

创业板风险提示

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

北京汉迪移动互联网科技股份有限公司

(北京市海淀区成府路18号2层2-1101)



首次公开发行股票 并在创业板上市招股说明书 (申报稿)

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。

保荐人(主承销商)



(北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层)

发行人声明

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

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

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

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、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。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次拟发行不超过 41,000,000 股，不低于总股本的 10%（本次发行不涉及老股东公开发售其所持有的公司股份）
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过【】股
保荐人（主承销商）	中国国际金融股份有限公司
本招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

发行人提醒投资者特别关注本公司本次发行的以下事项及风险，并认真阅读招股说明书“风险因素”一节全部内容，充分了解公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定：

一、关于本次发行方案的决策程序及内容

2019年3月18日，公司召开2019年第一次临时股东大会审议通过了《关于申请首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的议案》等与本次发行有关的议案。公司发行方案如下：

公司拟申请在境内首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市。公司本次公开发行股票的数量不超过4,100万股，占发行后股本比例不低于10%；具体数量由公司董事会和主承销商根据本次发行定价情况以及中国证监会的相关要求在上述发行数量上限内协商确定。本次发行不涉及股东公开发售股份。

二、本次发行前股东所持股份的限售安排以及相关股东持股及减持意向等承诺

（一）本公司控股股东拉萨清智、实际控制人黄扬清先生就所持股份的限售安排以及相关股东持股及减持意向的承诺

1、本公司控股股东拉萨清智关于股份锁定的承诺如下：

自公司股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本方不转让或者委托他人管理本方持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

本方所持公司首次公开发行股票前已发行的股份在锁定期期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同）；公司上市后六个月内如公司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，本方持有公司股票的锁定期自动延长六个月。

如监管规则或监管机构对锁定期有更长期限要求的，按照监管规则或监管机构的要求执行。

关于持股意向和减持意向的承诺如下：

在本方所持公司股票锁定期满后，本方拟减持公司股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定进行减持。本方减持公司股票具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

本方减持公司股票前，应提前三个交易日予以公告，并按照深圳证券交易所规则及时、准确地履行信息披露义务。

在本方所持公司股票锁定期满后两年内拟减持公司股票的，减持价格不低于发行价（指公司首次公开发行股票的发价价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理），减持所持有的公司股份数量不超过公司上市前本方持有公司股份总数的 20%。上述减持股份比例，本方及一致行动人所持有的公司股份合并计算。

自本方及一致行动人持有公司的股份数量低于公司股份总数的 5%时，本方可不再遵守上述承诺。

2、实际控制人黄扬清关于股份锁定的承诺如下：

自公司股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，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首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

在本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的百分之二十五；离任后半年内，不转让本人持有的公司股份。

本人所持公司首次公开发行股票前已发行的股份在锁定期期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（指公司首次公开发行股票的发价价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，

则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同）；公司上市后六个月内如公司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，本人持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而终止。

如监管规则或监管机构对锁定期有更长期限要求的，按照监管规则或监管机构的要求执行。

关于持股意向及减持意向的承诺如下：

在本方所持公司股票锁定期满后，本方拟减持公司股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定进行减持。本方减持公司股票具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

本方减持公司股票前，应提前三个交易日予以公告，并按照深圳证券交易所规则及时、准确地履行信息披露义务。

在本方所持公司股票锁定期满后两年内拟减持公司股票的，减持价格不低于发行价（指公司首次公开发行股票的发价价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理），减持所持有的公司股份数量不超过公司上市前本方持有公司股份总数的 20%。上述减持股份比例，本方及一致行动人所持有的公司股份合并计算。

自本方及一致行动人持有公司的股份数量低于公司股份总数的 5% 时，本方可不再遵守上述承诺。

（二）西藏清泽、拉萨酷乐、拉萨天宽、北京清宸同创、北京清合作为本公司持股 5% 以上的股东就所持股份的限售安排以及相关股东持股及减持意向的承诺

1、西藏清泽、拉萨酷乐、拉萨天宽、北京清宸同创、北京清合作为本公司持股 5% 以上的股东关于股份锁定的承诺如下：

自公司股票在证券交易所上市之日起十二个月内，本方不转让或者委托他人管理本方持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

如监管规则或监管机构对锁定期有更长期限要求的，按照监管规则或监管机构的要求执行。

2、西藏清泽、拉萨酷乐、拉萨天宽、北京清宸同创、北京清合关于持股意向和减持意向的承诺

（1）西藏清泽、拉萨酷乐、北京清宸同创、北京清合关于持股意向和减持意向的承诺如下：

在本方所持公司股票锁定期满后，本方拟减持公司股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定进行减持。本方减持公司股票具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

本方减持公司股票前，应提前三个交易日予以公告，并按照深圳证券交易所规则及时、准确地履行信息披露义务。

在本方所持公司股票锁定期满后两年内拟减持公司股票的，减持价格不低于发行价（指公司首次公开发行股票的发价价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理），减持所持有的公司股份数量不超过公司上市前本方所持公司股份数量的 100%。上述减持股份比例，本方及一致行动人（如有）所持有的公司股份合并计算。

自本方及一致行动人（如有）持有公司的股份数量低于公司股份总数的 5% 时，本方可不再遵守上述承诺。

（2）拉萨天宽关于持股意向和减持意向的承诺如下：

在本方所持公司股票锁定期满后，本方拟减持公司股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定进行减持。本方减持公司股票

具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

本方减持公司股票前，应提前三个交易日予以公告，并按照深圳证券交易所规则及时、准确地履行信息披露义务。

本方减持所持有的公司股票的价格根据当时的二级市场价格确定。在锁定期届满后的两年内，本方将根据市场情况和投资管理安排减持公司股份，减持的股份不超过公司上市前本方所持公司股份数量的 100%。

自本方持有公司的股份数量低于公司股份总数的 5%时，本方可不再遵守上述承诺。

（三）直接或间接持有本公司股份的现任董事、监事、高级管理人员就所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺

1、直接或间接持有本公司股份的现任董事、高级管理人员关于股份锁定的承诺如下：

自公司股票在证券交易所上市之日起十二个月内，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首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

本人在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的百分之二十五；离任后半年内，不转让本人持有的公司股份。

本人所持公司首次公开发行股票前已发行的股份在锁定期期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同）；公司上市后六个月内如公司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，本人持有公司股票的锁定期自动延长六个月。上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而终止。

如监管规则或监管机构对锁定期有更长期限要求的，按照监管规则或监管机构的要求执行。

2、间接持有本公司股份的现任监事关于股份锁定的承诺如下：

自公司股票在证券交易所上市之日起十二个月内，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首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

本人在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的百分之二十五；离任后半年内，不转让本人持有的公司股份。

如监管规则或监管机构对锁定期有更长期限要求的，按照监管规则或监管机构的要求执行。

三、稳定股价的承诺

为保障投资者合法权益，维持公司上市后股价的稳定，根据中国证监会发布的《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等相关法律法规的规定，公司制定了《关于制定公司股票上市后三年内公司股价稳定的预案》，公司、公司控股股东和实际控制人、公司董事（非独立董事）和高级管理人员作出了稳定股价的承诺：

（一）启动股价稳定预案的具体条件及停止条件

1、启动条件

自公司股票正式挂牌上市之日起3年内，当公司股票连续20个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产时，公司应当在10个工作日内召开董事会、30个工作日内召开股东大会，审议稳定股价具体方案（方案内容应包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容），并在股东大会审议通过该等方案且履行必要的外部审批/备案程序（如需）后及时启动稳定股价具体方案的实施，并应提前公告具体实施方案；若股东大会未通过股份回购方案，则公司应敦促公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清按照

“（二）2、公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清增持股票”部分其出具的承诺履行增持公司股票的义务。

2、停止条件

（1）在上述第 1 项启动条件规定的稳定股价具体方案尚未正式实施前，如公司股票连续 5 个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

（2）在上述第 1 项启动条件规定的稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续 5 个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

（3）继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

（二）稳定股价具体措施和实施程序

当上述启动股价稳定措施的条件成就时，公司、公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清、公司其他董事和高级管理人员（独立董事、不在公司领取薪酬的董事、依法不能持有本公司股票的董事和高级管理人员除外，以下简称“有义务增持的董事、高级管理人员”）将及时采取以下措施稳定公司股价：

1、公司回购股票

（1）公司应通过证券交易所集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式回购公司股票以稳定股价。

（2）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合相关法律、行政法规和规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（3）股份回购方案经公司董事会审议通过后提交股东大会审议，公司股东大会对回购股份方案做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；或者依照公司章程的规定或者股东大会的授权直接经三分之二以上董事出席的董事会会议审议通过。

（4）在股东大会/董事会审议通过股份回购方案后，公司应依法通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。若股东大会未通过股份回购方案的，公司应敦促公司控股股东拉萨清智

及实际控制人黄扬清按照“（二）2、公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清增持股票”部分其出具的承诺履行增持公司股票的义务。

（5）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，公司用于回购股份的资金总额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者可供分配的净利润。

（6）公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价均超过每股净资产时，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

（7）自履行完毕一次股份回购方案后的 90 个交易日内，公司的回购义务自动暂时解除。自履行完毕一次股份回购方案后的第 91 个交易日起，如稳定股价启动条件再次触发，公司将再次履行股份回购义务。

2、公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清增持股票

（1）若公司股东大会未通过股份回购方案或公司股份回购方案实施完毕后 90 个交易日内再次触发稳定股价预案启动条件的，公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清承诺应在符合《上市公司收购管理办法》等法律、行政法规和规范性文件的条件和要求的前提下，通过集中竞价、大宗交易等证券监管机构、证券交易所允许的交易方式增持公司股票。

（2）公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清在公司股东大会未通过股份回购方案或者公司股份回购方案实施完毕后 90 个交易日内再次触发稳定股价预案启动条件之日起 10 个工作日内，将其拟增持公司股票的具体计划（包括但不限于增持股数区间、计划的增持价格上限、完成时效等）以书面方式通知公司并由公司进行公告。其增持股票计划应保证其股价稳定措施实施后公司的股权分布仍符合上市条件。

（3）公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清为稳定股价之目的进行股份增持的，单次用于增持公司股票的资金总额不低于其最近一个会计年度从公司领取的薪酬（税后）的 30% 或从公司分得的现金股利（税后）的 50%（以孰高为准），在一个年度内用于增持公司股票的资金总额不超过其最近一个会计年度从公司领取的薪酬（税后）的 50% 及从公司分得的现金股利（税后）的 100%。

（4）公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清在增持计划完成后 6 个月内不转让所持有的公司股票，包括增持前持有的公司股票。

(5) 自履行完毕一次增持方案后的 90 个交易日内，公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清的增持义务自动暂时解除。自履行完毕一次增持方案后的第 91 个交易日起，如公司控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清按照其承诺需履行增持义务的条件再次触发，将再次履行增持义务。

3、其他董事、高级管理人员增持股票

(1) 若自上述 1、2 部分规定的稳定公司股价的措施实施完毕后 90 个交易日内公司再次触发稳定股价预案启动条件的，有义务增持的董事、高级管理人员承诺应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，通过集中竞价、大宗交易等证券监管机构、证券交易所允许的交易方式增持公司股票。

(2) 有义务增持的董事、高级管理人员在自上述 1、2 部分规定的稳定公司股价的措施实施完毕后 90 个交易日内公司再次触发稳定股价预案启动条件之日起 10 个工作日内，将其拟增持股票的具体计划（内容包括但不限于增持股数区间、计划的增持价格上限、完成时效等）书面方式通知公司并由公司进行公告。其增持股票计划应保证其股价稳定措施实施后公司的股权分布仍符合上市条件。

(3) 有义务增持的公司董事、高级管理人员单次用于增持公司股票的资金不低于该等董事、高级管理人员最近一个会计年度从公司领取的薪酬（税后）的 20% 或从公司分得的现金股利（税后）的 50%（以孰高为准），在一个年度内用于增持公司股票的资金总额不超过该等董事、高级管理人员最近一个会计年度从公司领取的薪酬（税后）的 50% 及从公司分得的现金股利（税后）的 50%。

(4) 有义务增持的公司董事、高级管理人员在增持计划完成后 6 个月内不转让所持有的公司股票，包括其增持前持有的公司股票。

(5) 自履行完毕一次增持方案后的 90 个交易日内，有义务增持的公司董事、高级管理人员的增持义务自动暂时解除。自履行完毕一次增持方案后的第 91 个交易日起，如有义务增持的公司董事、高级管理人员按照其承诺需履行增持义务的条件再次触发，有义务增持的公司董事、高级管理人员将再次履行增持义务。

(6) 公司在未来聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司本次发行上市时董事、高级管理人员已做出的相应承诺。

四、填补被摊薄即期回报的相关措施

（一）关于填补被摊薄即期回报的措施

公司首次公开发行股票完成后，公司股本和净资产规模将有较大幅度增加，公司摊薄后的即期及未来每股收益和净资产收益率面临下降的风险。为降低本次发行摊薄公司即期回报的风险，增强对股东利益的回报，公司拟通过加大研发力度、强化募集资金管理、加快募投项目投资进度、加强经营管理和内部控制、进一步完善利润分配制度等措施，从而提升资产质量，提高销售收入和未来收益，实现可持续发展，以填补回报：

1、加大研发力度，不断提高公司市场竞争力和持续盈利能力

公司拥有高水平的研发团队，未来公司将继续加大研发投入，不断改进产品性能，开发出更多具有高技术含量和国际竞争力的产品及办公应用服务，利用技术优势，进一步扩大公司产品市场份额，增强用户体验，提高公司的核心竞争力。公司将积极加强商业运营平台体系的建设，以支撑不断丰富的产品矩阵的优化。

2、强化募集资金管理，加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理制度》等相关制度。公司将根据相关法规和《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，并积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

公司本次募集资金投资项目的建成将有利于公司主营业务的拓展，满足未来市场需求多样化增长的需要，为公司未来市场份额快速增长奠定良好的基础。本次募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率。本次募集资金到位前，公司将通过自有资金和从其他渠道筹措的资金，开展募投项目的前期准备和启动工作，争取尽早实现项目预期收益，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄风险。

3、加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司未来几年将进一步提高经营和管理水平，提升公司的整体盈利能力。公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，提升资金使用效率，节省公司的财务费用支出。公司也将加强企业内部控制，发挥企业管控效能。推进全面预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理，强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

4、进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制

公司已经按照相关法律法规的规定制订了《公司章程（草案）》（上市后适用）、《公司上市后未来三年股东分红回报规划》，建立了健全有效的股东回报机制。本次发行完成后，将按照法律法规的规定和《公司章程》《公司上市后未来三年股东分红回报规划》的约定，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

（二）控股股东拉萨清智、实际控制人黄扬清关于摊薄即期回报填补措施的承诺

为保障公司本次公开发行股票摊薄即期回报措施能够得到切实履行，本方承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（三）现任董事、高级管理人员关于摊薄即期回报填补措施的承诺

为确保公司拟采取的填补因首次公开发行股票而被摊薄即期回报的措施能够切实履行，本人承诺如下：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

4、承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、承诺若公司后续推出股权激励的政策，则拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

五、利润分配政策的承诺

根据《公司章程（草案）》，公司发行上市后的利润分配政策主要内容如下：

（一）利润分配政策的制定及修改

1、公司制定利润分配政策，应遵守如下程序：

公司董事会应就利润分配政策作出方案，该方案经全体董事过半数同意并经独立董事过半数同意后提交股东大会审议。公司独立董事应对董事会通过的利润分配政策方案发表独立意见。利润分配政策方案也应经全体监事过半数同意。

股东大会审议利润分配政策时，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订提供便利，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 2/3 以上同意方能通过决议。

2、公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，公司外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化且有必要调整利润分配政策的，可以调整利润分配政策，但应遵守以下规定：

（1）公司调整利润分配政策应以股东权益保护为出发点，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；

（2）应按照前项利润分配政策的制定程序，履行相应的决策程序；

（3）董事会在审议利润分配政策调整方案时，应详细论证和分析调整的原因及必要性，并充分听取独立董事、监事和中小股东的意见。公司应依法通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道主动与独立董事、股东特别是中小股东进行沟通和交流，收集独立董事、股东对公司利润分配政策制定或调整的意见，董事会在论证制定或调整利润分配政策时应充分考虑中小股东的意见。

前述公司外部经营发生较大变化是指国内外的宏观经济环境、公司所处行业的市场环境或者政策环境发生对公司重大不利影响的变化。

前述公司自身经营状况发生较大变化是指发生下列情形之一：（1）公司营业收入或者营业利润连续两年下降且累计下降幅度达到 40%；（2）公司经营活动产生的现金流量净额连续两年为负。

（二）公司的利润分配政策

1、利润分配原则：重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；在符合现金分红条件的前提下优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性；根据公司经营需要留存必要的未分配利润，保持公司持续经营能力。

2、利润分配形式：公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。

3、利润分配顺序：公司优先选择现金分红的利润分配方式。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

4、现金分红的条件和比例：

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

如公司利润分配当年无重大资本性支出项目发生，应采取现金分红的利润分配方式。公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

前述重大资本性支出项目是指经公司股东大会审议批准的、达到以下标准之一的购买资产、对外投资（含收购兼并）等涉及资本性支出的交易事项：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50% 以上的事项；（2）交

易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元的事项；（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元的事项；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元的事项。（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元的事项。

5、发放股票股利的条件：在满足上述现金分配股利之余，公司可采取股票股利的利润分配方式。采用股票股利进行利润分配的，公司董事会应综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄因素制定分配方案。

6、利润分配的期间间隔：公司每一会计年度通常进行一次利润分配；董事会可以根据公司资金需求情况提议进行中期分红。

7、利润分配应履行的审议程序：

公司董事会应在年度报告或半年度报告公布后 2 个月内，根据公司的股东回报规划，结合公司当年的生产经营状况、现金流量状况、未来的业务发展规划和资金使用需求等因素，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，适时制订公司年度或中期分红方案。董事会审议利润分配方案须经全体董事过半数并经全体独立董事过半数同意方能通过。董事会决定不进行现金分红的，应在年度或中期利润分配方案中详细说明原因和未分配的现金利润（如有）留存公司的用途，并按照相关规定进行披露。

独立董事应当就董事会提出的利润分配方案发表明确意见；董事会提出的利润分配方案经过半数独立董事发表同意意见后，方能提交股东大会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

监事会应当就董事会提出的利润分配方案提出明确意见，同时充分考虑外部监事（如有）的意见，同意利润分配方案的，应经全体监事过半数通过形成决议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

股东大会审议利润分配方案时，可以采取现场投票、网络投票相结合的方式
进行投票，公司有义务为公众投资者参与表决提供便利。现金股利分配方案，提
交股东大会审议时需经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权
的过半数通过；涉及股票股利分配方案的，提交股东大会审议时需经出席股东大
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通过。

（三）股东分红回报规划的制定及修改

公司董事会应根据股东大会制定的利润分配政策以及公司未来发展计划，在
充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见的基础上，每3年
制定一次具体的股东分红回报规划。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董
事过半数同意且经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通过。股东分红回报
规划也应经全体监事过半数同意。

若因公司利润分配政策进行修改或者公司经营环境或自身经营状况发生较
大变化而需要调整股东分红回报规划的，该等调整应限定在利润分配政策规定的
范围内，经全体董事过半数同意并经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通
过。股东分红回报规划的调整也应经全体监事过半数同意。

（四）具体利润分配方案的决策和实施程序

1、利润分配方案的决策

公司董事会应在年度报告或半年度报告公布后2个月内，根据公司的股东回
报规划，结合公司当年的生产经营状况、现金流量状况、未来的业务发展规划和
资金使用需求等因素，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例，
调整的条件及其决策程序要求等事宜，适时制订公司年度或中期分红方案。董事
会审议利润分配方案须经全体董事过半数并经全体独立董事过半数同意方能通
过。董事会决定不进行现金分红的，应在年度或中期利润分配方案中详细说明原
因和未分配的现金利润（如有）留存公司的用途，并按照相关规定进行披露。

