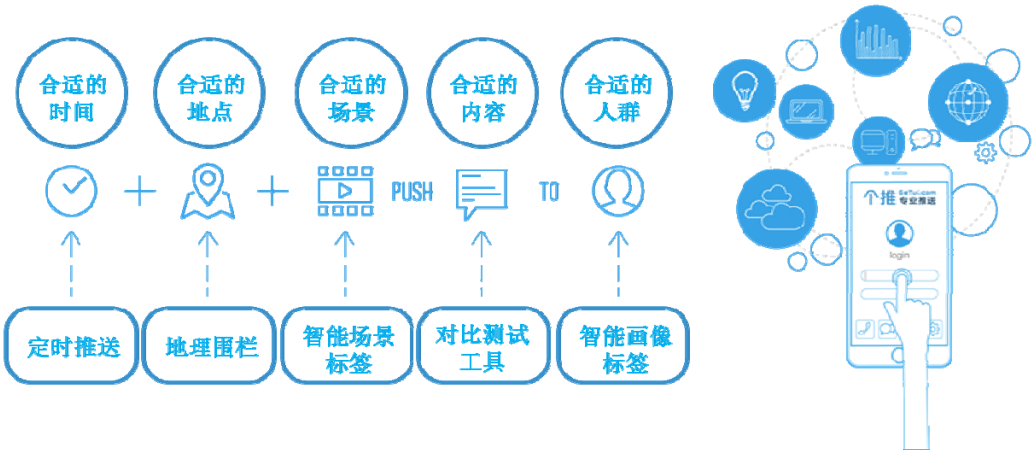
“个推 SDK”运用长连接技术，建立了一条移动终端与服务器的连接链路，时刻保持和服务器的通讯状态。在移动终端中多个 APP 均存在“个推 SDK”的情况下，公司运用合并链路技术，将使用“个推 SDK”的 APP 之间的长连接链路进行合并，减少了对运营商网络信令的浪费和对移动终端资源的消耗，达到了

省电省流量的目的。



此外，公司使用的合并链路技术还实现了跨 APP 的链路共享，保持了应用进程的活跃度，有效保证了消息的下发展现。由于“个推 SDK”在移动终端的覆盖度较高，单个终端上可能有多个 APP 集成有“个推 SDK”，只要其中任何一个应用活跃，通过共享推送链路的方式，“个推 SDK”就可完成消息的下发推送。

公司持续专注推送技术的研发，公司的消息推送 SDK 的服务也不断升级和完善。目前，公司已陆续推出了包括“个推 SDK 1.0”、“个推 SDK 2.0”和“个推 SDK 3.0”在内的三代技术推送产品。“个推 SDK 1.0”在省电省流量的同时可以做到消息的高并发、高吞吐，帮助移动应用开发者实现推送消息的实时高效触达；“个推 SDK 2.0”在 1.0 版本的基础上加入了智能标签和用户群组功能，摒弃了打扰用户的盲目推送，以精准推送能力服务于用户；“个推 SDK 3.0”基于地理围栏技术，增加了应景推送功能，能在“合适的时间”、“合适的地点”、“合适的场景”，把“合适的内容”推送给“合适的人群”。



B.轻推送服务

轻推送服务是公司为尚未集成“个推 SDK”的安卓系统应用开发者提供的手机消息推送解决方案。对于还没有集成“个推 SDK”的 APP，在该移动应用开发者无法完成消息的推送时，公司可以通过个推的合并链路帮助该 APP 完成消息的下发，并利用安卓系统间的应用交互功能实现推送通知的展示，实现触达沉默用户的效果。

（2）用户画像服务

用户画像服务指公司为移动应用开发者提供的 APP 使用人群属性特征画像服务，主要以“个像 SDK”为载体进行开展。移动应用开发者在集成“个像 SDK”后，可以调用个推大数据平台，得到 APP 用户的画像及场景数据，构建全方位立体的用户模型，更加方便地实施用户精准筛选、个性化推送消息、应用更新下载等 APP 运营工作，为移动应用开发者搭建自身大数据平台奠定基础。

（3）数据统计服务

数据统计服务指公司为移动应用开发者提供的APP使用人群数据统计服务，主要以“个数 SDK”为载体开展。移动应用开发者在自身应用内集成“个数 SDK”后，可以对产品的活跃度、渠道效果、用户使用行为等方面进行数据统计，只需

简单的接口调用就可以完成复杂的统计功能。“个数 SDK”能够从用户属性、行为数据、行业对比及渠道质量等多指标多维度进行移动应用统计分析，帮助移动应用开发者全面透析运营指标，分析用户行为数据，从而更好地指导产品运营和推广决策。目前，“个数 SDK”对移动应用开发者免费开放。

2、移动互联网营销服务

移动互联网营销服务是报告期内公司依靠技术推送等服务积累的大数据能力在大数据垂直应用领域的主要变现方式。2014 年以来，依托“个推 SDK”积累的海量数据和庞大终端覆盖量，公司加强了大数据在各个垂直领域的应用。尤其在移动互联网营销领域，结合智能标签和地理围栏技术，公司推出了基于大数据的场景化移动营销平台。在该平台上，公司可通过通知栏广告、应用内广告的形式将广告投放给目标人群，满足广告主精准营销的需求。2015 年 11 月，公司推出了专门服务品牌广告主的场景化移动营销平台“个灯”；2016 年底，公司推出了专门服务区域广告主的本地化移动营销平台“个信”，以通知栏广告、应用内广告的组合形式为广告主提供移动互联网营销服务。

（1）通知栏广告

通知栏广告是指公司接受广告主/广告代理商的委托，与其他移动应用开发者合作，利用公司搭建的推送系统在安卓系统移动终端的通知栏展现的广告。

公司的通知栏广告业务主要利用合作应用（如 PPTV、芒果 TV 等）提供的推送通道或公司提供增量更新等基础推送增值服务时与用户交互产生的自有流量，通过在移动终端通知栏展示广告的形式来开展。通过通知栏广告，广告主可选择向特定人群、特定区域或特定场景进行触发式的广告投放，直接触达移动终

端用户。用户点击通知栏消息内的链接后进入该应用内的展示页或直接跳转至其他指定的展示页面。广告投放完成后，公司还可提供广告统计监测、效果跟踪反馈和对比分析、受众属性分析及商业洞察报告，帮助广告主总结广告投放效果。

通知栏广告和技术推送服务在展现形式上较为相近，但业务实质不同，参与各方及其所扮演的角色也发生了变化：在技术推送服务中，公司、APP 开发者为主要参与方，APP 开发者为公司的客户，推送内容由 APP 开发者提供，公司依靠向 APP 开发者提供技术推送服务收取费用；在通知栏广告服务中，广告主/广告代理商、公司、APP 开发者为主要参与方，广告主/广告代理商为公司的客户，APP 开发者为公司的供应商，推送内容由广告主提供，公司、APP 开发者依据相关法律法规对广告内容进行审核，公司依靠为广告主/广告代理商推送通知栏广告获取收益，并向 APP 开发者支付推送通道费用。

（2）应用内广告

应用内广告是指在 APP 客户端内出现的广告，包括应用内的开屏、广告条、贴片、信息流等。公司的大数据能力不仅可应用于通知栏广告的投放，亦可对特定 APP 的用户群体属性进行有效分析，帮助广告主采买到优质、有效的广告位资源。

公司采购了微博、墨迹天气、芒果 TV 等优质媒体资源，涵盖了开屏、贴片、信息流等各种广告形式，可以实现广告主与优质媒体资源的有效对接。基于个推大数据平台的数据能力，公司能够实现目标人群的定向投放和跨媒体持续展示，使广告主的曝光更有价值，减少无效的投放花费。

3、其他数据服务

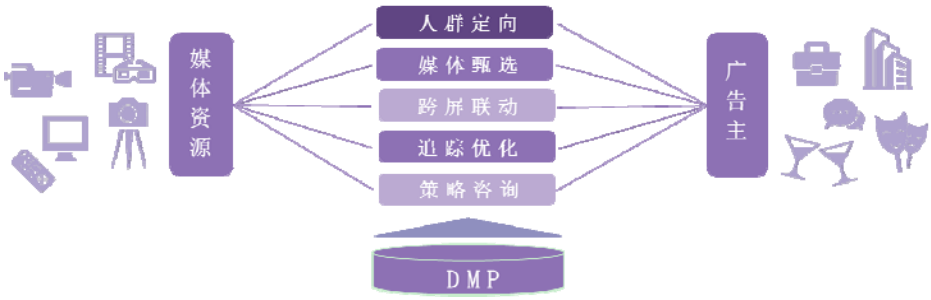
除移动互联网营销业务外，公司不断探索大数据在各垂直领域的应用，寻找合适的变现方式。目前，公司提供的其他数据服务主要包括 DMP 服务和数据分

析与咨询服务。

（1）DMP 服务

DMP（Data Management Platform）是把分散的多方数据进行整合纳入统一的技术平台，并对数据进行标准化和细分后形成的数据管理平台。在移动互联网营销领域常规的程序化购买场景中，DMP 是整个交易链条上的重要一环，起到帮助广告主或 DSP 平台在程序化购买中甄别真实流量、实现精细化营销的作用。

公司的 DMP 是公司以技术推送等服务积累的海量数据，经脱敏、挖掘、整合后形成的具有标签化、精细化特征的“数据仓库”。公司研发的 DMP 通过对用户群体线上线下行为的深入分析，拥有媒体甄选、人群定向、跨屏联动、优化追踪和策略咨询等能力，可以为精准营销提供决策指导。



公司 DMP 服务的客户主要是广告主/广告代理商和 DSP 平台。对于广告主，公司 DMP 主要对接广告主的自有数据管理平台，对其进行有效补充，实现更有效率的广告投放；对于 DSP 平台，公司 DMP 主要帮助其识别虚假流量，指导其在程序化广告的采买中进行交易。

报告期内，公司 DMP 业务仍处于探索阶段。DMP 服务的客户主要依靠公司业务人员营销人员的推广，向有 DMP 业务需求的客户推介公司的服务。报告期内，公司 DMP 客户数量较少，主要有百度在线、北京金山安全软件有限公司等。

（2）数据分析与咨询服务

数据分析与咨询服务是指公司利用个推大数据平台为政府部门、咨询机构等特定客户或针对旅游、房地产等特定行业提供的相关服务，如客户画像报告、行业咨询报告和人口热力图等。公司会根据特定客户的具体需求，调用自身的大数据资源，利用可视化的手段将数据背后的含义生动形象地提炼，为各行各业提供

数据指导。

公司的大数据能力在防灾救援方面亦有着巨大的运用前景，公司开发的人口热力图产品，可以显示灾害发生前后的人流分布情况，对灾害发生后的第一时间救援工作有着重要的指导意义。

公司的大数据能力在防震减灾方面也取得了良好效果。因参与设计研发地震速报手机客户端，公司于 2017 年 3 月获得中国地震台网中心颁发的“防震减灾科技成果奖”。

（三）主营业务收入构成

报告期内，公司按服务类型分类的主营业务收入构成如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
移动应用开发者服务	20,492.32	5,768.20	2,767.80
移动互联网营销服务	10,851.19	11,194.42	4,948.82
数据服务及其他	1,953.56	728.22	51.42
合计	**33,297.08**	**17,690.84**	**7,768.03**

（四）主要经营模式

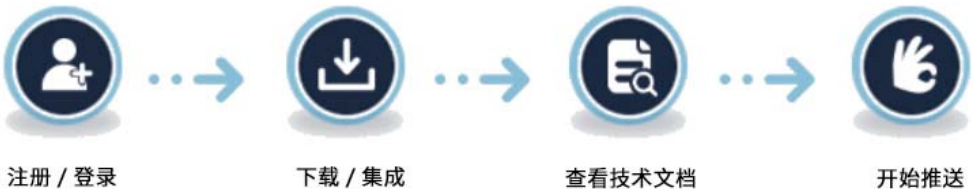
1、服务模式

公司提供的服务主要包括移动应用开发者服务、移动互联网营销服务和其他数据服务三类。

（1）移动应用开发者服务

A.技术推送服务

在基础推送服务模式下，公司在自身官网上为移动应用开发者提供“个推 SDK”，移动应用开发者自行下载将其集成进自身 APP 后便可使用公司的消息推送服务。公司还可为集成了“个推 SDK”的移动应用开发者提供后续的数据统计和技术服务。



对于银行、证券公司等对安全性、私密性有特殊要求的客户，公司还提供私有云服务，将服务器架设到其自有机房，便于客户监管。公司也可根据客户的具体需求定制专属化的 SDK，帮助其更好地集成推送功能。

在轻推送服务模式下，公司与移动应用开发者建立直接联系，根据对方的业务需求及运营指标制定推送任务。

B.用户画像服务

公司与客户签订合同后，公司负责向客户提供“个像 SDK”及技术支持，并协助客户完成“个像 SDK”在客户 APP 中的集成，客户集成“个像 SDK”后，即可在服务端或 APP 中获取用户画像和订阅场景事件，公司负责“个像 SDK”的后续维护、升级及调试。

（2）移动互联网营销服务

公司的移动互联网营销服务按类型分为品牌广告和效果广告。

A.品牌广告

公司根据广告主的营销需求和投放预算圈定具体投放人群并制作投放排期，经广告主确认后开始广告投放。在广告完成投放后，公司还会统计相应投放数据，制作结案报告。

品牌广告执行完毕后，公司的广告执行人员会将广告投放数据进行比对，以邮件或聊天工具等方式向客户提供相关广告投放数据，与第三方监测进行比对，核对投放过程的准确性，然后根据事先约定制作完成项目投放的结案报告并提供给客户。在核对投放数据无误后，公司商务人员根据排期拟定结算单并和客户进行确认。

在品牌广告业务中，广告主/广告代理商通常会聘请第三方监测机构，如Admaster、秒针等，对广告数据进行监测，广告展示执行完毕后，第三方监测机构会将监测数据反馈给广告主/广告代理商，广告主/广告代理商依据监测数据与公司就广告展示数量进行确认。公司根据系统后台数据与客户的数据进行比对，若存在差异将寻找原因，双方最终核对一致后，确认最终广告投放数据，并确认相关收入。

因此，在品牌广告业务中，公司的业务系统记录了广告展示的相关业务数据，同时第三方监测机构也对广告投放数据进行了独立监测，因此将公司与客户确认的广告展示数据是客观公允的，且可以验证。

B.效果广告

公司依据广告效果指标向广告主收取费用，效果指标通常为新增用户数、新增安装量、点击数、销售收入等。双方对效果指标协商一致并签订合同后，公司开始广告投放。在广告完成投放后，双方依据事先约定的效果指标的完成情况进行后续结算。

效果广告执行完毕后，公司商务人员会以邮件、聊天工具等方式向客户提供相关投放数据，包括下发、展示、点击等，并就投放数据与客户进行核对，及时反馈正确的投放信息。在取得双方的投放数据后，公司与客户进行核对，确认最终有效投放量。公司和客户根据最终有效投放量拟订结算单，商务人员按照公司的流程进行结算单确认与盖章，并寄出给客户确认。

在效果广告业务中，客户依据广告投放的实际效果支付费用，广告效果客户可以自行监测，因此通常无第三方监测机构参与，无第三方监测数据。但由于客户自身可以监测相关数据，并与公司的数据进行核对，可以保证数据的可靠性和公允性。

（3）其他数据服务

在 DMP 服务模式下，公司主要将客户提供的样本数据或目标受众（Target Audience）描述通过大数据分析技术进行分类和标签，并向客户提供匹配或扩展后的标签数据，指导其进行后续的营销和业务决策。

在数据分析与咨询服务模式下，公司会根据客户的特定数据需求判定任务复杂度，并结合自身的数据能力，调用相关资源完成服务内容。

2、盈利模式

（1）移动应用开发者服务

A.技术推送服务

对于基础推送，公司提供免费服务和收费服务。

在免费模式下，移动应用开发者可在公司官网自行下载个推推送 SDK，通过自行阅读技术服务手册将“个推 SDK”与自身 APP 集成，公司提供后续的技术支持，但在免费模式下提供的服务种类相对有限，在推送速度及用户数上亦有限制。

当 APP 的用户数量达到一定规模，或移动应用开发者在推送速度、推送质量分析和用户画像等方面有特定要求时，公司将为其提供个性化的技术推送服务并收取费用。公司与移动应用开发者通过洽谈，签署书面合同并确定服务价格。收费方式是公司每月根据后台统计的同时在线数，以阶梯定价、封顶收费等模式收费。

对于银行、证券等客户，公司主要以招投标的形式获取订单，并按合同约定的金额收费。

对于轻推送服务，在业务执行完毕后，公司与移动应用开发者的后台数据对账，以实际确认数据进行收费。

个推 SDK 的版本分为服务器端版本和客户端版本。服务器端版本 1.0 于 2012 年 10 月推出，应用了长连接技术；2014 年 5 月升级为 2.0 版本，加入了智能标签和分组功能，能够实现精准推送；2015 年 4 月升级为 3.0 版本，加入了场景化推送功能。客户端大版本 1.0 于 2012 年 10 月推出，于 2014 年 5 月升级为大版本 2.0，截至 2017 年末仍为 2.0 版本。

公司个推 SDK 版本的升级更新是为了给移动应用开发者提供更加智能、高效的技术推送服务，在版本升级后，所有移动应用开发者包括免费客户和付费客户均可免费升级产品版本并继续获得公司提供的更加优良的技术推送服务，付费客户已签订的推送合同继续执行。

B.用户画像服务

与“个推 SDK”类似，在客户集成“个像 SDK”后，公司每月根据后台统计的相关服务数据，主要以阶梯定价、封顶收费等模式收费。

（2）移动互联网营销服务

对于品牌广告，公司一般按 CPM 的模式收费。公司根据广告主的投放需求和预算，与广告主沟通后确定投放的目标人群、通知栏广告和应用内广告的投放排期，经双方确认后进行广告投放。品牌广告客户分为两类：一类为直客，即直接进行广告投放的广告主；一类为广告代理公司，公司通过与广告代理公司合作间接获得品牌广告主的订单。公司与 WPP、电通安吉斯、华扬联众、省广股份等知名广告代理公司保持良好关系，并已和海尔、微软等知名广告直客展开合作。

效果广告主要服务移动应用开发者、电商等客户，一般按 CPC、CPA、CPS 等基于投放效果的收费模式收费。公司具有较强的大数据获取和分析挖掘能力，对投放媒体、投放人群的选择有着较为敏锐的认知，能够从中挑选出最为合适的媒体或人群进行定向投放。在自有媒体资源不足或预期无法产生最佳投放效果时，公司也会和第三方效果广告公司合作，委托其进行效果广告的投放，并对下游具体的投放资源选择提供数据支持。

（3）其他数据服务

在 DMP 服务中，公司主要根据合同约定的服务内容，参照公司提供的或成功匹配的数据量，以按量计费、阶梯定价、保底、分成等多种模式收费。

在数据分析与咨询服务中，客户需付费向公司购买相应服务内容。公司依据数据分析任务的难易程度拟定价格，获取收益。

3、采购模式

公司采购的内容主要包括 IDC 带宽、机柜租赁、服务器与交换机和广告投放流量。公司的采购部门与业务部门沟通，根据公司业务发展需要确定相关产品或服务的采购数量，并由财务部负责价格审核。

（1）IDC 带宽及机柜租赁

IDC 带宽及机柜租赁费用是指公司在 IDC 中心采购的带宽和机柜使用等技术服务费用。每年末，公司核对该年度的 IDC 带宽使用及机柜租赁情况，并结合未来业务发展目标，对下一年度的 IDC 带宽及机柜租赁费用进行预估，确定下一年度的采购数量，然后由采购部门人员询价，确定采购价格。

（2）服务器与交换机

服务器与交换机主要用于公司基础 IT 系统的搭建。公司通常根据现有服务器与交换机的使用情况，预估未来业务发展所需的具体数量，由采购部门在市场上询价，进行合同谈判，与供应商达成合作意向。公司建立了完善的供应商管理制度，以保证公司能够获得供应商长期、稳定、优质的设备和服务。

（3）广告投放流量

A.媒体资源

公司主要向移动应用开发者采买媒体资源用于广告投放。由于很多移动应用开发者是公司在技术推送服务中的客户，公司能够深入了解此类 APP 的用户群体和属性划分，因此公司通常选择向使用公司技术推送的移动应用开发者采买媒体资源，以便更好地契合广告主的营销需求采买到质优价廉的流量，也能够根据业务投放量预估媒体采购数量，减少媒体资源的浪费。

公司采购的媒体资源分为两种：通知栏广告的推送通道和应用内广告的媒体资源。

通知栏广告的推送通道采购是指公司向 APP 开发商采购的用于进行通知栏广告推送的推送通道。获得推送通道后，在经过 APP 开发商审核后，公司可将

特定广告信息以该 APP 的通知栏广告的形式推送至移动终端。推送通道的采购通常按推送条数收费，根据实际使用情况主要采用按量计费的定价模式，同时结合保底、封顶等多种定价策略。

应用内广告的媒体资源采购主要分为竞价模式和非竞价模式。竞价模式下的采购是在私有化广告交易平台或公开广告交易平台上通过竞价的方式进行的。在该种模式下，公司通常已经获得广告主的投放预算或已确定拟投放人群，若公司基于自身的大数据分析认为某广告位指向的终端用户不是广告主目标客户，则不会进行采购，也不会有相应费用产生。在竞价模式下，实际采购的媒体资源价格因广告位的稀缺性，各方的出价有所不同。非竞价模式下的采购则没有竞价环节，可以使买卖双方按照协商好的价格或流量进行交易。

B.效果广告投放服务

效果广告投放服务指公司向其他效果广告公司采购的广告投放服务。随着公司业务规模的不断增大，在自身投放资源不足或预期无法完成最佳投放效果时，公司也会与其他效果广告公司合作，通过其进行效果广告的投放。在此过程中，公司向其他效果广告公司提供用户筛选、媒体甄别等数据指导，采购预期投放效果最佳的效果广告投放服务。投放完毕后，双方按照事先约定的效果指标（如 CPA、CPC）实现情况进行结算。

（五）主营业务创新情况

在移动互联网的浪潮中，随着移动互联网人群及移动终端的大幅增长，移动应用开发者数量也迅速增长。为满足移动应用开发者消息推送的需求，公司适时开发出了第一代“个推 SDK”产品，取得了第三方手机消息推送服务市场的先发优势。其后，公司不断加强推送技术的研发和升级，陆续推出了“个推 SDK 2.0”和“个推 SDK 3.0”产品，巩固了公司在第三方手机消息推送市场的市场地位。

通过向移动应用开发者提供技术推送服务，公司拥有了较强的大数据获取能力，并在大数据垂直化应用领域内不断进行业务拓展。2014 年，基于“个推 SDK”积累的海量数据，公司将手机消息推送的形式与移动互联网广告相结合，推出了通知栏广告业务，切入移动互联网营销市场。2015 年，公司推出了面向品牌广告主的移动互联网营销平台——个灯，向品牌广告主提供移动互联网精准营销服

务。

目前，公司已形成从数据收集、数据挖掘到数据应用的完整大数据产业链条。公司通过对为移动应用开发者提供推送服务所积累的海量数据进行脱敏、清洗、筛选和整理，形成标签化、系统性的数据资源，并将其广泛应用于移动互联网营销、体育、旅游、公共服务等大数据垂直化应用领域。

公司十分重视创新的持续性，目前拥有一支超过 170 人的研发队伍，研发能力突出。同时，公司鼓励创新，有着良好的创新氛围，使发行人持续不断地推出具有创新性和富有竞争力的产品。

（六）设立以来主营业务的演变情况

公司成立之初，曾从事手机数据备份业务。2012 年，公司开始专注于第三方手机消息推送技术的研发和应用，公司的产品不断优化升级，客户群体不断扩大；在服务移动应用开发者的同时，基于推送技术和大数据的积累，公司业务向移动互联网精准营销领域拓展，深耕大数据垂直化应用领域，致力于向客户提供移动互联网综合服务。报告期内，公司的主营业务未发生重大变化。公司的业务发展经历了以下四个阶段：

1、第一阶段

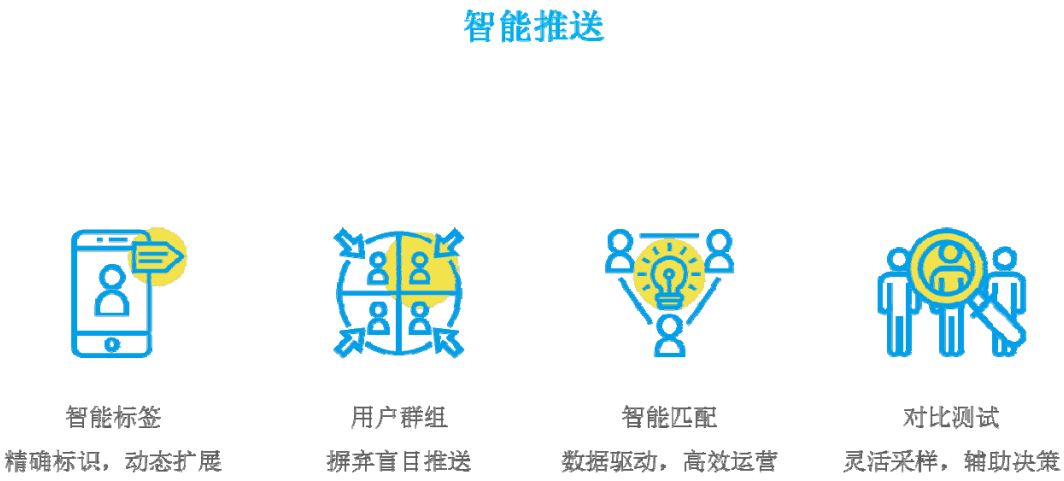
2012 年初，公司专注于为大客户提供定制推送服务，合作伙伴包括微博、91 助手等。2012 年 10 月，公司开始面向普通移动应用开发者开放推送 SDK，即“个推 SDK 1.0”。

“个推 SDK 1.0”使用了公司研发的长连接技术，保障了推送链路的活跃状态，提升了推送消息的触达率；此外，公司在技术上实现了多个 APP 推送链路的合并，有效减少了电量及流量的消耗，并保障了应用的活跃度。

2、第二阶段

2014 年，随着公司“个推 SDK”的日均活跃用户数及日均覆盖移动终端数不断增加，基于“个推 SDK”积累的海量数据，公司开始在移动互联网营销领域进行效果广告的变现尝试。

在移动应用开发商运营越来越精细化的背景下，2014 年 5 月公司推出“个推 SDK 2.0”产品，2.0 版本加入了智能标签和分组测试的功能，使移动应用开发者能对特定用户群体实现精准消息推送。



3、第三阶段

2015 年 4 月，公司推出“个推 SDK 3.0”，加入了场景化推送功能。利用 LBS 围栏技术，“个推 SDK 3.0”可以使移动应用开发者圈定一个特定区域进行实时触发性的消息推送，为移动应用开发者深入挖掘客户的场景化特征提供了有

效手段。

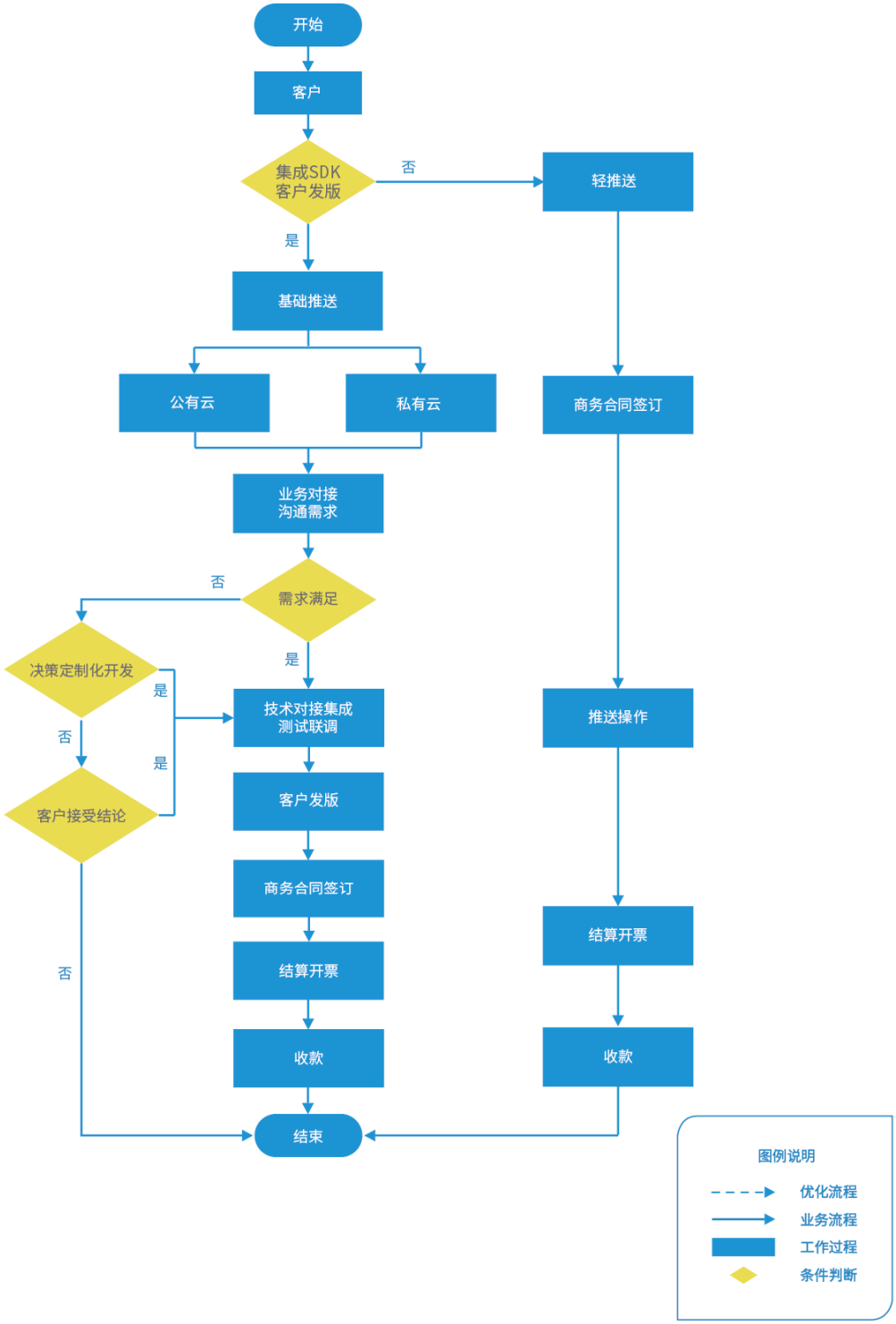
4、第四阶段

2015 年 11 月，公司推出了面向品牌广告主的场景化移动营销平台“个灯”，依托大数据用户画像和地理围栏技术，实现广告的实时精准投放，为品牌广告主提供基于大数据的营销解决方案。公司开始切入品牌广告领域，并在大数据垂直化应用领域展开布局。

（七）主要服务的服务流程图

1、技术推送服务

（1）流程图



（2）各环节内控措施及留存信息内容

A.基础推送服务（付费客户）

阶段	内容	描述	职责	责任人	使用工具/平台	文件信息
需求排期确认	售前支持	针对于客户售前的咨询问题进行答疑	初步确定客户要求	客户、商务、运营支撑	电邮等	无
	需求沟通	根据客户的需求，确认是否接入 SDK，若不接入则走轻推送，接入则确认公有云或私有云	确认商务可合作的方式	商务、运营支撑	电邮等	无
	需求确认	根据之前粗略的需求沟通，进一步明确对接业务具体需求点和提供接入的技术支持	确认客户详细需求和实现方式	运营支撑	电邮等	SDK、接入文档、需求文档
业务对接	定制化开发	客户若有定制化的开发需求，则进行对应的功能研发	负责定制化功能的研发	运营支撑、研发团队	邮件、研发系统、内部工具等	需求文档等项目开发过程文档
	技术对接集成、测试联调	客户 APP 开始集成 SDK 并开始前后端的联调、测试	完成基础推送的接入	客户研发团队、运营支撑	电邮、开发者平台	SDK、接入文档
	客户发版	客户正式向市场发布集成完成的 APP 版本	完成 APP 发版	运营支撑	APP 发布平台等	APP 的发版文件
	售后支持	在客户后续使用过程中及时给与疑难解答和技术支持	售后技术服务支持	运营支撑	电邮等	
商务合同	合同确认	根据确认的需求范围，确认合同内容。	确认合同内容	客户、商务、法务、财务	电邮等	合同文档
	合同签署	根据确认的合同双方进行合同签署审批流程	合同正式签署	客户、商务、法务、财务	电邮等	正式合同
结算	结算数据确认	当月根据合同约定的内容进行同时在线数等结算数据的核对，并确认收入	保证结算单正确性、按照流程办事	商务、商务助理	电邮等	邮件确认函等
	发票寄出	商务助理将结算数据确认无误后递交财务开具对应金额的发票等信息	确保发票等信息的正确无误，严格按照流程办事	商务助理、财务	电邮等	发票等
	客户打款	商务同事跟踪后续客户打款进度，及时同步给财务同事并与客户确认	跟踪发票寄出情况，提醒客户打款	商务、财务	电邮等	打款凭证

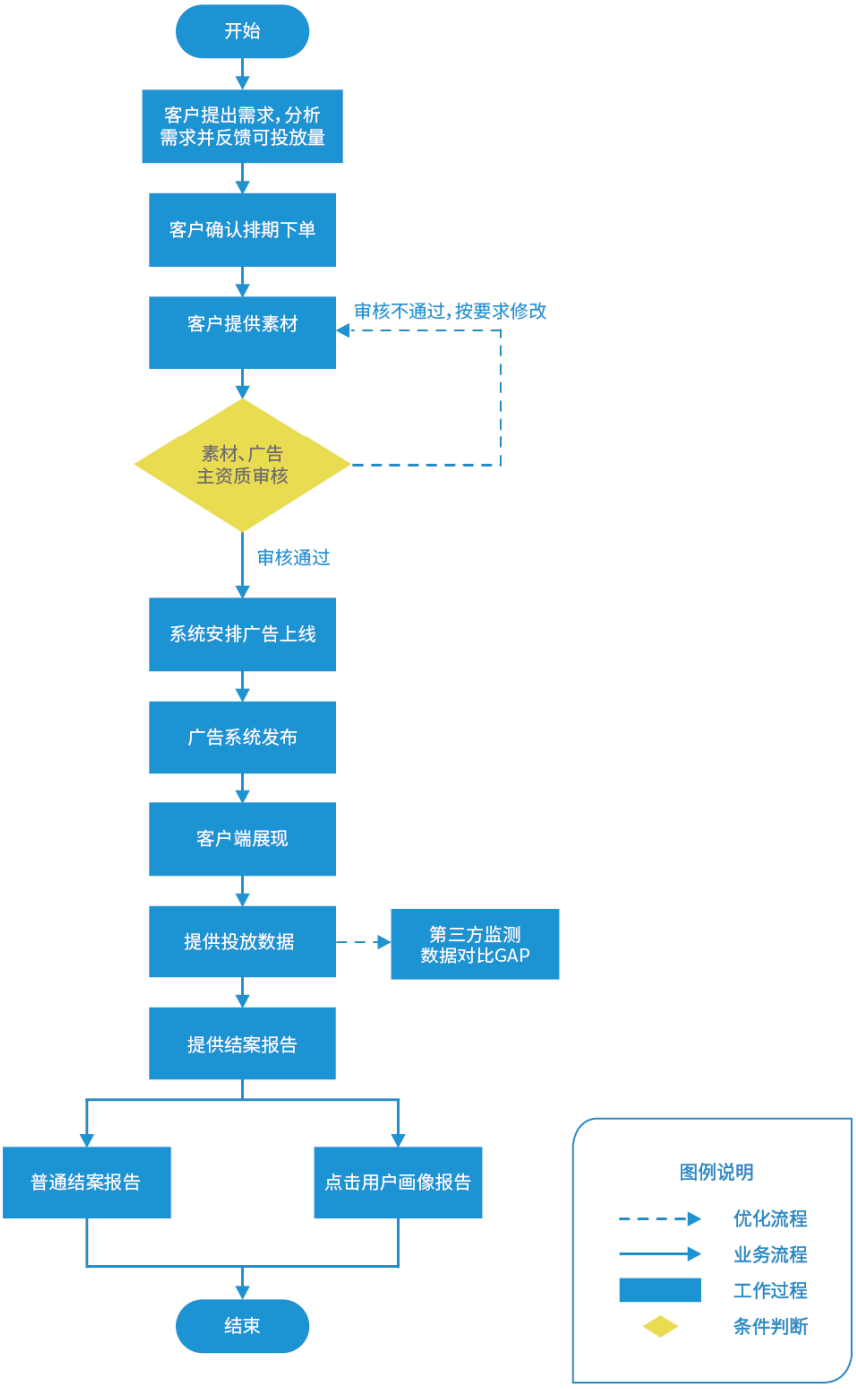
B.轻推送

阶段	内容	描述	职责	责任人	使用工具/平台	文件信息
需求确认	需求沟通	在确认不接入 SDK 并有轻推送意向后，进行轻推送的需求沟通	确定最终符合客户要求的轻推送投放方案	商务	电邮等	无
	投放量确认	根据客户的需求，运营同事结合 APP 数据统计可投放量	确认可投放量	商务、运营	电邮等	无
	确认投放量与投放计划	与客户确认可投放量与投放计划确认，客户需要提供资质审核材料以及轻推送投放物料内容	投放量和投放计划得到客户的确认，得到完成的资质证明与投放物料内容	商务、运营	电邮等	投放计划
投放安排及审核	资质审核	商务把客户的资质证明材料提供给运营人员审核	确认资质证明材料正确并合法合规，特殊资质文件由法务同事审核	商务、运营、法务	电邮等	资质证明材料、投放物料
	投放物料录入	商务提供轻推送投放物料给运营人员，由运营人员根据投放计划录入商业运营投放系统	物料内容提供无误、及时安排投放	商务、运营	邮件、商业运营投放平台	
	审核任务工单	审核员结合投放计划表对待投放任务进行内容审核	确保内容正确、投放对象、方式无误	审核员	邮件、商业运营投放平台	
数据核对	轻推送数据提供	任务投放隔天提供任务相关投放唤醒数据	及时反馈正确的投放数据	运营	邮件、商业运营投放平台	投放数据
	数据反馈	商务根据客户要求，定时反馈投放数据以及需要的信息	及时反馈正确的投放后的信息	商务	电邮等	投放数据
	数据核对	商务同事将投放数据，反馈给客户，与客户核对，确认最终有效投放量	反馈正确的投放数据，保证与客户的核对过程真实正确	商务	电邮等	两方数据
商务合同	合同确认	根据确认的需求范围，确认合同内容。	确认合同内容	客户、商务、法务、财务	电邮等	合同文档
	合同签署	根据确认的合同双方进行合同签署审批流程	合同正式签署	客户、商务、法务、财务	电邮等	正式合同
结算	结算数据及收入确认	商务和客户根据最终有效唤醒量拟订结算单，商务同事按照公司的流程进行	保证结算单正确性、按照流程办事	商务、法务	电邮等	结算单

阶段	内容	描述	职责	责任人	使用工具/平台	文件信息
		结算单确认与盖章，并寄出给客户进行盖章，财务部根据对方确认的结算数据确认收入				
	发票寄出	收到对方盖章后的结算单，确认无误后递交财务开具对应金额的发票等信息。	确保发票等信息的正确无误，严格按照流程办事	商务、财务	电邮等	发票等
	客户打款	商务同事跟踪后续客户打款进度，及时同步给财务同事并与客户确认	跟踪发票寄出情况，提醒客户打款	商务、财务	电邮等	打款凭证

2、品牌广告服务

（1）流程图

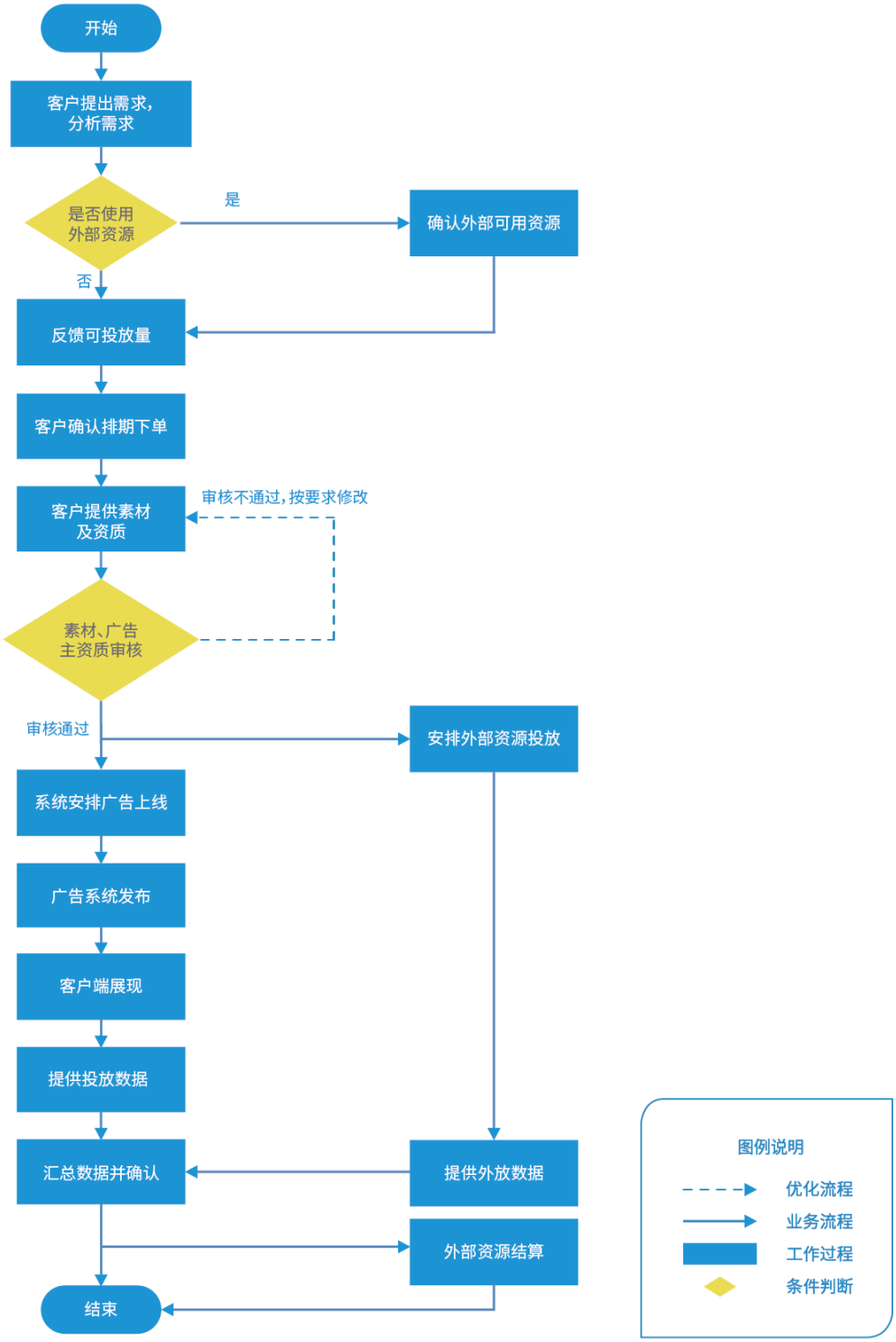


（2）各环节内控措施及留存信息内容

阶段	内容	描述	职责	责任人	文件信息
需求排期确认	需求梳理	分析客户提出的需求，根据客户广告需求和行业特点，结合品牌广告投放优势，策划投放策略	确定符合客户要求的投放排期	客户、商务、区域执行	无
	投放量确认	根据客户的需求，区域执行、广告执行同事与媒体采购同事确认当前媒体资源是否充足	确认媒体资源的可投放量情况	区域执行、广告执行、媒体采购	无
	确定排期表	与客户确认投放量与排期表，以及客户需要提供的资质审核材料和投放素材内容、第三方监测	最终投放量和排期表得到客户的确认，得到完整的资质证明与投放素材内容	商务、区域执行	排期表
投放安排及审核	工单录入	区域执行根据排期表提交包括广告主资质和素材、及相关要求等	保证按排期表准确的进行提单，确保资质、素材内容提供无误	区域执行	资质证明材料、投放素材
	资质审核	对区域执行提交的客户资质证明和素材等进行审核	确认资质证明材料和素材正确并合法合规，特殊资质文件由法务同事审核	区域执行、审核专员、法务	资质证明材料、投放素材
	任务投放	系统根据审核的工单信息进行任务投放	确保内容正确、投放对象、方式无误	广告执行	
投放完成	数据比对	任务投放隔天提供任务相关投放数据，包含展示以及点击，与第三方监测进行比对	核对投放过程的准确性	广告执行、区域执行、客户	投放数据
	结案报告	根据事先的约定，制作并提供普通结案报告或点击画像报告	完成项目投放的结案报告	商务、区域执行	结案报告
结算	结算数据及收入确认	投放完毕后，财务部根据商务提交的结算数据进行收入的确认。	保证结算单正确性	商务	收入凭证
	发票寄出	商务同客户根据排期 KPI 核对确认无误后递交财务开具对应金额的发票	确保发票等信息的正确无误	商务、财务	发票等
	客户打款	商务跟踪后续客户打款进度，及时同步给财务并与客户确认	跟踪发票寄出情况，提醒客户打款	商务、财务	打款凭证

3、效果广告服务

（1）流程图

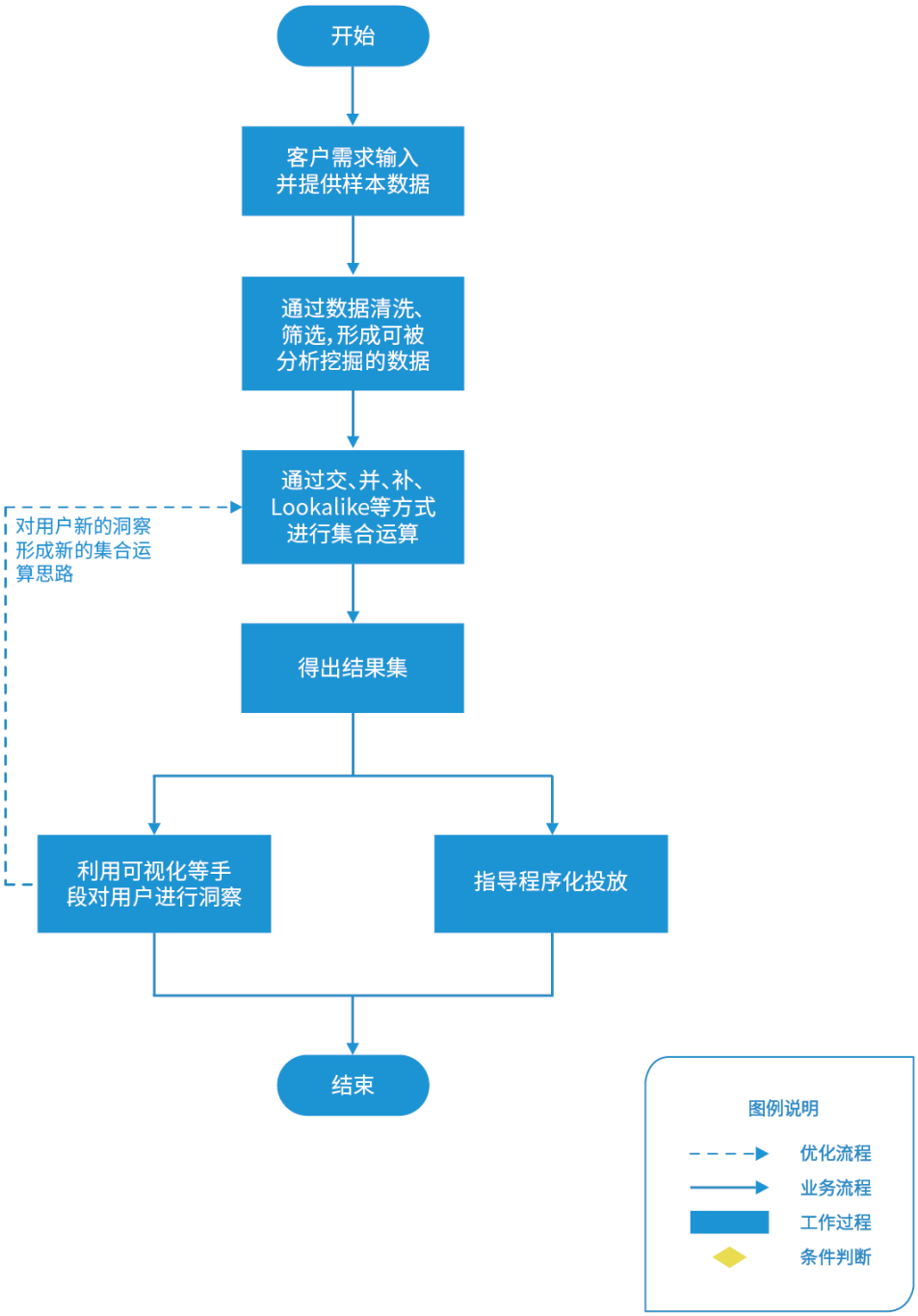


（2）各环节内控措施及留存信息内容

阶段	内容	描述	职责	责任人	文件信息
需求确认	需求梳理	分析客户提出的需求，根据客户广告需求，结合效果广告投放优势，拟订最有效的投放安排	确定最终符合客户要求的投放方案	商务	无
	投放量确认	根据客户的需求，媒体运营人员与媒体采购人员确认当前媒体资源是否充足，是否需要结合外部资源完成投放要求	确认明确的媒体资源使用情况	媒体运营、媒体采购	无
	敲定投放量与排期计划	与客户确认可投放量与排期计划确认，客户需要提供资质审核材料以及投放物料内容	投放量和排期计划得到客户的确认，得到完成的资质证明与投放物料内容	商务、媒体运营	排期表
投放安排及审核	资质审核	商务把客户的资质证明材料提供给运营人员审核	确认资质证明材料正确并合法合规，特殊资质文件由法务同事审核	商务、媒体运营、法务	资质证明材料、投放物料
	投放物料录入	商务提供投放物料给运营人员，由运营人员根据排期计划录入效果广告投放系统，商务与运营人员确认投放后所需要的数据反馈内容	物料内容提供无误、及时安排投放	商务、媒体运营	
	外部投放资源安排	运营人员根据投放需求安排外部投放资源	物料内容提供无误、及时安排投放	媒体运营	
	审核任务工单	效果广告审核员结合投放计划表对待投放任务进行内容审核	确保内容正确、投放对象、方式无误	审核员	
数据核对	效果广告数据提供	任务投放隔天提供任务相关投放数据，基础数据包含下发、展示以及点击	及时反馈正确的投放数据	商务、媒体运营	投放数据
	外部投放数据提供	任务投放隔天，运营人员从外部投放对接人员获取投放数据	及时反馈正确的投放数据	商务、媒体运营	投放数据
	数据反馈	商务根据客户要求，定时反馈投放数据以及需要的信息	及时反馈正确的投放后的信息	商务	投放数据
	数据核对	商务合并内外部投放数据，反馈给客户，与客户核对，确认最终有效投放量	反馈正确的投放数据，保证与客户的核对过程真实正确	商务	两方数据
结算	结算单确认	商务和客户根据最终有效投放量拟订结算单，商务按照公司的流程进行结算单确认与盖章，并寄出给客户进行盖章	保证结算单正确性、按照流程办事	商务、法务	结算单
	发票寄出	收到对方盖章后的结算单，确认无误后递交财务开具对应金额的发票等信息。	确保发票等信息的正确无误	商务、财务	发票等
	客户打款	商务跟踪后续客户打款进度，及时同步给财务同事并与客户确认	跟踪发票寄出情况，提醒客户打款	商务、财务	打款凭证

4、DMP 服务

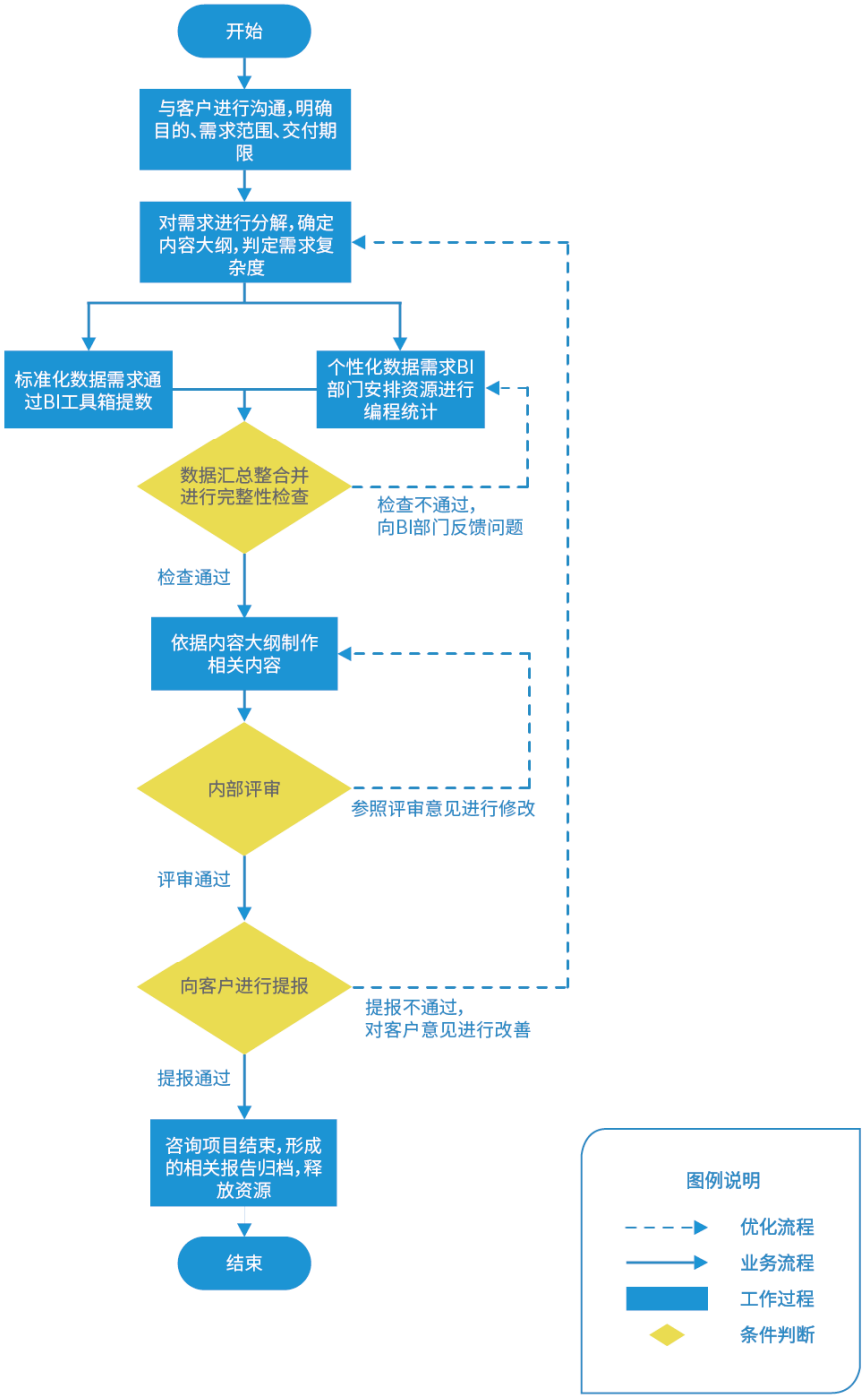
（1）流程图


开始
客户需求输入
并提供样本数据
通过数据清洗、
筛选，形成可被
分析挖掘的数据
通过交、并、补、
Lookalike等方式
进行集合运算
对用户新的洞察
形成新的集合运
算思路
得出结果集
利用可视化等手
段对用户进行洞察
指导程序化投放
结束
图例说明
优化流程
业务流程
工作过程
条件判断

（2）各环节内控措施及留存信息内容

阶段	内容	描述	职责	责任人	文件信息
需求阶段	需求梳理	客户与商务联系，分析客户提出的需求和数据量	确定客户需求	客户、商务	无
	提供样本数据	根据确定的需求客户提供样本数据	确保数据样本正确无误	数据技术支持	无
数据挖掘	数据清理、筛选	BI根据商务需求和样本数据进行数据处理	预处理数据	BI 人员	
	数据运算	通过交、并、补、Lookalike等方式进行集合运算	建立数据模型	BI 人员	
	结果输出	输出结果集	确保数据内容正确	BI 人员	
数据使用	数据洞察	利用可视化等手段对用户进行洞察	分析数据	数据分析人员、客户	洞察分析报告
	指导程序化投放	客户使用指导程序化投放	数据正确使用	商务、数据支持人员、客户	结果数据文件
结算	结算单确认	商务和客户确认结果数据量	保证结算单正确性、按照流程办事	商务	结算单
	发票寄出	收到对方盖章后的结算单，确认无误后递交财务开具对应金额的发票等信息。	确保发票等信息的正确无误，严格按照流程办事	商务、财务	发票等
	客户打款	商务同事跟踪后续客户打款进度，及时同步给财务同事并与客户确认	跟踪发票寄出情况，提醒客户打款	商务、财务	打款凭证

5、数据分析与咨询服务


开始
与客户进行沟通，明确目的、需求范围、交付期限
对需求进行分解，确定内容大纲，判定需求复杂度
标准化数据需求通过BI工具箱提数
个性化数据需求BI部门安排资源进行编程统计
数据汇总整合并进行完整性检查
检查不通过，向BI部门反馈问题
检查通过
依据内容大纲制作相关内容
内部评审
参照评审意见进行修改
评审通过
向客户进行提报
提报不通过，对客户意见进行改善
提报通过
咨询项目结束，形成的相关报告归档，释放资源
结束
图例说明
优化流程
业务流程
工作过程
条件判断

二、发行人所处行业基本情况及市场竞争状况

（一）行业主管部门、行业监管体制、主要法律法规及产业政策

公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务，属于移动互联网大数据行业中垂直化应用的细分领域。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）规定，公司属于“I64 互联网和相关服务”。根据《国民经济行业分类》（2011 年修订），公司属于“64 互联网和相关服务”下的“6420 互联网信息服务”。

1、行业主管部门和行业监管体制

大数据垂直化应用行业的主管部门为工业和信息化部，其他监管部门根据大数据的最终应用行业的不同而有所区别。具体来说，移动应用开发者服务等互联网相关服务主要受工业和信息化部的监管，而移动互联网营销服务除工业和信息化部外，还受国家工商总局和各地方的工商行政管理部门等广告行业主管部门的约束。

（1）工业和信息化部

工业和信息化部以及各省、自治区、直辖市设立的通信管理局是互联网信息服务行业的行政主管部门。其中：工业和信息化部主要负责制订互联网信息服务行业的产业政策、产业标准、产业规划，对行业的发展进行宏观调控，总体把握互联网信息服务内容；各地通信管理局对互联网信息服务业务实施政府监督管理职能。

（2）国家工商总局

国家工商总局和各地方的工商行政管理部门是广告行业的主要管理部门。国家工商总局是国务院管理广告行业的直属机构，其责任是引导广告行业发展，进行广告活动的监管工作。国家工商总局里设置广告监督司，其主要职责是“订立广告业发展规划与政策措施并组织实施、订立广告行业监督管理的具体办法、措施；组织监督管理广告活动；监管各类媒介广告发布情况；查处虚假或违法广告；指导广告审查机构工作和广告业组织的工作；深入开展广告专项整治，维护公平

竞争的市场环境；促进广告业健康、协调、可持续发展”。县级以上工商行政管理部门负责辖区内的广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。

另外，中国广告协会、中国商务广告协会、中国商务广告协会综合代理专业委员会是主要的广告行业自律组织。

2、主要法律法规

法规名称	发布单位
《中华人民共和国广告法（2015 年修订）》	全国人民代表大会
《中华人民共和国网络安全法（2016 年）》	全国人民代表大会常务委员会
《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定（2012 年）》	全国人民代表大会常务委员会
《中华人民共和国电信条例（2016 年修订）》	国务院
《互联网信息服务管理办法（2000 年）》	国务院
《电信业务分类目录（2015 年）》	工业和信息化部
《规范互联网信息服务市场秩序若干规定（2011 年）》	工业和信息化部
《电信和互联网用户个人信息保护规定（2013 年）》	工业和信息化部
《互联网广告管理暂行办法（2016 年）》	国家工商总局
《移动互联网应用程序信息服务管理办法（2016 年）》	国家互联网信息办公室

3、相关产业政策

（1）《关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见》

2015 年 7 月，国务院办公厅在《关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见》中提出：要高度重视信息公开和信息流动带来的安全问题，也要充分认识推进信息公开、整合信息资源、加强大数据运用对维护国家统一、提升国家治理能力、提高经济社会运行效率的重大意义。充分运用大数据的先进理念、技术和资源，是提升国家竞争力的战略选择，是提高政府服务和监管能力的必然要求，有利于高效利用现代信息技术、社会数据资源和社会化的信息服务，降低行政监管成本。

（2）《促进大数据发展行动纲要》

2015 年 8 月，国务院印发《促进大数据发展行动纲要》，明确了中国大数据产业发展的指导思想、发展目标和发展任务，确定了我国大数据产业的发展目标，提出要：发展新兴产业大数据。大力培育互联网金融、数据服务、数据探矿、数

据化学、数据材料、数据制药等新业态，提升相关产业大数据资源的采集获取和分析利用能力，充分发掘数据资源支撑创新的潜力，带动技术研发体系创新、管理方式变革、商业模式创新和产业价值链体系重构，推动跨领域、跨行业的数据融合和协同创新，促进战略性新兴产业发展、服务业创新发展和信息消费扩大，探索形成协同发展的新业态、新模式，培育新的经济增长点。

（3）《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》

2016 年 11 月，国务院印发《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，提出将实施国家大数据战略。把大数据作为基础性战略资源，全面实施促进大数据发展行动，加快推动数据资源共享开放和开发应用，助力产业转型升级和社会治理创新。

同时，《规划》提出深化大数据在各行业的创新应用，探索与传统产业协同发展新业态新模式，加快完善大数据产业链。加快海量数据存储、清洗、分析发掘、可视化等领域关键技术攻关。促进大数据软硬件产品发展。完善大数据产业公共服务支撑体系和生态体系，加强标准体系和质量技术基础建设。

（4）《大数据产业发展规划（2016-2020 年）》

2017 年 1 月，工业和信息化部印发的《大数据产业发展规划（2016-2020 年）》指出数据是国家基础性战略资源，大数据成为塑造国家竞争力的战略制高点之一，国家竞争日趋激烈，大数据驱动信息产业格局加速变革，创新发展面临难得机遇；明确了大数据产业的发展目标：到 2020 年，技术先进、应用繁荣、保障有力的大数据产业体系基本形成。大数据相关产品和服务业务收入突破 1 万亿元，年均复合增长率保持 30%左右；强调要强化大数据技术产品研发、深化工业大数据创新应用、促进行业大数据应用发展、加快大数据产业主体培育、推进大数据标准体系建设、完善大数据产业支撑体系等。

4、主要法律法规和相关产业政策对发行人的影响

鼓励性产业政策的逐步实施明确了中国大数据产业的发展方向，相关法律法规的逐步出台也进一步健全了国内关于数据安全和个人隐私保护的法律体系，有助于促进数据资源的有序流动和规范利用，有利于行业内相关公司的持续创新和规范发展。

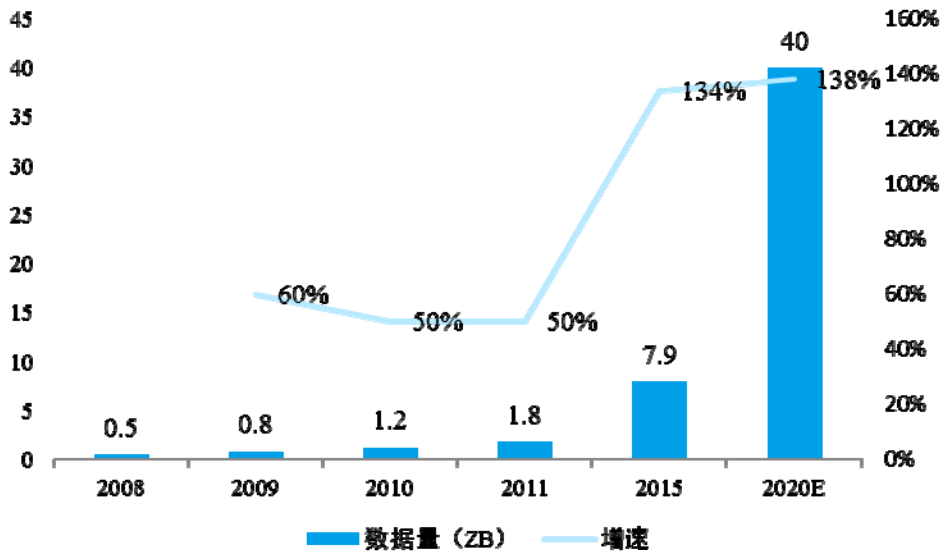
在发展过程中，公司高度重视数据安全和个人隐私的保护，并根据相关法律法规采取了以下措施：在组织结构设计上，公司在总经理下设置了信息安全委员会，由各业务部门负责人兼任，负责公司数据保护相关制度的制定和数据流通的风险评估；在数据处理和流通上，公司对原始数据使用 MD5 加密、自定义用户标识、用户特性模糊化标签化、数据使用群体化等技术手段使其脱敏，无法单独或者与其他信息结合识别至特定个人且不能复原。

公司会持续关注相关法律法规和产业政策的更新情况，在规范的前提下实现可持续发展。

（二）大数据行业概述

1、大数据行业的定义

近年来，随着互联网和智能硬件的快速普及，数据以爆炸方式增长。据 IDC 咨询预计，全球数据总量增长率将维持在 50%左右；到 2020 年，全球的数据总量将达到 40ZB。



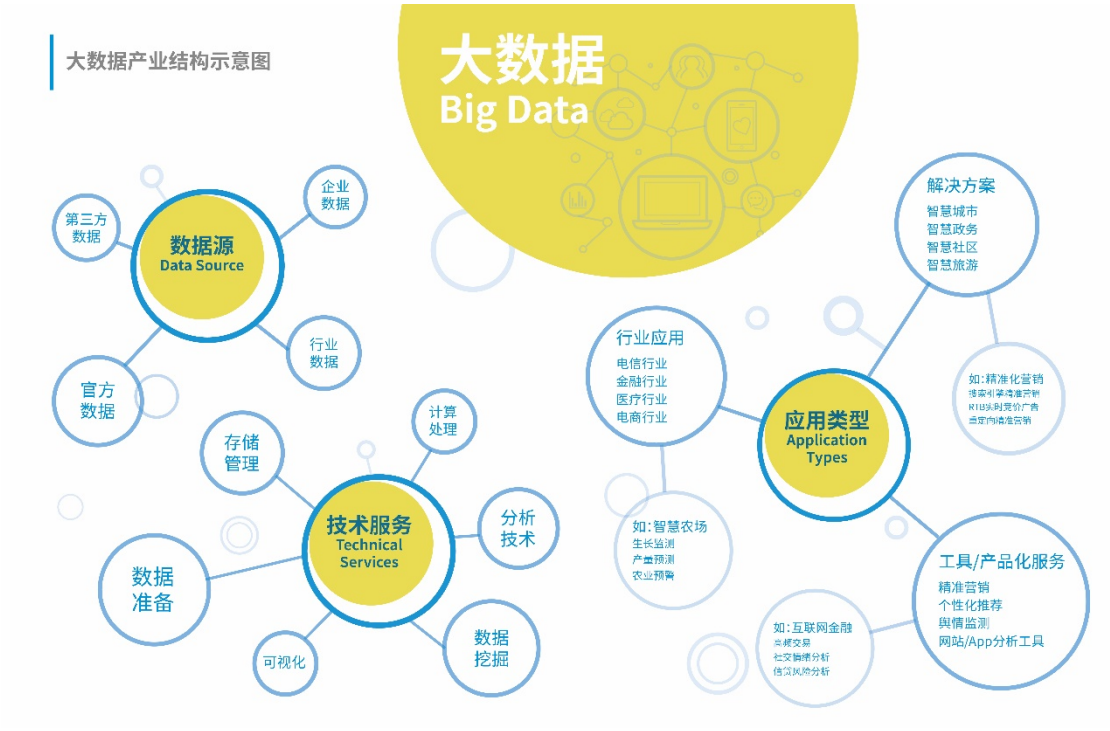
资料来源：IDC 咨询

数据的爆发性增长带来了“大数据”概念。目前大数据的定义并不统一，一般来说，大数据是指“海量、分散的大型数据”，即通过传统的数据库软件无法抓取、储存、管理和分析的大型数据。根据工业和信息化部发布的《大数据产业发展规划》（2016-2020 年），大数据产业指以数据生产、采集、存储、加工、分析、服务为主的相关经济活动，包括数据资源建设、大数据软硬件产品的开发、

销售和租赁活动，以及相关信息技术服务。

在日常生活中，大数据无处不在，它既包括人们在线上的搜索习惯、社交习惯、购物习惯，也包括人们线下行动的地理位置信息等。大数据的发展和完善给国民经济的发展带来了新的推动力。对于商业企业来说，大数据能更加精准地挖掘用户的真实需求，实现企业经营业绩的提升。

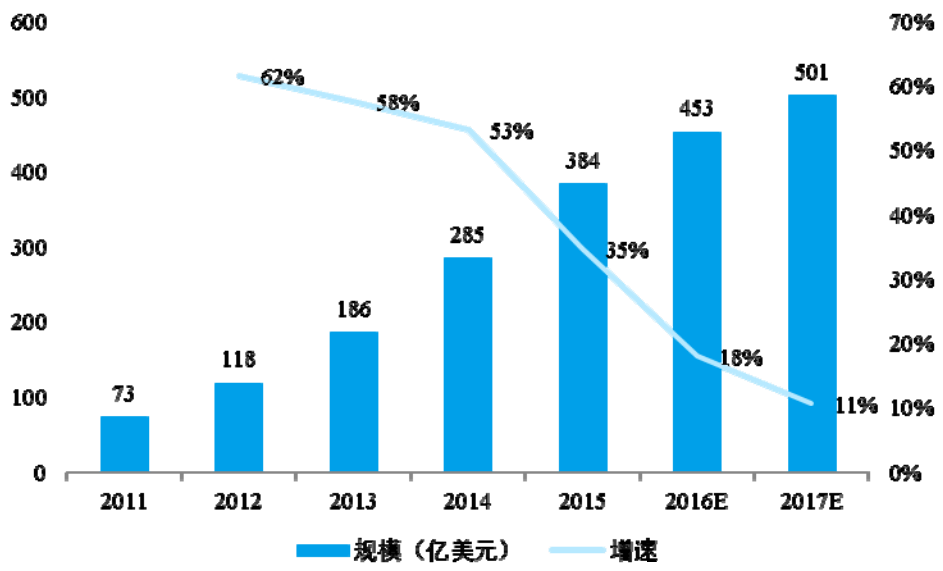
根据艾瑞咨询发布的《中国数据驱动型互联网企业大数据产品研究报告》，整个大数据行业的产业结构如下图所示。在数据来源层面，官方数据、行业数据、企业数据和第三方数据共同组成了中国大数据的底层数据基石；在技术服务层面，可视化、计算处理等技术的成熟为数据的进一步挖掘应用提供了工具；在应用类型层面，以精准化营销、移动应用开发者服务为代表的工具/产品化服务已展现出发展的潜力，大数据对电信、金融、医疗、电商等垂直领域的改造也将使传统行业焕发出蓬勃生机。



资料来源：艾瑞咨询

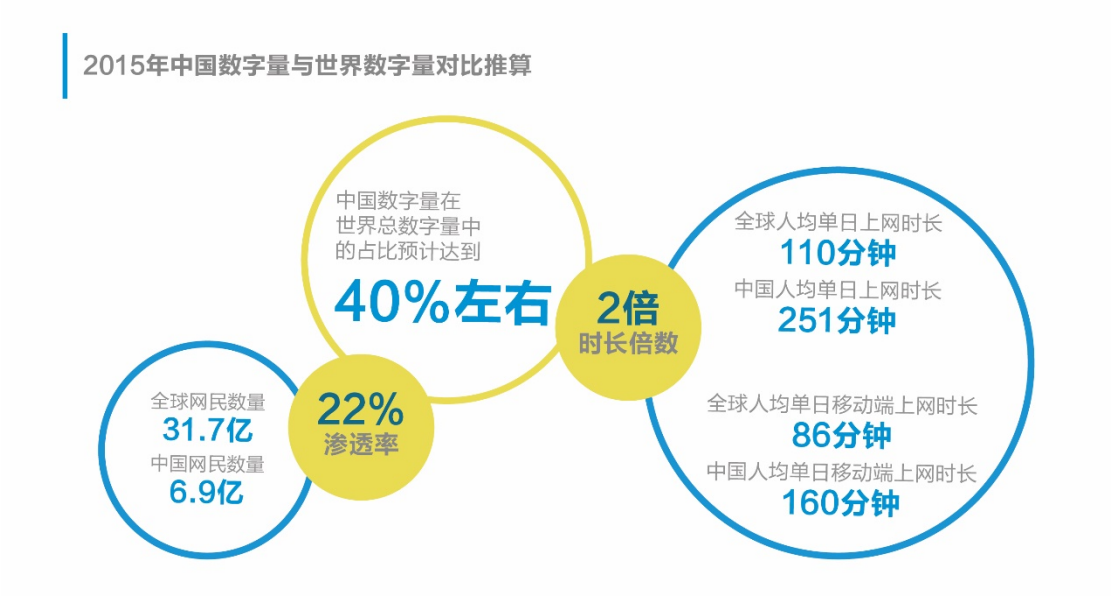
2、大数据行业的市场规模

据 Wikibon 测算，2015 年全球大数据市场规模达 384 亿美元；到 2017 年，全球大数据市场规模预计将达到 501 亿美元，两年的复合年均增长率达 14.2%。



资料来源：Wikibon

在中国，根据艾瑞咨询的监测数据显示：2016 年初，中国人均单日上网时长达到 251 分钟，其中，移动端的上网时长约为 160 分钟。在整体上网时长与移动端上网时长两个人均单日指标上，中国水平均为世界平均水平的两倍左右。据此估算，艾瑞咨询预测中国产生的数字量在世界总数字量中的占比预计达到 40%左右。



资料来源：艾瑞咨询

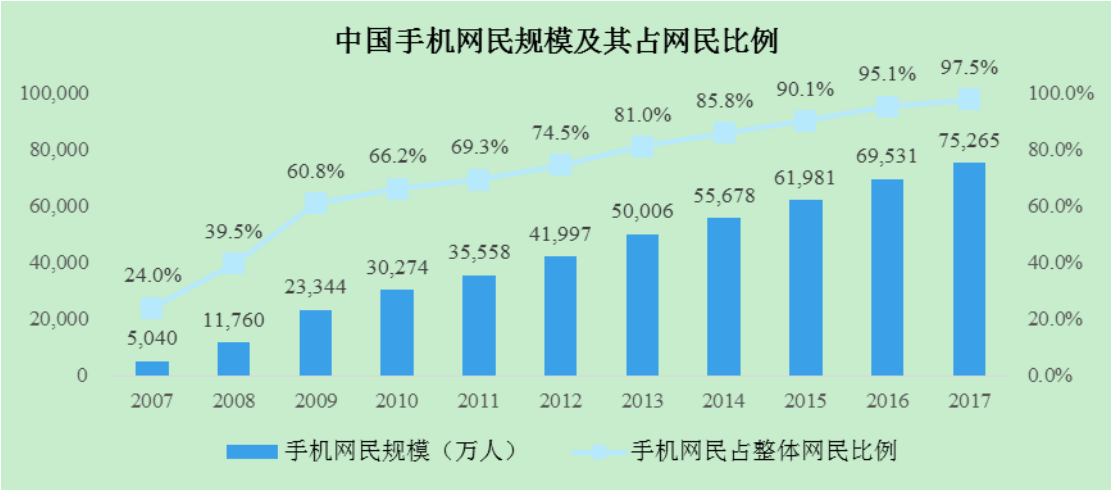
庞大的数据规模为数据的进一步深入挖掘提供了基础，加上国家政策的大力支持，大数据对各垂直化领域的改造作用凸显，中国的大数据产业在未来的发展潜力更加巨大。

3、中国大数据行业的发展现状与未来发展趋势

（1）手机网民数量不断攀升，移动端数据价值凸显

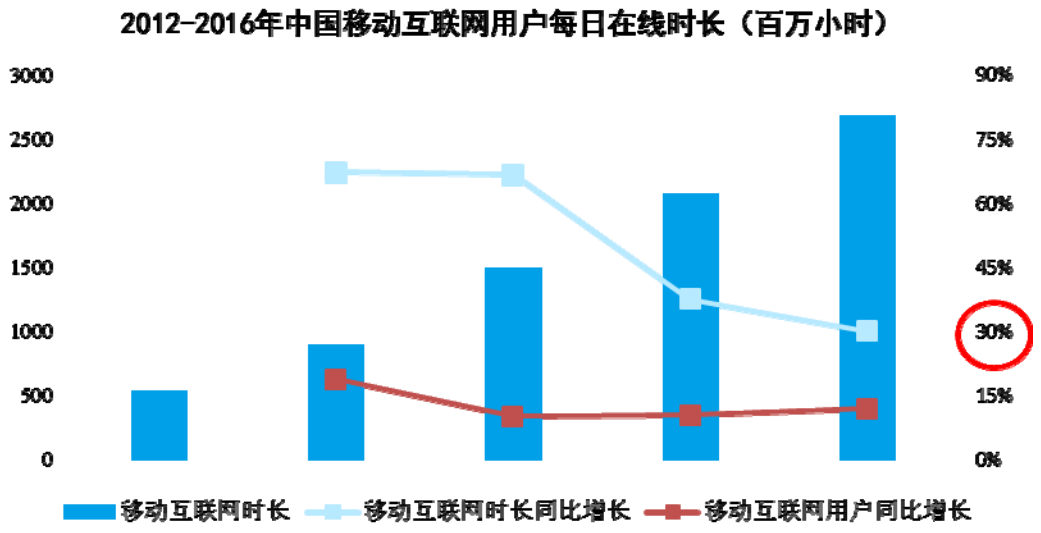
近年来随着互联网的迅速普及，中国网民数量不断增加。中国互联网行业的迅速发展带动了中国大数据产业的成长，大数据的逐步应用也反哺互联网行业，催生出一批成功的数据驱动型互联网企业。

随着移动网民的增长和物联网渗透率的进一步提升，移动端的数据价值已经凸显。根据 CNNIC 发布的数据显示，截至 2017 年 12 月，我国手机网民数量达 7.5 亿，占整体网民数量的 97.5%。手机，因随身携带、时刻在线等特点，已取代 PC，成为网络生活新的中心。



资料来源：CNNIC

在移动网民数量持续增长的同时，中国移动网民日均在线时长也在不断攀升。根据高瓴资本统计，2016 年中国移动互联网用户每日在线时长超过 2,500 百万小时，同比增长率超过 30%。手机网民持续增长，使得大数据采集群体更加广泛；移动端使用时长增加，信息采集更加丰富连贯；场景化特征为大数据发展带来新契机。



资料来源：高瓴资本

移动端数据，因其数量巨大、连续性好的特征，拥有着巨大的挖掘潜力；但其碎片化、场景化的特点也使挖掘难度增大。因此，国内大数据厂商跨平台跨场景的数据获取能力、整合能力以及算法优化能力将成为竞争的核心。

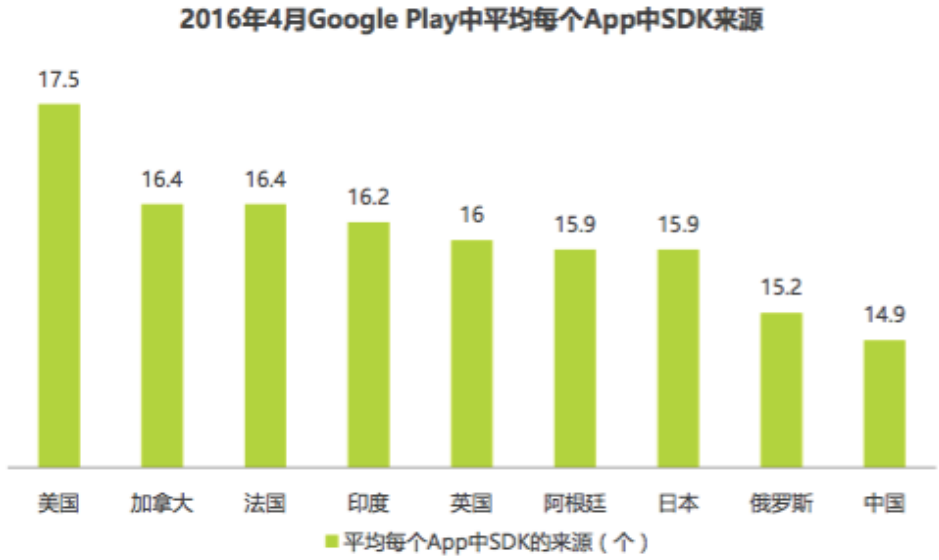
（2）APP 数量持续激增，移动开发者群体不断扩大

据 App Annie 数据显示，截至 2017 年 10 月底，iOS 应用商店以及 Google Play 各提供了超过 200 万款和超过 350 万款 APP 供用户下载。同时，新的 APP 正继续以爆发性的速度问市。仅 2017 年 10 月，iOS 应用商店就推出了约 5 万款新 APP， Google Play 上也新增了逾 15 万款 APP。在如今社会，APP 在零售业、银行业、旅游业、快餐业、快消品以及媒体和娱乐业等多个行业都扮演着重要角色，APP 数量的爆发以及 APP 开发群体的扩大也使得开发者专业化的服务需求持续增长，面向移动应用开发者的专业服务市场广阔。