独立董事应当就董事会提出的利润分配方案发表明确意见；董事会提出的利
润分配方案经过半数独立董事发表同意意见后，方能提交股东大会审议。独立董
事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

监事会应当就董事会提出的利润分配方案提出明确意见，同时充分考虑外部监事（如有）的意见，同意利润分配方案的，应经全体监事过半数通过形成决议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

股东大会审议利润分配方案时，可以采取现场投票、网络投票相结合的方式进行投票，公司有义务为公众投资者参与表决提供便利。现金股利分配方案，提交股东大会审议时需经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过；涉及股票股利分配方案的，提交股东大会审议时需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通过。

2、利润分配方案的实施

股东大会审议通过利润分配方案后，由董事会负责实施，并应在规定的期限内完成。

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

六、对招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

（一）发行人对招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

本公司首次公开发行股票的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。若监管部门认定本公司首次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。在监管部门上述认定后十个交易日内，本公司董事会应根据相关法律法规及公司章程规定制定及公告回购计划并提交临时股东大会审议，回购价格按照公司首次公开发行股票的发行价格（如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除

息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）确定。如公司股票有派息、送股、公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括首次公开发行的全部新股及其派生股份。

若监管部门认定本公司首次公开发行股票时的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。具体的赔偿标准、赔偿对象、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时以有权部门最终确定的赔偿方案为准。

（二）公司控股股东拉萨清智、实际控制人黄扬清先生对招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

控股股东拉萨清智关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

公司首次公开发行股票的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。若监管部门认定公司首次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、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，本方承诺将督促公司在监管部门上述认定后履行股份回购事宜的决策程序，并在公司召开董事会、股东大会对回购股份做出决议时，本方承诺就该等回购事宜在董事会、股东大会中投赞成票。

若监管部门认定公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本方将依法赔偿投资者损失。具体的赔偿标准、赔偿对象、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时以有权部门最终确定的赔偿方案为准。

实际控制人黄扬清先生关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

公司首次公开发行股票的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人将对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。若监管部门认定公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。具体的赔偿标准、

赔偿对象、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时以有权部门最终确定的赔偿方案为准。

（三）公司现任董事、监事、高级管理人员就招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人将对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。若监管部门认定公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。具体的赔偿标准、赔偿对象、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时以有权部门最终确定的赔偿方案为准。

（四）中介机构关于为公司首次公开发行制作出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

1、保荐人关于为公司首次公开发行制作出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

本公司已对发行人招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本公司为发行人首次公开发行 A 股股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；若因本公司为发行人首次公开发行 A 股股票制作、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，本公司将先行赔偿投资者损失。

2、发行人律师关于为公司首次公开发行制作出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

因本单位为北京汉迪移动互联网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，本单位将依法赔偿投资者损失。

3、发行人会计师关于为公司首次公开发行制作出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

如因本所为北京汉迪移动互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的以下文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，经司法机关生效判定认定后，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。

（1）于 2019 年 3 月 29 日出具的标准审计报告(报告编号：安永华明(2019)审字第 61448912_A01 号)。

（2）于 2019 年 3 月 29 日出具的内部控制审核报告(报告编号：安永华明(2019)专字第 61448912_A01 号)。

（3）于 2019 年 3 月 29 日出具的申报财务报表与原始财务报表的差异比较表的专项说明(专项说明编号：安永华明(2019)专字第 61448912_A02 号)。

（4）于 2019 年 3 月 29 日出具的非经常性损益的专项说明(专项说明编号：安永华明(2019)专字第 61448912_A03 号)。

（5）于 2019 年 3 月 29 日出具的主要税种纳税情况的专项说明(专项说明编号：安永华明(2019)专字第 61448912_A05 号)。

4、评估机构关于为公司首次公开发行制作出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

本机构及签字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、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本机构为发行人首次公开发行 A 股股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；若因本公司为发行人首次公开发行 A 股股票制作、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，本机构将依法赔偿投资者损失。

七、未履行承诺约束措施的承诺

（一）发行人关于未履行承诺约束措施的承诺

本公司将严格履行本公司就首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

如本公司并非因不可抗力等无法控制的客观原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在本公司股东大会及中国证监会指定信息披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

（3）对本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；

（4）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。

如本公司因不可抗力等无法控制的客观原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在本公司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相关承诺的具体原因；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议。

（二）机构股东关于未履行承诺约束措施的承诺

本方将严格履行本方就公司首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

如本方并非因不可抗力等无法控制的客观原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在公司股东大会及中国证监会指定信息披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向公司股东和投资者道歉；

（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

（3）不得转让其持有的公司股份，但因继承、被强制执行、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）如其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；

（5）如其未履行相关承诺事项，给公司或投资者造成损失的，依法赔偿公司或投资者损失；

（6）将应得的现金分红由公司直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。

如本方因不可抗力等无法控制的客观原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在公司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相关承诺的具体原因；

（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益。

（三）公司实际控制人、现任董事、监事、高级管理人员关于未履行承诺约束措施的承诺

本人将严格履行本人就公司首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

如本人并非因不可抗力等无法控制的客观原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在公司股东大会及中国证监会指定信息披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向公司股东和投资者道歉；

（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

（3）不得转让其持有的公司股份（如有），但因继承、被强制执行、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）如其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；

（5）如其未履行相关承诺事项，给公司或投资者造成损失的，依法赔偿公司或投资者损失；

（6）主动申请调减或停发薪酬或津贴（如有），并将此直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失；

（7）将应得的现金分红（如有）由公司直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。

如本人因不可抗力等无法控制的客观原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在公司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相关承诺的具体原因；

（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益。

八、其他承诺事项

1、有关避免同业竞争的承诺，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”相关内容。

2、有关规范和减少关联交易的承诺，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”之“（七）规范及减少关联交易的措施”及“（八）规范及减少关联交易的承诺”相关内容。

九、对公司持续盈利能力可能产生重大不利影响的因素

（一）产品开发与市场竞争风险

公司以丰富的产品矩阵为全球移动互联网用户提供服务，并通过 Google Play、App Store 等应用商店发布产品，供 220 多个国家和地区的用户下载使用。

但全球范围内移动互联网行业企业众多，移动应用市场竞争激烈，虽然公司的全球性业务能够有效的冲减区域性竞争风险，但如果全球移动应用市场竞争加剧，行业内企业的竞争格局和盈利水平发生重大变化，可能会对公司业务开展产生不利影响。

（二）海外国家监管环境和政策变动的风险

公司主营业务为研发和运营移动应用程序，向全球用户提供系统工具、生活小工具和内容娱乐类产品，并积累用户规模，进而以产品为载体为第三方广告平台提供效果广告发布服务。公司的业务目前已经覆盖北美洲、亚洲、欧洲、南美洲等多个国家和地区，在各个国家和地区开展业务的过程中需要遵循当地的法律、法规和其他监管政策、市场规则。由于各个国家和地区的监管环境和政策存在变动的可能性，如公司不能根据这些变动及时调整自身产品、业务，可能会对公司的业务开展形成阻碍或不利影响。

（三）外汇相关风险

公司在开展海外业务的过程中，需要与客户、供应商以美元、港元等外币结算。目前公司主要的海外合作伙伴为 Google、Facebook 等第三方平台及其代理商，结算货币以美元为主。若未来外汇市场发生剧烈波动，在进行外币财务报表折算后，以人民币体现的公司日常经营及盈利情况可能受到一定影响。

（四）客户集中度较高的风险

2016 年、2017 年及 2018 年，公司来自前五大客户的营业收入占比分别为 80.05%、93.56% 及 96.86%，客户集中度较高，主要客户包括 Google、Facebook 及 Twitter 等行业内规模较大、管理较完善的广告平台；且 2017 年及 2018 年，公司来自 Google Asia Pacific Pte.Ltd.及 Google LLC 的合计营业收入占比分别为 59.34% 及 65.65%，报告期内存在来自单一客户收入占比超过 50% 的情形。

目前，Google、Facebook、Twitter 等全球规模较大广告平台，公司与之建立深度合作关系符合业务定位及行业惯例；同时，公司凭借良好的产品口碑及优质的用户群体，赢得了合作伙伴的认可并形成了良好的合作共赢关系。但是，若上

述平台的业务需求出现波动或者行业格局出现变化，将可能在短时间内对公司的业务稳定产生一定影响。

（五）用户数据信息不当使用或泄露的风险

公司为全球用户提供基于智能手机的系统工具、生活小工具和内容娱乐类产品，覆盖了大量移动终端用户。为了满足用户个性化需求以及改进产品的用户体验，在用户许可的情况下，公司会采集用户必要的数据进行记录和分析。在采集、存储和使用这些数据时，公司已对数据进行了脱敏处理，数据与用户真实身份不存在关联，所以这些数据无法用于识别、确认或关联至某个特定用户。对于采集的数据，公司通过采取加密、混淆、分布式存储、物理隔离等技术手段，同时在公司内建立完善的数据保密制度和管理流程等措施，从而保障数据的安全性、可靠性。

在业务开展过程中，虽然公司采取了上述一系列安全措施，但在极端情况下，如公司员工、第三方合作伙伴对数据进行不当使用或因遭到恶意软件、病毒的影响或受到大规模黑客攻击造成数据泄露、损失，虽然不会对用户造成重大影响，但有可能对公司声誉和经营业绩造成不利影响。

（六）核心人才流失风险

公司的核心团队具备多年移动应用产品研发、运营及管理经验，熟知产品覆盖国的法律政策、市场需求、用户习惯、推广渠道等，是公司长期保持市场竞争力的重要因素之一。

公司目前的核心团队稳定，但未来如果公司无法对核心团队进行有效激励以保证核心人员的积极性和创造性，存在核心人员流失进而影响公司日常运营的风险。

（七）房产租赁的风险

截至本招股说明书签署之日，公司主要经营场所均为向第三方租赁取得，相关租赁房产均已签署房屋租赁合同，但未及时办理租赁备案手续。上述情形未影响公司正常使用租赁房屋，且涉及的租赁房屋主要用于办公，如未来需搬迁，替换成本较小，但仍可能给公司带来一定的经营风险。

（八）实际控制人控制不当的风险

公司实际控制人为黄扬清先生，其可支配表决权的股份比例超过 50%。虽然公司目前已经按照《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等法律法规和规范性文件的规定，建立了比较完善的公司治理结构，并得到有效运行，但并不能排除实际控制人利用其控制地位，对公司发展战略、生产经营决策、利润分配和人事安排等重大事项实施不当影响或侵占公司利益，进而损害公司及公司其他股东利益的风险。

（九）税收政策变动的风险

1、增值税免征优惠政策变动的风险

根据财税[2016]36 号文，境内的单位和个人向境外单位提供的完全在境外消费的专业技术服务免征增值税。本公司向境外子公司提供技术服务，转让技术适用该项优惠政策。

虽然公司所享受的增值税免征优惠政策具有一定的稳定性和持续性，预计未来政策调整的可能性较小，但是若国家调整上述免征增值税优惠政策，将可能对公司未来经营业绩产生不利影响。

2、研究开发费用加计扣除变动的风险

根据《中华人民共和国企业所得税法》（新企业所得税法）第四章税收优惠第三十条第（一）项及国家税务总局关于印发《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（税发[2015]119 号）的规定，凡本公司符合上述规定的支出在计算应纳税所得额时加计扣除。

2016 年、2017 年及 2018 年，公司研发费用加计扣除的纳税影响分别为 128.51 万元、387.02 万元及 970.34 万元，占当期利润总额的比例分别为-4.41%、3.00% 及 1.93%。虽然研发费用加计扣除对于公司利润总额影响较低，但是如果公司未来研发投入下降，可能会出现加计扣除金额下降导致净利润降低的风险。

3、不再享受所得税优惠的风险

公司 2015 年及 2018 年分别向北京市科学技术委员会、财政局、国税局、地税局申请并最终认定为高新技术企业，获得有效期为 3 年的《高新技术企业证

书》，自 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止及自 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日止按 15% 的优惠税率缴纳企业所得税。

如果相关政策发生变化或者公司不能持续符合相应政策条件，将面临因不再享受相应税收优惠政策而导致净利润下降的风险。

（十）期间费用较高风险

2016 年、2017 年及 2018 年，公司期间费用主要由销售费用、管理费用和研发费用组成，合计分别为 22,422.90 万元、39,803.63 万元、72,323.89 万元，占营业收入的比例分别为 110.89%、72.29%、57.39%，各期费用金额逐年增加，与营业收入的增长趋势基本相同。主要原因包括：（1）因公司业务持续扩张需要，推广费支出逐年增加；（2）为持续保持技术优势，不断加大研发投入。此外，为保持员工稳定性及有效促进公司可持续发展，公司在报告期内对核心团队进行了股权激励，股份支付费用分别相应计入了管理费用及研发费用。

为继续支持公司的业务发展及增强竞争优势，公司未来将继续加大产品推广投入及研发投入，期间费用可能持续增加，但是该等投入给公司技术创新能力、新产品开发能力和市场品牌价值所带来的提升效应可能会在未来一定时间内逐步显现，具有一定的滞后性。若公司短期内的规模投入未能产生预期效益，其经营业绩将会受到不利影响。

十、期后主要财务信息和经营状况

自 2019 年以来，公司经营状况良好，研发、推广、销售等业务运转正常，经营模式和整体经营环境未发生重大不利变化。

目录

发行人声明	2
本次发行概况	3
重大事项提示	4
一、关于本次发行方案的决策程序及内容	4
二、本次发行前股东所持股份的限售安排以及相关股东持股及减持意向等承诺	4
三、稳定股价的承诺	9
四、填补被摊薄即期回报的相关措施	13
五、利润分配政策的承诺	15
六、对招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	19
七、未履行承诺约束措施的承诺	23
八、其他承诺事项	25
九、对公司持续盈利能力可能产生重大不利影响的因素	25
十、期后主要财务信息和经营状况	29
目录	30
第一节 释 义	34
一、普通术语	34
二、专业术语	35
第二节 概 览	38
一、发行人简介	38
二、发行人主营业务概述	38
三、控股股东、实际控制人简介	38
四、发行人主要财务数据及财务指标	39
五、募集资金用途	41
第三节 本次发行概况	42
一、本次发行的基本情况	42
二、本次发行的有关当事人	42
三、发行人与中介机构关系的说明	44

四、有关本次发行的重要时间安排	45
第四节 风险因素	46
一、业务相关风险	46
二、公司治理风险	48
三、财务相关风险	49
第五节 发行人基本情况	51
一、发行人基本情况	51
二、发行人设立情况	51
三、发行人设立以来的重大资产重组情况	53
四、发行人的股权结构情况	54
五、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的情况	54
六、发行人控股子公司、参股公司的情况	65
七、发行人股本情况	72
八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况	75
九、发行人员工情况	77
十、发行人及发行人股东、实际控制人以及董事、监事、高级管理人员的重要承诺及约束措施	79
第六节 业务与技术	81
一、公司主营业务及主要产品和服务情况	81
二、公司所处行业的基本情况及公司竞争地位	96
三、公司主要销售情况和主要客户	116
四、公司采购情况和主要供应商	118
五、固定资产和无形资产	120
六、公司持有的现行有效的主要经营资质证书	123
七、公司的技术研发情况	124
八、公司境外经营情况	128
九、未来发展与规划	129
第七节 同业竞争与关联交易	132
一、发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立情况	132
二、同业竞争	133

三、发行人关联方、关联关系	134
四、关联交易	138
第八节 董事、监事及高级管理人员与公司治理	142
一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介	142
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况	145
三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况	146
四、董事、监事、高级管理人员最近一年的薪酬情况	146
五、董事、监事、高级管理人员兼职情况	147
六、董事、监事、高级管理人员相互之间存在的亲属关系	150
七、发行人与董事、监事、高级管理人员所签订的协议	150
八、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况	150
九、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及审计委员会运行及履职情况	151
十、公司近三年违法违规行为的情况	155
十一、公司近三年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况	156
十二、公司内部控制制度情况	156
十三、公司资金管理制度	157
十四、对外投资政策及制度	158
十五、公司对外担保制度	158
十六、投资者权益保护措施	159
第九节 财务会计信息与管理层分析	164
一、合并财务报表	164
二、会计师事务所的审计意见	167
三、主要会计政策、会计估计	168
四、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率	183
五、合并报表范围及变化情况	184
六、分部信息	185
七、非经常性损益明细表	186
八、发行人报告期内的主要财务指标	186

九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	188
十、盈利能力分析	188
十一、保荐人对发行人持续盈利能力的分析及意见	204
十二、财务状况分析	204
十三、现金流量分析	226
十四、股利分配及发行前滚存利润安排	229
第十节 募集资金运用	234
一、募集资金运用概况	234
二、募集资金投资项目具体情况	238
三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响	257
第十一节 其他重要事项	258
一、重大合同	258
二、发行人对外担保情况	259
三、行政处罚、重大诉讼或仲裁事项	259
第十二节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	260
一、全体董事、监事、高级管理人员声明	260
二、保荐人（主承销商）声明	263
三、发行人律师声明	265
四、会计师事务所声明	266
五、资产评估机构声明	267
六、验资机构声明	268
第十三节 附件	269
一、备查文件目录	269
二、查阅地点	269
三、查询时间	269

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、普通术语

公司、本公司、股份公司、汉迪移动、发行人	指	北京汉迪移动互联网科技股份有限公司，由北京汉迪世纪科技有限公司整体变更而来
汉迪有限、有限公司	指	北京汉迪世纪科技有限公司，为北京汉迪移动互联网科技股份有限公司整体变更前之名称
拉萨清智	指	拉萨清智投资有限公司，为发行人的控股股东
拉萨天宽	指	拉萨天宽投资有限公司，为发行人的股东
拉萨酷乐	指	拉萨酷乐投资有限公司，为发行人的股东
北京清泽	指	北京清泽同创信息咨询中心（有限合伙），曾为发行人报告期内的股东，现已注销
西藏清泽	指	西藏清泽投资管理有限公司，为发行人的股东
北京清合	指	北京清合同创信息咨询中心（有限合伙），为发行人的股东
北京清宸同创	指	北京清宸同创信息咨询中心（有限合伙）（原名为：“共青城清合投资管理合伙企业（有限合伙）”），为发行人股东
子公司	指	北京汉迪移动互联网科技股份有限公司合并报表范围内的全体子公司
亿玖光年	指	北京亿玖光年科技有限公司，为发行人的子公司
iHandy Network	指	iHandy Network Limited，为发行人的子公司
Taplogic	指	Taplogic Inc.，为发行人的子公司
iHandy Limited	指	iHandy Limited，为发行人的子公司
Tap Genius	指	Tap Genius Limited，为发行人的子公司
ONE App	指	ONE App Limited，为发行人的子公司
Mobile Flame	指	Mobile Flame Limited，为发行人的子公司
Moplus Network	指	Moplus Network Limited，为发行人的子公司
Quick Atom	指	Quick Atom Limited，为发行人的子公司
Magic Arts	指	Magic Arts Limited，为发行人的子公司
Energy Flow	指	Energy Flow Limited，为发行人的子公司
汇智时创	指	北京汇智时创投资管理有限公司
佳瑞互动	指	北京佳瑞互动科技有限公司
浙江清瑞	指	浙江清瑞柔创医疗科技有限公司
北京清瑞	指	北京清瑞柔创医疗科技有限公司
智胜新格	指	北京智胜新格科技有限公司

Jiarui Network	指	Jiarui Network Limited
Global Wise	指	Global Wise Investments Co., Limited
麒麟网络	指	麒麟合盛网络技术股份有限公司
迅游科技	指	四川迅游网络科技股份有限公司
股东大会	指	北京汉迪移动互联网科技股份有限公司股东大会
董事会	指	北京汉迪移动互联网科技股份有限公司董事会
监事会	指	北京汉迪移动互联网科技股份有限公司监事会
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书
《公司章程》、章程	指	《北京汉迪移动互联网科技股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	北京汉迪移动互联网科技股份有限公司上市后将实施的公司章程
《股东大会议事规则》	指	《北京汉迪移动互联网科技股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《北京汉迪移动互联网科技股份有限公司董事会议事规则》
《监事会议事规则》	指	《北京汉迪移动互联网科技股份有限公司监事会议事规则》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
北京市工商局	指	北京市工商行政管理局
保荐人、主承销商、中金公司、保荐机构	指	中国国际金融股份有限公司
天元、发行人律师	指	北京市天元律师事务所
安永、发行人会计师	指	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《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》
《广告法》	指	《中华人民共和国广告法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
三会	指	股东大会、董事会、监事会
最近三年、报告期	指	2016年、2017年以及2018年

二、专业术语

App、移动应用、应用	指	Mobile Application, 应用软件, 本招股说明书特指移动终端应用软件
iOS	指	由苹果公司开发的移动操作系统, 后来陆续套用到 iPod touch、iPad 以及 Apple TV 等产品上

Android	指	是一种基于 Linux 的自由及开放源代码的操作系统，主要使用于移动设备，如智能手机和平板电脑，由 Google 公司和开放手机联盟领导及开发
App Store	指	iOS 系统下苹果公司应用程序商店
Google Play	指	Android 系统下谷歌官方应用程序商店
iPhone	指	苹果公司研发的智能手机，它搭载苹果公司研发的 iOS 操作系统
API（二次开发接口）	指	API 英文全称：Application Programming Interface，中文全称：应用程序编程接口，是应用系统（或程序）预先定义的函数或方法，为用户或开发人员提供基于某软件或硬件得以实现产品定制功能的能力
SDK	指	中文全称：软件开发工具包，英文全称：Software Development Kit，是工程师在特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统上开发应用软件时，所使用的开发工具的集合，帮助用户对应用系统（或程序）进行二次开发，扩展系统功能
App Annie	指	美国的一家市场研究公司，主要提供移动应用市场的数据统计分析
MAU	指	Monthly Active Users，即月度活跃用户数，简称“月活”，指每月至少一次使用软件产品的用户数量
CPU	指	Central Processing Unit，即中央处理器，是一台计算机的运算核心 和控制核心
AV-Test	指	总部位于德国马德堡的一家独立评估组织，对适配于 Microsoft Windows 和 Android 操作系统的防病毒和安全套件软件进行测评
三维渲染	指	指将三维建模进行美化，生成最终三维效果的过程
手势识别	指	通过人体某部位的运动或者动作路径，与设备进行交互，从而对设备发出指令
IP	指	Internet Protocol，即国际互联网协议，是为计算机网络相互连接进行通信而设计的协议
感知哈希算法	指	Perceptual Hash Algorithm，是一类算法的总称，包括 aHash、pHash、dHash 等，算法不以严格的方式计算 Hash 值，而是以更加相对的方式计算哈希值，可用于识别、查找、标记相似图片
拉普拉斯算子	指	Laplace Operator，是 n 维欧几里德空间中的一个二阶微分算子，可通过算子生成空间滤波，进行图像锐化、识别图像模糊等操作
Core Graphics	指	Core Graphics Framework，是 iOS 提供的 2D 图像绘制和渲染框架
Canvas	指	Android Canvas API，是 Android 框架提供的一组 2D 图像绘制和渲染 API
IDC	指	全称 International Data Corporation，位于美国，是一家为信息技术、电信和消费技术等市场提供数据情报、咨询服务的公司
eMarketer	指	eMarketer 是一家位于纽约的研究机构，提供数字、媒体和商务等市场的数据研究和分析报告。
Statista	指	一家德国的统计机构，除了统计，Statista 还提供市场数据预测，白皮书研究、档案、行业报告、市场前景分析和消费

		市场前景分析等
GSMA	指	一家全球性的贸易协会,代表包括全球 218 个国家和地区的 750 多家 GSM 移动电话运营商
BUG	指	电脑程序中存在的缺陷或问题
WAP	指	Wireless Application Protocol, 即无线应用协议, 是一种向移动终端提供互联网内容和增值服务的全球统一的开放式协议标准
Kbps、Mbps、Gbps Tbps、PB per Month	指	数据传输速率单位, 亦称“带宽”, Kbps 为千位/秒, Mbps 为兆位/秒, Gbps (或“Gbit/s”) 为千兆位/秒, Tbps 为太位/秒, PB per Month 为拍位/月
IaaS、PaaS、SaaS、BaaS	指	IaaS (Infrastructure as a Service: 基础设施即服务) 即消费者通过 Internet 可以从完善的计算机基础设施获得服务; PAAS (Platform-as-a-Service: 平台即服务) 把应用服务的运行和开发环境作为一种服务提供的商业模式; SaaS (Software-as-a-Service: 软件即服务) 是通过 Internet 提供软件服务的模式; BaaS (Backend as a Service: 后端即服务) 公司为移动应用开发者提供整合云后端的边界服务。
开源社区	指	开源社区又称开放源代码社区, 是源代码对公众开放的软件, 也指根据开源软件许可证协议公布软件源代码的网络平台
主成分分析	指	一种分析、简化数据集的技术。主成分分析经常用于减少数据集的维数, 同时保持数据集中对方差贡献最大的特征。
代码混淆	指	指将计算机程序的代码转换成一种功能上等价但难于阅读和理解的形式
HIVE 技术	指	Hive 是建立在 Hadoop 语言基础上的数据仓库基础构架。它提供了一系列的工具, 可以用来进行数据提取转化加载 (ETL), 这是一种可以存储、查询和分析大规模数据的机制
ETL	指	中文全称: 抽取转换加载, 英文全称: Extract-Transform-Load。它是用来描述将数据从来源端经过抽取 (extract)、转换 (transform)、加载 (load) 至目的端的过程, 是构建数据仓库的重要一环: 从数据源抽取所需的数据, 经过数据清洗, 最终按照预先定义好的数据仓库模型, 将数据加载到数据仓库中去
ROI	指	Return on Investment, 即投资回报率, 指投资后所得的收益与成本间的百分比率

注: 本招股说明书中若出现表格内合计数与实际所列各分项数值总和不符的情况, 均为四舍五入所致。

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

公司名称	北京汉迪移动互联网科技股份有限公司
英文名称	Beijing iHandy Mobile Inc.
注册资本	36,000 万元
法定代表人	黄扬清
成立日期	2008 年 8 月 7 日
整体变更日期	2016 年 7 月 7 日
住所	北京市海淀区成府路 28 号 11 层 2-1101

二、发行人主营业务概述

汉迪移动致力于移动应用程序的研发和运营，以丰富的产品体系服务于全球移动互联网用户，同时基于规模化用户积累为第三方广告平台提供效果广告发布服务。公司的主要产品涵盖系统工具、生活小工具和内容娱乐等类别，用户已遍布全球 220 多个国家和地区，截至 2018 年 12 月，公司全线产品 MAU 已达 1.8 亿。

三、控股股东、实际控制人简介

截至本招股说明书签署之日，发行人的控股股东为拉萨清智，实际控制人为黄扬清先生。最近两年内，公司控股股东和实际控制人未发生变化。

（一）控股股东简介

本公司控股股东为拉萨清智，截至本招股说明书签署之日，拉萨清智持有本公司 223,200,000 股股份，占公司总股本的 62.00%。

拉萨清智基本情况如下：

公司名称	拉萨清智投资有限公司
公司类型	有限责任公司（一人有限责任公司）

法定代表人	黄扬清
注册资本	700 万元
公司住所	西藏自治区拉萨市达孜工业园区创业基地二楼 2-3-08E
成立时间	2015 年 10 月 19 日
经营期限	2015 年 10 月 19 日至 2035 年 10 月 18 日
主营业务	除持有发行人 62.00% 股权外，暂未开展其他业务

截至本招股说明书签署之日，拉萨清智的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	黄扬清	700.00	100.00%
	合计	700.00	100.00%

（二）实际控制人简介

本公司实际控制人为黄扬清先生。

黄扬清先生，中国国籍，出生于 1974 年，身份证号码为 1101*****2017，无境外永久居留权。现任公司董事长、总经理、法定代表人。1997 年毕业于清华大学计算机科学与技术系、清华大学经济管理学院，获双学士学位；1999 年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获硕士学位。曾任爱立信（中国）科技有限公司（高级）业务经理。2008 年 8 月至 2016 年 7 月，任汉迪有限执行董事、总经理；2016 年 7 月至今，任汉迪移动董事长、总经理、法定代表人。

截至本招股说明书签署之日，黄扬清先生直接持有汉迪移动 18,000,000 股股份，占总股本的 5.00%；通过拉萨清智间接持有汉迪移动 223,200,000 股股份，占总股本的 62.00%；通过北京清宸同创间接持有汉迪移动 2,505,600 股股份，占总股本的 0.70%；通过北京清合间接持有公司 6,798,600 股股份，占总股本的 1.89%，黄扬清先生直接与间接持有汉迪移动的股份数合计为 250,495,200 股，占发行人总股本的 69.58%。同时，黄扬清先生任公司董事长、总经理，全面负责发行人业务经营管理，因此为公司的实际控制人。

四、发行人主要财务数据及财务指标

根据安永出具的标准无保留意见的《审计报告》（安永华明(2019)审字第 61448912_A01 号），本公司报告期内主要财务数据及财务指标如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动资产	93,217.90	40,065.86	11,081.44
非流动资产	1,626.56	652.62	472.93
资产总计	94,844.46	40,718.48	11,554.36
流动负债	18,579.36	13,204.09	2,508.55
非流动负债	255.18	737.73	360.54
负债合计	18,834.54	13,941.82	2,869.09
所有者权益合计	76,009.93	26,776.66	8,685.28

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入	126,027.02	55,063.23	20,221.69
营业成本	4,014.01	1,784.21	655.54
营业利润	50,387.64	12,885.36	-2,826.07
利润总额	50,384.37	12,885.36	-2,911.07
净利润	41,711.66	9,360.66	-4,399.30

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	43,290.55	22,384.91	7,878.32
投资活动产生的现金流量净额	1,134.80	-1,912.69	-100.58
筹资活动产生的现金流量净额	2,839.84	838.86	-1,106.58
现金及现金等价物净增加额	49,903.12	20,059.81	6,901.41

（四）报告期内主要财务指标

以下财务指标除特别说明外，为合并报表口径。

项目	2018年12月31日/2018年度	2017年12月31日/2017年度	2016年12月31日/2016年度
流动比率（倍）	5.02	3.03	4.42
速动比率（倍）	5.02	3.03	4.42

项目	2018年12月31日/2018年度	2017年12月31日/2017年度	2016年12月31日/2016年度
资产负债率（%，合并）	19.86%	34.24%	24.83%
资产负债率（%，母公司）	8.54%	27.47%	37.98%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例（%）	-	-	-
归属公司普通股股东的每股净资产（元/股）	2.11	27.39	9.35
应收账款周转率（次/年）	10.57	8.32	6.84
息税折旧摊销前利润（万元）	50,662.47	13,072.09	-2,799.58
归属发行人股东的净利润（万元）	41,711.66	9,360.66	-4,399.30
归属发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	41,668.61	13,062.84	6,017.53
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用
每股经营活动现金流量（元/股）	1.20	22.89	8.48
每股净现金流量（元/股）	1.39	20.52	7.43

五、募集资金用途

本次募集资金将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	拟用募集资金投入金额
1	产品矩阵升级和扩展项目	58,199.40	58,199.40
2	数据网络与人工智能建设项目	29,152.93	29,152.93
3	移动互联网聚合广告运营平台升级建设项目	23,981.66	23,981.66
4	移动互联网数字营销系统建设项目	13,024.92	13,024.92
合计		124,358.91	124,358.91

本次募集资金到位前，公司根据项目的实际进度，可以利用自有资金等进行先期投入；募集资金到位后，将用于置换先期投入资金及支付项目建设剩余款项。本次募集资金根据实际募集资金的数量按照前述项目资金需求的轻重缓急投入，如果本次实际募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，不足部分由公司自筹资金解决。

公司已制定了《募集资金管理制度》，实行募集资金专项存储制度，公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A股）
每股面值：	1.00元
发行股数，占发行后总股本比例：	本次拟发行不超过41,000,000股，不低于发行后总股本的10%。（本次发行不涉及老股东公开发售其所持有的公司股份）
每股发行价格：	【】元
发行市盈率：	【】倍（每股收益按照【】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）
发行后每股收益：	【】元（按本公司【】年经审计的、扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本）
发行前每股净资产：	【】元（按照本公司【】经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【】元（按照本公司【】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）
发行市净率：	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式：	网下向询价对象询价配售发行与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式。
发行对象：	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所创业板股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外），或中国证监会规定的其他发行对象。
预计募集资金总额： 预计募集资金净额：	【】万元 扣除发行费用后，净额【】万元
承销方式：	余额包销
发行费用概算：	本次发行费用总额为【】万元，其中保荐和承销费【】万元，审计及验资费【】万元，评估费【】万元，律师费【】万元，发行手续费等【】万元。

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：北京汉迪移动互联网科技股份有限公司

法定代表人：黄扬清

住所：北京市海淀区成府路28号11层2-1101

联系人：吴靖

联系电话：010-62660550

传真：010-62660550

（二）保荐人（主承销商）：中国国际金融股份有限公司

法定代表人（代）： 毕明建

住所：北京市朝阳区建国门外大街1号国贸写字楼2座27层及28层

联系电话：010-65051166

传真：010-65051156

保荐代表人：方良润、王楹

项目协办人：张林冀

其他项目成员：徐石晏、毛新宇、江涛、何牧芷、肖澍、孙成昊、马佳佳

（三）发行人律师事务所：北京市天元律师事务所

负责人：朱小辉

地址：北京市西城区丰盛胡同28号太平洋保险大厦B座10层

联系电话：010-57763888

传真：010-57763777

经办律师：吴冠雄、王韶华、李敏娜

（四）会计师事务所：安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：毛鞍宁

住所：北京市东城区东长安街1号东方广场安永大楼17层01-12室

联系电话：010-58153000

传真：010-85188298

经办注册会计师：章晓亮、张诚伟

（五）保荐人（主承销商）律师事务所：北京市通商律师事务所

负责人：吴刚

住所：北京市朝阳区建国门外大街甲12号新华保险大厦6层

联系电话：010-65693399

传真：010-65693838

经办律师：张小满、张瑞新

（六）评估机构：中水致远资产评估有限公司

法定代表人：蒋建英

住所：北京市海淀区上园村3号交大知行大厦7层

联系电话：010-62169669

传真：010-62196466

经办评估师：林幼兵、刘英敏

（七）验资机构：安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：毛鞍宁

住所：北京市东城区东长安街1号东方广场安永大楼17层01-12室

联系电话：010-58153000

传真：010-85188298

经办注册会计师：章晓亮、张诚伟

（八）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

住所：广东省深圳市福田区深南大道2012号深圳证券交易所广场22-28楼

联系电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（九）收款银行：【】

三、发行人与中介机构关系的说明

本公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、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、有关本次发行的重要时间安排

（一）刊登发行公告日期：【】年【】月【】日

（二）开始询价推介日期：【】年【】月【】日

（三）刊登定价公告日期：【】年【】月【】日

（四）申购日期及缴款日期：【】年【】月【】日

（五）股票上市日期：本次股票发行结束后将尽快申请在深交所挂牌上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文。

一、业务相关风险

（一）产品开发与市场竞争风险

公司以丰富的产品矩阵为全球移动互联网用户提供服务，并通过 Google Play、App Store 等应用商店发布产品，供 220 多个国家和地区的用户下载使用。但全球范围内移动互联网行业企业众多，移动应用市场竞争激烈，虽然公司的全球性业务能够有效的冲减区域性竞争风险，但如果全球移动应用市场竞争加剧，行业内企业的竞争格局和盈利水平发生重大变化，可能会对公司业务开展产生不利影响。

（二）海外国家监管环境和政策变动的风险

公司主营业务为研发和运营移动应用程序，向全球用户提供系统工具、生活小工具和内容娱乐类产品，并积累用户规模，进而以产品为载体为第三方广告平台提供效果广告发布服务。公司的业务目前已经覆盖北美洲、亚洲、欧洲、南美洲等多个国家和地区，在各个国家和地区开展业务的过程中需要遵循当地的法律、法规和其他监管政策、市场规则。由于各个国家和地区的监管环境和政策存在变动的可能性，如公司不能根据这些变动及时调整自身产品、业务，可能会对公司的业务开展形成阻碍或不利影响。

（三）外汇相关风险

公司在开展海外业务的过程中，需要与客户、供应商以美元、港元等外币结算。目前公司主要的海外合作伙伴为 Google、Facebook 等第三方平台及其代理商，结算货币以美元为主。若未来外汇市场发生剧烈波动，在进行外币财务报表折算后，以人民币体现的公司日常经营及盈利情况可能受到一定影响。

（四）客户集中度较高的风险

2016年、2017年及2018年，公司来自前五大客户的营业收入占比分别为80.05%、93.56%及96.86%，客户集中度较高，主要客户包括Google、Facebook及Twitter等行业内规模较大、管理较完善的广告平台；且2017年及2018年，公司来自Google Asia Pacific Pte.Ltd.及Google LLC的合计营业收入占比分别为59.34%及65.65%，报告期内存在来自单一客户收入占比超过50%的情形。

目前，Google、Facebook、Twitter等全球规模较大广告平台，公司与之建立深度合作关系符合业务定位及行业惯例；同时，公司凭借良好的产品口碑及优质的用户群体，赢得了合作伙伴的认可并形成了良好的合作共赢关系。但是，若上述平台的业务需求出现波动或者行业格局出现变化，将可能在短时间内对公司的业务稳定产生一定影响。

（五）用户数据信息不当使用或泄露的风险

公司为全球用户提供基于智能手机的系统工具、生活小工具和内容娱乐类产品，覆盖了大量移动终端用户。为了满足用户个性化需求以及改进产品的用户体验，在用户许可的情况下，公司会采集用户必要的数据进行记录和分析。在采集、存储和使用这些数据时，公司已对数据进行了脱敏处理，数据与用户真实身份不存在关联，所以这些数据无法用于识别、确认或关联至某个特定用户。对于采集的数据，公司通过采取加密、混淆、分布式存储、物理隔离等技术手段，同时在公司内建立完善的数据保密制度和管理流程等措施，从而保障数据的安全性、可靠性。

在业务开展过程中，虽然公司采取了上述一系列安全措施，但在极端情况下，如公司员工、第三方合作伙伴对数据进行不当使用或因遭到恶意软件、病毒的影响或受到大规模黑客攻击造成数据泄露、损失，虽然不会对用户造成重大影响，但有可能对公司声誉和经营业绩造成不利影响。

（六）核心人才流失风险

公司的核心团队具备多年移动应用产品研发、运营及管理经验，熟知产品覆盖国的法律政策、市场需求、用户习惯、推广渠道等，是公司长期保持市场竞争力的重要因素之一。

公司目前的核心团队稳定，但未来如果公司无法对核心团队进行有效激励以保证核心人员的积极性和创造性，存在核心人员流失进而影响公司日常运营的风险。

（七）房产租赁的风险

截至本招股说明书签署之日，公司主要经营场所均为向第三方租赁取得，相关租赁房产均已签署房屋租赁合同，但未及时办理租赁备案手续。上述情形未影响公司正常使用租赁房屋，且涉及的租赁房屋主要用于办公，如未来需搬迁，替换成本较小，但仍可能给公司带来一定的经营风险。

二、公司治理风险

（一）管理风险

虽然，公司已经建立并健全了法人治理结构，制定了适应公司现阶段发展的内部控制体系，但随着公司经营规模不断扩大、业务范围不断扩展、人员不断增加，将对公司治理及管理体系提出更高的要求。若公司面对战略规划、制度建设、组织机构、资金管理和内部控制等方面的挑战而无法及时改进，将为公司的正常生产经营带来一定风险。