（3）国内专业 SDK 服务商较少，未来仍有较大发展空间

移动网民数量的迅速增加、APP 的迅猛增长为移动应用开发者带来机会的同时，也增加了运营难度。面对上亿级的潜在用户，如何识别、管理目标客户成为首要研究课题；推送、支付等简单功能模块的搭建在上亿级别的用户面前也变得不再简单。预计未来，越来越多的软硬件资源将以 SDK 的形式进行，程序开发和业务搭建往专业化、精细化的道路发展。拥有核心数据、核心技术的专业化大数据服务商将在未来的竞争中脱颖而出，利用差异化服务实现发展。

据 SafeDK 在 2016 年 4 月对 Google Play 35000 个安卓应用的研究结果显示，平均每个 APP 中的 SDK 来源，中国为 14.9 个，位于第 9 位，美国、加拿大和法国位列前三名。与美国，加拿大，法国等国家相比，中国的 SDK 服务商仍有较大的发展空间。

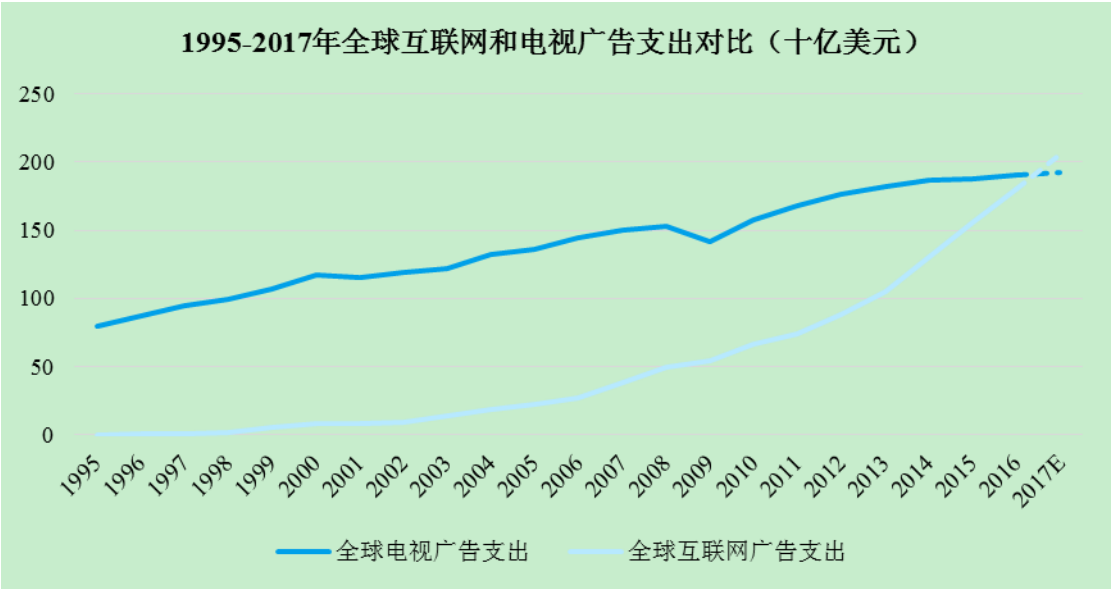


来源：SafeDK，N=35000。

（4）大数据在移动互联网营销中的运用逐渐成熟，移动营销行业前景可观

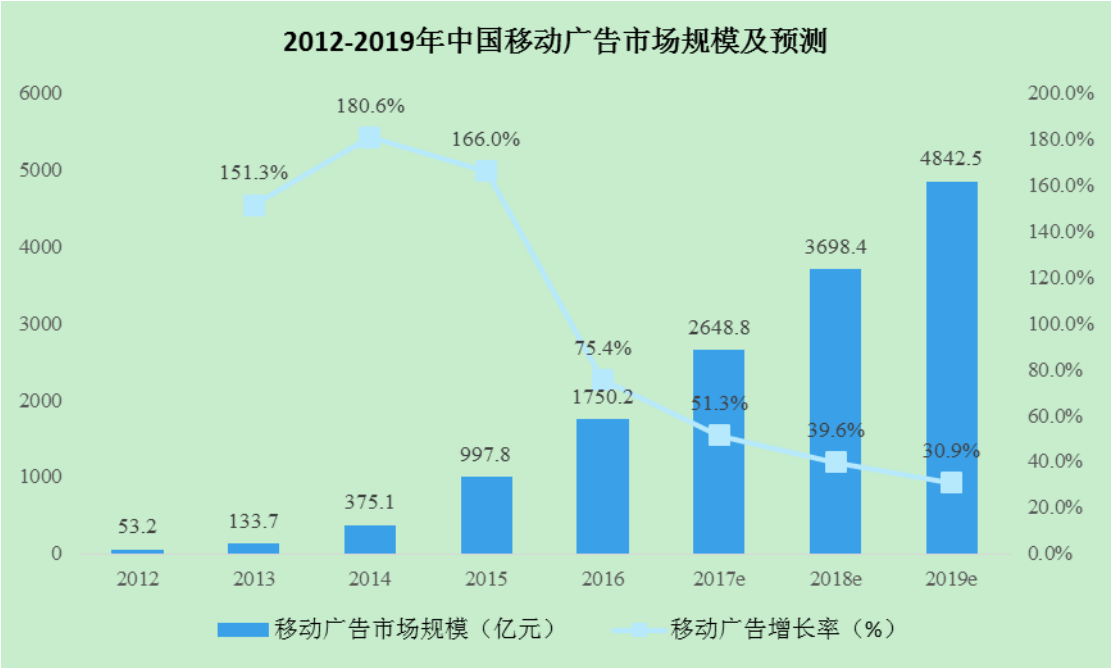
广告主对营销有着天然的精准性要求，而大数据产业的发展和数据的不断积累使数据驱动下的互联网营销成为可能。

根据 KPCB《2017 年互联网趋势报告》预测，全球互联网广告市场规模将在 2017 年超过全球电视广告规模，成长前景广阔。



资料来源：KPCB

根据艾瑞咨询测算，2016 年中国移动广告市场规模达 1,750 亿，依然保持高速增长。预计到 2019 年，中国移动广告市场规模将接近 5000 亿。



资料来源：艾瑞咨询

在此背景下，广告主对广告效果的可衡量性及精确性要求越来越高，数据实力成为互联网营销公司竞争的关键。

（5）大数据应用逐渐加深，“大数据+”成为发展重点

随着我国信息化发展水平的日益提高，对数据资源的采集、挖掘和应用水平

也不断深化。根据工信部发布的《大数据产业发展规划（2016-2020 年）》，我国政务信息化水平不断提升，全国面向公众的政府网站达 8.4 万个。智慧城市建设全面展开，“十二五”期间近 300 个城市进行了智慧城市试点。

在应用层面，大数据在互联网服务中得到广泛应用，大幅度提升网络社交、电商、广告、搜索等服务的个性化和智能化水平，催生共享经济等数据驱动的新兴业态；同时，大数据加速向传统产业渗透，驱动生产方式和管理模式变革，推动制造业向网络化、数字化和智能化方向发展。随着国内不同行业对国内大数据应用意识的不断提高，以垂直行业和垂直应用领域为代表的大数据创新方案将获得不断拓展。在垂直行业方面，金融、通信、零售、医疗、交通等传统行业都将接受大数据的改造，精细化、私人化将成为未来的发展趋势。

（三）行业竞争状况

1、行业竞争的主要特点

（1）市场参与者多，市场竞争激烈

大数据产业链中参与者众多，分别在不同的层级竞争。根据易观咨询的分类，大数据行业可分为三个层级：数据收集、数据管理和数据使用。在各个层级中，都聚集了大量企业，市场化程度高，竞争较为充分。

资料来源：易观咨询

公司所处的大数据垂直应用领域市场化程度尤为显著。领域内的各家公司都

依托自身的大数据资源，与具体行业或上下游产业结合，形成可持续的大数据服务商业模式；同时，各家公司积极创立以自身技术为基础的数据标准，维持自身在特定垂直应用的技术优势和市场地位。

资料来源：易观咨询

（2）变现手段不断丰富，经营模式不断创新

大数据垂直应用领域的市场构成以民营企业为主，运作体制灵活，技术创新频繁。依托获取的数据资源，结合大数据分析处理技术，各家公司积极探索新的数据变现手段，在市场化竞争中不断调整自身的经营模式，从而保持市场竞争力。在此过程中，行业内公司对大数据应用的理解不断加深，各种创新性的数据应用手段也层出不穷。

（3）跨界经营频繁，数据实力成竞争基础

大数据垂直应用的竞争核心在于数据的积累和应用。虽然根据易观咨询的分类，大数据垂直化应用领域有着数据交易、移动应用开发者服务、精准营销、语音识别、智慧城市等数个子类别，但该行业内公司往往不局限于过于细致的行业划分，积极在整个垂直化应用领域实施战略布局。具有优质数据、拥有核心大数据分析处理技术的企业往往能结合多个垂直领域，实现大数据在多个领域的商业

化应用。

2、行业内的主要企业

目前公司主要在大数据垂直应用领域中的移动应用开发者服务和移动互联网营销两个细分领域开展经营活动。在移动应用开发者服务行业中，公司的“个推 SDK”主要与 BAT 等互联网巨头、手机厂商及其他第三方专业推送服务商的推送产品展开竞争，在定价方面，各公司产品的定价政策不尽相同，手机厂商的推送产品一般遵循免费的定价原则，而其他公司大多按照日活跃用户、消息发送量等指标阶梯定价；在移动互联网营销领域，由于参与者众多，竞争更加激烈，各公司广告产品主要以 CPM、CPT、CPA、CPC、CPS 等模式定价，具体单价随流量、位置、广告形式等因素的不同而有较大区别。行业内的主要产品及企业介绍如下：

（1）BAT 主要推送产品

A.友盟推送

友盟推送是北京锐讯灵通科技有限公司提供的第三方手机消息推送解决方案。友盟推送基于友盟+全域数据建立与用户精准直接沟通的渠道，将 APP 的内容主动推送给终端用户，让用户实时实地的获取相关信息，有效提升用户活跃和忠诚度。2013 年，友盟被阿里巴巴收购。

B.阿里云移动推送（Alibaba Cloud Mobile Push 或 Agoo）

阿里云移动推送是阿里巴巴集团旗下的移动智能推送服务，是基于大数据的移动智能推送服务，帮助 APP 快速集成移动推送的功能，在实现高效、精确、实时的移动推送的同时，极大地降低了开发成本，让开发者最有效地与用户保持连接，从而提高用户活跃度、提高应用的留存率。截至 2017 年 12 月 31 日，据其官网显示，阿里云移动推送日均消息发送量可达 30 亿，活跃用户达 1.8 亿。

C.信鸽推送

信鸽推送即腾讯移动推送（XinGe Push，即 XGPush），是腾讯集团旗下的手机消息推送产品，专业移动 APP 推送平台，支持百亿级的通知/消息推送，将相关信息及时送达精准定向的用户，并与用户持续友好互动，大幅提升用户活跃度、

留存率。

D.百度云推送

百度云推送是百度旗下的手机消息推送产品。百度云推送是一站式 APP 信息推送平台，为企业和开发者提供免费的消息推送服务，开发者可以通过云推送向用户精准推送通知和自定义消息以提升用户留存率和活跃度。

（2）手机厂商主要推送产品

A.小米推送

小米推送是小米公司向开发者提供的消息推送服务，通过在云端和客户端之间建立一条稳定、可靠的长连接，为开发者提供向客户端应用实时推送消息的服务。

B.华为推送

华为推送是华为技术有限公司旗下的手机消息推送产品，华为推送是为开发者提供的消息推送平台，建立了从云端到手机端的消息推送通道，让开发者可以将最新信息及时通知用户，构筑良好的用户关系，提升用户的感知和活跃度。华为推送支持透传消息、通知栏消息、富媒体消息。

（3）其他第三方推送产品

A.极光推送

极光推送是由深圳市和讯华谷信息技术有限公司提供的第三方手机消息推送解决方案。通过极光推送服务，开发者可以主动及时地向用户发起交互，向其发送聊天消息、日程提醒、活动预告、进度提示、动态更新等。当由于网络、用户设置等原因，APP 推送的消息无法送达用户时，推送平台可根据开发者事先设置的条件，以短信的方式给用户补发信息和提醒，从而确保重要信息能够及时送达用户。

B.云巴推送

云巴推送是深圳市微智云科技有限公司开发的推送产品。云巴推送可实时推送消息到任意设备，快速的给上百万用户推送消息，或者单台设备一对一推送实时消息；对不在线用户，保存离线消息，下次用户上线时，确保消息送达。云巴

推送集成 iOS APNs，支持 Android 后台保持长链接。

（4）移动互联网营销主要企业

A.品友互动信息技术有限公司

品友互动创立于 2008 年，主营业务为在 PC、移动、OTT 等多屏数字媒体端进行智能的撮合交易，提供数字化广告的大数据智能技术和平台，以帮助广告主和广告公司实现投放效率和效果最大化。

B.有米科技股份有限公司

有米科技成立于 2010 年，新三板挂牌企业（股票代码：834156），主营业务为移动广告与效果营销，公司全面聚焦移动广告与效果营销业务，形成了国内效果广告、海外效果广告、社媒广告、自媒体与内容、整合营销服务五大业务。根据其 2017 年年报显示，有米科技全年实现营业收入 7.03 亿元。

C.北京力美传媒科技股份有限公司

力美科技成立于 2011 年，新三板挂牌企业（股票代码：838556），主营业务为应用大数据技术开展移动广告网络业务、移动 DSP 业务和其他广告业务，为广告主提供移动广告精准营销服务及相关技术服务。根据其 2016 年年报显示，力美科技全年实现营业收入 1.16 亿元。

D.广州汇量网络科技股份有限公司

汇量科技成立于 2012 年，新三板挂牌企业（股票代码：834299）。汇量科技主营业务为海外市场的移动数字营销服务和移动网游海外发行业务。对于移动数字营销服务，汇量科技主要为广告主提供产品推广服务和向开发者提供广告流量变现优化服务；对于移动网游海外发行业务，汇量科技为游戏内容开发商提供面向海外的一体化发行服务。根据其 2016 年年报显示，汇量科技全年实现营业收入 19.68 亿元。

E.利欧集团股份有限公司

利欧股份成立于 2001 年，中小板上市公司（股票代码：002131），其业务中的数字营销服务覆盖营销策略和创意、媒体投放和执行、效果监测和优化、社会化营销、精准营销、流量整合等完整的服务链条，建立了从基础的互联网流量整

合到全方位精准数字营销服务于一体的整合营销平台。根据其 2016 年年报显示，利欧集团全年实现营业收入 72.89 亿元，其中互联网业实现营业收入 52.91 亿元。

3、行业经营模式及盈利模式

大数据垂直应用领域中包括数据交易、移动应用开发者服务、精准营销、智能语音识别等十几个不同的细分行业。各个子行业的具体经营模式、发展阶段、利润水平也存在着不同的程度差异。总体来说，各家公司在经营中都以数据为主要依托，为客户提供不同的专业化数据服务。

在移动应用开发者服务领域，企业前期往往以免费的模式来吸引客户，以增值服务的方式赚取利润，利润水平较低。随着客户数量不断攀升，边际成本下降，企业增值服务和变现手段的不断丰富，利润水平将会逐渐提高。

在精准营销领域，企业主要以自身的数据获取、数据分析等大数据能力提供精准营销服务。在可预见的未来，拥有海量数据、具备核心数据分析技术的企业将能够维持稳定的利润水平。

4、进入行业的主要壁垒

（1）技术壁垒

大数据垂直应用行业需要运用大量新技术以实现垂直化的服务能力，包括海量数据的采集、分析、处理和应用能力，海量用户的识别和行为检测能力等。这些核心技术能力都需要行业内的企业花费大量的时间、精力和资金在各自细分领域内逐一攻克。此外，大数据垂直应用行业的技术更新频率非常快，行业内企业需要进行大量的研发投入，确保企业的核心技术不落伍。这些都构成了行业的技术壁垒。

（2）资源壁垒

在大数据垂直应用行业中，企业所拥有的资源包括数据资源和客户资源。数据资源指大数据企业可以获取的各种数据量。数据资源是一切整理、分析和应用的基础。对于企业来说，更广、更深的数据获取量意味着更深厚的资源积累，也更有可能在庞杂的数据中沙中淘金，挖掘数据背后的价值。行业的后进入者很难在短时间内积累大量、连续的数据，也就失去了最为核心的竞争优势。客户资源

指大数据企业在发展过程中积累的主要客户资源，行业内的优势企业凭借着自身的数据能力和广泛的数据产品，更能深入理解客户的潜在数据需求，从而提供更为优质、贴心的服务。新进入者很难在短时间内得到客户的认可，实现广泛的客户积累。

（3）资金壁垒

大数据垂直应用行业的竞争正在变得激烈，各家企业为了保证自己在各自细分领域中的竞争地位，需要投入大量的资金来抢占市场，推广产品。同时，大数据技术日新月异，各家企业都需时刻做好技术、人才方面的积累，在研发方面加大投入。此外，为实现战略性布局，行业内的投资并购活动不断增加，这也需要资金的大力支持。新进入者往往很难有足够的资金以匹配上述活动。

（4）品牌壁垒

随着大数据行业的快速发展，行业内企业数量急剧增加。在此背景下，企业的品牌成为了客户选择合作方的重要因素。行业内的优势企业凭借着多年过硬的技术实力和良好的服务品质赢得了客户的青睐，树立了自己的品牌。这些都是新进入者难以取得的。

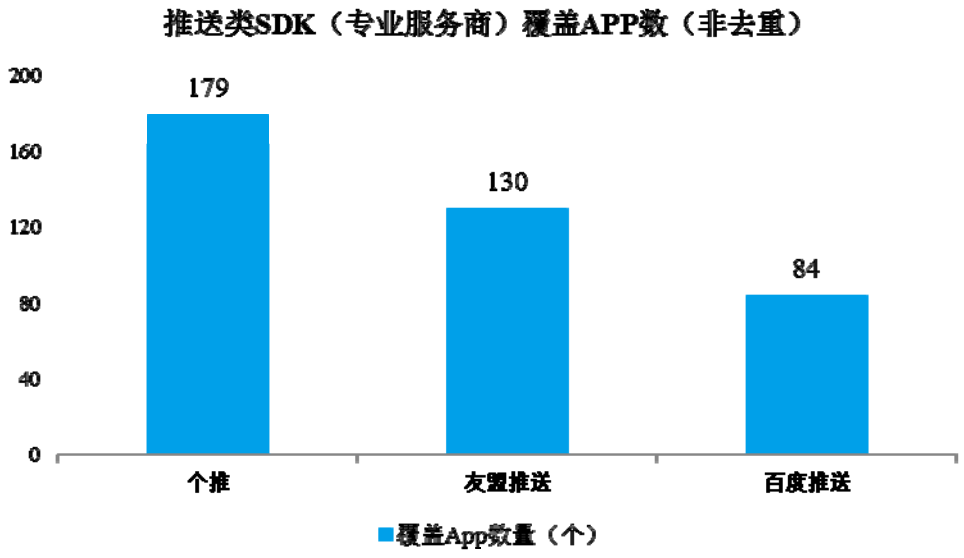
（四）发行人在行业中的市场竞争情况

1、公司在行业中的地位

公司自 2012 年以来，一直专注于推送技术的研发，通过持续不断的技术积累和研发创新，公司的推送产品已赢得众多移动应用开发者的广泛认可。

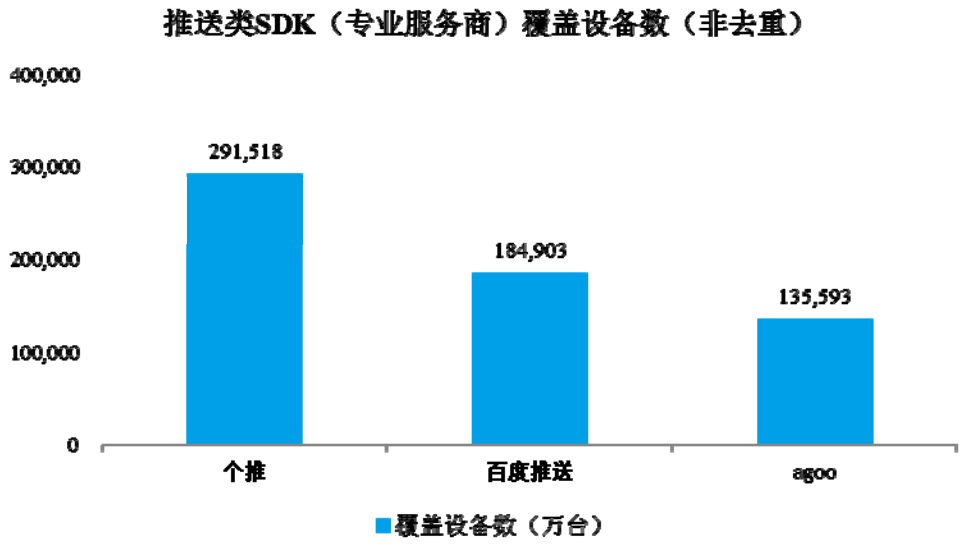
根据艾瑞咨询发布的《中国安卓应用第三方 SDK 研究报告》，“个推 SDK”在推送类 SDK（专业服务商）覆盖 APP 数（非去重）的统计中位列第一。[2]

[2]艾瑞咨询对 2016 年 11 月份月度独立设备数前 1,000 的安卓应用进行了反编译，并在反编译结果中对第三方 SDK 进行了汇总统计。根据艾瑞咨询的统计，在成功反编译的 963 个安卓应用中，使用个推 SDK 的应用有 179 个。



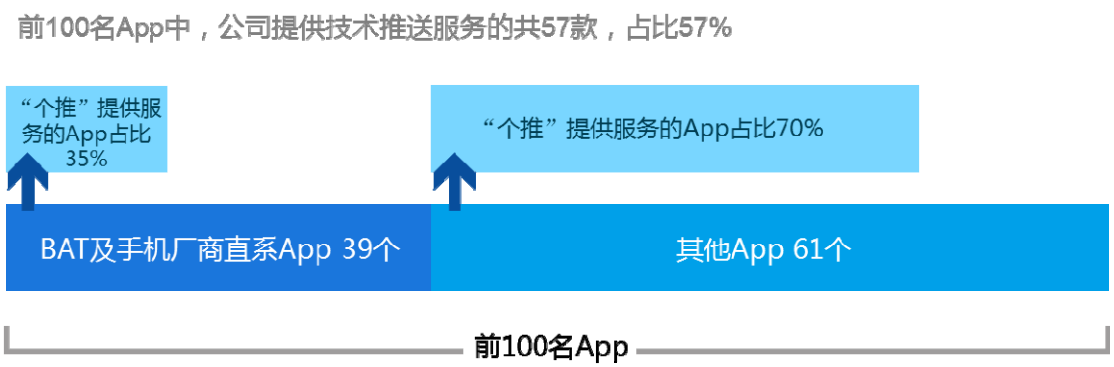
资料来源：艾瑞咨询

在对月度独立设备覆盖数的统计中，由于更多的头部应用使用了个推推送 SDK，公司在推送类 SDK（专业服务商）覆盖设备数的统计中也排名第一。



资料来源：艾瑞咨询

根据 Quest Mobile 于 2017 年 7 月发布的《移动互联网 2017 年 Q2 夏季报告》，按照各 APP 的月活跃用户规模统计的前 100 款 APP 应用中，公司提供技术推送服务的 APP 共计 57 款，占比 57%；其中 BAT 及手机厂商的直系 APP 共 39 款，其中公司提供技术推送服务的 14 款，占比 35%，其他 APP 共计 61 款，其中公司提供技术推送服务的 43 款，占比 70%。



基于“个推 SDK”累积的实时数据和广泛的终端覆盖量，公司的移动互联网营销业务在大数据的支持下保持着良好发展势头。目前，公司已与 WPP、电通安吉斯、华扬联众、OMD 等多家国内外领先的传媒集团达成深度合作，并服务了微软、海尔等知名品牌广告主。

2、公司的技术水平及特点

公司专注于移动终端 SDK 技术、服务端高并发推送技术、海量大数据处理技术和程序化精准营销技术的研发，在推送技术上，致力于“三省”（省电、省流量、省资源）、“四高”（高并发、高吞吐、高速度、高可靠）、“五合适”（在合适的时间、合适的地点、合适的场景下，将合适的内容，推送给合适的人群）的目标。

（1）移动终端技术致力于“省电、省流量、省资源”

为保证推送消息的及时下发，“个推 SDK”运用了长连接技术，一直运行于移动终端系统后台并需要时刻保持和服务端通讯。长连接技术虽然保证了推送消息的及时下发，但也会导致手机待机时间下降，流量消耗增加。公司在省电省流量方面做了大量的工作，利用心跳自适应机制，动态适应各个省份不同运营商不同网络接入设备的心跳时间，并对每个数据包的常用包头包尾和用户登录鉴权机制都做了深度裁剪和优化。“个推 SDK”基础服务空载时的日均耗电量约 15 到 50mAh，手机待机时间的缩短控制在 5%以内，月均空载流量消耗量约 0.8 到 1.2MB，省电省流量效果显著。

随着移动终端上具有“个推 SDK”的 APP 不断增加，基于避免重复浪费用户电量和流量的考虑，公司将各个 APP 之间的长连接链路进行合并，通过连接复用、主从模式协商、流量均摊等模式，合理使用网络和 CPU 资源，以达到节

省资源的目的，最大程度的减少了对运营商网络的信令的浪费和对手机厂商资源的消耗。

此外，在省电省流量的基础上，“个推 SDK”还实现了多语言、多平台的适配，为开发者节省了大量开发时间，使其可以便利的享受一站式接入服务，满足客户对安全、稳定以及 APP 有效活跃度的需求。

（2）服务端分布式通信系统致力于“高并发、高吞吐、高速度、高可靠”

公司的推送系统实际上是一个上亿规模用户同时在线的并发通信平台。在海量用户基数上面，如要保证类似移动运营商的服务质量，需要满足功能以及性能方面的多项苛刻要求。

在高并发的要求下，每台服务器的并发用户数直接影响了服务成本，为了尽可能地节省成本，提高单机处理能力，公司从硬件设备配置、操作系统、网络协议、编程模型、应用设计等多个层次进行了挖掘优化，使得普通服务器单机可以承载二百万以上的用户同时在线。

新闻类 APP 对消息推送的实时送达能力要求较高。公司通过打通全系统瓶颈，有效保证了推送系统每秒百万级消息“高吞吐”能力，确保新华社、人民网、网易新闻等客户端用户能在几分钟内收到热点新闻。

公司的推送系统采用公司自主研发的大规模并发分布式通信技术，能在海量用户并发请求下平稳地提供服务，在“高并发、高吞吐”的基础上实现非高峰时期的消息到达时间小于 0.2 秒的“高速度”，并达到在线用户 98%以上、活跃用户 90%以上的消息到达率，保持了较高的可靠性。

（3）大数据处理技术服务于各垂直领域，帮助移动互联网营销实现“五合适”

公司的移动应用开发者服务、移动互联网营销服务以及其他数据服务，本质上是对大数据处理技术、机器学习、人工智能等技术的使用。

在数据的获取方面，公司通过使用多种数据采集框架、海量数据订阅发布技术，将每天产生的海量数据资源进行采集，经清洗、筛选、脱敏后保存，为后续的进一步应用奠定基础。公司每日新增的有价值日志数据量超过百亿条，容量超

过 10TB，现有总数据量超过 20PB，已形成相当可观的数据资源。

在数据的计算处理方面，公司搭建了上千台服务器的大数据集群，根据数据热度和业务要求，进行准实时的流式处理和大批量脱机处理。对于处理后的结果，公司通过使用 Hive 等平台来进行快速检索及查询，利用图形框架以及前端技术把数据以形象化的方式进行展示。

在数据建模及用户画像方面，公司采用特征工程、机器学习、深度学习算法针对样本数据进行特征构造、建模、计算，对用户进行画像和分群。目前公司已经建立超过一百个标签的智能标签体系，广泛服务于技术推送以及精准营销领域。

在场景捕捉方面，公司开发了 LBS 电子围栏技术，通过人工智能技术的运用，对各个电子围栏和场景进行关联对应，建立了约六千多万个场景档案。

在大数据处理、用户画像、场景捕捉等技术的基础上，公司建立了移动互联网精准广告平台。

对于品牌广告，由于公司拥有自有数据，结合跨屏匹配技术，可以对流量背后的用户进行属性确定，根据广告主的需求对真正的目标用户实施精准投放；对于效果广告，针对此流量所在的媒体、所在的位置等信息，公司可结合历史的点击数据，使用回归等机器学习算法来预测此次展示可能的点击率，从而达到效果的最优化。

结合时间、地点、用户属性、兴趣爱好、历史行为信息等多个因素，公司还可采用相似性算法（Lookalike）、协同过滤算法等技术推荐广告投放的具体内容，提高最终的转化率，从而真正实现在合适的时间、合适的地点、合适的场景下，将合适的内容推送给合适的目标人群。

（五）发行人的竞争优势与竞争劣势及未来对发行人的影响

1、竞争优势

（1）技术优势

公司专注于第三方推送技术的研发，并在经营实践中打磨出了适合中国移动应用开发者的推送产品，在移动应用开发者服务市场的覆盖广度和覆盖深度上具

有一定优势。2014 年，公司切入大数据垂直应用领域，利用在推送服务上的技术积累和数据资源为客户提供综合性数据服务。

目前，公司取得了多项软件著作权及发明专利。公司自主研发的“个推 SDK”经过三代更新，已经能结合地理位置和智能标签实现手机消息定点定向投放；公司的广告计算技术，能针对不同的 ID，结合 ID-Mapping 技术，对受众进行精确定向；公司的大数据技术，能对每日产生的海量数据进行有效地清洗、筛选和整理，为之后在各个垂直领域应用奠定基础。关于公司核心技术的描述具体参见本节“七、发行人的技术研发情况”之“（一）核心技术情况”。

（2）强大的数据获取能力

公司领先的推送技术为自身带来了强大的数据获取能力，截至 2017 年 12 月，公司推送 SDK 日均活跃 SDK 数 5.9 亿，日均活跃设备数 3.3 亿。庞大的终端覆盖量使公司能持续获得优质的移动端数据，为数据变现业务奠定了基础。

（3）优秀的数据分析能力

公司组建了一支技术过硬的研发团队，通过对数据进行脱敏、筛选、清洗、整理，并经深度挖掘后建模，不断探索数据的使用边界和应用潜力。目前，公司每日处理数据量超过 5TB，已形成百余种数据标签，广泛应用于旅游、体育、公共服务等领域。

（4）经验丰富的管理团队

公司核心团队拥有着多年的互联网从业经验和丰富的移动互联网行业积累，来自于微软、IBM、百度、新浪、阿里巴巴等知名公司。创始人方毅，曾获第三届中国创新创业大赛一等奖；公司首席技术官叶新江，曾任 MSN 中国首席架构师。凭借着公司管理团队对移动互联网行业的热忱和深刻理解，公司相继推出了个推、个灯等具有竞争力的产品，在移动互联网的浪潮中始终保持着竞争优势。

2、竞争劣势

公司尚处于成长期，在移动应用开发者服务领域，虽然公司已在第三方推送市场中拥有一定优势，但市场竞争的日益加剧和同类产品的不断优化可能会威胁到公司的市场地位；在移动互联网营销领域，虽然公司有着不俗的大数据能力，

但和可比上市公司相比在体量上和资本实力上仍存在着不小差距。在本次发行上市后，公司将提升在资本规模、市场影响上的实力，并利用上市公司的地位进一步巩固自身在行业中的优势。

（六）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家政策大力支持

自 2014 年政府工作报告首次出现“大数据”概念以来，大数据行业得到了国家政策的大力支持，相关政策陆续出台。2015 年 8 月，国务院发布了《促进大数据发展行动纲要》，提出要重点支持大数据示范应用、重点支持大数据共享开放、重点支持基础设计统筹发展、重点支持数据要素流通，为中国大数据行业的发展指明了道路。2016 年 3 月，《十三五规划纲要》首次提出要实施国家大数据战略，促进大数据发展行动，深化大数据在各行业的创新应用，加快完善大数据产业链。多个国家级产业促进政策的相继落地使大数据行业迎来了新一轮的发展机遇。

（2）市场规模迅速提升

中国互联网及智能硬件的快速普及带来了数据的爆发性增长，海量数据的收集、处理和展示使各行各业能深刻地洞悉行业规律，同时提升效率。据 Wikibon 估算，到 2017 年，全球大数据市场规模预计将达到 501 亿美元。大数据对传统行业的改造和升级将为大数据企业创造难得的发展良机。

（3）基础设施逐步完善

中国近年来的经济发展带动了大数据行业基础设施的逐渐完善。数据中心和云计算平台的大量涌现、4G 等移动通信技术的兴起、公共无线网络的普及和网络带宽服务的不断优化都将为大数据行业的发展提供肥沃的土壤。

2、不利因素

（1）行业失真数据的干扰

数据量的大幅增加也伴随着失真数据的掺入。失真数据将使得部分基于大数据的研究结论失去准确性，从而影响到大数据在各个垂直领域的深度应用。若未

来失真数据的比例不能得到有效控制，或行业内无法有效甄别失真数据，整个行业的健康发展将会受到冲击。

（2）高端人才的紧缺

大数据行业的发展离不开高端人才的支持。大数据行业主要人才需求主要集中在数据采集与处理、底层技术架构、数据分析、解决方案、垂直行业等主要几个方向。目前，中国大数据行业还没有建立起完善、健全的人才培育机制，大数据相关人才还比较稀缺。高端人才的紧缺将成为未来几年制约大数据行业发展的重要因素之一。

（3）数据资源的割裂

目前，中国大数据行业还没实现真正意义上的产业化，缺乏行业规范和统一标准，数据的公开性与归属权不清晰直接导致了数据被割裂到一个个独立的数据平台内部。跨平台的数据共享受制于数据保密等因素很难真正实现，大数据的真正潜力也难以得到完全释放。

三、发行人的销售情况和主要客户

（一）主要服务情况

1、主要服务的规模情况

公司提供的主要服务包括移动应用开发者服务、移动互联网营销服务以及其他数据服务，报告期期初至今公司的主要产品“个推 SDK”的主要业务指标变化情况如下表所示：

单位：台/个

时间	累计有效接入应用数	日均活跃 SDK 用户数	日均活跃设备数[3]
2015 年 12 月	22,989	335,876,650	164,673,962
2016 年 12 月	49,897	460,635,644	217,885,352
2017 年 12 月	80,074	585,772,292	329,690,784

[3]活跃设备数及活跃 SDK 数系分别根据当月所有用户状态汇报日志文件中记录的 IMEI 及用户 ID 去重统计获得，该用户 ID 系每个应用使用个推 SDK 下发消息达到最终用户后触发产生的用户注册编号。由于同一移动设备上，通常存在多个 APP 中均有个推 SDK 的情形，故此处的活跃用户数并不等于移动终端用户数，而活跃设备数指标可更为准确反映实际移动终端用户数量。

数据来源：天健会计师出具的《浙江每日互动网络科技股份有限公司信息系统审计报告》（天健审〔2018〕1382 号）

通过上表可见，报告期内，“个推 SDK”各项指标持续攀升，与公司的经营业务变化情况一致。

2、主要服务的收入情况

公司主营业务收入情况请参见本节“一、发行人主营业务及主要服务概述”之“（三）主营业务收入构成”

3、主要服务的客户群体

公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。因此，公司的主要客户群体为移动应用开发者、广告主/广告代理公司以及包括政府部门、咨询公司在内的各垂直领域数据服务需求方。

4、主要服务的定价原则及价格变动情况

（1）基础推送

A.免费服务和收费服务的差异

对于基础推送，公司提供免费服务和收费服务。相对于免费用户，付费用户享有更多的推送功能、可根据地理围栏进行应景推送、获取用户画像报告、行业数据分析等服务，并可获得更加专业的技术支持等，具体差异如下：

推送功能	功能介绍	个推免费版	个推 VIP 套餐
功能列表	用户数限制	累计注册用户 500 万以下	无限制
	推送速度	20 万条/秒（共享）	独享 20 万/秒 共享 100 万/秒（资源空闲时，可借用共享通道）
	基础推送	√	√
	应用管理	√	√
	子账号权限	√	√
	标签推送	√	√
	别名推送	√	√
	用户分组	√	√

推送功能	功能介绍	个推免费版	个推 VIP 套餐
	自定义事件功能	√	√
	增量更新	√	√
	基础看护	√	√
	云端看护		√
	专享推送通道		√
	推送信息回调		√
	双向链路（消息上下行）		√
	公网推送加速方案		√
智能推送	智能标签推送	√	√
	A/B 分组推送优化测试	√	√
应景推送	地理围栏应景推送		√
数据统计与报表	基础数据	√	√
	用户数据	√	√
	数据报表	√	√
	推送质量分析		√
	用户画像报告（DAU50 万以上）		√
	行业数据分析		√
	故障排查	√	√
技术支持	邮件支持	√	√
	解决方案咨询		√
	5×8 客户服务	√	
	7×24 专人专线服务		√

如上表所示，当移动应用开发者的累计注册用户数在 500 万以下时，可以持续使用“个推免费版”获得基础推送服务。当移动应用开发者的累计注册用户数超过 500 万，或者其对基础推送服务有更高的要求时，移动应用开发者需向公司付费购买“个推 VIP 套餐”并获得相应服务。

B.基础推送服务的定价标准及公允性

公司在向付费用户收取基础推送费用时，定价标准主要参考发行人的基础推送运营成本，结合市场同类服务价格水平，通过与移动应用开发者通过商务洽谈确定。

根据发行人制定的基础推送服务定价政策，发行人基础推送服务的价格主要根据移动应用开发者的 APP 日联网数月峰值（指个推推送 SDK 当月内日联网用户数最高值）确定。根据日联网数月峰值所处的区间，发行人向移动应用开发者每月收取固定费用。

移动应用开发者的 APP 日联网数月峰值由发行人的个推开发者平台报表提供，移动应用开发者也可以通过自身的运营系统取得该数据。在确定具体收费时，由发行人业务人员与移动应用开发者就日联网数月峰值进行核对，双方经过核对后，根据日联网数月峰值确定具体收费价格，并进行后续的商务洽谈。

移动应用开发者的 APP 日联网数月峰值通常无第三方检测数据，由于发行人与移动应用开发者均可以独立获取该数据并进行核对，在获得移动应用开发者认可的情况下，收取相应费用，因此可以确保该数据的公允性。

（2）轻推送服务

轻推送服务是公司为尚未集成“个推 SDK”的安卓系统应用开发者提供的手机消息推送解决方案。在该移动应用开发者无法完成消息的推送时，公司通过合并链路帮助该 APP 完成消息的下发，并利用安卓系统间的应用交互功能实现推送通知的展示，实现触达沉默用户的效果。

公司的轻推送服务为收费服务，主要按照有效唤醒计价，定价标准主要参考公司相关服务的运营成本、费用，以及市场同类服务的价格水平，经与客户商务洽谈后确定。

报告期内轻推送服务单价约 0.08-0.4 元/有效唤醒，单价受客户类型、商务谈判及用户规模影响呈现一定上下浮动。

在轻推送业务中，合同条款一般约定，在轻推送业务执行完毕后，公司提交数据统计结果与移动应用开发者的后台数据核对，若公司统计数据与客户数据存在不一致，则双方主要通过协商确定，按最终实际确认的数据（主要为有效唤醒数）进行收费。由于轻推送业务是唤醒移动应用开发者自身的 APP，移动应用开发者可以检测到轻推送的唤醒数量等有关数据，在业务开展过程中无需第三方监测机构参与，最终的结算数据经双方核对确认，可以保证数据的公允性。

（2）用户画像服务

与基础推送服务类似，移动应用开发开发者需将“个像 SDK”嵌入其应用内，在集成“个像 SDK”后，客户可以调用个推大数据平台，得到 APP 用户的画像及场景数据。用户画像服务为有偿服务，双方按照集成个像 SDK 的日联网数月峰值作为结算依据，结算数据由公司后台统计数据提供，个像 SDK 嵌入了客户的 APP 中，客户后台也会统计联网数据，当月末，公司将结算数据发至客户核对。公司依据个像 SDK 日联网月峰值进行阶梯式收费，按照月或者季度向客户收取固定费用。日联网数月峰值越高，则每月需支付的费用越高，当日联网数月峰值超过一定量后，则费用封顶不再增加。

个像 SDK 日联网数月峰值通常无第三方检测数据，由于公司与移动应用开发者均可以独立获取该数据并进行核对，在获得移动应用开发者认可的情况下，收取相应费用，因此可以确保该数据的公允性。

（3）品牌广告

报告期内通知栏广告刊例价为 1-1.2 元/条，应用内广告刊例价约 50 元/eCPM，具体销售时有一定的商业折扣，最终销售单价因客户类型、采购量大小、商务谈判结果的不同而有所区别。

（4）效果广告

报告期内公司效果广告根据具体业务的不同按照 CPA（激活）、CPA（注册）、CPC、CPS 等计费模式收费，报告期内价格因具体投放业务、商务谈判结果、投放数量的不同而有所区别。

（二）主要客户情况

1、2015 年

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入比例	客户类型	销售内容及用途	采购周期
1	百度在线	1,108.45	14.27%	直客	百度搜索/百度闪投/百度手机助手推广	月结
	百度时代	4.72	0.06%	代理	康如化妆品推广	按项目结算
	百度网讯	0.77	0.01%	直客	百度地图推广	月结

序号	客户名称	收入	占营业收入比例	客户类型	销售内容及用途	采购周期
	小计	**1,113.94**	**14.34%**			
2	聚能鼎力	537.74	13.62%	渠道商	淘宝客连接推广	月结
		326.65		直客	移动应用流量推广	
		193.30		渠道商	运营商计费渠道推广	
3	罗布（上海）网络科技有限公司	730.57	9.40%	直客	红包浏览器唤醒推广	月结
4	微梦中国	614.15	7.91%	直客	微博信息推送及唤醒； 天气通信息推送	季结
5	滴滴出行科技有限公司	371.46	4.78%	直客	滴滴司机招募推广	月结
6	国广星空视频科技（北京）有限公司	50.47	0.65%	直客	客户端信息推送	月结
		81.24	1.05%	直客	手机电视推送唤醒	月结
		198.89	2.56%	直客	LBS 平台服务费	月结
7	亿启网络	298.77	3.85%	直客	九块九包邮推广	月结
8	北京奇虎科技有限公司	137.20	1.77%	直客	360 手机卫士推送唤醒	月结
	三六零科技有限公司	126.92	1.63%	直客	360 系列软件推广服务	月结
	小计	**264.12**	**3.40%**			
9	梦凯网络	21.37	0.28%	渠道商	代理信息推送	月结
		173.61	2.23%		代理效果广告	月结
10	群邑（上海）广告有限公司	181.10	2.33%	代理	代理效果广告	按项目结算
合计		**5,157.37**	**66.39%**			

2015 年新增进入公司前十大客户的公司包括百度集团（百度在线、百度时代、百度网讯）、聚能鼎力、罗布（上海）网络科技有限公司、滴滴出行科技有限公司、国广星空视频科技（北京）有限公司、亿启网络、三六零集团和 WPP 集团（群邑（上海）广告有限公司），公司主要为上述客户提供效果广告推广服务。经过前期摸索，2015 年公司移动互联网营销业务取得突破，并开始积极探索大数据在各垂直领域的多样变现方式，该年度移动互联网营销服务收入成为公司的主要收入来源。

在前十名客户中，百度集团（包括百度在线、百度时代、百度网讯）与公司

5%以上主要股东鼎鹿中原均受同一主体控制，梦凯网络系由公司实际控制人之一致行动人沈欣之父沈国健控制的公司，微梦中国为 Weibo 控制的经营实体，亿启网络为公司曾任董事 SHEN JIAN 曾经担任董事的公司，均为公司的关联方，具体参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方及关联关系”。

2、2016 年

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入比例	客户类型	销售内容及用途	采购周期
1	百度在线	2,136.64	12.08%	直客	百度搜索/百度浏览器/百度手机助手推广	月结
		318.40	1.80%	直客	为百度在寻人、道路拥堵分析、客流分析等提供数据支撑	月结
		0.75	0.00%	直客	手机百度推送唤醒	月结
	百度网讯	892.71	5.05%	直客	百度地图推送唤醒	月结
		2.29	0.01%	直客	百度地图推广	月结
	百度时代	13.84	0.08%	直客	搜索业务推广效果广告	月结
		4.87	0.03%	直客	百度浏览器调起	月结
	小度互娱	3.26	0.02%	直客	百度视频移动客户端推送唤醒	月结
	小计	**3,372.74**	**19.07%**			
2	微梦中国	950.47	5.37%	直客	微博客户端唤醒和 H5 推送服务；天气通消息推送	季结
		1,009.43	5.71%	直客	专题活动页面推广	季结
	新浪网中国	36.77	0.21%	直客	新浪新闻客户端推送唤醒	月结
	北京微梦	4.78	0.03%	直客	微博客户端推送唤醒	月结
	小计	**2,001.45**	**11.32%**			
3	滴滴出行科技有限公司	1,242.25	7.02%	直客	滴滴司机招募推广	月结
4	北京奇虎科技有限公司	351.17	1.99%	直客	360 手机卫士推送唤醒	月结
	北京奇飞翔艺商务咨询有限公司	7.34	2.06%	直客	360 手机助手推送唤醒	月结
		356.85		直客	360 手机卫士、手机浏览器、手机助手推广	月结

序号	客户名称	收入	占营业收入比例	客户类型	销售内容及用途	采购周期
	三六零科技有限公司	244.77	1.38%	直客	360 系列软件推广	月结
	小计	960.13	5.43%			
5	唯品会（中国）有限公司	836.99	4.73%	直客	唯品会网站，唯品会 APP 的 wap 渠道新客户推广	月结
6	凯帝珂广告（上海）有限公司	550.70	3.11%	代理	代理品牌广告	月结
	群邑（上海）广告有限公司	109.38	0.62%	代理	代理品牌和效果广告	按项目结算
	上海乾扬传媒有限公司	6.11	0.03%	代理	代理品牌广告	按项目结算
	北京奔跑世纪科技发展有限公司	9.43	0.05%	代理	代理品牌广告	按项目结算
	小计	**738.40**	**4.18%**			
7	苏州奖多多科技有限公司	673.33	3.81%	直客	奖多多软件推广	月结
8	武汉奇米	19.68	0.11%	直客	卷皮 WAP 端网站推广服务	月结
		14.20	0.08%		卷皮客户端推广	月结
		423.39	2.39%		卷皮客户端唤醒及拉新	季结
		185.10	1.05%			
9	罗布（上海）网络科技有限公司	530.45	3.00%	直客	客户端唤醒推广	月结
					SDK 推广	
		0.94	0.01%		代理百度平台开户推广	月结
10	网易传媒科技（北京）有限公司	113.21	0.64%	直客	网易新闻信息推送	季结
		162.46	0.92%		网易新闻客户端推动唤醒或 H5 推送	月结
		20.24	0.11%		网易流失用户调研	按项目结算
		7.88	0.04%		网易流失用户数据报告	按项目结算
	网易（杭州）网络有限公司	14.15	0.08%	直客	邮箱大师信息推送	月结
		4.28	0.02%		网易有钱、网易云课堂、1 元夺宝推广	月结
	网易乐得科技有限公司	1.89	0.01%	直客	网易 1 元购推广	按项目结算
	小计	**324.10**	**1.83%**			
合计		**11,323.15**	**64.01%**			

2016 年新增进入公司前十大客户的公司包括唯品会（中国）有限公司、苏州奖多多科技有限公司、武汉奇米和网易集团（网易传媒科技（北京）有限公司、网易（杭州）网络有限公司、网易乐得科技有限公司），公司主要为上述客户提供技术推送和广告推广服务。

2016 年，公司收入持续增长。公司一方面积极挖掘原有客户如百度集团、新浪和 Weibo 及其关联方、滴滴出行、三六零集团等客户的新增业务需求，另一方面积极拓展与唯品会、武汉奇米、网易集团等公司展开合作，电商类广告的整体份额大幅上升，上述公司也进入公司的前十大客户名单。2016 年公司与主要客户的合作类型多样化，涵盖了技术推送、移动互联网营销以及其他数据服务三类。由于公司经营业绩的提升以及新客户的拓展，前十大客户销售收入占全年销售收入总额的比例下降至 64.01%，收入结构进一步优化。

3、2017 年

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入比例	客户类型	销售内容及用途	采购周期
1	百度时代	57.96	0.17%	直客	搜索业务推广效果广告	月结
	百度在线	530.66	1.59%	直客	为百度寻人、道路拥堵分析、客流分析等提供数据支撑	月结
		1,704.28	5.12%		手机百度客户端推送唤醒	
		906.11	2.72%		搜索业务推广效果广告	
	北京爱奇艺	366.15	1.10%	直客	爱奇艺客户端推送唤醒	月结
	百度网讯	4,029.14	12.10%	直客	百度地图推送唤醒/百度贴吧客户端推送唤醒	月结
	小度互娱	9.43	0.03%	直客	百度视频移动客户端个像产品服务	月结
		9.43	0.03%		百度视频移动客户端信息推送	
		67.93	0.20%		百度视频移动客户端推送唤醒	
	小计	**7,681.11**	**23.07%**			
2	北京微梦	2.38	0.01%	直客	数据包业务合作	月结
	微梦中国	3,564.90	10.71%	直客	微博客户端消息推送及推送唤醒	季结
		114.72	0.34%		专题 wap 活动推广	季结

序号	客户名称	收入	占营业收入比例	客户类型	销售内容及用途	采购周期
	新浪网中国	56.60	0.17%	直客	新浪新闻客户端推送唤醒	月结
	星潮闪耀	56.60	0.17%	直客	新浪新闻客户端信息推送	月结
		84.91	0.25%		新浪新闻客户端推送唤醒	
	小计	**3,880.11**	**11.65%**			
3	广州品唯软件有限公司	90.57	0.27%	直客	唯品会网站、唯品会 APP 推广	月结
	唯品会（中国）有限公司	2,161.50	6.49%	直客	唯品会信息推送	季结
	小计	**2,252.07**	**6.76%**			
4	北京字节跳动科技有限公司	9.66	0.03%	直客	今日头条客户端推广	月结
	北京字节跳动网络技术有限公司	1,718.69	5.16%	直客	今日头条、抖音等 APP 推送唤醒	月结
	小计	**1,728.35**	**5.19%**			
5	深圳乐诚盟无线科技有限公司	1,307.73	3.93%	渠道商	客户端推送唤醒	月结
6	互诚信息技术（上海）有限公司	14.15	0.04%	直客	云像业务	月结
		1,153.17	3.46%	直客	大众点评推送唤醒	月结
7	杭州淘粉吧网络技术股份有限公司	9.67	0.03%	直客	淘粉吧信息推送	月结
		392.98	1.18%	直客	淘粉吧红包领取推广、淘粉吧客户端推广	月结
	杭州优溜网络技术有限公司	571.92	1.72%	直客	淘粉吧客户端推广	月结
	小计	**974.57**	**2.93%**			
8	苏州奖多多科技有限公司	950.35	2.85%	直客	奖多多软件推广	月结
9	南京赢纳信息科技有限公司	595.41	1.79%	直客	精准营销及互联网搜索服务	月结
10	武汉奇米	8.71	0.03%	直客	卷皮 WAP 端网站推广	月结
		488.61	1.47%	直客	卷皮客户端推送唤醒和拉新	季结
		92.68	0.28%	直客	卷皮客户端推送唤醒	月结
	合计	**21,127.04**	**63.45%**			

2017 年度新增进入公司前十大客户的公司包括今日头条集团（北京字节跳动科技有限公司、北京字节跳动网络技术有限公司）、深圳乐诚盟无线科技有限公司、互诚信息技术（上海）有限公司、淘粉吧集团（杭州淘粉吧网络技术股份有限公司、杭州优溜网络技术有限公司）、南京赢纳信息科技有限公司，公司主

要为上述客户提供轻推送和效果广告等服务。随着移动终端增长红利的逐渐消失，移动开发者更加注重对存量用户的唤醒，因此本期客户的轻推送业务需求增长较快，上述客户进入公司的前十大客户名单。

2017 年度，公司实现营业 3.33 亿元，保持继续增长。从前十大客户的组成来看，百度集团、新浪和 Weibo 及其关联方仍为公司前两大客户，而公司新增开拓的今日头条集团、深圳乐诚盟无线科技有限公司、互诚信息技术（上海）有限公司等客户的业务规模增长较快，成为公司的主要客户之一，前十大客户销售收入占全年销售收入总额的比例进一步下降至 63.45%，收入结构进一步优化。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过销售总额 50%的情况，亦不存在严重依赖少数客户的情况。上述报告期主要客户中，除上述提到的关联方外，公司与报告期主要客户之间不存在关联关系。

四、发行人的采购情况和主要供应商

（一）主要采购情况

报告期内，公司的采购内容包括 IT 资源服务、广告流量、项目外包服务、数据成本、固定资产和房租水电。

报告期内，公司各类采购的具体金额如下：

单位：万元

采购内容	2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
IT 资源服务	1,218.07	16.11%	762.84	11.03%	472.76	13.52%
广告媒体或流量采购	3,070.71	40.61%	3,754.84	54.28%	1,439.31	41.17%
项目外包成本	53.13	0.70%	-	-	-	-
数据成本	82.68	1.09%	13.1	0.19%	-	-
固定资产和存货	2,313.43	30.59%	1,521.68	22%	1,161.19	33.22%
房租水电	400.83	5.30%	303.68	4.39%	112.64	3.22%
推广营销	422.66	5.59%	561.6	8.12%	309.77	8.86%
合计	**7,561.51**	**100.00%**	**6,917.75**	**100.00%**	**3,495.67**	**100.00%**

注：此处采购指与公司生产经营相关的采购活动

（二）主要供应商情况

1、2015 年

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例	供应商类型	采购内容	数量	单价
1	杭州效天科技有限公司	539.06	15.42%	固定资产	服务器及配件	350 个	1.54 万元
2	杭州快定网络股份有限公司	503.63	14.41%	广告媒体及流量采购	效果广告	CPC 115,075,730 个 CPA 84,361 个	CPC 0.02 元 CPA 36 元
3	中国移动通信集团浙江有限公司	222.10	6.35%	技术服务费	机柜及带宽	机柜 356 个，带宽 4000M	机柜 0.53 万/个/月，带宽带宽 8.41 元/G/月
4	杭州原野科技有限公司	212.28	6.07%	固定资产	服务器及配件	110 个	1.93 万元
5	杭州联旭科技有限公司	190.78	5.46%	固定资产	服务器及配件	103 个	1.85 万元
6	杭州随云网络科技有限公司	189.18	5.41%	广告媒体及流量采购	效果广告	CPA 323 个 CPC 100,264,750 个	CPA 1.3 元 CPC 0.02 元
7	深圳市禅游科技股份有限公司	184.23	5.27%	广告媒体及流量采购	效果广告	-	CPS 20%
8	杭州祖玛科技有限公司	181.61	5.20%	广告媒体及流量采购	效果广告	96,250,730 个	CPC 0.02 元
9	杭州远眺科技有限公司	120.00	3.43%	管理费用	委托研究开发	-	-
10	北京森华易腾通信技术有限公司	98.07	2.81%	技术服务费	机柜及带宽其他	机柜 76 个，带宽 4648M	机柜 0.55 万/个/月，带宽 9.43 万/G/月
合计		**2,440.93**	**69.83%**				

2015 年，随着公司业务量的逐步增大，对服务器以及 IDC 带宽（技术服务费）的需求量增大，杭州效天科技有限公司作为公司服务器的主要供应商成为了第一大供应商；此外，公司在该年开展了效果广告业务，业务规模逐渐增大，杭州快定网络股份有限公司、杭州随云网络科技有限公司、深圳市禅游科技股份有限公司、杭州祖玛科技有限公司等作为公司广告流量供应方，进入公司的前十大供应商；公司向杭州远眺科技有限公司的委托开发项目为“基于移动大数据的智慧城市典型应用开发”。

2、2016 年

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例	供应商类型	采购内容	数量	单价
1	深圳咕咕鸟网络信息技术有限公司	967.76	13.99%	广告媒体及流量采购	效果广告	284,953 个	CPA 36 元
	喀什乐信信息科技有限公司	334.16	4.83%	广告媒体及流量采购	效果广告	CPC 113,506,483 个 CPA 35,333 个	CPC 0.02 元 CPA 36 元
	深圳卓翼时空网络信息技术有限公司	268.71	3.88%	广告媒体及流量采购	效果广告	138,748,273 个	CPC 0.02 元
	深圳市万易启科技有限公司	60.24	0.87%	广告媒体及流量采购	效果广告	192,767 个	CPA 1.8-13 元
	小计	**1,630.87**	**23.58%**				
2	杭州联旭科技有限公司	1,139.27	16.47%	固定资产	服务器及配件	763 个	1.49 万元
3	杭州火烧云科技有限公司	230.63	3.33%	广告媒体及流量采购	效果广告	122,233,773 个	CPC 0.02 元
4	北京森华易腾通信技术有限公司	212.78	3.08%	技术服务费	机柜及带宽其他	机柜 156 个，带宽 11000M	机柜 0.57 万/个/月，带宽 9.06 万/G/月
5	中国移动通信集团浙江有限公司	211.94	3.06%	技术服务费	机柜及带宽	机柜 422 个，带宽 3000M	机柜 0.45 万/个/月，带宽 6.85 万/G/月
6	杭州网银互联科技股份有限公司	206.10	2.98%	技术服务费	机柜及带宽其他	机柜 317 个，带宽 12829M	机柜 0.46 万/个/月，带宽 3.77 万/G/月
7	上海缘点网络科技有限公司	160.05	2.31%	广告媒体及流量采购	效果广告	84,827,000 个	CPC 0.02 元
8	上海同娱信息科技有限公司	156.50	2.26%	广告媒体及流量采购	效果广告	82,946,300 个	CPC 0.02 元

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例	供应商类型	采购内容	数量	单价
9	快乐阳光	147.86	2.14%	广告媒体及流量采购	品牌广告	8-10 月：竞价；11-12 月：应用内广告月保底消耗 20 万，通知栏广告季度保底消耗 100 万	
10	杭州效天科技有限公司	146.97	2.12%	固定资产	服务器及配件	112 个	1.31 万元
合计		**4,242.99**	**61.33%**				

2016 年，除了常规的服务器及技术服务费采购，公司的移动互联网营销业务发展迅速，公司增加了对广告媒体和流量的采购，拓展了与深圳咕咕鸟网络信息技术有限公司及其子公司、快乐阳光等流量媒体的合作，并成为了公司广告媒体和流量的重要供应商。

3、2017 年

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例	供应商类型	采购内容	数量	单价
1	杭州联旭科技有限公司	1,780.02	23.54%	固定资产和管理费用	服务器及配件、电脑配件	968 个	服务器 3.58 万元/台，配件 0.13 万元/件
2	深圳市万易启科技有限公司	20.38	0.27%	广告媒体或流量采购	效果广告	117,933 个	平均 CPA 1.78 元/个
	深圳卓翼时空网络信息技术有限公司	628.08	8.31%	广告媒体或流量采购	效果广告	435,306,758 个	CPC 0.02 元 CPC 0.015 元
	小计	648.46	8.58%				
3	杭州网银互联科技股份有限公司	504.43	6.67%	技术服务费	机柜及带宽其他	机柜 930 个，带宽 19,958M	机柜 0.42 万/个/月，带宽 4.75 万/G/月
4	快乐阳光	451.24	5.97%	广告媒体或流量采购	品牌广告、效果广告	应用内广告：2017 年 1-3 月保底消耗 10 万，4-12 月保底消耗 20 万；通知栏广告：2017 年第一季度保底消耗 85 万，2017 年第二季度保底消耗 100 万（7-10 月暂停服务，11 月份起继续按季度保底 100 万）	
5	上海连尚网络科技	320.38	4.24%	广告媒体或流	品牌广告、效果	237,472,965 个	实时竞价，单价约 CPM

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例	供应商类型	采购内容	数量	单价
	有限公司			量采购	广告		14.30 元
6	北京森华易腾通信技术有限公司	316.09	4.18%	技术服务费	机柜及带宽其他	机柜 261 个，带宽 16304M	机柜 0.55 万/个/月，带宽 9.43 万/G/月
7	上海翼成信息科技有限公司	296.69	3.93%	广告媒体或流量采购	效果广告	157,244,203 个	CPC 0.02 元
8	杭州福风文化创意有限公司	247.97	3.28%	管理费用	房租、水电及物业服务、宽带等	-	-
9	中国移动通信集团浙江有限公司	241.04	3.19%	技术服务费	机柜及带宽	机柜 565 个，带宽 2400M	机柜 0.41 万/个/月，带宽 4.5 万/G/月
10	珠海金山办公软件有限公司	3.22	0.04%	广告媒体或流量采购	品牌广告、效果广告	27,499 个	CPM 30 元
	北京金山安全软件有限公司	151.86	2.01%	广告媒体或流量采购	品牌广告、效果广告	75,611,088 个	实时竞价，单价约 CPM 21.25 元
	小计	155.09	2.05%				
合计		**4,961.41**	**65.61%**				

2017 年，前十大供应商依然以服务器供应商、广告流量供应商以及技术服务费供应商为主。在本期，公司加大了与快乐阳光（芒果 TV）、上海连尚网络科技有限公司（WiFi 万能钥匙）的合作，对其的广告流量采购增加，两者分别上升到了公司前五大供应商的第四位和第五位。

公司在报告期内不存在向单个供应商的销售比例超过采购总额 50%的情况，亦不存在严重依赖少数供应商的情况。除浙江东冠外，公司与主要供应商之间不存在关联关系。

五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况

（一）固定资产

1、固定资产总体状况

公司固定资产主要为服务器、交换机等专用设备，截至 2017 年 12 月 30 日，

公司固定资产账面原值为 5,260.04 万元，累计折旧 2,180.73 万元，账面价值 3,079.31 万元。

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	累计减值	账面价值	成新率
专用设备	4,995.11	2,058.33	-	2,936.79	58.79%
运输工具	129.86	74.50	-	55.37	42.64%
电子及其他设备	135.07	47.91	-	87.16	64.53%
合计	**5,260.04**	**2,180.73**	**-**	**3,079.31**	**58.54%**

2、租赁房产情况

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人不存在对外租赁房屋情形，发行人承租房屋基本情况如下：

序号	出租方	承租方	租赁房屋位置	租金	使用用途	是否取得房产证	是否备案	周边租赁价格	价格来源
1	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 4 层 1401 室	2.3-2.4 元/m²/天	办公	否	否	2.4-2.7 元/m²/天	参考出租方杭州福风文化创意有限公司出具的《福地创业园 2.0 对外出租价目表》及与其他第三方企业签署的《房屋租赁合同》
2	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 3 层 1302-1 室	2.3-2.4 元/m²/天	办公	否	否		
3	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 3 层 1301 室	2.3-2.4 元/m²/天	办公	否	否		
4	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 3 层 1302-2 室	2.3-2.4 元/m²/天	办公	否	否		
5	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 3 层 1303 室	2.3-2.4 元/m²/天	办公	否	否		
6	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号（福地创业园 2.0 创业园）4 号楼第 4 层	2.3-2.4 元/m²/天	办公	否	否		
7	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号（福地创业园 2.0 创业园）4 号楼第 3 层 4301	2.3-2.4 元/m²/天	办公	否	否		
8	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号（福地创业园 2.0 创业园）4 号楼第 3 层 4303、4306	2.3-2.4 元/m²/天	办公	否	否		
9	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 2 号楼第 1 层 2A06	1000 元/月	仓库	否	否		
10	汤建光	每日互动	广州大道中路 307 号 C 栋 3203 房	22000 元/月（186.59m²）	办公	是	是	3.5-5 元/m²/天	安居客（https://hangzhou.anjuke.com）

序号	出租方	承租方	租赁房屋位置	租金	使用用途	是否取得房产证	是否备案	周边租赁价格	价格来源
11	浙江大学科技园发展有限公司	每日互动	浙江省杭州市西湖区西溪路525号A楼西区418室	78元/m²/月	办公	是	是	1.3-3.5元/m²/天	房天下（http://sx.fang.com/）
12	王安君	上海蓝豹	上海市江苏路369号16D	6.9元/m²/天	办公	是	是	5.6-7.4元/m²/天	房天下（http://sx.fang.com/）
13	杭州日报华知投资有限公司	杭州应景	杭州市余杭区仓前街道良睦路1399号10#2楼203-4（杭州未来科技城）	免费	注册地	是	是	免费	杭州未来科技城对引进、培育的项目免于收取租金。
14	杭州日报华知投资有限公司	杭州云盟	杭州市余杭区仓前街道良睦路1399号10#2楼203-5（杭州未来科技城）	免费	注册地	是	是		
15	杭州益乐股份经济合作社	杭州云盟	杭州市文一西路98号数娱大厦811、813室	2.8元/m²/天	办公	是	是	2.7-2.9元/m²/天	第三方房屋租赁合同、安居客（https://hangzhou.anjuke.com）、房天下（http://sx.fang.com/）
16	魏春利	北京云盟	北京市海淀区海淀北二街8号8层911	40873.51元/月（145.89m²）	办公	是	是	6.3-8元/m²/天	安居客（https://hangzhou.anjuke.com）

根据公开网站查询结果及发行人主要经营场所出租方提供的对外租赁价目表并比较同区域其他公司房产租赁价格，发行人上述房产租赁价格处于所在地同类物业的平均水平，租金价格公允。

上述主要租赁房产中，每日互动当前实际经营场所杭州市西斗门路 9 号 2.0 创业园 1 号楼 3 层、4 层，4 号楼 3 层、4 层和 2 号楼 1 层未取得房屋产权证明。此外，公司及其控股子公司部分租赁房产亦未办理租赁备案。公司实际控制人方毅已就公司/下属子公司（含孙公司）的租赁房产事宜出具了承诺，承诺："1、确保不会因租赁房产未办理房屋租赁登记备案手续或未取得房屋所有权证无法继续租赁而对公司/子公司业务经营造成不利影响；2、如因租赁房产未办理房屋租赁登记备案手续或未取得房屋所有权证而无法继续租赁该等房产，且未能及时变更所涉及的经营场所导致对公司/子公司生产经营造成不利影响的，本人将无条件促成公司及其子公司搬迁；3、如公司/子公司因上述租赁房产事宜被房地产监管部门处以罚款或导致公司发生任何搬迁成本、损失的，本人将无条件承担以弥补公司损失。"

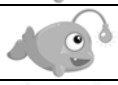
（二）无形资产

1、注册商标情况

截至 2017 年 12 月 31 日，本公司拥有 50 项注册商标，具体情况如下：

序号	权利人	注册号	注册商标	核定使用商品类别	有效期限	是否转让、许可使用
1	每日互动	8858343	个信互动	第 38 类	2021/12/6	否
2	每日互动	13419053	个推	第 38 类	2025/1/20	否
3	每日互动	14694276	个推	第 42 类	2025/8/27	否
4	每日互动	14685812	走过路过	第 38 类	2025/8/20	否
5	每日互动	14917897	个	第 38 类	2025/9/13	否
6	每日互动	14917949	个	第 42 类	2025/9/13	否
7	每日互动	14685903	aPush	第 9 类	2025/10/20	否
8	每日互动	16575799	应景	第 9 类	2026/5/13	否
9	每日互动	16575750	应景	第 42 类	2026/5/13	否
10	每日互动	16575706	应景	第 38 类	2026/5/13	否

序号	权利人	注册号	注册商标	核定使用商品类别	有效期限	是否转让、许可使用
11	每日互动	16894910		第 9 类	2026/7/6	否
12	每日互动	16895030		第 38 类	2026/7/6	否
13	每日互动	16895383		第 42 类	2026/8/13	否
14	每日互动	17772627	个图	第 9 类	2026/10/13	否
15	每日互动	17772452	个数	第 35 类	2026/10/13	否
16	每日互动	17772861	个知	第 42 类	2026/10/13	否
17	每日互动	17772974	个图	第 42 类	2026/10/13	否
18	每日互动	17772421	个指	第 35 类	2026/10/13	否
19	每日互动	17771522	个火	第 9 类	2026/10/13	否
20	每日互动	17772585	个知	第 9 类	2026/10/13	否
21	每日互动	17772413	个火	第 35 类	2026/10/13	否
22	每日互动	17771392	个灯	第 42 类	2026/10/13	否
23	每日互动	17772533	个游	第 9 类	2026/10/13	否
24	每日互动	17772471	个商	第 35 类	2026/10/13	否
25	每日互动	17772651	个阅	第 9 类	2026/10/13	否
26	每日互动	17771338	个灯	第 35 类	2026/10/13	否
27	每日互动	17771245	个灯	第 9 类	2026/10/13	否
28	每日互动	17772747	个数	第 42 类	2026/10/13	否
29	每日互动	17772908	个火	第 42 类	2026/10/13	否
30	每日互动	18461065	aBeacon	第 9 类	2027/3/6	否
31	每日互动	18461064	aBeacon	第 35 类	2027/1/6	否
32	每日互动	18461063	aBeacon	第 36 类	2027/3/6	否

序号	权利人	注册号	注册商标	核定使用商品类别	有效期限	是否转让、许可使用
33	每日互动	18461061	aBeacon	第 41 类	2027/1/6	否
34	每日互动	18461059	aBeacon	第 45 类	2027/1/6	否
35	每日互动	9830333	BACUP	第 42 类	2022/10/6	否
36	每日互动	9830309	BACUP	第 9 类	2022/11/27	否
37	每日互动	19739635		第 9 类	2027/6/13	否
38	每日互动	19739750		第 35 类	2027/6/13	否
39	每日互动	21901760	个游	第 35 类	2027/12/27	否
40	每日互动	21901759	个游	第 38 类	2027/12/27	否
41	每日互动	21901757	个游	第 41 类	2027/12/27	否
42	每日互动	21901756	个游	第 42 类	2027/12/27	否
43	每日互动	21901755	个旅	第 9 类	2027/12/27	否
44	每日互动	21901754	个旅	第 35 类	2027/12/27	否
45	每日互动	21901753	个旅	第 38 类	2027/12/27	否
46	每日互动	21901751	个旅	第 42 类	2027/12/27	否
47	每日互动	21894633	个像	第 42 类	2027/12/27	否
48	每日互动	21894456	个像	第 35 类	2027/12/27	否
49	每日互动	21473975	个信	第 35 类	2027/11/20	否
50	每日互动	15643180	个信	第 38 类	2027/2/20	否

2、计算机软件著作权情况

截至 2017 年 12 月 31 日，本公司及其控股子公司拥有 28 项软件著作权，具体情况如下：

序号	著作权人	登记号	软件全称	首次发表日期	登记批准日期	取得方式
1	每日互动	2011SR015258	每日备备手机数据备份软件 V8.1	2007/9/10	2011/3/25	继受取得

序号	著作权人	登记号	软件全称	首次发表日期	登记批准日期	取得方式
2	每日互动	2016SR118562	个信手机即时通讯软件 V1.0	2011/2/1	2016/5/25	继受取得
3	每日互动	2014SR034046	每日互动“个推”信息推送平台软件 V1.0	2012/3/1	2014/3/26	原始取得
4	每日互动	2016SR161466	个推信息推送平台 V2.1.0	2012/5/18	2016/6/29	继受取得
5	每日互动	2014SR010458	八爪电脑至手机信息传送工具软件 V1.0	2012/8/21	2014/1/23	原始取得
6	每日互动	2015SR196448	每日互动地震速报软件（Android 版）V1.0	2013/4/5	2015/10/14	原始取得
7	每日互动	2015SR191955	每日互动地震速报软件（iOS 版）V1.0	2013/8/26	2015/10/8	原始取得
8	每日互动	2016SR026973	每日互动移动终端智能信息推送软件 V1.0	2014/10/1	2016/2/3	原始取得
9	每日互动	2016SR075254	每日互动“个推”信息推送平台软件 V2.0	2015/1/1	2016/4/13	原始取得
10	每日互动	2016SR075260	每日互动推送平台安卓端 SDK 软件 V1.0	2015/1/1	2016/4/13	原始取得
11	每日互动	2016SR026563	每日互动个数行业报告统计软件 V1.0	2015/5/1	2016/2/3	原始取得
12	每日互动	2015SR192126	每日互动敏捷开发看板软件 V1.0	2015/5/15	2015/10/8	原始取得
13	每日互动	2016SR026764	每日互动移动终端 GPS 纠偏软件 V1.0	2015/6/1	2016/2/3	原始取得
14	每日互动	2015SR192120	每日互动“个灯”信息专业投放系统软件 V1.0	2015/6/1	2015/10/8	原始取得
15	每日互动	2015SR191919	每日互动“个火”信息精准投放系统软件 V1.0	2015/7/1	2015/10/8	原始取得
16	每日互动	2015SR192231	每日互动“个推”交叉唤醒系统软件 V1.0	2015/7/1	2015/10/8	原始取得
17	每日互动	2015SR192228	每日互动“个图”实时人流监控平台软件 V1.0	2015/8/1	2015/10/8	原始取得
18	每日互动	2016SR030732	每日互动个付移动支付软件 V1.0	2015/12/11	2016/2/16	原始取得
19	每日互动	2016SR075509	每日互动车辆行为管理系统 V1.0	2016/1/1	2016/4/13	原始取得
20	每日互动	2016SR137745	每日互动大数据管理平台软件 V1.0	2016/4/5	2016/6/12	原始取得
21	每日互动	2016SR138061	每日互动广告产品私有化交易平台软件 V1.0	2016/4/5	2016/6/12	原始取得
22	每日互动	2017SR082363	每日互动移动大数据及终端的实时游客特征挖掘软件 V1.0	2017/1/1	2017/3/17	原始取得
23	每日互动	2017SR081831	每日互动移动大数据及终端的实时游客人流量监控软件 V1.0	2017/1/1	2017/3/17	原始取得
24	每日互动	2017SR146840	每日互动用户画像 SDK 软件（Android 版）	2017/3/2	2017/4/28	原始取得

序号	著作权人	登记号	软件全称	首次发表日期	登记批准日期	取得方式
25	每日互动	2017SR288347	每日互动个图实时人流监控平台软件	2016/10/20	2017/6/20	原始取得
26	每日互动	2017SR398259	每日互动用户画像 SDK 软件（ios 版）V1.0	2017/6/1	2017/7/26	原始取得
27	每日互动	2017SR423137	每日互动“个旅”游客大数据监测平台软件 V1.0	2017/7/25	2017/8/4	原始取得
28	每日互动	2017SR715962	每日互动“个验”移动互联网身份认证软件 V1.0	2017/10/30	2017/12/21	原始取得

3、专利情况

截至 2017 年 12 月 31 日，公司共有 5 项专利授权，具体如下：

序号	专利号	专利名称	专利类型	权利人	有效期限
1	201310334786.6	一种在软件更新时推荐软件的方法及实现该方法的系统	发明	每日互动	2033/8/1
2	201110191319.3	一种语音和文字内容混淆消息的实现方法	发明	每日互动	2031/7/7
3	201010234062.0	一种移动终端收发短信信息的方法及实现该方法的软件	发明	每日互动	2030/7/21
4	201510310320.1	一种基于服务器端进行移动终端应用间交叉唤醒的方法及系统	发明	每日互动	2035/6/7
5	201510310387.5	一种解决移动设备 GPS 定位不准确的方法及系统	发明	每日互动	2035/6/7

4、域名情况

截至 2017 年 12 月 31 日，本公司已取得 25 项域名，本公司全资子公司、孙公司已取得 3 项域名，具体如下：

序号	域名	权利人	注册日期	到期日期
1	getuipush.com	每日互动	2016/1/19	2019/1/19
2	geindex.com	每日互动	2015/9/9	2018/9/9
3	geatmap.com	每日互动	2015/4/22	2018/4/22
4	igehuo.com	每日互动	2015/4/2	2019/4/2
5	dizhensubao.com	每日互动	2015/3/27	2019/3/27
6	viyouhui.com	每日互动	2014/7/23	2018/7/23
7	gepush.com	每日互动	2012/4/29	2018/4/29
8	ibazhua.com	每日互动	2012/3/14	2019/3/14

序号	域名	权利人	注册日期	到期日期
9	pusure.com	每日互动	2012/1/4	2019/1/4
10	getui.cn	每日互动	2011/12/15	2018/12/15
11	getui.net	每日互动	2011/12/15	2018/12/15
12	igetui.com	每日互动	2011/11/30	2019/11/30
13	facetome.cn	每日互动	2011/7/28	2018/7/28
14	amessage.cn	每日互动	2011/5/27	2018/5/27
15	g1x.cn	每日互动	2011/4/17	2018/4/17
16	gxurl.cn	每日互动	2011/4/16	2018/4/16
17	igexin.com	每日互动	2010/10/29	2021/10/29
18	getui.com	每日互动	2009/10/26	2021/10/26
19	abeacon.com	每日互动	2006/11/27	2019/11/27
20	acloud.com	每日互动	2005/8/27	2020/8/27
21	amessage.com	每日互动	2001/7/12	2020/7/12
22	getuimap.com	每日互动	2015/4/22	2018/4/22
23	aigexin.com	每日互动	2011/3/17	2019/3/17
24	geatmind.com	每日互动	2017/6/14	2018/6/14
25	geatpush.com	每日互动	2017/6/14	2018/6/14
26	longbow.com	上海蓝豹	1995/1/5	2019/1/4
27	yunmengdata.com	杭州云盟	2016/8/10	2018/8/10
28	ym-games.com	北京云盟	2016/5/30	2018/5/30

六、发行人拥有的经营资质情况

公司所从事的业务不涉及特许经营，公司不拥有特许经营权。截至本招股说明书签署日，公司已获得的各类经营资质的具体情况如下：

公司名称	资质名称	编号	许可内容	有效期限	核准机关
每日互动	《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	浙 B2-20150245	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限于互联网信息服务）	2020/7/13	浙江省通信管理局
每日互动	《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	B2-20150474	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）	2020/7/8	中华人民共和国工业和信息化部

公司名称	资质名称	编号	许可内容	有效期限	核准机关
每日互动	《高新技术企业证书》	GR201633000602	-	2019/11/21	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局、浙江省地方税务局
每日互动	《软件企业认定证书》	浙 R-2014-0255	-	-	浙江省经济和信息化委员会
杭州云盟	《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	浙 B2-20170411	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限于互联网信息服务）	2022/5/7	浙江省通信管理局
北京云盟	《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》	京 B2-20170807	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限于互联网信息服务）	2022/6/14	北京市通信管理局
北京云盟	《网络文化经营许可证》	京网文（2016）5803-765 号	利用信息网络经营游戏产品	2019/11/2	北京市文化局

七、发行人的技术研发情况

（一）核心技术情况

1、发行人主要核心技术

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
移动客户端技术				
1	移动端电量流量控制技术	提高移动终端电池续航能力、减少移动数据网络流量消耗	通过研究不同手机的耗电原理，找出如何节省电量的方法并加以应用；通过自定义协议，调整唤醒手机网络和计算单元的时机，并通过数据压缩、多任务合并等技术实现电量和流量控制。	原创创新
2	通信路径探测	针对国内网络复杂的情况，寻找最佳通信路径	通过采用多域名配置到不同运营商不同区域，利用多域名对比检测、预设地址列表等技术发现最佳的通信路径，从而获得最有效的网络传输效果	原创创新
3	链路复用技术	让同一手机装载多个个推 SDK 时只存在一个通道	在同一手机上的多个 SDK 之间，利用服务发现、主服务协商来确定负责通信的主 SDK，然后通过定期轮换策略来进行	原创创新

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
			流量分摊	
4	移动侧应用性能管理	及时发现应用在运行过程中的性能及缺陷，及时优化	首先对决定底层网络访问质量的应用关键点进行数据埋点，然后将数据抽样上传至服务器，并在平台侧对数据进行统一处理分析，从中发现异常点，为针对性优化提供数据支撑	原创创新
5	多平台适配	可以使得用户在不同配置的终端上有一致的良好体验	由于不同厂商、相同厂商不同型号的手机具有不同的规格以及不同的操作系统版本，针对不同类别的终端，对应用所使用的资源进行归类，对内容进行动态解释和渲染，同时通过工具对内容进行一键式打包来实现多平台适配	集成创新
6	后台服务驻留技术	可以使得后台服务能尽可能存活，保证推送效果	通过对安卓操作系统的深入研究，采用提高 SDK 服务在系统中的优先级等技术实现后台服务的长时间存活	原创创新
大规模通信技术				
1	软性动态负载	解决在硬件设备无法满足超大规模通信情况下的问题	由于目前的硬件防火墙很难做到超过千万并发在线的处理能力，所以需要从软件层面来解决。公司通过组建通信服务器集群，对通信服务器状态进行动态收集、健康度建模，及时剔除不健康的节点，并在此基础上采用多种分发策略来实现请求的动态负载	原创创新
2	单机大规模并发连接处理	让单台普通商用服务器能承载 200 万并发连接	公司从硬件设备配置、操作系统、网络协议、编程模型、应用设计等多个层次进行了挖掘优化，包括重写了 Linux 操作系统底层配置、拓展了句柄数等资源限制，在整个技术架构的搭建上对单台服务器的承载能力进行了极致提升，让单台普通商用服务器能承载 200 万并发连接	原创创新