（二）实际控制人控制不当的风险

公司实际控制人为黄扬清先生，其可支配表决权的股份比例超过 50%。虽然公司目前已经按照《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等法律法规和规范性文件的规定，建立了比较完善的公司治理结构，并得到有效运行，但并不能排除实际控制人利用其控制地位，对公司发展战略、生产经营决策、利润分配和人事安排等重大事项实施不当影响或侵占公司利益，进而损害公司及公司其他股东利益的风险。

三、财务相关风险

（一）税收政策变动的风险

1、增值税免征优惠政策变动的风险

根据财税[2016]36号文，境内的单位和个人向境外单位提供的完全在境外消费的专业技术服务免征增值税。公司向境外子公司提供技术服务，转让技术适用该项优惠政策。

虽然公司所享受的增值税免征优惠政策具有一定的稳定性和持续性，预计未来政策调整的可能性较小，但是若国家调整上述免征增值税优惠政策，将可能对公司未来经营业绩产生不利影响。

2、研究开发费用加计扣除变动的风险

根据《中华人民共和国企业所得税法》（新企业所得税法）第四章税收优惠第三十条第（一）项及国家税务总局关于印发《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（税发[2015]119号）的规定，凡本公司符合上述规定的支出在计算应纳税所得额时加计扣除。

2016年、2017年及2018年，公司研发费用加计扣除的纳税影响分别为128.51万元、387.02万元及970.34万元，占当期利润总额的比例分别为-4.41%、3.00%及1.93%。虽然研发费用加计扣除对于公司利润总额影响较低，但是如果公司未来研发投入下降，可能会出现加计扣除金额下降导致净利润降低的风险。

3、不再享受所得税优惠的风险

公司2015年及2018年分别向北京市科学技术委员会、财政局、国税局、地税局申请并最终认定为高新技术企业，获得有效期为3年的《高新技术企业证书》，自2015年1月1日起至2017年12月31日止及自2018年1月1日起至2020年12月31日止按15%的优惠税率缴纳企业所得税。

如果相关政策发生变化或者公司不能持续符合相应政策条件，将面临因不再享受相应税收优惠政策而导致净利润下降的风险。

（二）期间费用较高风险

2016年、2017年及2018年，公司期间费用主要由销售费用、管理费用和研发费用组成，合计分别为22,422.90万元、39,803.63万元、72,323.89万元，占营业收入的比例分别为110.89%、72.29%、57.39%，各期费用金额逐年增加。主要原因包括：（1）因公司业务持续扩张需要，推广费支出逐年增加；（2）为持续保持技术优势，不断加大研发投入。此外，为保持员工稳定性及有效促进公司可持续发展，公司在报告期内对核心团队进行了股权激励，股份支付费用分别相应计入了管理费用及研发费用。

为继续支持公司的业务发展及增强竞争优势，公司未来将继续加大产品推广投入及研发投入，期间费用可能持续增加，但是该等投入给公司技术创新能力、新产品开发能力和市场品牌价值所带来的提升效应可能会在未来一定时间内逐步显现，具有一定的滞后性。若公司短期内的规模投入未能产生预期效益，其经营业绩将会受到不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称:	北京汉迪移动互联网科技股份有限公司
英文名称:	Beijing iHandy Mobile Inc.
注册资本:	36,000 万元
法定代表人:	黄扬清
成立日期:	2008 年 8 月 7 日
整体变更日期:	2016 年 7 月 7 日
办公地址/住所:	北京市海淀区成府路 28 号 11 层 2-1101
邮政编码:	100083
联系电话:	010-62660550
传真号码:	010-62660550
互联网网址:	www.ihandygroup.com
电子信箱:	public@ihandysoft.com
负责信息披露和投资者关系的部门:	董事会办公室
信息披露和投资者关系负责人:	吴靖
信息披露和投资者关系电话号码:	010-62660550

二、发行人设立情况

（一）汉迪有限的设立情况

发行人的前身为汉迪有限。汉迪有限由黄扬清先生、覃薇薇女士于 2008 年 8 月 7 日以货币出资设立，注册资本 10 万元，实缴注册资本 10 万元，其中黄扬清先生与覃薇薇女士分别出资 5 万元。法定代表人为黄扬清先生，其中，覃薇薇女士与黄扬清先生系母子关系。

2008 年 6 月 25 日，北京东胜瑞阳会计师事务所出具东胜瑞阳验字[2008]第 C2865 号《验资报告》，确认截至 2008 年 6 月 24 日，汉迪有限已收到全体股东缴纳的注册资本人民币 10 万元，均为货币出资。此次验资已由安永进行了复核，并出具了安永华明（2019）专字第 61448912_A04 号《实收资本验资事项专项复核报告》，确认出资足额缴纳。

2008年8月7日，汉迪有限取得北京市工商局朝阳分局核发的《企业法人营业执照》。

汉迪有限设立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	黄扬清	5.00	50%
2	覃薇薇	5.00	50%
合计		10.00	100%

（二）发行人设立情况

2016年5月18日，经汉迪有限股东会决议，同意以截至2016年3月31日经审计的净资产折股，以发起设立的方式，将汉迪有限依法整体变更为股份有限公司，以汉迪有限登记在册的全体股东作为股份有限公司的发起人。

2016年5月18日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具致同审字[2016]第110ZB5180号《审计报告》，确认汉迪有限截至2016年3月31日经审计的资产总额为2,086.77万元、负债总额为1,205.10万元，净资产为881.67万元。

2016年5月18日，全体股东共同签署了股份公司《发起人协议》。同日，全体发起人召开了股份公司的创立大会。经创立大会决议，汉迪有限整体变更基准日为2016年3月31日，以净资产折合成股份公司股本880万股，每股面值1元，注册资本880万元，各股东以其持有的汉迪有限股权所对应的净资产认购公司股份，净资产超出部分计入资本公积，由全体股东共同享有。

2016年6月24日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具致同验字[2016]110ZB0356号《验资报告》，确认截至2016年5月18日止，公司已全部收到发起人股东投入的资本，总股本880万元。

2016年7月7日，汉迪移动取得北京市工商局海淀分局核发的《营业执照》。

发行人整体变更为股份有限公司时，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	拉萨清智	5,280,000	60.00%
2	拉萨天宽	1,760,000	20.00%
3	拉萨酷乐	880,000	10.00%

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
4	北京清泽	880,000	10.00%
合计		8,800,000	100.00%

（三）发行人历次验资及验资复核的情况

自汉迪有限设立以来，发行人共进行了 11 次验资，历次验资情况如下：

序号	时间	验资事由	验资机构
1	2008 年 6 月	汉迪有限设立，两名自然人股东出资 10 万元	北京东胜瑞阳会计师事务所
2	2011 年 10 月	汉迪有限增资至 210 万元	北京华澳诚会计师事务所（普通合伙）
3	2016 年 4 月	汉迪有限增资至 500 万元	北京京信会计师事务所（普通合伙）
4	2016 年 4 月	汉迪有限增资至 555.55 万元	北京京信会计师事务所（普通合伙）
5	2016 年 6 月	汉迪有限整体变更为汉迪移动	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
6	2016 年 12 月	汉迪移动增资至 928.89 万元	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
7	2017 年 1 月	汉迪移动增资至 977.78 万元	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
8	2017 年 9 月	汉迪移动将增资款计入资本公积导致资本公积增加 789.97 万元	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
9	2019 年 3 月	汉迪移动增资至 3,977.78 万元	安永
10	2019 年 3 月	汉迪移动以未分配利润转增股本导致注册资本增加至 36,000.00 万元	安永
11	2019 年 3 月	对北京东胜瑞阳会计师事务所有限公司出具的东胜瑞阳验字[2008]第 C2865 号验资报告、北京华澳诚会计师事务所（普通合伙）出具的北华澳诚验字[2011]第 12399 号验资报告、北京京信会计师事务所（普通合伙）出具的京信验字（2016）第 008 号验资报告以及北京京信会计师事务所（普通合伙）出具的京信验字（2016）第 009 号验资报告进行复核	安永

三、发行人设立以来的重大资产重组情况

（一）重大资产重组情况

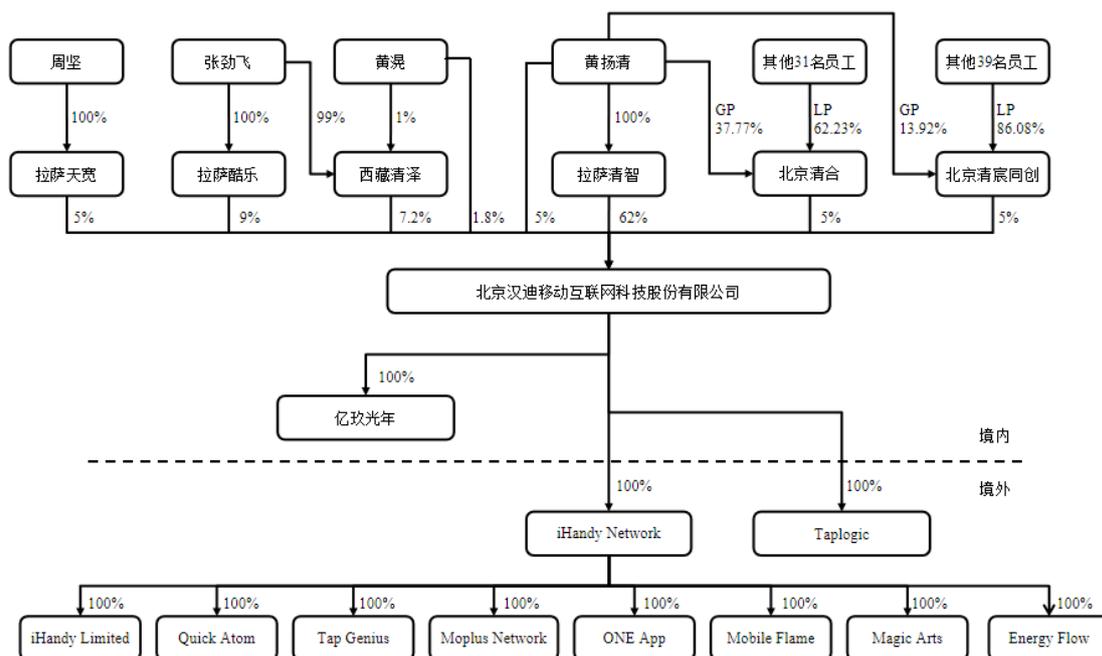
发行人自整体变更设立以来，不存在重大资产重组情况。

（二）最近一年内收购兼并其他企业资产（或股权）的情况

发行人最近一年内不存在收购兼并其他企业资产（或股权）且被收购企业资产总额、营业收入或净利润超过收购前发行人相应项目 20% 的情况。

四、发行人的股权结构情况

截至本招股说明书签署之日，本公司的股权结构如下图所示：



五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的情况

（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人、一致行动人基本情况

1、控股股东

本公司的控股股东是拉萨清智，持有本公司 223,200,000 股股份，占公司总股本的 62.00%。截至本招股说明书签署之日，拉萨清智基本情况如下：

公司名称	拉萨清智投资有限公司
公司类型	一人有限责任公司
法定代表人	黄扬清
注册资本	700.00 万元
实收资本	338.35 万元

公司住所	西藏自治区拉萨市达孜工业园区创业基地二楼 2-3-08E
主要生产经营地	西藏拉萨
成立时间	2015 年 10 月 19 日
经营期限	2015 年 10 月 19 日至 2035 年 10 月 18 日
主营业务	除持有发行人 62.00% 股权外，未开展其他业务
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系或其他关系

截至本招股说明书签署之日，拉萨清智的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	黄扬清	700.00	100%
合计		700.00	100%

拉萨清智最近一年经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日
总资产	2,194.28
净资产	334.28
净利润	-1.24

2、实际控制人

本公司实际控制人为黄扬清先生。

黄扬清先生，中国国籍，身份证号码为 1101*****2017，无境外永久居留权。

截至本招股说明书签署之日，黄扬清先生直接与间接持有汉迪移动的股份数合计为 250,495,200 股，占总股本的 69.58%，其中黄扬清先生直接持有汉迪移动 18,000,000 股股份，占总股本的 5.00%；通过拉萨清智间接持有汉迪移动 223,200,000 股股份，占总股本的 62.00%；通过北京清宸同创间接持有汉迪移动 2,505,600 股股份，占总股本的 0.70%；通过北京清合同间接持有公司 6,798,600 股股份，占总股本的 1.89%。黄扬清先生任公司董事长、总经理，可以在经营管理中实际控制公司。

综上，黄扬清先生为公司的实际控制人。黄扬清先生最近两年一直处于实际控制地位，发行人最近两年实际控制人未发生变化。

黄扬清先生简历详见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事基本情况”相关内容。

3、持有发行人5%以上股份的其他主要股东

截至本招股说明书签署之日，除本公司控股股东、实际控制人之外，直接持有本公司5%以上股份的股东为拉萨酷乐、西藏清泽、拉萨天宽、北京清合、北京清宸同创，其持股情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	拉萨酷乐	32,400,000	9.00%
2	西藏清泽	25,920,000	7.20%
3	拉萨天宽	18,000,000	5.00%
4	北京清合	18,000,000	5.00%
5	北京清宸同创	18,000,000	5.00%

（1）拉萨酷乐

拉萨酷乐系于2015年10月20日依据中国法律法规设立的一人有限责任公司，截至本招股说明书签署之日，持有发行人32,400,000股股份，占总股本9.00%。基本情况如下：

法定代表人	张劲飞
注册资本	150.00 万元
实收资本	60.55 万元
住所	西藏自治区拉萨市达孜工业园区创业基地二楼 2-3-06E
主营业务	除持有发行人 9.00% 股权外，未开展其他业务
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系或其他关系

截至本招股说明书签署之日，拉萨酷乐的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	张劲飞	150.00	100.00%
合计		150.00	100.00%

（2）西藏清泽

西藏清泽系于 2016 年 1 月 19 日依据中国法律法规设立的有限责任公司，截至本招股说明书签署之日，持有发行人 25,920,000 股股份，占总股本 7.20%。基本情况如下：

法定代表人	张劲飞
注册资本	100.00 万元
实收资本	60.00 万元
住所	达孜工业园区创业基地二楼 2-3-07E
主营业务	除持有发行人 7.20% 股权外，未开展其他业务
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系或其他关系

截至本招股说明书签署之日，西藏清泽的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	张劲飞	99.00	99.00%
2	黄滢	1.00	1.00%
合计		100.00	100.00%

（3）拉萨天宽

拉萨天宽系于 2015 年 10 月 20 日依据中国法律法规设立的一人有限责任公司，截至本招股说明书签署之日，持有发行人 18,000,000 股股份，占总股本 5.00%。基本情况如下：

法定代表人	周坚
注册资本	250.00 万元
实收资本	161.10 万元
住所	西藏自治区拉萨市达孜工业园区创业基地二楼 2-3-09E
主营业务	股权投资
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系或其他关系

截至本招股说明书签署之日，拉萨天宽的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	周坚	250.00	100.00%
合计		250.00	100.00%

（4）北京清合

北京清合系于 2016 年 11 月 18 日依据中国法律法规设立的有限合伙企业，为发行人员工持股平台，其全体合伙人均为发行人现任高级管理人员或在职员工。截至本招股说明书签署之日，持有发行人 18,000,000 股股份，占总股本 5.00%。基本情况如下：

执行事务合伙人	黄扬清
出资额	301.39 万元
实际出资额	301.39 万元
住所	北京市海淀区高里掌路 1 号院 6 号楼 201-207
主营业务	除持有发行人 5.00% 股权外，未开展其他业务
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系或其他关系

截至本招股说明书签署之日，北京清合的合伙人出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例
1	黄扬清	普通合伙人	113.84	37.77%
2	黄滢	有限合伙人	103.08	34.20%
3	刘超	有限合伙人	26.52	8.80%
4	吴靖	有限合伙人	15.07	5.00%
5	高妮	有限合伙人	8.74	2.90%
6	高超	有限合伙人	8.56	2.84%
7	胡雪峰	有限合伙人	8.56	2.84%
8	董希谦	有限合伙人	4.82	1.60%
9	吴翟	有限合伙人	4.43	1.47%
10	孟佑洋	有限合伙人	0.60	0.20%
11	朱诗乐	有限合伙人	0.60	0.20%
12	兰超	有限合伙人	0.60	0.20%
13	李琳	有限合伙人	0.60	0.20%
14	梁媛媛	有限合伙人	0.60	0.20%
15	张四光	有限合伙人	0.45	0.15%
16	李文剑	有限合伙人	0.34	0.11%
17	王喆	有限合伙人	0.33	0.11%
18	杨浩洋	有限合伙人	0.31	0.10%
19	程季	有限合伙人	0.30	0.10%
20	杨东亮	有限合伙人	0.30	0.10%

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例
21	刘荣	有限合伙人	0.30	0.10%
22	李安阳	有限合伙人	0.30	0.10%
23	弋永平	有限合伙人	0.30	0.10%
24	李晓剑	有限合伙人	0.28	0.09%
25	肖智祥	有限合伙人	0.26	0.09%
26	武永新	有限合伙人	0.26	0.09%
27	王晓璞	有限合伙人	0.22	0.07%
28	王盟	有限合伙人	0.22	0.07%
29	张卓雁	有限合伙人	0.17	0.06%
30	孙倩	有限合伙人	0.15	0.05%
31	库玛卡孜·吐拉别克	有限合伙人	0.14	0.05%
32	张婷	有限合伙人	0.11	0.04%
合计			301.39	100.00%

（5）北京清宸同创

北京清宸同创系于 2016 年 10 月 21 日依据中国法律法规设立的有限合伙企业，为发行人员工持股平台，其全体合伙人均为发行人现任高级管理人员或在职员工。截至本招股说明书签署之日，持有发行人 18,000,000 股股份，占总股本 5.00%。基本情况如下：

执行事务合伙人	黄扬清
出资额	588.58 万元
实际出资额	588.58 万元
住所	北京市海淀区高里掌路 1 号 6 号楼 104-280
主营业务	除持有发行人 5.00% 股权外，未开展其他业务
与发行人主营业务的关系	无同业竞争关系或其他关系

截至本招股说明书签署之日，北京清宸同创的合伙人出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例
1	黄扬清	普通合伙人	81.93	13.92%
2	李唯	有限合伙人	69.45	11.80%
3	王玥	有限合伙人	65.45	11.12%
4	黄滢	有限合伙人	53.56	9.10%
5	刘松	有限合伙人	54.15	9.20%

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例
6	李雪鹏	有限合伙人	35.31	6.00%
7	李杨子	有限合伙人	23.54	4.00%
8	赵晓冬	有限合伙人	23.54	4.00%
9	卢燕涛	有限合伙人	18.83	3.20%
10	卓威	有限合伙人	17.66	3.00%
11	李墨耘	有限合伙人	17.66	3.00%
12	戚荣波	有限合伙人	17.66	3.00%
13	陆雨	有限合伙人	17.66	3.00%
14	李丁	有限合伙人	17.07	2.90%
15	尹保亮	有限合伙人	9.42	1.60%
16	车冠	有限合伙人	9.06	1.54%
17	时迁	有限合伙人	8.83	1.50%
18	武立林	有限合伙人	5.89	1.00%
19	张卓	有限合伙人	4.71	0.80%
20	葛晓辉	有限合伙人	3.53	0.60%
21	范玲玲	有限合伙人	3.53	0.60%
22	崔明明	有限合伙人	3.53	0.60%
23	李琳琳	有限合伙人	2.35	0.40%
24	刘玉兵	有限合伙人	2.35	0.40%
25	雷志红	有限合伙人	2.35	0.40%
26	杨银春	有限合伙人	2.35	0.40%
27	汪文灿	有限合伙人	1.77	0.30%
28	冯子力	有限合伙人	1.77	0.30%
29	王禹	有限合伙人	1.77	0.30%
30	丁晨亮	有限合伙人	1.18	0.20%
31	高翔	有限合伙人	1.18	0.20%
32	张衡	有限合伙人	1.18	0.20%
33	李哲	有限合伙人	1.18	0.20%
34	贾博	有限合伙人	1.18	0.20%
35	王通	有限合伙人	1.00	0.17%
36	张荣鑫	有限合伙人	1.00	0.17%
37	唐文	有限合伙人	1.00	0.17%

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例
38	王柬文	有限合伙人	1.00	0.17%
39	郑伟	有限合伙人	1.00	0.17%
40	李喆	有限合伙人	1.00	0.17%
合计			588.58	100%

（二）控股股东及实际控制人控制的其他主要企业的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东和实际控制人控制的其他企业基本情况如下：

（1）汇智时创

汇智时创为实际控制人控制的企业，其基本情况如下：

公司名称	北京汇智时创投资管理有限公司
住所	北京市海淀区北四环西路9号17层1708-016
法定代表人	黄扬清
注册资本	3,000万元
实收资本	500万元
成立日期	2015年09月25日
营业期限	2015年09月25日至2035年09月24日
主营业务	依靠自有资金进行直接投资
主营业务与发行人主营业务的关系	无同业竞争或上下游关系

截至本招股说明书签署之日，汇智时创的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资金额（万元）	出资比例
1	黄扬清	2,666.70	88.89%
2	张劲飞	333.30	11.11%
合计		3,000.00	100.00%

汇智时创最近一年未经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日
总资产	2,244.22
净资产	613.83
净利润	82.60

（2）佳瑞互动

佳瑞互动为实际控制人控制的企业，其基本情况如下：

公司名称	北京佳瑞互动科技有限公司
住所	北京市海淀区双清路 77 号院 4 号楼 16 层 1612 号
法定代表人	黄扬清
注册资本	1,000 万元
实收资本	762.86 万元
成立日期	2016 年 01 月 18 日
营业期限	2016 年 01 月 18 日至 2036 年 01 月 17 日
主营业务	智能医疗产品研发
主营业务与发行人主营业务的关系	无同业竞争或上下游关系

截至本招股说明书签署之日，佳瑞互动的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资金额（万元）	出资比例
1	黄扬清	857.14	85.71%
2	张劲飞	142.86	14.29%
合计		1,000.00	100.00%

佳瑞互动最近一年未经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日
总资产	570.78
净资产	-2.69
净利润	-392.08

（3）浙江清瑞

浙江清瑞为佳瑞互动的控股子公司，其基本情况如下：

公司名称	浙江清瑞柔创医疗科技有限公司
住所	浙江省杭州经济技术开发区 18 号大街 795 号 1 幢 9 层 909 室
法定代表人	黄扬清
注册资本	3,200 万元
实收资本	105 万元
成立日期	2018 年 06 月 19 日
营业期限	2018 年 06 月 19 日至长期

主营业务	智能医疗产品研发
主营业务与发行人主营业务的关系	无同业竞争或上下游关系

截至本招股说明书签署之日，浙江清瑞的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资金额（万元）	出资比例
1	北京佳瑞互动科技有限公司	2,000.00	62.50%
2	北京荷清柔创科技有限公司	1,200.00	37.50%
合计		3,200.00	100.00%

浙江清瑞最近一年未经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日
总资产	420.56
净资产	-0.94
净利润	-0.94

（4）北京清瑞

北京清瑞为浙江清瑞的全资子公司，其基本情况如下：

公司名称	北京清瑞柔创医疗科技有限公司
住所	北京市海淀区双清路77号院4号楼16层1611号
法定代表人	黄扬清
注册资本	500万元
实收资本	100万元
成立日期	2019年2月20日
营业期限	2019年2月20日至2049年2月19日
主营业务	智能医疗产品研发
主营业务与发行人主营业务的关系	无同业竞争或上下游关系

截至本招股说明书签署之日，北京清瑞的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资金额（万元）	出资比例
1	浙江清瑞柔创医疗科技有限公司	500.00	100.00%
合计		500.00	100.00%

北京清瑞为2019年2月设立的公司，暂无最近一年财务数据。

（5）Global Wise

Global Wise 为汇智时创的全资子公司，其基本情况如下：

公司名称	Global Wise Investments Co., Limited
注册号	2378156
住所	香港九龙旺角道 33 号光明道大厦 7 楼 04 室
董事	黄扬清
股份数	100,000 股
资金总额	10 万港元
成立日期	2016 年 5 月 18 日
主营业务	项目投资、投资管理
主营业务与发行人主营业务的关系	不存在同业竞争或上下游关系

截至本招股说明书签署之日，Global Wise 的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例
1	汇智时创	100,000.00	100.00%
	合计	100,000.00	100.00%

Global Wise 最近一年未经审计的主要财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018 年 12 月 31 日
总资产	6.1303
净资产	-0.1597
净利润	0.0018

（6）Jiarui Network

Jiarui Network 为佳瑞互动的全资子公司，其基本情况如下：

公司名称	Jiarui Network Limited
注册号	2353348
住所	香港九龙旺角道 33 号光明道大厦 7 楼 04 室
董事	黄扬清
股份数	100,000 股
资金总额	10 万港元
成立日期	2016 年 3 月 29 日
主营业务	未实际经营业务

主营业务与发行人主营业务的关系	不存在同业竞争或上下游关系
-----------------	---------------

截至本招股说明书签署之日，Jiarui Network 的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例
1	佳瑞互动	100,000	100%
合计		100,000	100%

Jiarui Network 最近一年未经审计的主要财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018年12月31日
总资产	0.9736
净资产	-0.0264
净利润	-0.0024

（三）控股股东和实际控制人直接或间接持有的发行人股份质押或争议情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东及实际控制人持有的本公司股份均不存在质押或其他争议的情况。

六、发行人控股子公司、参股公司的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人共有 3 家一级子公司，8 家二级子公司，具体情况如下：

序号	下属公司名称	类型	持股比例	注册地
1	iHandy Network	全资子公司	100.00%	中国香港
2	Taplogic	全资子公司	100.00%	美国特拉华州
3	亿玖光年	全资子公司	100.00%	北京
4	iHandy Limited	全资子公司	iHandy Network 持股 100.00%	中国香港
5	Magic Arts	全资子公司	iHandy Network 持股 100.00%	中国香港
6	Mobile Flame	全资子公司	iHandy Network 持股 100.00%	中国香港
7	MoPlus Network	全资子公司	iHandy Network 持股 100.00%	中国香港
8	ONE App	全资子公司	iHandy Network 持股 100.00%	中国香港
9	Quick Atom	全资子公司	iHandy Network 持股 100.00%	中国香港

序号	下属公司名称	类型	持股比例	注册地
10	Tap Genius	全资子公司	iHandy Network 持股 100.00%	中国香港
11	Energy Flow	全资子公司	iHandy Network 持股 100.00%	中国香港

（一）控股子公司

1、iHandy Network

iHandy Network 于 2015 年 8 月 13 日设立。截至本招股说明书签署之日，iHandy Network 的基本情况如下：

公司名称	汉迪网络（香港）有限公司
成立时间	2015 年 8 月 13 日
已发行股票总数	100,000 股
资金总额	10 万港元
注册地	香港九龙长沙湾道 788 号罗氏商业广场 6 楼 603 室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	汉迪移动持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	作为海外运营主体，负责管理下属子公司海外产品发布，以及海外的广告变现和广告投放

iHandy Network 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	9,076.26
净资产	756.90
净利润	3,893.25

2、Taplogic

Taplogic 于 2016 年 12 月 6 日设立。截至本招股说明书签署之日，Taplogic 的基本情况如下：

公司名称	Taplogic Inc.
成立时间	2016 年 12 月 6 日
已发行股票总数	5,000,000 股，每股 0.0001 美元
资金总额	500 美元

注册地	美国特拉华州威尔明顿市森特维尔路 2711 号套房 400 号
主要生产经营地	美国加利福尼亚州洛斯阿尔托斯市本韦纽大街 606 号
股东构成及控制情况	汉迪移动持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	为 iHandy Network 提供设计外包和少量广告投放外包服务

Taplogic 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	27.99
净资产	6.21
净利润	3.61

3、亿玖光年

亿玖光年于 2019 年 1 月 8 日设立。截至本招股说明书签署之日，亿玖光年的基本情况如下：

公司名称	北京亿玖光年科技有限公司
成立时间	2019 年 1 月 8 日
注册资本	5,000 万元
实收资本	500 万元
住所	北京市海淀区成府路 28 号 11 层 3-1101
主要生产经营地	北京
股东构成及控制情况	汉迪移动持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	作为国内运营主体，负责国内产品发布，以及国内市场的广告变现和广告投放

亿玖光年系 2019 年 1 月新成立的公司，暂无最近一年财务数据。

4、iHandy Limited

iHandy Limited 于 2015 年 9 月 15 日设立。截至本招股说明书签署之日，iHandy Limited 的基本情况如下：

公司名称	iHandy Limited
成立时间	2015 年 9 月 15 日
已发行股票总数	10,000 股

资金总额	1 万港元
注册地	香港九龙长沙湾道 788 号罗氏商业广场 6 楼 603 室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	iHandy Network 持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	定位于海外产品发布，以差异化产品品牌为目的

iHandy Limited 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	124.73
净资产	1.14
净利润	8.33

5、Magic Arts

Magic Arts 于 2017 年 10 月 24 日设立。截至本招股说明书签署之日，Magic Arts 的基本情况如下：

公司名称	Magic Arts Limited
成立时间	2017 年 10 月 24 日
已发行股票总数	10,000 股
资金总额	1 万港元
注册地	香港九龙长沙湾道 788 号罗氏商业广场 6 楼 603 室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	iHandy Network 持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	定位于海外产品发布，以差异化产品品牌为目的

Magic Arts 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	2.16
净资产	1.73
净利润	1.61

6、Mobile Flame

Mobile Flame 于 2015 年 10 月 8 日设立。截至本招股说明书签署之日，Mobile Flame 的基本情况如下：

公司名称	Mobile Flame Limited
成立时间	2015 年 10 月 8 日
已发行股票总数	10,000 股
资金总额	1 万港元
注册地	香港九龙长沙湾道 788 号罗氏商业广场 6 楼 603 室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	iHandy Network 持股 100%
主营业务	广告代理投放与广告推广
与发行人主营业务的关系	主要作为海外广告投放主体，为 iHandy Network 提供广告投放服务

Mobile Flame 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	2,295.41
净资产	319.48
净利润	740.38

7、MoPlus Network

MoPlus Network 于 2015 年 9 月 16 日设立。截至本招股说明书签署之日，MoPlus Network 的基本情况如下：

公司名称	MoPlus Network Limited
成立时间	2015 年 9 月 16 日
已发行股票总数	10,000 股
资金总额	1 万港元
注册地	香港九龙长沙湾道 788 号罗氏商业广场 6 楼 603 室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	iHandy Network 持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	定位于海外产品发布，以差异化产品品牌为目的

MoPlus Network 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018年12月31日 /2018年度
总资产	3,309.36
净资产	4.25
净利润	-21.36

8、ONE App

ONE App 于 2015 年 10 月 8 日设立。截至本招股说明书签署之日，ONE App 的基本情况如下：

公司名称	ONE App Limited
成立时间	2015 年 10 月 8 日
已发行股票总数	10,000 股
资金总额	1 万港元
注册地	香港九龙长沙湾道 788 号罗氏商业广场 6 楼 603 室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	iHandy Network 持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	定位于海外产品发布，以差异化产品品牌为目的

ONE App 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018年12月31日 /2018年度
总资产	57.44
净资产	12.85
净利润	29.89

9、Quick Atom

Quick Atom 于 2015 年 9 月 15 日设立。截至本招股说明书签署之日，Quick Atom 的基本情况如下：

公司名称	Quick Atom Limited
成立时间	2015 年 9 月 15 日
已发行股票总数	10,000 股
资金总额	1 万港元
注册地	香港九龙长沙湾道 788 号罗氏商业广场 6 楼 603 室

主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	iHandy Network 持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	定位于海外产品发布，以差异化产品品牌为目的

Quick Atom 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	44.96
净资产	0.56
净利润	1.24

10、Tap Genius

Tap Genius 于 2015 年 9 月 16 日设立。截至本招股说明书签署之日，Tap Genius 的基本情况如下：

公司名称	Tap Genius Limited
成立时间	2015 年 9 月 16 日
已发行股票总数	10,000 股
资金总额	1 万港元
注册地	香港九龙长沙湾道 788 号罗氏商业广场 6 楼 603 室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	iHandy Network 持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	定位于海外产品发布，以差异化产品品牌为目的

Tap Genius 最近一年经安永审计的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	1,253.53
净资产	92.89
净利润	736.25

11、Energy Flow

Energy Flow 于 2019 年 1 月 25 日设立。截至本招股说明书签署之日，Energy Flow 的基本情况如下：

公司名称	Energy Flow Limited
成立时间	2019年1月25日
已发行股票总数	10,000股
资金总额	1万港元
注册地	香港九龙长沙湾道788号罗氏商业广场6楼603室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	iHandy Network 持股 100%
主营业务	产品发布与广告服务
与发行人主营业务的关系	定位于海外产品发布，以差异化产品品牌为目的

Energy Flow 系 2019 年 1 月新成立的公司，暂无最近一年财务数据。

（二）发行人其他对外投资企业的情况

除上述控股子公司外，发行人不存在其他对外投资企业。

七、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本公司本次发行前的总股本为 360,000,000 股，本次拟公开发行不超过 41,000,000 股人民币普通股，不低于发行后总股本的 10%。假设本次发行新股 41,000,000 股，本公司发行前后股本结构如下表所示：

序号	股东姓名/名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
1	拉萨清智	223,200,000	62.00%	223,200,000	55.66%
2	拉萨酷乐	32,400,000	9.00%	32,400,000	8.08%
3	西藏清泽	25,920,000	7.20%	25,920,000	6.46%
4	拉萨天宽	18,000,000	5.00%	18,000,000	4.49%
5	北京清宸同创	18,000,000	5.00%	18,000,000	4.49%
6	北京清合	18,000,000	5.00%	18,000,000	4.49%
7	黄扬清	18,000,000	5.00%	18,000,000	4.49%
8	黄滢	6,480,000	1.80%	6,480,000	1.62%
本次发行流通股		-	-	41,000,000	10.22%
总股本		360,000,000	100.00%	401,000,000	100.00%

（二）本次发行前发行人前十大股东情况

截至本招股说明书签署之日，本公司共有 8 名股东，持股数及持股比例如下表所示：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	拉萨清智	223,200,000	62.00%
2	拉萨酷乐	32,400,000	9.00%
3	西藏清泽	25,920,000	7.20%
4	拉萨天宽	18,000,000	5.00%
5	北京清宸同创	18,000,000	5.00%
6	北京清合	18,000,000	5.00%
7	黄扬清	18,000,000	5.00%
8	黄滉	6,480,000	1.80%
合计		360,000,000	100%

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在公司担任的职务

截至本招股说明书签署之日，公司自然人股东持股及在公司的任职情况如下表：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例	在公司担任职务
1	黄扬清	18,000,000	5.00%	董事长、总经理
2	黄滉	6,480,000	1.80%	董事、副总经理
合计		24,480,000	6.80%	-

（四）国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署之日，发行人现有股东中不存在国有股东或外资股东。

（五）发行人首次申报前一年新增股东情况

截至本招股说明书签署之日，发行人现有股东相较于截至 2017 年 12 月 31 日股东名册，发行人共新增股东 3 名，具体如下：

序号	股东	取得股份时间	取得股份数（股）	取得股份详情
1	西藏清泽	2018.10.29	704,000	2018 年 10 月，西藏清泽以 70.40 万元为对价受让北京清泽持有的 704,000 股股

序号	股东	取得股份时间	取得股份数（股）	取得股份详情
				份，转让定价依据为注册资本。
		2018.10.29	2,160,000	2018年10月，西藏清泽认缴新增股份2,160,000股，增资定价依据为注册资本。
		2018.12.24	23,056,000	2018年12月，西藏清泽以其持有的股权对应的未分配利润认缴新增股份23,056,000股，增资定价依据为注册资本。
		合计	25,920,000	-
2	黄扬清	2018.09.14	488,889	2018年9月，黄扬清先生以461.54万元为对价受让拉萨天宽持有的488,889股股份，转让定价依据由双方协商确定。
		2018.10.29	1,500,000	2018年10月，黄扬清先生认缴新增股份1,500,000股，增资定价依据为注册资本。
		2018.12.24	16,011,111	2018年12月，黄扬清先生以其持有的股权对应的未分配利润认缴新增股份16,011,111股，增资定价依据为注册资本。
		合计	18,000,000	-
3	黄滉	2018.10.29	176,000	2018年10月，黄滉先生以17.60万元为对价受让北京清泽持有的176,000股股份，转让定价依据为注册资本。
		2018.10.29	540,000	2018年10月，黄滉先生认缴新增股份540,000股，增资定价依据为注册资本。
		2018.12.24	5,764,000	2018年12月，黄滉先生以其持有的股权对应的未分配利润认缴新增股份5,764,000股，增资定价依据为注册资本。
		合计	6,480,000	-

（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

1、发行人的实际控制人黄扬清先生为发行人控股股东拉萨清智的执行董事、唯一股东，黄扬清先生直接持有发行人18,000,000股股份，通过拉萨清智间接持

有发行人 223,200,000 股股份；黄扬清先生为北京清合执行事务合伙人，持有北京清合 113.84 万元出资，占比 37.77%，北京清合持发行人 18,000,000 股股份，占比 5.00%，黄扬清先生通过北京清合同间接持有发行人 6,798,600 股股份，占比 1.89%；黄扬清先生为北京清宸同创执行事务合伙人，持有北京清宸同创 81.93 万元出资，占比 13.92%，北京清宸同创持发行人 18,000,000 股股份，占比 5.00%，黄扬清先生通过北京清宸同创间接持有发行人 2,505,600 股股份，占比 0.70%；

2、发行人现有股东黄滢先生直接持有发行人 6,480,000 股股份，占比 1.80%；黄滢先生持有西藏清泽 1.00 万元出资，占比 1%，西藏清泽持发行人 25,920,000 股股份，占比 7.20%，黄滢先生通过西藏清泽间接持有发行人 259,200 股股份，占比 0.072%；黄滢先生持有北京清合 103.08 万元出资，占比 34.20%，北京清合持发行人 18,000,000 股股份，占比 5.00%，黄滢先生通过北京清合同间接持有发行人 6,156,000 股股份，占比 1.71%；黄滢先生持有北京清宸同创 53.56 万元出资，占比 9.10%，北京清宸同创持发行人 18,000,000 股股份，占比 5.00%，黄滢先生通过北京清宸同创间接持有发行人 1,638,000 股股份，占比 0.46%。

3、发行人现有股东拉萨酷乐、西藏清泽均为张劲飞先生实际控制的企业，张劲飞先生持有拉萨酷乐 100.00% 股权，并担任拉萨酷乐执行董事，拉萨酷乐持有发行人 32,400,000 股股份，占比 9.00%；张劲飞先生持有西藏清泽 99.00% 股权，并担任西藏清泽执行董事，西藏清泽持有发行人 25,920,000 股股份，占比 7.20%。

八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署之日，发行人的现有股东北京清合、北京清宸同创系员工持股平台，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的情况”之“（一）持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人、一致行动人基本情况”相关内容。根据发行人董事会、股东大会分别于 2017 年 7 月审议通过的《员工股权激励方案》及发行人与员工签署的《授予协议》，发行人正在执行的股权激励情况如下：

（一）附带服务期限的股权激励

员工获授该部分激励股份并承诺在发行人持续工作一定期间，服务期限为一至四年不等，均从 2017 年 1 月 1 日起算。服务期限内每个年度对应的该部分激励股份数量为该员工获授该部分激励股份的 $1/N$ （ N 为具体某员工的服务年限）。该员工每在发行人服务满一个自然年度，则当年度的该部分激励股份（即所获授该部分激励股份的 $1/N$ ）即告确权，员工有权根据该已经确权的激励股份享受相应的合伙人（股东）权益并获得分红。