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
3	多点接入网关	在无法部署多个业务中心的情况下提供良好服务质量	采用类似运营商通信网络方式，在少数业务中心的约束条件下，通过在最接近用户使用地建立网关，使其就近接入的方式来达到超大规模用户接入并保证服务质量的要求	引进消化吸收再创新
4	多策略消息优先级调度技术	针对不同客户不同场景，采用不同优先级进行消息发送	根据不同的场景（譬如新闻对于实时性要求相对较高）、不同的客户（付费与非付费）、不同的规模（千万与万级），采用不同的数据存取方式、赋予不同的消息优先级；通过在内部采用灵活的线程优先级、防饿死算法等来实现系统的整体效益最大化	原创创新
分布式处理技术				
1	分布式服务治理框架	用于提供统一的服务注册、发现、注销、检测和监控等	分布式系统最基础的要求是随时根据业务发展需要增加或缩小服务器规模。公司采用了分层设计，通过服务动态注册、登记以及注销，可以自动实现服务的发现，并自动选择合适的调用策略；此外，该框架采用非侵入的方式来进行服务调用，便于优化和升级	引进消化吸收再创新
2	分布式服务调用框架	用于服务的调用，使得调用者可以非常方便的使用服务	公司采用类似 AOP 等模型，使开发者免于重复类似对象序列化等方面的工作，并提供双向同步、异步、存储转发、单向调用、可靠触达等调用方式，实现不同平台之间服务调用的无缝连接	引进消化吸收再创新
3	大规模分布式搜索	用于在海量数据众进行快速的多条件组合内容搜索	在推送以及营销业务中，经常需要能快速提取符合各种条件组合的目标用户群体，即进行快速的数据检索。公司在 ElasticSearch 的基础架构上进行了符合业务的设计和配置，从而实现微秒级复杂条件组合的查询。	集成创新

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
4	分布式跟踪技术	用于收集每个业务请求在系统内部的各种指标，提供给系统优化和容量设计使用	对于一个大规模复杂分布式系统而言，如何能够高效找到系统的瓶颈问题是关键。公司在服务治理和调用框架层面利用非侵入式设计来收集链式调用数据，并在后续使用大数据分析技术来可视化系统内部各个环节的服务质量，为系统优化、容量设计等工作提供详细数据支撑	引进消化吸收再创新
5	分布式缓存技术	为海量业务数据提供分布式的缓存，大幅度提高系统性能	缓存技术也是为了能够大幅度提高系统性能而采取的有效手段。公司利用 Redis 等开源软件，采用多种调度算法把数据缓存在集群中，从而达到快速读取数据以及资源弹性管理的效果。	引进消化吸收再创新
6	分布式数据服务	为海量数据提供持久化、高可靠、高效率的存取。	由于不同的数据类型适合采用不同的数据管理系统，为了减少对这些数据使用的复杂度，通过建立分布式数据中间层，采用自动的读写分离、自动复制等技术，保证海量数据情况下的 QoS.	引进消化吸收再创新
广告计算技术				
1	受众定向	针对请求的 ID 来找出其属性确定其是否是受众	对于数字化营销领域而言，如何找到目标受众是核心。公司针对设备相关的多种标识，使用 ID-Mapping 技术，结合大数据处理技术、特征工程、机器学习等技术所产生的结果，来确定特定用户的广告候选，或者找出特定广告所适合的受众人群。	原创创新
2	CTR 预测	预测当前流量可能的点击转化率	针对效果广告，很重要的一点就是预测针对某一流量各个广告的点击转化率，越高的转化率会让广告主获得较高的投入产出。公司通过分析该流量所在的媒体、位置等，并结合历史的点击数据，	引进消化吸收再创新

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
			采用回归等算法来预测此次展示可能的点击率	
3	动态推荐技术	结合媒体性质、位置、用户属性、时间等来推荐内容	结合时间、地点、用户的属性、兴趣爱好、历史行为信息等多个因素，采用相似性算法、协同过滤算法等技术来确定推荐的内容，提高转化率和最终的投放效果。	引进消化吸收再创新
4	广告排序技术	从多个候选的广告中选择一个最优的广告	结合快速检索系统，通过广告的 CTR 预测，结合广告针对的目标受众、广告形态、出价因素等，使用模型和算法来对广告进行 eCPM 计算打分，在毫秒级的时间内选择最可能胜出的广告进行展示。	引进消化吸收再创新
5	反作弊技术	识别流量真伪、是否欺骗	通过使用海量的用户终端信息，来实时比对流量信息是否真实；通过 IP、应用列表，来识别是否为机器人行为；通过图像识别功能，来判断广告是否真实展现。	原创创新
大数据处理技术				
1	实时计算框架	用于对数据处理要求在秒级延迟的场景，譬如实时人口热力图等	公司采用基于 Spark Streaming 等流式计算框架，结合分布式缓存及数据服务系统，进行大规模数据下的迭代或者链式运算，从而在尽可能短的时间内得出结果	集成创新
2	海量数据订阅发布技术	用于将准实时海量数据提供给多个数据使用方	不同于一般的消息队列，对于海量的数据需要采用完全分布式的方式来进行消息的发布和订阅；对于使用方来说，需保证数据的重复使用及回溯，并实现数据的高可用性。	集成创新

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
3	大数据批处理技术	对实时性要求相对不高的数据进行批量线下处理	基于 Spark、Apache Hadoop 平台开发；使用 RDD、MR 处理超大型数据集	集成创新
4	特征工程及机器学习	找出合适的特征并进行建模	当数据可以选择的特征较多时，为减少计算规模，对特征进行提取、筛选，然后基于筛选后的特征建立合适的模型进行机器学习，最终形成效果较好的模型用于生产。	引进消化吸收再创新
5	数据可视化	把数据用直观和合理的方式展示出来	结合专业的设计能力、使用 SVG/WebGL/Canvas/VML 以及 Echarts 等套件提供数据产品的可视化界面，传达直观、洞察后的内容。	引进消化吸收再创新
大数据存储技术				
1	数据抽取系统	从各个不同的数据源中抽取数据	数据的产生会洒落在各个地方，所以需要将其进行收集。公司通过 Flume 等工具，把数据从文件、网络等数据源中，通过全量、增量、差分等方式汇聚到中间数据层（如发布订阅系统），供后续数据使用者使用。	集成创新
2	弹性分布式存储系统	进行海量数据的持久存储	基于 HDFS,HBase,MySQL 等开源软件，建立分布式文件系统、基础数据库管理系统，然后在此基础上建立容错、易扩展的存储应用系统，使一个集群中可以存储数百 PB 的数据。	集成创新
3	列式存储技术	适用于大数据分析的特定存储结构	区别于传统的行式存储，对于大数据分析而言，更多的是对于同一列或者多列的数据进行汇总等群式计算,因此列式的存储方式更加适合，公司的列式存储技术便是基于类似思想开发。	集成创新

公司的以上核心技术均与公司主营业务紧密相关。其中，公司的移动客户端技术、大规模通信技术、分布式处理技术主要运用于公司的技术推送服务中，广

告计算技术、大数据技术以及大规模数据存贮技术则在公司的移动互联网营销服务及其他大数据服务中得到运用。因此，虽难以量化上述核心技术单独的收入贡献度，但从整体上来看，公司目前的营业收入都直接或间接来自于上述核心技术。

2、主要核心技术来源及形成过程

（1）移动客户端技术

公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。公司目前拥有的各项核心技术均为公司业务发展过程中多年积累，由相关技术的主要研发人员入职公司后利用公司设备、资源及个人知识、技术储备在各自工作业务岗位上研发而成，具体如下：

序号	技术名称	技术来源	形成过程
1	移动端电量流量控制技术	自主研发	公司自2011年10月开始启动该项技术研发，经过 6 个月完成了第一代技术的研发，后经 2012 年 8 月、2014 年 4 月、2016 年 3 月、2017 年 3 月等几次技术升级，形成了现有的移动端电量流量控制技术
2	通信路径探测	自主研发	公司自 2016 年 1 月开始启动该项技术研发，经过 3 个月完成了第一代技术的研发，后经 2016 年 9 月第二次技术升级，形成了现有的通信路径探测技术
3	链路复用技术	自主研发	公司自 2013 年 5 月开始启动该项技术研发，经过 3 个月完成了第一代技术的研发，后经 2014 年 3 月、2016 年 6 月等几次技术升级，形成了现有的链路复用技术
4	移动侧应用性能管理	自主研发	公司自 2015 年 9 月开始启动该项技术研发，经过 3 个月完成了第一代技术的研发，后经 2016 年 5 月、2016 年 8 月等几次技术升级，形成了现有的移动侧应用性能管理技术
5	多平台适配	自主研发	公司自2011年10月开始启动该项技术研发，经过 6 个月完成了第一代技术的研发，后经 2013 年 12 月、2015 年 11 月、2016 年 6 月、2016 年 12 月、2017 年 3 月等几次技术升级，形成了现有的多平台适配技术
6	后台服务驻留技术	自主研发	公司自 2015 年开始启动该项技术研发，经过 1 年完成了第一代技术的研发，后经 2016 年第二次技术升级，形成了现有的后台服务驻留技术

（2）大规模通信技术

序号	技术名称	技术来源	形成过程
1	软性动态负载	自主研发	公司自 2012 年开始启动该项技术研发，经过 1 年完成了第一代技术的研发，后经多链路复用、数据通信加密等几次技术升级，形成了现有的软性动态负载技术，支持亿级并发连接的负载均衡。
2	单机大规模并发连接处理	自主研发	公司自 2012 年开始启动该项技术研发，经过 1 年时间左右完成了第一代技术的研发，后经多链路复用、数据通信加密等几次技术升级，形成了在普通商用服务器单机承载 200 万以上并发连接的情况下，保持运行安全稳定的技术。
3	多点接入网关	自主研发	公司自 2013 年开始启动该项技术研发，经过半年时间左右完成了技术的研发，后经多次技术迭代优化，形成了可根据网络情况任意部署，避免因网络原因造成的连接失败、发送消息失败率高等问题的技术。
4	多策略消息优先级调度技术	自主研发	公司自 2016 年 7 月开始启动该项技术研发，经过 1-2 个月时间左右完成了技术的研发，后经多次技术迭代优化，形成了根据不同用户或消息类型进行优先级处理的技术。

（3）分布式处理技术

序号	技术名称	技术来源	形成过程
1	分布式服务治理框架	自主研发	公司自 2012 年开始启动该项技术研发，经过 1 年左右时间完成了技术的研发，后基于线上实际运行发现的问题，进行了多次的迭代升级优化，形成了基于 SOA 架构的分布式服务治理框架技术，主要有服务自动注册、自动发现、服务依赖等众多架构功能。
2	分布式服务调用框架	自主研发	公司自 2011 年 9 月开始启动该项技术研发，经过 1 年时间左右完成了技术的研发，后经多次的迭代升级优化，形成了分布式服务调用框架技术，主要基于 netty 进行二次封装，包含同步、异步、回调等多种调用方式实现各服务的无缝集成调用。
3	大规模分布式搜索	自主研发	公司自 2013 年开始启动该项技术研发，经过半年时间左右完成了技术的研发，后经多次的配置优化升级，形成了基于 EleasicSearch 集群的用于分布式复杂条件的高速搜索技术，主要用于实现应用级别的各种标签、画像等条件的高速推送。

序号	技术名称	技术来源	形成过程
4	分布式跟踪技术	自主研发	公司自 2012 年 12 月开始启动该项技术研发，经过 3 个月时间左右完成了技术的研发，经多次的迭代升级，形成了基于探针的分布式消息追踪技术，用于分析排查推送系统的各种性能、容量、推送等问题。
5	分布式缓存技术	自主研发	公司自2012年9月开始启动该项技术研发，经过 3 个月左右的时间完成了第一代技术的研发，后根据线上实际运行发现的问题进行主从读写比例、故障隔离、动态配置更新、监控告警等多次迭代升级，形成了基于 Redis 进行二次技术开发的大容量分布式缓存技术，成为高速推送系统的基石。
6	分布式数据服务	自主研发	公司自 2015 年 4 月开始相关数据服务技术的研发，主要基于 thrift Java 和 jetty http 模式；2016 年 7 月，由于公司数据服务越来越多，服务统一与治理提上进程，开始了统一服务框架 SDK1.0 的研发；2016 年 12 月，由于 1.0 框架对服务的约束力比较弱，开始了服务框架 SDK2.0 的研发，调整了框架架构，提高了框架的管理能力。

（4）广告计算技术

序号	技术名称	技术来源	形成过程
1	受众定向	自主研发	公司自 2016 年开始启动该项技术研发，经过 2 个月研发完成了第一代技术的研发，后经对第三方 DSP 开放接口等几次技术升级，形成了现有的受众定向技术。
2	CTR 预测	自主研发	公司自 2016 年开始启动该项技术研发，经过 2 个月研发完成了第一代技术的研发，后经预测模型优化等几次技术升级，形成了现有的 CTR 预测技术。
3	动态推荐技术	自主研发	公司自 2016 年开始启动该项技术研发，经过 2 个月研发完成了第一代技术的研发，后经推荐模型优化等几次技术升级，形成了现有的动态推荐技术。
4	广告排序技术	自主研发	公司自 2016 年开始启动该项技术研发，经过 2 个月研发完成了第一代技术的研发，后经排序模型优化等几次技术升级，形成了现有的广告排序技术。
5	反作弊技术	自主研发	2016 年 7 月，由于广告主对投放效果越来越高的要求，研发团队开始着力于流量反作弊技术的研发工作。开展流量动态子弹夹功能研发工作；2016 年 8 月，动态子弹夹第一个版本完成上线工作；2016 年 11 月，动态子弹夹第二个版本完成上线工作；之后，该产品进入持续迭代过程中。

（5）大数据处理技术

序号	技术名称	技术来源	形成过程
1	实时计算框架	自主研发	公司自 2015 年 4 月开始研发实时计算框架，服务于公司的实时业务（如热力图），对在线业务的实时数据处理需达到秒级别响应和展示。经过 2015 年 9 月热力图整体设计并且上线，后经 2016、2017 几次技术升级，形成了现有的实时计算框架。
2	海量数据订阅发布技术	自主研发	公司自 2015 年 6 月起对于实时处理日志的需求逐渐强烈，数据部为了保障实时日志的及时性以及数据完整性，引入了 linked-in camus 来进行日志实时消费；2016 年 6 月，为满足数据处理时间、数据自定义分区的要求，公司对 camus 进行了改造，后经 2017 年几次技术升级，形成了现有的海量数据订阅发布技术。
3	大数据批处理技术	自主研发	随着公司的逐渐发展，开始积攒的数据越来越多，需要对海量数据进行分析，数据部开始使用 hadoop、spark 等技术来进行数据的 etl 操作；2015 年 6 月，公司完成内部基于 hadoop 和 spark 程序优化和封装，简化使用，后经 2017 年几次技术升级，形成了现有的大数据批处理技术。
4	特征工程及机器学习	自主研发	公司自 2015 年开始进行画像 2.0 开发，基于用户汇报 APP 和设备信息开发特征； 2016 年 5 月完成画像 3.0 开发，完善设备特征、APP 特征、增加 lbs 数据特征；2017 年 4 月完成画像 4.0 开发，增加 APP 活跃特征开发，优化 lbs 特征；后经 2017 年几次技术升级，形成了现有的画像系统
5	数据可视化	自主研发	公司自 2015 年 5 月开始热力图立项开发，采用百度地图作为底图，使用 Canvas 技术在百度地图上渲染热力图，可视化展示设备分布情况，并使用 SVG 技术绘制区域热度趋势折线图。2015 年 11 月，增加区域用户画像模块，使用基于 Canvas 的百度 Echarts 对区域画像数据进行展示，后经 2017 年几次技术升级，形成了现有的数据可视化技术

（6）大数据储存技术

序号	技术名称	技术来源	形成过程
1	数据抽取系统	自主研发	公司自 2014 年开始采用 rsync+shell 模式开发了一套自动采集业务服务器日志到 BI 系统服务器的数据采集抽取系统， 2016 年为了提高采集抽取速度，对开源的 flume 和 camus 进行改造，实现部分实时收集日志并且汇总到数据服务 HDFS 上，后经 2017 年几次技术升级，形成了现有的数据抽取系统。
2	弹性分布式存储系统	自主研发	随着公司积累的数据越来越多，需要对海量数据存储以及保证数据的高可用性，引入了 HDFS、Hbase 等；2016 年，优化了 Hbase 存储，并且扩容到 40 台。2017 年，引入 openfalcon 和开发指标采集模块，完善 Hbase 线上监控和鉴权，后经 2017 年几次技术升级，形成了现有的弹性分布式存储系统
3	列式存储技术	自主研发	公司自 2014 年 2 月开始启动该项技术研发；随着公司业务的发展，HDFS 集群上面的数据越来越多，业务需求也越来越多样化，数据检索的成本越来越高，对集群的压力越来越大，但实际上不同业务所需要的数据往往是特定几个字段，没必要查询整条记录。上述情况就很适合采用列式存储技术，将数据按列存储，针对不同的业务访问不同的列，从而大大降低集群 IO，提升访问速度，目前公司已经将越来越多的数据初步迁移为列式存储，并在探索列式存储与索引相结合的技术，后经 2017 年几次技术升级，形成了现有的列式存储技术。

公司目前拥有的各项核心技术均为公司业务发展过程中多年积累，由相关技术的主要研发人员入职后利用公司设备、资源及个人知识、技术储备在各自工作业务岗位上研发而成，不涉及公司董事、监事、高级管理人员或其他核心人员在曾任职单位的职务成果，核心技术的形成未依赖新浪、百度等主要客户或供应商，来源和形成过程均合法合规，亦不存在权属纠纷或潜在纠纷风险。

（二）研发费用情况

1、公司研发情况

（1）研发费用构成

公司研发费用按照支出明细核算，核算口径主要包括：职工薪酬、技术服

务及测试费、服务器折旧费、无形资产摊销、房租水电费等，其中：职工薪酬包括研发人员的工资、奖金、社保、公积金等；技术服务及测试费包括研发活动直接相关的研发成果论证鉴定评审验收费、测试调试费、委托研发费、网络通讯费等；其他费用包括与研发直接相关的其他投入费、交通费等。报告期内公司研发投入核算口径保持一致，相关会计处理符合《企业会计准则》规定。

报告期内，公司研发费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2017 年		2016 年		2015 年
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
职工薪酬	3,812.35	40.74%	2,708.70	65.61%	1,635.56
服务器折旧费	680.07	76.63%	385.03	52.34%	252.74
无形资产摊销	50.84	71.06%	29.72	-	-
技术服务及测试费	33.66	-74.09%	129.90	-31.96%	190.93
房租水电费	133.75	63.07%	82.02	52.20%	53.89
其他	4.95	-85.57%	34.30	147.65%	13.85
合计	**4,715.62**	**39.94%**	**3,369.67**	**56.95%**	**2,146.96**
占营业收入比重	14.16%		19.05%		27.64%

2016 年度研发费用较 2015 年度上升 56.95%，主要原因如下：

A.随着公司业务规模的扩张与研发人员数量的增长，职工薪酬、服务器折旧费、房租水电费相应增加。

B.无形资产摊销较上年增加 29.72 万元，主要原因系 2016 年公司以 509.43 万元的价格收购个信互动持有的无形资产，包括计算机软件著作权、发明专利等

C.技术服务及测试费较上年减少 61.03 万元，主要原因系部分委托外部研发项目已完工。

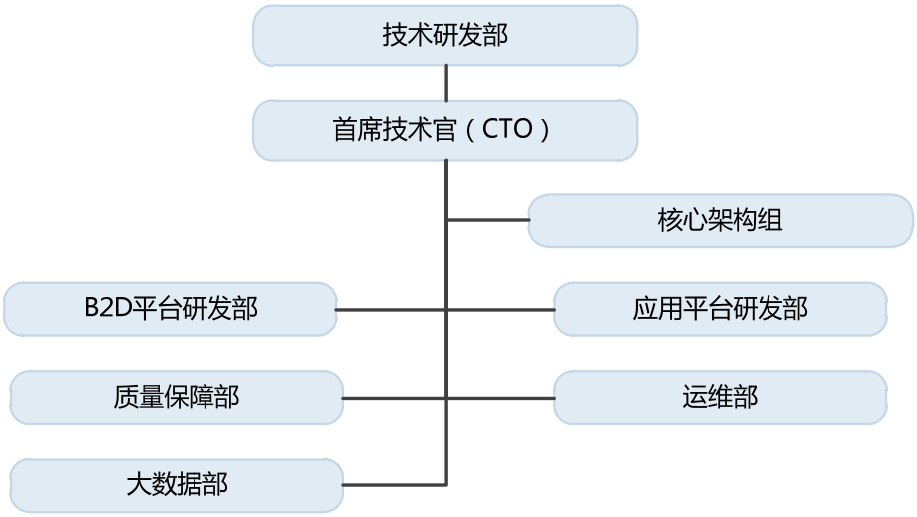
2017 年度研发费用较 2016 年上升 39.94%，主要原因如下：

A.随着公司业务规模的扩张与研发人员数量的增长，职工薪酬、服务器折旧费、无形资产摊销、房租水电费相应增加；

B.技术服务及测试费较上年减少 96.24 万元，主要原因系部分委托外部研发项目已完工。

（2）研发环节组织架构及人员具体安排

公司研发环节组织架构图如下所示：



公司技术研发部由首席技术官（CTO）领导，负责整个技术研发部的管理及技术带头工作，首席技术官管辖一个核心架构组以及五个技术部门。核心架构组由公司技术部门的架构师组成，首席架构师作为组长，负责公司技术发展的路标制定、关键技术的研究牵头和组织、推动公司技术的储备和发展、对公司产品和项目的技术架构和核心技术实现进行方案评定和批准。

B2D 平台研发部主要负责研究和开发针对开发者的基础产品，设研发总监一名，下面包含移动端研发部和平台研发部；移动端研发部负责智能终端相关产品的研发工作，设经理一名，根据手机平台和产品下辖多个小组，每个小组设主管一名。平台研发部负责服务器端的产品研发工作，设经理一名，根据产品、模块、技术平台也下设多个小组，每个小组设主管一名。

应用平台研发部主要研究和发展针对移动营销相关的产品，设研发总监一名，下面包含前端技术组、管理产品技术组、业务产品技术组，设主管各一名。前端技术组负责公司展示相关的技术开发；管理产品技术组主要负责个灯产品线中和客户和使用者相关的产品交互部分的开发；业务产品技术主要负责后端业务实现。

大数据部门主要负责公司大数据相关的平台建设、模型研究、公共画像系统的建设、数据产品的研发工作。大数据部设总监一名，下设大数据工程组、大数据分析组、大数据模型组，各设经理一名，下设主管若干名。

质量保障部负责公司产品的质量保障的流程和制度制定、上线前验收测试、性能测试、功能测试等。设总监一名，根据产品线设置多个小组，每个小组设经理或主管一名。

运维部负责公司生产相关的 IT 设施的建设、产品的上线、上线后的应用运维、公司运维相关的制度和流程建设。设总监一名；下设应用运维组、基础运维组、数据资产运维组，各设经理或主管若干。

（3）研发环节业务流程

公司研发部门根据经过优先级评定的产品功能清单，通过团队共同参与的计划会议，按照月度来进行产品开发的规划，中间采用一个或者多个迭代，然后进行月度总结。以下对具体各个环节进行说明：

A.产品立项

由产品经理发起立项，在需求发起人，产品、研发、质量保障三人组评审（以下简称三人组）、相关技术人员的参与下，完成产品立项。

B.产品目标、需求分析

由产品经理、三人组负责，确定产品目标，绘制产品路线图，编制业务流程图、功能列表、产品原型。

C.UI（用户界面）、交互设计

在 UI（用户界面）、UE（用户体验）设计师和产品经理的负责下，制作 UI（用户界面）切图、标注和交互设计图。

D.项目启动

在项目经理和三人组的负责下，完成团队的组建，编制项目计划、项目任务列表、项目质量保证计划和项目风险管理计划。

E.技术方案分析

在系统架构师、三人组、核心架构组的负责下，编制技术架构设计方案的初稿与终稿。

F.数据方案分析

在数据分析师、三人组、核心架构组的负责下，编制数据设计方案的初稿与终稿。

G.项目代码开发

在开发经理的负责下，完成自测的开发包和相关的开发文档。

H.项目测试

在测试经理、UI（用户界面）、UE（用户体验）设计师的负责下，对项目进行测试，编制测试报告和评审报告。

I.项目验收

在项目经理和三人组的负责下，根据既定的验收标准，对项目进行验收，并于验收完成时输出可交付的成果物。

J.部署上线

在项目经理和三人组的负责下，将可交付的项目，结合现网环境，完成上线。

（4）内部控制措施

A.公司结合研发计划，提出立项申请，开展可行性研究，编制可行性研究报告，并由相关独立人员进行评估论证，出具评估意见

B.研究项目按照规定的权限和程序，组织相关会议进行审批。

C.由相关专业人员负责，实行对研发项目的分析、设计、开发，并实时对研发项目进行检验。

D.公司组织相关专业人员，根据既定的验收标准，对研究成果进行独立评审和验收

E.公司与研发人员签订劳动合同时，特别约定研究成果归属、离职程序、保密义务，且公司本身具有一套严格的保密制度，并提供相关人员保密津贴。

（5）研发投入及成果产出情况

公司在报告期内的研发费用未予以资本化，全部计入当期损益。报告期内，公司研发的项目既有用于新项目的开发，也有用于原项目的升级换代，虽形成若干新的专利技术，但不符合无形资产的确认条件，因此研发费用未予以资本化。

截至 2017 年 12 月 31 日，各报告期内具体研发投入及产出情况、研发成果对公司业务的实际作用如下：

单位：万元

项目名称	研发进度	2017 年度	2016 年度	2015 年度	实际作用
每日互动“个图”实时人流监控平台软件 V1.0	已完工	-	-	143.06	基于个推的用户量，进行样本数据采集和分析，提供热力图和人流的画像报告。
面向移社交网络的个性化推荐平台	已完工	-	-	101.14	可以对移动社交网络上用户行为进行分析预测；识别与发现移动社交网络中的高影响力用户；从而向用户推荐基于移动社交网络的个性化商品或信息服务。
每日互动“个火”信息精准投放系统软件 V1.0	已完工	-	-	0.34	通过个火盒子，针对用户特征，推送个性化定制内容，提高目标用户转化率。
每日互动“个灯”信息专业投放系统软件-V1.0	已完工	-	-	12.34	可以对地理围栏技术、基于冷数据的精准用户画像系统进行开发，基于热数据的实时场景触发系统研发等。
每日互动车辆行为分析系统软件	已完工	-	-	377.52	针对城市租车建立一整套资源管理平台，根据采集的数据对全市车辆进行监测，实现车辆的实时行为分析。
每日互动“个推”信息推送平台软件 V2.0	已完工	-	-	260.91	基于个推 1.0 的大数据基础，研究可针对用户再进行智能标签、用户画像，并通过多维度用户群组分析，更清晰展示相关行业数据报告。
基于移动大数据的智慧交通和智慧环保典型应用研发	已完工	-	111.73	471.21	统计分析交通拥堵情况、道路车流量、公共自行车使用率与空气污染情况；对车辆进行识别；为用户规划最优出行方案。
每日互动敏捷开发看板软件	已完工	-	-	46.29	提供优化的 SCRUM 燃尽图方案与项目人员管理方案。
每日互动地震速报 Android 版 V1.0	已完工	-	-	331.07	对地震信息大数据进行管理，通过数据对震感及地震破坏情况进行分析。
每日互动推送平台安卓端 SDK 软件	已完工	-	-	311.75	该软件可实现根据用户的兴趣来搜索、过滤信息，并可通过透传、离线、定速、指定等方式推送给用户。

项目名称	研发进度	2017 年度	2016 年度	2015 年度	实际作用
每日互动推送平台 IOS 端 SDK 软件	已完工	-	229.25	91.34	该软件可实现根据用户的兴趣来搜索、过滤信息，并将其定期推送给用户。
每日互动“个房”DAPA 系统 V1.0	已完工	-	36.38	-	将项目到访客户的数据进行计算，精准地对案场包装、广告投放、渠道拓客和节点性活动进行决策优化,提升案场工作效率，提升案场销售成功率。
每日互动“个推”软件 V3 系列	在研发	2,878.08	1,686.24	-	支持 Restful 协议推送，实现直播间实时弹幕推送功能，支持 IOS 富媒体推送功能，接入多家厂商推送，统一开发者产品的入口，精准推送的扩充，指定标签的高速推送，扩充推送的场景。
每日互动个图 v1.0-热力图开放平台	在研发	99.03	215.44	-	分为实时区域热力图展示、区域历史热力图展示和回放、区域实时人群数量、区域历史人群数量、预警消息和预警设置。
每日互动“个灯”软件系列	在研发	641.33	416.47	-	面向个灯大客户、个信代理商、电商代理商的提单系统。
每日互动“个火”-爱音乐项目	在研发	168.26	496.64	-	为爱音乐 O2O 精准推送提供的管理平台，并提供二次营销管理。
每日互动“个旅”软件 V1.2	在研发	733.66	177.52	-	面向旅游管理单位类型的客户，提供多维度数据指标，助力智慧旅游与全域旅游的建设。系统核心功能为自定义可视化大屏与数据接口。
每日互动“个验”移动互联网身份认证软件 V1.0	在研发	180.93	-	-	面向 APP 提供手机号认证服务，无需发送短信，有效节省验证时间和成本，提高用户注册转化。采用多种加密手段，确保用户信息安全，帮助客户高效、智能地让用户完成注册、登录等验证。
杭州云深“数据服”软件系列	在研发	14.33	-	-	整合社会、企业的大数据资源，把分散的多方数据进行整合纳入统一的技术平台，并对这些数据进行标准化和细分，将结果按需向不同应用功能进行推送。
合计		**4,715.62**	**3,369.67**	**2,146.96**	

公司的以上研发投入均与公司主营业务紧密相关。公司一直专注于第三方推送技术的研发，并在经营实践中打磨出了适合中国移动应用开发者的推送产品，

在移动应用开发者服务市场的覆盖广度和覆盖深度上具有一定优势。其中，公司的移动客户端技术、大规模通信技术、分布式处理技术相关的研发主要用于提升公司技术推送服务的效果和效率，扩大业务范围，吸引更多的付费客户；广告计算技术、大数据技术以及大规模数据存贮技术的进一步研发则在公司的移动互联网营销服务及其他大数据服务中得到运用，同时通过对每日产生的海量数据进行有效地清洗、筛选和整理，为之后在各个垂直领域应用奠定基础。因此，虽难以量化上述研发投入单独的收入贡献度，但从整体上来看，公司目前的营业收入增长都直接或间接来自于上述对公司核心技术的进一步研究开发。

2、同行业可比公司在研发人员及投入成本等方面的情况

报告期内，公司与同行业可比公司在研发人员及投入成本等方面的比较如下表：

每日互动	2017 年度	2016 年	2015 年
期末研发人员数量（人）	138	106	79
研发人员占总员工数量的比例	38.33%	37.99%	39.11%
研发投入金额（万元）	4,715.62	3,369.67	2,146.96
研发投入占营业收入的比例	14.16%	19.05%	27.64%
可比公司情况			
暴风集团	2017 年	2016 年	2015 年
期末研发人员数量（人）	-	482	422
研发人员占总员工数量的比例	-	35.84%	54.52%
研发投入金额（万元）	-	19,712.63	13,652.38
研发投入占营业收入的比例	-	11.97%	20.94%
值得买	2017 年	2016 年	2015 年
期末研发人员数量（人）	189	161	97
技术人员占总员工数量的比例	33.69%	34.70%	36.88%
研发投入金额（万元）	5,275.69	3,222.77	1,528.57
研发投入占营业收入的比例	14.38%	16.02%	15.71%
墨迹天气	2017 年 1-9 月	2016 年	2015 年
期末研发人员数量（人）	139	156	-
研发人员占总员工数量的比例	54.72%	70.59%	-
研发投入金额（万元）	3,248.86	4,020.24	2,530.44

研发投入占营业收入的比例	14.55%	19.11%	19.97%
三六零	**2017 年 1-6 月**	**2016 年**	**2015 年**
期末研发人员数量（人）	4,113	-	-
研发人员占总员工数量的比例	70.88%	-	-
研发投入金额（万元）	118,507.00	227,182.70	318,537.70
研发投入占营业收入的比例	22.41%	22.94%	34.04%
可比公司均值			
研发投入占比均值	17.11%	17.51%	22.67%
研发人员占比均值	53.10%	47.04%	45.70%

注：1、可比公司数据根据其招股说明书、重组报告书及年报汇总整理；其中墨迹天气 2016 年研发人员数量为 2016 年 6 月 30 日的数据；
2、此处研发人员数量仅包含计入研发费用的研发人员，因此与公司员工构成中的研发人员数量不同，下同；

公司属于技术密集型公司，为保持行业内的技术优势，公司不断加大研发投入。报告期内，公司研发投入金额不断增长，但随着公司收入的快速扩张，研发投入占比下降，与行业内可比公司的变动趋势一致。

报告期内，公司的研发人员占比和研发投入占比略低于可比公司均值。与同行业可比公司相比，公司的研发投入占比高于暴风集团、值得买和墨迹天气，低于三六零，主要原因为：（1）公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，致力于为移动应用开发者提供高效的消息推送技术服务，公司技术推送、数据挖掘和分析等需要强大的技术研发能力为支撑，因此为保持技术优势，公司的研发人员和研发投入规模均较高，报告期内均高于墨迹天气，报告期前两年高于值得买；（2）公司目前处于发展初期，业务规模与暴风集团、三六零仍有巨大差距，因此报告期内公司的研发投入占比相对较高；暴风集团的主要收入包括暴风影音和暴风电视（硬件）两个板块，其业务开展更多的依赖于版权开发和硬件制造等，因此研发费用占比相对较低；三六零主要从事互联网安全产品的研发运营及基于网络安全产品的商业化服务，是一家技术驱动型互联网明星企业，其网络攻防技术、大数据技术、云技术、人工智能技术等核心技术的研发均需要长期、大额投入，因此其研发费用投入规模的占比都高于行业平均水平。

（三）核心技术人员及研发人员情况

1、核心技术人员和研发人员比重

截至 2017 年 12 月 31 日，公司的核心研发人员稳定，研发人员数量稳定增长，具体情况见下表：

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
研发人员数量	193	162	115
占总人数比重	53.61%	58.06%	56.93%

2、近两年核心技术人员变动情况

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

八、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司没有在中国境外开展生产经营活动，也未在境外拥有资产。

九、未来发展与规划

（一）公司战略发展目标与未来三年的发展计划

1、战略发展目标

公司的经营宗旨为：每日生活，科技改变。公司将继续推进以推送为基础的开发者服务，并以此为基础，继续夯实用户触达能力、数据画像能力、场景捕捉能力等核心竞争力；继续拓宽大数据获取渠道，加强大数据发掘能力，同时大力整合媒体资源，打造自有流量，深耕大数据在移动互联网营销、旅游、体育、房地产、公共服务等垂直领域的变现能力，实现公司数据资源价值的最大化。

2、未来三年发展计划

未来三年，公司将根据所制定的战略发展目标，继续坚持主营业务，在以应景推送功能为特征的“个推 SDK 3.0”产品的基础上，为移动产品开发者提供全方位的基于用户画像和媒体资源变现的能力。在具体产品线布局方面，公司将围绕推送服务、移动互联网营销服务、数据服务等板块打造产品和媒体矩阵，其中

包括：

（1）夯实技术推送服务

公司将继续坚持对手机消息推送技术的研发投入，进一步优化推送服务性能，巩固公司在第三方推送领域的领先地位。

（2）进一步拓展全新触点产品

A.个数

个数是公司开发的提供给开发者的数据统计 SDK。开发者在对自身的产品进行活跃度、渠道效果、用户使用行为等方面进行分析时，需要有一个精准的统计模块。个数 SDK 能帮助开发者简化此部分的开发工作，使开发者只需要简单的接口调用就可以完成复杂的统计功能。目前公司已开发出个数 1.0 版本，未来将不断优化完善，提高个数 SDK 覆盖量。

B.个像

个像是公司拟开发的为移动应用提供数据画像功能的 SDK。个像可以为移动应用开发者提供其用户的画像，帮助其更好地了解其用户，从而为其用户定制更加合适的内容和使用体验。个像在服务开发者的过程中，将进一步丰富用户数据，优化数据画像精准程度。目前公司已开发出个像 1.0 版本，未来将不断优化完善，提高个像 SDK 覆盖量。

（3）积极创新数据变现方式

A.个信

公司的个灯广告营销平台主要面对的是一、二线城市的品牌广告主，个信是公司打造的专注于三、四线城市的智能场景营销平台，将通过发展代理商体系，覆盖上千个三、四线城市，以通知栏广告的形式为区域广告主提供精准、快速的精准营销服务。目前公司已有相应收入产生，未来拟将进一步提升城市覆盖量。

B.旅游、体育、房地产、公共服务等垂直领域数据类产品

公司拟依托大数据画像能力和场景捕捉能力，在旅游、房地产、体育、公共服务等垂直行业打造数据变现尝试的产品平台。具体产品的形态可以以人群画像报告、实时人流分析、场地选址报告、房地产销售线索等形式展现。

3、实现发展目标和规划的具体措施

为实现上述目标，公司将围绕增强成长性、增进自主创新能力、提升核心竞争优势等方面采取以下具体措施：

（1）加大研发投入

强大的技术研发能力是一家大数据公司的立身之本，公司将加大在技术推送、数据储存、数据挖掘、数据分析等关键领域的研发投入力度，不断更新完善现有核心技术，保证公司在大数据垂直化领域的持续竞争力。

（2）人才团队建设

人力资源是大数据行业最重要的生产要素。公司将通过建立有效的激励机制和人才保护措施，在现有人员的基础上，根据公司的业务发展需要逐步扩充现有人才队伍，同时加强员工培训机制，鼓励持续学习，为公司的发展壮大奠定人才基础。

（二）拟定上述目标和计划所依据的假设条件、实施的主要困难

1、拟定上述计划所依据的假设条件

（1）国内的宏观经济形势不发生重大变化，且公司遵循的有关国家现行法律、法规、政策等会对公司持续发展产生重大影响的因素无重大变化；

（2）公司能顺利实现股票发行上市，募集资金及时到位；

（3）公司现有的核心管理、研发人员不出现重大的变动，且公司在产品研发上无重大决策错误；

（4）没有其他不可抗力因素的重大不利影响。

2、实施过程中可能面临的主要困难

（1）管理规模迅速扩大的挑战

公司上市后，公司的资产规模和业务销售都将大幅上升，公司在战略规划、技术开发、财务管理、制度建设、资源配置、内部管理和控制等方面都将面临更大的挑战。

（2）人才短缺的挑战

大数据垂直化应用领域的竞争较为激烈，高端人才较为短缺，随着公司现有业务规模的快速成长、新业务领域逐渐拓宽，公司对技术人员和管理人才的需求将大量增加，如何吸引优质人才将成为公司实现战略目标的重大挑战。

（三）发行人持续公告发展规划实施和目标实现的声明

公司上市后，将在定期报告中持续公告规划实施和目标实现的情况，及时披露募集资金投资项目进展情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立运行情况

自股份公司设立以来，发行人严格按照《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、业务等方面独立于实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。发行人已达到《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》对公司独立性的基本要求。

（一）资产完整

公司系由每日互动有限整体变更设立，每日互动有限原有的各项资产由公司依法承继。公司具备与经营有关的业务体系、拥有独立完整的相关资产，与一致行动人沈欣、我了个推、实际控制人方毅及其控制的其他企业的资产完全分离，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权，本公司资产完整。

（二）人员独立

公司逐步建立、健全了法人治理结构，董事、监事及高级管理人员的任免严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定执行，程序合法有效。

公司的人事及工资管理与股东单位完全分离，公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在公司实际控制人、一致行动人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在公司实际控制人、一致行动人及其控制的其他企业中领取薪资。公司的财务人员未在公司实际控制人、一致行动人及其控制的其他企业中兼职。本公司人员独立。

（三）财务独立

公司设立了独立的财务部门，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；配备独立的财务人员，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度。公司独立进行财务决策，不受实际控制人及其他关联方控制或影响。

公司拥有独立的银行账户，不存在与任何其它单位或个人共享银行账户的情

形。公司作为独立纳税人，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。公司不存在货币或其它资产被实际控制人及其他关联方占用的情形，亦不存在为实际控制人、其他关联方、以及有利益冲突的个人提供担保的情形。本公司财务独立。

（四）机构独立

公司建立了健全有效的股东大会、董事会、监事会等机构并制定了相应的议事规则，各机构依照《公司法》及《公司章程》的规定在各自职责范围内独立决策。公司建立了适应自身发展需要的组织架构，明确了各部门的具体职能，独立开展生产经营活动。公司及其职能部门独立运作，不存在股东及其他关联方干预公司机构设置、生产经营活动的情况。公司拥有独立的生产经营和办公机构场所，不存在与实际控制人及其控制的其他企业存在机构混同的情形。本公司机构独立。

（五）业务独立

公司建立了符合现代企业制度要求的法人治理结构和内部组织结构，拥有独立完整的研发、采购和销售体系，在业务经营的各个环节上均保持独立，具有独立自主进行经营活动的能力，不存在依赖实际控制人及其控制的其他企业进行生产经营活动的情况。

公司业务独立于实际控制人及其控制的其他企业，与实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。本公司业务独立。

二、同业竞争

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争的情况

公司无控股股东。方毅为本公司的实际控制人，沈欣、我了个推为其一致行动人。方毅、沈欣、我了个推作为一致行动人合计持有公司 25.1658%的股份，方毅为我了个推的执行事务合伙人，持有我了个推 28.9781%的出资，沈欣持有我了个推 1.8665%的出资。

我了个推系公司员工持股平台，未开展任何与公司相同或相似的生产经营活动，除持有本公司股份外无其他对外投资，与公司不存在同业竞争。

截至本招股说明书签署之日，方毅、沈欣除在公司任职外，未从事与公司相同、相似的业务。实际控制人方毅及一致行动人沈欣控制或者施加重大影响的除发行人以外的企业的具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、（二）控股股东、实际控制人及一致行动人控制或者施加重大影响的除发行人以外的企业”。上述企业未从事与公司相同、相似的业务，与公司之间不存在同业竞争的情形。

（二）避免同业竞争的有关协议和承诺

为避免损害公司及其他股东利益和未来可能发生的同业竞争情况，发行人的实际控制人方毅及一致行动人沈欣和我了个推承诺：

1、本人/本单位不存在任何共同或单独控制及具有重大影响的单位在中国境内外以任何方式直接或间接从事或参与任何与每日互动及其下属子公司（含孙公司，下同）、合营或联营公司相似或在商业上构成任何竞争的业务及活动，或拥有与每日互动及其下属子公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、监事、高级管理人员或核心技术人员。

2、本人/本单位将来共同或单独控制的公司不会在中国境内外以任何方式直接或间接从事或参与任何与每日互动及其下属子公司相同、相似或在商业上构成任何竞争的业务及活动，或拥有与每日互动及其下属子公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员或核心技术人员。

3、若本人/本单位共同或单独控制的公司进一步拓展产品和业务范围或因国家法律修改或政策变动导致与每日互动及其下属子公司的产品或业务产生竞争，则本人/本单位共同或单独控制的公司将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式，或者将相竞争的业务纳入到每日互动及其下属子公司经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。就上述构成同业竞争业务的转让每日互动在同等条件下享有优先权。

4、在本人/本单位作为每日互动的股东、实际控制人、实际控制人之一致行

动人或关联方期间，本承诺函持续有效。

5、如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，本人/本单位愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失，并对该等损失承担赔偿责任。

持有发行人 5%以上股份的股东禾裕创投、鼎鹿中原、鸿傲投资承诺：

除每日互动之外，本单位未在，且未来在作为每日互动股东期间，也不会在中国境内外以任何方式直接或间接从事或参与任何与每日互动及其下属子公司相同、相似或在商业上构成任何竞争的业务及活动，或拥有与每日互动及其下属子公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权。

三、关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号—关联方披露》等相关规定，报告期内公司主要关联方及关联关系如下：

（一）控股股东及实际控制人

公司无控股股东，实际控制人为方毅先生，沈欣和我了个推为方毅的一致行动人。方毅、沈欣的具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、（一）董事”之相关内容。我了个推的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况”之相关内容。

（二）控股股东、实际控制人及一致行动人控制或者施加重大影响的除发行人以外的企业

1、公司实际控制人方毅控制的企业

公司实际控制人方毅控制企业的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、（三）控股股东与实际控制人控制的其他企业情况”之相关内容。

2、公司实际控制人方毅施加重大影响的其他企业

序号	公司名称	关联关系
1	杭州犀照科技有限公司	实际控制人方毅担任董事的企业
2	深圳个联	实际控制人方毅担任董事的企业，本公司的参股公司
3	天津体迷	实际控制人方毅担任董事的企业，本公司的参股公司
4	上海个众	实际控制人方毅担任董事的企业，本公司的参股公司
5	杭州榴莲熟了科技有限公司	华旦丹阳（持股 20%）可以实施重大影响的企业
6	杭州留莲餐饮管理有限公司	华旦投资（持股 20%）可以实施重大影响的企业

3、公司实际控制人之一致行动人沈欣控制或者施加重大影响的企业

序号	公司名称	关联关系
1	杭州美盈	沈欣控制（持股 90%）的企业

公司实际控制人之一致行动人我了个推除发行人外没有其他投资。

（三）报告期内控股股东、实际控制人曾经控制或者施加重大影响的除发行人以外的企业

报告期内，实际控制人方毅及一致行动人沈欣曾经控制或者施加重大影响的除发行人以外的企业情况为：

1、个信开曼

个信开曼为红筹架构下方毅实际控制的境外主体，目前已经注销。

个信开曼的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、（一）红筹架构的建立及（二）红筹架构的拆除”之相关内容。

2、MERIT

MERIT 为红筹架构下方毅实际控制的对个信开曼的境外持股平台，目前已经注销。

MERIT 的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、（一）红筹架构的建立及（二）红筹架构的拆除”之相关内容。

3、个信香港

个信香港为红筹架构下方毅实际控制的境外主体，目前已注销。

个信香港的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、（一）红筹架构的建立及（二）红筹架构的拆除”之相关内容。

4、杭州个云

杭州个云为红筹架构下方毅实际控制的个信香港在境内设立的外商独资企业，目前已经注销。

杭州个云的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、（一）红筹架构的建立及（二）红筹架构的拆除”之相关内容。

5、个信互动

个信互动为红筹架构下方毅实际控制的境内主体，目前已经注销。

个信互动的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、（一）红筹架构的建立及（二）红筹架构的拆除”之相关内容。

6、宁波分个

宁波分个为红筹架构下方毅通过个信互动参股可以实施重大影响的境内主体，目前已经注销。

宁波分个成立于 2014 年 11 月 17 日，注册资本为 1,000 万元，公司注册地址为宁波大榭开发区永丰路 128 号 36 幢 111 室，经营范围为：设计、制作、代理、发布各类广告；企业形象策划；展览展示服务；互联网信息服务；网络技术、通讯技术的开发，计算机软硬件的设计、开发、制作、批发、零售（除计算机信息系统安全专用产品），系统集成，并提供相关的技术咨询、技术转让、技术开发、技术服务。宁波分个从事广告销售业务。报告期内，个信互动持有宁波分个 30%的股权。2016 年 8 月 5 日，宁波市市场监督管理局大榭开发区分局出具《准予注销登记通知书》（（甬市监）登记内销字[2016]第 3-8 号），同意宁波分个注销申请，准予注销登记。宁波分个完成注销。

7、浙江东冠

浙江东冠成立于 2010 年 10 月 15 日，注册资本为 110 万元，公司注册地址为杭州市滨江区秋溢路 288 号 1 号楼 17 层 1708 室，经营范围为：服务：第二类增值电信业务中的信息服务业务（限互联网信息服务业务和移动网信息服务业务，具体凭浙 B2-20110109《增值电信业务经营许可证》经营）；技术开发、技术服务、成果转让：电子计算机软、硬件，电子产品；销售：计算机软、硬件。浙江东冠主要从事软件开发及外包服务，目前无实际经营业务。

从报告期期初至 2015 年 10 月，沈欣通过杭州美盈持有浙江东冠 100%股权。2015 年 10 月 28 日，杭州美盈将其持有的浙江东冠 100%股权转让给无关联自然人叶羡巍。

8、梦凯友名

梦凯友名为沈欣控制的关联方，目前已经注销。

梦凯友名成立于 2009 年 6 月 30 日，注册资本为 400 万元，法定代表人沈欣。梦凯友名的住所为北京市海淀区海淀中街 16 号 15 层 6 单元 1509，经营范围为：技术推广；应用软件服务；技术开发（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）。梦凯友名主要从事软件开发及外包服务。报告期内，沈欣持有梦凯友名 68.8%的股权。

2017 年 3 月 27 日，北京市工商行政管理局海淀分局出具《注销核准通知书》，准予梦凯友名注销。梦凯友名完成注销。

9、五巴巴

五巴巴为沈欣实施重大影响的关联方，在报告期内已经转让给无关联自然人。

五巴巴成立于 2014 年 11 月 18 日，注册资本为 1,000 万元，法定代表人雷廷学。五巴巴的住所为中国（上海）自由贸易试验区浦东大道 2123 号 3E-2246 室，经营范围为：金融信息服务（除金融业务），资产管理，数据处理服务，从事信息技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，计算机软件开发，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），计算机、软硬件及辅助设备（除

计算机信息系统安全专用产品）的销售。（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）。五巴巴没有实际经营业务。报告期内，沈欣持有五巴巴 23%的股权。

2016 年 1 月 13 日，沈欣将其所持的五巴巴 23%的股权全部转让给无关联自然人雷廷学。

10、酷秀网络

酷秀网络为沈欣控制的关联方，目前已经注销。

酷秀网络成立于 2007 年 4 月 29 日，注册资本为 100 万元，法定代表人沈欣。酷秀网络的住所为杭州市西湖区万塘路 262 号 6 号楼 5-143 室，经营范围为：计算机软件、网络信息技术、电子产品的技术开发，网页设计；批发、零售：计算机及配件，通讯器材（除专控）及配件，鞋帽，箱包，皮革制品，服装服饰。酷秀网络主要从事软件开发及外包服务。报告期内，沈欣持有酷秀网络 80%的股权。

2017 年 8 月 21 日，杭州市西湖区市场监督管理局出具《工商企业注销证明》，准予酷秀网络注销。

（四）持有公司 5%以上股份的股东

除方毅先生外，持有公司 5%以上股份的股东包括沈欣、我了个推、禾裕创投、鼎鹿中原及鸿傲投资。方毅、沈欣的具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、（一）董事”之相关内容。我了个推、禾裕创投、鼎鹿中原及鸿傲投资的具体情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况”之相关内容。

（五）公司的子公司及参股公司

公司的全资子公司为杭州应景、上海蓝豹，全资孙公司为北京云盟、杭州云盟，控股孙公司为杭州云深，参股公司为杭州独角兽、杭州个房、上海个众、深圳个联、天津体迷、杭州阶形，报告期内注销的全资子公司为每日轩昂，注销的控股子公司为北京八爪鱼。具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股、参股企业的基本情况”之相关内容。

（六）关联自然人

公司的关联自然人主要包括持有公司 5%以上股份的自然人股东、公司的董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员。

公司的董事、监事、高级管理人员的具体情况请参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与公司治理”之相关内容。

（七）关联自然人或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的企业

截至 2017 年 12 月 31 日，除实际控制人以外，其他关联自然人控制、共同控制或施加重大影响的企业列示如下：

序号	关联自然人	公司名称	关联关系
1	方毅	杭州玄日网络科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州友谦网络科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州每日给力科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州回车电子科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州旅居星球网络科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州熵功场科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州微禾迅科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州奔美信息技术有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州三目科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		上海那人网络科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		杭州弧途科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
		广州市居云科技有限公司	公司实际控制人配偶张洁担任董事的企业
2	沈欣	梦凯网络	沈欣父亲沈国健曾控制的企业，2017 年 3 月已经将持股全部转让给无关联方
3	阎焱	赛富投资管理咨询（上海）有限公司	公司董事阎焱担任总经理的企业

序号	关联自然人	公司名称	关联关系
		北京赛富创元投资中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		北京赛富弘元投资中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		北京赛富祥睿投资中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		北京道同长菁投资管理中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		天津赛富创业投资基金（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		天津赛富复合股权投资中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		天津赛富汉元股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		厦门赛富股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		厦门赛富科元股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		厦门赛富厦元股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		赛富淞元（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		合肥赛富合元创业投资中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		广州赛富粤财广电网络投资有限合伙企业（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		北京赛富瑞益投资管理中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		北京赛富睿智投资中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		常州赛富高新创业投资中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人的企业
		青岛海尔赛富智慧家庭创业投资中心（有限合伙）	公司董事阎焱担任执行事务合伙人委派代表的企业
		国电科技环保集团股份有限公司	公司董事阎焱担任非执行董事的企业
		中国汇源果汁集团有限公司（China Huiyuan Juice Group Limited）	公司董事阎焱担任非执行董事的企业
		丰德丽控股有限公司（Esun Holdings Limited）	公司董事阎焱担任非执行董事的企业
		华润置地有限公司（China Resources Land Limited）	公司董事阎焱担任独立非执行董事的企业
		中国石油化工股份有限公司	公司董事阎焱担任独立非执行董事的企业

序号	关联自然人	公司名称	关联关系
		上海赛富炎元股权投资基金管理有限公司	公司董事阎焱担任法定代表人、执行董事兼总经理的企业
		合肥赛富创业投资管理有限公司	公司董事阎焱担任法定代表人、执行董事兼总经理的企业
		天津喜玛拉雅投资咨询有限公司	公司董事阎焱担任法定代表人、执行董事兼经理的企业
		上海赛富新派投资管理有限公司	公司董事阎焱担任法定代表人、执行董事的企业
		天津赛富中元投资顾问有限公司	公司董事阎焱担任法定代表人、董事长的企业
		青岛海尔赛富投资管理有限责任公司	公司董事阎焱担任法定代表人、执行董事兼总经理的企业
		常州赛富高新创业投资管理有限公司	公司董事阎焱担任法定代表人、董事长的企业
		深圳市赛富前元股权投资基金管理有限公司	公司董事阎焱担任法定代表人、董事长的企业
		北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	公司董事阎焱担任独立董事的企业
		TCL 集团股份有限公司	公司董事阎焱担任独立董事的企业
		上海拓攻机器人有限公司	公司董事阎焱担任董事长的企业
		北京软银赛富投资顾问有限公司	公司董事阎焱担任董事长的企业
		黄山赛富基金管理有限责任公司	公司董事阎焱担任董事长的企业
		西安迈科金属国际集团有限公司	公司董事阎焱担任副董事长的企业
		苏州贝昂科技有限公司	公司董事阎焱担任副董事长的企业
		ATA Inc.	公司董事阎焱担任董事的企业
		全美在线（北京）教育科技股份有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		赛富四期毛里求斯（中国投资）有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		北京含元资本管理有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		上海盈讯科技股份有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		黑龙江省大正德润投资管理有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		安庆赛富环新汽车零部件有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		安庆赛富环新企业管理顾问有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		厦门赛富创业投资管理有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		上海闻玺企业管理有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业

序号	关联自然人	公司名称	关联关系
		深圳投之家金融信息服务有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
		黑龙江省大正赛富投资管理有限公司	公司董事阎焱担任董事的企业
4	刘炳海	北京上方传媒科技股份有限公司	公司董事刘炳海担任股东、董事的企业（刘炳海持股比例为 8%）
		北京讯腾天下科技有限公司	公司董事刘炳海担任股东、执行董事兼经理的企业（刘炳海持股比例为 79.20%）
		广州麦萌网络科技有限公司	公司董事刘炳海担任股东的企业（刘炳海持股比例为 20%）
		掌上纵横信息技术（北京）股份有限公司	公司董事刘炳海担任董事的企业
		北京同兴利安投资管理有限公司	公司董事刘炳海担任股东的企业（刘炳海持股比例为 80%）
		深圳市海润珍珠科技有限公司	公司董事刘炳海担任股东、董事的企业（刘炳海持股比例为 12.50%）
		北京掌上网科技有限公司	公司董事刘炳海担任董事兼经理的企业
		北京金佰桥科技有限公司	公司董事刘炳海担任股东、董事的企业（刘炳海持股比例为 1.13%）
		广州展新通讯科技有限公司	公司董事刘炳海担任执行董事的企业
5	方益民	北京风灵创景科技有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		北京创新伙伴教育科技有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		风灵创景（北京）技术有限公司	公司董事方益民担任执行董事兼经理的企业
		南京信风网络科技有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		上海兴容信息技术有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		北京酷云互动科技有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		福建风灵创景科技有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		南京四五六网络科技有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		北京吆喝科技有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		苏州吆喝互联网科技有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		晨风云（北京）信息技术有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
		智课教育科技（北京）有限公司	公司董事方益民担任董事的企业
6	金祥荣	浙江东方集团股份有限公司	公司董事金祥荣担任独立董事的企业
		杭州森香科技有限公司	公司董事金祥荣担任股东的企业（金祥荣持股比例为 20%）
		杭州远东国际旅行社有限公司	公司董事金祥荣配偶潘叶娟实际控制（持股 90%）的企业

序号	关联自然人	公司名称	关联关系
7	田鹰	恒信大友（北京）科技有限公司	公司董事田鹰担任董事的企业
		上海久懿网络科技有限公司	公司董事田鹰担任董事的企业
		北京凯因科技股份有限公司	公司董事田鹰担任董事的企业
		上海智橙企业管理咨询有限公司	公司董事田鹰担任股东的企业（田鹰持股比例为 20%）
		红演圈（北京）网络科技有限公司	公司董事田鹰担任董事的企业
		汕头市同行网络科技有限公司	公司董事田鹰担任董事的企业
		浙江联翔家居装饰股份有限公司	公司董事田鹰担任董事的企业
		抚州苍源中药材种植股份有限公司	公司董事田鹰担任董事的企业
8	俞铁成	长城影视股份有限公司	公司监事俞铁成担任独立董事的企业
		上海申达股份有限公司	公司监事俞铁成担任独立董事的企业
		创元科技股份有限公司	公司监事俞铁成担任独立董事的企业
		共青城凯石投资管理有限公司	公司监事俞铁成担任股东（持股 15%）、执行董事的企业
		上海凯石界龙股权投资管理有限公司	公司监事俞铁成担任股东（持股 22%）、董事长兼总经理的企业
		上海竹亦禅文化传播有限公司	公司监事俞铁成担任股东（持股 2.0979%）、董事的企业
		上海斯歌特体育股份有限公司	公司监事俞铁成担任股东（持股 1.82%）、董事的企业
		上海卓仕物流科技股份有限公司	公司监事俞铁成担任董事的企业
		北京爱享文化传播有限公司	公司监事俞铁成担任董事的企业
		江苏南大电子信息技术股份有限公司	公司监事俞铁成担任董事的企业
		安徽凯石徽商产业投资基金管理有限公司	公司监事俞铁成担任董事的企业
		江苏卓润重工机械有限公司	公司监事俞铁成担任董事的企业
		上海天永智能装备股份有限公司	公司监事俞铁成担任董事的企业
		大今文化发展（上海）有限公司	公司监事俞铁成担任董事的企业
		上海凯实投资管理有限公司	公司监事俞铁成担任股东（持股 20%）、董事、总经理的企业
9	朱剑敏	浙江科惠医疗器械股份有限公司	公司高管朱剑敏担任独立董事的企业
		浙江新和成股份有限公司	公司高管朱剑敏担任独立董事的企业
10	叶新	杭州每日快递有限公司	公司高管叶新江配偶袁辉担任法定代表

序号	关联自然人	公司名称	关联关系
	江		人、股东（持股比例 48%）及执行董事的企业

（八）其他关联方

序号	公司名称	关联关系
1	北京微梦	北京微梦是由刘运利、王巍、曹增辉、郑伟四名新浪、Weibo 高管持股的公司，系持有公司 5%以上股份的股东禾裕创投之关联方
2	新浪网中国	新浪网中国受新浪控制，系与持有公司 5%以上股份的股东禾裕创投受同一控制主体控制的企业
3	微梦中国	微梦中国受 Weibo 控制，系与持有公司 5%以上股份的股东禾裕创投受同一控制主体控制的企业
4	新浪互联	新浪互联是由杜红、曹菲、王高飞、林丹虹四名新浪、Weibo 高管持股的公司，系持有公司 5%以上股份的股东禾裕创投之关联方
5	星潮闪耀	系持有公司 5%以上股份的股东禾裕创投之关联方
6	鼎开互联	禾裕创投能够施加重大影响（持股 40.9563%）的企业
7	北京百度保险经纪有限公司	鼎鹿中原能够控制（持股 100%）的企业
8	北京风灵创景科技有限公司	鼎鹿中原能够实施重大影响（持股 44.25%）的企业
9	传课计算机系统（北京）有限公司	鼎鹿中原能够控制（持股 100%）的企业
10	北京派博时代科技有限公司	鼎鹿中原能够实施重大影响（持股 32.56%）的企业
11	北京爱奇艺	与持有公司 5%以上股份的股东鼎鹿中原受同一控制主体控制的企业
12	百度在线	与持有公司 5%以上股份的股东鼎鹿中原受同一控制主体控制的企业
13	百度网讯	与持有公司 5%以上股份的股东鼎鹿中原受同一控制主体控制的企业
14	百度时代	与持有公司 5%以上股份的股东鼎鹿中原受同一控制主体控制的企业
15	小度互娱	与持有公司 5%以上股份的股东鼎鹿中原受同一控制主体控制的企业

四、关联交易

（一）经常性关联交易

1、采购商品和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
新浪互联	广告流量	-	9.43	-
北京微梦	广告流量	99.54	46.50	-
上海个众	广告流量	43.88	34.80	-
百度时代	广告流量	-	10.09	-
小度互娱	广告流量	38.52	-	-
杭州每日给力科技有限公司	技术服务费	-	1.87	-
杭州熵功场科技有限公司	市场推广宣传费	0.65	0.56	-
杭州回车电子科技有限公司	购置礼品费	-	2.51	1.46
鼎开互联	广告流量	9.40	53.03	-
	市场推广宣传费	-	40.20	-
杭州留莲餐饮管理有限公司	餐饮服务费	-	0.33	-
浙江东冠	软件开发费	-	-	8.54
北京上方传媒科技股份有限公司	会议费	-	-	7.74
深圳个联	软件开发费	15.85	-	-
	智能客流硬件	95.82		
杭州弧途科技有限公司	中介服务费	0.75		
合计		**304.42**	**199.33**	**17.73**
占采购总额的比例		**4.03%**	**2.88%**	**0.51%**

报告期内，公司主要关联采购的具体情况及对公司的影响如下：

（1）新浪、Weibo 及其关联方

根据公司股东禾裕创投出具的股东调查函，禾裕创投、新浪网中国系境外上市主体新浪（Sina Corporation）控制的经营实体，微梦中国系境外上市主体 Weibo（Weibo Corporation）控制的经营实体；北京微梦是由刘运利、王巍、曹增辉、郑伟四名新浪、Weibo 高管持股的公司；新浪互联是由杜红、曹菲、王高飞、林丹虹四名新浪、Weibo 高管持股的公司。此外，星潮闪耀系新浪、Weibo 高管杜

红任董事长的企业，上述企业均为公司的关联方。

其中，微梦中国、新浪网中国、北京微梦、星潮闪耀为公司的客户，北京微梦、新浪互联为公司的供应商。

其中，微梦中国的基本信息如下：

名称	微梦创科网络科技（中国）有限公司
统一社会信用代码	911101085603520398
公司类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
法定代表人	曹国伟
注册资本	18,000 万美元
成立日期	2010 年 10 月 11 日
营业期限	2010 年 10 月 11 日至 2040 年 10 月 10 日
注册地址	北京市海淀区东北旺西路中关村软件园二期（西扩）N-1、N-2 地块新浪总部科研楼 2 层
经营范围	研究、开发计算机软件、网络技术、移动通讯领域的信息技术；提供技术转让，技术咨询、技术服务；计算机互联网网站设计、维护及技术服务；为电子商务解决方案提供咨询服务；设计、制作、发布、代理国内外各类广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
股东情况	微博网络（香港）有限公司 持股 100%

北京微梦的基本信息如下：

名称	北京微梦创科网络技术有限公司
统一社会信用代码	91110108560395709H
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
法定代表人	刘运利
注册资本	55,500 万元
成立日期	2010 年 8 月 9 日
营业期限	2010 年 8 月 9 日至 2040 年 8 月 8 日
注册地址	北京市海淀区东北旺西路中关村软件园二期（西扩）N-1、N-2 地块新浪总部科研楼 3 层 313-316 室
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；预防保健服务（不含诊疗活动）；设计、制作、代理、发布广告；计算机系统服务；数据处理（数据处理中银行卡中心，PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；基础软件服务；应用软件服务；个人经纪代理服务；从事文化经纪业务；制作、发行动画片、专题片、电视综艺、不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目（广播电视节目及电视剧制作许可证有效期至 2019 年 02 月 20 日）；利用信息网络经营音乐娱乐产品、演出剧（节）目、表演、动漫产品、从事互联网文化

	产品的展览、比赛活动、游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）（网络文化经营许可证有效期至 2020 年 12 月 30 日）；第二类增电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）（互联网信息服务不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械、含电子公告服务）（电信与信息服务业务经营许可证有效期至 2020 年 5 月 20 日）、第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）（增值电信业务经营许可证有效期至 2019 年 11 月 03 日）；经营演出及经纪业务（营业性演出许可证有效期至 2018 年 09 月 29 日）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股东情况	王巍 持股 30%；刘运利 持股 30%； 郑伟 持股 20%；曹增辉 持股 20%；

新浪网中国的基本信息如下：

名称	新浪网技术（中国）有限公司
统一社会信用代码	911101087699003581
公司类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
法定代表人	曹国伟
注册资本	10,500 万美元
成立日期	2004 年 12 月 23 日
营业期限	2004 年 12 月 23 日至 2024 年 12 月 22 日
注册地址	北京市海淀区东北旺西路中关村软件园二期（西扩）N-1、N-2 地块新浪总部科研楼 7 层
经营范围	研究、开发、生产：计算机软硬件及外围设备、网络产品；技术转让、技术咨询、技术服务、技术培训；计算机互联网网站设计、维护；计算机系统集成；为电子商务解决方案提供咨询服务；销售自产产品。（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）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
股东情况	新浪香港有限公司持股 100%

新浪互联的基本信息如下：

名称	北京新浪互联信息服务有限公司
统一社会信用代码	91110108700338416R
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
法定代表人	杜红
注册资本	82,000 万元
成立日期	1999 年 10 月 28 日
营业期限	1999 年 10 月 28 日至 2019 年 10 月 27 日
注册地址	北京市海淀区东北旺西路中关村软件园二期（西扩）N-1、N-2 地块

	新浪总部科研楼 5 层 503 室
经营范围	第二类增电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）（互联网信息服务不含出版、含新闻、教育、医疗保健、药品和医疗器械、电子公告服务）；第一类增值电信业务中的因特网数据中心业务、第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务（电信企业许可证有效期至 2020 年 11 月 23 日）；利用信息网络经营音乐娱乐产品、演出剧（节）目、表演、动漫产品、从事网络文化产品的展览、比赛活动、游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）（文化经营许可证有效期至 2020 年 12 月 30 日）；从事互联网文化活动；经营演出及经纪业务；设计、制作、代理、发布广告；计算机互联网技术服务；计算机技术培训（不得面向全国招生）；计算机系统设计、安装、调试；销售计算机、软件及辅助设备、五金交电、机械设备；个人经纪代理服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股东情况	曹菲 持股 27.09%；王高飞 持股 22.79%； 杜红 持股 27.34%；林丹虹 持股 22.79%；

星潮闪耀系新浪移动业务的运营主体之一，其基本信息如下：

名称	星潮闪耀移动网络科技（中国）有限公司
统一社会信用代码	91110108MA0042F0XN
公司类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
法定代表人	杜红
注册资本	3,000 万美元
成立日期	2016 年 3 月 11 日
营业期限	2016 年 3 月 11 日至 2046 年 3 月 10 日
注册地址	北京市海淀区东北旺西路中关村软件园二期（西扩）N-1、N-2 地块新浪总部科研楼 5 层 517 室
经营范围	研究、开发计算机软硬件及外围设备、网络产品、网络技术、移动通讯领域的信息技术；技术推广、技术咨询、技术服务、技术转让；数据处理；网站设计；为电子商务提供解决方案；经济贸易咨询；计算机系统集成；设计、制作、代理、发布广告；销售自行开发的产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
股东情况	星潮闪耀移动香港有限公司 持股 100%

2016 年度和 2017 年度，公司向新浪互联和北京微梦合计分别采购了 55.93 万元和 99.54 万元广告流量，用于广告投放，占同类采购额的比例分别为 1.48%和 3.24%，占主营业务成本的比例分别为 0.97%和 1.63%，具体如下：

单位：万元

关联方	2017 年度	2016 年度	2015 年度

关联方	2017 年度	2016 年度	2015 年度
新浪互联	-	9.43	-
北京微梦	99.54	46.50	-
合计	**99.54**	**55.93**	**-**
占同类采购额的比例	**3.24%**	**1.48%**	**-**
占主营业务成本的比例	**1.63%**	**0.97%**	**-**

报告期内，公司对新浪和 Weibo 及其关联方的采购主要为广告流量媒体位的采购，其与其他第三方同类业务定价的对比情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
北京微梦	关联方	微博跨平台顶部定向公告：价格区间为 3.9 元-20.74 元/CPM；微博 PC 端我的首页顶部公告价格为 3.9 元/CPM
新浪互联	关联方	微博跨平台顶部定向公告：价格区间为 20.92-21 元/CPM
快乐阳光	可比公司	根据不同的媒体资源位置，价格区间为 5 元-30 元/CPM

微博作为国内著名的社交应用，拥有数量庞大的用户群和广泛的影响力，是优质的广告媒体。公司长年为微博提供技术推送服务，与新浪和 Weibo 及其关联方建立了稳定且良好的合作关系，通过提供技术推送服务，公司对微博的用户群体属性、流量特征较为了解，采购微博平台的广告流量可以获得优质的流量资源，达到更好的投放效果。公司向新浪和 Weibo 及其关联方采购广告流量具有合理的商业目的上述广告流量的采购价格系在微博的内部广告竞价平台上通过竞价的方式确定，交易价格公允。报告期内，公司与新浪和 Weibo 及其关联方的关联采购的金额较低，对营业成本的影响较小。

（2）百度

根据公司股东鼎鹿中原出具的股东调查函，鼎鹿中原、百度在线、百度网讯、小度互娱、百度时代、北京爱奇艺等主体的实际控制人均系李彦宏。

鼎鹿中原为发行人持股 5%以上的股东，与其受同一控制的百度在线、百度网讯、小度互娱、百度时代、北京爱奇艺系发行人的关联方。其中，百度在线、百度网讯、小度互娱、百度时代、北京爱奇艺为发行人客户，小度互娱、百度时代为发行人供应商。

其中，百度在线是百度的主要运营实体，其基本信息如下：

名称	百度在线网络技术（北京）有限公司
统一社会信用代码	91110108717743469K
公司类型	有限责任公司（外国法人独资）
法定代表人	向海龙
注册资本	4,520 万美元
成立日期	2000 年 1 月 18 日
营业期限	2000 年 1 月 18 日至 2021 年 1 月 17 日
注册地址	北京市海淀区上地十街 10 号百度大厦三层
经营范围	开发、生产计算机软件；提供相关技术咨询、技术服务、技术培训；承接计算机网络系统工程；销售自产产品；货物进出口、技术进出口、代理进出口；设计、制作、代理、发布广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
股东情况	百度控股有限公司（Baidu Holdings Limited） 持股 100%

百度网讯是百度旗下公司，拥有网页搜索、hao123、百度推广等多条业务线。其基本信息如下：

名称	北京百度网讯科技有限公司
统一社会信用代码	91110000802100433B
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
法定代表人	梁志祥
注册资本	217,128 万元
成立日期	2001 年 6 月 5 日
营业期限	2001 年 6 月 5 日至 2021 年 6 月 4 日
注册地址	91110000802100433B
经营范围	技术服务、技术培训、技术推广；设计、开发、销售计算机软件；经济信息咨询；利用 www.baidu.com、www.hao123.com（www.hao222.net、www.hao222.com）网站发布广告；设计、制作、代理、发布广告；货物进出口、技术进出口、代理进出口；医疗软件技术开发；委托生产电子产品、玩具、照相器材；销售家用电器、机械设备、五金交电、电子产品、文化用品、照相器材、计算机、软件及辅助设备、化妆品、卫生用品、体育用品、纺织品、服装、鞋帽、日用品、家具、首饰、避孕器具、工艺品、钟表、眼镜、玩具、汽车及摩托车配件、仪器仪表、塑料制品、花、草及观赏植物、建筑材料、通讯设备；预防保健咨询；公园门票、文艺演出、体育赛事、展览会票务代理；因特网信息服务业务（除出版、教育、医疗保健以外的内容）；第一类增值电信业务中的在线数据处理与交易处理业务、国内因特网虚拟专用网业务、因特网数据中心业务；第二类增值电信业务中的因特网接入服务业务、呼叫中心业务、信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；图书、电子出版物、音像制品批发、零售、网上销售；利用信息网络经营音乐娱乐产品，游戏产品，演出剧（节）目、表演，动漫产品（文化

	经营许可证有效期至 2020 年 04 月 17 日）；演出经纪。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；演出经纪以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股东情况	李彦宏 持股 99.5%；向海龙 持股 0.5%

百度时代是隶属于百度旗下的全资子公司，是在百度旗下各子公司中（上海、广州、深圳、东莞等）成立最早、规模最大的子公司。其基本信息如下：

名称	百度时代网络技术（北京）有限公司
统一社会信用代码	911101087877515792
公司类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
法定代表人	向海龙
注册资本	80 万美元
成立日期	2006 年 4 月 19 日
营业期限	2006 年 4 月 19 日至 2026 年 4 月 18 日
注册地址	北京市海淀区东北旺西路 8 号中关村软件园 17 号楼二层 A2
经营范围	开发、生产计算机软件；系统集成；提供技术咨询、技术服务；销售自产产品；设计、制作、发布、代理国内外各类广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
股东情况	百度（香港）有限公司 持股 100%

小度互娱是百度旗下的视频聚合平台，依托百度在视频搜索、推荐、大数据等领域的核心技术优势，专注于面向用户推荐个性化的视频内容，致力于打造中国互联网 PGC（专业生产内容）第一平台。小度互娱拥有百度视频全系列产品，包括百度视频官方网站（v.baidu.com）、百度影音播放器、百度视频 APP 等。其基本信息如下：

名称	北京小度互娱科技有限公司
统一社会信用代码	91110108MA004HKR33
公司类型	其他有限责任公司
法定代表人	胡浩
注册资本	518.3251 万元
成立日期	2016 年 4 月 1 日
营业期限	2016 年 4 月 1 日至 2046 年 3 月 31 日
注册地址	北京市海淀区西北旺东路 10 号院东区 17 号楼 303-305 室
经营范围	计算机系统、网络系统的技术开发、技术服务、技术咨询；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；设计、制作、代理、发

	布广告；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；企业策划；影视策划；公共关系服务；教育咨询；文化咨询；承办展览展示活动；会议服务；版权转让；版权代理；市场调查；经济贸易咨询；销售家用电器、机械设备、电子产品、文化用品、照相器材、计算机、软件及辅助设备、化妆品、体育用品、针纺织品、服装、鞋帽、日用杂货、首饰、工艺品、钟表、眼镜、玩具、汽车及摩托车配件、通讯设备；货物进出口、技术进出口、代理进出口；从事互联网文化活动。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股东情况	北京百度网讯科技有限公司 持股 53.3504%； 上海新文化传媒集团股份有限公司 持股 6.8262%； 北京融鑫卓远股权投资管理中心（有限合伙） 持股 8.0000%； 无锡端盈叁板主题贰号投资基金企业（有限合伙）持股 3.3333%； 杭州惠亿股权投资基金合伙企业（有限合伙）持股 2.0000%； 杭州瑞盈开泰股权投资基金合伙企业（有限合伙）持股 3.3333%； 上海赛领紫麓创业投资中心（有限合伙）持股 2.8333%； 平潭兴证赛富一股权投资合伙企业（有限合伙）持股 1.3911%； 合肥赛富合元创业投资中心（有限合伙）持股 0.8000%； 平潭兴证赛富股权投资合伙企业（有限合伙）持股 5.2756%； 赛富复兴（深圳）股权投资基金（有限合伙）持股 2.5333%； 北京小度互娱技术服务中心（有限合伙）持股 1.4667%； 北京小度互娱技术中心（有限合伙）持股 8.8568%。

北京爱奇艺系爱奇艺视频运营实体之一，其基本信息如下：

名称	北京爱奇艺科技有限公司
统一社会信用代码	91110108660527705X
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
法定代表人	耿晓华
注册资本	3,000 万元
成立日期	2007 年 3 月 27 日
营业期限	2007 年 3 月 27 日至 2027 年 3 月 26 日
注册地址	北京市海淀区海淀北一街 2 号 11 层 1101
经营范围	技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；设计、制作、代理、发布广告；销售自行开发后的产品、电子产品、机械设备、家用电器、计算机、软件及辅助设备、通讯设备、文化用品、玩具；健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）；预防保健服务（须经审批的诊疗活动除外）；机械设备租赁（不含汽车租赁）；出租摄影棚；票务代理；制作、发行动画片、专题片、电视综艺、不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目（广播电视节目及电视剧制作许可证有效期至 2018 年 06 月 12 日）；互联网信息服务业务不含新闻、出版、教育、医疗保健、含药品和医疗器械、电子公告服务（互联网信息服务增值电信业务经营许可证有效期至 2021 年 09 月 08 日）；图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品批发、零售、网上销售（出版物经营许可证有效期至 2022 年 04 月 30 日）；预包装食品销售，不含冷藏冷冻食品（食品经营许可证有效期至 2022 年 12 月 27 日）；利用信息网络经营音乐娱乐产品、从事网络文

	化产品的展览、比赛活动艺术品、演出剧（节）目、动漫产品、游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）（文化经营许可证有效期至 2018 年 07 月 06 日）；第二类互联网视听节目服务中的第三项、文艺、娱乐、科技、财经、体育、教育等专业类视听节目的制作（不含采访）、播出服务、第四项、网络剧（片）的制作、播出服务、第五项、电影、电视剧、动画片类视听节目的汇集、播出服务、第六项、文艺、娱乐、科技、财经、体育、教育等专业类视听节目的汇集、播出服务（经营性互联网信息服务许可证有效期至 2018 年 10 月 23 日）；第二类增值电信业务中的国内呼叫中心业务、信息服务业务（不含互联网信息服务）（仅限外地分支机构经营）（增值电信业务经营许可证有效期至 2022 年 10 月 24 日）；经营演出及经纪业务（营业性演出许可证有效期至 2019 年 06 月 10 日）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股东情况	耿晓华 持股 100%

2016 年度和 2017 年度，公司对百度时代和小度互娱的采购金额分别为 10.09 万元和 38.52 万元，占同类采购额的比例分别为 0.27%和 1.25%，占主营业务成本的比例分别为 0.17%和 0.63%，金额及占比均较小，具体如下：

单位：万元

关联方	2017 年度	2016 年度	2015 年度
百度时代	-	10.09	-
小度互娱	38.52	-	-
合计	**38.52**	**10.09**	**-**
占同类采购额的比例	**1.25%**	**0.27%**	**-**
占主营业务成本的比例	**0.63%**	**0.17%**	**-**

百度为国内知名的互联网企业之一，在互联网领域有着强大影响力，拥有一批如百度搜索、百度手机助手、百度地图等用户数量庞大的移动应用平台，广告流量资源丰富，是理想的广告投放平台。

报告期内，公司对百度及其关联方的采购内容主要为广告流量，其定价与其他无关联第三方的对比情况如下：

A.小度互娱

报告期内，公司向百度关联方小度互娱的采购内容和定价情况如下表所示。

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
小度互娱	关联方	以竞价方式展开合作，并以 CPM 方式结算（平均单价为 9.1 元/CPM）

如上表所示，公司向百度关联方小度互娱采购的主要内容为广告流量，平均单价约 9.1 元/CPM。上述采购行为是在百度的内部公开交易平台上通过竞价的方式采购的，程序公开透明，定价公允。

B.百度时代

报告期内，公司向百度关联方百度时代的采购内容和定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	公司性质	采购内容及定价说明
百度时代	关联方	杭州云盟作为百度的渠道商，以自己的名义向客户销售百度平台资源，在各单次订单中，投放每款产品（APP）的首次推广费用不得低于 5,000 元。

在上述交易中，每日互动全资孙公司杭州云盟是作为百度的渠道推广商与百度展开合作的。百度作为中国最大的互联网广告公司之一，拥有包括百度手机助手、91 助手、安卓市场等在内的众多 APP 推广平台，杭州云盟作为百度的渠道商，接受百度委托，以自己的名义向客户销售百度的平台资源，故体现为对百度的流量采购。该业务为 2016 年双方在业务合作上的初步尝试，金额较小，2016 年后，未再有类似业务产生。

在定价上，双方按照 CPT、CPD、CPC、CPM 等方式计费结算，定价结算标准均参照百度内部政策执行，与百度其他渠道代理商无重大差异，定价公允。

（3）上海个众

报告期内，公司对上海个众的关联采购内容、金额及定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务内容	2017 年	2016 年	2015 年
上海个众	广告流量采购	43.88	34.80	-
占同类采购额的比例		1.43%	0.93%	-
占主营业务成本的比例		0.72%	0.60%	-

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
上海个众	关联方	推送通道：0.05 元/条
快乐阳光	可比公司	推送通道：0.03 元/条

2016 年度和 2017 年度，公司向上海个众分别采购了 34.80 万元和 43.88 万元广告流量，用于广告投放，占同类采购额的比例分别为 0.93%和 1.43%，占主

营业务成本的比例分别为 0.60%和 0.72%。报告期内，公司与上海个众的关联采购的金额较低，对营业成本的影响较小。

公司向上海个众采购的主要内容为通知栏广告的推送通道。分众传媒拥有众多媒体资源，在营销领域内影响力较大。公司根据广告投放需要，向上海个众采购广告流量具有合理的商业目的。公司向上海个众采购广告流量的定价系双方参照同类业务定价水平后经商务谈判后确定，处于合理的价格区间，定价公允。

（4）鼎开互联

报告期内，公司对鼎开互联的关联采购内容、金额及定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称		业务内容	2017 年	2016 年	2015 年
鼎开互联		广告流量采购	9.40	93.23	-
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
鼎开互联	关联方	CPPA（预装并激活）：0.8 元/个；推送通道：0.02 元/条			
快乐阳光	可比公司	推送通道：0.03 元/条			
橡树未来（北京）科技有限公司	可比公司	CPPA：0.8 元/个			

2016 年度和 2017 年度，公司向鼎开互联分别采购了 93.23 万元和 9.40 万元广告流量，用于移动应用推广和广告投放，占当期同类采购额的比例分别为 2.47%和 0.31%，占当期主营业务成本的比例分别为 1.61%和 0.15%，金额较小。

鼎开互联是一家致力于移动互联网广告平台产品、技术与服务的企业。公司与鼎开互联之间的合作，可以帮助公司获得更多的广告流量，公司向鼎开互联采购的推送通道的单价为 0.02 元/条，CPPA 单价为 0.8 元/个，与第三方可比公司相比无重大差异，定价公允。

（5）浙江东冠

浙江东冠的主营业务为软件项目的委托开发，技术服务外包和网络技术服务。其基本信息如下表所示：

公司名称	浙江东冠软件技术有限公司
成立日期	2010 年 10 月 15 日

法定代表人	冯海山
注册资本	110.000 万元
住所	杭州市滨江区秋溢路 288 号 1 号楼 17 层 1708 室
经营范围	技术开发、技术服务、成果转让：电子计算机软硬件，电子产品；销售：计算机软硬件。（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）

从报告期期初至 2015 年 10 月，沈欣通过杭州美盈持有浙江东冠 100%股权。2015 年 10 月 28 日，杭州美盈将其持有的浙江东冠 100%股权转让给无关联自然人。截至 2017 年 12 月 31 日，浙江东冠股权结构如下表所示：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	冯海山	货币	110.00	100.00
合计		**-**	**110.00**	**100.00**

注：根据工商信息查询显示，目前浙江东冠正在注销清算中。

2015 年度，公司向浙江东冠的采购金额为 8.54 万元，占当期主营业务成本的比例为 0.34%，具体如下：

单位：万元

关联方	2017 年度	2016 年度	2015 年度
浙江东冠	-	-	8.54
占主营业务成本的比例	-	-	**0.34%**

浙江东冠主要从事软件开发外包服务。报告期初，公司曾委托浙江东冠从事软件开发工作。具体为： 2015 年，公司与浙江东冠签订《外包合作协议》，委托浙江东冠为其开发“APP 推广管理平台”，合同金额 9.05 万元。

“APP 推广管理平台”是服务于公司效果广告业务的企业级管理平台，可实现渠道管理、推广计划管理、申请结算管理、数据查询等 APP 推广管理功能。在公司效果广告业务发展早期，为充分发挥公司的数据实力，尽快打入效果广告市场，公司委托浙江东冠开发了服务于效果广告业务的“APP 推广管理平台”。该平台对公司效果广告业务的早期发展和客户积累起到了积极的促进作用，后因公司逐渐发展壮大，研发实力得到提升，开始自建系统级的效果广告平台，故不再使用该平台进行效果广告的管理。

公司委托浙江东冠进行软件开发的定价主要是根据开发所需要的工作量，结合公司员工成本以及同行业员工成本，经双方协商后确定，交易价格公允。2015

年后，随着公司研发人员增多、研发实力增强，公司未与浙江东冠发生同类业务。

（6）深圳个联

报告期内，公司对深圳个联的关联采购内容和金额如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务内容	2017 年	2016 年	2015 年
深圳个联	信息服务费	15.85	-	-
	智能客流分析硬件	95.82	-	-
小计		**111.67**	**-**	**-**

公司向深圳个联的采购内容主要为“店知了”智能 WIFI 设备及相应配套维护服务。2017 年以来，公司除了积极扩展线上的数据变现方式，还开始开拓线下的数据服务业务。公司和深圳个联合作建立的店知了智能客流营销系统，可以基于深圳个联的智能 WIFI 设备的无线探测感知技术，结合公司的多维度大数据匹配能力，为门店、商超等线下店铺提供精准的客流统计和客流分析服务。深圳个联的智能硬件研发实力和公司的大数据匹配能力可在此过程中较好的契合，双方的交易具有正常的商业逻辑。

上述交易是公司在报告期内唯一的一笔定制专用固件交易，不存在可比公司的同类业务，双方的交易定价经商业谈判确定，定价公允。

上述关联交易中，因公司购买广告媒体流量等日常经营的需要，与新浪、百度、上海个众之间的关联交易预计仍将持续发生，公司将按照《公司章程》和《关联交易决策制度》的规定，严格履行相关交易的审批程序，保护投资者合法权益。

2、出售商品和提供劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
百度在线	技术推送、移动互联网营销、数据服务	3,141.05	2,455.78	1,108.45
百度网讯	技术推送、移动互联网营销	4,029.14	894.99	0.77
百度时代	移动互联网营销	57.96	18.71	4.72

关联方	关联交易内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
小度互娱	技术推送	86.80	3.26	-
北京爱奇艺	技术推送	366.15	-	-
微梦中国	技术推送、移动互联网营销	3,679.62	1,959.91	614.15
新浪网中国	技术推送	56.60	36.77	-
北京微梦	技术推送、数据服务	2.38	4.78	-
星潮闪耀	技术推送	141.51	-	-
杭州个房	移动互联网营销	-	56.13	-
深圳个联	数据服务	-	18.87	-
北京点众科技股份有限公司	移动互联网营销	-	2.34	-
中国石油化工股份有限公司	技术推送	0.94	1.13	-
天下秀科技	技术推送	-	22.91	-
杭州友谦网络科技有限公司	移动互联网营销	-	0.47	-
梦凯网络	移动互联网营销	-	-	194.98
亿启网络	移动互联网营销	-	231.82	298.77
合计		**11,562.17**	**5,707.86**	**2,221.84**
占主营业务收入的比例		**34.72%**	**32.26%**	**28.60%**

注：1、天下秀科技，系报告期内公司原董事王高飞担任董事的企业，王高飞在每日互动担任董事的任期为 2015 年 12 月 24 日至 2016 年 6 月 22 日，自 2017 年 6 月 22 日之日起，天下秀科技不再被认定为公司的关联方。

2、北京点众科技股份有限公司系报告期内公司原董事何春虹担任董事的企业，何春虹在每日互动担任董事的任期为 2015 年 11 月 30 日至 2016 年 6 月 22 日，自 2017 年 6 月 22 日之日起，北京点众科技股份有限公司不再被认定为公司的关联方。

3、SHEN JIAN 于 2014 年 8 月至 2015 年 9 月曾任职公司董事，于 2014 年 12 月至 2016 年 1 月曾任职亿启网络董事，故公司将 2014 年度至 2016 年度与亿启网络发生的交易认定为关联交易。

报告期内，公司主要关联销售的具体情况及对公司的影响如下：

（1）新浪、Weibo 及其关联方

报告期内，公司与新浪、Weibo 及其关联方的关联销售的具体情况如下：

单位：万元

关联方	2017 年度	2016 年度	2015 年度
微梦中国	3,679.61	1,959.91	614.15
新浪网中国	56.60	36.77	-

关联方	2017 年度	2016 年度	2015 年度
北京微梦	2.38	4.78	-
星潮闪耀	141.51	-	-
合计	**3,880.11**	**2,001.46**	**614.15**
占主营业务收入的比例	**11.65%**	**11.31%**	**7.91%**

报告期内，公司对新浪、Weibo 及其关联方的关联销售金额合计分别为614.15万元、2,001.46 万元和 3,880.11 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 7.91%、11.31%和 11.65%。

报告期内，公司在移动应用开发者服务、移动互联网营销和其他大数据服务方面都与新浪、Weibo 及其关联方存在关联销售，具体分析如下：

A.基础推送

报告期内，公司在基础推送业务方面对新浪、Weibo 及其关联方的销售内容、定价及其他第三方同类业务定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
微梦中国	技术推送	基础推送	-	-	73.58
星潮闪耀	技术推送	基础推送	56.60	-	-
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
微梦中国	关联方	2015 年与天气通相关的合同：VIP 套餐阶梯付费，月费 65,000 元封顶			
星潮闪耀	关联方	2017 年与新浪新闻相关的合同：年固定费用 80 万			
北京车之家信息技术有限公司	可比公司	按 VIP 套餐付费，月费 50,000 元封顶；相关 APP：汽车之家			
北京摩拜科技有限公司	可比公司	年固定费用 84 万；相关 APP：摩拜单车			

公司向新浪、Weibo 及其关联方提供的基础推送服务主要是为其“天气通”和“新浪新闻”APP 提供“个推 SDK”，上述 APP 将其集成后即可享受专业的移动应用消息推送服务。公司向付费客户提供的基础推送业务，一般按照公司统一定价的 VIP 套餐实施阶梯收费，同时根据客户的用户规模、商务谈判的具体情况和客户关系等因素存在一定幅度的上下浮动。与其他无关联第三方相比，公司

与新浪、Weibo 及其关联方的基础推送业务定价水平无重大差异，定价水平公允。

B.轻推送

报告期内，公司在轻推送业务方面对新浪、Weibo 及其关联方的销售内容、定价及其他第三方同类业务定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
微梦中国	移动应用开发者服务	轻推送	3,564.90	950.47	540.57
新浪网中国	移动应用开发者服务	轻推送	56.60	36.77	-
星潮闪耀	移动应用开发者服务	轻推送	84.91	-	-
北京微梦	移动应用开发者服务	轻推送	-	4.78	-

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
微梦中国	关联方	日常推送任务：有效唤醒：0.1-0.2 元/个（阶梯计价）；消息推送：0.006 元/条，两项服务的合计月费保底 15 万元，封顶 47-50 万元（不同期间）；相关 APP：微博
		额外活动推广：0.1-0.2 元/有效唤醒；相关 APP：微博
新浪网中国	关联方	有效唤醒：0.10 元/个，月费 10 万元封顶；相关 APP：新浪新闻
星潮闪耀	关联方	有效唤醒：0.1 元/个，月费 10 万元封顶；APP 新浪新闻
北京微梦	关联方	有效唤醒 0.10 元/个
网易传媒科技（北京）有限公司	可比公司	有效唤醒：0.25 元/个；相关 APP：网易新闻
国广星空视频科技（北京）有限公司	可比公司	有效唤醒：0.10 元/个；相关 APP：手机电视
北京奇飞翔艺商务咨询有限公司	可比公司	有效唤醒：0.08 元/个；相关 APP：360 助手

公司向新浪、Weibo 及其关联方提供的轻推送服务主要是为微博提供移动消息推送服务。虽然微博已集成了公司的 SDK，但由于微博用户量巨大，各种渠道的版本众多，仍有数量较大的移动终端上的微博 APP 未集成个推 SDK，无法

通过基础推送服务对其进行消息推送。而公司提供的轻推送服务能够较好解决 APP 运营者触达沉默用户的实际需求。2015 年后，公司与微梦中国的合同内容有所调整，对于日常常规的推送任务，将基础推送服务和轻推送服务打包收费，基础推送按 0.006 元/条收费，轻推送按 0.1/0.15/0.2 元/有效唤醒阶梯收费，两项服务的合计月费保底 15 万元，封顶 47-50 万元（不同期间），由于合计结算并按月封顶收费，无法具体区分，按主要收入来源划分为轻推送业务；对于奥运等特殊节日活动的推送任务，再在封顶价格外按 0.1-0.2 元/有效唤醒价格另行收费。与其他无关联第三方相比，公司与新浪、Weibo 及其关联方的轻推送业务定价水平无重大差异，定价水平公允。

C.效果广告

报告期内，公司效果广告业务方面对新浪及其关联方的销售内容、定价及其他第三方同类业务定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
微梦中国	移动互联网营销	效果广告	114.72	1,009.43	-
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
微梦中国	关联公司	专题 wap 活动页面推广的 CPC：0.2 元/次			
北京呈天网络科技股份有限公司	可比公司	CPC：0.2 元/次			

公司向微梦中国提供的效果广告业务主要系为其专题 wap 活动页面链接提供推广服务，按有效点击 CPC 收费。与其他无关联第三方相比，公司与新浪及其关联方的效果广告业务定价水平无重大差异，定价水平公允。

D.其他大数据服务

报告期内，公司在其他大数据服务方面对新浪及其关联方的销售内容和定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
北京微梦	数据服务及其他	其他数据服务	2.38	-	-

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
公司名称	公司性质	同类业务价格的说明			
北京微梦	关联方	公司使用第三方数据平台上传数据包，供给北京微梦粉丝通客户使用。产生的收益北京微梦和公司按 1:9 的比例分成。			

上述业务为公司的新型业务，主要内容系公司利用自身大数据能力为微博粉丝通客户提供数据支持，并就微博粉丝通业务创造的实际收入公司与北京微梦按照 9:1 的比例进行分成。上述交易的定价主要参照新浪和 Weibo 内部政策，经双方商务谈判后拟定，定价公允。

（2）百度

报告期内，公司与百度的关联销售的具体情况如下：

单位：万元

关联方	2017 年度	2016 年度	2015 年度
百度在线	3,141.05	2,455.78	1,108.45
百度网讯	4,029.14	894.99	0.77
百度时代	57.96	18.71	4.72
小度互娱	86.80	3.26	-
北京爱奇艺	366.15		
合计	**7,681.10**	**3,372.74**	**1,113.94**
占主营业务收入的比例	**23.07%**	**19.06%**	**14.34%**

报告期内，公司对百度的关联销售金额合计分别为 1,113.94 万元、3,372.74 万元和 7,681.10 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 14.34%、19.06%和 23.07%。

报告期内，公司在技术推送、移动互联网营销和其他大数据服务方面都与百度及其关联方存在关联销售，具体分析如下：

A.基础推送服务（个推）

报告期内，公司向百度及其关联方提供的基础推送服务的销售金额、内容及与其他第三方的对比如下表所示：

单位：万元

公司名称	收入分类	销售内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度

小度互娱	移动应用开发者服务	基础推送	9.43	-	-
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
小度互娱	关联方	按月固定收费，每月 2.5 万元；相关 APP：百度视频			
北京转转精神科技有限公司	可比公司	按月固定收费，每月 2.5 万元；相关 APP：转转产品			
五八同城信息技术有限公司	可比公司	按月固定收费，每月 3.5 万元；相关 APP：驾校一点通			
深圳平安讯科技术有限公司	可比公司	按月固定收费，每月 1 万元；相关 APP：平安 WIFI			

公司提供的基础推送服务价格根据客户的用户规模、商务谈判的具体情况和客户关系等因素而有所不同。与其他无关联第三方可比公司相比，公司与百度的基础推送交易定价无重大差异，定价公允。

B.用户画像服务（个像）

报告期内，公司在用户画像服务方面对百度及其关联方的销售内容、定价及其他第三方同类业务定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	**收入分类**	**销售内容**	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
小度互娱	移动应用开发者服务	用户画像服务	9.43	-	-
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
小度互娱	关联方	按月固定收费，每月 2.5 万元。APP：百度视频			
中信银行股份有限公司	可比公司	按半年固定收费，每月 4 万元。			
快乐阳光	可比公司	按月固定收费，每月 1.67 万元。APP：芒果 TV			

用户画像服务（个像）为公司最新开拓的移动应用开发者服务，定价较为灵活，与其他无关联第三方可比公司相比，公司与百度的交易定价在合理区间范围中，定价公允。

C.轻推送服务

报告期内，公司在轻推送服务方面对百度及其关联方的销售内容、定价及其他第三方同类业务定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	收入分类	销售内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
百度在线	移动应用开发者服务	轻推送	1,704.28	0.75	-
小度互娱	移动应用开发者服务	轻推送	67.93	3.26	-
北京爱奇艺	移动应用开发者服务	轻推送	366.15	-	-
百度网讯	移动应用开发者服务	轻推送	4,029.14	892.71	-

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
百度在线	关联方	有效唤醒单价：0.15 元/个；相关 APP：手机百度
小度互娱	关联方	有效唤醒单价：0.25 元/个；相关 APP：百度视频
北京爱奇艺	关联方	有效唤醒单价：0.15 元/个、0.2 元/个、0.3 元/个、0.4 元/个（单价根据唤醒用户的沉默时间有所不同）；相关 APP：爱奇艺
百度网讯	关联方	有效唤醒单价：0.15 元/个；相关 APP：百度地图
网易传媒科技（北京）有限公司	可比公司	有效唤醒单价：0.25 元/个；相关 APP：网易新闻
北京京东世纪贸易有限公司	可比公司	有效唤醒单价：0.15 元/个；相关 APP：京东商城
国广星空视频科技（北京）有限公司	可比公司	有效唤醒单价：0.10 元/个；相关 APP：手机电视
北京奇飞翔艺商务咨询有限公司	可比公司	有效唤醒单价：0.08 元/个；相关 APP；360 助手

报告期内，公司向客户提供的轻推送业务，多数按照 0.08-0.40 元/有效唤醒进行收费，根据客户的用户规模、商务谈判的具体情况和客户关系等因素存在一定幅度的上下浮动。与其他无关联第三方可比公司相比，公司与百度的技术推送交易定价无重大差异，定价公允。

D.效果广告业务

报告期内，公司在效果广告业务方面对百度及其关联方的销售内容、定价及其他第三方同类业务定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	收入分类	销售内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度

百度在线	移动互联网营销服务	效果广告	906.11	2,136.64	1,108.45
百度网讯	移动互联网营销服务	效果广告	-	2.29	0.77
百度时代	移动互联网营销服务	效果广告	57.96	18.71	-

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
百度在线	关联方	搜索业务推广服务收入 CPS 分成：50%
百度时代	关联方	搜索业务推广服务收入 CPS 分成：50%
北京联众互动网络股份有限公司	可比公司	推广服务收入 CPS 分成：50%
百度在线	关联方	有效激活用户（CPA）：2-3.5 元不等，推广产品：手机百度、百度浏览器
百度网讯	关联方	有效激活用户（CPA）单价：1.5 元；推广产品：百度地图
北京奇飞翔艺商务咨询有限公司	可比公司	有效激活用户（CPA）：2-3 元不等；推广产品：360 助手/360 卫士/360 浏览器等
三六零科技有限公司	可比公司	有效激活用户（CPA）：2-2.5 元不等；推广产品：360 助手/360 卫士/360 浏览器等
北京字节跳动科技有限公司	可比公司	有效激活（CPA）：1.5-2.2 元不等；推广产品：今日头条等

公司向客户提供的效果广告业务，按结算方式分为 CPC、CPA、CPS 等不同形式，具体单价水平会根据客户的内部定价政策、预计业务规模、商务谈判的具体情况和客户关系等因素而在合理区间内上下浮动。公司向百度提供的效果广告服务的有效激活用户（CPA）单价大致为 1.5 元-3.5 元，推广服务收入分成比例（CPS）约为 50%，均为结合百度内部定价原则及参考其他第三方定价后拟定，与第三方无关联可比公司相比无重大差异，定价公允。

E.品牌广告业务

报告期内，公司在品牌广告业务方面对百度及其关联方的销售内容、定价及其他第三方同类业务定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	收入分类	采购内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
百度时代	移动互联网营销	品牌广告	-	-	4.72

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
百度时代	关联方	通知栏广告推广单价：0.45 元/条
群邑（上海）广告有限公司	可比公司	通知栏广告部分项目推广单价：0.4 元/条

报告期内，公司与百度在品牌广告业务展开的合作主要为通知栏广告，推广单价为 0.45 元/条，与无关联第三方可比公司群邑（上海）广告有限公司相比无重大差异，定价公允。

F.其他大数据服务

报告期内，公司在数据服务及其他业务方面对百度及其关联方的销售内容和定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
百度在线	其他大数据服务	DMP	530.66	318.40	-
公司名称	**公司性质**	**关于关联方定价的说明**			
百度在线	关联方	公司通过数据平台向百度在线提供用户画像大数据，数据量级月度日均 uv 不低于 1.5 亿，月度日均 pv 不低于 75 亿，单日 uv 和 pv 可以下浮 10%。一年的服务费用总金额为 900 万元（含税）。			
凡普金科集团有限公司	可比公司	公司向凡普金科集团有限公司提供已脱敏的数据样本，供凡普金科集团有限公司进行建模或模型更新，每秒请求量峰值：50,000，一年服务总费用 700 万元。			

上述与百度合作的 DMP 业务为公司的新型业务，主要利用公司自建的“数据仓库”，为百度提供用户画像方面的数据支持。双方定价的依据主要参照公司提供的数据量级及数据维度后拟定，与无关联第三方相比不存在重大差异，定价公允。

此外，根据鼎鹿中原出具的《调查函》，鼎鹿中原或百度系其他关联方与发行人之间的关联交易均基于正常的商业逻辑，采用市场化定价方式，与其他无关联第三方相比，对每日互动所提供服务的采购行为遵循统一的定价机制及原则，不存在显著差异。

（3）杭州个房

报告期内，公司对杭州个房的关联销售内容、金额及定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
杭州个房	移动互联网营销	品牌广告	-	46.70	-
杭州个房	移动互联网营销	效果广告	-	9.43	-
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
杭州个房	关联方	品牌广告：通知栏广告执行单价为 0.25-1 元/条不等；应用内广告执行价格为 20-50 元/CPM 不等			
群邑（上海）广告有限公司	可比公司	品牌广告：通知栏广告执行单价为 0.06-0.4 元/条不等；应用内广告执行价格为 25-35 元/CPM 不等			
华扬联众数字技术股份有限公司	可比公司	品牌广告：通知栏广告执行单价：0.24-0.36 元不等			
飞亚达销售有限公司	可比公司	品牌广告：通知栏广告执行单价为 1 元/条；应用内广告执行价格约 50 元/CPM			
杭州个房	关联方	效果广告 CPC：单价 1 元			
杭州淘粉吧网络技术股份有限公司	可比公司	效果广告 CPC：单价 1 元			

杭州个房为公司的参股公司，主营业务是为房地产开发商提供品牌营销及推广服务。公司主要为杭州个房提供地产类品牌广告和效果广告服务。通过与杭州个房合作可以将公司的大数据优势与杭州个房的房地产领域的专业性结合，实现大数据在房地产领域的有效应用。如上表所示，公司与杭州个房的交易定价遵循了市场化定价原则，与其他无关联第三方不存在重大差异，定价公允。

（4）深圳个联

报告期内，公司对深圳个联的关联销售内容、金额及定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年	2016 年	2015 年
深圳个联	其他大数据服务	数据报告服务	-	18.87	-
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
深圳个联	关联方	公司在接收到深圳个联的采样数据后，需进行大数据匹配分析，并在合同要求服务期内输出结果（包括但不限于实时客流统计、男女比例、年龄分段、消费水平等），价格为 20 万元（含税）			
东方明珠安舒茨文化体育发展（上海）有限公司	可比公司	访客数据统计分析服务，服务费用总额为 15 万元			

深圳个联为公司的参股公司，主要专注于智能硬件领域，生产智能数据采集设备。2016 年，公司对深圳个联的关联销售收入主要是深圳个联因开展实体门店客流数据服务，委托公司对采样数据进行大数据分析，价格通常参照需分析匹配的数据量级拟定。与第三方无关联公司相比，公司对深圳个联的销售价格处于合理区间，定价公允。

（5）天下秀科技

报告期内，公司对天下秀科技的关联销售内容、金额及定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年	2016 年	2015 年
天下秀科技	技术推送	轻推送	-	22.91	-

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
天下秀科技	关联方	有效唤醒：0.1 元/个
网易传媒科技（北京）有限公司	可比公司	有效唤醒：0.25 元/个；相关 APP：网易新闻
国广星空视频科技（北京）有限公司	可比公司	有效唤醒：0.1 元/个；相关 APP：手机电视
北京奇飞翔艺商务咨询有限公司	可比公司	有效唤醒：0.08 元/个；相关 APP：360 助手

天下秀科技是国内的一家社会化营销大数据公司，为快消、家电、母婴、IT 数码、家居家装等国内知名企业提供专业社交电商服务。2016 年，公司对天下秀科技的关联销售收入主要是公司为其旗下的 APP 提供轻推送服务，交易定价遵循市场化定价的原则，参考同类业务定价情况及 APP 用户规模后拟定，与其他无关联第三方相比不存在重大差异，定价水平公允。

（7）梦凯网络

梦凯网络主营业务为效果广告的代理发布运营，其基本信息如下表所示：

公司名称	杭州梦凯网络科技有限公司
成立日期	2006 年 10 月 27 日
法定代表人	鲁澎
注册资本	400.000 万元
住所	杭州市西湖区万塘路 262 号 6 号楼 6-66 室

经营范围	服务：计算机系统集成，计算机软硬件、网络技术的技术开发，电子产品的技术开发、成果转让，通讯设备租赁；批发、零售：通讯设备及器材（除专控），计算机设备及配件；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目。

梦凯网络曾为沈欣父亲沈国健控制的企业，2017 年 3 月，沈国健已将持股全部转让给无关联第三方鲁澎。截至 2017 年 12 月 31 日，梦凯网络股权结构如下表所示：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	鲁澎	货币	320.00	80.00
2	浙江大学国际创新研究院	货币	80.00	20.00
合计		**-**	**400.00**	**100.00**

报告期内，公司与梦凯网络之间发生的交易如下表所示：

单位：万元

关联方	2017 年度	2016 年度	2015 年度
梦凯网络	-	-	194.98
占主营业务收入的比例	-	-	**2.51%**

2015 年度，公司对梦凯网络的关联销售金额为 194.98 万元，占当期主营业务收入比例为 2.51%，占比较小。报告期内，公司与梦凯网络的关联交易主要是梦凯网络作为公司移动互联网营销业务的代理商产生的相关收入。

2014 年，公司技术推送技术日益成熟、移动终端覆盖量大幅增长，技术推送业务产生的大数据使得公司具有了开展移动互联网营销业务的能力。由于公司缺乏与移动互联网营销业务相对应的销售团队和客户群体，梦凯网络则拥有相关的销售经验、专业销售人员及客户渠道，公司选择梦凯网络作为移动互联网营销业务的代理商。梦凯网络负责移动互联网营销业务的市场、客户拓展，获取订单后，由公司执行具体的移动互联网营销服务工作，并与梦凯网络结算并确认收入。此外，梦凯网络的客户中也有少量轻推送业务的需求，双方参照移动互联网营销业务的上述合作模式进行具体合作。梦凯网络的业务中与每日互动之间合作相关的主要客户包括：深圳咕咕鸟网络信息技术有限公司、深圳手软科技有限公司和深圳市易讯天空网络技术有限公司等数公司。2015 年 6 月，公司经过前期业务探索，成立了专门从事效果广告业务的孙公司杭州云盟，终止了与梦凯网络的业

务合作。

在公司与梦凯网络的代理业务中，经过双方协商，梦凯网络获得的移动互联网营销业务收入和轻推送业务收入中，考虑梦凯网络从事该业务合理的利润水平，梦凯网络收取部分差价，剩余部分支付给公司，作为公司的收入。公司与梦凯网络之间的业务合作是公司在业务发展的特定阶段下互惠互利的商业合作，具有合理的商业目的。

（8）亿启网络

报告期内，公司对亿启网络的关联销售内容、金额及定价情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
亿启网络	移动互联网营销服务	手机应用推广	223.43[注]	228.33	298.77
	移动互联网营销服务	百度开户费	-	3.49	

公司名称	公司性质	同类业务价格的说明
亿启网络	关联方	效果广告 CPC：单价 0.2-0.25 元；效果广告 CPA：单价 2 元
北京呈天网络科技股份有限公司	可比公司	CPC：0.2 元/次
三六零科技有限公司	可比公司	有效激活用户（CPA：2-2.5 元不等；推广产品：360 助手/360 卫士/360 浏览器等
北京字节跳动科技有限公司	可比公司	有效激活（CPA）：1.5-2.2 元不等；推广产品：今日头条

注：SHEN JIAN 于 2014 年 8 月至 2015 年 9 月曾任职公司董事，于 2014 年 12 月至 2016 年 1 月曾任职亿启网络董事，故公司将 2014 年度至 2016 年度与亿启网络发生的交易认定为关联交易。

亿启网络是一家电子商务移动互联网平台研发与运营公司，其主要产品为“9 块 9 包邮汇”APP，是一个以包邮折扣商品为主的手机购物应用。报告期内，公司为其提供的主要服务为手机应用软件推广的效果广告服务。在定价上，公司参照第三方价格经与亿启网络商务谈判后拟定，定价公允。

上述关联销售中，因业务发展需要，公司与新浪、百度、杭州个房、深圳个联之间的关联交易预计仍将持续发生，公司将按照《公司章程》和《关联交易决

策制度》的规定，严格履行相关交易的审批程序，保护投资者合法权益。

3、支付关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2017年度	2016年度	2015年度
关键管理人员报酬	517.29	493.74	260.80

4、关联租赁

2015 年 6 月 9 日，公司孙公司杭州云盟与关联方湾西科技签订《租赁合同》，租赁其位于杭州市余杭区仓前街道良睦路 1399 号 20 号楼 2018 室房产作为工商注册地，租赁期限为 2015 年 6 月 9 日起至 2017 年 3 月 27 日。

2015 年 11 月 19 日，公司子公司杭州应景与关联方湾西科技签订《租赁合同》，租赁其位于杭州市余杭区仓前街道良睦路 1399 号 20 号楼 2020 室房产作为工商注册地，租赁期限为 2015 年 11 月 19 日起至 2017 年 3 月 27 日。

湾西科技为公司实际控制人方毅控制的企业，主要依托杭州未来科技城专业从事互联网创业企业孵化，免费向创业者提供办公场所。杭州应景和杭州云盟与湾西科技签订租赁合同后，实际并未在上述租赁场所经营办公，湾西科技亦未向杭州应景和杭州云盟收取租金。

上述关联租赁未对公司的经营业绩产生影响。上述租赁合同均已在 2016 年 12 月 30 日终止，杭州应景和杭州云盟已重新租赁了新的办公场所，并办理了工商变更登记。

（二）偶发性关联交易

1、购买无形资产

（1）购买的无形资产标的

2016 年，公司以 509.43 万元的价格收购个信互动持有的无形资产（组），包括 2 项计算机软件著作权、2 项发明专利及 1 项专利申请权、5 项商标权和 2 项域名权，具体包括：

A．计算机软件著作权

序号	软件名称	登记号	首次发表时间	登记时间	权利取得方式	权利人
1	个推信息推送平台[简称：个推]V2.1.0	2014SR036847	2012.5.18	2014.4.1	原始取得	个信互动
2	个信手机即时通讯软件[简称：个信]V1.0	2011SR075481	2011.2.1	2011.10.20	原始取得	个信互动

B．发明专利及专利申请权

序号	名称	专利类型	专利授权号	专利申请日	备注	权利人
1	一种移动终端收发短信信息的方法及实现该方法的软件	发明	201010234062.0	2010.7.22	2014.10.8授权	个信互动
2	一种语音和文字内容混排消息的实现方法	发明	201110191319.3	2011.7.8	2015.4.8授权	个信互动
3	一种在软件更新时推荐软件的方法及实现该方法的系统	发明	201310334786.6	2013.8.2	2016.8.31授权	个信互动

C．商标权

序号	权利人	注册号	注册商标	核定使用商品类别	有效期限至
1	个信互动	14917897		第 38 类	2025.9.13
2	个信互动	13419053	个推	第 38 类	2025.1.20
3	个信互动	14917949		第 42 类	2025.9.13
4	个信互动	8858343	个信互动	第 38 类	2021.12.6
5	个信互动	14694276	个推	第 42 类	2025.8.27

D．域名

序号	域名	注册单位	注册时间
1	amessage.cn	个信互动	2011.5.27
2	getui.cn	个信互动	2011.12.15

2016 年，红筹架构拆除后，个信互动无具体业务且拟进行注销。个信互动持有的上述无形资产与每日互动主营业务密切相关，出于资产完整性和业务经营的需要，公司向个信互动收购了上述无形资产。

（2）履行的程序及其合规性

2016 年 2 月 26 日，每日互动召开股东会，全体股东一致同意以 540 万元（含

税）的价格收购个信互动持有的上述无形资产。

2016 年 2 月 26 日，个信互动召开股东会，全体股东一致同意以 540 万元（含税）的价格出售个信互动持有的上述无形资产。

2016 年 2 月 26 日，个信互动与每日互动签署了《转让协议》，个信互动以 540 万元（含税）的价格向每日互动转让上述无形资产。

（3）收购的性质、定价方式及其公允性

本次收购系红筹架构拆除综合方案中的一部分，转让价格为参考坤元评估出具的资产评估报告后协商定价。坤元评估出具了《浙江每日互动网络科技有限公司拟收购个信互动（北京）网络科技有限公司持有的无形资产（组）价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2016]46 号），确定每日互动拟收购个信互动持有的无形资产（组）在评估基准日 2015 年 11 月 30 日的评估值为 545.00 万元（含税），具体如下：

A.无形资产评估方法

根据坤元资产出具的评估报告，本次评估采取收益法进行评估。

通常的无形资产评估方法有成本法，市场法和收益法。对于被评估资产而言，研发成本与其产出的对应性不明显，而且同类产品的交易市场不活跃，交易案例较少且难以获得，因此评估排除了成本法和市场法。而收益法是通过估算被评估资产未来预期收益的现值来判断资产价值的评估方法，被评估无形资产在评估时已经实现了经济效益，结合相关行业的未来发展和公司发展计划，可以较为合理的预测其未来年度的收益情况，因此运用收益法测算其市场价值的方法合理，这也是国内外评估机构通常采用的评估方法。

B.主要评估参数及制定依据

本次评估主要参数包括预计收益年限、预测收入、收入分成率以及折现率。相关参数的制定依据如下：

i.预计收益年限

本次评估综合考虑技术寿命以及经济寿命两方面的因素确定无形资产的预计收益年限，移动互联网的技术服务行业发展十分迅速，考虑到个推消息推送平

台会随技术变化而不断更新升级，现有的无形资产组合对于收入的贡献会趋向减弱。综合分析该无形资产组合的更新速度、应用领域实际盈利能力以及发展速度，确定无形资产组的预计收益年限为自评估基准日起 5 年。

ii.预测收入

根据个推消息推送平台的商业模式，评估机构认定与被评估无形资产相关的收入来源于技术推送服务及移动互联网营销服务。

根据历史数据，评估机构预计个推消息推送平台自评估基准日起的未来前三年收入增长较快，第四年保持稳定，预测收入具体如下：

年度	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
销售收入合计（万元）	5,525.00	6,360.00	7,330.00	7,330.00	7,330.00

iii.收入分成率

收入分成率是无形资产对收益的贡献比率。本次评估收入分成率通过综合评价法进行确定，通过对分成率有影响的各个因素，即技术水平、成熟度、经济效益、市场前景、投入产出比、社会效益、产业政策吻合度、技术保密程度等诸多因素进行评测，确定各因素对分成率的影响程度，结合经验数据最终确定分成率。

根据联合国贸易发展组织对各国贸易技术合同的提成率的调查统计，分成率绝大多数介于 0.5%-10%，结合待评估无形资产的贡献程度以及互联网行业的发展情况，确定本次的评估分成率为 2%-2.5%。

确定评估分成率后需确定分成率调整系数，根据下表，确定分成率调整系数为 72.5%。

序号	项目	权重	现行状况	评分	得分（%）
1	技术水平	15	有一定的先进性	70	10.50
2	技术成熟度	10	完成技术应用化，已开发出相对成熟的产品以及服务	70	7.00
3	经济效益	25	技术应用于产品以及服务，能够获得较高的利润	75	18.75
4	市场前景	20	技术应用领域系互联网市场，前景看好	75	15.00
5	社会效益	5	社会效益良好	75	3.75
6	政策吻合度	5	符合国家各项政策	70	3.50

序号	项目	权重	现行状况	评分	得分（%）
7	投入产出比	10	研发经费投入较高，并已经转化为利润	70	7.00
8	技术保密程度	10	核心技术已经在国内申请专利和计算机软件著作权，并注册商标	70	7.00
9	**合计**	**100**			**72.50**

因此，分成率=分成率的取值下限+（分成率的取值上限-分成率的取值下限）*调整系数，最终确定无形资产的分成率=2%+（2.5%-2%）*72.5%=2.36%。

iv.折现率

折现率是将未来收益折算为现值的比率，根据评估特点和收集资料的情况，评估采用风险累加法确定折现率。计算公式为：折现率=无风险报酬率+风险报酬率。

本次评估选取了评估基准日 2015 年 11 月 30 日国债市场上的到期日距评估基准日 5-10 年的交易品种的平均到期收益率 3.36%作为无风险利率，选取数据谨慎合理。

对于待评估无形资产，风险报酬率的确定运用综合评价法，即按照技术风险、市场风险、资金风险、管理风险和政策风险等五个风险因素量化求和确定。

风险因素	权重	因素	打分说明	分值	得分	技术风险率（%）
（1）技术风险（0-6%）	0.2	技术转化风险	有成熟的产品以及服务	20	4	2.94
	0.4	技术替代风险	目前有竞争的推送平台技术	60	24	
	0.2	技术权利风险	共拥有 2 项专利权以及 1 项专利申请权，2 项计算机著作权和 5 项商标权	60	12	
	0.2	技术整合风险	技术仍在不断改进中以符合新的市场竞争需要	45	9	
	小计				49	
（2）市场风险（0-6%）	0.3	市场容量风险	市场总容量较大，且发展前景好	30	9	2.63
	0.5	市场现有竞争风险	该项技术目前存在一定的竞争对周，但具备一定的竞争优势	55	27.5	
	0.2	市场潜在竞争风险			7.3	
		0.3 规模经济性	存在明显的规模经济效应	25	1.5	

风险因素	权重	因素		打分说明	分值	得分	技术风险率（%）
		0.4	投资额以及转换费用	投资额以及转换费用中等	50	4	
		0.3	销售网络	产品以及服务的销售在一定程度上	30	1.8	
	小计					43.8	
（3）资金风险（0-6%）	0.5	融资风险		项目投资额较低	30	15	1.8
	0.5	流动资金风险		项目回款周期较短，流动资金需求量较小	30	15	
	小计					30	
（4）管理风险（0-6%）	0.4	销售服务风险		需要完善销售服务体系	60	24	3.24
	0.3	质量管理风险		质保体系需要建立	50	15	
	0.3	技术开发风险		技术力量较强，R&D 投入较高	50	15	
	小计					54	
（5）政策风险（0-6%）	0.5	政策导向		基本符合国家政策	45	22.5	2.7
	0.5	政策限制		受到国家相关政策和制度的约束	45	22.5	
	小计					45	

由上表得出风险报酬率为 13.31%。

综合上述分析，折现率=无风险报酬率+风险报酬率=3.36%+13.31%=16.67%。

折现率的分析过程考虑了行业特点以及无形资产组的特征，分析过程合理，符合行业规律以及无形资产的价值规律。分析结果谨慎，符合实际情况。

C.评估结果的准确性

预测值（万元）					
项目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
销售收入	5,525.00	6,360.00	7,330.00	7,330.00	7,330.00
实际收入（万元）					
项目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
移动互联网移动开发者服务-技术推送服务	5,766.63	20,323.37	-	-	-
移动互联网营销服务	11,194.42	10,851.19	-	-	-
总计	**16,961.05**	**31,174.56**			

根据上表，本次评估预测公司 2016 年度和 2017 年度技术推送服务和移动互联网营销服务产生的销售收入分别为 5,525 万元和 6,360 万元，而公司在 2016 年及 2017 年相关服务实现的销售收入分别为 16,961.05 万元和 31,174.56 万元，实际收益大于预测值。

此外，2016 年，个信互动与每日互动签署《转让协议》，个信互动无偿向每日互动转让 4 项商标申请权，具体包括：

序号	权利人	注册商标	申请号	核定使用商品类别
1	个信互动		16894910	第 9 类
2	个信互动		16895030	第 38 类
3	个信互动		16895383	第 42 类
4	个信互动	个信	15643180	第 38 类

此次无偿转让主要是考虑到上述商标仍在申请中，且个信互动已无任何业务且拟注销，而转让给每日互动后有利于保持其资产的完整性。截至 2017 年 12 月 31 日，上述商标已取得并已变更至每日互动名下。

2、关联方资金拆借

报告期内，公司关联方资金拆借情况如下：

（1）2015 年度

单位：万元

公司名称	内容	往来单位	期初余额	借方发生额	贷方发生额	期末余额
每日互动	资金拆入	个信香港	-184.57	-	-	-184.57
	备用金	方毅	-	586.94	586.94	-
每日轩昂	资金拆入	个信香港	-1,150.00	4,150.00	3,000.00	-
		沈欣	-	800.00	800.00	-
	资金拆出	华旦丹阳	-	657.50	657.50	-
		杭州美盈	-	487.83	487.83	-
		浙江东冠	-	486.50	486.50	-
		个信互动	498.00	1,485.10	1,245.10	738.00

（2）2016 年度

单位：万元

公司名称	内容	往来单位	期初余额	借方发生额	贷方发生额	期末余额
每日互动	资金拆入	个信香港	-184.57	184.57[注]	-	-
	备用金	方毅	-	391.00	391.00	-
每日轩昂	资金拆出	个信互动	738.00	-	738.00	-

注：根据公司与个信香港签订的协议，个信香港豁免公司对其应付债务，相应增加资本公积（股本溢价）1,845,690.00 元。

报告期内公司与实际控制人方毅之间的资金往来明细如下：

（1）2015 年度

单位：万元

日期	资金流入		实际使用情况	
	金额	说明	金额	说明
2015.1	35.00	共计 4 笔，流入时间分别为 1 月 8 日、1 月 13 日、1 月 22 日和 1 月 29 日	27.07	共计 121 笔费用报销
2015.2	15.00	共计 3 笔，流入时间分别为 2 月 3 日、2 月 12 日和 2 月 26 日	18.71	共计 73 笔费用报销
2015.3	52.06	共计 5 笔，流入时间分别为 3 月 4 日、3 月 10 日和 3 月 26 日	46.66	共计 101 笔费用报销
2015.4	45.18	共计 5 笔，流入时间分别为 4 月 8 日、4 月 17 日和 4 月 23 日	23.11	共计 93 笔费用报销
2015.5	30.00	共计 3 笔，流入时间分别为 5 月 5 日、5 月 12 日和 5 月 28 日	40.95	共计 168 笔费用报销
2015.6	66.70	共计 5 笔，流入时间分别为 6 月 3 日、6 月 12 日、6 月 24 日、6 月 25 日和 6 月 30 日	40.70	共计 130 笔费用报销
2015.7	45.00	共计 3 笔，流入时间分别为 7 月 10 日、7 月 21 日和 7 月 23 日	65.86	共计 183 笔费用报销
2015.8	30.00	共计 2 笔，流入时间分别为 8 月 10 日和 8 月 19 日	55.63	共计 179 笔费用报销
2015.9	74.00	共计 4 笔，流入时间分别为 9 月 1 日、9 月 11 日、9 月 17 日和 9 月 21 日	56.75	共计 213 笔费用报销
2015.10	54.00	共计 3 笔，流入时间分别为 10 月 12 日、10 月 19 日和 10 月 27 日	52.37	共计 180 笔费用报销
2015.11	60.00	共计 3 笔，流入时间分别为 11 月 6 日、11 月 20 日和 11 月 30 日	44.51	共计 178 笔费用报销
2015.12	80.00	共计 4 笔，流入时间分别为 12 月 16 日、12 月 24 日、12 月 28 日和 12 月 31 日	114.63	共计 340 笔费用报销
合计	**586.94**		**586.94**	

（2）2016 年度

单位：万元

日期	资金流入		实际使用情况	
	金额	说明	金额	说明
2016.1	88.00	共计 3 笔，流入时间分别为 1 月 8 日、1 月 18 日和 1 月 26 日	70.69	共计 230 笔费用报销
2016.2	38.00	共计 2 笔，流入时间分别为 2 月 3 日和 2 月 25 日	19.39	共计 96 笔费用报销
2016.3	50.00	共计 3 笔，流入时间分别为 3 月 4 日、3 月 18 日和 3 月 25 日	52.31	共计 235 笔费用报销
2016.4	70.00	共计 3 笔，流入时间分别为 4 月 5 日、4 月 11 日和 4 月 19 日	73.21	共计 194 笔费用报销
2016.5	35.00	共计 2 笔，流入时间分别为 5 月 24 日和 5 月 26 日	54.37	共计 219 笔费用报销
2016.6	40.00	共计 2 笔，流入时间分别为 6 月 13 日和 6 月 21 日	37.12	共计 186 笔费用报销
2016.7	70.00	共计 3 笔，流入时间分别为 7 月 22 日、7 月 26 日和 7 月 28 日	66.83	共计 293 笔费用报销
2016.8	-	-	16.15	共计 4 笔费用报销及 2 笔备用金归还
2016.10	-	-	0.93	备用金归还
合计	**391.00**	**-**	**391.00**	**-**

报告期内每日互动与实际控制人方毅之间的资金拆借资金来源均系公司账户，经济实质均系领用备用金，实际用途主要系为员工垫付的费用报销。

报告期内上述费用报销款共计 3,416 笔，平均每笔金额 0.29 万元。考虑到垫付的费用报销金额较小且数量较多，故不在此逐一列示。

公司早期由于备用金管理不够规范，在处理员工费用报销事宜时，为便于操作，每日互动和每日轩昂的财务部门先将备用金汇入方毅的银行卡内，发生员工报销时，再由方毅的银行卡按实际报销金额逐笔支付给报销员工。报告期内方毅未实际使用上述银行卡账户，亦未实际占用账户内资金，上述账户由每日互动持有、控制并实际使用。

公司在股份公司设立之后已积极规范并逐步清理资金拆借，自 2016 年 7 月 31 日后未再发生类似资金拆借情况。公司已按国务院《现金管理暂行条例》，明确了现金的使用范围及办理现金收支业务时应遵守的规定。已按中国人民银行《支付结算办法》及有关规定制定了银行存款的结算程序。公司规定下属企业严禁进行期货交易、严禁擅自向外单位出借多余资金、严禁向职工集资、严禁私设银行账户等。公司没有影响货币资金安全的重大不适当之处。为规范关联方资金

往来，公司专门制定了《资金管理制度》，加强资金管理，防止控股股东及关联方的非经营性资金占用情况的发生。

报告期内公司与其他关联方之间的资金往来具体情况如下：

（1）2015 年度

单位：万元

公司名称	关联方名称	实际使用情况			经济业务内容	预测利息影响（应收为正，应付为负）[注]
		拆借金额[注]	资金使用期限	归还金额		
公 司	个信香港	-184.57	2015.1.1 至 2015.12.31		日常经营	-10.31
每日轩昂	个信香港	-1,150.00	2015.1.1 至 2015.11.26	-1,150.00	日常经营	-58.05
		-3,000.00	2015.6.2 至 2015.11.18	-3,000.00	日常经营	-77.79
	沈欣	-800.00	2015.11.12 至 2015.12.23	-800.00	临时周转	-5.03
	华旦丹阳	493.13	2015.7.1 至 2015.7.21	493.13	临时周转	1.51
		164.38	2015.8.24 至 2015.8.26	164.38	临时周转	0.05
	杭州美盈	487.83	2015.7.17 至 2015.7.21	485.00	临时周转	0.30
			2015.7.17 至 2015.7.22	2.83	临时周转	0.01
	浙江东冠	486.50	2015.8.4 至 2015.8.25	486.50	临时周转	1.57
	个信互动	198.00	2015.1.1 至 2015.9.29	1,245.10	日常经营	8.23
		300.00	2015.1.1 至 2015.9.29		日常经营	12.47
		140.00	2015.3.17 至 2015.9.29		日常经营	4.21
		100.00	2015.4.27 至 2015.9.29		日常经营	2.38
		483.00	2015.6.25 至 2015.9.29		日常经营	7.11
		24.10	2015.7.8 至 2015.9.29		日常经营	0.31
		416.00	2015.7.8 至 2015.12.31		日常经营	11.23
		322.00	2015.8.18 至 2015.12.31		日常经营	6.67
合 计						**-95.13**

[注]：拆出为正数，拆入为负数。上述预测利息影响以当年度一年期银行贷款基准利率 5.60%计算。

（2）2016 年度

单位：万元

公司名称	关联方名称	实际使用情况			经济业务内容	预测利息影响（应收为正，应付为负）[注]
		拆借金额[注]	资金使用期限	归还金额		
公 司	个信香港	-184.57	2016.1.1 至 2016.12.30	-184.57	日常经营	-8.01
每日轩昂	个信互动	540.00	2016.1.1 至 2016.3.31	540.00	日常经营	5.79
		198.00	2016.1.1 至 2016.6.28	198.00	日常经营	4.22
合 计						**2.01**

[注]：拆出为正数，拆入为负数。上述预测利息影响以当年度一年期银行贷款基准利率 4.35%计算。

2015 年度、2016 年度，上述资金拆借按当年度一年期银行贷款基准利率测算合计金额（不考虑税费）分别为-95.13 万元和、2.01 万元，占当期利润总额的比例分别为 8.80%、0.06%。2015 年度对利润的影响相对较大，主要系每日轩昂向个信香港拆入资金使用期限较长。在红筹架构下，每日轩昂为个信香港的全资子公司，个信互动受每日轩昂协议控制，个信香港除通过出资方式，还通过资金拆借的方式满足境内经营主体个信互动、每日互动日常经营的资金需求。因属同一实体控制，资金拆借未约定利息。2017 年度公司同关联方之间不存在资金往来。

3、向关联方购买股权

（1）向个信互动收购深圳个联 18.0002%的股权

A.关联收购标的

收购前关联收购标的基本信息如下：

名称	深圳市个联科技有限公司
统一社会信用代码	91440300342544059Y
类型	有限责任公司
住所	深圳市福田区天安车公庙工业区天经大厦 F3.85D508 室
法定代表人	顾健
注册资本	111.11 万元
成立日期	2015 年 5 月 18 日

营业期限	2015 年 5 月 18 日至 2045 年 5 月 17 日
经营范围	计算机软硬件、电子产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；电子产品的系统集成；软件设计。
股东情况	顾健 持股 54%，个信互动 持股 18%，胡炜 持股 9%，黄石球，持股 9%，立元投资 持股 5%，华旦投资 持股 5%

B.履行的程序及其合规性

2016 年 2 月 26 日，每日互动召开股东会，全体股东一致同意收购个信互动持有的深圳个联 18.0002%的股权。

2016 年 3 月 1 日，个信互动召开股东会，同意出售个信互动持有的深圳个联 30%的股权。

2016 年 3 月 23 日，深圳个联召开股东会，全体股东一致同意每日互动受让个信互动持有的深圳个联 18.0002%的股权。其他股东放弃优先购买权。

同日，个信互动、每日互动签署了《股权转让协议书》，将个信互动持有的深圳个联 18.0002%的股权以 20 万元的价格转让给每日互动。

2016 年 3 月 30 日，深圳个联完成了工商变更手续，成为每日互动参股子公司。

C.定价方式及其公允性、收购的性质

本次收购系红筹架构拆除综合方案中的一部分，转让价格为 20 万元，系根据截至 2015 年 12 月 31 日深圳个联实际经营情况结合个信互动投资额综合考虑确定，价格公允，未损害发行人及其股东利益。

（2）向个信互动收购上海个众 30.00%的股权

A.关联收购标的

收购前关联收购标的基本信息如下：

名称	上海个众信息技术有限公司
注册号	310105000472049
类型	有限责任公司（国内合资）
住所	上海市长宁区江苏路 369 号 28 号 B 座
法定代表人	丁晓静
注册资本	1,000 万元

成立日期	2014 年 12 月 17 日
营业期限	2014 年 12 月 17 日至 2024 年 12 月 16 日
经营范围	信息技术、网络技术、通讯技术、计算机软硬件领域的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，销售计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品），系统集成，企业形象策划，展览展示服务。【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】
股东情况	上海分众数码信息技术有限公司 持股 70%，个信互动 持股 30%

B.履行的程序及其合规性

2016 年 2 月 26 日，每日互动召开股东会，同意收购个信互动持有的上海个众 30%的股权。

2016 年 3 月 1 日，个信互动召开股东会，同意出售个信互动持有的上海个众 30%的股权。

2016 年 3 月 5 日，上海个众召开股东会，同意个信互动持有的上海个众 30%的股权转让给每日互动，其他股东放弃优先购买权。

同日，个信互动、每日互动、上海个众与上海分众共同签署了《股权转让协议》及《股权转让之补充协议》，将个信互动持有的上海个众 30%的股权（对应注册资本 1,000.00 万元中的实缴出资 150 万元，认缴余额 150 万元）以 150,329.62 元（按截止 2015 年 12 月 31 日账面净资产 50.109872 万元的 30%计算）的价格转让给每日互动。每日互动同时承继个信互动对上海个众剩余 150 万元的出资义务。

2016 年 4 月 8 日，上海个众取得上海市长宁区市场监督管理局换发的《营业执照》，完成了工商变更手续，成为每日互动参股子公司。

C.定价方式及其公允性、收购的性质

本次收购系红筹架构拆除综合方案中的一部分，转让价格为 150,329.62 元，系根据截至 2015 年 12 月 31 日上海个众账面净资产 501,098.72 元确定，价格公允，未损害发行人及其股东利益。

（3）向个信香港收购每日轩昂 100%股权

A.关联收购标的

收购前关联收购标的基本信息如下：

名称	每日轩昂（北京）科技有限公司
注册号	110000450180433
类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
住所	北京市海淀区中街 16 号 15 层 2 单元 1502
法定代表人	方毅
注册资本	美元 1,120 万元
成立日期	2011 年 8 月 5 日
营业期限	2011 年 8 月 5 日至 2041 年 8 月 4 日
经营范围	计算机软硬件的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询、技术培训。
股东情况	个信香港 持股 100%

B.履行的程序及其合规性

2015 年 10 月 15 日，个信开曼召开股东会，一致同意签署《个推集团重组框架协议》及其他相关协议。

2015 年 10 月 30 日，个信香港及每日互动签署了《每日轩昂（北京）科技有限公司股权转让协议》，每日互动受让每日轩昂 100%股权。

2015 年 11 月 19 日，北京市海淀区商务委员会出具《关于每日轩昂（北京）科技有限公司转为内资企业的批复》（海商审字[2015]972 号），同意个信香港将每日轩昂 100%股权转让给每日互动、每日轩昂由外资企业转为内资企业。

2015 年 12 月 18 日，每日轩昂取得北京市工商行政管理局海淀分局核发的统一社会信用代码 91110108575151328R 的《营业执照》，公司类型变更为有限责任公司（法人独资）。

2016 年 1 月 28 日，每日互动作为股权受让方向杭州市西湖区国家税务局代扣代缴个信香港股权转让所得税，并取得杭州市西湖区国家税务局出具的《服务贸易等项目对外支付税务备案表》（编号：16330106000105）。

2016 年 3 月 3 日，每日互动向国家外汇管理局提出申请并取得了 FDI 境内机构转股外转中业务登记凭证，并于 2016 年 3 月 15 日向个信香港支付了税后股权转让款。

C.定价方式及其公允性、收购的性质

本次收购系根据《重组协议》、《每日轩昂（北京）科技有限公司股权转让协议》及红筹架构拆除整体方案设计情况确定，每日轩昂股权转让价款为38,906.5217 万元，本次转让作为红筹拆除中的一个步骤，收购价格出于整体考虑红筹拆除方案由全体境内外股东协商一致确定，并经相关部门审批通过后执行。

2014 年 8 月 B 轮融资时，境外投资人对个推集团投资投后估值为 7500 万美金（按当时汇率，约为 4.8 亿元）

截至 2015 年拆除红筹前，境外投资投资人合计已通过境外投资平台向个推集团投资共计约 3,155 万美元（按当时汇率，约为 2 亿元），累计占比 59.80%。

在红筹拆除时，考虑境内投资人接盘成本及境外投资人获益退出，并参照前一轮投资估值，境内外投资主体经多轮谈判，最终一致确定以 3.89 亿元的价格，通过收购每日轩昂的方式实现境外主体退出。

公司收购每日轩昂的定价系参考境外投资估值及实际投资成本基础上，各方协商定价，投资价格不低于投资成本。境内投资人根据协商价格承继境内主体对应的个推权益，支付的对价已经各股东同意，并已取得海淀区商委审批批复，外汇结算已经北京市外汇管理局确认，不存在利益输送。

4、与关联方共同投资

2016 年 4 月 6 日，每日互动与关联方北京上方传媒科技股份有限公司合作设立参股公司八爪鱼。其中，每日互动出资 51 万元，占股 51%；关联方北京上方传媒科技股份有限公司出资 39 万元，占股 39%，目前已注销。

（三）关联方往来余额

1、应收关联方的款项

报告期内各期末，公司应收关联方的款项如下所示：

单位：万元

项目名称	关联方	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	百度网讯	497.16	24.86	435.66	21.78
	百度在线	277.26	13.86	205.42	10.27
	百度时代	3.62	0.53	0.77	0.04
	小度互娱	16.59	0.83	-	-
	北京爱奇艺	124.61	6.23	-	-
	微梦中国	2,170.00	108.50	156.50	7.83
	北京微梦	1.64	0.08	-	-
	星潮闪耀	60.00	3.00	-	-
	杭州个房	13.00	0.65	49.50	2.48
	小计	3,163.86	158.54	847.85	42.39
预付款项	北京微梦	5.00	-	5.00	-
	小计	5.00	-	5.00	-
其他应收款	百度时代	-	-	10.00	0.50
	小计	-	-	10.00	0.50

（续上表）

项目名称	关联方	2015 年 12 月 31 日	
		账面余额	坏账准备
应收账款	百度在线	216.05	10.80
	百度时代	5.00	0.05
	微梦中国	219.00	10.95
	梦凯网络	221.78	11.09
	小计	661.82	32.89
其他应收款	个信互动（北京）网络科技有限公司	738.00	-
	小计	738.00	-

2、应付关联方的款项

报告期内各期末，公司应付关联方的款项如下所示：

单位：万元

项目名称	关联方	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
应付账款	北京微梦	-	12.76	-

	深圳个联	9.95	-	-
	小度互娱	7.05	-	-
	小计	17.00	12.76	-
预收账款	中国石油化工股份有限公司	0.19	-	-
	小计	0.19	-	-
其他应付款	Gexin (Hong Kong) Limited	-	-	184.57
	小计	-	-	184.57

（四）报告期内关联交易执行情况及独立董事意见

2016 年 12 月 10 日和 2016 年 12 月 26 日分别召开的第一届董事会第九次（临时）会议和 2016 年第八次临时股东大会审议通过了《关于确认浙江每日互动网络科技股份有限公司 2014 年度及 2015 年度关联交易的议案》，对公司 2014 年度至 2015 年度发生的关联交易进行了确认；2017 年 2 月 10 日和 2017 年 3 月 2 日分别召开的第一届董事会第十次会议和 2016 年度股东大会审议通过了《关于确认浙江每日互动网络科技股份有限公司 2016 年度关联交易的议案》和《关于浙江每日互动网络科技股份有限公司 2017 年度日常关联交易预计情况的议案》，对公司 2016 年度发生的关联交易进行了确认并对 2017 年度预计发生的关联交易金额进行了合理估计，关联股东、关联董事在表决时予以回避，审议确认了上述关联交易的公允性。公司独立董事对上述关联交易发表了独立意见，认为公司报告期内的关联交易履行了相关决策程序或已经其他非关联股东认可，符合《公司章程》等有关制度的规定，遵循了公平、公正、合理的原则，关联交易的价格以市场价格为基础，作价公允，相关协议所确认的条款合理，未发现损害发行人及其非关联股东利益的情形。

报告期内公司关联交易已按照公司内部决策程序进行了审核，符合《公司法》、《公司章程》和相关法律、法规的规定。

（五）减少和规范关联交易的措施

1、减少和规范关联交易的制度性安排

公司依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策

制度》等规章制度，对关联交易决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正。此外，公司建立健全了规范的独立董事制度，有利于公司董事会的独立性和公司治理机制的完善。公司的独立董事将在规范和减少关联交易方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的利益。

2、实际控制人关于减少和规范关联交易的承诺

每日互动实际控制人方毅就减少和规范与每日互动的关联交易事宜承诺如下：

（1）本人将善意履行作为公司实际控制人的义务，本人及本人控制的企业（如有）将尽量避免与发行人及其子公司之间发生关联交易。

（2）本人不利用实际控制人地位就发行人与本人或本人控制的其他企业（如有）之间的任何关联交易谋取不正当利益，亦不会故意促使公司的股东大会或董事会作出侵犯公司和其他股东合法权益的决议。

（3）如本人或本人控制的其他企业与发行人及其子公司的关联交易难以避免的，本人承诺将严格遵守《公司章程》及其他规定，依法履行相应的审批程序，且交易双方将严格按照正常商业行为准则进行。关联交易的定价政策遵循市场公平、公正、公开的原则，交易价格依据与市场独立第三方的交易价格确定。无市场价格可供比较的或定价受到限制的重大关联交易，交易价格按照交易的商品或劳务的成本基础上合理利润的标准予以确定，以保证交易价格公允。

（4）本人或本人控制的企业将不以任何理由和方式非法占用、干预发行人及其子公司的资金以及其他任何资产、资源的使用、管理，在任何情况下不要求发行人及其子公司提供任何形式的借款和担保。

（5）如本人因违反本承诺函给发行人及其子公司造成任何损失的，本人将对发行人及其子公司、发行人其他股东或相关利益方因此遭受的损失承担赔偿责任。

（6）在本人与每日互动存在关联关系期间，本承诺函不可撤销且持续有效。

五、其他相关交易

（一）与公司存在直接或间接股权关系的所有客户和供应商

除招股说明书披露的关联交易外，与公司存在直接或间接股权关系的所有客户、供应商还包括以下七家，列示如下：

（1）趣拿软件

报告期内，趣拿软件为公司的客户，其与持有公司 2.62%股权的北京信天商务服务有限公司受同一主体控制，为公司股东北京信天商务服务有限公司的关联方。报告期内，公司与趣拿软件交易的具体金额及占比如下：

单位：万元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
趣拿软件	14.15	86.56	95.39
占当期营业收入的比例	0.04%	0.49%	1.23%

公司与趣拿软件的交易内容主要是为其“去哪儿旅行”APP 提供技术推送服务。报告期内，公司向趣拿软件的销售金额分别为 95.39 万元、86.56 万元和 14.15 万元，占当期营业收入的比例分别为 1.23%、0.49%和 0.04%，销售金额及收入占比均较小。

趣拿软件向公司采购技术推送服务主要是基于公司提供的基础推送服务质量较好，服务较优，可以满足客户主要 APP 产品“去哪儿旅行”的运营需求，具有合理的商业逻辑。

（2）唯品会

报告期内，唯品会（中国）有限公司、广州品唯软件有限公司为公司的客户。唯品会（中国）有限公司和广州品唯软件有限公司与持有公司 2.46%股权的西藏唯品会受同一主体控制，为公司股东西藏唯品会的关联方。报告期内，公司与唯品会交易的具体金额如下：

单位：万元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
唯品会（中国）有限公司	2,161.50	836.99	-
广州品唯软件有限公司	90.57	-	-

合计	2,252.07	836.99	-
占当期营业收入的比例	6.76%	4.73%	-

关于公司与唯品会之间交易的具体内容、定价及公允性，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、其他相关交易”之“（二）公司与唯品会之间的交易内容、金额、占比、必要性、合理性及公允性”。

（3）海通证券

报告期内，海通证券为公司的客户。公司股东海通元睿、海通临云和海通开元系受同一控制人控制的主体，分别持有公司 0.4556%、0.4556%和 2.2778%的股份，均为海通证券控制的对外投资平台。

报告期内，公司与海通证券的具体交易金额如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
海通证券	11.32	56.60	-
占当期营业收入的比例	0.03%	0.32%	-

2016 年度和 2017 年度，公司向海通证券的销售金额分别为 56.60 万元和 11.32 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.32%和 0.03%。销售金额及收入占比均较小。

报告期内，公司主要向海通证券提供私有云基础推送服务。公司提供的私有云基础推送服务质量较好，安全保密性高，得到了众多金融机构的认可，公司与海通证券之间的交易具有合理的商业逻辑。

（4）银江股份

报告期内，银江股份为公司的客户。持有公司 1.3667%股权的银江创投受银江股份控制。报告期内，公司与银江股份的具体交易金额如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
银江股份	-	2.36	-
占当期营业收入的比例	-	0.01%	-

公司仅在 2016 年对银行股份有 2.36 万元的销售收入，销售的具体内容为移

动互联网营销服务，占当期营业收入的比例为 0.01%，金额及占比均较小。

（5）武汉奇米

报告期内，武汉奇米为公司的客户。持有公司 4.92%股权的股东赛富投资同时持有武汉奇米 5.22%的股权。报告期内，公司与武汉奇米的具体交易金额如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
武汉奇米	590.01	642.36	75.10
其中：轻推送	250.20	185.10	21.81
效果广告	339.80	457.26	53.29
占当期营业收入的比例	1.77%	3.63%	0.97%

报告期内，公司向武汉奇米提供轻推送和效果广告服务。武汉奇米主要运营“卷皮折扣”、“卷皮-9.9 包邮”等电商类 APP，具有较强的推送和营销需求。公司的轻推送服务和效果广告能帮助武汉奇米拉升 APP 活跃度，提升 GMV（网站成交金额）等电商核心 KPI，与武汉奇米的需求匹配，双方的交易具有商业合理性。

（6）亿启网络

报告期内，亿启网络为公司的客户。持有公司 2.46%股权的股东伯乐锐金持有亿启网络 16.67%的股权。

此外，考虑到 SHEN JIAN 于 2014 年 8 月至 2015 年 9 月曾任职公司董事，于 2014 年 12 月至 2016 年 1 月曾任职亿启网络董事，根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法规的规定，公司将 2014 年 1 月 1 日起至 2016 年 12 月 31 日与亿启网络发生的交易认定为关联交易。

报告期内，公司与亿启网络发生的交易如下：

单位：万元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
亿启网络	223.43	231.82	298.77
占当期营业收入的比例	0.67%	1.31%	3.85%

关于关联交易的详细描述，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交

易”之“四、关联交易”。

（7）聚能鼎力

聚能鼎力为新三板创新层挂牌公司（834084.OC），根据其公开披露文件，截至 2017 年 6 月 30 日，公司董事、股东刘炳海（持股比例 2.5502%）持有聚能鼎力 4.95%的股权；公司股东海通元睿（持股比例 0.4556%）持有聚能鼎力 0.92%的股权；公司股东伯乐锐金（持股比例 2.4600%）持有聚能鼎力 1.95%的股权。

报告期内，公司对聚能鼎力的收入情况如下：

单位：万元

名称	2017 年	2016 年	2015 年
聚能鼎力	-	74.79	1,057.69
占当期营业收入的比例	-	0.42%	13.62%

关于公司与聚能鼎力之间交易的具体内容、定价及公允性，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、其他相关交易”之“（三）公司与聚能鼎力之间的交易内容、定价依据及公允性”。

（二）公司与与唯品会之间的交易内容、金额、占比、必要性、合理性及公允性

报告期内，公司向唯品会及其关联方提供的服务主要为基础推送服务及效果广告服务。

1、基础推送

唯品会为中国知名的互联网电商平台，公司为其提供的基础推送服务主要是为其旗下的“唯品会”APP 提供消息推送服务。公司的基础推送服务的定价原则为根据客户 APP 的用户峰值，综合考虑客户关系、双方合作前景等因素后经商务谈判拟定。公司与广州品唯软件有限公司之间在推送方面的合作具有商业合理性，价格与其他无关联第三方相比无重大差异，具体如下：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年	2016 年度	2015 年度
广州品唯软件有限公司	技术推送	基础推送	90.57	-	-
公司名称	公司性质	同类业务价格的说明			

广州品唯软件有限公司	公司客户	用户峰值在 250-500 万之间，价格 8 万元/月
北京酷我科技有限公司	可比公司	用户峰值在 100-250 万之间，价格 8 万元/月
北京嘀嘀无限科技发展有限公司	可比公司	阶梯价格计算，用户峰值计算依据，100 万-200 万之间，价格 4.2 万元/月；200 万-500 万之间，价格 5.6 万元/月；500 万-1000 万之间，价格 8.4 万元/月；1000 万-2000 万，价格 11.2 万元/月；2000 万以上，15 万元/月
暴风集团股份有限公司	可比公司	2017 年执行价格：阶梯价格计算，用户峰值计算依据，0-2 万，价格 2000 元/月；2 万-40 万，价格 2000 元/月*2 万；40 万-100 万，价格 40000 元/月；100 万-200 万，价格 60000 元/月；200 万-500 万，80000 元/月；500 万-1000 万，价格 120000 元/月；1000 万-2000 万，价格 160000 元/月；2000 万以上议价

2、效果广告服务

公司对唯品会的效果广告销售主要为 CPS 广告，双方的合作模式为公司通过通知栏广告等精准营销形式为唯品会带来有效订单，唯品会按有效订单金额以一定的分成比例向公司分成。

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年	2016 年	2015 年
唯品会（中国）有限公司	移动互联网营销	效果广告	2,161.50	836.99	-
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
唯品会（中国）有限公司	公司客户	CPS 分成比例分为新客有效订单 11%，老客有效订单 5%，2017 年 7 月 1 日开始按照 6%的收入分成比例结算，不分新老客户			
深圳飓风传媒科技有限公司	可比公司	CPS 分成比例根据不同运营商分为 5%、10%、20%			
苏州奖多多科技有限公司	可比公司	CPS 分成比例 4%			
武汉奇米	可比公司	CPS 分成比例 6%			
网易（杭州）网络有限公司	可比公司	CPS 分成比例 8%			
新游互联（福州）信息科技有限公司	可比公司	CPS 分成比例 19%			

公司的 CPS 广告合作形式较为多样，具体的分成比例受合作形式、订单金额、客户规模、商务谈判结果等因素的影响而有所区别。唯品会作为中国的知名互联网电商，较为看重 GMV（网站成交金额）等业务指标，相比其他效果广告形式，CPS 广告更为契合其需求，双方的合作具有商业合理性。与其他可比公司相比，公司与唯品会合作的分成比例落在合理区间，定价公允。

（三）公司与聚能鼎力之间的交易内容、定价依据及公允性

报告期内，公司对聚能鼎力实现的收入主要为移动互联网营销服务收入中的效果广告收入，双方主要在移动应用推广、运营商计费渠道合作、淘宝客链接推广等方面展开合作。按细分业务类型划分，公司对聚能鼎力实现的收入情况及与第三方交易定价情况如下：

单位：万元

公司名称	业务类型	业务内容	2017 年	2016 年	2015 年
聚能鼎力	效果广告	淘宝客链接推广	-	-	537.74
聚能鼎力	效果广告	移动应用流量推广	-	-	307.97
聚能鼎力	效果广告、其他大数据服务	运营商计费渠道推广、数据筛选	-	74.79	211.98
公司名称	**公司性质**	**同类业务价格的说明**			
聚能鼎力	公司客户	淘宝客链接推广单价（CPC）：0.12 元/个			
聚能鼎力	公司客户	移动应用流量推广单价（CPC）：0.2 元/个			
聚能鼎力	公司客户	运营商计费渠道推广单价（CPS）：80%			
深圳乐诚盟无线科技有限公司	可比公司	效果广告 CPC 单价：0.12 元/个			
北京呈天网络科技股份有限公司	可比公司	CPC：0.2 元/次			
南京赢纳信息科技有限公司	可比公司	CPS 收入分成比例：90%			
北京仙果科技股份有限公司	可比公司	CPS 收入分成比例：80%			

公司作为专业的推送 SDK 服务商，在独立终端的覆盖上较聚能鼎力有较大优势，双方在效果广告业务方面的合作是优势互补的结果，具有合理的商业逻辑，双方定价参照各自内部政策、具体推广内容、推广数量等因素后经商务谈判后拟定，与第三方同类业务相比不存在重大差异，定价公允。

第八节　董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事及高级管理人员简介

（一）董事

本公司董事会由 11 名董事组成。董事会设董事长 1 名，由全体董事的过半数选举产生；董事由股东大会选举或更换；董事每届任期三年，任期届满可连选连任。本届董事会成员的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	方毅	董事长、总经理	方毅	2016.6.22-2019.6.21
2	沈欣	董事、副总经理	沈欣	2016.6.22-2019.6.21
3	刘炳海	董事	刘炳海	2016.6.22-2019.6.21
4	方益民	董事	鼎鹿中原	2016.6.22-2019.6.21
5	陈天	董事	禾裕创投	2016.6.22-2019.6.21
6	阎焱	董事	赛富投资	2016.6.22-2019.6.21
7	田鹰	董事	海通元睿、海通临云和海通开元	2016.6.22-2019.6.21
8	金祥荣	独立董事	方毅	2016.9.22-2019.6.21
9	凌春华	独立董事	方毅	2016.9.22-2019.6.21
10	潘纲	独立董事	方毅	2016.9.22-2019.6.21
11	吕晓红	独立董事	方毅	2016.9.22-2019.6.21

本公司现任董事简历如下：

方毅先生

方毅先生，男，1981 年生，中国国籍，无境外永久居留权，浙江大学计算机科学与工程专业硕士研究生毕业。2010 年曾担任个信互动（北京）网络科技有限公司董事长，2010 年创办每日互动。现系公司董事长、总经理。

沈欣女士

沈欣，女，1975 年生，中国国籍，无境外永久居留权，重庆大学工业外贸专业本科毕业，曾任杭州美盈网络科技有限公司财务主管、每日轩昂（北京）科技有限公司财务总监。2010 年参与创办每日互动，担任财务负责人。现系公司

董事、副总经理。

陈天先生

陈天先生，男，1981 年生，中国国籍，无境外永久居留权，清华大学化学专业硕士研究生毕业。曾任新浪网高级工程师，2009 年至今任微博技术总监。现系公司董事。

方益民先生

方益民先生，男，1971 年生，中国国籍，无境外永久居留权，北京工业大学计算机科学与工程专业本科毕业，曾任快钱支付结算信息有限公司北京分公司总经理、创新方舟（北京）投资管理咨询有限公司投资总监、美国富达国际风险投资公司投资总监。2014 年至今任百度在线网络技术（北京）有限公司投资并购部高级总监。现系公司董事。

刘炳海先生

刘炳海先生，男，1970 年生，中国国籍，无境外永久居留权，北京工业大学计算机辅助设计专业硕士研究生毕业，取得长江商学院 EMBA 学位，曾任北京对外经济贸易委员会的计算机中心部门经理、Tom Online 执行副总裁，2010 年至今任北京掌上网科技有限公司总裁、董事。现系公司董事。

阎焱先生

阎焱先生，男，1957 年生，中国香港籍，南京航空学院（现为南京航空航天大学）工程学专业本科，肄业于北京大学社会学研究生，毕业于普林斯顿大学国际经济，硕士研究生。曾任世界银行研究院、哈德逊研究所研究院、美国斯普林特电话公司亚洲业务发展总监、AIG 亚洲基础设施投资基金的管理公司 Emerging Markets Partnership 董事总经理及香港办主任，2001 年至今任软银赛富基金管理有限公司首席合伙人。现系公司董事。

田鹰先生

田鹰先生，男，1981 年生，中国国籍，无境外永久居留权，英国东安格利亚大学高级计算机科学研究生毕业，曾任普华永道咨询（深圳）有限公司上海分公司高级顾问、海通开元投资有限公司审计副总裁，2015 年至今任海通开元投

资有限公司投资副总裁。现系公司董事。

金祥荣先生

金祥荣先生，男，1957 年生，中国国籍，无境外永久居留权，杭州大学（现浙江大学）外国经济思想史研究生毕业，现任浙江大学经济学院教授、博士生导师，浙江大学民营经济研究中心执行主任，浙江东方集团股份有限公司独立董事。现系公司独立董事。

凌春华先生

凌春华先生，男，1962 年生，中国国籍，无境外永久居留权，天津大学工业管理工程研究生毕业，现任浙江大学副教授。现系公司独立董事。

潘纲先生

潘纲先生，男，1976 年生，中国国籍，无境外永久居留权，浙江大学计算机科学博士研究生毕业，美国加州大学洛杉矶分校访问学者，现任浙江大学计算机科学与技术学院教授、博士生导师，计算机系统结构与网络安全研究所副所长。现系公司独立董事。

吕晓红女士

吕晓红，女，注册会计师，律师，1974 年生，中国国籍，无境外永久居留权，浙江财经学院（现浙江大学）税收专业本科毕业，浙江大学法学硕士，曾于浙江会计师事务所（现浙江天健会计师事务所）从事审计工作，现任浙江天册律师事务所律师。现系公司独立董事。

（二）监事

本公司监事会由 3 名监事组成，设监事会主席 1 名，监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会有股东代表监事 1 名，由股东大会选举产生；职工代表监事 2 名，由公司职工通过职工代表大会选举产生，职工代表监事的比例不低于三分之一。监事每届任期三年，任期届满可连选连任。本届监事会成员的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期限
1	董霖	监事会主席、	职工代表大会提名，监事	2016.6.22-2019.6.21

序号	姓名	职务	提名人	任职期限
		职工代表监事	会选举为监事会主席	
2	孔祥清	职工代表监事	职工代表大会提名	2016.6.22-2019.6.21
3	俞铁成	监事	凯峰投资和凯致投资	2016.6.22-2019.6.21

本公司现任监事简历如下：

董霖先生

董霖先生，男，1983 年生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于浙江大学生物医学与仪器工程专业，硕士研究生，曾任杭州每日科技有限公司研发工程师、北京梦凯友名网络科技有限公司技术总监。2010 年至今任公司技术总监。现系公司职工监事、监事会主席。

孔祥清先生

孔祥清先生，男，1978 年生，中国国籍，无永久境外居留权，杭州大学计算机及应用大专毕业，助理经济师，曾任杭州依凡特科技有限公司软件部经理、杭州昕磊电子技术有限公司副总经理，2011 年至今任公司项目总监。现系公司职工监事。

俞铁成先生

俞铁成先生，男，1975 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于华东师范大学国际金融专业，硕士研究生学历。曾任上海天道投资咨询有限公司董事长、上海道杰股权投资管理有限公司总裁，2015 年任职上海凯石益正资产管理有限公司合伙人。现系公司监事。

（三）高级管理人员

本公司高级管理人员情况如下：

序号	姓名	职务	任职期限
1	方毅	董事长、总经理	2016.6.22-2019.6.21
2	沈欣	董事、副总经理	2016.7.14-2019.6.21
3	朱剑敏	财务负责人、副总经理	2016.6.22-2019.6.21
4	叶新江	首席技术官、副总经理	2016.6.22-2019.6.21
5	章玉珍	董事会秘书、副总经理	2016.6.22-2019.6.21

方毅先生、沈欣女士简历参见本节“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（一）董事”

朱剑敏女士

朱剑敏女士，女，1964 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，上海财经大学财政学专业硕士研究生毕业，高级会计师。曾任天健会计师事务所部门经理，于 2014 年 10 月办理了退休手续。2015 年 11 月至 2018 年 3 月担任浙江科惠医疗器械股份有限公司独立董事。2017 年 7 月起担任浙江新和成股份有限公司独立董事。现任公司财务负责人、副总经理。

叶新江先生

叶新江先生，男，1973 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，浙江大学计算机应用专业硕士研究生毕业。曾任爱立信 CGC 系统架构师、微软 MSN 首席架构师。2011 年至今任公司首席技术官。现任公司首席技术官、副总经理。

章玉珍女士

章玉珍女士，女，1985 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，浙江大学国际经济与贸易专业本科毕业。曾任工商银行浙江省分行业务经理，2010 年至今任公司副总裁。现任公司董事会秘书、副总经理。

（四）核心技术，人员

公司核心技术人员情况如下：

序号	姓名	职务
1	方毅	总经理
2	叶新江	首席技术官、副总经理
3	董霖	技术总监、监事会主席、职工代表监事
4	袁凯	数据总监
5	徐峥	测试总监

方毅先生简历参见本节“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（一）董事”。

叶新江先生简历参见本节“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（三）

高级管理人员”。

董霖先生简历参见本节“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（二）监事”。

袁凯先生

袁凯先生，男，1987 年生，中国国籍，无永久境外居留权，华东交通大学软件工程本科毕业。2009 年至 2011 年在杭州每日科技有限公司担任手机开发工程师。现任公司数据总监。2011 年至 2014 年在个信互动（北京）网络科技有限公司担任前端研发主管。2014 年入职每日互动，现为公司数据总监、数据架构师，负责数据部研发团队管理和整体架构设计。

徐峥先生

徐峥先生，男，1987 年生，中国国籍，无永久境外居留权，浙江大学通信工程专业本科毕业。2009 年至 2011 年在上海美斯恩通讯信息技术股份有限公司担任测试工程师，2011 年入职每日互动，历任测试工程师、客户支撑经理，现任公司测试总监。

报告期内公司核心技术人员未发生变动，该五人均于 2010 年至 2011 年期间入职个推集团，为个推集团初创人员，自入职至今未发生因竞业禁止而引发任何纠纷，未与原就职单位签订过竞业禁止协议，也未与原就职单位存在任何纠纷或潜在纠纷。

（五）董事、监事及高级管理人员的兼职情况

截至 2017 年 12 月 31 日，公司现任董事、监事、高级管理人员在其他单位的任职情况如下表所示：

本公司职务	姓名	主要任职的其他单位名称	任职职务	任职单位与公司关系
董事长 总经理	方毅	每日轩昂（北京）科技有限公司	执行董事 经理	全资子公司
		杭州应景	执行董事 总经理	全资子公司
		上海蓝豹	执行董事 经理	全资子公司
		北京云盟	执行董事 经理	全资孙公司