该等员工在服务期内未能持续满足发行人制定的各项授予条件，或未满足规定的服务期限规定，或员工在服务期限结束后及至公司实现国内 A 股上市前离职，员工未履行或违反其在股权激励方案和授予协议项下所规定的激励对象应履行的其他义务或责任（保密义务、竞业禁止等）的，发行人有权单方决定由发行人指定之主体对该员工所持激励股份予以收回或转回。

（二）附带业绩考核的股权激励

员工获授该部分激励股份并承诺六年的业绩考核期限，自 2017 年 1 月 1 日开始至 2022 年 12 月 31 日结束，具体分为两个考核时段：第一时段为 3 年，自 2017 年 1 月 1 日开始至 2019 年 12 月 31 日结束；第二个时段为 3 年，自 2020 年 1 月 1 日开始至 2022 年 12 月 31 日结束。每个考核时段对应的该部分激励股份数量为员工获授该部分激励股份的 50%。员工每个考核时段实现业绩考核标准等要求即考核通过，则该考核时段对应的该部分激励股份根据《员工股权激励方案》制定的考核标准相应予以确权，员工有权根据该已经确权的激励股份享受相应的合伙人（股东）权益并获得分红。

该等员工在考核期内未能持续满足发行人制定的各项授予条件，或未满足规定的考核期限考核规定，员工未履行或违反其在股权激励方案和授予协议项下所规定的激励对象应履行的其他义务或责任（保密义务、竞业禁止等）的，发行人有权单方决定由发行人指定之主体对该员工所持激励股份予以收回或转回。

（三）其他内容

在服务期限/考核期限届满前，无论其员工所持激励股份是否被确权，未经发行人董事会同意，均不得以任何形式进行处置，包括但不限于部分或全部对外转让、质押或提供任何形式的担保或偿还债务。

员工在公司任职期间以及在离职后的两年内，应遵守其与公司签署的竞业禁止协议约定，承诺不直接或间接从事，或协助第三方从事任何和公司主营业务相同、类似或与公司产品存在相同或类似等相竞争的业务（包括但不限于投资、任职、担任顾问等）。

九、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2018 年 12 月 31 日，公司（含子公司）的在册员工人数分别为 166 人、254 人及 434 人。报告期内，公司员工总人数整体呈现增长趋势。

（二）员工专业结构、受教育程度及年龄分布

截至 2018 年 12 月 31 日，本公司（含子公司）共有员工 434 人，按专业构成、学历和年龄划分的员工人数如下表：

1、员工专业结构

专业分工	人数	占员工总数比例
行政管理人员	35	8.06%
研发人员	311	71.66%
运营市场人员	88	20.28%
合计	434	100.00%

2、员工受教育程度

受教育程度	人数	占员工总数比例
研究生及以上	106	24.42%
大学本科	317	73.05%
大专及以下	11	2.53%

合计	434	100%
----	-----	------

3、员工年龄分布

年龄区间	人数	占员工总数比例
40 岁以上	12	2.77%
31-40 岁	80	18.43%
30 岁及以下	342	78.80%
合计	434	100%

（三）员工社会保障等情况

报告期内，发行人严格执行国家劳动用工和劳动保护的相关法律法规和规章制度，公司与全体员工均签订了劳动合同。公司按国家和有关地方规定执行社会保障制度，为员工办理了养老、医疗、生育、工伤、失业等保险和住房公积金。

发行人取得了北京市海淀区人力资源和社会保障局出具的证明，报告期内未发现发行人有违反劳动保障法律法规和规章的行为，也未有因违法受到社会保险行政机关给予行政处罚或行政处理的不良记录；发行人取得了北京住房公积金管理中心中关村管理部出具的证明，报告期内发行人没有因住房公积金缴存违法违规行为受到行政处罚，没有发现本单位存在住房公积金违法违规行为。

发行人控股股东拉萨清智、实际控制人黄扬清已出具相关承诺：“公司和/或其子公司在公司首次公开发行股票并上市前如有未依法足额缴纳的任何社会保险或住房公积金等强制性社会保障费用，如果在任何时候有权机关要求公司和/或其子公司补缴，或者对公司和/或其子公司进行处罚，或者有关人员向公司和/或其子公司追索，本人将全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担后不向公司和/或其子公司追偿，保证公司和/或其子公司不会因此遭受任何损失。”

十、发行人及发行人股东、实际控制人以及董事、监事、高级管理人员的重要承诺及约束措施

（一）本公司发行前股东关于所持股份的流通限制和自愿锁定等作出的承诺及约束措施

关于本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份以及相关股东持股及减持意向等承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、本次发行前股东所持股份的限售安排以及相关股东持股及减持意向等承诺”相关内容。

（二）稳定股价的承诺

关于稳定股价的承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、稳定股价的承诺”相关内容。

（三）填补被摊薄即期回报的相关措施

关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“四、填补被摊薄即期回报的相关措施”相关内容。

（四）利润分配政策的承诺

公司已根据相关规定制定了本次首次公开发行股票并上市后生效的《公司章程（草案）》、上市后股东未来分红回报规划，其中对利润分配政策进行了详细约定，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、利润分配政策的承诺”相关内容。

（五）对招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺。

关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“六、对招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”相关内容。

（六）关于避免同业竞争的承诺

有关避免同业竞争的承诺，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”相关内容。

（七）关于减少关联交易的承诺

有关规范和减少关联交易的承诺，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”之“（七）规范及减少关联交易的措施”及“（八）规范及减少关联交易的承诺”相关内容。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务及主要产品和服务情况

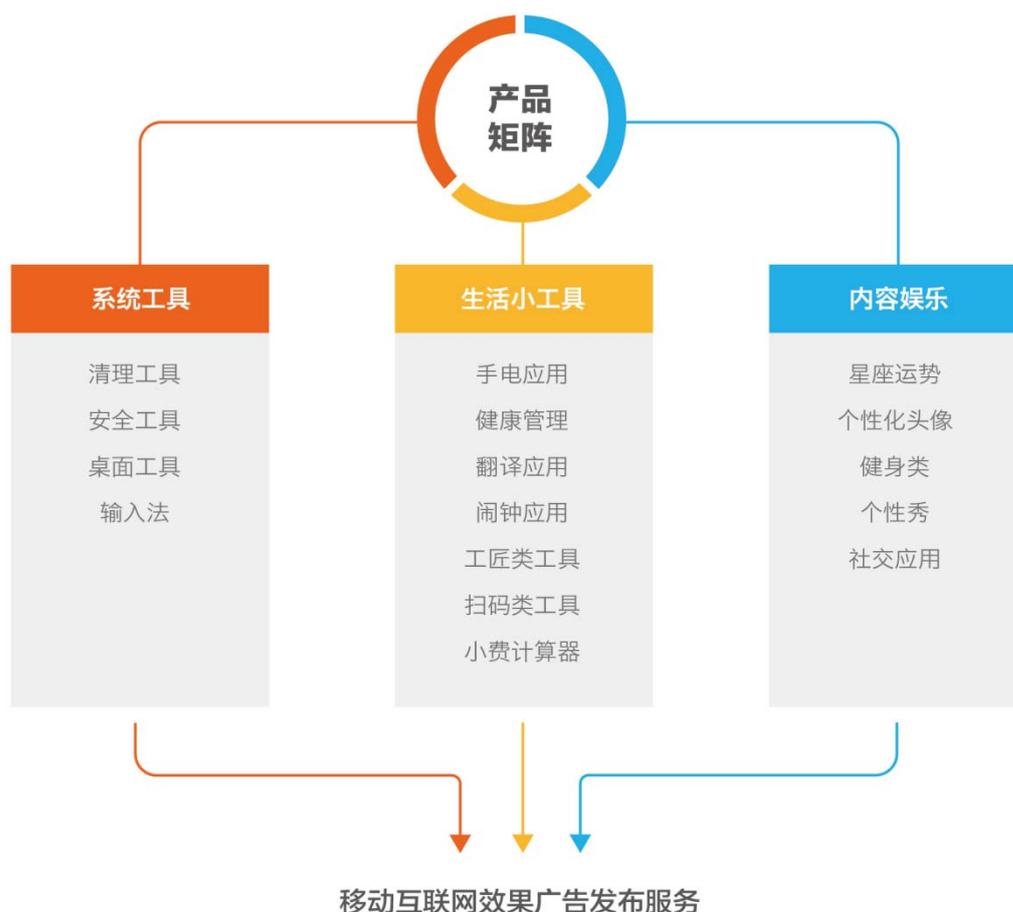
（一）主营业务基本情况

汉迪移动致力于移动应用程序（Mobile Application，以下简称移动应用、应用、App）的研发和运营，以丰富的产品体系服务于全球移动互联网用户，同时基于规模化用户积累为第三方广告平台提供效果广告发布服务。公司的主要产品涵盖系统工具、生活小工具和内容娱乐等类别，用户已遍布全球 220 多个国家和地区，截至 2018 年 12 月，公司全线产品 MAU 已达 1.8 亿。

（二）主要产品和服务简介

1、公司提供的主要产品

公司面向全球移动互联网用户提供系统工具、生活小工具和内容娱乐类移动应用，满足用户各类细分需求。公司的主要产品矩阵图如下：



（1）系统工具类移动应用

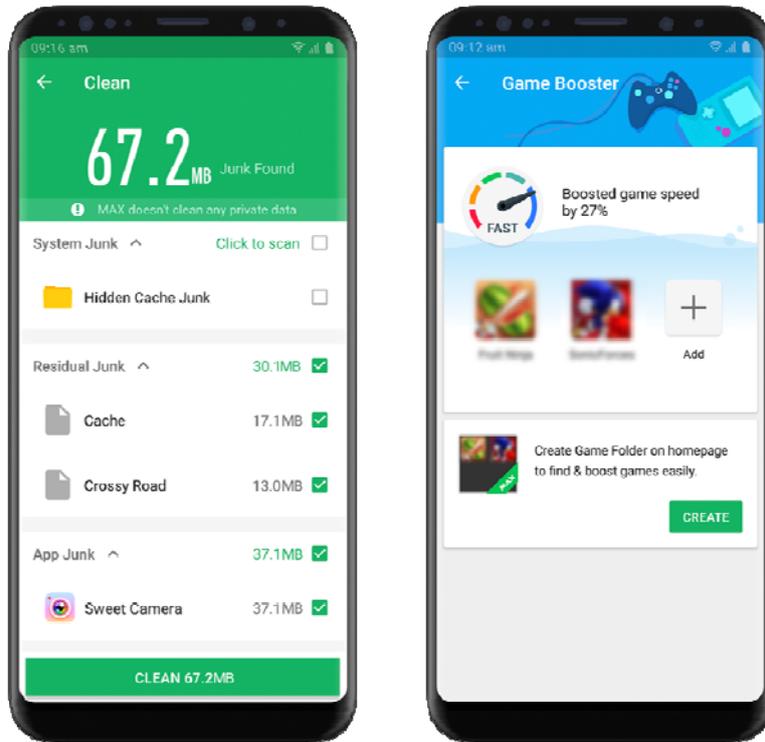
系统工具类产品提供系统清理加速、安全防护和桌面管理等用户在手机等移动设备使用过程中所必需的功能服务。公司系统工具类产品矩阵主要由清理、安全、桌面和输入法等产品组成，其中代表产品为 MAX Cleaner、MAX Security 和 Color Flash Launcher 等。

1) MAX Cleaner 是一款提供手机清理和加速服务的系统优化工具类产品，为用户解决存储空间不足和运行缓慢、卡顿等问题。产品界面简洁、易用，且内置扫描引擎对全球主要安卓市场高下载量应用进行特定优化。MAX Cleaner 可使用户得到专业的清理优化服务，让用户保持流畅的手机使用体验。

MAX Cleaner 的主要功能如下：

功能模块	功能描述
文件清理	产品通过对全球主要安卓市场高下载量应用的常用数据存储路径进行分析，形成了完整的垃圾文件分析规则。通过路径匹配的方式，定位垃圾文件位置，划分为应用缓存、卸载残留文件、应用垃圾、广告残留等类别。通过对应用

功能模块	功能描述
	数据存储路径的迭代分析，不断定期更新数据库，提高垃圾文件的识别准确率，降低垃圾文件漏判率。同时支持用户自定义清理目标，如缓存、残留文件、下载文件等，释放更多存储空间。 在提供应用管理、大文件清理、无用通知清理等服务的基础上，针对最为占用存储空间的图像文件，利用针对安卓设备进行优化改进的感知哈希算法，基于较少的特征数量快速准确地识别出用户相册中的相似图片，并基于拉普拉斯算子计算图片清晰度并识别模糊图片，自动为用户提供删除建议。
应用专清	产品通过深度分析全球热门社交类应用的数据文件及其存储空间占用情况，进行快速扫描和智能分类、排序，帮助用户完成对应用内无用资源的有效清理，为用户提供更迅捷的社交体验。
手机加速	产品为用户提供一键手机加速功能，提升运行性能；针对用户高耗时的游戏场景，智能识别游戏应用启动，实现自动游戏加速、动态规划网络配置，确保游戏运行的帧率和网速稳定；可在用户授权后，基于任务优化引擎，自动关闭后台不断重启的应用并防止其再次自启动。
省电模式	产品通过自主研发的安卓设备耗电量监测技术，对后台应用的 CPU、内存、流量使用情况进行分析比较，通过特定算法实时计算应用耗电量，智能管理后台应用，有效延长手机单次充电后的续航时间。



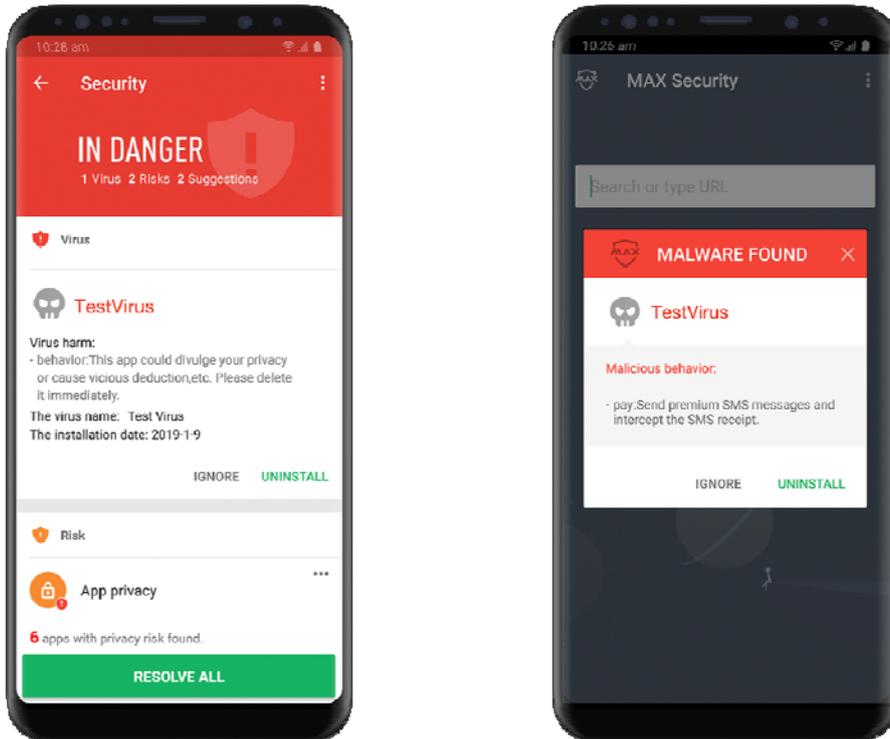
根据 App Annie 统计数据，MAX Cleaner 于 2018 年 1 月 6 日在 Google Play 应用商店上线，截至 2018 年 12 月 31 日，共获得 39 个国家和地区工具类排行榜第一，在 77 个国家和地区进入工具类排行榜前五。

2) MAX Security 是一款对手机进行安全防护的工具类产品，为全球用户提供手机病毒查杀、骚扰电话拦截、App 内隐私锁和钓鱼 Wi-Fi 鉴定功能，构建智能手机的全方位安全防护体系。产品集成的杀毒引擎基于全球病毒数据库搭建，

为用户提供病毒查杀、实时防护等功能。MAX Security 在 2018 年海外权威反病毒测试 AV-Test 的产品评审和认证报告中检测最新 Android 恶意软件的准确性高达 100%。

MAX Security 的主要功能如下：

功能模块	功能描述
病毒扫描查杀	产品集成全球领先威胁检测引擎,自动更新最新病毒数据库,全面扫描、精准识别病毒、恶意软件、恶意广告、间谍软件、木马、蠕虫程序等重大安全威胁,彻底删除威胁程序。
实时防护	产品可在用户授权后,通过敏感程序的识别和动态拦截,提供应用安装时的自动安全检测功能,实时保护手机免受恶意软件攻击。
骚扰拦截	产品基于骚扰电话数据库,智能筛选并拦截骚扰来电,同时支持用户设置电话号码黑、白名单,提高用户通话体验。
浏览隐私保护	产品可通过缓存和历史记录清理,消除浏览痕迹;并通过网站安全检测保护用户,屏蔽恶意网站和钓鱼网站;此外,通过网站收藏夹加密功能,在提供个性化浏览服务的同时保护用户隐私。



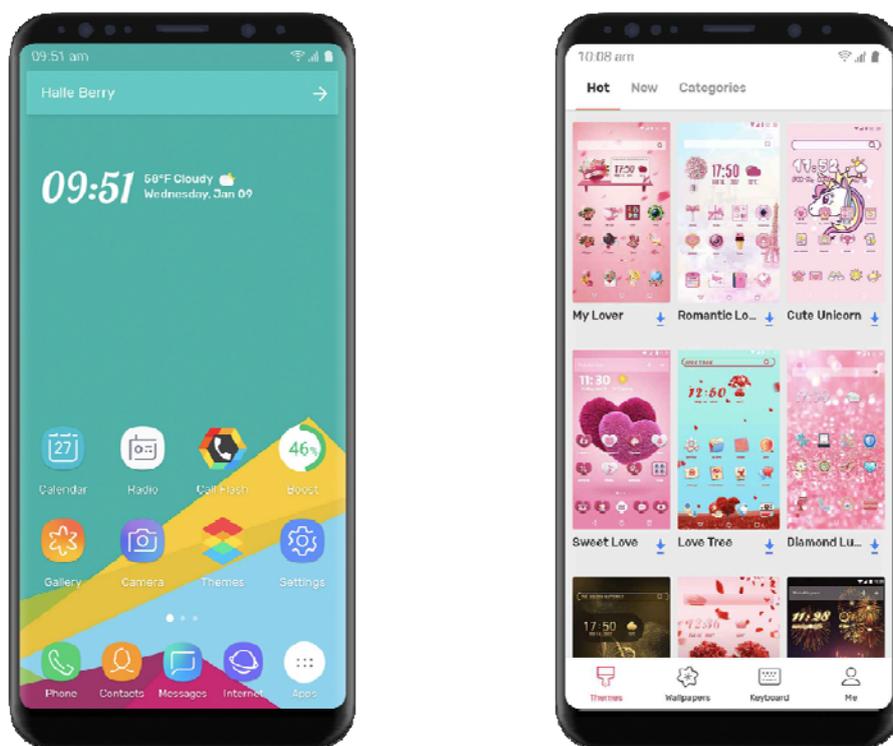
根据 App Annie 统计数据,MAX Security 于 2018 年 1 月 25 日在 Google Play 应用商店上线,截至 2018 年 12 月 31 日,共获得 29 个国家和地区工具类排行榜第一,在 70 个国家和地区进入工具类排行榜前五。

3) Color Flash Launcher 是一款个性化手机桌面产品,根据全球不同用户的使用习惯,为用户提供差异化的智能桌面管理、个性化设计、搜索中心和隐私保