本公司职务	姓名	主要任职的其他单位名称	任职职务	任职单位与公司关系
		杭州云盟	执行董事 总经理	全资孙公司
		杭州个房	监事	参股子公司
		上海个众	董事	参股子公司
		深圳个联	董事	参股子公司
		天津体迷	董事	参股子公司
		杭州我了个推投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	发行人股东，实际控制人之一致行动人
		杭州犀照科技有限公司	董事	实际控制人任董事的企业
董事 副总经理	沈欣	杭州美盈	监事	实际控制人之一致行动人控制的企业
董事	刘炳海	北京上方传媒科技股份有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		北京讯腾天下科技有限公司	执行董事兼经理	公司董事控制的企业
		掌上纵横信息技术（北京）股份有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		广州展新通讯科技有限公司	执行董事	公司董事任董事的企业
		北京金佰桥科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		北京掌上网科技有限公司	董事、经理	公司董事任董事、高管的企业
		深圳市海润珍珠科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		北京千亩宽科技有限公司	监事	公司董事任监事的企业
董事	阎焱	赛富投资管理咨询（上海）有限公司	总经理	公司董事任高管的企业
		北京赛富创元投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		北京赛富弘元投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		北京赛富祥睿投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		北京道同长菁投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		天津赛富创业投资基金（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业

本公司职务	姓名	主要任职的其他单位名称	任职职务	任职单位与公司关系
		天津赛富复合股权投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		天津赛富汉元股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		厦门赛富股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业、本公司股东
		厦门赛富科元股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		厦门赛富厦元股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		赛富淞元（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		合肥赛富合元创业投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		广州赛富粤财广电网络投资有限合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		北京赛富瑞益投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		北京赛富睿智投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		常州赛富高新创业投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人	公司董事任高管的企业
		青岛海尔赛富智慧家庭创业投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事任高管的企业
		国电科技环保集团股份有限公司	非执行董事	公司董事任董事的企业
		中国汇源果汁集团有限公司（China Huiyuan Juice Group Limited）	非执行董事	公司董事任董事的企业
		丰德丽控股有限公司（Esun Holdings Limited）	非执行董事	公司董事任董事的企业
		华润置地有限公司（China Resources Land Limited）	独立非执行董事	公司董事任董事的企业
		中国石油化工股份有限公司	独立非执行董事	公司董事任董事的企业
		上海赛富炎元股权投资基金管理有限公司	法定代表人、执行董事兼总经理	公司董事任董事的企业
		合肥赛富创业投资管理有限公司	法定代表人、执行董事兼总经理	公司董事任董事的企业
		天津喜玛拉雅投资咨询有限公司	法定代表人、执行董事兼经理	公司董事任董事的企业
		上海赛富新派投资管理有限公司	法定代表人、执行董事	公司董事任董事的企业

本公司职务	姓名	主要任职的其他单位名称	任职职务	任职单位与公司关系
		天津赛富中元投资顾问有限公司	法定代表人、董事长	公司董事任董事的企业
		青岛海尔赛富投资管理有限责任公司	法定代表人、执行董事兼总经理	公司董事任董事的企业
		常州赛富高新创业投资管理有限公司	法定代表人、董事长	公司董事任董事的企业
		深圳市赛富前元股权投资基金管理有限公司	法定代表人、董事长	公司董事任董事的企业
		北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司	独立董事	公司董事任董事的企业
		TCL 集团股份有限公司	独立董事	公司董事任董事的企业
		上海拓攻机器人有限公司	董事长	公司董事任董事的企业
		北京软银赛富投资顾问有限公司	董事长	公司董事任董事的企业
		黄山赛富基金管理有限责任公司	董事长	公司董事任董事的企业
		西安迈科金属国际集团有限公司	副董事长	公司董事任董事的企业
		苏州贝昂科技有限公司	副董事长	公司董事任董事的企业
		ATA Inc.	董事	公司董事任董事的企业
		全美在线（北京）教育科技股份有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		赛富四期毛里求斯（中国投资）有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		北京含元资本管理有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		安庆赛富环新汽车零部件有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		上海盈讯科技股份有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		黑龙江省大正德润投资管理有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		安庆赛富环新企业管理顾问有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		厦门赛富创业投资管理有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		上海闻玺企业管理有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		深圳投之家金融信息服务有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		黑龙江省大正赛富投资管理有限公司	董事	公司董事任董事的企业

本公司职务	姓名	主要任职的其他单位名称	任职职务	任职单位与公司关系
董事	田鹰	恒信大友（北京）科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		上海久懿网络科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		北京凯因科技股份有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		抚州苍源中药材种植股份有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		红演圈（北京）网络科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		汕头市同行网络科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		浙江联翔家居装饰股份有限公司	董事	公司董事任董事的企业
董事	方益民	北京风灵创景科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		苏州吆喝互联网科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		北京吆喝科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		北京酷云互动科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		北京创新伙伴教育科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		南京信风网络科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		南京四五六网络科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		智课教育科技（北京）有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		上海兴容信息技术有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		福建风灵创景科技有限公司	董事	公司董事任董事的企业
		风灵创景（北京）技术有限公司	执行董事、经理	公司董事任董事和高管的企业
独立董事	金祥荣	浙江东方集团股份有限公司	独立董事	公司董事任董事的企业
		浙江大学	教授、博士生导师	公司独立董事任职单位
独立董事	凌春华	浙江大学	副教授	公司独立董事任职单位
独立董事	潘纲	浙江大学	教授	公司独立董事任职单位
独立董事	吕晓红	浙江天册律师事务所	律师	公司独立董事任职单位

本公司职务	姓名	主要任职的其他单位名称	任职职务	任职单位与公司关系
监事	董霖	上海个众	监事	参股子公司
		天津体迷	监事	参股子公司
监事	俞铁成	长城影视股份有限公司	独立董事	公司监事任董事的企业
		上海申达股份有限公司	独立董事	公司监事任董事的企业
		创元科技股份有限公司	独立董事	公司监事任董事的企业
		共青城凯石投资管理有限公司	执行董事	公司监事任董事的企业
		上海凯峰投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司监事任高管的企业、本公司股东
		上海凯石界龙股权投资管理有限公司	董事长兼总经理	公司监事任董事及高管的企业
		大今文化发展（上海）有限公司	副董事长	公司监事任董事的企业
		江苏南大电子信息技术股份有限公司	董事	公司监事任董事的企业
		上海竹亦禅文化传播有限公司	董事	公司监事任董事的企业
		上海斯歌特体育股份有限公司	董事	公司监事任董事的企业
		上海卓仕物流科技股份有限公司	董事	公司监事任董事的企业
		北京爱享文化传播有限公司	董事	公司监事任董事的企业
		安徽凯石徽商产业投资基金管理有限公司	董事	公司监事任董事的企业
		江苏卓润重工机械有限公司	董事	公司监事任董事的企业
		上海天永智能装备股份有限公司	董事	公司监事任董事的企业
		上海凯实投资管理有限公司	董事	公司监事任董事的企业
高管	朱剑敏	浙江科惠医疗器械股份有限公司	独立董事	公司高管任董事的企业
		浙江新和成股份有限公司	独立董事	公司高管任董事的企业

（六）董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司现任董事沈欣和报告期内曾担任董事的 SHEN JIAN 系兄妹关系，SHEN JIAN 于 2014 年 8 月担任发行人董事，并于 2015 年 9 月不再担任公司董事，也

未担任公司监事和高级管理人员。红筹架构拆除后，SHEN JIAN 未直接或间接持有公司股份，不存在通过其他股东代持的情形，其与公司、主要客户、供应商之间不存在交易或资金往来。

公司现任其他董事、全体监事和高级管理人员相互之间不存在三代以内亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

保荐机构、发行人律师及发行人会计师通过辅导授课、交互答疑等方式帮助公司董事、监事和高级管理人员了解发行上市相关法律法规及其法定义务责任，协助公司按照法律、法规及规范性文件的要求规范运作与治理。

公司董事、监事和高级管理人员已了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任。

二、董事、监事及高级管理人员的对外投资情况

截至 2017 年 12 月 31 日，公司现任董事、监事及高级管理人员的对外投资情况如下：

单位：万元

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
董事长、总经理	方毅	杭州每日科技有限公司	一般经营项目：服务：计算机软硬件、电子产品、通讯技术的技术开发、技术服务；批发、零售：通讯产品（除专控），数码产品；货物进出口、技术进出口（国家法律法规禁止经营的项目除外，法律法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目	240	70.75%
		纵横汇（北京）信息技术有限公司	技术开发、技术转让、技术服务、技术推广、技术咨询；企业策划；会议服务；公共关系服务；经济贸易咨询；承办展览展示活动；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；文化	3,921.565	0.68%

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
			咨询；电脑动画设计；设计、制作、代理、发布广告；摄影扩印服务；租赁服装；租赁照相器材；翻译服务；影视策划；市场调查；婚庆服务；软件开发；软件咨询；计算机系统服务；销售服装、计算机、礼品、工艺品、电子产品；广播电视节目制作；电影发行；电影摄制。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；电影发行、广播电视节目制作、电影摄制以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
董事	沈欣	杭州美盈	服务：计算机软件开发、系统集成、技术咨询及成果转让，网络技术开发，电子产品开发；批发、零售：计算机设备及配件；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营）。其他无需报经审批的一切合法项目。	2,000	90.00%
		纵横汇（北京）信息技术有限公司	技术开发、技术转让、技术服务、技术推广、技术咨询；企业策划；会议服务；公共关系服务；经济贸易咨询；承办展览展示活动；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；文化咨询；电脑动画设计；设计、制作、代理、发布广告；摄影扩印服务；租赁服装；租赁照相器材；翻译服务；影视策划；市场调查；婚庆服务；软件开发；软件咨询；计算机系统服务；销售服装、计算机、礼品、工艺品、电子产品；广播电视节目制作；电影发行；电影摄制。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；电影	3,921.565	0.68%

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
			发行、广播电视节目制作、电影摄制以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
董事	刘炳海	北京讯腾天下科技有限公司	科技开发；技术转让、咨询、服务；经济信息咨询；设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品、日用品、服装、鞋帽、通讯设备（不含卫星地面接收、发射设备）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	125	79.20%
		聚能鼎力	技术推广服务；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品；出版物零售；互联网信息服务；从事互联网文化活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	6,620.95	4.95%
		北京伯乐弘信股权投资基金管理中心（有限合伙）	投资管理；资产管理；投资咨询；经济贸易咨询；企业管理咨询；财务咨询（不得开展审计、验资、查账、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查账报告、评估报告等文字材料）；企业策划。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受	7,600	21.0526%

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
			损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
		北京宏远伯乐投资中心（有限合伙）	项目投资；投资管理；资产管理。	2,000	80.00%
		北京棱镜云桥科技有限公司	技术推广服务；经济贸易咨询；数据处理；基础软件服务；应用软件服务（不含医用软件）；销售计算机软硬件设备、电子产品。计算机系统服务；计算机技术培训（不得面向全国招生）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	100	13.50%
		北京新美互通科技有限公司	信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）（增值电信业务经营许可证有效期至 2017 年 05 月 14 日）；技术推广服务；软件设计；计算机系统服务；计算机技术培训；组织文化艺术交流活动（不含演出）；企业策划；展览服务；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；电脑图文设计、制作。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	1,000	4.49%
		北京金佰桥科技有限公司	技术开发、技术推广、技术服务；计算机系统服务；经济贸易咨询；销售电子产品、通讯设备、计算机、软	200	1.1279%

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
			件及辅助设备、机械设备、文化用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
		北京千亩宽科技有限公司	批发（非实物方式）预包装食品、散装食品（含水产品、鲜肉）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）；技术开发、技术咨询、技术服务；种植业（不含野生植物、种子、芦荟、麻醉药品原植物）；销售新鲜蔬菜、新鲜水果、厨房用具、针纺织品、机械设备、五金交电、花卉、日用品、工艺品（不含文物）、服装、鞋帽、文具用品、计算机软硬件及外围设备（不含计算机信息系统安全专用产品）；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告；打字服务；摄影服务；承办展览展示；组织文化艺术交流活动（不含演出、棋牌室）。	400	5.00%
		北京上方传媒科技股份有限公司	技术开发；广告设计、制作、发布；会议服务；承办展览展示活动；互联网信息服务业务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械以外的内容）；从事互联网文化活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。从事互联网文化活动以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	3,100	4.84%
		广州麦萌网络科技有限公司	网络技术的研究、开发；信息电子技术服务；信息技术咨询服务；软件服务；软件开发；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可	150	20.00%

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
			开展经营活动）		
		北京白菜艺术俱乐部（有限合伙）	文艺创作；组织文化艺术交流活动（不含演出）；经济贸易咨询；销售工艺品、日用品；会议及展览服务。		
		国信明天（北京）科技有限公司	技术推广服务；电脑图文设计；企业策划；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示活动；会议服务；销售服装、日用品、文具用品、体育用品（不含弩）、工艺品、建筑材料、金属材料、化工产品（不含危险化学品）、汽车零配件、机械设备、家用电器；委托加工箱包、服装。	1000	4.00%
		北京弗求数码科技有限公司	技术开发、技术咨询、技术转让、技术推广；计算机系统服务；数据处理；经济信息咨询；销售电子产品、计算机软硬件及辅助设备、通讯器材、机械设备、文具用品。	300	15.00%
		北京三万弘合投资中心（有限合伙）	投资管理；资产管理。	1904	5.21%
		北京吃好网农业发展有限公司	种植业（不含野生植物、种子、芦荟、麻醉药品原植物）；技术开发、技术咨询、技术服务；组织文化艺术交流活动（不含演出、棋牌室）；广告设计、制作、代理、发布；承办展览展示；摄影服务；打字服务；经济贸易咨询（不含中介服务）；销售新鲜蔬菜、新鲜水果、日用品、工艺品（不含文物）、文具用品、服装、鞋帽、厨房用具、针纺织品、机械设备、五金产品、花卉、计算机软硬件及外围设备（不含计算机信息系统安全专用产品）)。	70	5.00%
		上海镭厉科技创业投资中心（有限合伙）	创业投资、实业投资；投资管理；商务咨询（不得从事经纪）；市场营销策划；计算机软件领域内的技术开发、技术转让。		

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
		北京同兴利安投资管理有限公司	投资管理；投资咨询；资产管理；企业管理咨询；企业策划；公共关系服务；设计、制作、代理、发布广告；会议服务。	500	80.00%
		广州展新通讯科技有限公司	电子、通信与自动控制技术研究、开发；信息技术咨询服务；会议及展览服务；广告业；企业形象策划服务；（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）	4,000	3.40%
董事	田鹰	上海智橙企业管理咨询有限公司	企业管理咨询、商务咨询（咨询类项目除经纪），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），企业形象策划，市场营销策划，会务服务，日用百货、化妆品、珠宝玉器、工艺礼品、服装鞋帽、办公设备、文具用品的销售。	50	20%
		嘉兴曦月投资管理合伙企业（有限合伙）	投资管理、投资咨询。	300	33.33%
董事	金祥荣	杭州森香科技有限公司	服务：生态科技、生物技术的技术开发；批发、零售：初级食用农产品（除食品、药品）；货物进出口（国家法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目。	100	20.00%
监事	俞铁成	共青城凯石投资管理有限公司	投资管理、资产管理、项目投资。（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）	1,000	15.00%
		上海凯石界龙股权投资管理有限公司	股权投资管理，资产管理，投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	500	22.00%
		上海恒道国际物流股份有限公司	货物运输代理；货物装卸；仓储（除危险品及专项规定）；海上、航空、陆路国际货物运输代理；商务信息咨询服务；国际空运代理服务；会务会展；从事货物及	700	2.00%

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
			技术的进出口业务；无船承运业务。（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）		
		上海竹亦禅文化传播有限公司	文化艺术交流策划（除经纪），舞台美术设计，企业形象策划，企业管理咨询，市场营销策划，礼仪服务，公共关系服务，会务服务，展览展示服务，创意服务，摄影摄像，设计、制作、代理、发布各类广告，商务信息咨询（除经纪），电脑图文设计制作，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），投资咨询，资产管理，文化用品、办公用品、字画、工艺美术品、工艺礼品的销售。（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）	143	2.10%
		上海斯歌特体育股份有限公司	体育用品、体育器材、高尔夫用品及配套器材、服装服饰及面料辅料、针纺织品及原料、工艺礼品、仪器仪表、电子产品、百货、橡胶制品、塑料制品、消防器材、安防器材、建筑装潢材料、化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）的销售，会务服务，网站设计与开发，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），设计制作各类广告，利用自有媒体发布广告，动漫设计，会展服务。（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）	1,200	1.82%
		北京领跑者早教管理顾问有限公司	企业管理咨询、企业形象策划、技术培训；销售文具用品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	1,000	1.00%
		上海拉夏贝尔服饰股份有限公司	服装、服饰、鞋帽、皮革、箱包、面料、辅料、针织纺织、日用百货、床上用品、	49,290.1642	0.01%

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
			钟表眼镜（除角膜接触镜及护理液）、化妆品、工艺礼品（除文物）、玻璃制品、体育用品、办公用品、木制品家具、花卉的批发、零售、进出口、佣金代理（拍卖除外）及提供相关的配套服务；企业形象策划咨询，从事服装技术、新材料科技、计算机网络领域内技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理的，按国家有关规定办理申请）。（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）		
		安徽凯石徽商产业投资基金管理有限公司	股权投资、实业投资、经济信息咨询（涉及前置许可的除外），投资咨询服务（证券、期货咨询除外）。	1,000	10.00%
		重庆甲虫网络科技有限公司	计算机技术咨询；计算机软硬件开发、销售；计算机系统集成；计算机系统服务；网络通信设备开发、销售。	596.3	1.67%
		上海怀瑜实业有限公司	食品销售,日用百货、洗涤用品、化妆品、家居用品、机电设备及配件、五金轴承的销售,商务信息咨询,家庭服务,投资管理,国内货物运输代理,从事计算机科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让,电子商务（不得从事增值电信、金融业务），从事货物及技术的进出口业务。	300	2.00%
		上海生态家天然日用品有限公司	从事洗涤用品、化妆品、日用百货、针纺织品、床上用品、家居饰品、竹炭产品、生活用品、预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）的批发与零售,从事天然日用品领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让,电子商务（不得从事增值电信、金融业务），从事货物及技术的进出口业务。	625	1.00%
		上海胜道融领投	实业投资，创业投资，资产		

本公司职务	姓名	对外投资企业名称	对外投资企业经营范围	注册资本/投资总额	持股比例
		资发展合伙企业（有限合伙）	管理，投资咨询（不得从事经纪）。		
		上海杉识荟投资管理中心（有限合伙）	投资管理、咨询,商务咨询,企业管理咨询,市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），实业投资，（计算机、信息）科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务,会展会务服务。	240	4.16%
		上海永横资产管理中心（有限合伙）	投资管理，资产管理，企业管理咨询，企业营销策划,文化艺术交流策划（除经纪），企业形象策划，电脑图文设计制作，设计、制作各类广告	602	9.97%
		上海凯实投资管理有限公司	股权投资管理，资产管理，投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	500	20.00%

截至 2017 年 12 月 31 日，除持有发行人股权及上述投资外，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他对外投资情况，未持有与发行人产生竞争业务的公司的股权。

三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持股情况

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属直接持股情况如下表所示：

序号	姓名	职务	持股数量（股）	持股比例（%）
1	方毅	董事长、总经理	48,265,192	13.4070
2	沈欣	董事、副总经理	20,959,197	5.8220
3	刘炳海	董事	9,180,720	2.5502

（二）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间

接持股情况

截至 2017 年 12 月 31 日，公司董事方毅、沈欣，监事董霖、孔祥清，高级管理人员叶新江、章玉珍，核心技术人员袁凯、徐峥通过我了个推间接持有公司股份，我了个推持有公司 21,372,477 股，占比 5.9368%。

方毅、沈欣、董霖、孔祥清、叶新江、章玉珍、袁凯、徐峥在我了个推的出资比例如下表所示：

序号	姓名	职务	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	方毅	董事长、总经理	52.1894	28.9781
2	沈欣	董事、副总经理	3.3616	1.8665
3	董霖	监事会主席、职工代表监事	29.4143	16.3323
4	孔祥清	职工代表监事	4.2020	2.3332
5	叶新江	首席技术官、副总经理	22.6910	12.5992
6	章玉珍	董事会秘书、副总经理	4.2020	2.3332
7	袁凯	数据总监	3.0255	1.6799
8	徐峥	测试总监	2.0170	1.1199

（三）董事、监事、高级管理人员、其他核心技术人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的质押或冻结情况

截至本招股书签署日，董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份不存在质押或冻结情况。

四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序情况

根据公司《绩效管理制度》、《薪酬管理制度》，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员每月工资按固定工资考核。绩效工资根据季度的绩效结果每三个月发放一次。

（二）薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

报告期内发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员薪酬总额占

各期发行人利润总额的比重情况如下：

期间	2017 年度	2016 年度	2015 年度
董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员薪酬总额（万元）[1]	587.73	434.09	321.77
利润总额（万元）	16,653.88	3,407.50	1,081.12
占利润总额的比例	3.53%	12.74%	29.76%

注 1：为报告期各年度（期）末在公司担任董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员在其任职期间从公司领薪的情况。

（三）最近一年从公司及其关联企业领取收入的情况

董事、监事、高级管理人员与其他核心人员最近一年（2017 年）在本公司（含下属子公司）领取薪酬情况如下表所示：

姓名	公司任职	年薪/津贴（万元）	是否在公司专职领薪
方毅	董事长、总经理	58.09	是
沈欣	董事、副总经理	50.52	是
刘炳海	董事	-	否
方益民	董事	-	否
陈天	董事	-	否
阎焱	董事	-	否
田鹰	董事	-	否
金祥荣	独立董事	6.00	否
吕晓红	独立董事	6.00	否
潘纲	独立董事	6.00	否
凌春华	独立董事	6.00	否
董霖	监事会主席、职工代表监事	64.85	是
孔祥清	监事、职工代表监事	55.63	是
俞铁成	监事	-	否
朱剑敏	财务负责人、副总经理	68.81	是
叶新江	首席技术官、副总经理	132.95	是
章玉珍	董事会秘书、副总经理	45.13	是
袁凯	数据总监	47.73	是
徐峥	测试总监	40.02	是

以上在公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员，公司按

照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗、失业、工伤、生育等保险。不存在其它特殊待遇和退休金计划。

此外，独立董事出席本公司董事会和股东大会的差旅费及按《公司章程》行使职权所需合理费用据实报销。

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订协议或承诺情况

（一）协议及执行情况

在公司任职的董事、监事、公司全体高级管理人员及核心技术人员均与公司签署了《劳动合同》，公司全体高级管理人员均与公司签署了《保密协议书》。除此以外，公司未与上述人员签署其他协议。

截至本招股说明书签署日，上述协议均得到了有效的执行，不存在违约情形。

（二）本次发行前所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

关于公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员自愿锁定股份的承诺，详细情况参见本招股说明书之“重大事项提示”之“二、股份限售安排、股份自愿锁定承诺以及持股 5%以上股东的持股及减持意向承诺”。

（三）避免同业竞争和减少关联交易的承诺

公司主要股东和实际控制人出具了避免同业竞争承诺函，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、（七）其他承诺事项”。

六、董事、监事与高级管理人员报告期内变动情况

（一）董事变动情况

自 2015 年初以来，截至本招股说明书签署日，公司董事变动情况如下：

报告期期初，公司董事会设 3 个席位，董事会成员为方毅、SHEN JIAN、阎焱，其中方毅为董事长。方毅、SHEN JIAN 为创始团队成员，阎焱为外部投资机构知名人士。为便于红筹架构拆除，2015 年 9 月 30 日，公司召开股东会审议通过免去 SHEN JIAN、阎焱董事职务；选举方毅为执行董事。

红筹架构拆除后，投资机构对公司进行增资，因此公司增设了相应董事席位。2015 年 11 月 30 日，公司召开股东会审议通过选举方益民、何春虹、刘炳海、沈欣、王高飞、阎焱为董事会成员，董事会席位增加为 7 席；董事会成员为方毅、方益民、何春虹、刘炳海、沈欣、王高飞、阎焱，其中方毅为董事长。

2016 年 3 月 17 日，公司召开股东会一致选举方毅、沈欣、刘炳海、王高飞、方益民、阎焱、田鹰为董事会成员，其中方毅为董事长。

2016 年 6 月 22 日，公司召开创立大会暨股份公司首次股东大会选举方毅、沈欣、刘炳海、方益民、陈天、阎焱、田鹰为公司董事，7 人共同组成股份公司第一届董事会成员，其中方毅先生为董事长。

为完善公司治理，公司增设 4 名独立董事席位。2016 年 9 月 22 日，公司召开 2016 年第四次临时股东大会增加选举金祥荣、吕晓红、潘纲、凌春华为公司独立董事，董事会席位增加为 11 位；股份公司董事会成员为方毅、沈欣、刘炳海、方益民、陈天、阎焱、田鹰、金祥荣、吕晓红、潘纲、凌春华，其中方毅先生为董事长。

上述董事的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。最近两年，公司董事会组成人员未发生对公司的持续经营造成不利影响的重大变化。

（二）监事的变动情况

报告期期初，公司未设监事会，公司监事为董霖。

2016 年 3 月 17 日，公司召开股东会，选举董霖、孔祥清、俞铁成为监事会成员组成监事会，其中董霖为监事会主席。

为完善公司治理，2016 年 6 月 22 日，公司召开创立大会暨股份公司首次股东大会选举俞铁成为股东代表监事，与职工代表监事董霖、孔祥清组成股份公司第一届监事会，其中董霖为监事会主席。

上述监事的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。最近两年，公司监事会成员未发生对公司的持续经营造成不利影响的重大变化。

（三）高级管理人员的变动情况

报告期期初，公司高级管理人员为：方毅任公司总经理；叶新江任公司副总经理；沈欣任公司财务负责人。方毅和沈欣均为公司创始团队成员，叶新江自2011起即担任公司的首席技术官，为在公司服务多年的核心技术人员。

2016年6月22日，公司召开股份公司第一届董事会第一次会议聘任方毅为公司总经理；聘任叶新江为公司副总经理、首席技术总监；聘任朱剑敏为公司财务负责人、副总经理；聘任章玉珍为公司副总经理、董事会秘书。方毅、叶新江、章玉珍均为在公司服务多年的核心管理团队成员。朱剑敏为具备多年审计经验的专业人士。

2016年7月14日，公司召开股份公司第一届董事会第二次会议聘任沈欣为公司副总经理。公司为了上市筹备工作的顺利推动，于2016年6月聘任了具备多年资本市场和财务审计工作背景的专业人士朱剑敏担任公司财务负责人，沈欣协助其完成相关工作交接，待工作交接完成后，沈欣负责公司人力资源和行政事务的管理工作，继续为公司服务。

公司上述高级管理人员的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。最近二年，公司高级管理人员未发生对公司的持续经营造成不利影响的重大变化。

七、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况

公司成立以来，依照《公司法》、《证券法》及其他有关上市公司治理的法律、法规、规范性文件，结合公司实际情况，逐步建立健全了符合上市公司要求的规范化公司治理结构。

公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会专门委员会和董事会秘书均能依照《公司法》和公司章程规定履行职责，切实保障了公司及全体股东的利益。

（一）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期内，公司主要存在与关联方资金往来、内部审计机构设置薄弱等情形。

为进一步改进公司治理结构，公司已制定和完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《控股子公司管理制度》、《内部审计管理制度》等制度等。通过上述制度的实施，公司在内部控制和公司治理方面逐步完善，彻底改进了上述公司治理方面存在的缺陷。

（二）股东大会的运行情况

自股份公司设立以来至本招股说明书签署日，公司已累计召开 17 次股东大会。公司股东大会就《公司章程》的订立、公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、董事、独立董事与监事的聘任、首次公开发行股票并上市的决策和募集资金投向等重大事项进行审议决策，严格依照相关规定行使权力。

上述历次股东大会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不存在股东违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

（三）董事会的运行情况

公司董事会由 11 名董事组成，其中独立董事 4 名，设董事长 1 人。股份公司成立至本招股说明书签署日，公司董事会已召开 19 次会议。董事会按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的规定规范运作，公司董事会就《公司章程》和公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、管理层的聘任、首次公开发行股票并上市的决策和募集资金投向等重大事项进行审议决策，有效履行了职责。

上述历次董事会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不存在董事违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

（四）监事会的运行情况

股份公司成立至本招股说明书签署日，公司监事会已召开 5 次会议。监事会按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定规范运作，有效履行了监督等职责。

上述历次监事会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不存在监事违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

（五）独立董事制度的运行情况

本公司现有独立董事 4 名，独立董事占公司董事总人数的三分之一，其中包括 1 名会计专业人士。独立董事自聘任以来，依据《公司章程》、《独立董事工作制度》等要求积极参与公司决策，发挥了在战略规划、审计、提名、薪酬与考核等方面的优势。独立董事的履职维护了全体股东权益，完善了公司治理结构。

截至本招股说明书签署之日，独立董事未曾对董事会的历次决议或有关决策事项提出异议。

（六）董事会专门委员会的运行情况

2016 年 12 月，公司 2016 年第八次临时股东大会审议通过了《关于成立浙江每日互动网络科技股份有限公司第一届董事会专门委员会的议案》，同意董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，建立了董事会专门委员会制度。

1、审计委员会

根据《董事会审计委员会议事规则》，审计委员会成员由三至五名董事组成，其中独立董事应占多数，至少有一名独立董事为专业会计人士。审计委员会委员由董事会选举产生。委员会设主任委员 1 名，由具备会计专业知识的独立董事担任。公司董事会审计委员会委员由独立董事凌春华、独立董事吕晓红、董事沈欣担任委员，其中凌春华先生担任主任委员。

公司审计委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和公司章程赋予的职

权，运行正常。

2、战略委员会

根据《董事会战略委员会议事规则》，战略委员会由三至五名董事组成，由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一提名，并由董事会选举产生。委员会设主任委员 1 名，由董事长担任。公司董事会战略委员会委员由董事长方毅、董事刘炳海、独立董事潘纲组成，其中方毅先生为主任委员。

公司战略决策委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和公司章程赋予的职权，运行正常。

3、提名委员会

根据《董事会提名委员会议事规则》，提名委员会成员由三至五名董事组成，其中独立董事应占多数，由董事会选举产生。委员会设主任委员 1 名，由独立董事担任。公司董事会提名委员会委员由董事长方毅、独立董事金祥荣、独立董事潘纲组成，其中潘纲先生担任主任委员。

公司提名委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和公司章程赋予的职权，运行正常。

4、薪酬与考核委员会

根据《董事会薪酬与考核委员会议事规则》，薪酬与考核委员会成员由三至五名董事组成，其中独立董事应占多数。薪酬与考核委员会委员由董事会选举产生。委员会设主任委员 1 名，由独立董事担任。公司董事会薪酬与考核委员会委员由独立董事金祥荣、独立董事凌春华、董事阎焱担任委员，其中金祥荣先生担任主任委员。

公司薪酬与考核委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和公司章程赋予的职权，运行正常。

八、对内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见及注册会计师鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制的自我评价

公司管理层认为：公司现有内控制度全面覆盖经营运作的各个方面，系依据《公司法》和《公司章程》，结合公司本身的实际情况而制定，符合现代企业制度的要求。公司内部控制制度和相关工作制度自制定以来，一直得到有效执行，未发生因制度缺陷导致的重大经营失误，公司现有的内控制度是有效的，在完整性、有效性和合法性等方面不存在重大缺陷。

（二）注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

天健会计师事务所于 2018 年 3 月 5 日出具了天健审〔2018〕1229 号《关于浙江每日互动网络科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》，认为每日互动按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2017 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

九、发行人近三年违法违规行为情况

报告期内，公司不存在重大违法违规行为，也不存在被任何国家机关及行业主管部门等予以重大处罚的情形。

十、资金占用和对外担保

报告期内，公司曾发生资金往来的关联交易参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”。截至本招股说明书签署日，公司已建立严格的资金管理制度，不存在资金被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。

报告期内，公司不存在对外担保情况。

十一、公司资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及执行情况

公司建立并完善了有关资金管理、对外投资、担保事项的政策及相关制度，

对涉及资金收付、对外投资、担保事项的决策程序及权限进行了明确规定，保障了公司资金管理、对外投资、担保事项的规范运作。

（一）资金管理的制度及执行情况

资金管理方面，公司制定了《资金管理制度》，明确了财务收支、银行存款、资金结算等方面的日常运作和经营的决策权限。

报告期内，公司严格执行资金管理有关制度，公司资金管理规范、高效。

（二）对外投资的制度及执行情况

为规范公司及控股子公司的对外投资行为，根据《公司法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定，公司制定了《对外投资管理制度》，实行专业管理和逐级审批制度。公司发生对外投资行为或出售对外投资所形成的股权（权益）达到如下标准的，由董事会审议通过：购买、出售重大资产占公司最近一期经审计总资产不超过 30%的事项。对于超出上述标准的对外投资事项，须经股东大会审议通过。

公司在报告期内的所有重大对外投资程序都有效履行了投资时《公司章程》和相关制度的规定。

（三）对外担保的制度及执行情况

为规范公司对外担保行为，有效控制公司对外担保风险，保证公司资产安全，根据《公司法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定，公司制定了《对外担保管理制度》。公司下列对外担保行为，须经董事会审议通过后，提交股东大会决定：（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）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；（4）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（5）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；（6）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 3,000 万元；（7）对股东、实际控制人及关联人提供担保；（8）法律法规或者公司章程规定的其他应由股东大会审议的担保情形。

董事会审议前款担保事项时，必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。股东大会审议前款第（5）项担保事项时，必须经出席会议的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人提供的担保议案时，该股东或者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。

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保情况。如若未来发生对外担保事项，公司将严格履行《公司章程》以及《对外担保管理制度》等相关制度的规定。

十二、投资者权益保护的情况

（一）投资者依法获取公司信息的制度安排

为保障投资者利益，尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司根据《公司法》、《证券法》等法律、行政法规、部门规章，结合公司实际情况，在《公司章程（草案）》、《投资者关系管理制度》及《信息披露制度》中规定了相关的内容。

《公司章程（草案）》明确了股东享有的权利及履行权利的程序，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、部门规章规定的其他权利。

《投资者关系管理制度》明确规定了公司与投资者沟通的内容，包括：（1）公司的发展战略，包括公司的发展方向、发展规划、竞争战略和经营方针等；（2）法定信息披露及其说明，包括定期报告和临时公告等；（3）公司依法可以披露的经营管理信息，包括生产经营状况、财务状况、新产品或新技术的研究开发、经

营业绩、股利分配等；（4）公司依法可以披露的重大事项，包括公司的重大投资及其变化、资产重组、收购兼并、对外合作、对外担保、重大合同、关联交易、重大诉讼或仲裁、管理层变动以及大股东变化等信息；（5）企业文化建设；（6）公司的其他相关信息。

同时，《投资者关系管理制度》明确规定了公司与投资者沟通的方式，包括：（1）在指定媒体上发布公告，包括定期报告和临时报告；（2）召开年度报告说明会；（3）股东大会；（4）公司网站；（5）分析师会议或说明会；（6）一对一沟通；（7）邮寄资料；（8）电话咨询；（9）媒体采访和报道；（10）现场参观；（11）路演；（12）其他符合中国证监会、深圳证券交易所相关规定的方式。

《信息披露制度》对公司信息披露管理工作做了明确规定，包括信息披露的基本原则及一般规定、信息披露的管理、信息披露的内容、信息传递和披露的内部管理制度、信息披露的责任划分、保密措施等。其中信息披露的内容包括定期报告和临时报告，董事会办公室是公司信息披露事务的日常工作部门，在董事会秘书直接领导下，统一负责公司的信息披露事务。

（二）投资者依法享有资产收益的制度安排

《公司章程（草案）》、《公司上市后三年股东分红回报规划》对投资者依法享有资产收益的权利进行了相关规定。公司重视对投资者的合理投资回报，执行持续、稳定的利润分配政策。在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司实行积极、持续稳定的利润分配政策。有关利润分配政策、上市后股东未来分红回报规划，详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、本次发行上市后的股利分配政策”。

（三）投资者依法参与重大决策和选择管理者的制度安排

公司在治理制度层面上对投资者依法享有参与重大决策的权利进行了有效保护，主要体现在：

1、建立健全内部信息披露制度和流程

根据《公司章程（草案）》规定，公司股东享有：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；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；对公司的经营进行监督，提出建议或者质询等权利。

2、完善股东投票机制

《公司章程（草案）》明确了股东的以下投票机制：（1）累积投票制：股东大会就选举董事、非职工代表监事进行表决时，可以实行累积投票制。股东大会对董事候选人和监事候选人进行表决前，大会主持人应明确告知与会股东对董事候选人、监事候选人议案实行累积投票方式，董事会必须制备适合实行累积投票方式的选票，董事会秘书应对累积投票方式、选票填写方法作出说明和解释。（2）网络投票方式召开股东大会进行审议表决：股东大会采用网络或其他方式的，应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间及表决程序。股东大会审议利润分配具体方案时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。股东大会审议调整利润分配政策议案时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过，并且相关股东大会会议应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者参与利润分配政策的制定或修改提供便利。（3）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。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自天健会计师出具的《审计报告》（天健审〔2018〕1228 号）或根据其中数据计算得出，金额单位非特别注明均为人民币元。本公司特别提醒投资者，若欲对本公司财务状况、经营成果及会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读公司的财务报表及审计报告全文。

公司在管理层分析中，部分采用了与同行业公司对比分析的方法，以便投资者更深入理解公司的财务及非财务信息。本公司以行业相关性、业务结构相似性为标准，选取了若干家相关可比公司。可比公司的相关信息均来自其公开披露资料，公司不对其准确性、真实性做出判断。

本节所提及的财务数据，除非特别说明，均指合并口径数据。

一、报告期内的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动资产：			
货币资金	796,618,076.74	698,486,814.47	379,437,592.76
应收账款	81,266,989.64	29,193,473.39	31,963,450.61
预付款项	7,305,517.22	3,285,053.57	957,183.79
应收利息	272,983.33	468,708.90	-
其他应收款	1,324,810.29	528,488.60	7,558,647.08
存货	948,735.21	156,019.41	120,048.54
其他流动资产	40,392.97	1,930.60	110,016,885.27
流动资产合计	887,777,505.40	732,120,488.94	530,053,808.05
非流动资产：			
可供出售金融资产	20,000.00	-	-
长期股权投资	15,900,733.43	2,826,936.55	594,703.23
固定资产	30,793,104.84	20,671,752.05	12,186,280.20
无形资产	4,288,735.71	4,797,169.67	-
长期待摊费用	586,991.55	343,364.24	120,944.44

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
递延所得税资产	776,138.09	242,029.72	-
其他非流动资产	-	190,340.00	-
非流动资产合计	52,365,703.62	29,071,592.23	12,901,927.87
资产总计	**940,143,209.02**	**761,192,081.17**	**542,955,735.92**
负债和股东权益			
流动负债：			
应付账款	9,643,992.07	4,227,843.34	5,976,872.84
预收款项	19,021,632.59	6,489,029.19	2,045,731.42
应付职工薪酬	14,393,361.12	10,085,600.56	5,988,860.93
应交税费	14,450,571.33	1,847,438.46	1,708,589.26
其他应付款	1,550,242.14	3,824,448.92	31,874,797.88
流动负债合计	59,059,799.25	26,474,360.47	47,594,852.33
非流动负债：			
递延收益	-	-	1,500,000.00
非流动负债合计	-	-	1,500,000.00
负债合计	**59,059,799.25**	**26,474,360.47**	**49,094,852.33**
所有者权益：			
实收资本（或股本）	360,000,000.00	82,317,073.00	24,875,624.00
资本公积	390,062,430.49	667,745,357.49	516,970,340.57
盈余公积	17,571,738.06	2,643,614.97	-
未分配利润	113,445,631.63	-18,474,640.27	-47,985,080.98
归属于母公司所有者权益合计	881,079,800.18	734,231,405.19	493,860,883.59
少数股东权益	3,609.59	486,315.51	-
所有者权益合计	**881,083,409.77**	**734,717,720.70**	**493,860,883.59**
负债和所有者权益总计	**940,143,209.02**	**761,192,081.17**	**542,955,735.92**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业总收入	**332,970,763.55**	**176,908,365.96**	**77,680,337.21**
减：营业成本	61,022,123.18	57,887,044.19	25,200,519.70
税金及附加	5,566,995.90	4,193,527.56	1,469,078.88

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售费用	41,254,171.04	31,106,437.83	13,604,527.48
管理费用	77,479,056.41	54,846,333.79	31,120,012.21
财务费用	-3,603,394.56	-1,010,373.89	-887,803.49
资产减值损失	3,152,442.57	-50,217.35	1,427,447.93
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	12,525,121.25	2,766,365.03	-5,296.77
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-1,985,205.97	1,903.70	-5,296.77
资产处置收益（损失以“-”号填列）	4,712,264.17	-	-
其他收益	1,474,800.00	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**166,811,554.43**	**32,701,978.86**	**5,741,257.73**
加：营业外收入	185,800.05	1,525,700.41	5,172,824.80
减：营业外支出	458,590.39	152,681.83	102,920.19
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**166,538,764.09**	**34,074,997.44**	**10,811,162.34**
减：所得税费用	19,690,795.56	-225,303.49	-
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**146,847,968.53**	**34,300,300.93**	**10,811,162.34**
（一）按经营持续性分类：			
1、持续经营净利润	146,789,584.78	35,255,292.45	10,811,162.34
2、终止经营净利润	58,383.75	-954,991.52	-
（二）按所有权归属分类：			
1、归属于母公司所有者的净利润	146,848,394.99	34,303,985.42	10,811,162.34
2、少数股东损益	-426.46	-3,684.49	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	**146,847,968.53**	**34,300,300.93**	**10,811,162.34**
归属于母公司所有者的综合收益总额	146,848,394.99	34,303,985.42	10,811,162.34
归属于少数股东的综合收益总额	-426.46	-3,684.49	-
七、每股收益			
（一）基本每股收益	0.41	0.10	不适用
（二）稀释每股收益	0.41	0.10	不适用

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 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	312,562,012.71	194,920,533.40	56,190,811.17
收到其他与经营活动有关的现金	21,306,769.18	8,678,287.45	70,175,893.93
经营活动现金流入小计	333,868,781.89	203,598,820.85	126,366,705.10
购买商品、接受劳务支付的现金	45,661,688.73	54,785,128.34	14,603,488.63
支付给职工以及为职工支付的现金	94,707,785.68	62,626,584.31	28,194,023.12
支付的各项税费	28,184,132.93	9,192,801.73	2,502,510.08
支付其他与经营活动有关的现金	43,547,732.40	23,831,608.83	94,670,965.21
经营活动现金流出小计	212,101,339.74	150,436,123.21	139,970,987.04
经营活动产生的现金流量净额	121,767,442.15	53,162,697.64	-13,604,281.94
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	2,314,540,585.01	477,295,752.43	-
取得投资收益收到的现金		-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	3,000.00	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	2,314,543,585.01	477,295,752.43	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	22,826,414.13	21,657,991.98	13,553,389.00
投资支付的现金	2,310,020,000.00	367,230,329.62	110,600,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	482,279.46	-	-
投资活动现金流出小计	2,333,328,693.59	388,888,321.60	124,153,389.00
投资活动产生的现金流量净额	-18,785,108.58	88,407,430.83	-124,153,389.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	570,490,000.00	485,565,217.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
筹资活动现金流入小计	-	570,490,000.00	485,565,217.00
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	4,849,056.60	393,065,217.00	-
筹资活动现金流出小计	4,849,056.60	393,065,217.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	-4,849,056.60	177,424,783.00	485,565,217.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-21,614.70**	**54,310.24**	**664,595.71**
五、现金及现金等价物净增加额	**98,111,662.27**	**319,049,221.71**	**348,472,141.77**
加：期初现金及现金等价物余额	698,486,814.47	379,437,592.76	30,965,450.99
六、期末现金及现金等价物余额	**796,598,476.74**	**698,486,814.47**	**379,437,592.76**

二、审计意见

天健会计师接受公司委托，对公司 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2017 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2015 年度、2016 年度和 2017 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表及附注进行了审计，并出具了标准无保留意见审计报告。

天健会计师认为，公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了每日互动 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、和 2017 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况，以及 2015 年度、2016 年度和 2017 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、审计基准日至招股书签署日之间的财务信息和经营状况

公司财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司经营模式、主要产品的研发及运营、主要服务的价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化，整体经营情况良好。

四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

（1）行业因素

随着智能手机的快速普及、移动网络带宽的持续改善以及 WIFI 基础设施的不断增强，我国移动互联网用户数量、用户对移动终端的使用频率和使用时间在近年来呈现增长态势。这些有利因素促使移动互联网行业快速发展，新兴的移动互联网企业（包括移动应用开发者群体）也不断涌现，移动应用开发者服务市场规模整体呈增长趋势。这为公司移动应用开发者服务的发展带来了重要市场机遇。

移动端的精准营销是广告市场非常重要的领域，随着移动广告产品展现形式、互动形式的创新与丰富，以及广告主对移动营销市场的不断重视，移动营销市场规模将保持较快增长。我国移动互联网用户数量的增长，以及广告主对移动营销认可度的提升是公司报告期内收入增长的重要因素。

（2）公司在客户群体、移动终端和市场地位方面的既有优势

公司凭借突出的技术研发优势、优质且稳定的服务质量，在客户群体中积累了良好的口碑，并与新华社、微博、滴滴出行、中国移动咪咕阅读、网易新闻、芒果 TV、招商银行掌上生活等众多有影响力的客户建立了稳定的合作关系。

公司的技术推送产品“个推 SDK”覆盖了大量移动终端，自运营以来，在服务客户的同时积累了海量数据，拥有强大的精准用户画像的大数据能力。凭借上述优势，公司营业收入取得较快增长。

（3）公司的技术研发能力

公司一直专注于移动应用开发者服务相关的产品研发和技术创新，目前已经建立了一支具有丰富研发经验和较强研发能力的研发团队，形成了成熟稳定的技

术研发体系，且拥有优秀的数据挖掘与数据分析的能力，这为提升客户体验和公司长远的业务发展打下了坚实的技术基础。

报告期内，公司依靠技术、人才、市场、客户等方面的优势，顺应移动互联网行业快速发展的大趋势，实现了业务规模和销售收入的快速增长。

2、影响公司成本的主要因素

公司的营业成本主要由广告媒体或流量采购费、工资薪酬和技术服务费等构成。报告期内，公司营业成本随业务发展而增加，与营业收入增长趋势保持一致。

3、影响公司费用的主要因素

公司的期间费用包括销售费用、管理费用和财务费用。报告期内，公司期间费用以管理费用和销售费用为主。管理费用主要包括研发费用、管理人员薪酬等，销售费用主要包括市场推广宣传费、销售人员薪酬等。

公司业务和收入规模处于快速增长阶段。报告期内，为提升技术实力、研发新产品，公司研发支出投入较大，占管理费用的比例较高；同时，随着收入的快速增长，销售费用随之增加。

预计未来，期间费用将随着公司规模的逐步扩大而继续有所增长，但期间费用的增长不会对公司盈利能力造成重大影响。

4、税收优惠政策对净利润的影响

根据《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）、《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）和《软件企业认定管理办法》（工信部联软〔2013〕64 号）的有关规定，并经浙江省经济和信息化委员会审核，公司被认定为软件企业，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。此外，公司已于 2016 年 11 月 21 日取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201633000602，有效期为三年。2015 年度为公司第一个获利年度，因此，公司于 2015 年度及 2016 年度免征企业所得税，并于 2017 年-2019 年度减半征收企业所得税。

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例和《财政部、国家税务总局、科学技术部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》等规定，企业为开发新产品、新技术、新工艺所发生的研究开发费，未形成无形资产计入当期损益的，在按照规定据实扣除的基础上，按照研究开发费用的 50%加计扣除；形成无形资产的，按照无形资产成本的 150%摊销。公司及子公司杭州云深于 2017 年度适用研究开发费用加计扣除企业所得税优惠政策，公司正在就上述税收优惠事项向主管税务机关办理备案手续。

报告期内，公司享受的税收优惠金额分别为 321.30 万元、1,010.65 万元和 2,474.46 万元，税收优惠金额占归属母公司股东净利润的比例分别为 29.72%、29.46%和 16.85%。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

营业收入增长率和毛利率是影响公司利润水平的核心财务指标，日均活跃设备数是影响公司利润水平的核心非财务指标，上述指标均对公司业绩变动具有较强的预示作用。

1、营业收入增长率

营业收入增长率代表公司业务发展的速度。2015 年度至 2017 年度，公司营业收入增长率分别为 367.89%、127.74%和 88.22%，表明公司业务正处于快速发展时期。

2、毛利率和净利率

毛利率和净利率代表了公司产品和服务的竞争力和公司的综合盈利能力。2015 年度、2016 年度和 2017 年度，公司毛利率分别为 67.56%、67.28%和 81.67%，净利率分别为 13.92%、19.39%和 44.10%。

报告期内，公司的毛利率总体保持较高水平，净利率呈逐年上升趋势，表明公司业务的市场竞争力较强，盈利水平较高。

3、日均活跃设备数

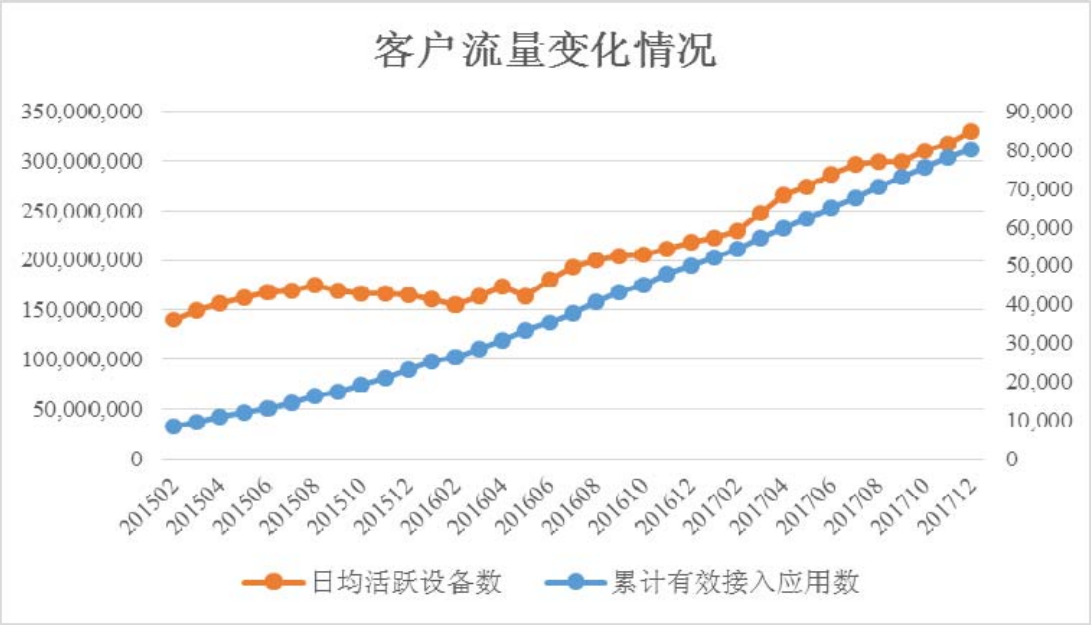
报告期内，公司运营数据良好，日均活跃设备数整体保持逐步增加，具体情

况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、（一）主要服务情况”。

在客户流量获取方面，与墨迹天气、Weibo、猎豹移动等移动互联网公司不同，公司不直接面对终端用户，亦不直接拥有客户流量。公司的经营模式为：通过提供“个推 SDK”、“个像 SDK”等移动应用开发者服务产品，为移动应用开发者提供高质量的消息推送、用户画像等技术服务，帮助其进行良好的用户运营，提高用户活跃度，从而从集成公司 SDK 产品的应用中间接获得客户流量。

在间接获取客户流量的过程中，公司无直接成本。一方面，随着公司产品功能的不断增多，技术优势的逐渐建立，越来越多的头部应用开始使用公司的产品，公司间接获取的客户流量随之增加；另一方面，随着各大 APP 用户运营的逐渐精细化，移动应用开发者通过其自身产品升级迭代而获得的新增用户亦会进入公司间接获取的客户流量中。

在客户流量获取方面，目前公司无可比上市公司，相比传统移动互联网公司，公司在客户流量获取的方面有着天然优势，公司无需大量的营销支出，只要维持其核心产品的高效稳定，得到移动应用开发者的广泛认可，即可间接获取大量客户流量。报告期内，公司间接获取的客户流量逐渐增加，与公司的收入增长趋势相一致。



五、财务报表的编制基础、合并报表编制的范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并报表范围及编制方法

1、合并报表范围及变化情况

（1）报告期发生的同一控制下企业合并

报告期内，每日互动与每日轩昂始终同受实际控制人方毅控制。

2016 年度，每日互动收购每日轩昂 100%股权，实现同一控制下企业合并。合并日为 2016 年 3 月 15 日，合并日的确定依据为每日互动取得每日轩昂的财务和经营政策控制权的日期。合并当期期初至合并日，被合并方的净利润为-330,211.46 元，比较期间被合并方的净利润为 3,916.27 元。

根据公司与个信香港于 2015 年 10 月 30 日签订的《股权转让协议》，公司以 389,065,217.00 元的价格受让个信香港所持有的每日轩昂 100%股权。由于公司和每日轩昂同受自然人方毅最终控制且该项控制并非暂时性的，故该项合并为同一控制下企业合并。每日轩昂已于 2015 年 12 月 18 日办妥工商变更登记手续，公司已于 2016 年 3 月 15 日支付上述股权受让款。

（2）其他原因的合并范围变动

A.合并范围增加

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	出资额（元）	出资比例（%）
2017 年度				
杭州云深	设立	2017 年 9 月 20 日	8,000,000.00	80.00
2016 年度				
北京云盟	设立	2016 年 5 月 23 日	10,000,000.00	100.00
八爪鱼	设立	2016 年 4 月 6 日	510,000.00	51.00
上海蓝豹	设立	2016 年 7 月 12 日	9,414,600.00	100.00

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	出资额（元）	出资比例（%）
2015 年度				
杭州应景	设立	2015 年 11 月 19 日	21,000,000.00	100.00
杭州云盟	设立	2015 年 6 月 9 日	10,000,000.00	100.00

B.合并范围减少

公司名称	股权处置方式	股权处置时点	处置日净资产（元）	处置当期期初至处置日净利润（元）
2017 年度				
八爪鱼	注销	2017 年 6 月 29 日	984,243.79	-8,236.84
每日轩昂	注销	2017 年 11 月 10 日	5,141,091.34	66,620.59

六、重要会计政策及会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。公司财务报表所载财务信息的会计期间为 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

公司采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并

财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（七）合营安排分类及共同经营会计处理方法

合营安排分为共同经营和合营企业。

当公司为共同经营的合营方时，确认与共同经营中利益份额相关的下列项目：

（1）确认单独所持有的资产，以及按持有份额确认共同持有的资产；

（2）确认单独所承担的负债，以及按持有份额确认共同承担的负债；

（3）确认出售公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；

（4）按公司持有份额确认共同经营因出售资产所产生的收入；

（5）确认单独所发生的费用，以及按公司持有份额确认共同经营发生的费用。

（八）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（九）外币业务

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，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，不改变其人民币金额；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，差额计入当期损益或其他综合收益。

（十）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除

外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：1）按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；2）初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

（2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

（3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

（1）资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

（2）对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在

具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

（3）可供出售金融资产

A. 表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

①债务人发生严重财务困难；

②债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

③公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

④债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

⑤因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

⑥其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

B.表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过50%（含50%）或低于其成本持续时间超过12个月（含12个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到50%的，或低于其成本持续时间超过6个月（含6个月）但未超过12个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损

失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（十一）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 200 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10%以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

（1）具体组合及坏账准备的计提方法

确定组合的依据	
账龄分析法组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
合并范围内应收款项组合	合并范围内应收款项具有类似信用风险特征
按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法
合并范围内应收款项组合	经组合测试后，未发生减值的，不计提坏账准备

（2）账龄分析法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含, 下同）	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

公司应收账款科目按照客户名称设立明细账,公司按照既定收入确认原则确认确认和记录收入及相应的应收账款。客户一般按月或者按季清偿欠款，并于客户回款时按照应收账款确认的先后顺序进行冲抵，即按照滚动回款的方式进行账龄统计。公司确认应收账款、回款冲抵应收账款均严格依照《企业会计准则》企业会计准则进行相关账务处理，且执行对账等内控措施，可以有效保障发行人应

收账款余额的准确性，符合《企业会计准则》企业会计准则的相关规定。

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与按组合计提坏账准备的应收款项的未来现金流量现值存在显著差异。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（十二）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

（2）包装物

按照一次转销法进行摊销。

（十三）划分为持有待售的非流动资产或处置组

1、持有待售的非流动资产或处置组的分类

公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；（2）出售极可能发生，即公司已经就出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。

公司专为转售而取得的非流动资产或处置组，在取得日满足“预计出售将在一年内完成”的条件，且短期（通常为 3 个月）内很可能满足持有待售类别的其他划分条件的，在取得日将其划分为持有待售类别。

因公司无法控制的下列原因之一，导致非关联方之间的交易未能在一年内完成，且公司仍然承诺出售非流动资产或处置组的，继续将非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）买方或其他方意外设定导致出售延期的条件，公司针对这些条件已经及时采取行动，且预计能够自设定导致出售延期的条件起一年内顺利化解延期因素；（2）因发生罕见情况，导致持有待售的非流动资产或处置组未能在一年内完成出售，公司在最初一年内已经针对这些新情况采取必要措施且重新满足了持有待售类别的划分条件。

2、持有待售的非流动资产或处置组的计量

（1）初始计量和后续计量

初始计量和在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计

提持有待售资产减值准备。

对于取得日划分为持有待售类别的非流动资产或处置组，在初始计量时比较假定其不划分为持有待售类别情况下的初始计量金额和公允价值减去出售费用后的净额，以两者孰低计量。除企业合并中取得的非流动资产或处置组外，由非流动资产或处置组以公允价值减去出售费用后的净额作为初始计量金额而产生的差额，计入当期损益。

对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销，持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

（2）资产减值损失转回的会计处理

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

后续资产负债表日持有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

（3）不再继续划分为持有待售类别以及终止确认的会计处理

非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：1）划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持有待售类别情况下本应确认的折旧、摊销或减值等进行调整后的金额；2）可收回金额。

终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入当期损益。

（十四）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

A.在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

B.在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，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权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

（1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

A.通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），

资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

B.通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（十五）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
专用设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
运输工具	年限平均法	4	5	23.75
电子及其他设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67

（十六）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直

线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
著作权、专利权及商标权等资产组	10

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十七）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十八）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十九）职工薪酬

职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并

计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

A.根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

B.设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

C.期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

3、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划

的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（二十）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（二十一）收入

1、收入确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可能流入；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务

成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

公司主要从事移动应用开发者服务、移动互联网营销服务和数据服务及其他等。

（1）移动应用开发者服务：公司每月根据后台统计数据作为结算依据，待客户确认且预计相关经济利益很可能流入时按合同约定的计费标准进行结算确认收入。

（2）移动互联网营销服务：根据公司为客户完成的广告投放量或为客户带来的销售收入作为结算依据，待执行完毕或双方确认且预计相关经济利益很可能流入企业时，按照合同约定固定收费或 CPA、CPC、CPM、CPS 等标准结算确认收入。

A.品牌广告：在相关的广告见诸互联网媒体时，公司即完成约定的广告任务；采用 CPM 等结算方式，按照公司为客户完成的广告投放量以及约定的结算标准确认收入。

B.效果广告：公司的效果广告主要采用 CPA、CPC、CPS 等按执行效果结算的方式。公司一般依据其精准营销广告为客户带来的效果或销售收入以及约定的分配比例，与客户核对后进行收入确认；如存在约定保底等固定收费的情形，公司则按照合同约定的固定收费定期确认收入。

（3）数据服务及其他：公司根据合同约定或经客户确认的时间提供相关服务，并按照相关验收要求提交客户审核，经客户确认后进行收入确认。

上述各类收入确认时点、条件及依据详细列示如下。

收入类型	明细分类	收入确认时点	收入确认条件及依据
移动应用开发者服务	基础推送服务	在服务期间内按月平均确认收入	根据用户量日联网峰值作为结算依据，但一般客户都会达到峰值，故一般与客户签订一个封顶值，每月按封顶值确认收入
	轻推送服务	约定的业务执行完毕后，每月根据实际唤醒用户数等结算指标，双方进行对账后确认收入	公司每月根据后台统计数据作为结算依据，与客户确认且预计相关经济利益很可能流入时按合同约定的计费标准进行结算确认收入
	用户画像服务	在服务期间内按月平均确认收入	按合同约定的价格按月确认收入
移动互联网营销服务	品牌广告	完成约定的广告投放任务时确认收入	在相关的广告见诸互联网媒体时，公司即完成约定的广告任务；采用 CPM 等结算方式，一般按照公司为客户完成的广告投放量以及约定的结算标准确认收入
	效果广告	完成约定的广告投放任务，双方进行对账后确认收入	公司一般依据其精准营销广告为客户带来的效果或销售收入以及约定的分配比例，与客户核对后进行收入确认；如存在约定保底等固定收费的情形，公司则按照合同约定的固定收费定期确认收入
数据服务及其他		提供完约定的数据服务并经客户确认后进行收入确认	公司根据合同约定或经客户确认的时间提供相关服务，并按照相关验收要求提交客户审核，经客户确认后进行收入确认

（二十二）政府补助

1、2017 年度

（1）与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（2）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

（3）与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（4）政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

2）财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

2、2015 年度和 2016 年度

（1）与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

（2）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（二十三）递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（二十四）经营租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十五）分部报告

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定经营分部。公司的经营分部是指同时满足下列条件的组成部分：

1、该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；

2、管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；

3、能够通过分析取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。

七、税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	法定税率
增值税	销售货物或提供应税劳务	见下表
城市维护建设税	应缴流转税税额	5%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
文化事业建设费	计费销售额	3%
企业所得税	应纳税所得额	见下表

报告期内，发行人合并内主体内的增值税和所得税情况如下：

纳税主体名称	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	增值税	企业所得税	增值税	企业所得税	增值税	企业所得税
每日互动	6%、17%	12.5%	6%	免	6%	免
每日轩昂	3%	25%	3%	25%	3%	25%
杭州应景	3%	25%	3%	25%	3%	25%
杭州云盟	6%	25%	6%	25%	6%	25%
北京八爪鱼	6%	25%	6%	25%	6%	25%
上海蓝豹	6%	25%	6%	25%	6%	25%
北京云盟	6%	25%	6%	25%	6%	25%
杭州云深	6%、17%	20%				

（二）税收优惠

1、根据《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）、《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）和《软件企业认定管理办法》（工信部联软〔2013〕64 号）的有关规定，并经浙江省经济和信息化委员会审核，公司被认定为软件

企业，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。2015 年度为公司第一个获利年度，2015 年度及 2016 年度免征企业所得税，2017 年度按照 25%的法定税率减半征收企业所得税。

2、公司已于 2016 年 11 月 21 日取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201633000602，有效期为三年。

3、根据《财政部国家税务总局科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119 号）及《国家税务总局关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2015 年第 97 号）等文件的规定，公司本期发生的研发费用，在按规定据实扣除的基础上，可按照本年度实际发生额的 50%，从本年度应纳税所得额中扣除。

4、根据《财政部国家税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2017〕43 号）的规定，杭州云深公司系小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

八、分部信息

（一）主营业务收入

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
移动应用开发者服务	20,492.32	5,768.20	2,767.80
移动互联网营销服务	10,851.19	11,194.42	4,948.82
数据服务及其他	1,953.56	728.22	51.42
合计	**33,297.08**	**17,690.84**	**7,768.03**

（二）主营业务成本

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
移动应用开发者服务	1,744.24	655.22	385.08
移动互联网营销服务	3,993.66	5,026.44	2,127.82
数据服务及其他	364.31	107.04	7.15

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
合计	6,102.21	5,788.70	2,520.05

九、非经常性损益

依据天健会计师核验的非经常性损益明细表，公司报告期内非经常性损益的具体内容、金额及扣除非经常性损益后的净利润金额如下所示：

单位：万元

非经常性损益明细项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	466.26	-	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	161.88	150.00	517.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-33.02	0.39
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	1,450.99	276.45	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-

非经常性损益明细项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-36.67	2.57	-1.36
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小计	**2,042.46**	**396.00**	**516.03**
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	275.44	-	-
少数股东损益	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,767.02	396.00	516.03

报告期内，公司非经常性损益主要由非流动资产处置损益、政府补助和银行理财收益构成。报告期内，公司扣除所得税影响后的非经常性损益分别为 516.03 万元、396.00 万元和 1,767.02 万元，占当期归属于母公司净利润的比例分别为 47.73%、11.54%和 12.03%。

十、报告期内的主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动比率（倍）	15.03	27.65	11.14
速动比率（倍）	15.02	27.65	11.13
资产负债率（母公司）	5.16%	3.10%	11.69%
归属于发行人股东的每股净资产（元）	2.45	8.92	不适用
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.49%	0.65%	0.00%
财务指标	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
应收账款周转率（次）	5.70	5.48	3.97
存货周转率（次）	不适用	不适用	不适用
息税折旧摊销前利润（万元）	17,930.54	4,124.79	1,368.36
归属于母公司股东的净利润（万元）	14,684.84	3,430.40	1,081.12
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	12,917.82	3,034.40	565.09
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.34	0.65	不适用
每股净现金流量（元）	0.27	3.88	不适用

注：公司是一家以大数据垂直化应用收入为主的轻资产公司，报告期内为便利业务开展而外购了少量库存商品，金额较小，故不计算存货周转率；公司于 2016 年整体改制为股份有限公司，故未计算 2015 年作为有限公司时的每股相关指标；2017 年度，公司每股指标下降，主要是由于公司 2017 年 6 月进行增资，股本由 8,231.71 万元增值 36,000 万元所致。

相关财务指标计算公式如下：

1、流动比率=流动资产÷流动负债
2、速动比率=（流动资产－存货）÷流动负债
3、资产负债率=负债总额÷资产总额×100%
4、归属于发行人股东的每股净资产=归属于母公司股东权益数÷期末股本总额
5、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
6、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额
7、存货周转率=营业成本÷存货平均余额
8、息税折旧摊销前利润=税前利润＋利息支出＋折旧支出＋摊销
9、利息保障倍数=息税前利润÷利息费用
10、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末普通股份总数
11、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股份总数

（二）净资产收益率及每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 1 号—非经常性损益》和《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）的要求，报告期内公司加权平均净资产收益率、基本每股收益及稀释每股收益如下：

项目		加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2017 年度	18.18	0.41	0.41
	2016 年度	8.51	0.10	0.10
	2015 年度	15.45	不适用	不适用
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2017 年度	15.99	0.36	0.36
	2016 年度	7.67	0.09	0.09
	2015 年度	14.51	不适用	不适用

注：

1、加权平均净资产收益率计算公式

加权平均净资产收益率=P/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益公式计算：

基本每股收益=P÷S；S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益公式计算

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十一、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

十二、股份支付

公司原由实际控制人方毅和其他方在境外投资的个信开曼通过红筹架构进行控制。

根据个信开曼于 2012 年 7 月 31 日股东会通过的员工持股计划，个信开曼拟发行 2,143,000.00 普通股（占个信开曼 2014 年 6 月 B 轮融资后股份总数的 7.24%）用于对本公司员工实施激励。

个信开曼已于 2012 年 7 月 31 日、2013 年 11 月 28 日和 2015 年 2 月 10 日，分三次累计授予公司在职员工董霖等 46 人共计 1,600,000.00 股期权（占个信开曼 2014 年 6 月 B 轮融资后股份总数的 5.41%），授予价格分别为 0.20 美元/股、0.30 美元/股和 2.50 美元/股，该等员工自其为公司服务满 4 年，并满足授予协议规定的其他条件即可按授予价格购买授予的股份。在公司红筹架构拆除前，员工持股计划拟发行股份总数占个信开曼总股份的 7.24%，其中，已授予员工的股份总数占个信开曼股份总数的 5.41%，上述员工实际未进行行权。

为了进行红筹架构的拆除，同时继续执行原有的员工持股计划，2015 年 11 月，由公司员工董霖等 46 人和方毅共同出资的员工持股平台我了个推受让了个信互动持有的公司 18.01%股权。其后经过系列增资和股权变更，公司于 2015 年 12 月 VIE 架构拆除时，我了个推相应持有公司 7.24%的股权。

根据境外期权终止协议，个信开曼授予董霖等 46 人的期权予以终止，同时根据公司员工董霖等 46 人、方毅和我了个推于 2015 年 9 月签订的《合伙协议》及 2015 年 10 月签订的《期权授予协议之补充协议》，境外期权通过境内主体我了个推获得并加速行权。本公司于 2015 年 12 月 VIE 架构拆除时，公司员工董

霖等 46 人通过持有我了个推 74.66%股权，相应间接持有公司 5.41%股权；方毅持有我了个推其余 25.34%股权，相应间接持有公司 1.83%股权。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定，公司上述员工持股计划实际于 2012 年 7 月开始实施，于 2015 年 11 月在境内行权，并于 2015 年 12 月完成加速行权的份额配比。根据各次授予日被授予股权的公允价值与行权成本的计算，公司累计确认管理费用-股份支付 5,815,170.63 元（其中 2014 年度 1,424,089.68 元，2015 年度 1,299,620.15 元），相应增加资本公积-股本溢价 5,815,170.63 元。

十三、承诺、或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项

（一）承诺

截至 2017 年 12 月 31 日，公司无自有房产，公司办公场所均系租赁取得，公司重要租赁事项说明如下：

序号	出租方	承租方	租赁房屋位置	租赁期限	面积（平方米）	租金总额（万元）
1	杭州福风文化创意有限公司	每日互动	杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 4 层 1401 室	2017.3.1-2019.9.30	900.00	200.62
2			杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 3 层 1302-1 室	2017.3.1-2019.9.30	230.00	51.27
3			杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 3 层 1302-2、1303 室	2017.9.1-2019.9.30	410.00	73.38
4			杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼第 3 层 1301 室	2017.5.1-2019.9.30	255.00	53.11
5			杭州市西斗门路 9 号（福地创业园 2.0 创业园）4 号楼第 4 层	2016.10.1-2019.9.30	1,030.00	266.92
6			杭州市西斗门路 9 号（福地创业园 2.0 创业园）4 号楼第 3 层 4301 室	2017.12.1-2019.9.30	391.00	62.07
7			杭州市西斗门路 9 号（福地创业园 2.0 创业园）4 号楼第 3 层 4303、4306 室	2017.12.21-2019.9.30	555.00	85.44

序号	出租方	承租方	租赁房屋位置	租赁期限	面积（平方米）	租金总额（万元）
8			杭州市西斗门路 9 号福地创业园二期 2 号楼第 1 层 2A06 室	2017.1.1-2017.12.31	16.00	1.20
9			杭州市西溪路 525 号 A 楼西区 418 室	2016.1.21-2018.1.20	68.59	12.84
10	汤建光	每日互动	广州越秀区珠江新城广州大道中路 307 号 C 栋 3203 房	2016.5.25-2018.6.24	186.59	52.80
11	魏春利	北京云盟	北京海淀区北二街 8 号 8 层 911	2017/4/1-2018/3/31	145.89	53.25
12	王安君	上海蓝豹	江苏路 369 号 16D	2017.5.1-2018.2.28	133.48	28.01

（二）或有事项

截至 2017 年 12 月 31 日，公司不存在需要披露的重大或有事项。

（三）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在应披露的资产负债表日后事项。

（四）其他重要事项

除本招股说明书“第十一节 其他重要事项”列示的重要事项外，公司不存在需要披露的其他重要事项。

十四、盈利能力分析

报告期内，公司业务快速成长，盈利能力较强，主要经营情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	33,297.08	17,690.84	7,768.03
营业成本	6,102.21	5,788.70	2,520.05
营业利润	16,681.16	3,270.20	574.13
利润总额	16,653.88	3,407.50	1,081.12
净利润	14,684.80	3,430.03	1,081.12
归属于母公司股东的净利润	14,684.84	3,430.40	1,081.12
毛利率（%）	81.67	67.28	67.56
净利率（%）	44.10	19.39	13.92

（一）营业收入分析

报告期内，公司营业收入构成如下所示：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	33,297.08	100.00	17,690.84	100.00	7,768.03	100.00
营业收入合计	**33,297.08**	**100.00**	**17,690.84**	**100.00**	**7,768.03**	**100.00**

报告期内，公司收入全部来自于主营业务收入，主营业务突出。报告期内，公司营业收入分别为 7,768.03 万元、17,690.84 万元和 33,297.08 万元，同比分别增长 367.89%、127.74%和 88.22%，增速较快。

1、主营业务收入构成及变动分析

公司主营业务收入包括移动应用开发者服务、移动互联网营销服务和数据服务及其他，其具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动应用开发者服务	20,492.32	61.54	5,768.20	32.61	2,767.80	35.63
移动互联网营销服务	10,851.19	32.59	11,194.42	63.28	4,948.82	63.71
数据服务及其他	1,953.56	5.87	728.22	4.12	51.42	0.66
合计	**33,297.08**	**100.00**	**17,690.84**	**100.00**	**7,768.03**	**100.00**

报告期内，公司收入主要来自移动应用开发者服务和移动互联网营销服务，二者合计占营业收入的比例超过 90%。2015 年度，随着公司大数据资源的不断积累、大数据技术的不断加强，公司移动互联网营销业务取得较大突破，移动互联网营销业务收入占比快速上升，超过移动应用开发者服务收入。2016 年度，移动应用开发者服务收入和移动互联网营销服务收入继续保持快速增长，其他数据服务也实现了收入规模的突破，但占比仍然较低。2017 年度，经过前期的快速发展期，移动互联网行业终端用户增长逐渐趋缓，对于用户存量巨大的头部移动应用，通过移动互联网营销活动实现用户规模增长的获客成本上升，因而开始转向成本相对较低的存量用户唤醒业务；另一方面受下游移动应用开发者运营策略的变化，其营销需求在新增用户获取和存量用户唤醒间发生变化，移动应用开

发者更加注重对存量用户的唤醒，其营销预算更多地向轻推送业务倾斜，因此公司的移动应用开发者服务收入增幅较快，占比超过 50%。

（1）移动应用开发者服务

公司的移动应用开发者业务主要面向移动应用开发者，为其提供高效的消息推送技术服务、用户画像服务及数据统计服务等。公司通过建立官方网站、广告宣传、参加行业内会议、客户推荐以及直接营销等方式获得客户。移动应用开发者拟使用公司 SDK 类产品、获取相应服务时，均需进入公司官网，登陆并注册账号，根据需要下载个推 SDK 或个像 SDK，以及获取相应服务。

当移动应用开发者在其开发的移动应用中嵌入公司的推送 SDK 后，随着应用开发者将移动应用分发、推广，作为移动应用的一部分，公司的推送 SDK 也相应得到推广。移动应用的终端用户也是公司的终端用户，移动应用的下载、安装数量直接决定了公司的终端用户数量。因此，公司终端客户流量的取得主要依赖于接入公司推送 SDK 的移动应用的数量以及移动应用的覆盖数量，在为移动应用开发者提供技术服务的同时，公司无需为获取终端客户流量支付额外成本。

报告期内公司移动开发者服务业务分别实现营业收入 2,767.80 万元、5,768.20 万元和 20,492.32 万元，2016 年度和 2017 年度分别增长 3,000.40 万元和 14,724.12 万元，同比增长 108.40%和 255.26%，主要得益于报告期内公司技术推送服务实现较快增长，主要是由于一方面随着移动互联网的快速普及和智能手机用户数量的持续增长，移动互联网行业迎来了快速发展期，移动应用开发企业数量不断增加，报告期内公司主要产品“个推 SDK”的累积有效接入应用数保持迅速增长，分别为 22,989 个、49,897 个和 80,074 个，公司技术推送服务的付费客户数量也随之不断增长，从而推动公司移动应用开发者服务收入的大幅增长；另一方面，受下游移动应用开发者运营策略的变化，其营销需求在新增用户获取和存量用户唤醒间发生变化，2017 年度开发者更加注重对存量用户的唤醒，因此其营销预算更多地向轻推送业务倾斜，从而推动公司移动应用开发者服务收入的大幅增长。

报告期内，公司基础推送服务累计付费接入应用数及平均收入变动情况如下表所示：

单位：万元

期间	累计付费接入应用数	分月业务收入	平均付费应用收入
2015 年 1 月	70	117.55	1.68
2015 年 2 月	77	114.88	1.49
2015 年 3 月	89	121.48	1.36
2015 年 4 月	98	127.68	1.30
2015 年 5 月	104	133.66	1.29
2015 年 6 月	114	147.48	1.29
2015 年 7 月	121	156.23	1.29
2015 年 8 月	132	161.86	1.23
2015 年 9 月	150	174.44	1.16
2015 年 10 月	163	202.26	1.24
2015 年 11 月	174	211.39	1.21
2015 年 12 月	186	227.19	1.22
2016 年 1 月	168	177.91	1.06
2016 年 2 月	181	188.71	1.04
2016 年 3 月	185	191.79	1.04
2016 年 4 月	192	199.00	1.04
2016 年 5 月	199	224.30	1.13
2016 年 6 月	211	233.71	1.11
2016 年 7 月	217	241.80	1.11
2016 年 8 月	218	260.06	1.19
2016 年 9 月	224	250.82	1.12
2016 年 10 月	234	247.76	1.06
2016 年 11 月	244	245.60	1.01
2016 年 12 月	245	252.56	1.03
2017 年 1 月	223	236.71	1.06
2017 年 2 月	231	255.65	1.11
2017 年 3 月	244	266.4	1.09
2017 年 4 月	248	263.56	1.06
2017 年 5 月	257	258.97	1.01
2017 年 6 月	261	249.43	0.96
2017 年 7 月	269	276.12	1.03
2017 年 8 月	286	275.24	0.96

期间	累计付费接入应用数	分月业务收入	平均付费应用收入
2017 年 9 月	368	232.59	0.63
2017 年 10 月	377	257.80	0.68
2017 年 11 月	404	273.79	0.68
2017 年 12 月	426	306.04	0.72

公司累计付费接入应用数和分月收入呈增长趋势，平均付费应用收入逐渐下降，主要是由于公司基础推送主要以日联网峰值作为标准阶梯收费，头部应用逐渐接入公司 SDK 后，后续接入应用带来的边际效益递减所致。

报告期各月，公司网页浏览量、注册量、下载量、基础推送收入金额如下：

单位：个、万元

期间	网站访问数	独立访客数	SDK 独立下载量	新增注册数	新增付费接入数	销售收入
2015 年 1 月	-	-	-	923	16	117.55
2015 年 2 月	-	-	-	536	7	114.88
2015 年 3 月	-	-	-	1,028	12	121.48
2015 年 4 月	-	-	-	1,247	9	127.68
2015 年 5 月	-	-	-	1,132	6	133.66
2015 年 6 月	-	-	-	1,289	10	147.48
2015 年 7 月	-	-	-	1,414	7	156.23
2015 年 8 月	-	-	-	1,503	11	161.86
2015 年 9 月	-	-	-	1,349	18	174.44
2015 年 10 月	-	-	-	1,498	13	202.26
2015 年 11 月	-	-	-	1,856	11	211.39
2015 年 12 月	-	-	-	2,106	12	227.19
2016 年 1 月	-	-	-	2,167	-18	177.91
2016 年 2 月	-	-	-	1,274	13	188.71
2016 年 3 月	-	-	-	2,168	4	191.79
2016 年 4 月	-	-	-	2,152	7	199.00
2016 年 5 月	-	-	-	2,361	7	224.30
2016 年 6 月	-	-	-	2,203	12	233.71
2016 年 7 月	-	-	-	2,596	6	241.80
2016 年 8 月	-	-	-	2,847	1	260.06
2016 年 9 月	-	-	-	2,309	6	250.82

期间	网站访问数	独立访客数	SDK 独立下载量	新增注册数	新增付费接入数	销售收入
2016 年 10 月	-	-	-	2,085	10	247.76
2016 年 11 月	-	-	-	2,647	10	245.60
2016 年 12 月	292,827	47,228	5,595	2,099	1	252.56
2017 年 1 月	496,582	55,419	6,275	2,333	-22	236.71
2017 年 2 月	663,414	51,201	6,541	2,093	8	255.65
2017 年 3 月	764,783	66,980	11,415	2,897	13	266.4
2017 年 4 月	694,003	54,965	8,118	2,534	4	263.56
2017 年 5 月	688,692	54,851	7,579	2,525	9	258.97
2017 年 6 月	593,528	51,525	8,873	2,697	4	249.43
2017 年 7 月	695,170	72,713	7,697	2,711	8	276.12
2017 年 8 月	668,238	118,170	7,128	2,801	17	275.24
2017 年 9 月	767,666	104,345	6,761	2,652	82	232.59
2017 年 10 月	1,068,721	263,101	5,872	2,200	9	257.80
2017 年 11 月	612,805	71,892	6,686	2,630	27	273.79
2017 年 12 月	603,920	55,641	6,136	2,104	22	306.04

注：1、新增注册数为当月新增有效应用接入数，包括新增免费接入数和新增付费接入数；
2、2016 年 12 月以前，公司未在网站设置访问统计代码，无相关统计数据。

通过对访问量、SDK 下载量、访问下载比例、新接入应用数量及下载接入比例的趋势进行分析，除 2017 年中旬随着公司上市进程的推进，市场关注度上升，从而带来了较多的无效访问量外，上述指标变动趋势基本一致。

报告期内，公司移动应用开发者服务收入增长的主要原因如下：

A.付费客户数量增长。报告期内，公司付费客户数量变化情况如下所示：

单位：个

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年
技术推送付费客户数量	343	278	188
用户画像付费客户数量	6	1	-

公司移动应用开发者服务中，技术推送服务采取“免费+付费”的模式，多数技术推送客户均通过免费方式获得公司的技术推送服务，付费客户数量相对较少；报告期内，公司提供的用户画像服务均采用付费模式，用户需付费购买。

报告期内，付费客户数量增长较快，付费客户数量增加的主要原因是：

i.公司对移动应用开发者服务持续投入，尤其是技术推送产品“个推 SDK”经过不断版本升级，功能不断完善、服务能力不断增强，其良好的用户体验和优秀的技术特点得到众多移动应用开发者的信赖；

ii.随着移动应用用户数量的不断增加、移动应用运营精细化的趋势日益明显，开发者也不再满足于基本的技术推送服务，需要公司提供有针对性的、个性化的技术服务。

报告期各月，公司免费接入应用数和付费接入应用数的增量和存量情况如下：

期间	新增免费接入应用数	累计免费接入应用数	新增付费接入应用数	累计付费接入应用数
2015 年 1 月	907	7,961	16	70
2015 年 2 月	529	8,490	7	77
2015 年 3 月	1,016	9,506	12	89
2015 年 4 月	1,238	10,744	9	98
2015 年 5 月	1,126	11,870	6	104
2015 年 6 月	1,279	13,149	10	114
2015 年 7 月	1,407	14,556	7	121
2015 年 8 月	1,492	16,048	11	132
2015 年 9 月	1,331	17,379	18	150
2015 年 10 月	1,485	18,864	13	163
2015 年 11 月	1,845	20,709	11	174
2015 年 12 月	2,094	22,803	12	186
2016 年 1 月	2,185	24,988	-18	168
2016 年 2 月	1,261	26,249	13	181
2016 年 3 月	2,164	28,413	4	185
2016 年 4 月	2,145	30,558	7	192
2016 年 5 月	2,354	32,912	7	199
2016 年 6 月	2,191	35,103	12	211
2016 年 7 月	2,590	37,693	6	217
2016 年 8 月	2,846	40,539	1	218
2016 年 9 月	2,303	42,842	6	224
2016 年 10 月	2,075	44,917	10	234

期间	新增免费接入应用数	累计免费接入应用数	新增付费接入应用数	累计付费接入应用数
2016 年 11 月	2,637	47,554	10	244
2016 年 12 月	2,098	49,652	1	245
2017 年 1 月	2,355	52,007	-22	223
2017 年 2 月	2,085	54,092	8	231
2017 年 3 月	2,884	56,976	13	244
2017 年 4 月	2,530	59,506	4	248
2017 年 5 月	2,516	62,022	9	257
2017 年 6 月	2,693	64,715	4	261
2017 年 7 月	2,703	67,418	8	269
2017 年 8 月	2,784	70,202	17	286
2017 年 9 月	2,570	72,772	82	368
2017 年 10 月	2,191	74,963	9	377
2017 年 11 月	2,603	77,566	27	404
2017 年 12 月	2,082	79,648	22	426

注：接入应用数与客户数存在一定差异，同一客户可能存在多款应用。

除每年 1 月外，公司免费接入应用数及付费接入应用数持续增加。公司付费接入应用数在每年 1 月减少的主要原因在于每年年底客户因为预算审批的问题，在续费流程上面常出现搁置，此类客户暂时不做流失处理，而是统一将 10 月以后至第二年 1 月的用户在第二年 1 月来确认是否流失（是否续费或改成免费合同），所以导致 1 月份付费用户的减少。

B.移动互联网的普及、智能手机用户数量的持续增长，推动了移动互联网行业的发展，移动应用开发企业数量不断增加，目标客户群体不断发展壮大，为公司移动应用开发者服务的发展提供了良好的市场环境。

报告期内，公司移动应用开发者服务的收入占营业收入的比例分别为 35.63%、32.61%和 61.54%。2016 年度，移动应用开发者服务的收入占营业收入的比例较上年降低了 3.03 个百分点，主要是移动互联网营销业务收入快速增长所致；2017 年度，移动应用开发者服务的收入占营业收入的比例较上年上升了 28.94 个百分点，主要是技术推送服务收入增速较快所致。移动应用开发者服务业务是公司的业务基础，是移动互联网营销业务和其他数据服务得以开展的前提，对公司业务的发展具有重要意义。虽然公司向绝大部分移动应用开发者提供

免费服务，付费客户数量较少，但是通过该业务，公司的产品（如技术推送产品“个推 SDK”、用户画像产品“个像 SDK”、数据统计产品“个数 SDK”）得以覆盖数量庞大的移动终端，而公司在产品运营中经脱敏后积累的相关数据，则成为公司移动互联网营销业务和其他数据业务得以顺利开展的坚实基础。

（2）移动互联网营销服务

报告期内，移动互联网营销服务业务的收入占营业收入的比例分别为63.71%、63.28%和 32.59%。

报告期内，公司移动互联网营销服务收入分别为 4,948.82 万元、11,194.42 万元和 10,851.19 万元。2016 年度和 2017 年度，移动互联网营销服务收入分别较同期增加 6,245.60 万元和-343.22 万元，增长率分别为 126.20%和-3.07%。

2016 年度，公司移动互联网营销服务业务收入增长的主要原因如下：

A.互联网营销市场需求持续快速增长。基于对互联网营销领域发展前景的持续看好和对精准投放的深度需求，广告主对互联网营销广告的投放预算及实际投放规模持续增长，这为公司移动互联网营销服务收入的增长带来了良好的市场机遇。

B.依靠公司产品覆盖的大量移动终端，公司拥有较强的数据获取能力，并积累了海量相关业务数据，凭借优秀的数据挖掘与分析能力，可对终端用户群体进行用户画像、确定用户属性、描绘群体特征。依靠大数据能力和精准的用户画像分析，公司能够进行更加高效、精准的营销投放，获得了广告主/广告代理公司的青睐。为广告主和广告代理公司带来的良好投放效益，进一步带动其加大在公司的广告投入，成功案例和市场口碑也有助于为公司开发新的广告客户，推动公司移动互联网营销业务收入取得快速增长。

2017 年度，公司移动互联网营销服务业务的收入规模略有下降，但占营业收入的比例下降了 30.69 个百分点，主要原因是经过前期的快速发展期，移动互联网行业的终端用户增长逐渐趋缓，对于用户存量巨大的头部移动应用，通过移动互联网营销活动实现用户规模增长的获客成本上升，因而开始转向成本相对较低的存量用户唤醒业务；另一方面受下游移动应用开发者运营策略的变化，其营销需求在新增用户获取和存量用户唤醒间发生变化，2017 年度开发者更加注重

对存量用户的唤醒，因此其营销预算更多地向轻推送业务倾斜，从而导致了公司收入结构的调整。

公司移动互联网营销服务按类型分为品牌广告和效果广告。报告期各期，品牌广告收入和效果广告收入的具体构成，销售政策、定价方式、结算方式说明如下：

项目	销售政策	定价方式	结算方式
品牌广告	公司根据广告主的投放需求和预算，与广告主或广告代理商沟通后确定投放的目标人群、通知栏广告和应用内广告的投放排期，经双方确认后进行广告投放。信用期为收到相应待结算金额的发票之后 5 个工作日、7 个工作日、15 个工作日、45 个工作日、60 个工作日、90 个工作日内等完成付款。	遵循了市场化定价原则，综合考虑广告主的营销需求、投放人群、投放方式等确定最终的投放价格，一般按 CPM 的模式收费。报告期内通知栏广告平均单价约 0.2 元/条，应用内广告平均单价约 24 元/eCPM，单价受客户类型、采购量大小影响而不同，总体保持稳定。	电汇
效果广告	主要服务移动应用开发者、电商等客户，一般按 CPC、CPA、CPS 等基于投放效果的收费模式收费。双方对效果指标协商一致并签订合同后，公司开始广告投放。在广告完成投放后，双方依据事先约定的效果指标的完成情况进行后续结算。信用期为收到相应待结算金额的发票之后 5 个工作日、10 个工作日、28 个工作日、30 个工作日等完成付款。	遵循了市场化定价原则，依据广告效果指标向广告主收取费用，效果指标通常为新增用户数、新增安装量、点击数、销售收入等。根据具体业务的不同按照 CPA（激活）、CPA（注册）、CPC、CPS 等计费模式收费，报告期内价格受具体投放业务、商务谈判结果、投放数量的不同而有所区别，总体保持稳定。	电汇

（续上表）

单位：万元

项目	明细分类	释义	收入金额		
			2017 年度	2016 年度	2015 年度
品牌广告	直客	直接进行广告投放的广告主	866.08	271.51	32.59
	广告代理公司	公司通过与广告代理公司合作间接获得品牌广告主的订单	2,159.06	1,570.26	127.76
	小计		3,025.14	1,841.77	160.35
效果广告	CPC	Cost Per Click，即按点击计价的广告计费模式	911.89	2,605.86	2,449.57
	CPA	Cost Per Action，即按行为作为指标计费的模式	129.18	2,383.28	649.57
	CPS	Cost Per Sale，即按实际销售作为指标计费的模式	6,455.08	3,940.12	1,465.83

项目	明细分类	释义	收入金额		
			2017 年度	**2016 年度**	**2015 年度**
	固定收费	合同规定了保底金额，最终按保底金额收费	329.90	423.39	28.51
	其他	梦凯网络的代理广告收入	-	-	194.98
	小计		7,826.05	9,352.65	4,788.46
合计			**10,851.19**	**11,194.42**	**4,948.82**

公司移动互联网营销服务业务中效果广告占主要部分，效果广告系以促进销售为直接目的，广告主根据可衡量的广告效果进行付费的一种广告类别，市场需求较大，占收入比重较高。2015-2017 年度，公司效果广告收入在移动互联网营销服务业务中占比分别为 96.76%、83.55%及 72.12%。随着公司大数据资源的不断积累、大数据技术的不断加强，一些广告代理公司及部分直接客户寻找公司为其进行品牌推广，故品牌广告占比逐渐上升，但依然以效果广告为主。

公司品牌广告的具体展示途径包括：通知栏广告（在安卓系统移动终端的通知栏展现的广告信息）和应用内广告（在移动应用客户端内出现的广告，包括应用内的开屏、广告条、贴片、信息流等）。

公司的通知栏广告展示需要向移动应用开发者采购其推送通道，并按消息条数支付费用。公司的应用内广告需要移动应用开发者（如 Weibo、墨迹天气）等采购媒体资源。

公司效果广告的展示途径为通知栏广告，该部分广告资源一部分为公司通过增量更新等方式产生的自有流量，一部分为向移动应用开发者采购的消息推送通道。

报告期内，公司为开展品牌广告和效果广告支付的广告流量成本如下：

期间	类型	金额（万元）
2015 年	品牌广告	0.57
	效果广告	1,438.74
2016 年	品牌广告	668.51
	效果广告	3,086.33
2017 年	品牌广告	1,520.14
	效果广告	1,549.90

报告期内，公司存在广告配送、返点的优惠政策，具体说明如下：

广告配送：公司同部分客户签订合同时约定，该客户享有按全年实际平均广告费金额的 1.5、2.5 倍价值的广告赠送。赠送的广告服务在项目投放时一次性提供。赠送的广告服务实际摊薄了单位价格，对收入总额没有影响，公司亦不会提供后续赠送服务，不会出现跨期等现象。

返点：针对部分广告代理公司的品牌广告业务，部分直接客户的品牌广告业务及部分广告代理公司的效果广告业务，公司按实际广告费金额的一定比例给予客户返点优惠。

享有广告配送、返点优惠的主要客户统计如下：

单位：万元

序号	客户名称	返点金额统计（含税）			优惠内容（合同基本条款）
		2017 年度	2016 年度	2015 年度	
1	上海竞道广告有限公司	21.79	7.72	-	针对投放所涉及的推广费用给予 15%的返点
2	上海涵邑广告有限公司	6.40	-	-	按合作总额 10%的比例给予现金返还优惠
3	群邑（上海）广告有限公司	90.20	191.23	38.60	2016 至 2017 年度：按实际广告费金额的 20%返点；享有每日互动公司网站公开广告报价全年平均折扣 8 折优惠，并同时享有实际广告费金额的全年平均 1.5、2.5 倍价值的广告赠送； 2015 年度：按实际广告费金额的 10%、15%返点
	北京奔跑世纪科技发展有限公司	2.80	-	-	
4	北京新意互动广告有限公司	20.69	-	-	给予实际投放金额的 5%、20%的返点奖励
5	车立方文化发展（北京）有限公司	20.00	-	-	按实际广告费金额的 25%返点
6	广东省广告集团股份有限公司	41.13	-	-	广告资源折扣优惠政策：通知栏广告 8 折、应用内广告 6 折；通知栏广告配送 1.5 倍、应用内广告无配送； 合作的广告费总额给予 25%的现金返还优惠
7	华扬联众数字技术股份有限公司	60.56	23.27	-	享有每日互动公司网站公开广告报价 8 折优惠，并同时享有实际广告费金额 1.5 倍价值的广告赠

序号	客户名称	返点金额统计（含税）			优惠内容（合同基本条款）
		2017年度	2016年度	2015年度	
					送，且每半年赠送半年期广告发布费总金额10%的媒体资源；根据实际支付的广告发布费总额，给予25%返点之优惠待遇
8	科思世通广告（北京）有限公司	-	-	10.97	按实际投放金额的10%返点
9	电通数码（北京）广告有限公司	22.47	-	-	按实际投放金额的21%返点
10	上海李奥贝纳广告有限公司	30.97	-	-	按实际投放金额的10%返点
11	上海宾谷网络科技有限公司	20.70	-	-	针对投放所涉及的推广费用给予15%的返点
12	霍尔果斯智赢互动科技有限公司	130.98	-	-	根据年度总投放量X（万元），享受销售奖励政策；0<X<100，年度销售奖励比例10%，100≤X<300，年度销售奖励比例15%，300≤X<1000，年度销售奖励比例20%。
13	其他	56.66	-	-	按实际支付的广告发布费总额的8%-20%返点
合计		**525.35**	**222.22**	**49.57**	

注：WPP集团旗下凯帝珂广告（上海）有限公司、上海乾扬传媒有限公司以及北京奔跑世纪科技发展有限公司返点均一并返给群邑（上海）广告有限公司，2017年部分返点直接支付给北京奔跑世纪科技发展有限公司。

根据《企业会计准则第14号——收入》的相关规定，商业折扣，是指企业为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除。企业销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。

公司给予客户的返点系对客户采购行为给予的优惠，该经济行为类同于商业折扣。公司销售返点分两种方式：一是公司向客户开具销售发票时直接按扣减返点后的金额开具；二是公司按销售全额开具发票收取全款，返点优惠部分由客户单位开具服务费发票给公司，公司支付其返点优惠。公司对于上述两类销售返点的相关会计处理均为：公司先将符合收入确认条件的项目收入按照权责发生制原则确认应收账款和相应的营业收入，同时根据合同约定的返点比例计算返点金额，冲减应收账款和相应的营业收入。

报告期内，公司除向广告代理商支付销售返点外，无其他支付代理费的政策。

公司向广告代理商支付返点的具体政策的合同基本条款在报告期内基本无变化，除部分广告公司会根据不同的项目而调整返点的比例及年度之间返点比例进行适当调整外，其他政策无变化。

报告期，年度之间返点比例发生调整的主要客户如下：

客户名称	返点比例		
	2017 年度	**2016 年度**	**2015 年度**
群邑（上海）广告有限公司	20.00%	20.00%	10.00%、15.00%

公司向广告代理商支付的返点金额冲减营业收入，减少了盈利，具体影响金额如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
返点金额（含税）	525.35	222.22	49.57
冲减营业收入	495.61	209.64	46.76
营业收入	33,297.08	17,690.84	7,768.03
占营业收入比例	1.49%	1.19%	0.60%

由上表可知，公司给予客户的返点对营业收入产生影响，但各期返点金额占营业收入总额的比例较小，对企业盈利影响不大。

报告期内，公司向直接客户和广告公司销售收入金额，占比、变化情况如下表所示。

单位：万元

项 目		2017 年度			2016 年度			2015 年度		
		金额	占比（%）	变动幅度（%）	金额	占比（%）	变动幅度（%）	金额	占比（%）	变动幅度（%）
效果广告		7,826.05	72.12	-16.32	9,352.65	83.55	95.32	4,788.46	96.76	1936.00
品牌广告	直接客户	866.08	7.98	218.99	271.51	2.42	733.08	32.59	0.66	-
	广告公司	2,159.06	19.90	37.50	1,570.26	14.03	1129.09	127.76	2.58	-
合计		**10,851.19**	**100.00**	**-3.07**	**11,194.42**	**100.00**	**126.20**	**4,948.82**	**100.00**	**2004.18**

报告期内公司品牌广告收入中向直接客户和广告公司的销售收入均呈现出逐渐上升的趋势。随着移动互联网营销市场的不断增长，传统的品牌广告主也开始逐渐关注实际的投放效果，公司凭借优秀的数据挖掘与分析能力，能够进行更

加高效、精准的营销投放，为广告主和广告代理公司带来了良好投放效益，获得了广告主和广告代理公司的青睐。成功案例和市场口碑进一步带动其加大在公司的广告投入得同时，也有助于为公司开发新的广告客户，推动公司品牌广告收入取得快速增长。故 2015 年-2017 年品牌广告收入中向直接客户和广告公司的销售收入均逐年上涨。

报告期各期，公司前五名的广告代理公司客户收入及占比情况如下：

年度	序号	客户名称	收入（万元）	占移动互联网营销服务收入比例
2015 年	1	群邑（上海）广告有限公司	181.10	3.66%
	2	科思世通广告（北京）有限公司	93.12	1.88%
	3	广州市生活元素广告有限公司	17.92	0.36%
	4	云界文化传媒（上海）有限公司	5.19	0.10%
	5	广州和力广告传播有限公司	3.40	0.07%
	合计		**300.73**	**6.07%**
2016 年	1	凯帝珂广告（上海）有限公司	550.70	4.92%
		群邑（上海）广告有限公司	172.16	1.54%
		上海乾扬传媒有限公司	6.11	0.05%
		北京奔跑世纪科技发展有限公司	9.43	0.08%
	2	华扬联众数字技术股份有限公司	150.77	1.35%
	3	北京新意互动广告有限公司	123.55	1.10%
	4	上海李奥贝纳广告有限公司	56.60	0.51%
	5	杭州个房	56.13	0.50%
	合计		**1,125.45**	**10.05%**
2017 年	1	窄播（杭州）网络科技有限公司	428.20	3.95%
	2	群邑（上海）广告有限公司	239.46	2.21%
		北京奔跑世纪科技发展有限公司	6.79	0.06%
		凯帝珂广告（上海）有限公司	131.13	1.21%
	3	上海李奥贝纳广告有限公司	206.32	1.90%
	4	上海宾谷网络科技有限公司	110.66	1.02%
	5	上海竞道广告有限公司	107.61	0.99%
	合计		**1,230.18**	**11.34%**

报告期内，依托“个推 SDK”积累的海量数据和庞大终端覆盖量，公司开始在移动互联网营销领域进行大数据的变现尝试，结合智能标签和地理围栏技

术，推出了基于大数据的场景化移动营销平台。报告期内，在移动互联网营销服务的品牌广告业务中，公司主要通过广告代理公司开展业务，期间随着公司产品的效果和口碑不断积累，广告直客的收入占比逐渐上升。

报告期内，公司的广告代理公司客户主要包括 WPP 集团（全球最大广告传播集团之一，群邑（上海）广告有限公司、凯帝珂广告（上海）有限公司、上海乾扬传媒有限公司等均为 WPP 集团旗下企业）、科思世通广告（北京）有限公司、华扬联众数字技术股份有限公司、北京新意互动广告有限公司等国内外知名广告代理公司。其中，2015 年以来公司与 WPP 集团一直保持着良好业务关系。除此外，因具体执行的品牌广告不同，公司与不同的广告代理公司发生业务往来，变化相对较大。

报告期内公司主要广告代理公司客户的基本情况及交易历史如下：

A.WPP 集团旗下公司

i.群邑（上海）广告有限公司

公司名称	群邑（上海）广告有限公司
成立日期	2007 年 07 月 23 日
法定代表人	徐俊
注册资本	500 万美元
住所	上海市静安区恒丰路 385、399 号 20 楼
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告，提供品牌咨询、公共关系咨询、客户关系管理其他相关商业咨询服务、文化活动策划咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

ii.凯帝珂广告（上海）有限公司

公司名称	凯帝珂广告（上海）有限公司
成立日期	2004 年 11 月 05 日
法定代表人	徐俊
注册资本	500 万美元
住所	上海市黄浦区汝南街 63 号主楼 409B 单元
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告；提供品牌咨询，公共关系咨询及商业咨询服务。【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】

iii.上海乾扬传媒有限公司

公司名称	上海乾扬传媒有限公司
成立日期	2011 年 10 月 12 日
法定代表人	徐俊
注册资本	1,000 万元
住所	上海市徐汇区复兴西路 57 号甲 1 幢 512 室
经营范围	设计、制作、代理和发布国内外各类广告；提供企业营销咨询、管理咨询、品牌咨询、公共关系咨询服务。【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】

iv.北京奔跑世纪科技发展有限公司

公司名称	北京奔跑世纪科技发展有限公司
成立日期	2008 年 12 月 18 日
法定代表人	郑于聪
注册资本	2,139.25923 万元
住所	北京市海淀区王庄路 1 号院 4 号楼 17 层 1705 号
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布国内外各类广告；电脑动画设计；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议服务。

群邑（上海）广告有限公司、凯帝珂广告（上海）有限公司、上海乾扬传媒有限公司和北京奔跑世纪科技发展有限公司均隶属于 WPP 集团，为中国最大的媒介传播机构之一。2015 年，公司与 WPP 建立业务关系，至 2017 年一直与其保持业务往来。

B.科思世通广告（北京）有限公司

公司名称	科思世通广告（北京）有限公司
成立日期	2002 年 08 月 19 日
法定代表人	藤川敬直
注册资本	1,000 万元
住所	北京市海淀区大柳树富海中心 2 号楼 4 层 408-023
经营范围	设计、制作、代理、发布广告；营销策划；商务咨询、信息咨询。（该公司 2016 年 11 月 17 日前为内资企业，于 2016 年 11 月 17 日变更为外商投资企业；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）

科思世通广告（北京）有限公司成立于 2002 年，专注汽车品牌数字营销，为电通安吉斯（上海）投资有限公司的全资子公司，隶属于电通安吉斯集团。

公司仅 2015 年与其进行过业务合作，主要投放东风启辰广告。

C.广州市生活元素广告有限公司

公司名称	广州市生活元素广告有限公司
成立日期	1999 年 12 月 08 日
法定代表人	李弦
注册资本	166.29 万元
住所	广州市海珠区新港东路 51 号之二十五整栋自编 1003 号（仅限办公用途）
经营范围	商品零售贸易（许可审批类商品除外）；广告业；商品批发贸易（许可审批类商品除外）

公司仅 2016 年与广州市生活元素广告有限公司有业务往来，交易金额较小。

D.云界文化传媒（上海）有限公司

公司名称	云界文化传媒（上海）有限公司
成立日期	2013 年 10 月 28 日
法定代表人	贺栏河
注册资本	1,500 万元
住所	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 5 幢 1058 室
经营范围	文化艺术交流策划，设计、制作、代理、发布各类广告，图文设计制作，数字作品的数据库管理，动漫设计，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），文化产品设计，旅游资源开发，航运信息咨询，企业管理咨询，企业形象策划，会务服务，展览展示服务，电子阅读器、户外装备、体育用品、文具用品、工艺品的销售。【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】

公司仅 2015 年与云界文化传媒（上海）有限公司有业务往来，且交易金额较小。

E.广州和力广告传播有限公司

公司名称	广州和力广告传播有限公司
成立日期	2005 年 04 月 29 日
法定代表人	叶艳秋
注册资本	900 万元
住所	广州市海珠区滨江西路 206 号 701 房（仅作办公用途）
经营范围	广告业；贸易咨询服务；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）；会议及展览服务；市场营销策划服务；商品信息咨询服务；公共关系服务；企业形象策划服务；企业管理咨询服务

公司仅 2016 年与广州和力广告传播有限公司有业务往来，且交易金额较小。

F.华扬联众数字技术股份有限公司

公司名称	华扬联众数字技术股份有限公司
成立日期	1994 年 06 月 28 日
法定代表人	苏同
注册资本	16,000 万元
住所	北京市海淀区上地东路 5 号院 3 号楼 4 层 419 室
经营范围	技术开发、技术转让、技术服务；计算机技术培训；网络技术服务；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；企业形象策划。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

华扬联众数字技术股份有限公司成立于 1994 年，A 股上市公司（603825，SH），专注于为客户提供互联网广告服务，目前已发展成为国内互联网广告服务领域内具有竞争力的企业。公司 2016 年与华扬联众数字技术股份有限公司有业务往来，主要为其进行吉利帝豪、宝骏、江铃福特等广告的投放。

G.北京新意互动广告有限公司

公司名称	北京新意互动广告有限公司
成立日期	2002 年 12 月 30 日
法定代表人	曲伟海
注册资本	14,500 万元
住所	北京市海淀区西直门外大街 168 号腾达大厦 27 层 01-11 房间
经营范围	设计、制作、代理、发布广告；投资咨询；经济贸易咨询；技术服务、技术开发、技术推广；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；电脑动画设计；承办展览展示活动；企业管理咨询。（该企业在 2017 年 4 月 26 日前为内资企业，于 2017 年 4 月 26 日变更为外商投资企业。企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

北京新意互动广告有限公司成立于 2002 年，为专业的汽车行业数字营销解决方案提供商。公司 2016 年与其有业务往来，主要为其进行东风风神、一汽大众车展等广告的投放。

H.上海李奥贝纳广告有限公司

公司名称	上海李奥贝纳广告有限公司
成立日期	1994 年 11 月 07 日

法定代表人	Loris,Philippe NOLD
注册资本	21 万美元
住所	上海市虹口区沽源路 110 弄 15 号 306 室－1
经营范围	设计、制作、代理国内外各类广告并提供相关策划和咨询服务。【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】

上海李奥贝纳广告有限公司为隶属于美国李奥贝纳广告公司，为国际大型广告公司。公司 2016 年与其有业务往来，主要为其进行美赞臣等广告的投放。

I.杭州个房

公司名称	杭州个房信息科技有限公司
成立日期	2015 年 11 月 25 日
法定代表人	许群
注册资本	200 万元
住所	杭州余杭区仓前街道良睦路 1399 号 20 幢 2068 室
经营范围	技术开发、技术应用、技术服务、技术咨询及成果转让：互联网产品、大数据技术；服务：房地产咨询、房地产营销策划、房地产中介服务。

公司在 2016 年主要为杭州个房的多个房地产项目广告进行投放。

J.窄播（杭州）网络科技有限公司

公司名称	窄播（杭州）网络科技有限公司
成立日期	2014 年 08 月 01 日
法定代表人	刘鸣
注册资本	200 万元
住所	杭州市滨江区滨安路 1197 号 6 幢 102 室
经营范围	技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让：网络技术、计算机软硬件、计算机系统集成、电子商务技术、自动化控制系统与集成；承接:计算机网络工程；销售:计算机软硬件；服务:企业营销策划、企业形象策划、企业管理咨询、商务信息咨询；设计、制作、代理、发布:国内广告（除网络广告发布）。

窄播（杭州）网络科技有限公司为公司“个信”产品的全国总代理，主要服务于三四线城市的广告客户。

K.上海宾谷网络科技有限公司

公司名称	上海宾谷网络科技有限公司
成立日期	2011 年 06 月 07 日

法定代表人	周晓波
注册资本	100 万元
住所	上海市宝山区上大路 668 号 217G 室
经营范围	计算机软硬件开发；电脑网络工程；计算机软硬件（除计算机信息系统安全专用产品）、玩具销售；玩具、动漫设计；设计、制作、代理、发布各类广告。 【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】

2017 年，公司主要为上海宾谷网络科技有限公司进行马爹利、美孚机油等广告任务的投放。

L.上海竞道广告有限公司

公司名称	上海竞道广告有限公司
成立日期	2014 年 01 月 27 日
法定代表人	阮长俊
注册资本	4,000 万美元
住所	中国（上海）自由贸易试验区日樱南路 15 号二幢楼五层 A30 室
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告业务，文化艺术交流与策划、公关活动策划、企业形象策划、市场营销策划、舞台艺术造型策划，会务服务、展览展示服务、展台设计、礼仪服务，动漫设计、制作，贸易咨询，计算机信息系统的设计、调试和维护；计算机软硬件的批发。 【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】

2017 年，公司为上海竞道广告有限公司进行达能饮品、雪碧的广告投放。

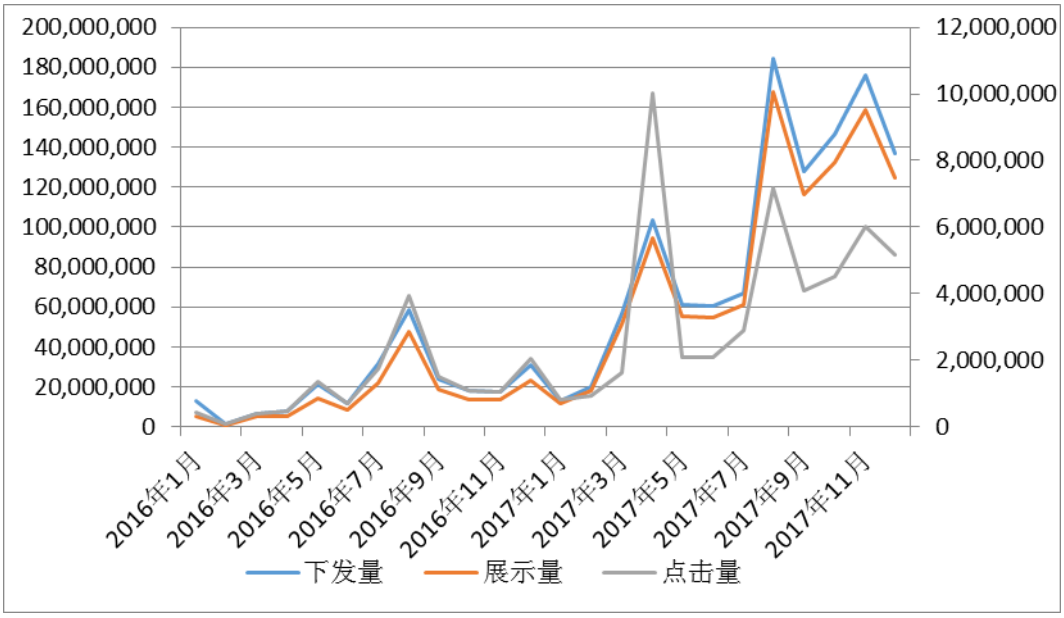
品牌广告的主要经营指标包括下发量、展示量、点击量等指标。报告期内，公司品牌广告的主要经营指标情况如下：

月份	下发量	展示量	点击量	销售收入金额（万元）	展示单价（元）	展现率	点击率
2016 年 1 月	13,343,679	5,437,235	430,964	114.89	0.21	40.75%	7.93%
2016 年 2 月	1,336,331	1,172,401	99,798	24.09	0.21	87.73%	8.51%
2016 年 3 月	6,433,456	5,274,877	394,312	67.68	0.13	81.99%	7.48%
2016 年 4 月	7,619,878	5,654,327	488,521	130.64	0.23	74.20%	8.64%
2016 年 5 月	21,126,300	14,049,713	1,360,597	190.59	0.14	66.50%	9.68%
2016 年 6 月	11,917,339	8,629,354	696,672	117.05	0.14	72.41%	8.07%
2016 年 7 月	31,825,207	22,280,844	1,739,964	155.93	0.07	70.01%	7.81%
2016 年 8 月	58,798,350	47,998,308	3,954,469	203.12	0.04	81.63%	8.24%
2016 年 9 月	23,792,851	18,584,834	1,517,845	254.90	0.14	78.11%	8.17%

2016 年 10 月	17,944,238	13,950,250	1,099,450	191.89	0.14	77.74%	7.88%
2016 年 11 月	17,752,797	13,620,680	1,060,265	157.26	0.12	76.72%	7.78%
2016 年 12 月	30,992,359	23,633,892	2,047,520	233.73	0.10	76.26%	8.66%
2017 年 1 月	13,233,734	12,047,938	833,052	82.77	0.07	91.04%	6.91%
2017 年 2 月	20,341,752	18,343,603	936,629	70.71	0.04	90.18%	5.11%
2017 年 3 月	56,774,906	51,251,963	1,619,900	180.23	0.04	90.27%	3.16%
2017 年 4 月	103,782,970	94,387,859	10,035,676	458.77	0.05	90.95%	10.63%
2017 年 5 月	61,013,671	55,681,440	2,107,988	199.48	0.04	91.26%	3.79%
2017 年 6 月	60,362,243	54,794,292	2,080,097	178.88	0.03	90.78%	3.80%
2017 年 7 月	67,228,916	61,126,545	2,916,739	106.84	0.02	90.92%	4.77%
2017 年 8 月	184,554,263	167,805,262	7,156,883	440.38	0.03	90.92%	4.26%
2017 年 9 月	127,968,184	116,085,973	4,108,727	487.95	0.04	90.71%	3.54%
2017 年 10 月	146,443,947	132,659,265	4,529,556	257.05	0.02	90.59%	3.41%
2017 年 11 月	175,829,780	158,444,532	6,025,363	343.46	0.02	90.11%	3.80%
2017 年 12 月	136,901,524	124,348,512	5,171,789	218.63	0.02	90.83%	4.16%

注：2015 年度数据因循环覆盖无法取得统计数据。

其变化趋势如下图所示：



由上图可见，品牌广告的下发、展示以及点击的增长趋势相近，因为品牌广告业务以广告展示结算为主，其展示率在不断提升，尤其是 2017 年之后，其展示率已经高达 90%以上，且保持稳定的趋势。而其点击率根据不同的广告服务，稳定在 3%-11%之间。从价格方面看，品牌广告自 2016 年下半年开始新增了应

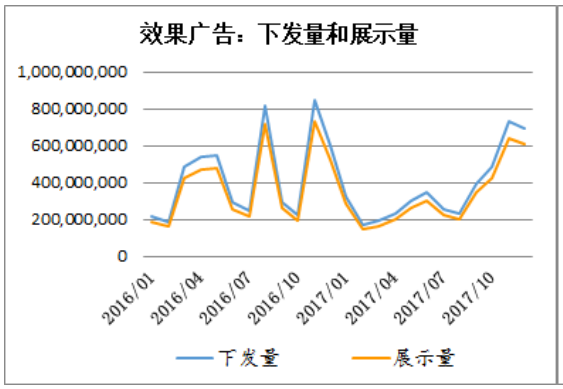
用内广告等多种展现形式，一般为千条结算，单价较低，故 2017 年品牌广告平均展示单价大幅下降，品牌广告因商务运营及市场定价原因使得各类单价存在一定浮动区间。2016 年 8 月品牌广告各类单价大幅下降的原因系由于商务原因导致部分客户已推送下发的项目未达客户逾期，实际未能取得业务收入，此外当月主要推送下发的巴黎欧莱雅项目单价较低。

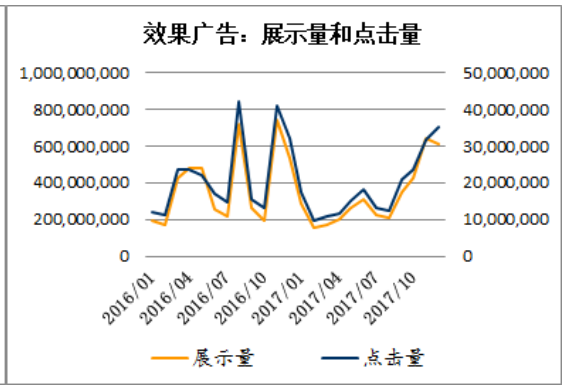
报告期内，公司效果广告主要经营指标如下表所示：

日期	下发量	展示量	点击量
2016 年 1 月	217,879,493	190,509,412	12,158,707
2016 年 2 月	191,959,310	167,868,316	11,111,127
2016 年 3 月	490,667,171	428,704,211	23,525,639
2016 年 4 月	543,842,112	475,810,437	23,395,447
2016 年 5 月	547,461,597	477,755,610	22,031,725
2016 年 6 月	296,060,316	259,048,478	16,852,407
2016 年 7 月	248,141,197	216,510,011	14,626,486
2016 年 8 月	817,473,871	718,206,911	42,010,750
2016 年 9 月	299,793,765	263,192,701	15,599,699
2016 年 10 月	225,168,080	196,864,762	13,124,111
2016 年 11 月	847,095,046	739,090,003	40,901,511
2016 年 12 月	605,242,273	529,827,922	32,123,170
2017 年 1 月	328,985,807	287,650,713	17,546,293
2017 年 2 月	174,086,690	152,044,239	9,674,123
2017 年 3 月	193,047,091	168,802,643	10,725,255
2017 年 4 月	232,470,491	202,621,082	11,475,075
2017 年 5 月	301,891,446	263,925,662	15,045,318
2017 年 6 月	351,429,256	307,269,490	18,174,627
2017 年 7 月	259,362,845	226,636,605	13,212,419
2017 年 8 月	236,038,513	206,708,483	12,378,397
2017 年 9 月	397,948,866	348,141,986	20,980,729
2017 年 10 月	490,072,641	427,616,954	23,456,688
2017 年 11 月	733,091,780	641,186,531	31,781,814
2017 年 12 月	699,525,580	611,781,273	35,052,215

注： 2015 年度数据因循环覆盖无法取得统计数据。

其变化趋势如下图所示：





从上图可得，报告期内公司效果广告业务的下发量、展示量、点击量变化趋势相一致，尤其在 2016 年 8 月、2016 年 11 月和 2017 年 11 月的增长趋势较为明显。2016 年 8 月，受奥运周期的影响，公司效果广告业务量提升明显；2016 年 11 月和 2017 年 11 月，受“双十一”购物节影响，公司效果广告业务量也有明显的增长。

报告期内，公司 CPC、CPA、CPS 等不同收费模式对应的收入及变化情况如下表所示。

单位：万元

项目	释义	收入金额		
		2017 年度	2016 年度	2015 年度
CPC	Cost Per Click，即按点击计价的广告计费模式	911.89	2,605.86	2,449.57
CPA	Cost Per Action，即按行为作为指标计费的模式	129.18	2,383.28	649.57
CPS	Cost Per Sale，即按实际销售作为指标计费的模式	6,455.08	3,940.12	1,465.83
固定收费	合同规定了保底金额，最终按保底金额收费	329.90	423.39	28.51
其他	梦凯网络的代理广告收入	=	-	194.98
小计		**7,826.05**	**9,352.65**	**4,788.46**

各收费模式对应的收入占各报告期总收入比重情况如下表所示。

收费模式	2017年度	2016年度	2015 年度
CPC	11.65%	27.86%	51.16%
CPA	1.65%	25.48%	13.57%
CPS	82.48%	42.13%	30.61%

收费模式	2017年度	2016年度	2015 年度
固定收费	4.22%	4.53%	0.60%
其他	0.00%	0.00%	4.07%
总计	**100%**	**100%**	**100%**

2015 年，CPC 和 CPS 收费模式的收入成为公司效果广告业务的主流；2016 年至 2017 年，CPS 模式的效果广告收入占比进一步提升，主要系公司进一步扩展了电商、搜索业务推广等按收入分成结算的效果广告业务所致。

（3）数据服务及其他

报告期内，公司数据服务及其他的收入分别为 51.42 万元、728.22 万元和 1,953.56 万元。2016 年度和 2017 年度，数据服务及其他的收入同比分别增加 676.80 万元和 1,225.34 万元，同比分别增长 1,316.22%和 168.26%。

数据服务收入增长的驱动因素是公司长期积累的海量数据、优秀的大数据挖掘及分析的能力，以及客户对优质数据及研究报告的需求。报告期内，数据服务的收入主要来自于公司运用个推大数据平台为企业、政府部门、咨询机构等特定客户提供数据服务获得的收入。公司积极拓展大数据在各垂直应用领域的应用，包括：为百度提供大数据用户画像服务，为杭州市旅游委员会提供旅游大数据人流分析服务，为北京金山安全软件有限公司提供 DMP 服务等。

报告期内，公司主要 DMP 服务项目的具体情况如下：

序号	公司名称	合同期间	服务内容	定价	结算方式
1	百度在线	2016 年 8 月 15 日-2017 年 8 月 14 日	通过数据平台向客户提供用户画像大数据	在满足月度日均 UV 不低于 1.5 亿，月度日均 PV 不低于 75 亿的条件下，合同总金额 900 万元	按月结算，每月的 5 日前对上月传输的数据进行核对，确认后，公司向百度提供结算单
2	杭州聚啦网络科技有限公司	2016 年 9 月 27 日-测试期费用结算完成	公司通过 DMP 数据平台将客户提供的数据通过大数据分析技术将数据进行分类和标签，并向客户回传标签数据	按数据调用的标签类别和数量计价，1-3.5 元/千次	按月结算，每月的 5 日前对上月发生的业务量进行核对，确认后开具发票
3	上海数策软件股份有限公司	2016 年 11 月 15 日-2017 年 12 月 31 日		按成功匹配并得到相关信息的条数结算，0.2 元/条	
4	北京金山安全软件有限公司	2016 年 10 月 31 日至		按匹配的有效标签数量计价，2	合同签订并开具发票后付款

序号	公司名称	合同期间	服务内容	定价	结算方式
		匹配完成		元/千个	

2、主要服务的销售价格及销量的变化情况

报告期内，公司主要服务的销售价格及销量的变化情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、（一）主要服务情况”。

3、报告期前五名客户

报告期内，公司主营业务收入的前五名客户的具体情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、（二）主要客户情况”。

（二）营业成本分析

1、主营业务成本变动分析

报告期内，公司主营业务成本的变动情况如下所示：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	6,102.21	100.00	5,788.70	100.00	2,520.05	100.00
营业成本合计	**6,102.21**	**100.00**	**5,788.70**	**100.00**	**2,520.05**	**100.00**

报告期内，公司营业成本均为主营业务成本。随着公司业务的快速发展，主营业务成本也相应增加。

公司业务主要分为移动应用开发者服务、移动互联网营销服务和数据服务及其他三类，具体业务流程以及涉及的成本构成要素汇总统计如下：

业务类别	业务明细	具体业务流程	涉及成本要素
移动应用开发者服务	基础推送	公司在自身官网上为移动应用开发者提供“个推 SDK”，移动应用开发者自行下载将其集成进自身 APP 后实现消息推送并每月根据后台统计的同时在线数，以阶梯定价、封顶收费等模式收费结算。	职工薪酬、技术服务费和折旧费

业务类别	业务明细	具体业务流程	涉及成本要素
	轻推送	公司直接与 APP 开发者签订合同后，根据对方的业务需求及运营指标制定推送任务，并通过个推的合并链路帮助该 APP 完成消息的下发，在业务执行完毕后，公司与移动应用开发者的后台数据对账，以实际确认数据进行收费。	
移动互联网营销服务	品牌广告	由客户提出需求，经公司分析需求并考虑是否需要利用外部媒体资源后反馈可投放量，由客户确认排期下单并提供广告素材，经公司对相关资质、内容等审核通过后安排广告发布并在客户端展现，汇总投放数据及外放数据核对无误后，确认相应收入并对外部资源进行结算。	广告媒体或流量采购费、工资薪酬、技术服务费和折旧费
	效果广告	具体业务流程与品牌广告类似，区别在于最终投放成功后依据广告效果指标向广告主收取费用，效果指标通常为新增用户数、新增安装量、点击数、销售收入等	
数据服务及其他	DMP 服务	公司根据客户需求及样本数据，通过数据清洗、筛选，形成可被分析挖掘的数据，利用交、并、补等方式进行集合运算并得出结果集，向客户提供匹配或扩展后的标签数据，指导其进行后续的营销和业务决策。	工资薪酬、技术服务费、折旧费、项目外包成本和数据成本
	数据分析与咨询服务	公司与客户沟通明确目的、需求范围、交付期限并对需求进行分解，确定内容大纲后由 BI 部门对数据进行提数或编程统计，通过完整性检查后，依据内容大纲制作相关内容，经内部评审通过后向客户提报，提报通过形成报告并归档。	

上述成本构成要素归集、分配及结转方法具体说明如下：

（1）广告媒体或流量采购费

公司采购的广告流量分为两种：向移动应用开发者采购的媒体资源和向第三方效果广告公司采购的广告投放服务。

公司采购的媒体资源分为两种：通知栏广告的推送通道和应用内广告的媒体资源。

A.通知栏广告

通知栏广告的推送通道采购主要系公司向 APP 开发商采购的用于进行通知栏广告推送的推送通道。获得推送通道后，在经过 APP 开发商审核后，公司可将特定广告信息以该 APP 的通知栏广告的形式推送至移动终端。

在通知栏广告采购模式下，推送通道的采购通常按推送条数收费，根据实际使用情况主要采用按量计费的定价模式，同时结合保底、封顶等多种定价策略，推送成功后对相应采购费用进行结算并按照相应业务类别归集计入主营业务成本。

B.应用内广告

应用内广告的媒体资源采购主要分为竞价模式和非竞价模式。竞价模式下的采购是在私有化广告交易平台或公开广告交易平台上通过竞价的方式进行的。在该种模式下，公司通常已经获得广告主的投放预算或已确定拟投放人群，若公司基于自身的大数据分析认为某广告位指向的终端用户不是广告主目标客户，则不会进行采购，也不会有相应费用产生。在竞价模式下，实际采购的媒体资源价格因广告位的稀缺性，各方的出价有所不同。非竞价模式下的采购则没有竞价环节，可以使买卖双方按照协商好的价格或流量进行交易。两种模式下，公司均在推送成功后对相应采购费用进行结算并按照相应业务类别直接归集计入主营业务成本。

效果广告投放服务指公司向其他效果广告公司采购的广告投放服务。随着公司业务规模的不断增大，在自身投放资源不足或预期无法完成最佳投放效果时，公司也会与其他效果广告公司合作，通过其进行效果广告的投放。在此过程中，公司向其他效果广告公司提供用户筛选、媒体甄别等数据指导，采购预期投放效果最佳的效果广告投放服务。投放完毕后，双方按照事先约定的效果指标（如 CPA、CPC）实现情况进行结算并按照相应业务类别归集计入主营业务成本。

（2）工资薪酬

工资薪酬按部门进行归集分配。报告期计入主营业务成本的工资薪酬主要系

与公司服务直接相关的产品设计及运营维护人员工资。

（3）技术服务费

技术服务费主要包括 IDC 带宽及机柜租赁费。IDC 带宽及机柜租赁费用是指公司在 IDC 中心采购的带宽和机柜使用等技术服务费用。对于技术服务费，公司按年签订采购合同，按月平均摊销结转至主营业务成本，并根据各业务收入占比进行分配。

（4）折旧费

折旧费按设备实际使用用途进行归集分配，报告期计入主营业务成本的折旧费主要系与日常运维相关的服务器折旧。

（5）数据成本

数据成本是公司为开展数据服务业务而对外采购的标签查询等数据服务。

（6）项目外包成本的归集、分配情况

2017 年度，公司主营业务成本中的项目外包成本主要是公司项目开展中外包的软件开发和技术服务费用等。

综上所述，公司各类成本确认的具体原则以及归集、分配、结转方法符合公司的实际经营情况和《企业会计准则》的相关规定。

2、主营业务成本构成分析

报告期内，公司主营业务成本构成如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告媒体或流量采购费	3,070.04	50.31	3,754.84	64.86	1,439.31	57.11
工资薪酬	1,214.75	19.91	1,000.70	17.29	594.28	23.58
技术服务费	1,218.07	19.96	762.84	13.18	472.76	18.76
折旧费	461.98	7.57	257.22	4.44	13.70	0.54
数据成本	83.35	1.37	13.10	0.23	-	-
项目外包成本	54.02	0.89	-	-	-	-

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	**6,102.21**	**100.00**	**5,788.70**	**100.00**	**2,520.05**	**100.00**

报告期内，公司主营业务成本主要包括：与移动互联网营销业务相关的广告媒体或流量采购费，与公司主营业务运营直接相关的工资薪酬、技术服务费、折旧费和项目外包成本等。报告期内，公司主营业务成本分别为 2,520.05 万元、5,788.70 万元和 6,102.21 万元。

（1）广告媒体或流量采购费

广告媒体或流量采购费主要包括向应用开发者采购的用于广告投放的媒体资源和委托第三方进行广告投放的流量费用。报告期内，公司的广告媒体或流量采购费分别为 1,439.31 万元、3,754.84 万元和 3,070.04 万元，占主营业务成本的比例分别为 57.11%、64.86%和 50.31%。

2015 年度以来，随着移动互联网营销服务收入规模快速增长，公司自有广告流量已无法满足业务发展的需求，公司开始对外采购广告流量，广告媒体或流量采购费与移动互联网营销业务收入的变动趋势基本一致，具体如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
广告媒体或流量采购费（万元）	3,070.04	3,754.84	1,439.31
移动互联网营销业务收入（万元）	10,851.19	11,194.42	4,948.82
广告媒体或流量采购费/移动互联网营销业务收入	**28.29%**	**33.54%**	**29.08%**

A.采购原则

公司遵循“以销定采”的广告流量采购原则，公司业务部门会根据业务发展需要预估所需的广告流量，向广告流量采购部门提出申请，采购部门在市场上询价后，综合考虑流量可用性、价格、系统接入复杂性等因素后进行采购。

B.业务流程

公司广告流量采购的具体业务流程包括以下五步：（1）业务部门根据预估业务量提出采购需求；（2）采购部门根据需求量在市场上初步询价；（3）采购部门将初步询价结果报送公司内部会议，内部会议综合考虑流量可用性、价格、系统

接入复杂性等因素后进行确定；（4）公司进行接入测试；（5）正式与流量方签订采购合同。

C.与品牌广告和效果广告的对接方式

公司开展品牌广告业务所需的广告投放流量分为通知栏广告的推送通道和应用内广告的媒体资源（以下统称“媒体资源”）。公司与广告流量供应商（以下简称“媒体方”）展开合作后，公司品牌广告系统会与媒体方系统进行对接，当推送通道或媒体资源使用消耗后，会记录在公司系统中，公司会根据后台记录数据与媒体方核对后进行结算。

公司开展效果广告业务所需的广告投放流量分为媒体资源和效果广告投放服务两种。对于媒体资源的采购，与品牌广告类似，公司的效果广告系统会与媒体方系统进行对接，当推送通道或媒体资源使用消耗后，会记录在公司系统中，公司会根据后台记录数据与媒体方核对后进行结算。

公司对效果广告投放服务的采购指当公司自身投放资源不足或预期无法完成最佳投放效果时，与其他效果广告公司合作的一种广告流量采购形式。公司会将在手的部分效果广告订单交由其他效果广告公司执行，并在过程中提供用户筛选、媒体甄别等数据指导。投放完毕后，双方按照事先约定的效果指标（如 CPA、CPC）实现情况进行结算。

D.两种广告业务下广告流量采购金额、计价方式、数据来源、核算口径和方法

报告期内，公司两种广告业务下广告流量采购金额如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
品牌广告	1,520.14	668.51	0.57
效果广告	1,549.90	3,086.33	1,438.74
合计	**3,070.04**	**3,754.84**	**1,439.31**

公司广告流量采购的计价方式主要包括 CPM、CPC 等形式，公司主要根据系统后台统计数据与媒体方进行核对，双方对账无误后进行结算。

E.广告流量采购数量和金额是否能够可靠计量，是否具有第三方数据验证，公司对其运行情况和效果的管理方法

在广告流量的采购上，其数量和金额无第三方数据验证，但公司制定了相关的广告流量采购制度和内控措施，规范了采购程序，保证了公司广告流量采购数量和金额的可靠性，具体如下。

i.媒体资源的采购

对于媒体资源的采购，公司主要通过程序化交易的形式完成，双方的数据统计工作均通过对接后的系统自动计算完成。为保证数据统计的可靠性，公司在接入潜在媒体方时，会首先进行接入测试，排除技术问题导致的系统间计数统计差异；测试完成后，公司测试人员会将测试报告发至公司采购、产品及运营人员，由其进行核对通过；测试通过后，公司将进行媒体方的试运营，查看其在运营周期中的稳定性，同时安排合同的内部审批流程；试运营完成，公司对媒体质量较为满意后，再安排大规模的使用。

在结算流程上，公司业务人员会根据系统记录媒体资源使用量按月与媒体方进行数量与金额的核对，若差异较大，双方会对造成差异的原因进行仔细排查，确定其差异原因后协商解决。由于公司制定了测算和试运营制度，确保了数据核对的稳定性，报告期内，公司与主要媒体方结算差异较大的情况较少。

ii.对效果广告投放业务的采购

对于效果广告投放服务的采购，公司会根据最终客户记录的点击数（适用于CPC）、安装量（适用于 CPA）、销售量（适用于 CPS）等指标与第三方效果广告公司进行结算，如有差异，以公司根据最终客户记录的相关数据为主。由于最终客户（如百度）存有其自身产品（如百度地图）详尽的推广运营数据，能够区分各渠道为其带来的推广流量，按最终客户记录的数据结算能较好地保证公司广告流量采购数量及金额的可靠性。

综上，报告期内，公司广告系统运行稳定，与主要媒体方合作良好、结算正常，广告流量数量及金额计量可靠。

（2）工资薪酬

报告期内，主营业务成本中的工资薪酬分别为 594.28 万元、1,000.70 万元和 1,214.75 万元，增幅较快，主要是报告期内公司业务规模增大，员工数量及平均薪酬均有所增加。

报告期内，工资薪酬占主营业务成本的比例分别为 23.58%、17.29%和 19.91%，呈先降后升的趋势，主要是随着公司业务发展和营业收入增长，公司的主营业务成本也逐步增长。2016 年度，公司主营业务成本中工资薪酬增长 68.39%，主营业务成本总体增长幅度达到 129.71%，因此工资薪酬占主营业务成本的比例下降；2017 年度，公司主营业务成本中工资薪酬增长 21.39%，主营业务成本总体增长 5.42%，因此工资薪酬占主营业务成本的比例上升。

报告期各期，公司平均员工人数及专业构成情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“九、（二）员工薪酬结构”

公司研发人员中部分员工所做工作与公司主营业务的日常运营直接相关，公司根据《企业会计准则》的相关规定将其薪酬纳入主营业务成本核算。报告期各期，公司主营业务成本核算员工平均人数变动情况如下表所示：

单位：人

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
成本类人员	49	49	30

报告期初，公司营业成本核算员工平均人数较少，主要是报告期初公司处于发展初期，业务规模相对较小；2016 年度，随着公司各项业务的快速增长，公司增加招聘部分产品设计和运营相关人员，成本类人员平均人数由上年的 30 人增至 49 人；2017 年度，公司的营业收入增长迅速，但成本人员数量保持稳定，主要是由于互联网信息服务存在一定规模效应，随着公司各项业务稳步开展，公司产品的运营效率提升。报告期内，公司平均成本人员的变动符合公司业务发展的实际情况。

由于公司成本类人员所做日常运营工作与公司各类业务均密切相关，无法按业务类型进行严格区分，亦不存在与各类业务的一一对应关系，故公司根据《企业会计准则》的相关规定将其薪酬进行归集后，按各类业务各期的收入占比分别计入各类业务的营业成本。

公司成本类人员数量与同行业公司的对比情况如下表所示：

每日互动	2017/12/31	2016/12/31	2015/12/31
期末成本类人员数量（人）	55	56	36
占公司总人数比例	15.28%	20.07%	17.82%
同行业可比公司情况			
墨迹天气	2017/9/30	2016/12/31	2015/12/31
平均成本类人员数量（人）	34	35	20
占公司总人数比例	13.39%	13.83%	11.30%
值得买	2017/12/31	2016/12/31	2016/12/31
期末运营人员数量（人）	177	137	85
占公司总人数比例	31.55%	29.53%	32.32%
同行业成本类人员占比平均值	22.47%	21.68%	21.81%

报告期内，与同行业可比公司相比，公司成本类人员数量占比及增长趋势与墨迹天气相近，但低于值得买，主要是由于值得买营业成本核算员工范围包括优惠信息的贡献、审核人员，频道活动的规划、执行人员以及互联网效果营销平台及海淘代购平台的运营维护人员，数量较多。

报告期各期末，公司营业成本中核算员工人数和级别分布的具体情况如下：

单位：人

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
成本类人员	55	56	36
其中：专员级别	48	48	30
经理级别	1	1	1
总监级别	5	5	3
VP 级别	1	2	2

报告期各期末，公司营业成本中核算员工的入职时间分布如下表所示：

单位：人

入职期间	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
2017 年	16	-	-
2016 年	14	23	-
2015 年	13	18	20
2014 年	9	10	11

2013 年及以前	3	5	5
合计	**55**	**56**	**36**

公司员工较为稳定，离职人员较少。报告期各期末，2015 年前入职的员工占公司营业成本中核算员工人数的 50%以上。

公司营业成本中核算员工薪酬由基本工资和奖金构成，具体列示如下：

单位：万元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
职工薪酬支出	1,214.75	1,000.70	594.28
其中：基本工资、社保和公积金等	877.37	803.42	510.93
奖金	337.38	197.28	83.35
奖金占职工薪酬比例	27.77%	19.71%	14.03%

公司对奖金与绩效匹配关系有一套完善的 KPI 考核制度。对于成本类员工，公司每季度进行一次考核，由员工直接主管和上级主管根据 KPI 完成情况打分，奖金直接与考核分数挂钩。报告期各期末，成本类员工奖金占职工薪酬的比例分别为 14.03%、19.71%和 27.77%，除 2017 年占比较高外，保持稳定。

公司成本类人员的工资薪酬与同行业可比公司的对比情况如下表所示。

每日互动	2017 年	2016 年	2015 年
职工薪酬支出（万元）	1,214.75	1,000.70	594.28
平均成本类人员数量（人）	49	49	30
成本类人员平均薪酬（万元/月）	2.07	1.70	1.65
同行业可比公司情况			
墨迹天气	**2017 年 1-9 月**	**2016 年**	**2015 年**
职工薪酬支出（单位：万元）	617.99	746.2	298.41
平均成本类人员数量（人）	34	35	20
成本类人员平均薪酬（万元/月）	2.01	1.76	1.24
值得买	**2017 年**	**2016 年**	**2015 年**
职工薪酬支出（单位：万元）	2,703.24	2,121.73	942.87
平均运营人员数量（人）	157	148	71
成本类人员平均薪酬（万元/月）	1.43	1.19	1.11
同行业可比公司成本类人员平均薪酬（万元/月）	1.72	1.48	1.18

因所在地域、薪酬政策等因素的影响，同行业公司平均工资水平会有一定程度的差别。报告期内，公司成本类人员平均工资水平落在合理区间，与同行业可比公司相比不存在重大差异。

（3）技术服务费

主营业务成本中的技术服务费主要包括：IDC 带宽、服务器机柜租赁费和云存储费用等。报告期内，公司的技术服务费分别为 472.76 万元、762.84 万元和 1,218.07 万元。报告期内，技术服务费逐年增加，主要是公司根据业务发展需要，加大了 IDC 带宽、服务器机柜租赁及云存储等方面的投入；报告期内，公司技术服务费占主营业务成本的比例分别为 18.76%、13.18%和 19.96%，2016 年，由于当年公司的移动互联网营销服务业务增长迅速，公司对外的广告媒体或流量采购费同比增长 160.86%，营业成本大幅增长，且增幅远高于技术服务费的增长幅度，从而导致公司技术服务费在 2016 年占主营业务成本的比例较低。

报告期内，公司的技术服务费主要系租用机柜和 IDC 带宽费用，报告期内主要供应商采购内容及计费标准如下表所示：

供应商	采购内容	采购单价		
		2017 年度	**2016 年度**	**2015 年度**
杭州网银互联科技股份有限公司	机柜（万元/个）	5.00 至 5.50	5.50 至 6.00	6.00
	IP 地址(万元/个)	0.06	0.06	0.06
	100M 带宽（万元/年）	3.00-4.80	4.80	4.80
中国移动通信集团	机柜(万元/个)	5.00 至 5.5	5.50	5.50 至 6.50
	100M 带宽（万元/年）	6.00 至 9.60	6.00 至 9.60	9.60 至 14.00
北京森华易腾通信技术有限公司	机柜(万元/个)	6.60 至 7.20	7.00 至 7.20	7.00
	IP 地址(万元/个)	赠送		
	100M 带宽（万元/年）[注]	12.00	11.54 至 12.00	12

注：由于北京森华易腾通信技术有限公司宽带采用 BGP 线路（移动、电信、联通、铁通和长城宽带 5 条线路），故采购单价较高。

通过公开市场信息查询，同行业公司技术服务费主要采购单价如下表所示：

公司名称	采购内容	采购单价

北京墨迹风云科技股份有限公司	机柜（万元/个）	5.00

此外，通过公开网站查询可得，截至 2017 年 12 月 31 日，浙江地区下列公司机柜及带宽的销售价格如下表所示：

中国电信集团浙江分公司	机柜（万元/个）	8.40 至 9.00
温州市瑞普计算机网络有限公司	机柜（万元/个）	8.50
义乌新互通信息科技有限公司	机柜（万元/个）	5.50 至 13.00
	100M 带宽（万元/年）	6.50
杭州独创科技有限公司	100M 带宽（万元/年）	6.00 至 7.00

综上，公司技术服务费相关计费基础价格公允，与同行业可比公司相比无重大差异。

公司报告期各期技术服务费计费基数如下表所示：

	2017 年度	**2016 年度**	**2015 年度**
机柜（个/月）	145.10	73.92	37.58
IP 地址（个/月）	507.33	255.33	134.67
带宽（M/月）	6,080.94	3,570.08	1,835.00
月均主营业务收入（万元/月）	2,774.76	1,474.24	647.34

通过上表可知，公司技术服务费计费基数主要受业务收入规模影响，其变动趋势与主营业务收入大体相符。报告期各期技术服务费金额分别为 472.76 万元、762.84 万元和 1,218.07 万元，占主营业务收入比例分别为 6.09%、4.31%和 3.66%，占比逐年下降，主要是公司收入增长过快所致。

（4）折旧费

报告期内，公司主营业务成本中的折旧费分别为 13.70 万元、257.22 万元和 461.98 万元，占主营业务成本的比例分别为 0.54%、4.44%和 7.57%，呈上升趋势，主要是为支撑公司业务发展，公司于 2016 年及 2017 年加大了服务器等固定资产的采购。

（5）数据成本

报告期内，公司主营业务成本中的数据成本分别为 0.00 万元、13.10 万元和 83.35 万元，占主营业务成本的比例分别为 0.00%、0.23%和 1.37%。数据成本是

公司为开展数据服务业务而对外采购的标签查询等数据服务。

（6）项目外包成本

2017 年度，公司主营业务成本中的项目外包成本主要是公司项目开展中外包的软件开发和技术服务费用等。

3、各业务主营业务成本构成分析

报告期内，公司各类业务的主营业务成本的具体构成及变动情况分析如下：

（1）移动应用开发者服务

报告期内，公司移动应用开发者服务的主营业务成本的具体构成如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
技术服务费	749.65	42.98%	248.73	37.96%	168.45	43.74%
工资薪酬	710.27	40.72%	322.63	49.24%	211.75	54.99%
折旧费	284.32	16.30%	83.87	12.80%	4.88	1.27%
合计	**1,744.24**	**100.00%**	**655.22**	**100.00%**	**385.08**	**100.00%**

公司移动应用开发者服务的主营业务成本包括与运营直接相关的工资薪酬、技术服务费和服务器折旧费，与之对应的相关资源包括 IDC 带宽、服务器、机柜及公司运营人员。由于上述资源与公司各类业务均密切相关，故公司按照《企业会计准则》的相关规定归集上述主营业务成本后，根据各业务收入占比进行分配。

报告期内，公司移动应用开发者服务的主营业务成本分别为 385.08 万元、655.22 万元和 1,744.24 万元，金额逐年提升，与公司移动应用开发者服务的收入增长趋势一致。

其中，技术服务费和折旧费占比逐年提升，主要是公司移动应用开发者服务收入增速较快，所需带宽、服务器等资源亦随收入增长有所提升所致；工资薪酬占比逐年下降，主要是运营所需人工成本相对较为固定，增速不及收入增长幅度所致。

（2）移动互联网营销服务

报告期内，公司移动互联网营销服务的主营业务成本的具体构成如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告媒体或流量采购费	3,070.04	76.87%	3,754.84	74.70%	1,439.31	67.64%
技术服务费	396.96	9.94%	482.71	9.60%	301.19	14.15%
工资薪酬	376.11	9.42%	626.13	12.46%	378.60	17.79%
折旧费	150.55	3.77%	162.76	3.24%	8.73	0.41%
合计	**3,993.66**	**100.00%**	**5,026.44**	**100.00%**	**2,127.82**	**100.00%**

公司移动互联网营销服务的主营业务成本包括广告媒体或流量采购费、工资薪酬、技术服务费和折旧费，与之对应的相关资源包括用于广告投放的各类媒体或流量资源、IDC 带宽、服务器、机柜及公司运营人员。广告媒体或流量采购费与移动互联网营销服务直接相关，直接计入移动互联网营销服务的成本；而技术服务费、工资薪酬和折旧费与公司各类业务均密切相关，公司根据移动互联网营销服务的业务收入占比进行分配。

报告期内，公司移动互联网营销服务的主营业务成本分别为 2,127.82 万元、5,026.44 万元和 3,993.66 万元，与公司移动互联网营销服务的收入增长趋势一致。其中，广告媒体或流量采购费为移动互联网营销服务主营业务成本的主要构成。报告期内，广告媒体或流量采购费占移动互联网营销服务主营业务成本的比例分别为 67.74%、74.70%和 76.87%，占比逐年增加。

2015 年度和 2016 年度，随着移动互联网营销服务收入规模快速增长，公司自有广告流量已无法满足业务发展的需求，公司开始对外采购广告流量，广告媒体或流量采购费与移动互联网营销业务收入的变动趋势基本一致，具体如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
广告媒体或流量采购费（万元）	3,070.04	3,754.84	1,439.31
移动互联网营销业务收入（万元）	10,851.19	11,194.42	4,948.82
广告媒体或流量采购费/移动互联网营销业务收入	28.29%	33.54%	29.08%

由上表可知，2015 年度开始，广告媒体或流量采购费占移动互联网营销业务收入的比例比较稳定。

（3）数据服务及其他

报告期内，公司数据服务及其他的主营业务成本的具体构成如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资薪酬	128.37	35.24%	51.94	48.53%	3.93	54.99%
技术服务费	71.47	19.62%	31.40	29.34%	3.13	43.74%
折旧费	27.10	7.44%	10.59	9.89%	0.09	1.27%
数据成本	83.35	22.88%	13.10	12.24%	-	-
项目外包成本	54.02	14.83%	-	-	-	-
合计	**364.31**	**100.00%**	**107.04**	**100.00%**	**7.15**	**100.00%**

报告期内，公司数据服务及其他的主营业务成本分别为 7.15 万元、107.04 万元和 364.31 万元，呈增长趋势，与公司数据服务及其他的收入增长趋势一致。

除按收入比例分摊的工资薪酬、技术服务费和折旧费成本外，公司数据服务及其他的主营业务成本还包括数据成本和项目外包成本。其中数据成本是公司为开展数据服务业务而外购的标签查询等数据服务；2017 年度的项目外包成本主要为公司项目开展中外包的软件开发和技术服务费用等。

（三）主营业务毛利及毛利率分析

1、主营业务毛利分析

报告期内，公司主营业务毛利的具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动应用开发者服务	18,748.08	68.94	5,112.97	42.96	2,382.73	45.40
移动互联网营销服务	6,857.53	25.22	6,167.97	51.82	2,820.99	53.75
数据服务及其他	1,589.26	5.84	621.18	5.22	44.26	0.84

合计	27,194.86	100.00	11,902.13	100.00	5,247.98	100.00

报告期内，公司主营业务毛利分别为 5,247.98 万元、11,902.13 万元和 27,194.86 万元，呈快速增长趋势。报告期内，移动应用开发者服务和移动互联网营销的毛利合计占毛利总额的比例分别为 99.15%、94.78%和 94.16%，是公司毛利的主要来源。

2、毛利率变动分析

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
主营业务收入（万元）	33,297.08	17,690.84	7,768.03
主营业务成本（万元）	6,102.21	5,788.70	2,520.05
综合毛利率（%）	81.67	67.28	67.56

报告期内，公司综合毛利率分别为 67.56%、67.28%和 81.67%，毛利率水平较高。

2015 年度和 2016 年度，公司的综合毛利率保持基本稳定；2017 年度，公司综合毛利率较上年增加 14.39 个百分点，一方面是由于互联网行业具有典型的规模经济效应，随着公司的收入规模的快速增长，公司的毛利率水平有所提升，另一方面由于公司的业务收入结构发生变化，2017 年度公司的移动应用开发者服务业务收入同比增长 255.26%，占主营业务收入的比例上升至 61.54%，移动互联网营销服务的占比则由 2015 年度的 63.71%下降至 32.59%，移动应用开发者服务业务除技术服务费、工资薪酬及折旧费等固定分摊成本外无其他直接成本，毛利率水平高于移动互联网营销服务业务，从而带动公司综合毛利率水平的提升。

3、各业务类型毛利率变动分析

报告期内，公司各类业务的毛利率变动情况如下：

单位：%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
移动应用开发者服务	61.54	91.49	32.61	88.64	35.63	86.09
移动互联网营销服务	32.59	63.20	63.28	55.10	63.71	57.00

数据服务及其他	5.87	81.35	4.12	85.30	0.66	86.09
合计	**100.00**	**81.67**	**100.00**	**67.28**	**100.00**	**67.56**

（1）移动应用开发者服务

报告期各期，公司移动应用开发者服务的毛利率分别为 86.09%、88.64%和 91.49%，毛利率水平较高且逐年上升。

单位：万元

移动应用开发者服务	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	20,492.32	255.26%	5,768.20	108.40%	2,767.80
营业成本	1,744.24	166.21%	655.22	70.15%	385.08
毛利额	18,748.08	266.68%	5,112.98	114.59%	2,382.72
毛利率	91.49%	-	88.64%	-	86.09%

公司的移动应用开发者服务收入包括技术推送服务收入和用户画像服务收入，报告期内，移动应用开发者服务收入主要来自技术推送服务收入。报告期内公司移动开发者服务业务分别实现营业收入 2,767.80 万元、5,768.20 万元和 20,492.32 万元，2016 年度和 2017 年度分别增长 3,000.40 万元和 14,724.12 万元，同比增长 108.40%和 255.26%。报告期内公司技术推送服务实现较快增长，主要是由于一方面随着移动互联网的快速普及和智能手机用户数量的持续增长，移动互联网行业迎来了快速发展期，移动应用开发者数量不断增加，报告期内公司主要产品“个推 SDK”的累积有效接入应用数保持迅速增长，分别为 22,989 个、49,897 个和 80,074 个，公司技术推送服务的付费客户数量也随之不断增长，从而推动公司移动应用开发者服务收入的大幅增长；另一方面，受下游移动应用开发者运营策略的变化，其营销需求在新增用户获取和存量用户唤醒间发生变化，2017 年度开发者更加注重对存量用户的唤醒，因此其营销预算更多地向轻推送业务倾斜，从而推动公司移动应用开发者服务收入的大幅增长。

报告期内，移动应用开发者服务的毛利率较高，主要是由于相关技术产品研发完成后，后期的运营成本主要为相关人员的薪酬、技术服务费以及服务器折旧等相对不高的费用。公司移动应用开发者服务成本构成如下表：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
技术服务费	749.65	42.98%	248.73	37.96%	168.45	43.74%
工资薪酬	710.27	40.72%	322.63	49.24%	211.75	54.99%
折旧费	284.32	16.30%	83.87	12.80%	4.88	1.27%
合计	**1,744.24**	**100.00%**	**655.22**	**100.00%**	**385.08**	**100.00%**

报告期内，移动应用开发者服务的毛利率逐年上升，主要是因为互联网信息服务存在一定规模效应。报告期内，公司移动应用开发者服务业务收入规模增长迅速，2016 年度和 2017 年度分别较上年增长 3,000.40 万元和 14,724.12 万元，同比增长 108.40%和 255.26%；而 2016 年度和 2017 年度公司移动应用开发者服务业营业成本仅增长 270.15 万元和 1,089.02 万元，同比增长 70.15%和 166.21%，增长幅度低于收入增长幅度，从而导致毛利率逐年上升。

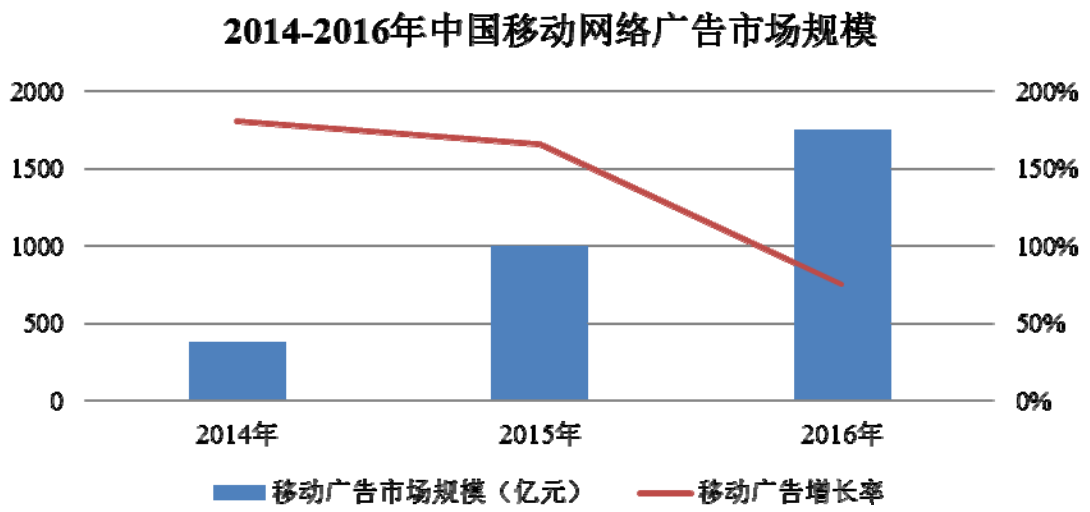
（2）移动互联网营销服务

报告期各期，公司的移动互联网营销服务的毛利率分别为 57.00%、55.10%和 63.20%，具体如下表：

单位：万元

移动互联网营销服务	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	10,851.19	-3.07%	11,194.42	126.20%	4,948.82
营业成本	3,993.66	-20.55%	5,026.44	136.22%	2,127.82
毛利额	6,857.53	11.18%	6,167.98	118.65%	2,820.99
毛利率	63.20%	-	55.10%	-	57.00%

随着移动网络用户的快速增长、用户使用时长不断增长、移动媒体的多样化等，我国移动网络广告市场进入了新的发展阶段。根据艾瑞咨询《中国网络广告市场年度监测报告简版（2017 年）》统计，2014-2016 年我国移动网络广告市场保持快速增长，移动广告的整体市场增速远远高于网络广告市场增速。



数据来源：艾瑞咨询

2015 年度，随着公司大数据资源的不断积累、大数据技术的不断加强，公司移动互联网营销业务取得较大突破，移动互联网营销业务收入占比快速上升，超过移动应用开发者服务收入，2016 年公司移动互联网营销服务收入继续保持快速增长。2017 年公司移动互联网营销服务收入同比下降 3.07%，主要是由于移动互联网行业经过前期的快速发展期，移动终端用户增长逐渐趋缓，对于用户存量巨大的头部移动应用，通过移动互联网营销活动实现用户规模增长的获客成本上升，因而开始转向成本相对较低的存量用户唤醒业务；另一方面受下游移动应用开发者运营策略的变化，其营销需求在新增用户获取和存量用户唤醒间发生变化，2017 年度开发者更加注重对存量用户的唤醒，因此其营销预算更多地向轻推送业务倾斜。

报告期内，公司移动互联网营销服务成本构成如下表：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告媒体或流量采购费	3,070.04	76.87%	3,754.84	74.70%	1,439.31	67.64%
技术服务费	396.96	9.94%	482.71	9.60%	301.19	14.15%
工资薪酬	376.11	9.42%	626.13	12.46%	378.60	17.79%
折旧费	150.55	3.77%	162.76	3.24%	8.73	0.41%
合计	**3,993.66**	**100.00%**	**5,026.44**	**100.00%**	**2,127.82**	**100.00%**

由上表可以看出，公司移动互联网营销服务的主要成本为广告媒体或流量采

购费，该成本与移动互联网营销收入高度相关，随移动互联网营销业务收入的增长而相应增加，支出金额相对较大。

2015年-2016年，公司移动互联网营销服务业务的毛利率保持相对稳定，2017年移动互联网营销服务业务的毛利率较上年增长8.09个百分点，一方面是2016年度公司代理滴滴出行科技有限公司的司机招募推广项目，并向其他第三方定向采购广告媒体流量，且该业务采购流量单价较高，从而造成2016年度的广告媒体或流量采购费较高，2017 年度该项推广活动停止，因此广告媒体或流量采购费下降；另一方面由于公司业务收入结构发生变化，2017 年度公司移动互联网营销服务业务收入占公司主营业务收入的比例下降了30.69的百分点，因而该业务分摊的技术服务费、员工薪酬和折旧费等减少。

（3）数据服务及其他

报告期各期，公司数据服务及其他业务的毛利率分别为 86.09%、85.30%和81.35%，总体保持稳定。

单位：万元

数据服务及其他	2017年度		2016年度		2015年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	1,953.56	168.27%	728.22	1,316.22%	51.42
营业成本	364.31	240.35%	107.04	1,396.34%	7.15
毛利额	1,589.25	155.84%	621.18	1,303.27%	44.27
毛利率	81.35%	-	85.30%	-	86.09%

报告期内，数据服务的收入主要来自于公司运用个推大数据平台为企业、政府部门、咨询机构等特定客户提供数据服务获得的收入。公司的数据服务业务目前仍处于拓展阶段，业务规模较小，但保持了较快的增长速度，主要是由于公司长期积累的海量数据、优秀的大数据挖掘及分析的能力，以及客户对优质数据及研究报告的需求增长。

报告期内，公司数据服务及其他业务的成本构成如下表：

单位：万元

项目	2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

工资薪酬	128.37	35.24%	51.94	48.53%	3.93	54.99%
技术服务费	71.47	19.62%	31.40	29.34%	3.13	43.74%
折旧费	27.10	7.44%	10.59	9.89%	0.09	1.27%
数据成本	83.35	22.88%	13.10	12.24%	-	-
项目外包成本	54.02	14.83%	-	-	-	-
合计	**364.31**	**100.00%**	**107.04**	**100.00%**	**7.15**	**100.00%**

公司凭借积累的数据资源和公司在大数据领域的技术优势在大数据垂直应用领域逐渐取得突破。数据服务业务主要利用公司已有的大数据资源，根据客户的需求，提供定制化的数据报告或其他数据服务，一般只需承担少量相关人员的薪酬和 IDC 带宽费等技术服务费，从而使得该业务的毛利率水平较高。数据成本是公司为开展数据服务业务而对外采购的标签查询等数据服务，2017 年度的项目外包成本主要为公司项目开展中外包的软件开发和技术服务费用等。

4、毛利率变动敏感性分析

报告期内，影响公司毛利率的因素主要是移动应用开发者服务价格、广告销售单价、广告流量采购价格和技术服务费等，其对毛利率的影响分析如下：

（1）移动应用开发者服务价格

报告期内，公司移动应用开发者服务业务收入占主营业务收入的比例分别为 35.63%、32.61%和 61.54%。移动应用开发者服务的定价是影响公司毛利率波动的重要因素。假定其他因素不变，移动应用开发者服务对综合毛利率的影响如下表所示：

项目	主营业务综合毛利率变动百分点数		
移动应用开发者服务价格变动百分比	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
10%	1.06	1.03	1.12
5%	0.55	0.52	0.57
1%	0.11	0.11	0.12
-1%	-0.11	-0.11	-0.12
-5%	-0.58	-0.54	-0.59
-10%	-1.20	-1.10	-1.20

报告期内，假定其他因素不变，若移动应用开发者服务价格上升 10%，则公

司主营业务综合毛利率将分别上升 1.12、1.03 和 1.06 个百分点。

（2）广告销售单价

报告期内，公司移动互联网营销业务收入占主营业务收入的比例分别为 63.71%、63.28%和 32.59%。移动互联网营销的广告销售单价也是影响公司毛利率波动的重要因素。假定其他因素不变，广告销售单价的变动对综合毛利率的影响如下表所示：

项目	主营业务综合毛利率变动百分点数		
广告销售价格变动百分比	2017 年度	2016 年度	2015 年度
10%	0.58	1.95	1.94
5%	0.29	1.00	1.00
1%	0.06	0.21	0.21
-1%	-0.06	-0.21	-0.21
-5%	-0.30	-1.07	-1.07
-10%	-0.62	-2.21	-2.21

报告期内，假定其他因素不变，若广告销售单价上升 10%，则公司主营业务综合毛利率将分别上升 1.94、1.95 和 0.58 个百分点。

（3）广告流量采购单价

报告期内，广告流量采购占营业成本的比重较高，是影响公司毛利率的重要因素。假定其他因素不变，广告流量采购单价的变动对综合毛利率的影响如下表所示：

项目	主营业务综合毛利率变动百分点数		
广告流量采购单价变动百分比	2017 年度	2016 年度	2015 年度
10%	-0.92	-2.13	-1.85
5%	-0.46	-1.06	-0.93
1%	-0.09	-0.21	-0.19
-1%	0.09	0.21	0.19
-5%	0.46	1.06	0.93
-10%	0.92	2.13	1.85

报告期内，假定其他因素不变，若广告流量采购单价上升 10%，公司主营业

务综合毛利率将分别下降 1.85、2.13 和 0.92 个百分点。

（4）技术服务费

假定其他因素不变，技术服务费单价的变动对综合毛利率的影响如下表所示：

项目	主营业务综合毛利率变动百分点数		
技术服务费变动百分比	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
10%	-0.37	-0.43	-0.61
5%	-0.18	-0.22	-0.30
1%	-0.04	-0.04	-0.06
-1%	0.04	0.04	0.06
-5%	0.18	0.22	0.30
-10%	0.37	0.43	0.61