护功能，在满足用户个性化需求的同时，优化和提升手机使用效率。

Color Flash Launcher 的主要功能如下：

功能模块	功能描述
个性化设计	产品基于三维桌面渲染技术，提供三维动态壁纸和桌面转换动效，针对全球用户不同文化的差异化审美，与海外设计室进行合作，提供定制主题，满足用户对移动设备交互界面的个性化需求。
智能桌面管理	产品通过对用户使用应用的频次、时长和属性的数据分析，以及不同国家用户常用应用的差异性情况，对应用进行智能排布和文件夹分类，契合用户的使用习惯，减少寻找应用的时间成本，提高使用效率；利用应用类型识别和通知实时监测，降低无效信息干扰，提高用户系统交互效率。
搜索中心	产品可在用户授权后，针对用户网络信息查询和本地应用搜索的高频需求，通过桌面搜索栏提供搜索入口以及备选高频搜索关键词，同时搜索中心通过热点追踪实时显示本地热门搜索词汇，满足用户的信息获取和应用定位需求。
隐私保护	产品支持主桌面 App 图标隐藏，通过手势识别技术展示隐藏应用，为用户提供隐私安全保护。



根据 App Annie 统计数据，Color Flash Launcher 于 2017 年 11 月 22 日在 Google Play 应用商店上线，截至 2018 年 12 月 31 日，共获得 84 个国家和地区个性化类排行榜第一，在 98 个国家和地区进入个性化类排行榜前五。

（2）生活小工具类移动应用

生活小工具类产品致力于为用户解决生活细分场景中遇到的各类问题。根据世界银行及 GMSA 数据统计,2018 年全球智能手机的普及率已经达到 40% 以上,手机逐渐成为生活的必需品,用户逐渐习惯于通过智能手机等移动设备,使用通信媒介、工作工具、行程管理、事项提醒、应急照明等各类功能,解决生活各类场景中的多种需求。公司的生活小工具产品通过分析用户细分需求,进行创新式功能设计,提升使用体验,使用户生活更加便捷。生活小工具类产品矩阵由手电、健康管理、翻译、闹钟、工匠工具、扫码工具和小费计算器等产品组成,代表产品为 Super-Bright LED Flashlight。

Super-Bright LED Flashlight 是一款面向全球用户的集 LED 手电、频闪闪光灯、SOS 求救信号灯和指南针功能于一体的综合手电产品。产品采用直观、简洁的界面设计,令用户获得快速流畅的使用体验。

Super-Bright LED Flashlight 的主要功能如下:

功能模块	功能描述
LED 手电	产品充分利用手机相机 LED 灯的特性,采用直观、简洁的拟物设计风格,开关按钮纹理、音效细节逼真,充分还原真实手电使用感。优化用户操作,实现极简交互与快速响应,为用户提供流畅的使用体验。
频闪闪光灯	产品通过闪光灯频率控制器,模拟九种不同闪烁频率的闪光灯,并可灵敏切换。频闪闪光灯可用于派对等活动,以及紧急情况和位置追踪等使用场景。用户可以根据个性化需求,选择适合的闪烁频率。
SOS 求救信号灯	SOS 求救信号灯遵照国际通用规范设计,简单易用,在危急场景下帮助用户快速发送正确的求救信号。
指南针	产品中集成的指南针功能,帮助用户在黑暗场景中使用手电照明的同时,直观准确地辨别方向,适用于越野、探险、马拉松以及旅游等户外场景。
电量管理	手机相机的 LED 灯耗电量较高,为了让用户获得更好的使用体验,产品使用公司自主研发的安卓设备耗电量监测技术,在产品中集成了电量检测和优化的功能,协助用户在使用产品的同时降低耗电量并优化充电过程。



根据 App Annie 统计数据，Super-Bright LED Flashlight 于 2012 年 8 月 22 日在 Google Play 应用商店上线，截至 2018 年 12 月 31 日，共获得 101 个国家和地区效率类排行榜第一。

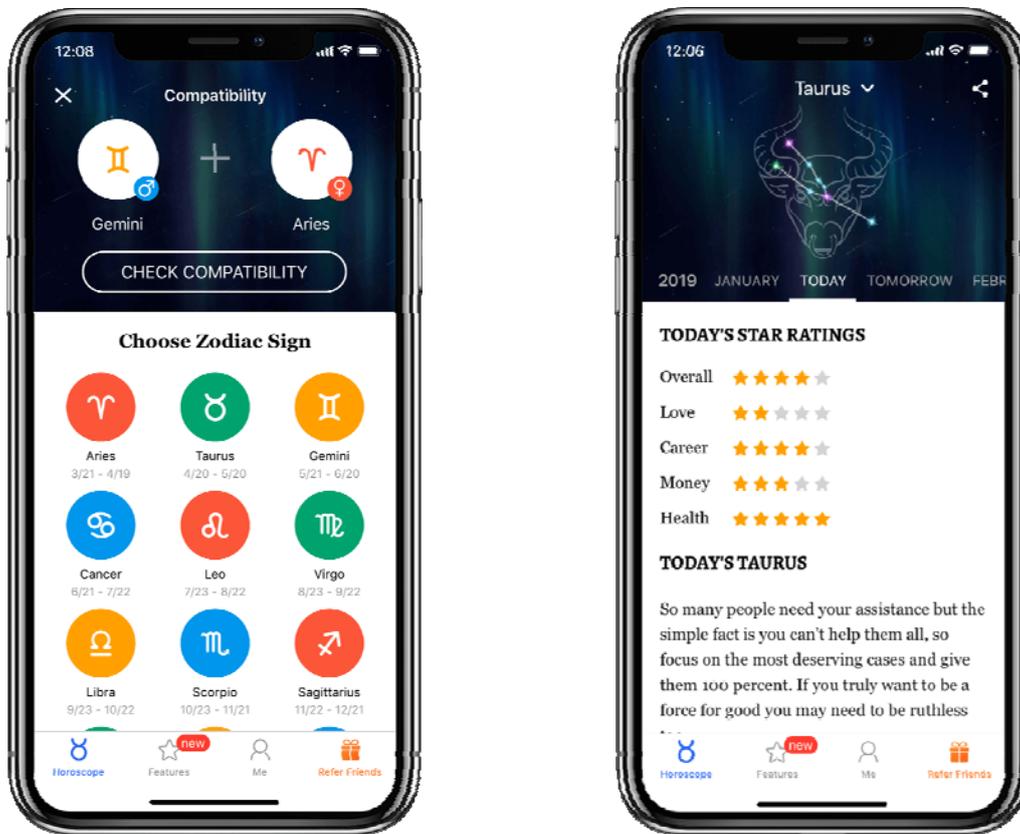
（3）内容娱乐类移动应用

内容娱乐产品致力于满足用户日益丰富的资讯阅读、内容分享、休闲娱乐等需求，帮助用户更好地利用碎片化时间。公司通过自主研发的个性化推荐引擎，为用户提供大量差异化内容，满足用户在内容娱乐各细分领域的个性化需求。内容娱乐产品矩阵由星座运势、个性化头像、健身、个性秀、社交等类型产品组成，其中代表产品为 Daily Horoscope Plus 和 Zmoji。

1) Daily Horoscope Plus 面向全球多语言、多区域、多文化的用户群体提供综合性星座娱乐内容服务。基于专业的自有研究、运营团队的生产内容，利用个性化推荐引擎为用户每日更新十二星座运势内容，同时提供星座配对解读、塔罗牌趣味占卜、生肖运势解析、掌纹解读、面容解析等功能，以及星座文章和问答游戏推荐，满足用户在星座领域的各类娱乐内容需求。

Daily Horoscope Plus 的主要功能如下：

功能模块	功能描述
星座运势	产品根据用户的不同星座、语言等标签，为用户展示并定期更新不同时间维度的星座运势内容，并对爱情、事业、财富、健康等运势类别提供独立解读，广泛覆盖星座爱好者日常的各类讨论范畴，及时满足星座爱好者丰富的信息获取需求。
内容推荐	产品在隐私政策框架下，基于用户在 App 内的使用行为和使用习惯，对用户进行标签化分类，精确构建用户画像；同时将大量文章等内容进行多维度标签化筛选，为用户推荐相同或近似标签的差异化内容，包括星座爱情文章、星座性格小测试等。 对用户标签进行持续更新，并不断对算法进行迭代优化，使用户每次使用产品都能获取更加贴合用户习惯的使用体验。
娱乐话题	产品以积累的用户画像数据为基础，为用户提供星座爱情匹配、明星匹配、搞笑段子等丰富的娱乐内容话题，以及恋爱相关建议，如沟通方式、着装风格等，同时通过星盘合盘图像化技术为用户提供精确合盘图象及分析。



根据 App Annie 统计数据，Daily Horoscope Plus 于 2017 年 5 月 16 日在 Google Play 应用商店上线，截至 2018 年 12 月 31 日，共获得 15 个国家和地区生活类排行榜第一，在 27 个国家和地区进入生活类排行榜前五；于 2017 年 8 月 22 日在 App Store 应用商店上线，截至 2018 年 12 月 31 日，共获得 66 个国家和地区生活类排行榜第一，在 104 个国家和地区进入生活类排行榜前五。

2) Zmoji 运用人脸识别技术，为全球不同面部特征的用户生成用户卡通头像及表情贴纸，满足社交聊天场景中的表达及分享需求，满足用户场景多元化、表达多样化、内容定制化、发送便捷化的图像表意等需求。

Zmoji 的主要功能如下：

功能模块	功能描述
形象编辑	产品以人脸识别技术为基础，分析用户面部特征，通过公司自主研发的机器学习模型，实现人脸照片卡通化，为用户定制专属卡通形象。 搭建用户形象编辑系统，基于人脸识别结果，提取脸部元素，支持对脸部元素的自由组合，为用户提供形象自主编辑体验，支持全球不同体貌特征的用户对专属卡通形象的个性化编辑。
表情贴纸	产品以用户创建的卡通形象为基础，通过面部特征提取和组合设计，利用 Core Graphics 和 Canvas 相关技术快速生成各类静态及动态表情贴纸； 基于标签化的表情贴纸图像库，支持用户多语言的表情搜索功能； 同时支持表情贴纸本地存储和多平台分享，覆盖 Facebook、Messenger、Twitter、Instagram、WhatsApp、SnapChat、WeChat 等全球主流社交应用。
键盘	产品为用户提供个性化定制的 Zmoji 键盘，通过对用户输入文本进行算法处理，实现基于输入文本展示表情贴纸的实时关联功能； 同时利用硬盘共享区域集成并实时同步产品内的全部表情贴纸，实现文字键盘和表情键盘便捷转换输入体验。



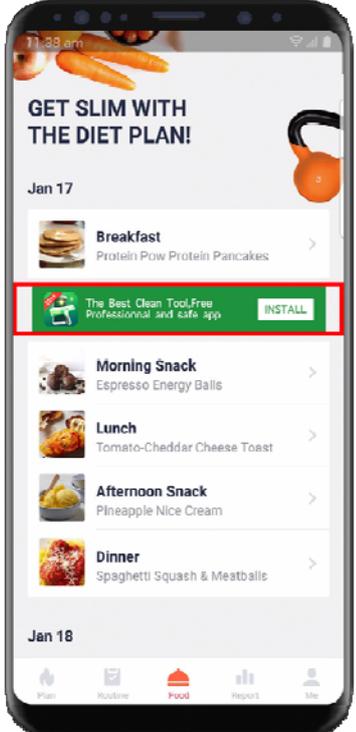
根据 App Annie 统计数据，Zmoji 于 2016 年 8 月 12 日在 App Store 应用商店上线，截至 2018 年 12 月 31 日，共获得 44 个国家和地区工具类排行榜第一，在 124 个国家进入工具类排行榜前五。

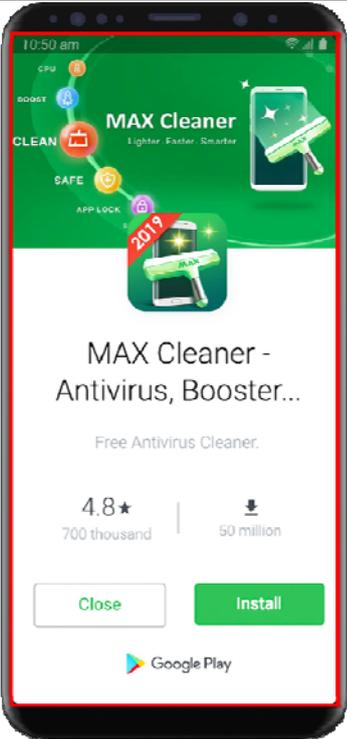
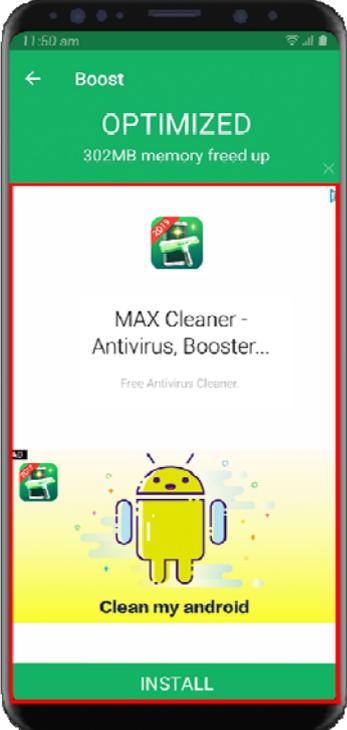
2、公司提供的主要服务

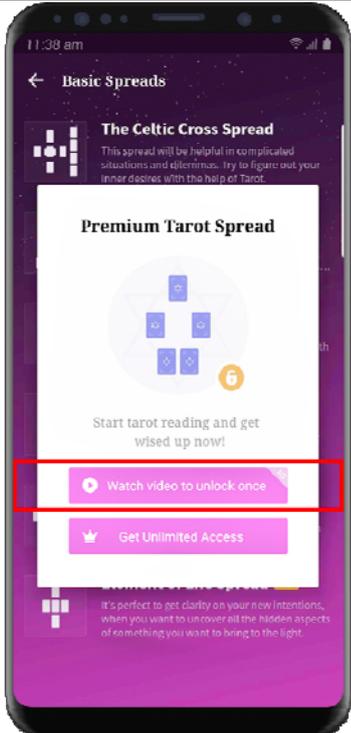
汉迪移动作为移动应用开发者，利用自身丰富的移动应用产品矩阵，面向全球移动用户提供产品及服务，并已实现规模化的用户积累，形成较高广告展示价值。公司以产品为载体，为 Google、Facebook 等行业内规模较大、管理较完善的广告平台提供效果广告发布服务。

公司通过 SDK 以程序化方式向第三方广告平台提供广告展示位，广告平台根据广告主在平台上的实时竞价结果和用户画像选择效果最佳的广告，并通过其 SDK 在公司应用内完成广告展示。公司与广告平台在约定的账期内以 CPM（Cost Per Mille，即每千次展示费用）的方式完成结算。

公司广告的展示形式如下：

广告形式	描述	广告示例
Banner	即横幅广告，指在应用程序界面中占据某处位置的矩形图片或文字广告	

广告形式	描述	广告示例
Interstitial	即插屏广告，在用户使用应用程序的过程节点（如某操作执行完毕）展示，一般覆盖应用的整个界面	
Native Ads	即原生广告，指与页面内容高度关联，风格融入于整体设计，令客户无违和感的广告	

广告形式	描述	广告示例
Rewarded Video	即激励视频广告，是一种全屏展示的视频广告，用户可通过观看视频获取应用内奖励	

（三）主营业务经营模式

1、盈利模式

（1）“免费+广告”模式

“免费+广告”模式下，公司为用户提供免费移动应用，基于在全球范围内积累的用户规模，以自身产品为载体，向第三方广告平台提供效果广告发布服务，获取广告收入。

“免费+广告”模式下，用户在免费使用公司移动应用产品的同时，会接收到广告展示。公司主要与 Google、Facebook 等行业内规模较大、管理较完善的广告平台合作，将用户使用应用时产生的广告库存以程序化方式提供给广告平台进行变现，从而实现收入。

（2）付费模式

公司作为移动应用开发者在 Google Play 和 App Store 等移动应用商店发布应用，同时在应用内提供付费特性或功能。应用商店为应用提供推广、引流服务，用户可以通过商店进行付费下载或购买应用内付费特性或功能。应用商店在约定的账期内按销售总额扣除服务费、税款后的净额支付给公司。

2、采购模式

公司采购内容主要包括产品推广服务、软硬件 IT 资源、虚拟服务器、云存储和 CDN 服务。公司根据业务发展战略和具体规划，制定并灵活调整产品推广预算，同时合理估算 IT 资源和云计算服务需求。

公司采购产品推广服务的具体情况详见本小节“3.营销模式”。

公司在采购软硬件 IT 资源时，在确定服务器、办公电脑、智能手机和办公及工具软件需求量后，通过比对市场上同行业供应商的商品服务和价格决定。

公司选择全球领先的云计算平台 Amazon Web Services 作为虚拟服务器、云存储和 CDN 服务的供应商，并保持长期合作。公司根据实质业务需求对虚拟服务器、云存储和 CDN 资源进行采购和使用，并与供应商按月度结算，结算价格以公开定价为主。

3、营销模式

公司主要通过在线上渠道投放效果广告对产品进行推广营销。

公司作为广告主，根据业务发展战略和具体规划直接或经由广告代理商在 Google、Facebook 等行业内规模较大、管理较完善的广告平台上投放广告，公司通过参与广告平台提供的竞价环节，获取广告发布商应用中的广告展示机会。潜在用户点击广告后自动跳转至 Google Play、App Store 等应用商店产品详情页，进而下载和使用产品。公司与广告推广服务供应商在约定的账期内主要按照账户消耗额完成结算。部分广告代理商以 CPI（Cost Per Install，即每次安装费用）和用户次日留存率作为结算依据。

4、研发模式

公司经过十余年的发展，坚持自主创新、极致产品体验，积累了一系列核心技术，形成了模块化、自动化、智能化的研发模式，建立了有效的研发体系，为持续快速输出满足细分市场需求、符合收益预期的产品提供保障。

公司研发体系架构由产品事业部、研发中心、设计中心、运营中心等部门构成。产品事业部负责对产品的立项、研发、发布、运营等过程进行总体协调。研发中心负责产品模块化、自动化、智能化研发的技术通用平台的研发和运维。设