报告期内，假定其他因素不变，若技术服务费上升 10%，公司主营业务综合毛利率将分别下降 0.61、0.43 和 0.37 个百分点。

5、同行业可比公司的毛利率对比

目前国内外上市公司尚无与公司服务类别和商业模式完全相同的上市公司，为了便于比较，公司选取了数据驱动型且以广告收入为主要收入来源的中国移动互联网公司作为同行业可比公司。

报告期内，公司与同行业可比上市公司（含在证监会官网上预披露招股说明书的公司，下同）的主营业务毛利率比较如下所示：

可比公司	2017 年度	2016 年度	2015 年度
猎豹移动	-	66.18%	74.66%
Weibo	-	73.89%	70.29%
暴风集团	-	27.09%	65.51%
墨迹天气	87.82%	88.90%	88.71%
值得买	84.01%	83.10%	86.83%
三六零	73.07%	69.44%	76.47%
平均值	81.63%	68.10%	77.08%
公司	**81.67%**	**67.28%**	**67.56%**

注：1、数据来自相应公司的年报、重组报告书或招股说明书等公开数据，或基于上述来源的数据计算得到；

2、墨迹天气 2017 年数据为其 2017 年 1-9 月相关数据。

从上表可得，报告期内公司毛利率变动趋势与可比公司基本一致，毛利率水平与可比公司平均水平相近，公司毛利水平与可比公司平均水平不存在明显差异。

公司的毛利率水平低于值得买和墨迹天气，主要原因是公司的移动互联网营销业务需向第三方采买广告流量，而上述可比公司均使用自有广告流量进行投放；公司的毛利率水平高于暴风集团，主要是由于暴风集团包含硬件制造和销售业务，其毛利率相对较低，进而拉低了整体的毛利水平。

（四）期间费用分析

报告期内，公司各项费用金额及占比如下所示：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	4,125.42	12.39	3,110.64	17.58	1,360.45	17.51
管理费用	7,747.91	23.27	5,484.63	31.00	3,112.00	40.06
财务费用	-360.34	-1.08	-101.04	-0.57	-88.78	-1.14
合计	**11,512.98**	**34.58**	**8,494.23**	**48.01**	**4,383.67**	**56.43**
营业收入	33,297.08	100.00	17,690.84	100.00	7,768.03	100.00

注：占比指期间费用占营业收入的比例。

报告期内，公司期间费用合计分别为 4,383.67 万元、8,494.23 万元和 11,512.98 万元，期间费用率（期间费用/营业收入）分别为 56.43%、48.01%和 34.58%，期间费用金额呈上升趋势，期间费用率逐年下降。

报告期内，公司期间费用以管理费用为主，管理费用占期间费用的比例分别为 70.99%、64.57%和 67.30%。

报告期内，公司与同行业可比上市公司的期间费用率比较如下所示：

公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
猎豹移动	-	68.06%	69.82%
Weibo	-	51.06%	61.12%
暴风集团	-	45.20%	52.00%
墨迹天气	60.51%	74.65%	65.46%

公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
值得买	56.92%	60.36%	60.74%
三六零	40.68%	59.75%	69.36%
平均	52.70%	59.85%	63.08%
公司	34.58%	48.01%	56.43%

注：1、期间费用率根据管理费用率、销售费用率、财务费用率加总得到；
2、数据来自相应公司的年报、重组报告书或招股说明书等公开数据，或基于上述来源的数据计算得到，其中墨迹天气 2017 年数据为 2017 年 1-9 月数据，下同；
3、猎豹移动、Weibo 为境外上市公司，其管理费用按照年度报告和季度报告中“General and administrative”和“Research and development/Product development”的合计金额计算，财务费用按照“Interest Income, net”和“Foreign exchange gain (loss), net”的合计金额计算得到，下同。

从上表可得，报告期内，公司的期间费用率水平保持下降趋势，且低于行业平均水平，一方面是由于报告期内公司营业收入增长迅速，2016 年和 2017 年分别较上年增长 127.74%和 88.22%；另一方面由于公司的 SDK 类产品主要面向企业客户（TO BUSINESS），且双方建立合作后，开发者一般不会轻易更换供应商，使得公司的销售费用率水平较低。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用构成情况如下所示：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
市场推广宣传费	289.82	7.03	263.68	8.48	164.81	12.11
职工薪酬	3,091.15	74.93	2,074.67	66.70	789.70	58.05
销售业务费	744.36	18.04	762.65	24.52	402.82	29.61
其他	0.10	0.00	9.64	0.31	3.12	0.23
合计	**4,125.42**	**100.00**	**3,110.64**	**100.00**	**1,360.45**	**100.00**

报告期内，公司销售费用分别为 1,360.45 万元、3,110.64 万元和 4,125.42 万元。随着公司业务规模和营业收入的增长，2016 年度和 2017 年度的销售费用分别较上年增加 1,750.19 万元和 1,014.78 万元。

报告期内，公司销售费用主要包括职工薪酬、销售业务费和市场推广宣传费等，三者合计占销售费用比重达 99%以上，随着公司业务规模和营业收入的增长，公司的销售费用相应增长。

（1）市场推广宣传费

报告期内，公司市场推广费主要包括推广宣传费、广告费，以及企业用于宣传的资料和物料等支出。市场推广活动主要包括在电梯、写字楼周边等放置海报、广告画；在广告商平台上发布推送；在各展会刊登公司宣传内容、发布演讲和放置 LOGO；以及由第三方平台为公司推广、宣传等活动。

报告期内，公司销售费用中的市场推广宣传费分别为 164.81 万元、263.68 万元和 289.82 万元，逐年增加，主要是公司为进行业务拓展，增加了用于广告宣传和品牌营销的投入；市场推广宣传费占销售费用的比例分别为 12.11%、8.48%和 7.03%，呈下降趋势，主要是由于报告期销售人员薪酬增长较快所致。

报告期内，公司市场推广费与营业收入、客户数量对比如下：

类别	2017 年度	2016 年度	2015 年度
市场推广费（万元）	289.82	263.68	164.81
市场推广费增长率	9.91%	59.99%	-
营业收入（万元）	33,297.08	17,690.84	7,768.03
营业收入增长率	88.22%	127.74%	-
市场推广费占营业收入比例	0.87%	1.49%	2.12%
免费接入应用新增数量[注]	29,996	26,849	15,749
技术推送付费客户数量	343	278	188

注：由于同一客户可能接入多个不同应用，对于免费客户公司直接统计各期新增接入的应用数量。

由上表可见，报告期内，公司营业收入实现大幅增长，增幅高于市场推广费用增幅，从而导致市场推广费用占比逐年降低。

随着公司市场推广力度不断加大，公司在业内知名度越来越高，客户数量逐年增加。虽然公司向绝大部分移动应用开发者提供免费服务，免费客户数量较多，付费客户数量较少，但是通过该业务，公司的产品（如技术推送产品“个推 SDK”、用户画像产品“个像 SDK”）得以通过移动应用开发者分发的应用覆盖数量庞大的移动终端，通过对产品运营中获得的相关业务数据经过分析处理产生的目标群体画像、标签、群体属性等数据，则成为公司移动互联网营销业务和其他数据业务得以顺利开展的坚实基础。报告期内，公司市场推广费、营业收入、付费客户数量呈同趋势变化，符合公司的经营状况。

（2）职工薪酬

公司销售费用中的职工薪酬主要为营销人员的工资、社保、住房公积金和奖金等。报告期内，公司销售费用中的职工薪酬分别为 789.70 万元、2,074.67 万元和 3,091.15 万元，占销售费用的比例分别为 58.05%、66.70%和 74.93%。报告期内，销售费用的职工薪酬增幅较快，主要是：一方面公司为业务拓展加大营销投入，公司营销人员的数量有所增加；二是，公司业绩快速增长，营销人员的人均薪酬也随之增加。

报告期各期末，公司销售部门人数和级别分布的具体情况如下：

单位：个

项目	2017 年末	2016 年末	2015 年末
销售部人员	115	85	65
其中：助理级别	7	4	1
专员级别	70	53	39
经理级别	18	15	13
总监级别	17	10	10
VP 级别	3	3	2

报告期内公司销售部人员逐年增加，主要是公司为拓展业务不断加大营销投入，同时为适应公司不断扩大的业务规模，相应增加销售人员。

报告期内，公司销售部门人员的薪酬由基本工资和奖金构成，具体如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售人员职工薪酬	3,091.15	2,074.67	789.70
其中：基本工资	1,691.38	1258.75	558.38
奖金	1,060.19	535.60	152.37
社保和公积金等	339.58	280.32	78.95
营业收入总额	33,297.08	17,690.84	7,768.03
销售人员职工薪酬占营业收入比例	9.28%	11.73%	10.17%
奖金占营业收入总额比例	3.18%	3.03%	1.96%

从上表可知，报告期内，随着公司业务的发展，销售人员的薪酬总额持续增长，由于经营业绩增幅较大，薪酬支出中奖金占营业收入总额的比例逐年增长

报告期内，公司列入销售费用的奖金主要为销售提成。公司在业务发展过程中逐渐形成了一套 KPI 考核制度，销售提成=实际回款额*提成比例*绩效系数。提成比例随人员的岗位和级别不同而变动，绩效系数的计算方法为绩效系数=业绩完成率系数+回款率系数+客户流失系数+新增注册用户系数，其中业绩完成率系数和回款率系数根据进度合理变化；客户流失系数和新增注册用户系数分业务有不同的计算系数。为保证金额的真实性与准确性，实际回款额由财务部提供并核实，最终奖金金额由人事部计算、资金管理人员发放。由于不同级别人员提成比例不一致，单笔回款额占销售金额比例的不同，会导致提成比例的不同。总体上，公司报告期内随着业务规模的扩大，奖金占营业收入总额比例逐年上升。

（3）销售业务费

公司销售业务费主要由差旅费、业务招待费、信息技术服务费、办公经费和会议费等构成。报告期内，公司销售费用中的销售业务费分别为 402.82 万元、762.65 万元和 744.36 万元，占销售费用的比例分别为 29.61%、24.52%和 18.04%。报告期内，销售业务费增加主要是公司业务规模扩张，与销售活动相关的差旅费、业务招待费等费用逐年增加所致。

单位：万元

类别	2017 年度	2016 年度	2015 年度
差旅费	287.50	179.23	124.10
业务招待费	232.84	140.73	81.59
信息技术服务费	144.64	184.16	28.53
办公经费	52.22	44.35	13.01
会议费	27.16	180.49	155.59
培训费	-	33.69	-
合　计	**744.36**	**762.65**	**402.82**
营业收入	33,297.08	17,690.84	7,768.03
占　比	2.24%	4.31%	5.19%

报告期内，销售业务费占营业收入的比例分别为 5.19%、4.31%和 2.24%，呈下降趋势，主要系公司营业收入大幅度增加所致，其中移动应用开发者服务收入与移动互联网营销服务收入增长幅度较大，两者增长幅度远超于销售业务费的增长幅度；同时公司主要面向移动应用开发者，出于消息推送的稳定性和持续性考虑，开发者使用公司产品后通常会持续使用，使得公司销售业务费相对较低，

从而亦会导致销售业务费占营业收入的比例降低。

2016 年，销售业务费较 2015 年增加 359.83 万元，主要系差旅费、信息技术服务费和业务招待费的增加。其中差旅费、业务招待费的增长主要系随业务规模增长而增长，信息技术服务费主要系聘请其他公司为公司提供发展咨询服务，并且介绍潜在客户及代理商，随着公司规模和业务范围的扩大，公司对此类服务需求加大，导致信息技术服务费增长。

2017 年，销售业务费较 2016 年减少 18.29 万元，主要系会议费及信息技术服务费的减少。会议费及信息技术服务费减少原因主要系公司开拓新客户的渠道更加丰富，随着公司客户和产品覆盖 APP 数量增长，公司的行业地位和业内口碑不断提升，且公司在 2017 年度严格控制销售业务费用支出，导致同期会议费及信息技术服务费的减少。

（4）与同行业可比公司比较分析

报告期内，公司的销售费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
猎豹移动	-	36.16%	39.90%
Weibo	-	22.61%	26.38%
暴风集团	-	26.27%	28.66%
墨迹天气	34.25%	42.10%	28.91%
值得买	28.75%	28.40%	26.43%
三六零	15.58%	20.87%	24.25%
平均	26.19%	29.40%	29.09%
公司	12.39%	17.58%	17.51%

由上表可见，报告期内，公司销售费用率低于可比公司平均水平，主要由于猎豹移动、Weibo、墨迹天气等移动应用运营类可比公司的产品主要面向终端用户（即 TO CUSTOMER），需花费相对较多的市场推广宣传费用推广自身 APP，而公司的 SDK 类产品主要供移动应用开发者使用（即 TO BUSINESS），且双方建立合作后，开发者一般不会轻易更换供应商，使得公司的市场推广宣传费用相对较低。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用构成情况如下所示：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
研发费用	4,715.62	60.86	3,369.67	61.44	2,146.96	68.99
职工薪酬	1,802.68	23.27	1,038.12	18.93	320.09	10.29
办公经费	671.28	8.66	547.42	9.98	286.22	9.20
中介服务费	314.74	4.06	261.61	4.77	125.76	4.04
折旧摊销费	56.07	0.72	45.33	0.83	20.80	0.67
税金	76.95	0.99	13.27	0.24	8.51	0.27
业务招待费	99.45	1.28	200.51	3.66	53.50	1.72
股份支付	-	-	-	-	129.96	4.18
其他	11.11	0.14	8.70	0.16	20.19	0.65
合计	**7,747.91**	**100.00**	**5,484.63**	**100.00**	**3,112.00**	**100.00**

报告期内，公司管理费用分别为 3,112.00 万元、5,484.63 万元和 7,747.91 万元。2016 年度和 2017 年度，管理费用分别较上年增长 76.24%和 41.27%，管理费用呈逐年增加趋势。

报告期内，公司管理费用主要包括研发费用、职工薪酬、办公经费和股份支付等，上述费用合计占管理费用的比例分别为 92.65%、90.35%和 92.79%，具体情况如下：

（1）研发费用

研发费用主要包括研发人员薪酬和相关折旧、摊销等费用。报告期内，公司研发费用分别为 2,146.96 万元、3,369.67 万元和 4,715.62 万元，2016 年度和 2017 年度分别较上年增加 1,222.71 万元和 1345.95 万元；研发费用占管理费用的比例分别为 68.99%、61.44%和 60.86%，研发费用占管理费用的比例较高。

公司以技术立足，历来重视研发投入。报告期内，公司一方面不断加大对推送技术的研发投入，保持和巩固在行业内的技术优势；另一方面，自 2015 年以来，公司开始加大对移动互联网营销领域和大数据垂直应用领域的研发投入，搭建大数据平台，通过对大数据深入分析、挖掘，为公司大数据在各垂直领域的变

现提供技术支持。

（2）职工薪酬

公司管理费用中的职工薪酬主要为管理部门员工的工资、社保、住房公积金和奖金等。报告期内，公司管理费用中的职工薪酬分别为 320.09 万元、1,038.12 万元和 1,802.68 万元，占管理费用的比例分别为 10.29%、18.93%和 23.27%。公司管理费用中的职工薪酬逐年增加，主要系管理部门的员工数量和平均薪酬增加所致。

报告期内，公司管理费用及研发费用的职工薪酬情况如下：

单位：万元

	2017 年	2016 年	2015 年
管理费用-职工薪酬	1,802.68	1,038.12	320.09
平均管理人员数量（人）	38	26	14
管理人员平均薪酬	3.97	3.33	1.91
管理费用-研发支出-职工薪酬	3,812.35	2,708.70	1,635.56
平均研发人员数量（人）	136	102	63
研发人员平均薪酬	2.33	2.21	2.17

注：公司平均管理人员和研发人员数量根据各月薪酬发放人次平均得出

报告期内公司管理人员及研发人员的薪酬逐年增加，主要原因系随着公司业务规模扩张，公司各部门人员也相应增加，同时公司也根据行业内及地区薪酬水平，并结合员工的工作贡献，调增相关人员的薪酬，以保持公司人员稳定。

报告期内，同行业可比公司在人均工资方面的情况如下表：

单位：万元，万元/月

同行业可比公司情况			
暴风集团	2017 年	2016 年	2015 年
管理费用-职工薪酬	-	5,284.64	3,307.75
期末管理人员数量（人）	-	73	58
管理人员平均薪酬	-	6.03	4.75
管理费用-研发支出	-	11,807.55	9,677.92
期末研发人员数量（人）	-	505	457
研发人员平均薪酬	-	1.95	1.76

值得买	2017 年	2016 年	2015 年
管理费用-职工薪酬	2,560.12	1,352.74	765.4
平均管理人员数量（人）	73	51	26
管理人员平均薪酬	2.92	2.21	2.45
管理费用-研发支出-职工薪酬	4,771.13	2,982.51	1,193.34
平均研发人员数量（人）	180	152	71
研发人员平均薪酬	2.21	1.64	1.40
墨迹天气	**2017 年 1-9 月**	**2016 年**	**2015 年**
管理费用-职工薪酬	1,174.59	1,221.21	1,071.74
平均管理人员数量（人）	26	24	24
管理人员平均薪酬	3.22	2.74	2.98
管理费用-研发支出-职工薪酬	3,056.68	3,797.00	1,966.25
平均研发人员数量（人）	125	122	75
研发人员平均薪酬	2.72	2.59	2.20
三六零	**2017 年**	**2016 年**	**2015 年**
管理费用-职工薪酬	36,720.90	34,581.50	24,140.00
期末管理人员数量（人）	733	-	-
管理人员平均薪酬	4.17	-	-
管理费用-研发支出-职工薪酬	74,202.10[注]	106,432.30	79,804.30
期末研发人员数量（人）	4,113	-	-
研发人员平均薪酬	3.01	-	-
同行可比公司均值			
管理人员平均薪酬均值	3.44	3.66	3.39
研发人员平均薪酬均值	2.65	2.06	1.79

注：可比公司数据根据其招股说明书、重组报告书及年报汇总整理；其中墨迹天气 2016 年管理人员和研发人员数量为 2016 年 6 月 30 日的数据；三六零 2017 年研发人员数量和薪酬为 2017 年 1-6 月数据。

公司为保持技术优势，公司不断加大研发投入，持续增加研发人员数量和提高员工薪酬水平。报告期内，公司管理人员及研发人员的平均薪酬整体保持增长态势，与公司发展情况相符，与行业内可比公司的变动趋势一致。

报告期内，公司的管理人员平均薪酬与行业可比公司基本一致，但低于暴风集团，主要是由于暴风集团上市时间较早，上市后其大幅提高了管理人员的薪酬水平。报告期内，公司的研发人员平均薪酬与行业可比公司基本一致，但低于三

六零公司，主要是由于三六零主要从事互联网安全产品的研发运营及基于网络安全产品的商业化服务，是一家技术驱动型互联网明星企业，在行业内的竞争地位较高，其网络攻防技术、大数据技术、云技术、人工智能技术等核心技术的研发需要更多的高端人才，因此其研发人员的平均薪酬明显高于行业平均水平。

（3）办公经费

公司管理费用中的办公经费主要包括差旅费、房租物业费、办公及耗材、水电费、交通费等。报告期内，公司管理费用中的办公经费分别为 286.22 万元、547.42 万元和 671.28 万元，占管理费用的比例分别为 9.20%、9.98%和 8.66%，占比相对较低。

（4）股份支付

公司在创立初期为稳定核心团队和技术骨干，对部分重要员工实施了股权激励。报告期内，公司根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的有关规定计提了股权激励费用，股份支付影响数分别为 129.96 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占管理费用的比例分别为 4.18%、0.00%和 0.00%。股份支付的具体情况参见招股说明书本节“十二、股份支付”的相关内容。

（5）与同行业可比公司比较分析

报告期内，公司的管理费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
猎豹移动	-	32.15%	30.29%
Weibo	-	29.78%	36.07%
暴风集团	-	17.35%	23.66%
墨迹天气	26.29%	32.50%	36.15%
值得买	27.60%	32.77%	35.26%
三六零	25.48%	39.03%	45.48%
平均	26.46%	30.60%	34.49%
公司	23.27%	31.00%	40.06%

2015-2016 年，公司管理费用率略高于可比公司平均水平，主要原因为公司是技术密集型公司，研发投入较多所致。2017 年度，随着公司收入的快速增长，管理费用率大幅下降。

为了巩固和发展技术优势，公司一直十分注重研发投入，报告期内，公司研发费用占管理费用的比例分别为 68.99%、61.44%和 60.86%。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用构成情况如下所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利息收入	-363.94	-96.81	-23.45
汇兑净损益	2.16	-5.43	-66.46
其他	1.44	1.20	1.13
合计	**-360.34**	**-101.04**	**-88.78**

报告期内，公司的财务费用分别为-88.78 万元、-101.04 万元和-360.34 万元。

报告期内，公司主要通过股权融资满足经营活动和业务发展的需要，未通过银行借款等方式进行债务融资，不存在利息支出。2015 年度和 2016 年度，公司通过股权融资分别收到股东投资款 48,556.52 万元和 57,049.00 万元，2017 年度随着公司营业收入，经营活动现金流量净额大幅增长，当期利息收入相应增加。

报告期内，公司与同行业可比上市公司的财务费用率比较如下所示：

公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
猎豹移动	-	-0.25%	-0.38%
Weibo	-	-1.34%	-1.33%
暴风集团	-	1.58%	-0.32%
墨迹天气	-0.02%	0.06%	0.39%
值得买	0.57%	-0.81%	-0.95%
三六零	-0.38%	-0.15%	-0.36%
平均	0.06%	-0.15%	-0.49%
公司	-1.08%	-0.57%	-1.14%

报告期内，公司的财务费用率处于较低水平，与行业可比公司不存在显著差异，符合公司所处行业的特点。

（五）利润表其他重要项目分析

1、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失主要为应收账款和其它应收款的坏账损失。

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
坏账损失	315.24	-5.02	142.74
合计	**315.24**	**-5.02**	**142.74**

报告期内，公司资产减值损失分别为 142.74 万元、-5.02 万元和 315.24 万元，主要为坏账损失。公司严格按照会计政策计提或转回坏账准备。关于坏账准备的计提详见本节“十五、财务状况分析”之“（一）资产分析”。

2、投资收益

报告期内，公司投资收益主要来源于对参股子公司的长期股权投资收益以及利用闲置资金购买银行理财产品所产生的利息收益，具体如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-198.52	0.19	-0.53
理财产品投资收益	1,450.99	276.45	-
处置长期股权投资产生的投资收益	0.05	-	-
合计	**1,252.51**	**276.64**	**-0.53**

报告期内，投资收益分别为-0.53 万元、276.64 万元和 1,252.51 万元。投资收益中主要为理财产品投资收益，2016 年度和 2017 年度分别 276.45 万元和 1,450.99 万元，主要是公司利用股权融资获得的资金在闲置时购买银行理财产品获得的收益，该部分收益计入非经常性损益。

报告期内，公司购买理财产品的具体内容、资金流向、各产品收益率水平等相关信息详见下表：

单位：万元

金融机构名称	理财产品具体内容	资金流出（申购）		资金流入（赎回）			实际年化收益率水平
		金额	日期	本金	收益	日期	
杭州银行西湖支行	卓越灵动添益型理财（保本	11,000.00	2015/12/31	11,000.00	31.34	2016/1/26	4.16%

金融机构名称	理财产品具体内容	资金流出（申购）		资金流入（赎回）			实际年化收益率水平
		金额	日期	本金	收益	日期	
	浮动收益型）						
平安银行北京花园路支行	卓越计划滚动型理财（保本浮动收益型）	1,000.00	2016/5/10	1,000.00	17.11	2016/12/20	2.80%
		3,500.00	2016/8/30	3,500.00	27.39	2016/12/20	2.57%
中国民生银行杭州分行	结构性存款（保本浮动收益型）	15,000.00	2016/8/31	15,000.00	63.76	2016/10/10	3.98%
		17,000.00	2016/10/14	17,000.00	72.26	2016/11/23	3.98%
	委托资产管理计划（保本浮动收益型）	30,000.00	2016/11/25	30,000.00	64.58	2016/12/27	2.53%
	结构性存款（保本浮动收益型）	30,000.00	2017/1/20	30,000.00	262.75	2017/4/20	3.59%
		20,000.00	2017/2/8	20,000.00	168.11	2017/5/8	3.49%
		30,000.00	2017/4/25	30,000.00	114.00	2017/6/2	3.75%
		20,000.00	2017/5/10	20,000.00	82.22	2017/6/19	3.85%
		30,000.00	2017/7/20	30,000.00	126.92	2017/8/30	3.77%
		20,000.00	2017/7/20	20,000.00	204.44	2017/10/20	4.01%
		30,000.00	2017/8/31	30,000.00	123.33	2017/10/10	3.75%
		30,000.00	2017/10/11	30,000.00	236.71	2017/12/22	4.00%
		20,000.00	2017/10/24	20,000.00	132.49	2017/12/25	3.90%

公司制定了《资金管理制度》，对闲置资金的管理遵循合法性、审慎性、安全性、流动性和效益性的原则，闲置资金可用于购买银行理财产品、投资国债、中央银行票据和保本收益类其他投资产品，投资产品的期限不得超过十二个月，且必须符合以下条件：（1）安全性高，满足保本要求，产品发行主体能够提供保本承诺；（2）流动性好，不得影响公司正常经营。

公司第一届董事会第二次会议、2016 年第二次临时股东大会审议通过了《关于关于浙江每日互动网络科技股份有限公司使用闲置资金购买银行理财产品的议案》，董事会及股东大会同意公司在不影响公司自有资金投资计划正常进行和自有资金安全的前提下，及在不影响公司正常经营的情况下，使用不超过人民币 5 亿元的闲置资金，按资金的性质分别购买不同类型的保本型、安全性高、流动性好的短期银行理财产品，授权时间自 2016 年 7 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日（在授权时间内，该投资额度可以滚动使用）。

公司运用自有资金进行低风险的银行理财产品投资是在确保公司日常运营

和资金安全的前提下实施的，经过了必要的审批程序，内控措施有效；公司管理层在进行银行理财产品投资时已进行了充分的预估和测算，在具体决策时也会考虑产品赎回的灵活度，不影响公司日常资金正常周转需要，不会影响公司主营业务的正常开展。

3、资产处置收益

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
无形资产处置	471.23	-	-
合计	**471.23**	**-**	**-**

2017 年，公司以无形资产作价 666.00 万元对杭州阶形进行增资，持有其 25%的股权。上述无形资产出资不含税价值为 628.30 万元，扣除对联营企业出资按持股比例（25%）计算应予抵销的收益 157.08 万元后，实际计入资产处置收益的金额为 471.23 万元。

4、其他收益

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
与收益相关的政府补助	147.48	-	-
合计	**147.48**	**-**	**-**

2017 年，财政部印发修定《企业会计准则第 16 号——政府补助》，公司依据该准则，将与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。2017 年度，公司其他收益中的政府补助具体如下：

项目	金额	说明	相关依据
省企业研究院资助款	100.00	与收益相关	根据杭州市西湖区科技局、杭州市西湖区财政局西科〔2017〕60 号文件。
研发中心资助款	30.00	与收益相关	根据杭州市西湖区科技局、杭州市西湖区财政局西科〔2017〕53 号文件。
杭州市信息服务业验收合格项目补助资金	17.48	与收益相关	根据杭州市财政局、杭州市经济和信息化委员会杭财企〔2017〕67 号文件。
合计	**147.48**		

5、营业外收入和营业外支出

报告期内，公司营业外收入、营业外支出的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业外收入	18.58	152.57	517.28
营业外支出	45.86	15.27	10.29
合计净额	**-27.28**	**137.30**	**506.99**

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为 517.28 万元、152.57 万元和 18.58 万元，主要为收到的政府补助，具体如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
政府补助	14.40	150.00	517.00
其他	4.18	2.57	0.28
合计	**18.58**	**152.57**	**517.28**

报告期内，公司计入当期损益的政府补助分别为 517.00 万元、150.00 万元和 14.40 万元，占对应各期利润总额的比例分别为 47.82%、4.40%和 0.09%，具体明细如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度	总额	说明	相关依据
省信息服务业发展专项资金补助	-	-	60.00	60.00	与收益相关	杭州市财政局、杭州市经济和信息化委员会《关于下达 2014 年省信息服务业发展专项资金的通知》（杭财企[2014]810 号）
中小企业发展专项中央资金补助	-	-	200.00	200.00	与收益相关	浙江省财政厅《关于下达 2014 年第一批中小企业发展专项中央补助资金的通知》（浙财教[2014]113 号）
科技型中小企业创新基金补助	-	-	40.00	40.00	与收益相关	浙江省财政厅、浙江省科学技术厅《关于下达 2014 年第二批科技型中小企业创新基金的通知》（浙财教[2014]126 号）
国际科技合作专项资金补助	-	50.00	-	50.00	与收益相关	浙江省财政厅、浙江省科学技术厅《关于下达 2014 年国际科技合作专项资金的通知》（浙财教[2014]111 号）
杭州市雏鹰企业资助经费	-	-	10.00	10.00	与收益相关	杭州市科学技术委员会、杭州市财政局《关于下达 2014 年杭州市雏鹰企业资助经费的

项目	2017年度	2016年度	2015年度	总额	说明	相关依据
						通知》（杭科高[2014]207号；杭财教会[2014]237号）
杭州市国、省科技型中小企业技术创新基（资）金配套经费	-	-	50.00	50.00	与收益相关	杭州市科学技术委员会、杭州市财政局《关于下达2014年杭州市国、省科技型中小企业技术创新基（资）金配套经费的通知》（杭科高[2014]168号；杭财教会[2014]168号）
第三届中国创新创业大赛总决赛企业组扶持资金	-	-	20.00	20.00	与收益相关	中国创新创业大赛组委会办公室《关于拨付第三届中国创新创业大赛行业总决赛企业组获得扶持资金的通知》
杭州市信息软件和电子商务专项推荐项目资金	-	-	13.10	13.10	与收益相关	杭州市经济和信息化委员会《关于对2014年市信息软件和电子商务专项推荐项目的公示》
西湖区科技经费资助	-	-	21.90	21.90	与收益相关	杭州市西湖区科技局、杭州市西湖区财政局《关于下达西湖区2015年科技经费资助计划（第一批）的通知》（西科[2015]16号）
省级科技型中小企业扶持和科技发展专项资金	-	100.00	-	100.00	与收益相关	浙江省财政厅、浙江省科学技术厅《关于下达2015年省级科技型中小企业扶持和科技发展专项（省第一批国际科技合作专项）资金的通知》（浙财教[2015]40号）
杭州西湖区财政局2015年第三届创新创业大赛奖励	-	-	100.00	100.00	与收益相关	杭州市西湖区科技局、杭州市西湖区财政局《关于下达西湖区2015年第一批省级科技型中小企业扶持和科技发展专项资金的通知》（西科[2015]20号）
西湖区科技经费资助	-	-	2.00	2.00	与收益相关	杭州市西湖区科技局、杭州市西湖区财政局《关于下达西湖区2015年科技经费资助计划（第三批）的通知》（西科[2015]23号）
企业稳定岗位补贴	14.40	-	-	14.40	与收益相关	根据杭州市人力资源和社会保障局杭人社发〔2015〕307号文件。
合计	**14.40**	**150.00**	**517.00**	**681.40**		

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出具体如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
对外捐赠	40.00	-	1.00
地方水利建设基金	-	15.27	8.65
非流动资产毁损报废损失	5.01	-	-
其他	0.85	-	0.64
合计	**45.86**	**15.27**	**10.29**

报告期内，公司营业外支出分别为 10.29 万元、15.27 万元和 45.86 万元，主要为地方水利建设基金、对外捐赠、非流动资产毁损报废损失和税收滞纳金。

（六）利润来源分析

报告期内，公司利润的主要来源如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业利润（万元）	16,681.16	3,270.20	574.13
利润总额（万元）	16,653.88	3,407.50	1,081.12
营业利润占利润总额的比例	100.16%	95.97%	53.11%
营业外收支净额（万元）	-27.28	137.3	506.99
营业外收支净额占利润总额的比例	-0.16%	4.03%	46.89%
净利润（万元）	14,684.80	3,430.03	1,081.12
归属于母公司股东的净利润（万元）	14,684.84	3,430.40	1,081.12

报告期内，营业利润占利润总额的比例分别为 53.11%、95.97%和 100.16%，是公司利润的主要来源。

报告期内，营业外收支净额占利润总额的比例分别为 46.89%、4.03%和 -0.16%。2015 年，营业外收支净额 506.99 万元，对当期利润总额的影响较大，主要为政府补助形成。

报告期内，公司与同行业可比上市公司的营业利润率比较如下所示：

公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
猎豹移动	-	-0.02%	6.13%

公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度
Weibo	-	22.83%	9.18%
暴风集团	-	-23.74%	24.65%
墨迹天气	24.15%	12.34%	20.07%
值得买	27.09%	19.93%	24.35%
三六零	33.09%	21.28%	13.53%
平均	28.11%	8.77%	16.32%
公司	50.10%	18.49%	7.39%

注：猎豹移动、Weibo 为境外上市公司，其营业利润按照“Operating profit/Income from operations”扣减财务费用计算。

从上表可得，报告期内可比公司的营业利润率变动区间较大，不具有可比性，主要是由于营业利润率受毛利率、期间费用率、资产减值损失、投资收益等众多因素影响。

报告期内，随着公司收入规模的增长，规模效应逐步显现，公司的营业利润率持续增长。公司的营业利润率与 Weibo 和三六零较为接近；猎豹移动由于期间费用较高，因此营业利润率较低；墨迹天气和值得买由于均使用自有流量进行广告投放，因此毛利率水平较高，进而导致其营业利润率水平较高。

（七）非经常性损益对经营成果的影响分析

报告期内，公司非经常性损益如下：

单位：万元

非经常性损益明细项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	466.26	-	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	161.88	150.00	517.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-

非经常性损益明细项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-33.02	0.39
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	1,450.99	276.45	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-36.67	2.57	-1.36
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小计	**2,042.46**	**396.00**	**516.03**
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	275.44	-	-
少数股东损益	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	**1,767.02**	**396.00**	**516.03**

公司非经常性损益主要包括：公司收到的各项政府补助、购买理财产品取得的投资收益、以及同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益。报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 516.03 万元、396.00 万元和 1,767.02 万元，占归属于母公司股东的净利润比例分别为 47.73%、11.54% 和 12.03%。除 2015 年度外，归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例相对较低，未对公司净利润和盈利能力构成重大影响。2015 年度，归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例较高，主要是当年确认了 517.00 万元的政府补助，而公司当年仍处于

发展初期，净利润水平较低；2017 年度，归属于母公司股东的非经常性损益净额数额较大，主要是确认了 1,450.99 万元的理财产品投资收益。

（八）税项

1、主要税种缴纳情况

报告期内，公司主要税种已缴纳金额情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
增值税	1,156.74	431.57	209.96
文化事业建设费	347.96	400.98	1.42
企业所得税	1,018.03	-	-

2、所得税费用与会计利润的关系

报告期内，公司所得税费用如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利润总额	16,653.88	3,407.50	1,081.12
按母公司税率计算的所得税费用	2,081.73	-	-
子公司适用不同税率的影响	-26.04	-75.32	-8.58
调整以前期间所得税的影响	-	-	-
非应税收入的影响	-243.46	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	19.38	7.02	-
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	0.06	-24.66	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	137.40	70.44	8.58
所得税费用	**1,969.08**	**-22.53**	**-**

3、税收优惠影响分析

报告期内，公司享受税收优惠政策包括软件企业所得税税收优惠、小型微利企业所得税优惠和研发费用加计扣除所得税优惠政策。

根据《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）、《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）和《软件企业认定管理办法》（工信部联软〔2013〕64

号）的有关规定，并经浙江省经济和信息化委员会审核，2014 年 12 月 5 日，公司被认定为软件企业，并取得《软件企业认定证书》（编号：浙 R-2014-0255）。根据上述法规的有关规定，企业在 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。2015 年度为公司第一个获利年度，因此，公司于 2015 年度及 2016 年度免征企业所得税，并于 2017 年至 2019 年度减半征收企业所得税。

根据《财政部 国家税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2017〕43 号）的规定，公司子公司杭州云深系小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据《财政部 国家税务总局 科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119 号）及《国家税务总局关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2015 年第 97 号）等文件的规定，公司 2017 年度发生的研发费用，在按规定据实扣除的基础上，可按照实际发生额的 50%从应纳税所得额中扣除。

报告期内，税收优惠对公司净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
归属于母公司股东的净利润	14,684.84	3,430.40	1,081.12
税收优惠金额	2,474.46	1,010.65	321.30
不享受税收优惠的归属于母公司股东的净利润	12,210.38	2,419.75	759.82
税收优惠对归属母公司股东净利润的影响比例	16.85%	29.46%	29.72%

报告期内，公司享受的税收优惠金额分别为 321.30 万元、1,010.65 万元和 2,474.46 万元，税收优惠金额占归属母公司股东净利润的比例分别为 29.72%、29.46%和 16.85%。

（九）影响公司持续盈利能力的因素

对公司持续盈利能力产生不利影响的因素包括各种风险，公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”中进行披露。

公司不存在下列对其持续盈利能力构成重大不利影响的情形：

（1）公司的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；

（2）公司的行业地位或所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；

（3）公司在用的商标、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）公司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）公司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。

保荐机构对发行人持续盈利能力情况进行了核查，认为公司已披露了面临的风险因素，公司不存在上述对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，公司具备持续盈利能力。

十五、财务状况分析

（一）资产分析

报告期各期末，公司的资产结构如下：

单位：万元、%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	88,777.75	94.43	73,212.05	96.18	53,005.38	97.62
非流动资产	5,236.57	5.57	2,907.16	3.82	1,290.19	2.38
资产总计	**94,014.32**	**100.00**	**76,119.21**	**100.00**	**54,295.57**	**100.00**

报告期各期末，公司资产总额分别为 54,295.57 万元、76,119.21 万元和 94,014.32 万元，资产规模呈快速增长的趋势，主要原因是：①公司在 2015 年和 2016 年通过股权融资分别收到股东投入的货币资金 48,556.52 万元和 57,049.00 万元；②随着公司业务规模扩大、盈利增加，公司的资产规模也相应增大。

报告期内，公司资产结构基本保持稳定，公司资产以流动资产为主。报告期各期末，流动资产占资产总额的比例分别为97.62%、96.18%和94.43%，均超过90%，公司为数据驱动型的移动互联网科技企业，轻资产的特征显著。

1、流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	79,661.81	89.73	69,848.68	95.41	37,943.76	71.58
应收账款	8,126.70	9.15	2,919.35	3.99	3,196.35	6.03
预付款项	730.55	0.82	328.51	0.45	95.72	0.18
应收利息	27.30	0.03	46.87	0.06	-	-
其他应收款	132.48	0.15	52.85	0.07	755.86	1.43
存货	94.87	0.11	15.60	0.02	12.00	0.02
其他流动资产	4.04	0.00	0.19	0.00	11,001.69	20.76
流动资产合计	**88,777.75**	**100.00**	**73,212.05**	**100.00**	**53,005.38**	**100.00**

报告期各期末，公司流动资产总额分别为53,005.38万元、73,212.05万元和88,777.75万元。2015年末、2016年末和2017年末，流动资产总额分别较上期末增长48,882.26万元、20,206.67万元和15,565.70万元。公司流动资产主要由货币资金和应收账款构成，报告期各期末二者合计占流动资产的比例分别为77.61%、99.39%和98.89%。

（1）货币资金

公司货币资金主要由银行存款构成。报告期各期末，公司货币资金构成如下：

单位：万元、%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.29	0.00	0.97	0.00	0.53	0.00
银行存款	79,659.56	100.00	69,847.71	100.00	37,943.23	100.00
其他货币资金	1.96	0.00	-	-	-	-
合计	**79,661.81**	**100.00**	**69,848.68**	**100.00**	**37,943.76**	**100.00**

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 37,943.76 万元、69,848.68 万元和 79,661.81 万元，占流动资产的比例分别为 71.58%、95.41%和 89.73%，占比较高。

报告期内，公司货币资金增幅较大。2015 年末、2016 年末和 2017 年末，公司货币资金余额分别较上年末增加 34,847.21 万元、31,904.92 万元和 9,813.13 万元，同比分别增长 1,125.36%、84.08%和 14.05%，其中 2015 年和 2016 年货币资金增幅较大主要是公司在 2015 年和 2016 年通过股权融资分别收到股东投入的货币资金 48,556.52 万元和 57,049.00 万元所致，2017 年度货币资金增加主要是随着公司营业收入的增长，经营活动产生的现金流量净额大幅增长所致。

（2）应收账款

报告期各期末，公司应收账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
应收账款账面余额	8,591.31	3,086.73	3,370.66
应收账款坏账准备	464.61	167.39	174.32
应收账款账面价值	8,126.70	2,919.35	3,196.35
资产总额	94,014.32	76,119.21	54,295.57
应收账款账面价值/资产总额	8.64%	3.84%	5.89%
项目	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
营业收入	33,297.08	17,690.84	7,768.03

A.应收账款分析

报告期各期末，应收账款账面价值分别为 3,196.35 万元、2,919.35 万元和 8,126.70 万元。

2016 年末，应收账款账面价值较 2015 年末减少 277.00 万元，同比减少 8.67%，2016 年度公司营业收入同比增长 127.74%，主要是 2016 年公司加强了应收账款的回款管理，并取得了良好效果。

2017 年末，应收账款账面价值较 2016 年末增加 5,207.35 万元，同比增长 178.37%，主要系公司营业收入快速增加所致。

报告期内，应收账款账面价值占流动资产的比例分别为 6.03%、3.99%和 9.15%，占资产总额的比例分别为 5.89%、3.84%和 8.64%，占比相对较低。公司

应收账款回款及时，其增长与收入增长相符。

B.应收账款坏账计提政策和计提情况

报告期各期末公司的应收账款余额及坏账计提情况如下表：

单位：万元

坏账计提政策	项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
单项金额重大且单独计提坏账准备的应收账款	账面余额	-	-	-
	坏账准备	-	-	-
	账面价值	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	账面余额	30.00	-	-
	坏账准备	30.00	-	-
	账面价值	0.00	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	账面余额	8,561.31	3,086.73	3,370.66
	坏账准备	434.61	167.39	174.32
	账面价值	8,126.70	2,919.35	3,196.35
应收账款合计	账面余额	8,591.31	3,086.73	3,370.66
	坏账准备	464.61	167.39	174.32
	账面价值	8,126.70	2,919.35	3,196.35

报告期各期末，公司不存在单项金额重大且单独计提坏账准备的应收账款。

对于按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，采用账龄分析法计提坏账准备。报告期各期末，公司采用账龄分析法计提坏账准备的应收账款账龄如下所示：

单位：万元、%

账龄	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内	8,489.53	99.16	3,065.56	99.31	3,356.56	99.58
1-2 年	65.51	0.77	7.07	0.23	1.40	0.04
2-3 年	5.37	0.06	1.40	0.05	12.70	0.38
3 年以上	0.90	0.01	12.70	0.41	-	-
合计	**8,561.31**	**100.00**	**3,086.73**	**100.00**	**3,370.66**	**100.00**

报告期各期末，账龄 1 年以内的应收账款余额占应收账款余额的比例分别为 99.58%、99.31%和 99.16%，1 年以上账龄的应收账款占比较低，公司应收账款

质量良好，不能回收的风险较小。

报告期内，公司按账龄计提的应收账款坏账准备情况如下所示：

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
账面余额（万元）	8,561.31	3,086.73	3,370.66
坏账准备（万元）	434.61	167.39	174.32
账面价值（万元）	8,126.70	2,919.35	3,196.35
计提比例（%）	5.08	5.42	5.17

C.应收账款客户分析

报告期各期末，公司应收账款账面余额前五名如下所示：

i. 2017 年度

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	与公司的关系
1	微梦中国	2,170.00	25.26%	关联方
	北京微梦	1.64	0.02%	
	星潮闪耀	60.00	0.70%	
	小计	**2,231.64**	**25.98%**	
2	百度网讯	497.16	5.79%	关联方
	百度在线	277.26	3.23%	
	小度互娱	16.59	0.19%	
	百度时代	3.62	0.04%	
	北京爱奇艺	124.61	1.45%	
	小计	**919.23**	**10.70%**	
3	唯品会（中国）有限公司	607.19	7.07%	非关联方
4	杭州优溜网络技术有限公司	401.94	4.68%	非关联方
	杭州淘粉吧网络技术股份有限公司	0.81	0.01%	
	小计	**402.75**	**4.69%**	
5	深圳乐诚盟无线科技有限公司	353.00	4.11%	非关联方
合计		**4,513.80**	**52.54%**	

注：以上应收账款数据为属于同一集团控制下的不同客户之合并数据，下同。

ii. 2016 年度

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	与公司的关系
1	百度网讯	435.66	14.11%	关联方
	百度在线	205.42	6.65%	
	百度时代	0.77	0.02%	
	小计	**641.85**	**20.79%**	
2	凯帝珂广告（上海）有限公司	181.87	5.89%	非关联方
	群邑（上海）广告有限公司	20.68	0.67%	
	小计	**202.55**	**6.56%**	
3	罗布（上海）网络科技有限公司	174.78	5.66%	非关联方
4	苏州奖多多科技有限公司	169.73	5.50%	非关联方
5	微梦中国	156.50	5.07%	关联方
合计		**1,345.41**	**43.59%**	

注：上海守卓网络科技有限公司更名为罗布（上海）网络科技有限公司，下同。

iii. 2015 年度

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例	与公司的关系
1	聚能鼎力	891.45	26.45%	非关联方
2	罗布（上海）网络科技有限公司	657.37	19.50%	非关联方
3	群邑（上海）广告有限公司	233.59	6.93%	非关联方
4	梦凯网络	221.78	6.58%	关联方
5	微梦中国	219.00	6.50%	关联方
合计		**2,223.19**	**65.96%**	

报告期各期末，前五名应收账款债务人的账面余额合计分别为 2,223.19 万元、1,345.41 万元和 4,513.80 万元，占应收账款余额的比例分别为 65.96%、43.59%和 52.54%。

报告期各期末，关于公司应收账款中持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项和关联方款项，具体情况请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、（二）偶发性关联交易”。

D.公司各类业务的收款结算政策

报告期内，公司各类业务的收款结算政策如下表所示：

业务名称	明细分类	收款结算政策	主要代表客户	结算政策	收款方式
移动应用开发者服务	基础推送	对于固定收费部分，按月或按季进行收费；非固定收费部分，商务每月根据后台日联网数据进行统计并将数据发至客户进行核对确认。两种情况下，一般均是次月开具上月发票或季度结束后开具该结算季度发票，客户在收到发票后 10-60 个工作日内付款。	北京嘀嘀无限科技发展有限公司	季结	电汇
			北京国电通网络技术有限公司	月结	电汇
			网易传媒科技（北京）有限公司	季结	电汇
			广州品唯软件有限公司	季结	电汇
	轻推送	商务每月将后台数据与对方进行核对，并寄送对账结算单。合同一般约定下一自然月对上一自然月合作数据进行核对，双方核对无误后，开具等额合法增值税专用发票，客户在收到发票后5-45个工作日内付款。	百度在线	月结	电汇
			百度网讯	月结	电汇
			北京京东世纪贸易有限公司	月结	电汇
			北京字节跳动网络技术有限公司	月结	电汇
			互诚信息技术（上海）有限公司	月结	电汇
			深圳乐诚盟无线科技有限公司	月结	电汇
			微梦中国	季结	电汇
			天津网之易创新科技有限公司	月结	电汇
移动互联网营销服务	效果广告	一般双方在次月对上月的推广数据进行核对，并根据合同约定的价格进行结算，客户收到增值税发票与盖章的结算单后7-30个工作日内付款。	百度在线	月结	电汇
			南京赢纳信息科技有限公司	月结	电汇
			苏州奖多多科技有限公司	月结	电汇
			武汉奇米	月结	电汇
			微梦中国	月结	电汇
			唯品会（中国）有限公司	月结	电汇
			杭州优溜网络技术有限公司	月结	电汇
	品牌广告	商务（媒体运营）在广告任务投放结束后提供任务相关投放数据（展示以及点击），并与第三方监测进行比对，最终与客户进行核对，并按合同约定开具发票，客户在收到发票后 7-30 个工作日、3-6 个月内付	北京摩拜科技有限公司	项目结束开票后 7 天	电汇
			群邑（上海）广告有限公司	项目结束开票后 90 天	电汇
			上海涵邑广告有限公司	项目结束开票后 30 天	电汇

业务名称	明细分类	收款结算政策	主要代表客户	结算政策	收款方式
		款	上海竞道广告有限公司	项目结束开票后 90 天	电汇
			车立方文化发展（北京）有限公司	投放结束后 180 天	电汇
			窄播（杭州）网络科技有限公司	月结	电汇
数据服务及其他		根据服务内容的不同结算方式有所不同。一般在完成约定的服务后，客户验收完成后开票，客户收到发票后 10-30 个工作日付款。对于按月固定收费的数据服务，一般次月开具上月发票，客户在收到发票后10-30个工作日付款。	百度在线	月结	电汇
			天翼爱音乐文化科技有限公司	验收合格后 30 天	电汇

公司针对不同的客户，根据客户业务量的大小、知名度、是否长期合作等因素，经过商务谈判，确定收款结算政策。公司的结算方式均为电汇，不存在现金及票据结算。信用周期根据客户的不同有所不同，但都处在合理的范围内，且各客户收款较为及时，不存在大额超信用期欠款的情况。

E.报告期各期末各类业务应收账款情况

单位：万元

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
移动应用开发者服务	5,431.13	63.22%	1,206.03	39.07%	918.26	27.24%
移动互联网营销服务	2,743.89	31.94%	1,715.43	55.57%	2,452.40	72.76%
数据服务及其他	416.29	4.84%	165.28	5.35%		
合计	**8,591.31**	**100.00%**	**3,086.73**	**100.00%**	**3,370.66**	**100.00%**

报告期内，公司收入主要来自移动应用开发者服务和移动互联网营销服务，二者合计占营业收入的比例超过 90%，故各期末这两类应收账款余额占比较高。

2015 年至 2016 年度，随着公司大数据资源的不断积累、大数据技术的不断加强，公司移动互联网营销业务取得较大突破，移动互联网营销业务收入占比快速上升，超过移动应用开发者服务收入，故 2015 年、2016 年末应收账款中移动互联网营销服务形成比例显著增加并超过移动应用开发者服务收入形成的应收

账款。

2017 年度，由于各移动应用开发者经过前期的积累，轻推送服务需求增加，导致移动应用开发者服务收入增幅较快，其形成的期末应收账款占比也有较大幅度的提高。

F.公司各期末应收账款对应收入形成时间

单位：万元

日期	应收账款余额	应收账款对应收入形成时间				
		半年内形成	半年至一年	一年至一年半	一年半至两年	两年以上
2017 年 12 月 31 日	8,591.31	8,217.31	272.22	54.31	41.20	6.27
2016 年 12 月 31 日	3,086.73	2,644.37	421.19	6.07	1.00	14.10
2015 年 12 月 31 日	3,370.66	3,106.48	250.08	0.90	0.50	12.70

（续上表）

日期	应收账款余额	应收账款对应收入形成时间				
		半年内形成占比	半年至一年占比	一年至一年半占比	一年半至两年占比	两年以上占比
2017 年 12 月 31 日	8,591.31	95.65%	3.17%	0.63%	0.48%	0.07%
2016 年 12 月 31 日	3,086.73	85.66%	13.65%	0.20%	0.03%	0.46%
2015 年 12 月 31 日	3,370.66	92.16%	7.42%	0.03%	0.01%	0.38%

公司各期末应收账款对应收入 85%以上为半年以内形成，98%以上为 1 年以内形成，两年以上账龄应收账款均在 0.50%以下，2017 年末半年内形成占比为 95.65%，两年以上账龄应收账款占比仅为 0.07%，主要系部分小客户，因对方产品下线，不再合作或客户已被列为经营异常名录，无法还款等原因造成，金额很小。

公司各期末应收账款对应收入形成时间主要集中在半年以内，各客户收款较为及时，不存在大额长账龄应收款的情况。

G.主要客户应收账款形成及回款情况

报告期各期末，主要客户应收账款形成及回款情况列示如下:

i.2017 年末

单位：万元

序号	客户名称	期末应收账款	半年内形成金额	半年至一年形成金额	一年以上形成金额	是否在合同期内	合同信用期	截至 2018 年 2 月末回款金额
1	微梦中国	2,170.00	2,170.00	-	-	是	开票后 30 天	1,050.00
2	唯品会（中国)有限公司	607.19	607.19	-	-	否	开票后 15 天	607.19
3	百度网讯	497.16	497.16	-	-	是	开票后 15 天	497.16
4	杭州优溜网络技术有限公司	401.94	401.94	-	-	是	开票后 7 天	401.94
5	深圳乐诚盟无线科技有限公司	353.00	353.00	-	-	否	开票后 7 天	353.00
6	百度在线	277.26	277.26	-	-	是	效果：25 天；轻推送、数据服务：15 天	277.26
7	天津网之易创新科技有限公司	240.79	240.79	-	-	是	开票后 45 日	-
8	北京字节跳动网络技术有限公司	230.93	230.93	-	-	是	开票后 15 天	230.93
9	窄播（杭州）网络科技有限公司	215.00	215.00	-	-	是	开票后 30 天	-
10	互诚信息技术（上海）有限公司	215.00	215.00	-	-	否	轻推送：5 天；数据服务：15 天	200.00
	合　计	**5,208.27**	**5,208.27**					**3,617.48**

ii.2016 年末

单位：万元

序号	客户名称	期末应收账款	半年内形成金额	半年至一年形成金额	一年以上形成金额	是否在合同期内	合同信用期	截至 2018 年 2 月末回款金额
1	百度网讯	435.66	435.66			否，227.88 万不在合同期内	开票后 15 天	435.66
2	百度在线	205.42	205.42			是	效果：25 天；轻推送、数据服务：15 天	205.42
3	罗布（上海）网络科技有限公司	174.78	174.78			否	开票后 5 天	174.78
4	苏州奖多多科技有限公司	169.73	169.73			否	开票后 7 天	169.73
5	凯帝珂广告（上海）有限公司	163.01	163.01			是	开票后 90 天	163.01
6	微梦中国	156.50	156.50			是	开票后 30 天	156.50
7	北京新意互动广告有限公司	130.96	130.96			是	开票后 90 天	130.96
8	网易传媒科技（北京）有限公司	104.23	104.23			否，44.43 万不在合同期内	开票后 20 天	104.23

序号	客户名称	期末应收账款	半年内形成金额	半年至一年形成金额	一年以上形成金额	是否在合同期内	合同信用期	截至 2018 年 2 月末回款金额
9	聚能鼎力	82.35		82.35		否	开票后 5 天	82.35
10	华扬联众数字技术股份有限公司	75.00	75.00			否	开票后 20 天	75.00
	合　计	**1,697.64**	**1,615.30**	**82.35**				**1,697.64**

iii.2015 年末

序号	客户名称	期末应收账款	半年内形成金额	半年至一年形成金额	一年以上形成金额	是否在合同期内	合同信用期	截至 2018 年 2 月末回款金额
1	聚能鼎力	891.45	891.45			否，321.45 万不在合同期内	开票后 5 天	891.45
2	罗布（上海）网络科技有限公司	657.37	657.37			否，646.54 万不在合同期内	开票后 5 天	657.37
3	梦凯网络	221.78		221.78		否	开票后 30 天	221.78
4	微梦中国	219.00	219.00			否，78 万不在合同期内	开票后 30 天	219.00
5	百度在线	216.05	216.05			是	效果：CPS 25 天；CPA 28 天	216.05
6	亿启（杭州）网络科技有限公司	185.34	185.34			是	开票后 5 天	185.34
7	群邑（上海）广告有限公司广州分公司	164.59	164.59			是	开票后 90 天	164.59
8	科思世通广告（北京）有限公司	109.67	109.67			是	开票后 90 天	109.67
9	天翼爱音乐文化科技有限公司	90.85	90.85			是	开票后 30 天	90.85
10	合肥小鸟网络科技有限公司	84.90	84.90			是	开票后 5 天	84.90
	合　计	**2,841.00**	**2,619.22**	**221.78**				**2,841.00**

报告期内，公司存在部分客户期末应收账款超出合同信用期的情况，原因系公司签订合同时，结算条款所规定的信用期普遍较短，而公司实际执行时信用期普遍在 30 天-90 天，实际执行的回款周期具有规律性与合理性。

报告期各期末，公司应收账款余额中信用期外金额较大，但账龄大部分在半年以内，不存在账龄较长的大额应收账款，回收情况较好，2015 年至 2017 年各期末，期后回款比例均达到 90%以上，公司在报告期内实质发生的坏账损失金额亦较小。

综上所述，公司在报告期内虽存在较大额的信用期外应收账款，但主要是由于合同规定的信用期较短所致，公司信用期外应收账款存在持续的回款记录，主要应收账款实际回收情况较好；公司已严格按照坏账准备政策足额计提了应收账款的坏账准备，且报告期内实质发生的坏账损失金额较小，因此，公司的应收账款的整体回收不存在重大风险。

H.公司各期末应收账款期后回收情况

报告期内，公司各期末期后半年、半年至一年、一年至两年、两年以上回收金额及占比如下表所示：

单位：万元

日期	应收账款余额	期后回款金额			
		半年		半年至一年	
		金额	占比（%）	金额	占比（%）
2017 年 12 月 31 日	8,591.31	4,905.17[注]	57.09		
2016 年 12 月 31 日	3,086.73	2,612.04	84.62	359.71	11.65
2015 年 12 月 31 日	3,370.66	3,049.47	90.47	291.73	8.66

注：此处指 2018 年 1-2 月回款金额。

（续上表）

日期	应收账款余额	期后回款金额			
		一年至两年		两年以上	
		金额	占比（%）	金额	占比（%）
2017 年 12 月 31 日	8,591.31	-	-	-	-
2016 年 12 月 31 日	3,086.73	31.54[注]	1.02	-	-
2015 年 12 月 31 日	3,370.66	10.36	0.31	-	-

注：此处指截至 2018 年 2 月回款金额。

报告期内公司应收账款期后回款及时，一年内账款回收比例在 90%以上，销售回款状况良好。

I.报告期各期末应收账款中逾期部分金额、占比、原因及可回收性

报告期各期末，公司应收账款中逾期部分金额、占比、原因及可回收性如下所示：

i.2017 年末

单位：万元

序号	客户名称	期末应收账款	逾期部分金额	逾期部分占比	逾期原因	可回收性[注]
1	唯品会（中国）有限公司	607.19	607.19	100.00%	实际执行中一般 30 天内回款	期后已全额收回
2	深圳乐诚盟无线科技有限公司	353.00	353.00	100.00%	实际执行中一般 30 天内回款	期后已全额收回
3	互诚信息技术（上海）有限公司	215.00	215.00	100.00%	实际执行中一般 30 天内回款	93.02%已收回，剩余预计可以收回
4	北京国电通网络技术有限公司	181.40	179.55	98.98%	对方结算流程较长	预计可以收回
5	北京爱奇艺	124.61	124.61	100.00%	实际执行中一般 30-60 天内回款	3.70%已收回，剩余预计可以收回
6	新游互联（福州）信息科技有限公司	115.98	109.39	94.32%	对方结算流程较长	预计可以收回
7	深圳市阿咕吖传媒有限公司	96.19	96.19	100.00%	实际执行中一般 30 天内回款	期后已全额收回
8	东莞市蚂蚁爬爬网络科技有限公司	93.47	93.47	100.00%	实际执行中一般 30 天内回款	期后已全额收回
9	上海宾谷网络科技有限公司	92.18	50.50	54.79%	实际执行中一般 60 天内回款	5.53%已收回，剩余预计可以收回
10	凤凰飞扬（北京）新媒体信息技术有限公司	81.99	76.99	93.90%	实际执行中一般 30 天内回款	期后已全额收回
11	北京京东世纪贸易有限公司	59.72	59.72	100.00%	实际执行中一般 30 天内回款	期后已全额收回
12	北京集奥聚合科技有限公司	52.73	4.61	8.74%	对方结算流程较长	预计可以收回
13	亿启网络	51.53	26.59	51.61%	实际执行中一般 30-60 天内回款	期后已全额收回
14	杭州信牛网络	35.00	35.00	100.00%	实际执行中一般 30 天	期后已

序号	客户名称	期末应收账款	逾期部分金额	逾期部分占比	逾期原因	可回收性[注]
	科技有限公司				内回款	全额收回
15	霍尔果斯智赢互动科技有限公司	32.96	32.96	100.00%	实际执行中一般 30 天内回款	期后已全额收回
16	国广星空视频科技（北京）有限公司	31.54	31.54	100.00%	对方结算流程较长	期后已全额收回
17	乐视体育文化产业发展（北京）有限公司	30.00	30.00	100.00%	对方经营不善，预计无法收回	预计收回的可能性较低
18	德勤企业咨询（上海）有限公司	30.00	15.00	50.00%	对方结算流程较长	预计可以收回
19	北京天世通广告有限公司	30.00	30.00	100.00%	对方结算流程较长	预计可以收回
20	其他预计可收回的应收账款	335.33	219.09	65.34%	实际执行中一般 30-60 天内回款	预计可以收回
21	其他无法收回应收款	6.10	6.10	100.00%	部分小客户，因对方产品下线，不再合作或客户已被列为经营异常名录，无法还款等原因	预计收回的可能性较低
	合计	**2,655.92**	**2,396.50**			

[注]：根据 2018 年 1-2 月回款情况进行统计

ii.2016 年末

单位：万元

序号	客户名称	期末应收账款	逾期部分金额	逾期部分占比	逾期原因	可回收性
1	百度网讯	435.66	227.88	52.31%	实际执行中一般 90 天内回款	期后已全部收回
2	罗布（上海）网络科技有限公司	174.78	174.78	100.00%	客户对帐流程慢	期后已全部收回
3	苏州奖多多科技有限公司	169.73	169.73	100.00%	实际执行中一般 30-60 天内回款	期后已全部收回
4	网易传媒科技（北京）有限公司	104.23	44.43	42.63%	实际执行中一般 60 天内回款	期后已全部收回
5	华扬联众数字技术股份有限公司	75.00	75.00	100.00%	实际执行中一般 90 天内回款	期后已全部收回
6	聚能鼎力	82.35	82.35	100.00%	客户申请新三板创新层，封帐，暂不付款	期后已全部收回
7	上海齿邦网络科技有限公司	0.60	0.30	50.00%	客户回款较慢	期后已全部收回
8	漫布时刻科技（杭州）有限公司	9.68	8.80	90.96%	客户回款较慢	期后已全部收回
9	北京美啦时尚信息技术有限公司	1.78	1.78	100.00%	客户回款较慢	期后已全部收回
10	其他	22.40	20.10	89.73%	部分小客户，因对方产品下线，不再合作或客户已被列为经营异常名录，无法还款等原因	预计收回的可能性较低
	合计	**1,076.21**	**805.15**			

iii.2015 年末

单位：万元

序号	客户名称	期末应收账款	逾期部分金额	逾期部分占比	逾期原因	可回收性
1	聚能鼎力	891.45	321.45	36.06%	客户回款较慢	期后已全部收回
2	罗布（上海）网络科技有限公司	657.37	645.54	98.20%	客户对帐流程慢	期后已全额收回
3	微梦中国	219.00	78.00	35.62%	客户结算审批流程较长	期后已全额收回
4	梦凯网络	221.78	221.78	100.00%	客户回款较慢	期后已全额收回
5	北京品果彩云科技有限公司	30.00	15.00	50.00%	客户回款较慢	期后已全额收回
6	墨迹风云（北京）软件科技发展有限公司	9.00	9.00	100.00%	客户回款较慢	期后已全额收回
7	国广星空视频科技（北京）有限公司	78.00	74.50	95.51%	客户回款较慢	期后已全额收回
8	阿里巴巴（杭州）文化创意有限公司	3.00	3.00	100.00%	客户回款较慢	期后已全额收回
9	西安畅信信息技术有限公司	0.30	0.30	100.00%	客户回款较慢	期后已全额收回
10	其他	15.10	15.10	100.00%	部分小客户，因对方产品下线，不再合作或客户已被列为经营异常名录，无法还款等原因	预计收回的可能性较低
	合计	**2,125.00**	**1,383.67**			

（3）预付款项

报告期各期末，公司预付款项具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	721.12	98.71	328.51	100.00	95.72	100.00
1-2 年	9.43	1.29	-	-	-	-
合计	**730.55**	**100.00**	**328.51**	**100.00**	**95.72**	**100.00**

报告期内，公司的预付款项主要为预付广告媒体流量采购款项、IDC 服务费和房租物业费等。报告期各期末，公司预付款项余额分别为 95.72 万元、328.51 万元和 730.55 万元，占流动资产的比例分别为 0.18%、0.45%和 0.82%，占比较低。

截至 2017 年末，预付款项前五名情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	占预付款项余额的比例
1	深圳赢时通网络有限公司	233.54	31.97
2	快乐阳光	131.28	17.97
3	上市中介费	84.91	11.62
4	杭州福风文化创意有限公司	59.50	8.14
5	浙江省中国国际旅行社有限公司	40.00	5.48
合计		**549.23**	**75.18**

（4）应收利息

报告期内，公司的应收利息为应收银行的七天通知存款利息收入。

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
七天通知存款利息	27.30	46.87	-
合计	**27.30**	**46.87**	**-**

（5）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款具体情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
押金及保证金	137.67	46.68	14.12
往来款	-	-	738.00
其他	2.73	9.02	4.68
合计	**140.40**	**55.70**	**756.80**

报告期各期末，其他应收款账面余额分别为 756.80 万元、55.70 万元和 140.40 万元，主要为关联方借款、房租押金和业务保证金等。2015 年末，其他应收账款账面余额 756.80 万元，主要包括对个信互动的关联方借款 738.00 万元和房租押金等；2017 年末，其他应收账款账面余额 140.40 万元，主要为房屋押金及广告流量采购保证金。

上述关联方资金拆借的具体情况，参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、（二）偶发性关联交易”。

截至 2017 年 12 月 31 日，其他应收款金额前五名如下：

单位：万元

序号	单位名称	与公司的关系	账面余额	账龄	占其他应收款余额的比例	坏账准备	款项性质
1	珠海金山办公软件有限公司	非关联方	50.00	1 年以内	35.61%	2.50	保证金
2	杭州福风文化创意有限公司	非关联方	12.00	1 年以内	8.55%	0.60	保证金
			1.50	1-2 年	1.07%	0.15	保证金
3	北京墨迹风云科技股份有限公司	非关联方	13.00	1 年以内	9.26%	0.65	保证金
4	北京腾讯文化传媒有限公司	非关联方	10.00	1 年以内	7.12%	0.50	保证金
5	伟恒通（上海）有限公司	非关联方	8.88	1 年以内	6.33%	0.44	保证金
合计			**95.38**		**67.94%**	**4.84**	

（6）存货

报告期各期末，存货分别为 12.00 万元、15.60 万元和 94.87 万元，主要为公司进行业务尝试采购的少量智能客流硬件。

（7）其他流动资产

报告期各期末，其他流动资产金额分别为 11,001.69 万元、0.19 万元和 4.04 万元，占流动资产的比例分别为 20.76%、0.00%和 0.00%。其他流动资产主要为银行理财产品和预缴税金等。

2、非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	2.00	0.04	-	-	-	-
长期股权投资	1,590.07	30.36	282.69	9.72	59.47	4.61
固定资产	3,079.31	58.80	2,067.18	71.11	1,218.63	94.45
无形资产	428.87	8.19	479.72	16.50	-	-
长期待摊费用	58.70	1.12	34.34	1.18	12.09	0.94
递延所得税资产	77.61	1.48	24.20	0.83	-	-
其他非流动资产	-	-	19.03	0.65	-	-

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非流动资产合计	**5,236.57**	**100.00**	**2,907.16**	**100.00**	**1,290.19**	**100.00**

报告期各期末，公司非流动资产分别为 1,290.19 万元、2,907.16 万元和 5,236.57 万元。2015 年末、2016 年末和 2017 年末，非流动资产分别较上期末增长 933.42 万元、1,616.97 万元和 2,329.41 万元。公司非流动资产主要由固定资产、长期股权投资和无形资产构成，报告期各期末三者合计占非流动资产的比例分别为 99.06%、97.33%和 97.36%。

（1）可供出售金融资产

报告期各期末，可供出售金融资产分别为 0 万元、0 万元和 2.00 万元，占非流动资产的比例分别为 0%、0%和 0.04%，占比较低。2017 年末，可供出售金融资产为公司对参股公司杭州独角兽的出资。

（2）长期股权投资

报告期各期末，长期股权投资分别为 59.47 万元、282.69 万元和 1,590.07 万元，占非流动资产的比例分别为 4.61%、9.72%和 30.36%。

报告期内，公司出于业务战略布局考虑，在一些大数据垂直应用细分领域进行了部分前瞻性的投资，主要通过公司自身的大数据资源和技术能力，结合合作方在细分领域的各自优势，探寻新的业务机会。2015 年，公司对外投资参与设立了杭州个房，探索大数据在房地产领域的应用；2016 年，公司从同一控制下主体个信互动受让其所持的深圳个联、上海个众少数股权并参与投资设立天津体迷，分别瞄准智能硬件、品牌广告和体育市场；2017 年，公司参与投资了杭州阶形，探索大数据技术在 APP 应用方面的实践。

（3）固定资产

报告期各期末，公司固定资产构成如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
一、固定资产账面原值	**5,260.04**	**3,145.54**	**1,623.86**
其中：专用设备	4,995.11	2,924.03	1,501.77

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
运输设备	129.86	129.86	70.27
电子及其他设备	135.07	91.65	51.83
二、累计折旧	**2,180.73**	**1,078.37**	**405.23**
其中：专用设备	2,058.33	997.06	355.48
运输设备	74.50	43.65	23.64
电子及其他设备	47.91	37.65	26.11
三、固定资产账面价值	**3,079.31**	**2,067.18**	**1,218.63**
其中：专用设备	2,936.79	1,926.97	1,146.28
运输设备	55.37	86.21	46.63
电子及其他设备	87.16	53.99	25.72
四、成新率	**58.54%**	**65.72%**	**75.05%**
其中：专用设备	58.79%	65.90%	76.33%
运输设备	42.64%	66.39%	66.35%
电子及其他设备	64.53%	58.91%	49.63%

公司的固定资产主要为服务器等专用设备。报告期各期末，固定资产账面价值分别为 1,218.63 万元、2,067.18 万元和 3,079.31 万元，占非流动资产的比例分别为 94.45%、71.11%和 58.80%。2015 年末、2016 年末和 2017 年末，固定资产账面价值分别较上期末增加 884.32 万元、848.55 万元和 1,012.14 万元，主要是随着公司业务规模扩大、客户数量增多以及研发投入的需要，公司增加了服务器等固定资产的采购。

（4）无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 0.00 万元、479.72 万元和 428.87 万元，占非流动资产的比例分别为 0.00%、16.50%和 8.19%。2016 年末，公司无形资产增加 479.72 万元，主要系公司于 2016 年以 540 万元（含税）的价格收购个信互动持有的无形资产，具体包括 2 项计算机软件著作权、2 项发明专利及 1 项专利申请权、5 项商标权和 2 项域名权，具体参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、（二）偶发性关联交易”。

报告期内，公司的研发费用全部予以费用化，不存在资本化的情形。

截至 2017 年末，公司无形资产的具体情况如下所示：

项目	账面原值（万元）	账面价值（万元）	取得方式	摊销年限（年）
著作权、专利权及商标权等资产组	509.43	428.87	购买	10
合计	**509.43**	**428.87**	**-**	**-**

（5）长期待摊费用

报告期各期末，长期待摊费用构成如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
经营租入固定资产改良支出	58.70	34.34	12.09
合计	**58.70**	**34.34**	**12.09**

报告期各期末，公司长期待摊费用账面价值分别为 12.09 万元、34.34 万元和 58.70 万元，占当期非流动资产的比例分别为 0.94%、1.18%和 1.12%，占比较低，主要为办公场所的装修费用。

（6）递延所得税资产

截至 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2017 年 12 月 31 日，公司递延所得税资产分别为 0.00 万元、24.20 万元和 77.61 万元，占当期非流动资产的比例分别为 0.00%、0.83%和 1.48%。公司的递延所得税资产主要是计提坏账准备形成的可抵扣暂时性差异。

3、资产周转能力分析

（1）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率的指标数据如下所示：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入（万元）	33,297.08	17,690.84	7,768.03
应收账款（万元）	8,126.70	2,919.35	3,196.35
应收账款余额（万元）	8,591.31	3,086.73	3,370.66
应收账款周转率（次）	5.70	5.48	3.97
应收账款周转天数（天）	**63.13**	**65.70**	**90.61**

报告期内，公司应收账款周转率分别为 3.97 次、5.48 次和 5.70 次，应收账款周转天数分别为 90.61 天、65.70 天和 63.13 天，公司应收账款回收速度较快，

应收账款质量较高。

（2）资产周转能力对比分析

报告期内，公司的应收账款周转率与同行业可比公司平均水平较为接近，具体如下表所示：

可比公司	2017 年度	2016 年度	2015 年度
猎豹移动	6.29	7.40	8.44
Weibo	5.63	5.55	3.98
暴风集团	2.05	3.56	2.59
墨迹天气	2.91	4.09	4.94
值得买	4.74	3.50	3.45
平均	4.32	4.82	4.68
公司	**5.70**	**5.48**	**3.97**

注：数据来自相应公司的年报或招股说明书等公开数据，或基于上述来源的数据计算得到，猎豹移动、Weibo 的数据来自 Bloomberg。截至本招股说明书签署日，因可比公司尚未披露 2017 年度财务数据，除值得买外，其他可比公司相关数据根据 2017 年 1-9 月数据计算。

（二）负债分析

报告期各期末，公司负债构成如下：

单位：万元、%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	5,905.98	100.00	2,647.44	100.00	4,759.49	96.94
非流动负债	-	-	-	-	150.00	3.06
负债合计	**5,905.98**	**100.00**	**2,647.44**	**100.00**	**4,909.49**	**100.00**

报告期各期末，公司负债总额分别为 4,909.49 万元、2,647.44 万元和 5,905.98 万元。2016 年末，公司负债总额较上期末减少 2,262.05 万元，主要是流动负债中其他应付款大幅减少所致。截至 2017 年末，公司的负债总额较上年末增加 3,258.54 万元，主要是预收款项和应交税费大幅增长所致。

报告期内，公司以流动负债为主，流动负债占负债总额的比例分别为 96.94%、100.00%和 100.00%，主要包括应付账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等。

1、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债如下所示：

单位：万元、%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	964.40	16.33	422.78	15.97	597.69	12.56
预收款项	1,902.16	32.21	648.90	24.51	204.57	4.30
应付职工薪酬	1,439.34	24.37	1,008.56	38.10	598.89	12.58
应交税费	1,445.06	24.47	184.74	6.98	170.86	3.59
其他应付款	155.02	2.62	382.44	14.45	3,187.48	66.97
流动负债合计	**5,905.98**	**100.00**	**2,647.44**	**100.00**	**4,759.49**	**100.00**

（1）应付账款

公司应付账款主要为应付供应商的广告流量采购款、IDC 带宽服务采购款等。报告期内各期末，应付账款具体如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流量及媒体等经营性采购款项	471.97	272.96	597.69
长期资产购置款项	492.43	149.82	-
合计	**964.40**	**422.78**	**597.69**

报告期各期末，应付账款余额分别为 597.69 万元、422.78 万元和 964.40 万元，占当期流动负债的比例分别为 12.56%、15.97%和 16.33%。

2016 年末，应付账款余额较 2015 年末减少 174.91 万元，主要是 2016 年根据部分广告流量供应商（如 WPS、芒果 TV 等）的政策采取预先支付广告流量采购款的方式所致。

2017 年末，应付账款余额较 2016 年末增长 541.61 万元，主要是广告流量和长期资产采购增加所致。

截至 2017 年末，公司无账龄 1 年以上重要的应付账款。

报告期各期末，关于公司应付账款中持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项和关联方款项，具体情况请参见本招股说明书“第七节 同业

竞争与关联交易”之“四、（二）偶发性关联交易”。

（2）预收款项

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
预收服务款项	1,902.16	648.90	204.57
合计	**1,902.16**	**648.90**	**204.57**

报告期各期末，公司预收款项余额分别为204.57万元、648.90万元和1,902.16万元，占当期流动负债的比例分别为 4.30%、24.51%和 32.21%，占当期营业收入的比例分别为2.63%、3.67%和5.71%。2015年末至2017年末，公司预收账款余额呈上升趋势，主要原因是公司业务规模扩大，向技术推送、移动互联网营销及数据服务客户预收的款项增加。

报告期各期末，公司预收款项中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项，且无关联方款项。

（3）应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要是应付职工的工资、奖金、津贴和五险一金等。

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 598.89 万元、1,008.56 万元和1,439.34 万元，占流动负债的比例分别为12.58%、38.10%和24.37%，呈上升趋势，主要是由于：一方面，公司业绩实现快速增长，员工绩效奖金也随之增加；另一方面，公司为了扩张业务规模，聘请的员工数量每年都有所增加。

报告期内，公司根据国家相关法律法规的规定为员工缴纳社会保险及住房公积金，不存在拖欠职工薪酬的情况。

（4）应交税费

公司应交税费主要是应交文化事业建设费、增值税和代扣代缴个人所得税等，具体如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
增值税	282.55	33.63	9.26
企业所得税	1,006.53	1.67	-
代扣代缴个人所得税	72.15	55.62	27.88

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
城市维护建设税	19.52	2.24	0.71
文化事业建设费	39.28	89.12	130.73
其他	25.03	2.47	2.29
合计	**1,445.06**	**184.74**	**170.86**

报告期各期末，公司应交税费分别为 170.86 万元、184.74 万元和 1,445.06 万元，占当期流动负债的比例分别为 3.59%、6.98%和 24.47%。

2016 年末，应交税费较上年末增加 13.88 万元，主要是由于应交增值税增长所致；2017 年末，应交税费较上年末增加 1,260.32 万元，主要是根据软件企业相关税收优惠，2016 年度免征企业所得税，自本期起减半征收，企业所得税相应增加。

（5）其他应付款

公司其他应付款主要包括暂收的股权投资款、与关联方之间的往来款等，具体如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
关联方往来款	-	-	184.57
暂收投资款	-	-	3,000.00
股权融资费用	-	377.36	-
押金及保证金	50.00	-	-
应付暂收款	17.70	-	-
已结算尚未支付的经营费用	84.82	-	-
其他	2.49	5.09	2.91
合计	**155.02**	**382.44**	**3,187.48**

报告期各期末，公司其他应付款分别为 3,187.48 万元、382.44 万元和 155.02 万元，占当期流动负债的比例分别为 66.97%、14.45%和 2.62%。

2015 年末的暂收投资款 3,000 万元为公司在 2015 年 12 月进行股权融资时，收到海新先瑞、海通元睿和海通临云先行支付的股权投资款。2016 年末的股权融资费用款 377.36 万元为公司在 2016 年聘请北京博星证券投资顾问有限公司为公司提供股权融资服务所应付未付的部分费用。

报告期各期末，关于公司其他应付款中持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项和关联方款项，具体情况请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、（二）偶发性关联交易”。

2、非流动负债分析

报告期内，公司的非流动负债主要为递延收益。报告期各期末，递延收益分别为 150.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元，均为政府补助形成。

3、偿债能力分析

（1）偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力指标情况如下：

财务指标	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动比率	15.03	27.65	11.14
速动比率	15.02	27.65	11.13
资产负债率（母公司）	5.16%	3.10%	11.69%
财务指标	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	17,930.54	4,124.79	1,368.36
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用

公司为轻资产的互联网企业。报告期内，公司资产以流动资产为主，流动资产中货币资金和应收账款占总资产的比例较高。公司货币资金充裕，无银行借款等付息债务，无利息费用支出。

报告期各期末，公司流动比率分别为 11.14、27.65 和 15.03；速动比率分别为 11.13、27.65 和 15.02。公司流动性充裕，短期偿债能力较强。2016 年末，流动比率和速动比率显著上升，主要是公司在 2016 年股权融资收到股东投资款，货币资金余额显著增加。2017 年末，公司流动比率和速动比例下降，主要是由于随着公司经营规模的增长，预收款项、应交税费等经营性流动负债增长迅速所致。

报告期各期末，公司资产负债率（母公司）分别为 11.69%、3.10%和 5.16%，资产负债率水平较低，主要是经过股权融资后公司资产规模快速增长，且随着公司营业收入的增长，货币资金较为充裕，且未进行银行贷款融资。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 1,368.36 万元、4,124.79 万元和 17,930.54 万元，逐年快速增长。2015 年以来，公司业务发展良好，收入持续保持较快增长，盈利能力显著提升，具备较强的偿债能力。

（2）偿债能力对比分析

报告期内，发行人与同行业可比公司的流动比率和速动比率对比如下所示：

可比公司	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率
猎豹移动	1.85	1.85	1.54	1.15	1.79	1.46
Weibo	2.23	2.23	2.15	1.84	2.39	2.18
暴风集团	0.94	0.74	1.06	0.69	1.84	1.63
墨迹天气	7.89	7.73	9.64	9.37	7.09	7.00
值得买	4.39	4.36	4.85	4.85	6.94	6.94
平均	3.46	3.38	3.85	3.58	4.01	3.84
公司	15.03	15.02	27.65	27.65	11.14	11.13

注：数据来自相应公司的年报或招股说明书等公开数据，或基于上述来源的数据计算得到，猎豹移动、Weibo 的数据来自 Bloomberg。截至本招股说明书签署日，因可比公司尚未披露 2017 年度财务数据，除值得买外，其余可比公司相关数据根据 2017 年 9 月 30 日数据计算。

报告期内，发行人与同行业可比公司母公司的资产负债率对比如下所示：

可比公司	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
猎豹移动	35.71	42.23	38.81
Weibo	30.58	26.96	25.16
暴风集团	44.94	47.22	46.78
墨迹天气	13.71	11.94	13.53
值得买	21.84	19.40	14.77
平均	29.36	29.55	27.81
公司	5.16	3.10	11.69

注：数据来自相应公司的年报或招股说明书等公开数据，或基于上述来源的数据计算得到，猎豹移动、Weibo 的数据来自 Bloomberg。截至本招股说明书签署日，因可比公司尚未披露 2017 年度财务数据，除值得买外，其余可比公司相关数据根据 2017 年 9 月 30 日数据计算。由于猎豹移动和 Weibo 搭建了海外 VIE 架构，此处使用合并口径资产负债率，由于墨迹天气未披露母公司报表，因此采用合并口资产负债率。

与同行业可比公司相比，公司呈现高流动比率、速动比率，低资产负债率的特点，主要是公司资产以流动资产为主，同时由于报告期内进行了股权融资，货币资金充裕，资产的流动性良好，无短期借款等流动负债，具有较强的偿债能力。

（3）偿债能力其他因素分析

截至本招股说明书签署日，公司银行资信状况良好，公司没有或有负债、表外融资等影响偿债能力的事项。

（三）所有者权益分析

报告期各期末，公司所有者权益分别为 49,386.09 万元、73,471.77 万元和 88,108.34 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
股本	36,000.00	8,231.71	2,487.56
资本公积	39,006.24	66,774.54	51,697.03
盈余公积	1,757.17	264.36	-
未分配利润	11,344.56	-1,847.46	-4,798.51
归属于母公司所有者权益合计	88,107.98	73,423.14	49,386.09
少数股东权益	0.36	48.63	-
所有者权益合计	**88,108.34**	**73,471.77**	**49,386.09**

1、股本

公司股本变动的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人股本情况”。

2、资本公积

报告期内，公司资本公积的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
股本溢价	39,006.24	66,774.54	51,697.03
合计	**39,006.24**	**66,774.54**	**51,697.03**

（1）2015 年度资本公积变动

2015 年 11 至 12 月，公司分两次增资共计增加资本公积（股本溢价）440,689,593.00 元。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定，公司确认股权激励计划产生的股份支付费用，相应增加资本公积（其他资本公积）1,299,620.15 元。

2015 年 11 月，公司股权激励计划进行了行权，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定，结转等待期内确认的资本公积（其他资本公积）5,815,170.63 元，相应增加资本公积（股本溢价）5,815,170.63 元。

根据《企业会计准则》及讲解的相关规定，对于个信香港支付公司关键管理人员当期薪酬确认为权益性交易，相应增加资本公积（股本溢价）346,611.29 元。

（2）2016 年度资本公积变动

2016 年 3 月，公司增资增加资本公积（股本溢价）197,236,040.00 元。

2016 年 3 月，公司完成对每日轩昂公司的同一控制下企业合并，根据《企业会计准则》的规定，对公司支付的合并对价与合并日归属于本公司的所有者权益份额的差额部分相应调减资本公积（股本溢价）358,373,485.56 元。

根据《企业会计准则》的规定，在编制以前年度比较合并财务报表时，将每日轩昂公司属于本公司的净资产份额扣除留存收益后的余额 70,015,055.23 元计入资本公积（股本溢价），2016 年将上述余额转出，相应减少资本公积（股本溢价）。对每日轩昂公司在企业合并前实现的留存收益中归属于本公司的部分自资本公积转入留存收益，相应减少资本公积（股本溢价）-39,323,323.79 元。

2016 年 6 月，根据公司与个信香港签订的协议，个信香港豁免公司对其应付债务，相应增加资本公积（股本溢价）1,845,690.00 元。另外，根据《企业会计准则》及讲解的相关规定，对于个信香港支付公司关键管理人员当期薪酬确认为权益性交易，相应增加资本公积（股本溢价）833,232.78 元。

2016 年 6 月公司整体变更折股时，减少资本公积（股本溢价）45,210,486.26 元。

2016 年 11 月，公司增资增加资本公积（股本溢价）392,682,927.00 元。另外，公司与本次增资相关的费用 7,547,169.60 元冲减资本公积（股本溢价）。

（3）2017 年度资本公积变动

2017 年 6 月，公司以资本公积 277,682,927.00 元转增股本。

3、盈余公积

报告期内各期末，公司盈余公积情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
法定盈余公积	1,757.17	264.36	-
合计	**1,757.17**	**264.36**	**-**

2016 年度和 2017 年度，公司按母公司 2016 年度和 2017 年度弥补以前年度亏损后的剩余可供分配利润的 10%提取了法定盈余公积。

4、未分配利润

报告期内，公司未分配利润变动情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
调整前上期末未分配利润	-1,847.46	-4,798.51	-5,879.62
调整期初未分配利润合计数（调增+，调减-）	-	-	-
调整后期初未分配利润	-1,847.46	-4,798.51	-5,879.62
加：本期归属于母公司所有者的净利润	14,684.84	3,430.40	1,081.12
减：提取法定盈余公积	1,492.81	264.36	-
其他转出	-	214.99	-
期末未分配利润	**11,344.56**	**-1,847.46**	**-4,798.51**

（1）整体变更设立股份有限公司前未分配利润为负的形成原因

2016 年 6 月 6 日，每日互动有限通过股东会决议，同意将每日互动有限整体变更为股份有限公司，同意以截至 2016 年 3 月 31 日经审计的每日互动有限净资产 314,299,013.34 元折股作为对股份公司的出资，其中 75,000,000 元作为股份公司的股本，未折股部分合计 239,299,013.34 元计入股份公司资本公积。

根据天健会计师出具的《浙江每日互动网络科技有限公司 2016 年 1-3 月审计报告》（天健审[2016]904 号）和发行人的财务报表，截至 2016 年 3 月 31 日，每日互动母公司报表、合并报表及每日轩昂关于总资产、净资产和未分配利润的相关情况如下：

单位：万元

项目	母公司	合并报表	其中：每日轩昂
总资产	34,040.12	32,902.57	3,069.23
净资产	31,429.90	31,390.78	3,069.17

未分配利润	214.99	-3,837.93	-3,932.33

由上表可见，每日互动整体变更设立股份有限公司时，在母公司报表中其未分配利润为 214.99 万元，不存在未分配利润为负的情况，因此亦不存在整体变更过程中，以资本公积弥补亏损的情形；在合并报表中，其未分配利润为-3,837.93 万元，主要是每日互动因拆除红筹架构而收购的子公司每日轩昂的未分配利润为负所致。

每日轩昂是公司为搭建红筹架构于 2011 年设立。截至 2016 年 3 月 31 日，每日轩昂未分配利润为-3,932.33 万元，主要系为进行业务拓展，前期研发、人员不断大量投入但尚未产生足够收入覆盖支出所致。

2015 年，公司开始拆除红筹架构。2016 年每日互动收购个信香港所持每日轩昂 100%股权，收购价格为 38,906.52 万元，收购日为 2016 年 3 月 31 日。每日互动收购每日轩昂为同一控制下企业合并，个别报表中按照公司在合并日应享有每日轩昂净资产的账面价值 3,069.17 万元确认为对其长期股权投资成本，支付对价与长期股权投资成本的差额冲减资本公积。因此，截至 2016 年 3 月 31 日，公司个别报表中对每日轩昂的长期股权投资账面价值为 3,069.17 万元。同时，根据每日轩昂的财务报表，截至 2016 年 3 月 31 日，其总资产为 3,069.23 万元，主要包括货币资金 1,480.67 万元，其他应收账款 1,578 万元（均为应收每日互动及个信互动款项，已于 2016 年度全额收回），净资产为 3,069.17 万元，公司对每日轩昂的长期股权投资不存在需要计提减值准备的情形，不会导致公司个别报表未分配利润变动。

（2）整体变更后的变化情况和发展趋势，与发行人报告期盈利水平变动的匹配关系，对发行人未来持续盈利能力的影响

报告期内，公司未分配利润的变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017.12.31 /2017 年度	2017.6.30 /2017 年 1-6 月	2016.12.31 /2016 年度
未分配利润（母公司）	15,814.56	6,063.38	2,379.25
净利润（母公司）	14,928.12	3,684.13	3,723.08
未分配利润（合并报表）	11,344.56	1,447.18	-1,847.46
归属于母公司所有者的净利润	14,684.84	3,294.64	3,430.40

项目	2017.12.31 /2017 年度	2017.6.30 /2017 年 1-6 月	2016.12.31 /2016 年度
（合并报表）			
净利润（每日轩昂）	6.66[注]	1.47	-94.75
未分配利润（每日轩昂）		-3,992.59	-3,994.06

注：为截至 2017 年 11 月 10 日每日轩昂清算注销完成日数据

由上表可见，截至 2017 年 6 月 30 日，公司合并报表的未分配利润为 1,447 万元，母公司报表未分配利润为 6,063.38 万元；截至 2017 年 12 月 31 日，公司期末合并报表未分配利润为 11,344.56 万元，母公司报表未分配利润为 15,814.56 万元，均为正，主要是整体变更后，公司经营业绩显著提升，营业收入和净利润水平大幅提高，各期净利润变动数与未分配利润变动情况一致。公司收购每日轩昂后，每日轩昂逐步停止经营业务并于 2017 年 11 月清算注销，在此过程中，合并报表层面，每日轩昂历史形成的未分配利润已在 2017 年 6 月 30 日通过公司经营产生的净利润得到填补。截至 2017 年 12 月 31 日，公司在合并报表和个别报表中均不存在未分配利润为负的情形，不会影响公司未来持续盈利能力。

十六、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	12,176.74	5,316.27	-1,360.43
投资活动产生的现金流量净额	-1,878.51	8,840.74	-12,415.34
筹资活动产生的现金流量净额	-484.91	17,742.48	48,556.52
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-2.16	5.43	66.46
现金及现金等价物净增加额	**9,811.17**	**31,904.92**	**34,847.21**

（一）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情况如下所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	31,256.20	19,492.05	5,619.08
收到其他与经营活动有关的现金	2,130.68	867.83	7,017.59
经营活动现金流入小计	33,386.88	20,359.88	12,636.67

购买商品、接受劳务支付的现金	4,566.17	5,478.51	1,460.35
支付给职工以及为职工支付的现金	9,470.78	6,262.66	2,819.40
支付的各项税费	2,818.41	919.28	250.25
支付其他与经营活动有关的现金	4,354.77	2,383.16	9,467.10
经营活动现金流出小计	21,210.13	15,043.61	13,997.10
经营活动产生的现金流量净额	12,176.74	5,316.27	-1,360.43
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	0.94	1.10	0.72
购买商品、接收劳务支付的现金/营业成本	0.75	0.95	0.58
经营活动产生的现金流量净额/净利润	0.83	1.55	-1.26

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-1,360.43 万元、5,316.27 万元和 12,176.74 万元，与净利润的比值分别为-1.26、1.55 和 0.83。

2015 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为-1,360.43 万元，净利润为 1,081.12 万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值为-1.26。2015 年度经营活动产生的现金流量净额为负，主要原因是：2015 年公司移动互联网营销业务取得突破，且主要集中在下半年尤其是第四季度实现，由于结算周期原因，部分收入尚未收回所致。

2016 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 5,316.27 万元，净利润为 3,430.03 万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值为 1.55。2016 年经营活动现金流量为正且增幅明显，主要原因是：2016 年公司营业收入大幅增长，移动互联网营销业务也步入良性发展轨道，同时公司管理层加强了应收账款的回款管理。

2017 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 12,176.74 万元，净利润为 14,684.80 万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值为 0.83。2017 年经营活动现金流量为正且增幅明显，主要原因是：2017 年公司营业收入大幅增长。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度

收回投资收到的现金	231,454.06	47,729.58	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.30	-	-
投资活动现金流入小计	231,454.36	47,729.58	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,282.64	2,165.80	1,355.34
投资支付的现金	231,002.00	36,723.03	11,060.00
支付其他与投资活动有关的现金	48.23	-	-
投资活动现金流出小计	233,332.87	38,888.83	12,415.34
投资活动产生的现金流量净额	-1,878.51	8,840.74	-12,415.34

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-12,415.34 万元、8,840.74 万元和-1,878.51 万元。投资活动现金流入主要为保本型银行理财产品的赎回，投资活动现金流出主要包括购买保本型银行理财产品、购建固定资产、无形资产和其他长期资产等。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
吸收投资收到的现金	-	57,049.00	48,556.52
筹资活动现金流入小计	-	57,049.00	48,556.52
支付其他与筹资活动有关的现金	484.91	39,306.52	-
筹资活动现金流出小计	484.91	39,306.52	-
筹资活动产生的现金流量净额	-484.91	17,742.48	48,556.52

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 48,556.52 万元、17,742.48 万元和-484.91 万元。

2015 年度，吸收投资收到的现金为公司通过股权融资收到的股东投资款。

2016 年度，吸收投资收到的现金主要为公司通过股权融资收到的股东投资款；支付其他与筹资活动有关的现金主要为公司在 2016 年向个信香港支付的收购每日轩昂的对价。

2017 年度，支付其他与筹资活动有关的现金主要为公司为向北京博星证券投资顾问有限公司支付的融资费用和支付上市中介费。

报告期内，公司的“支付其他与筹资活动有关的现金”具体如下所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
购买每日轩昂股权	-	38,906.52	-
支付融资相关费用	400.00	400.00	-
支付上市中介费	84.91	-	-
合计	**484.91**	**39,306.52**	**-**

（四）报告期内的重大资本性支出

报告期内公司的资本性支出主要包括：（1）购买服务器等专用设备；（2）2016 年，向个信互动购买著作权、专利权及商标权等无形资产。

报告期内，固定资产及无形资产的采购支出情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
固定资产	2,215.61	1,521.68	1,161.19
无形资产	-	509.43	-
合计	**2,215.61**	**2,031.11**	**1,161.19**

（五）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金有关投资外，发行人无可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金相关的具体投资计划详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

十七、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）本次发行对公司每股收益的影响

1、影响分析的假设条件

（1）目前生产经营适用的法律、法规及行业规章制度等不发生重大不利变化；

（2）国家外资产业政策、税收政策、环保政策等不发生重大不利变化；

（3）互联网行业、主要客户经营情况不出现重大不利变化；

（4）不出现地震、洪水、战乱等不可抗力等情况。

2、本次发行募集资金到位当年公司每股收益的影响因素

（1）本次发行的股份数量；

（2）本次发行完成时间；

（3）本次发行募集资金到位当年公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润。

3、本次发行募集资金到位当年公司每股收益的变动趋势

根据本次发行方案，公司拟公开发行不超过 4,010 万股股票，本次发行完成后，公司的总股本将由 36,000 万股增至 40,010 万股，股本规模将有所增加。本次发行完成时间以实际完成发行时间为准。由于募集资金投资项目建设、测试到实际投入运营并释放利润需要一定时间，募集资金投资项目无法在发行当年即产生预期效益。综合考虑上述因素，预计发行完成后公司当年扣除非经常性损益后的基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄。

4、本次发行将摊薄即期回报的风险

经综合考虑，在上述假设条件下，公司本次发行存在摊薄即期回报的可能和风险。

（二）本次发行的必要性和合理性

近年来，国家大力支持大数据产业发展。2015 年，国务院印发《促进大数据发展行动纲要》，从国家层面明确了中国大数据产业的发展方向和目标规划。《促进大数据发展行动纲要》指出将大力推进大数据的发展和应用，将大数据战略作为推动经济转型发展的新动力、重塑国际竞争优势的新机遇和提升政府治理能力的新途径。政府也不断提出规划方案号召坚持创新驱动发展，加快大数据部署，深化大数据应用。大数据的发展已成为稳增长、促改革、调结构、惠民生和推动政府治理能力现代化的内在需要和必然选择。一系列相关政策的出台，标志着大数据产业已经进入了规范化发展的新阶段。整体来看，公司所在的大数据垂直化应用领域面临发展良机。

面对良好的市场环境，公司需加大研发投入，提高研发效率，持续保持技术

领先，继续推进以推送为基础的移动应用开发者服务，并以此为基础，继续夯实用户触达能力、数据画像能力、场景捕捉能力等核心竞争力。继续拓宽大数据获取渠道，加强大数据发掘能力，同时大力整合媒体资源，打造自有流量，深耕大数据在精准营销、旅游、体育、房地产等垂直领域的变现能力，实现公司数据资源价值的最大化以及综合竞争力的不断提升。

选择首次公开发行股票进行融资，一方面可以为上述的公司战略提供资本支持，扩大品牌影响力；另一方面通过募集资金投资项目的实施，进一步完善公司在数据收集、数据处理和数据变现上的战略性布局，提高盈利能力和可持续发展能力。

由于本次发行后公司的总股本、净资产将会大幅增加，而募集资金投资项目建设、测试到实际投入运营并释放利润需要一定时间，短期内会对公司每股收益形成一定的摊薄，但从长期发展来看，本次融资将对公司提高每股收益产生积极影响，有利于实现并维护全体股东的长远利益。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务关系及公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

个推大数据平台升级项目是公司根据市场竞争情况和业务发展需要对原有个推大数据平台的升级改造，与公司现有主营业务及长期经营计划一致。个推大数据平台升级项目将紧紧围绕着大数据垂直化应用的主营业务展开，一方面扩展数据的来源，增加数据获取的维度；一方面探索更多的数据变现方式，增强公司的盈利能力。

数据中心扩充改造项目旨在对公司现有基础 IT 架构进行更新升级，是公司未来一切业务开展的基础，项目的实施亦建立在公司的现有技术和商业模式之上，符合市场发展趋势和公司长远发展目标。

2、公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

大数据垂直化应用领域在经过前期酝酿发展后，目前已逐渐趋向成熟，正式迈入了快速发展阶段。公司研发的“个推 SDK”产品，凭借其不俗的产品竞争

力，在第三方手机消息推送市场占据了较高的市场份额，积累了大量移动终端及活跃用户。依托庞大的用户规模及终端覆盖量，公司收集了海量数据；通过对数据的进一步挖掘处理，公司实现了对用户的深刻洞察，积累了独有的宝贵资源，并在实践过程中形成了对大规模数据处理技术的深刻理解。

公司在长期发展过程中完善了人才梯度的建设工作，打造了一支理论知识扎实、专业背景深厚、业务操作熟练、素质过硬的技术研发队伍。根据公司的业务发展需要，研发团队建设了海量并发系统和大数据处理平台。特别是在大数据的垂直化应用方面，研发团队负责收集、清洗和挖掘海量数据，并加以整合分析后形成各种数据类产品，以满足不同类型客户的需求。为响应市场出现的新需求，研发人员不断对公司的主要产品进行升级优化，也因此积累了丰富的实践经验。除另行招聘的新员工以外，公司将有多名研发人员参与个推大数据平台升级项目及数据中心扩充改造项目的建设，为项目的顺利实施奠定坚实的基础。

（四）填补被摊薄即期回报的措施

本次公开发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，考虑到以上情况，公司第一届董事会第十六次临时会议，2017 年第五次临时股东大会审议通过了《关于浙江每日互动网络科技股份有限公司填补上市后摊薄即期回报的措施及承诺的议案》，拟通过多种措施防范即期回报被摊薄的风险，以填补股东回报，充分保护中小股东利益，实现公司的可持续发展、增强公司持续回报能力。具体措施如下：

1、强化募集资金管理和运用

通过本次发行及本次募集资金投资项目的实施，公司资产规模和主营业务规模将得到进一步的提高。

本公司已制定《浙江每日互动网络科技股份有限公司募集资金使用管理制度》，明确规定本公司上市后建立募集资金专户存储制度，将募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理。

本公司将定期检查募集资金使用及管理情况，从而加强对本公司募集资金投向和募集资金投资项目的监管，确保募集资金使用合法合理、规范有效。

2、加快募集资金投资项目投资进度及使用效率

募集资金未到位前，公司将利用自筹资金先行投入。募集资金到位后将用于支付项目剩余款项、置换先行投入的自筹资金，并将加快内部资源调配，提高募集资金使用效率，争取又快又好地完成募集资金投资项目建设并尽快实现收益，以提高本公司的盈利水平，积极给予股东回报，减少本次发行导致的即期回报摊薄的影响。

3、积极拓展新增客户

鉴于本公司业务性质和特点，本公司将在现有市场基础上，积极扩展新客户，以提高本公司的盈利能力、增加盈利渠道。

4、发挥技术创新能力

在公司资金充裕的基础上，公司将进一步增加对技术研发的投入，加强对创新优秀人才的招募和培养，不断提高研发能力，从而巩固公司在业界的技术优势，打造核心竞争力，并提升公司的盈利能力。

5、优先现金分红，强化投资回报

本公司根据相关法律法规及监管要求，采取积极的利润分配政策。当前，本公司已通过上市后施行的《浙江每日互动网络科技股份有限公司章程（草案）》及《浙江每日互动网络科技股份有限公司股东分红回报规划》，本公司将充分考虑对投资者的回报，利润分配政策保持连续性和稳定性，兼顾本公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，注重对股东稳定、合理的回报，充分考虑独立董事、监事会和社会公众股东的意见，优先采用现金分红的利润分配方式。

在此基础上，本公司也将积极探索其他可充分确保全体股东收益，提高公司未来投资回报能力的方式和措施。

十八、对填补被摊薄即期回报措施作出的承诺

（一）公司相关主体对填补被摊薄即期回报措施作出承诺

1、公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施的相关承诺

公司董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

（1）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）承诺对其职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司董事会或者提名与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，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

（5）承诺如公司未来实施股权激励的，在自身职责和权限范围内，全力促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

（6）承诺对公司董事会和股东大会审议的公司采取措施填补被摊薄即期回报相关议案投票赞成（如有表决权），并促成相关措施的实施；

（7）承诺在中国证监会、深圳证券交易所另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及深圳证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的措施，以符合中国证监会及深圳证券交易所的要求。

2、公司实际控制人方毅根据中国证监会相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行另行作出承诺，“不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。”

3、公司相关主体承诺，将严格履行其所作出的上述承诺事项，确保公司填补回报措施能够得到切实履行。除不可抗力或其他非归因于本人的原因外，如承诺人违反其所作出的承诺或拒不履行承诺，承诺人将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并遵从中国证监会依法作出的监管措施或自律监管措施；承诺人愿意作出补充或替代性承诺并提交公司股东大会审议实施，以保护全体股东及公众投

资者的合法权益。

（二）保荐机构对发行人填补被摊薄即期回报措施的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人预计的本次发行对即期回报摊薄的影响具有合理性，发行人拟采取的填补被摊薄即期回报措施切实可行，且发行人全体董事、高级管理人员对上述填补措施能够得到切实履行作出了相关承诺，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的有关规定，有利于保护中小投资者的合法权益。

十九、报告期内实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策

（一）报告期内实际股利分配情况

1、报告期内发行人股利分配政策

有限公司阶段，《公司章程》规定：由董事会制定利润分配方案，经股东会审议批准。

股份公司阶段，《公司章程》中对股利分配规定：公司利润分配方案由公司董事会制定，经股东大会以普通决议方式审议批准。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。

2、报告期内发行人股利分配情况

报告期内，公司处于发展成长时期，业务经营和研发的资金需求较大，为支持公司长远发展，报告期内公司未进行股利分配。

（二）发行后的股利分配政策

为进一步建立、健全公司利润分配政策，给予投资者合理的投资回报，切实保护公司股东合法权益，公司制订了《公司上市后三年股东分红回报规划》，具体如下：

1、分红回报规划制定考虑因素

本分红回报规划的制定，系公司着眼于未来可持续稳定发展的预期，在综合分析实际经营情况、股东（特别是公众投资者）要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑了公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等情况。公司拟通过建立对投资者持续、稳定、合理的投资回报机制，对股利分配做出制度性安排，从而保证公司股利分配政策的连续性和稳定性。

2、分红回报规划制定的原则

（1）在努力确保公司主营业务可持续增长的前提下，公司充分重视对投资者进行合理、有效的投资回报，严格遵循相关法律法规和《公司章程》对利润分配的有关规定；

（2）坚持执行稳定、持续的利润分配原则；

（3）坚持现金分红为主，股票与现金相结合的分配原则；

（4）公司根据实际情况，可根据以下原则实施差异化现金分红政策：

A.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%；

B.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%；

C.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。

（5）公司实施现金分红一般应同时满足以下条件：

A.公司未分配利润为正、该年度实现盈利且该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）为正，现金分红后公司现金流仍然可以满足公司正常生产经营的需要；

B.审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（中期现

金分红无需审计）；

C.公司未来十二个月内无重大对外投资计划或重大现金支出（公司首次公开发行股票或再融资的募集资金投资项目除外）；

D.公司最近一期经审计资产负债率不超过 70%。

（6）上述重大资金支出安排是指下列任何一种情况出现时：

A.公司未来十二个月内拟投资、收购或购买资产等累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%且超过 3,000 万元；

B.公司未来十二个月内拟投资、收购或购买资产等累计支出达到或超过公司最近一期经审计资产总额的 20%；

C.公司当年经营活动产生的现金流量净额为负；

D.中国证监会或证券交易所规定的其他情形。

3、利润分配方式

（1）公司可以采取现金、股票、现金股票相结合及其他合法的方式分配股利。采用股票股利分配方式的将结合公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（2）公司具备现金分红条件时，公司优先采取现金分红的利润分配形式。

（3）若公司有扩大股本规模的需求，或发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，公司可以在满足《公司章程》规定的现金分红的条件下进行股票股利分配或其他法律法规许可的分配方式。采用股票股利分配方式的将结合公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

4、分红回报规划制定周期

公司应当充分考虑和听取投资者特别是公众投资者的要求和意愿，根据实际经营情况、企业发展所处阶段以及外部经济环境等因素的变化情况，及时的对利润分配政策做出适当且必要的修改，以确保投资者获得持续、稳定、科学的投资。

公司每三年重新审阅一次股东分红回报规划，确定该时段的股东回报计划，并由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、

所处发展阶段、未来发展规划及当期资金需求，按照确定的计划制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

5、上市后三年内的股东分红回报计划

为实施持续、稳定的利润分配政策，公司将根据实际经营情况和发展所处阶段，充分考虑和听取股东（特别是公众投资者、中小股东）、独立董事的意见，在上市后三年内执行以下具体计划：

（1）利润分配期间

原则上每年进行一次利润分配，可根据实际情况及资金需求情况进行年度分配或中期分配。

（2）利润分配比例

公司优先考虑采取现金方式分配股利。

（3）可供分配利润的依据

当年实现的可分配利润口径以《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》等相关法律法规规定为准。

6、公司利润分配方案审议程序

（1）公司董事会应根据生产经营状况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、未来业务发展规划和资金使用需求、以前年度亏损弥补情况等因素，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事会的意见，制定年度或中期分红预案，并且预案中应说明当年未分配利润的使用计划；

（2）公司董事会通过利润分配预案，需经全体董事过半数表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过，独立董事应当对利润分配预案发表独立意见；公司监事会应当对公司利润分配预案进行审议，并经半数以上监事表决通过；

（3）公司利润分配方案需提交公司股东大会审议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权过半数通过。股东大会审议利润分配具体方案时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

（4）股东大会审议调整利润分配政策议案时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过，并且相关股东大会会议应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者参与利润分配政策的制定或修改提供便利。

（5）公司股东大会按照既定利润分配政策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二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

7、利润分配的信息披露

公司应严格按照有关规定和格式指引在公司年度报告、半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策的执行情况，说明是否符合《公司章程》的规定或者股东大会决议的要求；分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对利润分配政策拟进行调整或变更的，公司还应详细说明调整或变更的条件及程序是否合规及透明。

二十、发行前滚存利润的分配安排

2017 年 8 月 20 日，公司 2017 年第五次临时股东大会通过决议，同意如公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市方案经中国证监会核准并得以实施的，本次发行前滚存可供股东分配的利润由发行完成后的新老股东依其持股比例共享。

第十节 募集资金运用

一、本次募集资金投资运用计划

（一）本次募集资金运用概况

根据 2017 年 8 月 20 日召开的 2017 年第五次临时股东大会决议，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股 4,010 万股，本次发行的募集资金总量，将根据发行人和主承销商确定的发行价格确定，本次发行不涉及老股东公开发售其持有的公司股份。

本次募集资金投资项目的投资总额为 45,012.54 万元，均为与公司主营业务相关的项目，具体如下：

单位：万元

序号	募集资金项目	项目总投资金额	募集资金投资金额	项目备案文号
1	个推大数据平台升级项目	30,303.04	30,303.04	西发改备〔2017〕7 号
2	数据中心扩充改造项目	14,709.50	14,709.50	西发改备〔2017〕8 号
合计		**45,012.54**	**45,012.54**	

本次发行的募集资金到位后，公司将根据投资项目的实施进度逐步投入上述资金。募集资金未到位前，公司将利用自有或自筹资金先行投入，募集资金到位后将用于支付项目剩余款项，置换先行投入的自有或自筹资金。如本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金额，不足部分由发行人通过自筹方式解决，以保障项目的顺利实施。

（二）募集资金专户存储制度安排

公司根据相关法律法规制定了《浙江每日互动网络科技股份有限公司募集资金使用管理制度》，并经董事会审议通过，募集资金将存放于公司董事会决定的募集资金专项账户集中管理。公司将在募集资金到帐后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，严格按照三方监管协议管理和使用募集资金。

（三）董事会对募集资金运用的意见

公司董事会对本次募集资金的投资项目进行了可行性分析，认为本次募集资金投资项目是对公司现有业务体系的发展和完善，募集资金投资项目与公司现有主营业务紧密相关，与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）个推大数据平台升级项目

1、项目概述

自成立以来，公司经过产品运营和持续技术创新，搭建了大规模并发的消息推送系统，积累了庞大的用户群体和广泛的客户资源。基于“个推 SDK”产生的海量数据和广泛的终端覆盖量，公司自行研发了“个推大数据平台”，通过对海量数据清洗、筛选和整理，对用户群体进行建模和洞察。利用个推大数据平台，公司研发出基于大数据的移动互联网营销产品“个灯”，以及旅游、交通等其他垂直化领域应用类产品。

目前，公司仅涉足移动互联网营销领域中的一小部分业务，其流程、系统功能以及操作方法还无法满足大规模的业务要求。同时，公司研发的大数据垂直化领域应用类产品还处于前期阶段，未来仍有很大的发展空间。随着移动互联网快速发展，大数据垂直化应用领域的竞争日趋激烈，要在竞争中取胜，公司亟需做出以下改进：

（1）进一步提升基础大数据平台的处理性能，在数据规模、处理的即时性、模型优化、数据准确性上进行提升，同时积极扩展大数据在各个垂直领域的商业化应用；

（2）研发新的面对移动应用开发者的 SDK 类产品，在满足移动应用开发者各种需求的同时增加数据的获取能力以及数据的渗透率；

（3）拓展数字化营销产品集合，搭建以数据为核心驱动、面向受众的移动互联网营销全平台，涵盖：DSP（需求方平台）、SSP（供应方平台）、ADX（流

量交换平台）和 Trading Desk（交易系统平台），为广告主提供全平台综合营销解决方案。

2、项目与主营业务的关系

个推大数据平台升级项目是公司根据市场竞争情况和业务发展需要对原有个推大数据平台的升级改造，与公司现有主营业务及长期经营计划一致。

虽然公司在第三方推送市场拥有一定的市场地位，在数字营销领域也积累了一定口碑，但在大数据的来源上，公司目前仅以“个推 SDK”为主，在大数据的具体应用上，公司的变现方式仍有较大提升空间。本项目将紧紧围绕公司大数据垂直化应用的主营业务展开，一方面扩展数据的来源，增加数据获取的维度；一方面探索更多的数据变现方式，增强公司的盈利能力。

3、项目建设必要性

（1）完善数字化营销的全产业链布局，是行业发展的必然趋势

近年来，中国数字化营销行业迅猛发展，行业内参与者越来越多，竞争也越来越激烈，是否具有核心数据，能否为广告主提供一站式营销解决方案成为衡量移动互联网营销公司实力的关键。在此背景下，行业内的主要企业开始推进移动互联网营销全产业链布局，进行从媒体端到广告主端的全方位卡位，以提高其竞争力和议价能力。

程序化购买和数字化营销的本质是对数据的使用，通过基于数据的多个服务于生态中的相关方平台的建设，可以使公司在整个生态中扮演愈发关键的角色，保持公司在行业内的竞争力。

（2）扩展公司获取数据的深度和广度，是保持行业领先水平的必然需求

公司的“个推 SDK”产品在移动终端中达到了较高的渗透率，也累积了一定规模的用户资源及数据资源，但在数据时代，持续不断扩展数据获取的广度和深度才是大数据公司保持行业竞争力的关键。个推大数据平台升级项目完成后，公司的大数据能力将显著提升，公司将拥有从数据获取、数据分析到数据交易的全方位能力，并能够为广告主提供从线上投放到线下效果监控的一站式服务。

（3）丰富数据变现手段，是增强业务稳定性和实现收入增长的有效手段

大数据的变现，是将各种不同属性的数据应用到新场景中，并产生新价值的过程。与简单的数据分析技术不同，大数据的变现需要深入了解应用场景，解决用户问题，是技术化与市场化共同作用的结果。目前，数据处理技术快速发展，不断为数据变现提供新型工具，企业间的竞争成败往往由大数据工具使用能力和场景搭建能力所共同决定。其中，数据的挖掘和打通主要依赖技术工具实现，而数据的流转则决定了数据变现的可行与否；只有当数据经过加工处理后，又返回场景或业务产生新的数据，形成闭环，才能最大化数据的变现价值。在此过程中，企业需要夯实每个环节的基础，才能通过数据变现来完成可持续发展。

目前公司变现手段仍不够丰富，个推大数据平台升级项目的实施将丰富公司的数据变现手段，进一步巩固公司的市场地位，增强盈利能力。

4、项目的可行性

（1）国家政策的大力支持

大数据行业属于近年来国家重点支持的新兴行业，2015 年，国务院印发《促进大数据发展行动纲要》，从国家层面明确了中国大数据产业的发展方向和目标规划。《促进大数据发展行动纲要》指出将大力推进大数据的发展和应用，将大数据战略作为推动经济转型发展的新动力、重塑国际竞争优势的新机遇和提升政府治理能力的新途径。政府也不断提出规划方案号召坚持创新驱动发展，加快大数据部署，深化大数据应用。大数据的发展已成为稳增长、促改革、调结构、惠民生和推动政府治理能力现代化的内在需要和必然选择。

一系列相关鼓励政策的出台，标志着大数据产业进入了规范化发展的新阶段。良好的产业环境是企业进行业务突破的必要支撑条件，能够为大数据应用的推广提供政策可行性。

（2）公司深厚的数据积累

由于公司的推送 SDK 覆盖了大量移动终端，数据获取量也较为庞大，目前公司每天获取的数据规模达 10TB。海量数据为数据的进一步挖掘利用打下了坚实基础，也为未来多种形式的数据变现提供了保障。

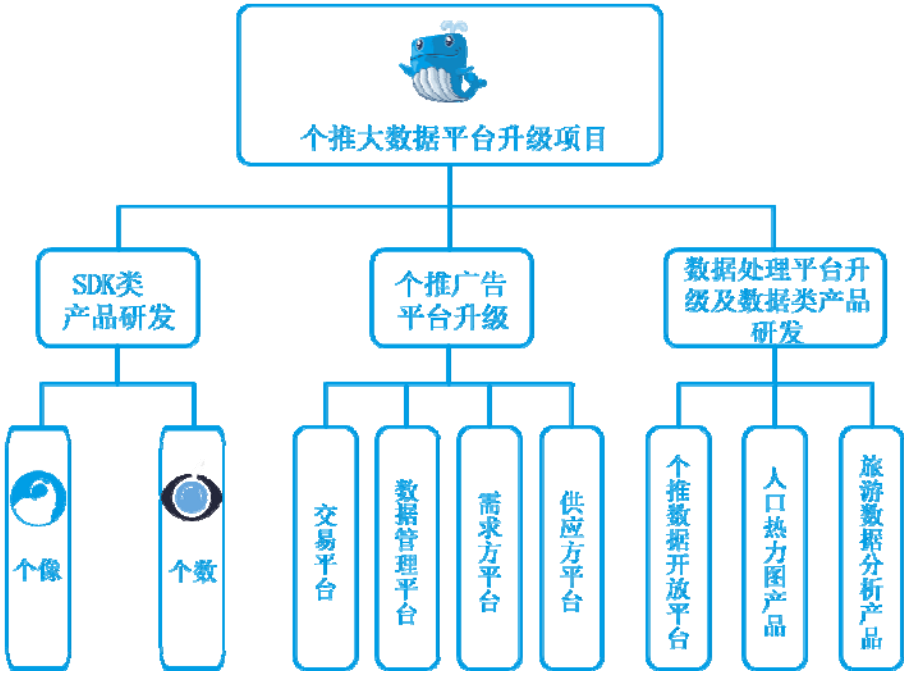
（3）突出的研发队伍和丰富的实践经验

经过近年的快速发展，公司在大数据行业内积累了良好的市场口碑，在移动应用开发者服务领域形成了独特的竞争优势。在此过程中，公司组建了一支理论知识扎实、专业背景深厚、业务操作熟练、素质过硬的技术研发队伍，完成了卓有成效的人才梯度建设工作。根据公司的业务发展需要，研发团队建设了海量并发系统和大数据处理平台，对数据进行脱敏、筛选、清洗和整理，从而形成各种数据类产品，以满足不同类型客户的需求，积累了丰富的实践经验。

本次募集资金投向的个推大数据平台升级项目，是现有大数据平台的延伸，旨在巩固公司的大数据能力，是公司管理层基于对公司的清晰认知和对移动互联网未来趋势的判断做的战略决策，在公司高素质的研发执行团队的帮助下，具有较强的可实现性。

5、项目的具体实施内容

本项目的主要内容包括 SDK 类产品的研发、个推广告平台的升级、个推大数据处理平台的性能升级及数字类产品的研发。



公司通过“个推 SDK”、“个像 SDK”、“个数 SDK”等进入移动端侧的 SDK 类产品，进行基础服务（包括推送服务、用户画像等服务）的提供和授权数据的获取。SDK 类产品协同工作，为移动应用开发者提供综合服务。

公司 SDK 类产品产生的经过处理后的数据，可以提供给个推广告平台用于精准营销、防作弊、流量高价值转化。基于这些数据，公司还可开发更多应用于旅游、体育等垂直领域的数据类产品。数据处理平台是大数据处理的基础，通过对数据处理平台的性能升级，可满足公司对数据增长、数据处理效率以及数据质量的要求。

（1）SDK 类产品

A.个像 SDK

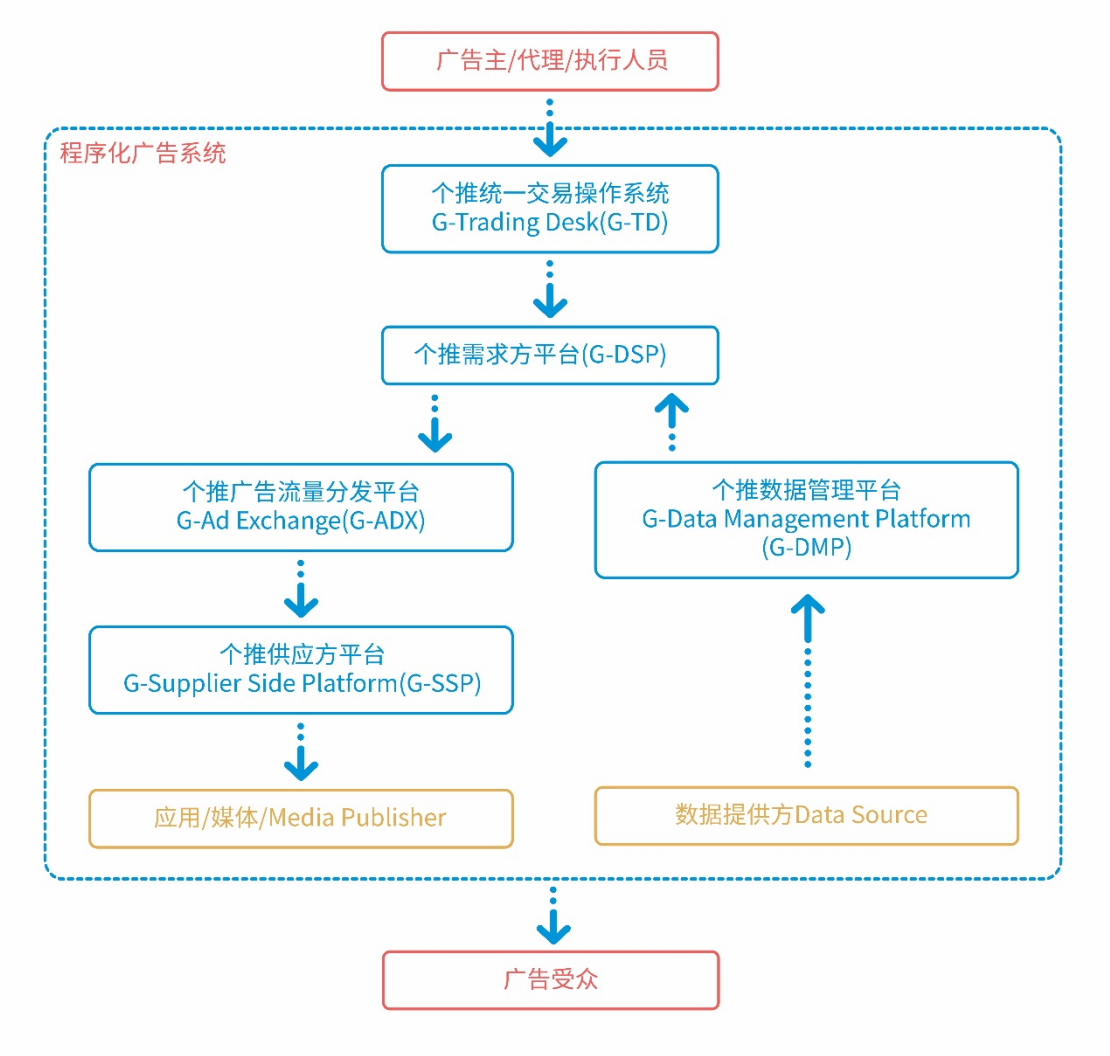
“个像 SDK”是公司面向移动应用开发者开发的用于获取移动终端用户画像信息的 SDK。“个像 SDK”可以为移动应用开发者提供丰富的用户画像数据以及实时的场景识别能力，帮助开发者了解其 APP 的用户属性，实现目标用户精准筛选等功能。

B.个数 SDK

“个数 SDK”是公司面向移动应用开发者开发的数据统计 SDK，主要满足开发者对自身产品进行活跃度、渠道效果、用户使用行为等方面的精准统计需求，开发者只需简单的接口调用就可以完成复杂的统计功能。“个数 SDK”能够从用户属性、行为数据、行业对比及渠道质量等多指标多维度进行移动应用统计分析，帮助移动应用开发者全面透析运营指标，分析用户行为数据，从而更好地指导产品运营和推广决策。

目前，公司已开发出“个像 SDK”、“个数 SDK”的初级版本，未来拟不断对其进行更新完善，以提升产品覆盖率。

（2）个推广告系统



个推广告系统分为个推统一交易操作系统、个推数字化精准营销平台、个推数据管理平台和个推供应方平台四个部分，该四个部分互相独立的同时互相协作，为广告主提供移动互联网营销一站式解决方案。

A.个推统一交易操作系统（Getui-Trading Desk，G-TD）

个推统一交易操作系统指面向广告主或广告代理公司的业务操作平台，可以让操作者在一个系统中对不同形式的广告形态进行设计、编排并查看执行效果。该系统是广告主直接面对整个个推广告系统的界面。

B.个推数字化精准营销平台（Getui-Ad Exchange/Demand Side Platform，G-ADX/G-DSP）

个推数字化精准营销平台指面向广告主或广告代理公司的数据营销平台和广告流量的分发平台。G-ADX 负责对广告在不同媒体上的流量分发，G-DSP 负责广告的 KPI 设定、广告受众的选择、广告创意和素材的设定以及效果的反馈等。个推数字化精准营销平台是开展程序化广告业务不可缺少的平台。

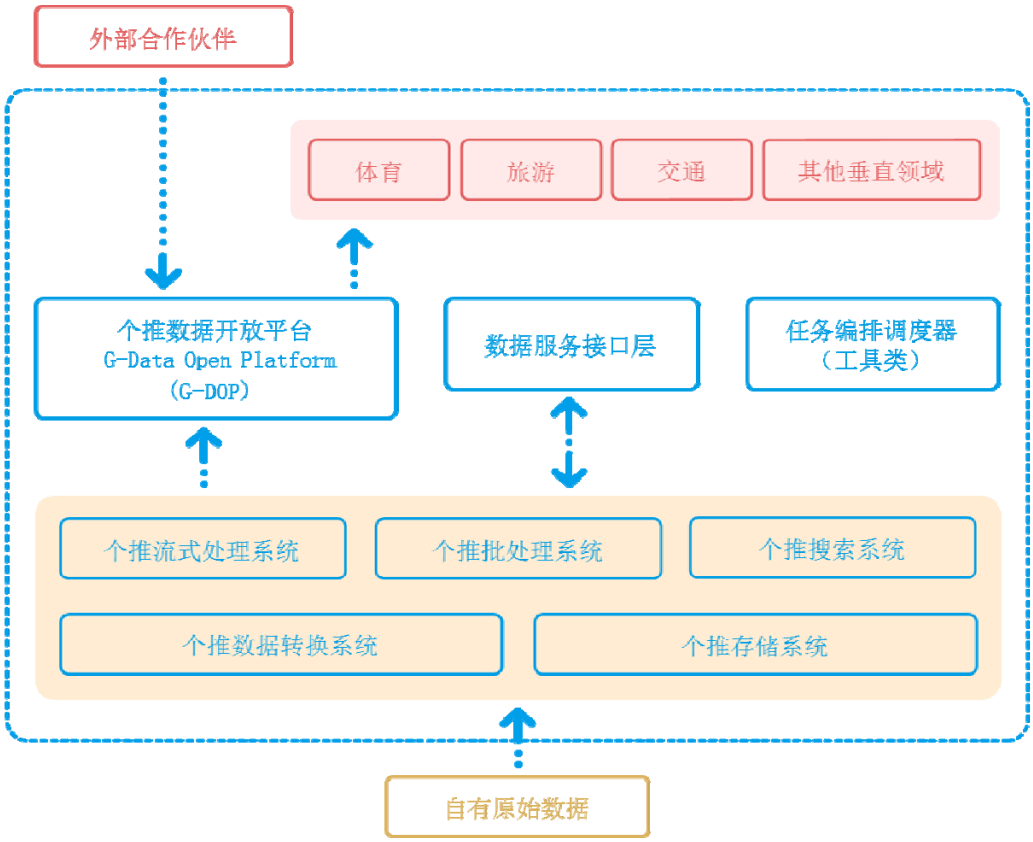
C.下一代个推数据管理平台（Getui-Data Management Platform，G-DMP）

下一代数据管理平台包括第一方数据管理平台和第三方数据管理平台。第一方数据管理平台指面向广告直客或对企业数据管理方面有较大需求的行业客户的数据管理平台，通过指导广告主进行广告投放获取收益；第三方数据管理平台主要对接各大 DSP 公司，通过指导 DSP 公司在程序化购买中有效竞价获取收益。公司将在该项目中充分利用数据实力，通过数据管理平台实现数据变现。

D.个推供应方平台（Getui-Supplier Side Platform，G-SSP）

个推供应方平台指提供给媒体/流量方进行流量管理的平台，并可对接到各个交易市场（公开或私有），帮助媒体/流量方提升流量价值。供应方平台的搭建有助于公司锁定优质媒体资源，提升竞争力。

（3）数据处理平台升级及数据类产品研发



数据处理平台升级及数据类产品研发主要包括基础大数据处理系统升级、个推数据开放平台研发以及大数据垂直领域应用类产品研发。公司的自有数据在经过基础大数据处理系统初步处理后汇入个推数据开放平台，在集合外部合作伙伴数据后形成公司的数据资源。

A.基础数据处理平台升级

基础数据处理平台作为原始数据处理的第一关口，在公司业务量不断增加的情况下，处理性能亟需升级，主要包括几个部分：①升级存储系统，扩展数据存储能力及容错能力；②升级数据转换系统，建设统一的转换系统，通过配置来进行多种格式之间的相互转换；③升级批处理系统，利用批量的形式对数据进行大量非实时处理，提高任务的并发处理能力及资源的合理分配；④升级流式处理系统，在数据量扩大的基础上满足对时效要求比较高的任务的计算需求；⑤升级搜索系统，完善用户海量数据的检索服务。

B.个推数据开放平台（Getui-Data Open Platform，G-DOP）

个推数据开放平台指在个推自有数据及集合外部数据的基础上，建立一个计

算、存储以及输出的开放环境，在汇聚自有数据及外部合作伙伴数据的基础上进行数据的进一步价值挖掘，以更多的视角挖掘数据的价值。

C.垂直行业数据类产品研发

在汇聚内外部数据资源的基础上，通过对数据价值的进一步挖掘，公司拟开发针对交通、旅游、体育、公共服务等各垂直行业的数据类产品。具体包括：①基于终端位置信息形成的下一代人口热力图，实时展示不同城市、区域的人口密集信息；②旅游数据分析类产品，通过调用公司的大数据资源来提供定量旅游数据分析及营销支持。

6、项目实施方案

本项目实施按照各个独立产品进行分工，组织形式按照事业部方式进行。

每个产品将组建一个独立小组，团队成员包括：产品经理、项目组织人员、研发团队、质量保障团队以及安全团队。产品经理负责具体产品的规划落实并对最终产品是否符合预期进行确认，项目经理负责项目的计划设定及资源的协调组织，研发团队负责产品的技术实现，质量保障团队负责各个环节的产品质量保障，安全团队负责设定安全标准、安全实践的落实及最终的安全验收。

团队整体由事业部总经理负责管理，各项目由项目经理和产品经理负责统筹扁平化管理。公司还将设立项目办公室统一协调各项目小组的资源情况，提供项目管理支持。

7、项目建设实施计划与进度

本项目的工程建设周期规划为以下几个阶段：实施规划及前期准备，场地租赁及装修，设备购置及安装，人员招聘及培训，产品开发、测试及推广。本项目计划建设期 24 个月。

阶段/时间（月）	T+24																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	~	24
实施规划及前期准备																		
场地租赁及装修																		
设备购置及安装																		

阶段/时间（月）	T+24																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	~	24
人员招聘及培训																		
产品开发、测试及推广																		

注：其中，T 为募集资金到位当月

8、项目投资概算

本项目投资总额 30,303.04 万元，建设期 2 年，各年投资金额及明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	房屋租赁与装修	1,475.00	4.87%
2	硬件设备购置及安装调试	7,206.00	23.78%
3	软件投入	374.28	1.24%
4	产品所属技术服务费	4,815.00	15.89%
5	人员成本	13,295.00	43.87%
6	产品推广及人员培训费	2,685.00	8.86%
7	铺底流动资金	452.76	1.49%
总计		**30,303.04**	**100.00%**

（二）数据中心扩充改造项目

1、项目概况

根据 CNNIC 发布的数据显示，截至 2017 年 12 月，我国手机网民数量达 7.5 亿，占整体网民数量的 97.5%。移动互联网用户的庞大基数及较快增长为移动互联网公司的发展带来了蓬勃生机，也对移动互联网公司的数据处理能力带来了新的挑战。公司现有两个 IDC 数据中心，随着服务客户和累积数据量的迅速提升，原有机房已不能满足公司发展的需要，IDC 机房规模亟待升级。

本项目分为三个部分：一是对公司现有的两个数据中心进行扩容升级；二是建立第三数据中心；三是对三个数据中心进行互联升级。本项目将进一步完善公司的基础 IT 架构，在公司业务量和数据量不断增加的过程中为公司未来发展提供足够的支持。

2、项目与主营业务的关系

根据公司发展战略，公司产品主要分为三类：一是面向移动应用开发者的基础服务产品，包括技术推送服务（个推 SDK）、数据统计服务（个数 SDK）、用户信息数据服务（个像 SDK）；二是面向广告主或广告代理商的移动互联网数字营销产品；三是利用公司的大数据能力提供的各种数据类产品，包括 DMP 服务以及各类行业应用类数据产品。

以上业务的顺利实现均以 IT 基础设施以及互联网技术作为依托。因此 IT 系统能否满足业务的快速发展以及市场的快速变化是公司能否在市场竞争中胜出的关键。本项目旨在对公司现有基础 IT 架构进行更新升级，服务于公司的主营业务。

本项目的实施基于公司的现有技术和商业模式，符合市场发展趋势和公司长远发展目标。项目完成后将对公司主营业务和主要产品起到关键的支撑作用，有利于增强公司持续盈利能力，推动公司业务进一步快速发展。

3、项目的必要性

（1）适应公司业务量发展的需要

大数据垂直化应用领域的竞争激烈，企业的经营活动和服务质量越来越依赖数据中心与网络等 IT 基础设施，实现 IT 的全天候业务连续运营成为企业 IT 建设运营与企业经营追求的目标。近几年，公司业务快速增长，并发用户数、日均活跃用户数、日产生数据量、消息下发量等业务指标急剧上升，对公司现有数据中心的负载能力和处理能力提出了更高要求。

本项目将对现有数据中心基础业务系统和网络系统扩容升级，同时通过新增第三数据中心，进一步优化公司的数据存储与数据处理能力，满足公司未来业务的发展需求。

（2）持续提高公司服务质量的需要

中国幅员辽阔，地区发展不均衡，互联网基础建设方面存在着多运营商、分区域、分层次建设的格局，造成了网络结构复杂、地区资源不均衡、互联互通较难实现的客观现实。为了进一步提高公司消息推送服务的到达率，公司需要结合

基础网络建设情况，通过数据中心的扩容升级，实现业务策略的动态调整，提升数据中心的运作效率，维持良好的服务质量。

（3）提高公司灾害防备能力及保持业务可用性的需要

近年来，雷暴、地震等自然灾害时有发生，所引发的电力故障往往导致互联网信息服务企业业务无法正常运营。因此，为提高灾害防备能力及保持业务可用性的需要，企业必须在数据中心建设上具备一套完善的安全隐患防范体系。

虽然公司目前的两个 IDC 数据中心能保证较高的可用性，但在发生地震、火灾等灾害事故时，部分节点仍有可能失效，从而导致失效节点所支撑的业务无法正常运行。三个 IDC 数据中心能够有效提高公司数据中心的可用性，当任意一个节点失效时，该节点承担的业务量能够被其他节点有效接管。本项目通过增设第三数据中心，并将三个数据中心进行组网操作，可以加强各个节点之间的业务交互，全面实现备份功能。本项目还可通过数据中心之间的互联升级，提升数据传输、服务调用以及线路容错的能力，从而提高公司的灾害防备能力，满足公司业务高可用性的需要。

（4）保障数据安全的需要

数据中心是网络信息工程数据存储、计算和传输的重要部分，集中了各种基础软硬件设施架构，对于企业的正常运作非常重要。由于数据中心是数据信息传输最密集、交换最频繁的场所，一旦安全上出现疏漏将会对企业的正常经营造成影响。因此，构筑一道安全的防护体系是数据中心的首要任务。

公司现有数据中心已经考虑了多副本等安全设计，但依然会存在数据被误删除、被无意甚至恶意破坏的风险。本项目在考虑本地多副本、多机柜数据分布存放的基础上，通过搭建第三数据中心，完成服务器、防火墙、入侵检测等网络信息安全体系的建立、运行和优化，可以有效提高公司的数据安全防范能力，降低安全风险，从而保证公司的高效运营。

4、项目的可行性

（1）IDC 业务的蓬勃发展为公司提供给了更多选择

自国家提出“互联网+”以及大数据战略以来，我国 IDC 行业蓬勃发展，优秀的 IDC 厂商不断涌现。大部分 IDC 厂商能够为下游客户的主机托管、系统维护、运行管理等一系列需求提供个性化解决方案，达到资源配置最优化的双赢局面。同时，大量新进入企业也使得国内 IDC 行业竞争更为充分，IDC 厂商的市场价格出现一定程度下降，从而为公司数据中心扩充改造项目的实施提供了更多高性价比的选择。

在本项目的实施过程中，公司将派遣经验丰富的基础工程构架团队综合考察 IDC 厂商，结合公司自身业务发展的实际需求，选定性价比较高的 IDC 厂商。

（2）技术及人才的积累为项目的最终完成提供了有效保障

公司是以技术为主导的高科技企业，技术及人才的积累对公司的持续性发展至关重要。

在技术积累上，公司在两地双 IDC 中心的业务联动、数据切换、用户服务切换等方面积累了丰富的经验，建设了并发在线超过三亿、日处理原始数据超过 10T 的系统，为多个行业提供数据决策及营销支持。公司的系统在架构设计上采用了集群技术，Scale-out 的架构设计可以保证在系统资源不足的时候，通过硬件设备的快速添加实现系统性能的扩展。

在人员积累上，公司拥有经验丰富的技术团队，并设有专门的运维团队对 IDC 中心进行管理和规划。此外，公司与多家 IDC 服务商以及包括浪潮、戴尔、华为等公司在内的技术设备供应商保持着良好的业务合作关系，可为公司提供全天候专业的服务和技术支持。

5、项目实施目标

数据中心扩充改造项目的建设目标为：

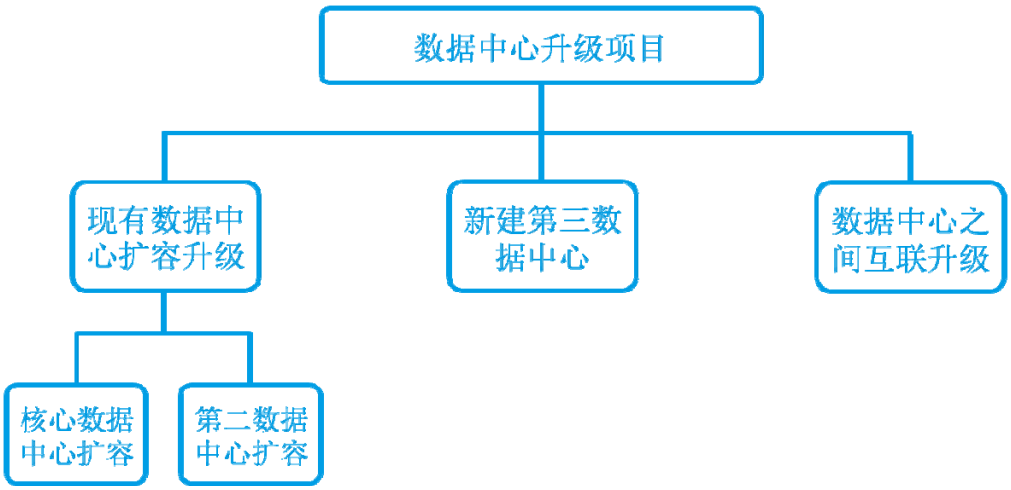
第一，对现有 IDC 中心的老旧服务器进行更新替换，扩充现有 IDC 的资源需要；

第二，针对网络和系统 QoS，在全国乃至全球范围内建立前置接入集群，并建立高质量的从集群到核心 IDC 的链路；

第三，建立新的 IDC 中心，从而形成两地三中心甚至三地三中心格局，提高公司数据备份以及灾害防备能力。

6、项目具体内容及实施方案

本项目将围绕现有数据中心扩容升级、新建第三数据中心和数据中心之间互联升级三个子项目开展，三个子项目互相补充，共同构建完善公司的基础技术平台架构。



其中，现有数据中心扩容主要服务于已经在线运行的产品及部分新上线的产品，新建的数据中心也将作为业务新的承载节点以及部分的备份中心。而数据中心之间的互联升级则主要用于数据中心之间的数据传输、服务调用以及线路容错。

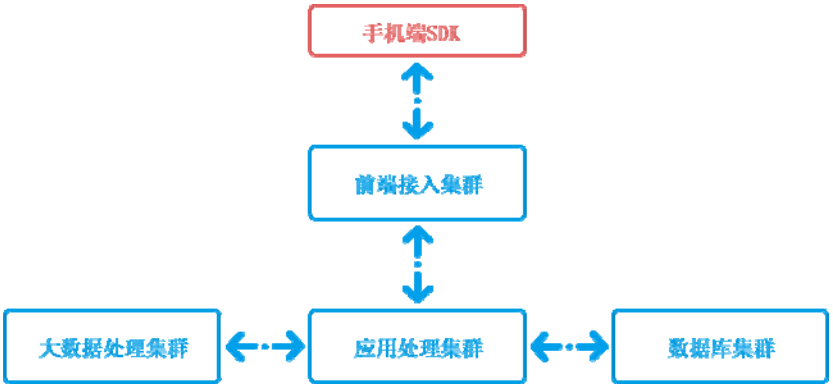
（1）现有数据中心扩容升级实施方案

现有数据中心扩容升级的实施方案主要包括基础业务系统扩容升级、网络系统扩容升级以及系统安全加固三个方面。

A. 基础业务系统扩容升级

随着公司业务不断增长，生产平台亟需不断提高处理能力，在系统资源冗余低于 20%时，提前规划和实施系统扩容工作，保障生产平台的持续高可用性和整体处理能力。

目前公司的基础业务系统的架构图如下：



对基础业务系统的扩容包括：前置接入集群的扩容、应用处理的集群扩容、数据库及缓存数据库集群的扩容以及大数据处理集群扩容。

i.前置接入集群

前置接入集群主要负责与 SDK 端建立长连接，随着公司移动终端用户的不断增长，前置接入服务器的处理能力会逐渐达到性能瓶颈，因此，需要进行阶段性的扩容，以提高集群的接入能力，保证 SDK 端与服务端的连接可用性。

ii.应用处理集群

应用处理集群主要负责所有消息推送业务的逻辑处理功能，在 SDK 端用户不断增加过程中，业务逻辑的处理也存在性能瓶颈，需要进行阶段性的扩容，以增加业务的处理能力，保证消息在逻辑处理阶段不丢失以及消息的快速下发，满足用户的消息及时性需求。

iii.数据库集群

数据库集群包括缓存数据库和关系型数据库，在上述集群不断扩容的同时，数据库的访问量也会成倍增长，关系型数据库的存储容量需要不断扩展，以保存更多的注册用户数据。缓存数据库可以提高应用集群的高并发查询及写入请求，

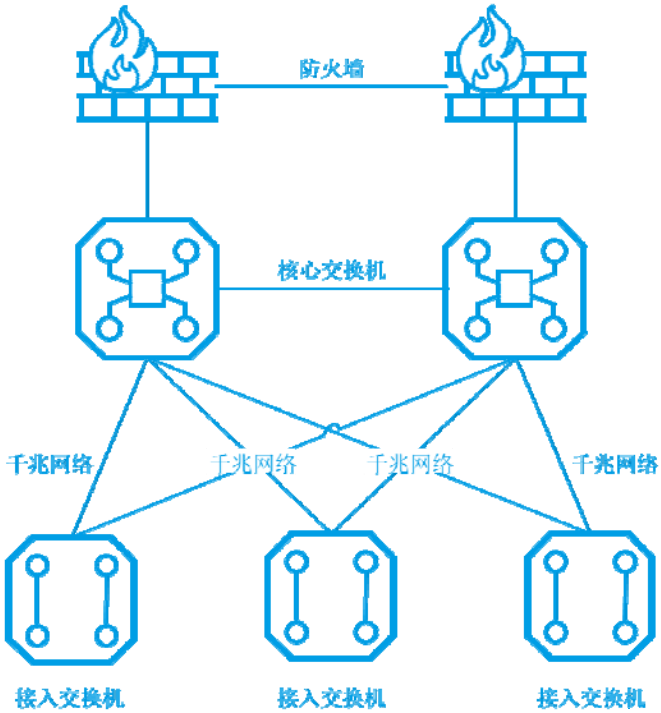
由于每台物理服务器所配置的内存为固定值，用户数量的不断增加也需要对缓存数据库进行阶段性的节点拆分及扩容。

iv.大数据处理集群

大数据处理集群主要用来存储和处理前置集群及应用集群所产生的大量日志文件，并通过相应的算法将处理后的数据返回给应用集群或者其他的应用，作为数据的支撑。业务处理集群设备的不断增加必然会产生大量的日志文件，公司对大数据处理集群的存储容量和计算能力的需求也会越来越高。因此，大数据处理集群也同样需要阶段性扩容，以提供更加高效的计算能力，提升用户满意度。

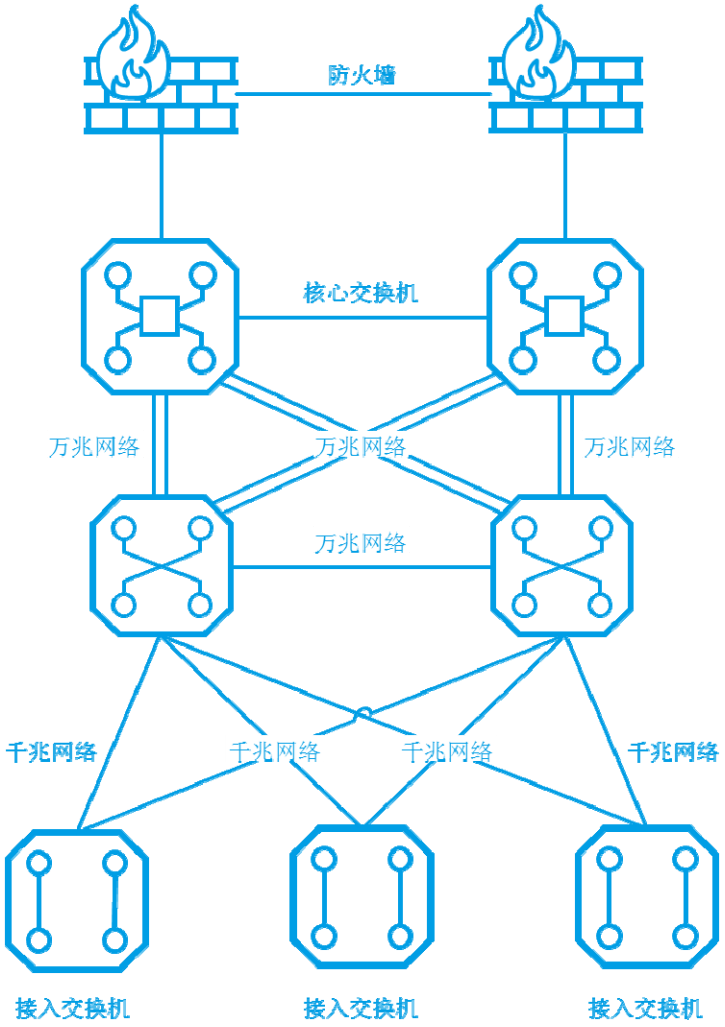
B.网络扩容

网络扩容主要指系统内部服务器直接的内部网络交互处理能力的扩容。



目前，消息推送处理平台所采用的网络结构为扁平化大二层的架构，核心交换机与接入交换机之间采用多条千兆网络互联，核心交换机虽然采用了模块化设备，但配置的接口板卡仍为千兆接口板卡。

随着推送平台的逐渐扩容，内部网络交互数据量越来越大，需要对内部交换网络进行升级改造。



重新规划后的内部网络，在核心与接入交换机中间加入了万兆汇聚交换机。增加万兆汇聚交换机后，大部分的网络请求直接通过汇聚交换机来完成，有效降低通过核心交换机的网络流量，以保证核心交换机的处理性能。汇聚交换机采用多台设备来负责均衡及冗余，有效保证内部网络的高可用性。

另外，增加汇聚交换机后，在后期更换核心交换机的操作中，可以保证内部网络的可持续性，实现在不停服务器、业务不中断的前提下更换核心交换机的目标。

各个层级的交换机互联通过升级为万兆网络，提高了内部网络的负载能力，进一步有效降低了内部网络的延时，满足了未来一段时间内的内部网络交换需求。

C.系统安全加固

随着设备数量和业务的不断增长，系统安全加固需要不断完善，确保系统和数据的安全。系统安全加固包括：VPN 远程连接设备和堡垒机设备更新、业务入口加固及应用区域与数据区域隔离。

i.VPN 远程连接设备和堡垒机设备更新

基于数据安全以及商业机密考虑，有些部署在生产环境中的业务平台系统不能在公网上直接访问，而在公司日常经营中，除公司内部运维人员外还有其他部门（包括研发、测试及其他业务部门等）需要访问生产环境。

通过采购专用的新一代的 VPN 设备，员工可从外部连接生产环境服务器。专用的 VPN 设备可以根据不同部门的访问需求配置不同的访问策略，同时满足大并发量以及安全认证的需求。

随着设备数量的不断增加，公司员工在通过 VPN 接入生产网络，访问特定的平台系统外，还有登陆生产环境服务器的需求。因此，公司还需更新部署新一代堡垒机，用于访问生产平台服务器，以便更加有效地对操作权限、访问权限、操作记录等进行统一的管理控制，从而在保障安全操作的同时，能对人为失误导致的系统故障进行快速定位及有效恢复。

ii.业务入口加固

随着公司业务的不断增长和知名度的提高，来自互联网的网络攻击会变得更加频繁和有针对性，网络攻击流量也可能逐渐加大。因此，公司需要升级 DDOS 防御设备以及 IPS 等入侵监测设备，用以加固入口的安全和高可用性。

iii.应用区域与数据区域隔离

随着产品的不断增加，也需要在应用区域之间、应用域与数据库区域之间等地方增加隔离设备及防火墙，使各个区域使用独立的权限来登陆和访问服务器。正常的业务交互也需通过防火墙来实现区域间的业务互通。

iv.专线环保护

目前核心机房到第二机房之间配置了一条裸光纤相连。在今后的异地多活和两地三中心甚至三地三中心的规划中，实时的数据同步需求非常高。由于单条专

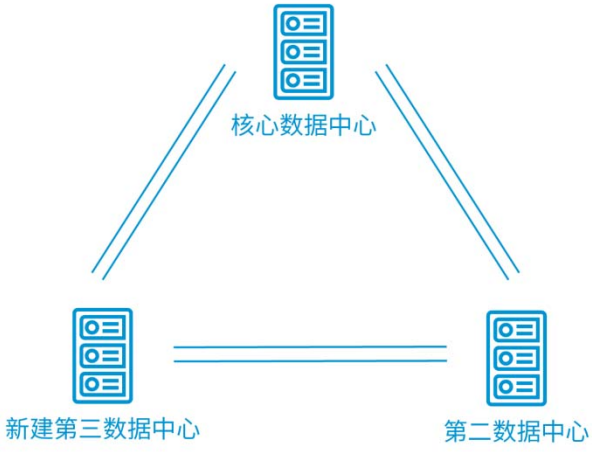
线存在单点，且现有专线稳定性不高，无法满足高可用性的需求。因此，公司需要增加多条专线链路或者增加专线的环保护，以满足两地数据实时交互的业务需求，提高专线的稳定性。

（2）新建数据中心

公司拟建设第三数据中心，用于核心机房和第二机房的数据备份，同时也会承载公司的新增业务。多地多中心的业务提供方式，可以有效保证业务的高可用性以及满足灾害防备的需求。此外，公司还可根据不同地区的网络质量，合理分配不同区域的终端连接到最近的数据中心，提高推送系统的接入能力，并保证在最优网络环境下实现消息的毫秒级触达。新机房在架构规划上可以延续现有机房的架构，针对目前现有机房的不足，在第三节点的架构规划上公司也会进行相应的优化。

（3）数据中心之间互联升级

在第三机房选择确定后，就需要进行三个 IDC 数据中心的组网操作，实现多地多机房互联。在各个节点组成环网，网络成环后，即可满足各个 POP 点直接的业务交互。此外，在其中任何一条链路中断后，所有 POP 点还有冗余的链路进行多节点数据交互，保证网络的高可用性。



7、项目建设实施进度与计划安排

本项目的工程建设周期为 24 个月，分为实施规划及前期准备、初步设计、设备购置及安装、人员招聘及培训和试运营五个阶段。本项目的预计实施进度如下表所示：

阶段/时间（月）	T+24																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	~	24
实施规划及前期准备																		
初步设计																		
设备购置及安装																		
人员招聘及培训																		
试运营																		

注：其中，T 为募集资金到位当月

8、项目投资概算

本项目拟使用资金总量 14,709.50 万元，其中硬件设备购置及安装调试 8,170.00 万元，占比 55.54%；技术服务费投入 2,877.00 万元，占比 19.56%；人员成本 2,918.00 万元，占比 19.84%；场地选型评估、培训及施工费用 336.00 万元，占比 2.28%；基本预备费 408.50 万元，占比 2.78%。

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	硬件设备购置及安装调试	8,170.00	55.54%
2	技术服务费	2,877.00	19.56%
3	人员成本	2,918.00	19.84%
4	场地选型评估、培训及施工费用	336.00	2.28%
5	铺底流动资金	408.50	2.78%
总计		**14,709.50**	**100.00%**

三、募集资金运用对公司经营成果和财务状况的影响

（一）对总资产规模、净资产规模及每股净资产的影响

本次发行前，公司资产规模的增长主要依靠经营活动的积累及历次增资的资本金投入。本次发行完成后，公司总资产规模、净资产规模将显著增长，每股净资产亦将有所增加，有利于公司迅速提升资金实力和整体规模，增强业务拓展能

力和抵御风险能力，保障公司的持续经营和市场竞争力。

（二）对净资产收益率及每股收益的影响

本次发行完成后，公司净资产和股本规模会出现较大增长，由于募集资金投资项目具有一定的研发期，短期内无法产生明显效益，净资产收益率和每股收益将有所下降。但募集资金投资项目的实施将进一步提升公司的数据获取、数据处理及数据变现能力，符合公司成为富有竞争力的大数据服务提供商的战略目标，从长期来看有助于提高公司的持续盈利能力和市场竞争力，净资产收益率和每股收益也将会逐渐上升。

（三）对资本结构的影响

本次发行完成后，公司将引入社会公众股东，实现公司投资者的多元化，有利于进一步完善公司的法人治理结构，规范公司经营活动，增强公司经营决策的合理性。

第十一节　其他重要事项

一、重要合同

公司的重要合同除特别说明外，是指截至本招股说明书签署之日正在履行或将要履行的金额较大，或者合同金额无法确定，但对公司生产经营、未来发展或财务状况有较大影响的合同，包括：

（一）销售类合同

序号	合同名称	甲方	乙方	合同价格	合同内容	合同期间
1	百度无线搜索合作协议	百度在线	每日互动	甲乙双方对通过甲方搜索结果页面中所提供的无线搜索推广服务而带来的实际收入按约定比例分成	乙方授权甲方通过移动终端设备装载的形式，向目标客户提供项目产品。	2017.11.1-2018.11.30
2	合作协议	深圳乐诚盟无线科技有限公司	云盟数智	乙方按照 CPC 的计费模式收取费用	甲方基于协议提供手机应用软件产品，乙方为该授权软件在乙方自有渠道与合作渠道内推广该手机应用软件。	2017.9.1-2018.8.31
3	数据服务合作协议	互诚信息技术（上海）有限公司	每日互动	每月 15 万，按月付费	通过乙方的大数据平台及分析技术，自动生成用户多维度的质量画像统计数据，双方开展云像数据业务合作。	2017.06.01-2018.05.31
4	服务协议	互诚信息技术（上海）有限公司	云盟数智	每天全量下发，每月固定推广费用 200 万	乙方通过自由平台进行信息服务	2017.11.1-2018.10.31
5	流量服务框架协议	武汉奇米	云盟数智	乙方按照 CPC/CPS 的收费模式收取推广费用	乙方为甲方的产品在指定线下或移动互联网端媒体/平台/渠道获取流量	2017.11.1-2018.10.31
6	合作协议	杭州优溜网络技术有限公司	云盟数智	乙方按照 CPC、CPS 等计费模式收取推广费用	甲方基于协议提供合作产品，乙方为该合作产品在乙方自有渠道与合作渠道内推广该合作产品。	2017.10.01-2018.9.30
7	合作协议	霍尔果斯智赢互动科技有限公司	云盟数智	乙方按照 CPC 的收费模式收取推广费用	甲方基于协议提供合作产品，乙方为该合作产品在乙方自有渠道与合作渠道内推广该合作产品。	2017.5.1-2018.4.30

（二）采购类合同

序号	合同名称	甲方	乙方	合同金额	合同内容	合同期间
1	IDC 主机托管协议	每日互动	北京森华易腾通信技术有限公司	296.34 万元	甲方委托乙方向甲方提供 IDC 主机托管服务	2017.7.10-2018.7.9
2	精准推送与独家通道合作协议	每日互动	上海翼成信息科技有限公司	双方根据甲方有效推送的内容条数，按双方协商确定的计价标准核算	甲方提供 APP 用户群，乙方提供数据分析和精准投放	2017.1.1-2017.12.31

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保。

三、诉讼及仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司存在诉讼及仲裁事项如下：

因安徽云推送网络技术有限公司在网络上散发污蔑言论、诋毁威胁发行人，对发行人商业信誉造成恶劣影响，发行人于 2017 年 5 月 8 日向杭州市西湖区人民法院提起诉讼，要求安徽云推送网络技术有限公司停止侵权、消除影响、恢复名誉并赔偿公证费及律师费共计 65,550 元。

杭州市西湖区人民法院于 2018 年 2 月 11 日出具（2017）浙 0106 民初 4114 号《民事判决书》，判决：1、安徽云推送网络技术有限公司于本判决生效之日起十日内删除所有涉及侮辱、诽谤发行人的言论，并停止实施侵害发行人名誉的行为。2、安徽云推送网络技术有限公司于本判决生效之日起十日内分别在广告买卖网、天涯论坛、微博上刊登向发行人道歉的声明，为发行人消除影响、恢复名誉（道歉声明的内心须经杭州市西湖区人民法院审定），且该道歉的声明在刊登后三十日内不得删除。

杭州市西湖区人民法院于 2018 年 3 月 6 日在《人民法院报》采用公告送达方式送达上述《民事判决书》，要求安徽云推送网络技术有限公司自公告之日起 60 日内自行到杭州市西湖区人民法院领取民事判决书，逾期视为送达。

截至本招股说明书签署日，上述判决处于公告送达程序中。

除上述情况外，发行人不存在其他尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

方毅	沈欣	
方益民	刘炳海	阎焱
田鹰	金祥荣	凌春华
吕晓红	潘纲	

浙江每日互动网络科技股份有限公司

2018 年 4 月 18 日

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

		陈天
方毅	沈欣	陈天
方益民	刘炳海	阎焱
田鹰	金祥荣	凌春华
吕晓红	潘纲	

浙江每日互动网络科技股份有限公司

2018 年 6 月 28 日

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

方毅	沈欣	陈天
方益民	刘炳海	阎焱
田鹰	金祥荣	凌春华
吕晓红	潘纲	

浙江每日互动网络科技股份有限公司

2018 年 4 月 18 日

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

方毅	沈欣	陈天
方益民	刘炳海	阎焱
田鹰	金祥荣	凌春华
吕晓红	潘纲	

浙江每日互动网络科技股份有限公司

2018 年 4 月 18 日

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

方毅	沈欣	陈天
方益民	刘炳海	阎焱
田鹰	金祥荣	凌春华
吕晓红	潘纲	

浙江每日互动网络科技股份有限公司

2018年 4月 18日

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体监事签名：

董霖	孔祥清	
董霖	孔祥清	俞铁成

浙江每日互动网络科技股份有限公司

2018 年 2 月 18 日

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体监事签名：

董霖	孔祥清	俞铁成

浙江每日互动网络科技股份有限公司

2018 年 4 月 18 日

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

全体高级管理人员签名：

方毅	沈欣	朱剑敏
叶新江	章玉珍	

浙江每日互动网络科技股份有限公司

2018 年 4 月 18 日

二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人

胡平

保荐代表人：

高魁 王冠鹏

法定代表人：

马骥

东方花旗证券有限公司

2018年4月18日

二、保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读浙江每日互动网络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。

总经理：

马 骥

东方花旗证券有限公司

2018 年 4 月 18 日

二、保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读浙江每日互动网络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。

董事长：

潘鑫军

东方花旗证券有限公司

2018年4月18日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办律师：

吴卿　　周游　　徐璐

律师事务所负责人：

李宏

北京市万商天勤律师事务所

2018年4月18日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江每日互动网络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》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2018〕1228 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2018〕1229 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江每日互动网络科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、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，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

黄加才　　刘 芳

天健会计师事务所负责人：

郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一八年 四 月 十八 日

五、发行人资产评估机构声明

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资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

本机构郑重承诺：如因本机构为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

签字注册资产评估师：

邱琳

章波

资产评估机构负责人：

潘文夫

坤元资产评估有限公司

2018 年4 月18 日

六、验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江每日互动网络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》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（天健验〔2015〕459 号、天健验〔2015〕506 号、天健验〔2016〕22 号、天健验〔2016〕218 号、天健验〔2016〕461 号和天健验〔2017〕261 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江每日互动网络科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，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，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

沃巍勇　　黄加才

徐敏丹　　周　杨

天健会计师事务所负责人：

郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一八年 四 月十八 日

第十三节　备查文件

一、本公司的备查文件

（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、备查文件查阅时间

备查文件查阅时间为工作日的上午 9:00--11:00，下午 2:00--5:00。

三、备查文件查阅地点

1、发行人：浙江每日互动网络科技股份有限公司

住所：浙江省杭州市西湖区西溪路 525 号 A 楼西区 418 室

电话：0571-85350669

联系人：章玉珍

2、保荐人（主承销商）：东方花旗证券有限公司

住所：上海市黄浦区中山南路 318 号东方国际金融广场 24 层

电话：021-23153888

联系人：高魁、王冠鹏