计中心负责指导、协助产品事业部完成产品的设计工作。运营中心负责协助产品的立项、发布及发布后的数据监控等工作。

（四）主营业务自设立以来的变化情况

公司自成立以来，面向全球市场从事移动应用的开发和商业运营，主营业务未发生重大变化。具体发展阶段及情况说明如下：

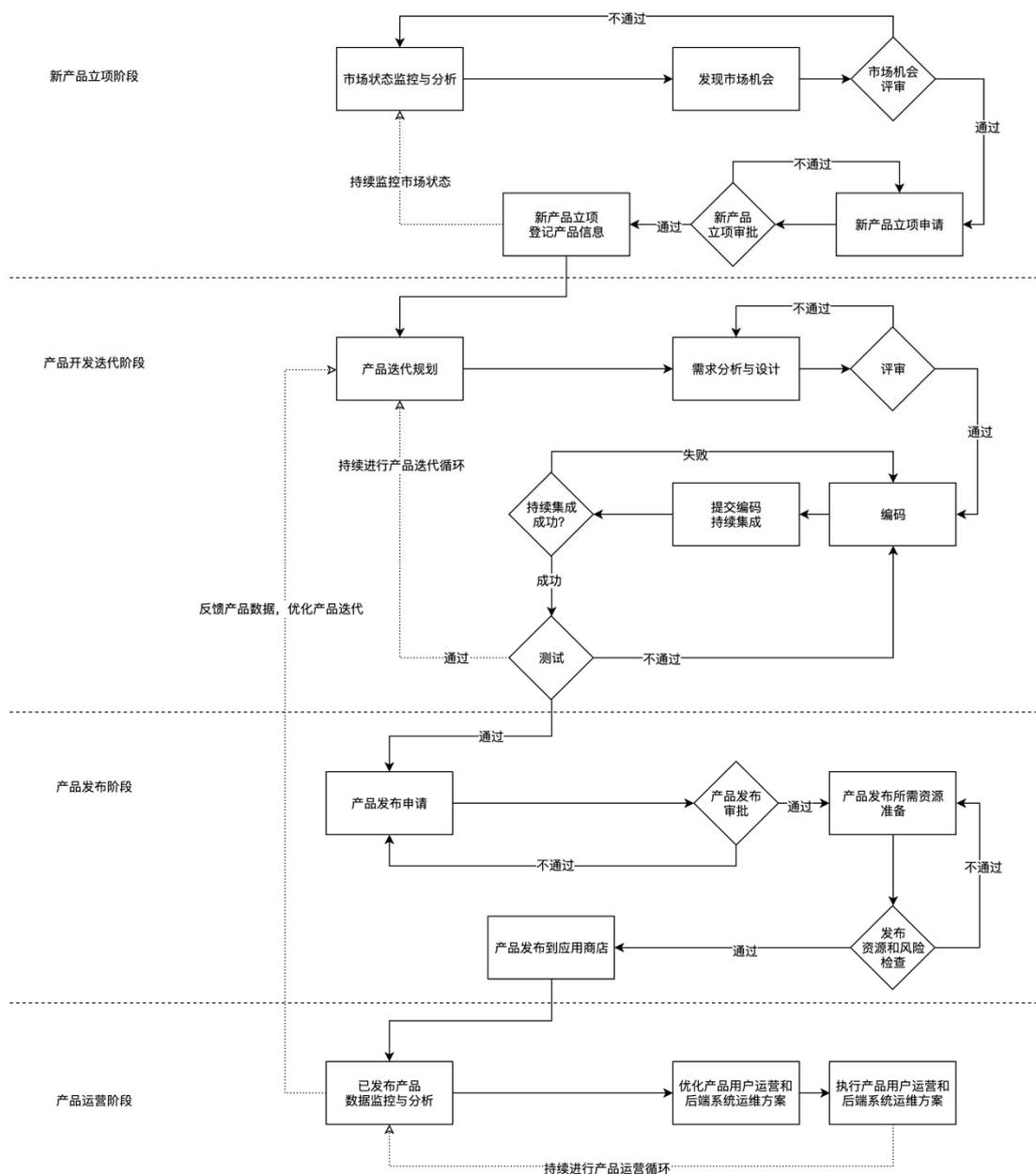
时间	阶段业务情况说明
2008年-2012年	公司成立并长期以工作室形式小规模研发 iOS 生活小工具系列产品，主要面向欧美用户。
2013年-2015年	进行生活小工具产品的持续迭代及商业变现探索。
2016年	拓展 Android 产品线，研发并推出多款 Android 系统工具类产品。
2017年至今	产品数量不断增加，形成生活小工具、系统工具和内容娱乐类产品矩阵；用户规模持续增加，“免费+广告”的盈利模式成熟。

（五）主营业务流程图

1、移动应用开发流程

公司移动应用开发流程主要包括产品立项、产品开发迭代、产品发布及产品运营四个阶段，具体的移动应用开发流程如下图所示：

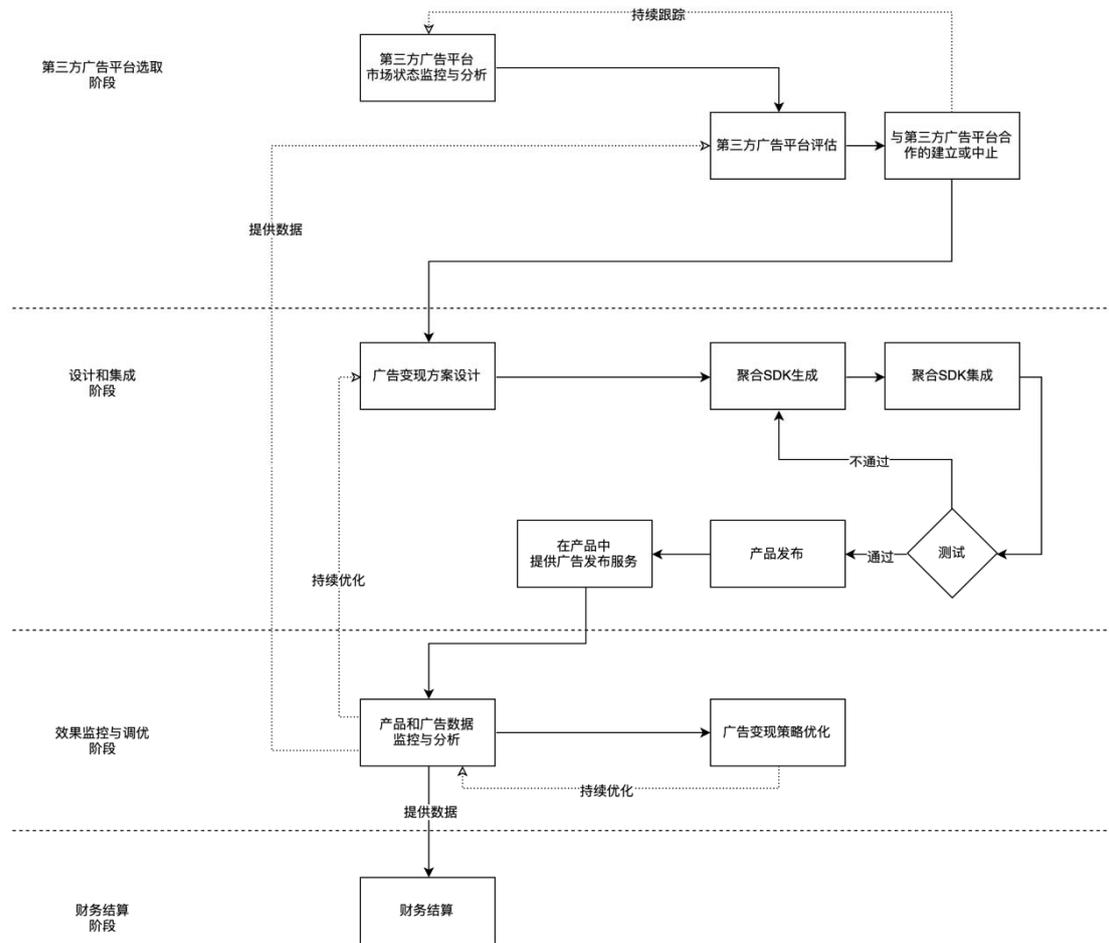
移动应用开发流程



2、效果广告发布服务流程

公司效果广告发布服务的具体流程如下图所示：

效果广告发布服务流程



二、公司所处行业的基本情况及公司竞争地位

汉迪移动致力于移动应用程序的研发和运营，以丰富的产品体系服务于全球移动互联网用户；同时以产品为载体，基于规模化用户积累，为第三方广告平台提供效果广告发布服务。根据国家统计局网站发布的国民经济行业分类标准，公司所属行业为软件和信息技术服务业（行业代码：I65）。

（一）行业主管部门、监管体制及主要法律法规和政策

1、行业主管部门、监管体制

（1）工信部

中华人民共和国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）国家互联网信息办公室

国家互联网信息办公室（简称“网信办”）是经国务院批准设立的互联网信息监管机构，其主要职责包括：落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理，负责网络新闻业务及其他相关业务的审批和日常监管，指导有关部门做好网络游戏、网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划，协调有关部门做好网络文化阵地建设的规划和实施工作，负责重点新闻网站的规划建设，组织、协调网上宣传工作，依法查处违法违规网站，指导有关部门督促电信运营企业、接入服务企业、域名注册管理和服务机构等做好域名注册、互联网地址（IP 地址）分配、网站登记备案、接入等互联网基础管理工作，在职责范围内指导各地互联网有关部门开展工作。

（3）中国互联网协会

互联网行业的自律监管机构为中国互联网协会。中国互联网协会以及各地互联网协会是行业的自律性组织，该协会由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成，主要作用是制订并实施互联网行业规范和自律公约，协调会员之间的关系，促进会员之间的沟通与协作，充分发挥行业自律作用，维护国家信息安全，维护行业整体利益和用户利益，促进行业服务质量的提高等。

（4）中国软件行业协会

中国软件行业协会是软件行业内部的指导、协调机构，主要职能为从事软件产业及市场研究，对会员单位的公共服务、行业自律管理以及代表会员向政府部门提出产业发展建议等。

2、主要法律法规及产业政策

序号	颁布时间	发布机构名称	主要政策、法规名称	主要内容
1	2018.10	全国人民代表大会常务	《广告法》	明确了广告经营者和发布者的含义，对广告准则、广告活动、广告审查及

序号	颁布时间	发布机构名称	主要政策、法规名称	主要内容
		委员会		相应法律责任进行了相关规定，并指出县级以上地方市场监督管理部门主管本行政区域的广告监督管理工作。
2	2016.12	工业和信息化部	《移动智能终端应用软件预置和分发管理暂行规定》	规范移动智能终端生产企业的移动智能终端应用软件预置行为，以及互联网信息服务提供者提供的移动智能终端应用软件分发服务；要求相关单位依法依规提供移动智能终端应用软件，采取有效措施，维护网络安全，切实保护用户合法权益。
3	2016.07	国家工商行政管理总局	《互联网广告管理暂行办法》	规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业的健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序。
4	2016.06	国家互联网信息办公室	《移动互联网应用程序信息服务管理规定》	移动互联网应用程序提供者和互联网应用商店服务提供者不得利用移动互联网应用程序从事危害国家安全、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益等法律法规禁止的活动，不得利用移动互联网应用程序制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容。
5	2016.05	国务院	《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》	推动融合发展国际合作交流。积极发起或参与互联网领域多双边或区域性规则谈判，提升影响力和话语权。推动建立中外政府和民间对话交流机制，围绕大型制造企业互联网“双创”平台建设、融合发展标准制定以及应用示范等，开展技术交流与合作。结合实施“一带一路”等国家重大战略，运用丝路基金、中非发展基金、中非产能合作基金等金融资源，支持行业协会、产业联盟与企业共同推广中国制造业与互联网融合发展的产品、技术、标准和服务，推动制造业与互联网融合全链条“走出去”，拓展海外市场；提升“引进来”的能力和水平，利用全球人才、技术、知识产权等创新资源，学习国际先进经营管理模式，支持和促进我国制造业与互联网融合发展。
6	2016.01	科技部、财政部、国家税务总局	《高新技术企业认定管理办法》	将电子信息技术中的支撑软件、中间件软件、嵌入式软件认定为高新技术领域，被认定为高新技术企业可享受15%的优惠所得税率。
7	2015.07	国务院	《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	1、鼓励企业抱团出海。结合“一带一路”等国家重大战略，支持和鼓励具有竞争优势的互联网企业联合制造、金融、信息通信等领域企业率先走出去，通过海外并购、联合经营、设立

序号	颁布时间	发布机构名称	主要政策、法规名称	主要内容
				分支机构等方式，相互借力，共同开拓国际市场，推进国际产能合作，构建跨境产业链体系，增强全球竞争力。 （发展改革委、外交部、工业和信息化部、商务部、网信办等负责）2、发展全球市场应用。鼓励“互联网+”企业整合国内外资源，面向全球提供工业云、供应链管理、大数据分析等网络服务，培育具有全球影响力的“互联网+”应用平台。鼓励互联网企业积极拓展海外用户，推出适合不同市场文化的产品和服务。（商务部、发展改革委、工业和信息化部、网信办等负责）3、增强走出去服务能力。充分发挥政府、产业联盟、行业协会及相关中介机构作用，形成支持“互联网+”企业走出去的合力。鼓励中介机构为企业拓展海外市场供信息咨询、法律援助、税务中介等服务。支持行业协会、产业联盟与企业共同推广中国技术和中国标准，以技术标准走出去带动产品和服务在海外推广应用。（商务部、外交部、发展改革委、工业和信息化部、税务总局、质检总局、网信办等负责）
8	2014.08	中央全面深化改革领导小组	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	推动传统媒体与新媒体融合的工作正式上社会经济发展日程，推动互联网成为新型主流媒体、打造现代传播体系。
9	2013.08	国务院	《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》	面向移动互联网、云计算、大数据等热点，加快实施智能终端产业化工程，支持研发智能手机、智能电视等终端产品，促进终端与服务一体化发展。加强智能终端、智能语音、信息安全等关键软件的开发应用，加快安全可靠关键应用系统推广。
10	2013.04	工业和信息化部	《关于加强移动智能终端进网管理的通知》	要求获得进网许可的手机预装软件应当向工信部报备审核。在正式执行之前，为企业预留半年过渡期。生产企业应当按照相关标准对产品进行改进完善，提高移动智能终端安全能力。
11	2013.01	国务院	《信息网络传播权保护条例》	权利人享有的信息网络传播权受著作权法和本条例保护。除法律、行政法规另有规定的外，任何组织或者个人将他人的作品、表演、录音录像制品通过信息网络向公众提供，应当取得权利人的许可，并支付报酬。为了保护信息网络传播权，权利人可以采取

序号	颁布时间	发布机构名称	主要政策、法规名称	主要内容
				技术措施。
12	2013.01	国务院	《计算机软件保护条例》	规定了计算机软件著作权的内容、保护、许可使用和转让以及相应的侵权责任等。
13	2011.12	国务院办公厅	《国务院办公厅关于加快发展高技术服务业的指导意见》	充分发挥现有信息网络基础设施的作用，依托宽带光纤、新一代移动通信网、下一代互联网、数字电视网等信息基础设施建设，大力发展网络信息服务和三网融合业务，着力推进网络技术和业务创新，培育基于移动互联网、云计算、物联网等新技术、新模式、新业态的信息服务。
14	2011.01	国务院	《互联网信息服务管理办法》	明确了从事经营性互联网信息服务，应当向地方电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。
15	2009.06	工信部	《工业和信息化部办公厅关于进一步加强软件企业认定和软件产品登记备案工作的通知》	地方软件服务业主管部门和软件企业认定机构应当严格执行《软件企业认定标准及管理办法（试行）》和《软件产品管理办法》的有关规定，认真做好双软认定工作。
16	2005.04	国家版权局、信息产业部	《互联网著作权行政保护办法》	各级著作权行政管理部门依照法律、行政法规和本办法对互联网信息服务活动中的信息网络传播权实施行政保护，对侵犯互联网信息服务活动中的信息网络传播权的行为实施行政处罚；著作权人发现互联网传播的内容侵犯其著作权，向互联网信息服务提供者或者其委托的其他机构发出通知后，互联网信息服务提供者应当立即采取措施移除相关内容，并保留著作权人的通知 6 个月。
17	2005.01	信息产业部	《互联网 IP 地址备案管理办法》	国家对 IP 地址的分配使用实行备案管理。中华人民共和国信息产业部（以下简称“信息产业部”）对电信业务经营者、公益性互联网络单位和中国互联网络信息中心的 IP 地址备案实施监督管理。各省、自治区、直辖市通信管理局（以下简称“省通信管理局”）对本行政区域内其他各级 IP 地址分配机构的 IP 地址备案活动实施监督管理。

（二）行业概况及未来发展趋势

1、移动通信技术不断升级，移动应用程序应运而生并快速发展

二十世纪末第三代移动通信技术（3G）诞生，相较于第二代移动通信技术（2G），3G 在网络传输速率和安全性上都有较大提升，使得移动通信网络可以承载更为复杂的多媒体技术。3G 以速度快、质量好、成本低、保密性强、安全性高、能够实现移动数据全球范围内漫游等特点，为移动通信的智能化及快速普及打下了基础。

移动应用程序的快速发展依托于 3G 技术。相比于 2G 时代的无线应用协议（WAP）程序，3G 时代的移动应用耗费流量小、可离线运行，并可调取其他终端硬件（如 GPS、摄像头等），能够处理更加复杂的多媒体信息，为用户带来更优良的界面及交互体验，因此逐渐取代 WAP 程序，登上历史舞台。

二十一世纪初，第四代移动通讯技术（4G）的标准逐渐形成。2009 年，第一个商用 4G 网络在瑞典成功部署。2010 年代，世界各国开始陆续选定 4G 制式并颁发 4G 许可经营牌照，4G 技术以其更高的网络传输速率、更有效的频谱利用率以及更低的营运成本，为移动通信行业带来了变革性发展。

4G 促进了信息集成与行业融合，智能终端被更广泛的应用于金融、教育、交通、医疗、娱乐等行业。不仅原生于 Web 或 PC 端的软件产品陆续开发相应的移动应用程序，更多依托于智能终端用户习惯的程序被开发并成为热点，移动应用程序在 4G 浪潮下迎来了蓬勃发展。

时至今日，随着手机逐渐成为生活的必需品，用户逐渐习惯于通过智能手机等移动设备，使用通信媒介、工作工具、行程管理、事项提醒、应急照明等各类功能，解决生活各类场景中的多种需求。移动应用也在逐渐横向覆盖了各类功能领域的同时，不断深入拓展、发掘不同用户群体的差异化需求。

2、智能移动终端的日益普及带动了移动应用程序的二次腾飞，应用商店销售模式日趋成熟

随着移动通讯技术的发展，以智能手机为代表的智能移动终端日益普及。根据 IDC 公开数据，2012 年至 2017 年全球智能手机行业整体出货量保持波动增长，2012 年全球智能手机出货量约为 7.23 亿台，2017 年全球智能手机出货量为 14.71

亿台，期间复合增长率达 15.1%。虽然 2018 年智能设备出货量预计出现小幅下降至 14.21 亿台，但根据 IDC 预测，2019 年智能手机出货量将会继续上升，预计 2022 年，全球智能手机出货量将达到 15.74 亿台。

2012年-2017年实际及2018年、2022年预测全球智能手机出货量



数据来源：IDC

随着移动智能设备的普及，移动应用程序的发布、下载及相关管理也日趋完善，移动应用行业逐渐形成了由开发者、应用商店、用户构成的完整产业链。应用于 iOS 系统的移动应用程序的下载及使用由 App Store 所管理；应用于 Android 系统的移动应用程序则根据手机品牌的不同，可由 Google Play、Samsung Store 等商店进行管理。开发者研发出移动应用后一般选择上传至商店，通过审核后，商店对产品进行发布，用户根据兴趣可以选择不同的移动应用进行下载、使用。如用户需要进行付费下载、付费订阅、购买道具等操作，会通过其商店账号进行付款，商店定期与移动应用开发者进行对账，扣除一定中间费用后，向开发者进行付款。经过十余年的发展，各应用商店的移动应用程序从屈指可数发展为类别、数量皆极为丰富的状态。根据 statista 的数据显示，截至 2018 年 12 月，Google Play 用户可以在 260 万个应用程序中进行选择；截至 2018 年 7 月，App Store 用户可以在 326 万个应用程序中进行选择。

随着移动智能设备的普及、移动应用程序管理的日趋完善，移动应用程序的下载呈快速增长趋势。根据 App Annie 数据显示，全球移动应用程序的下载量从

2015 年的 1,298 亿次增长到 2017 年的 2,054 亿次，复合增长率为 15.2%。预计到 2022 年，全球移动应用程序的下载量将达到 2,582 亿次，仍将保持较快速度发展。

2015年-2017年实际及2018年、2022年预测全球移动应用程序下载量



数据来源：App Annie

随着移动应用程序管理的日趋完善、下载量的逐步提升，移动应用程序行业的收入规模也在逐年提升。在应用商店发布移动应用程序，并通过客户在移动应用程序中的内购付费行为，获得内购收入，是公司的收入来源之一。根据 App Annie 数据显示，全球用户在移动应用商店中的支出将从 2017 年的 817 亿美元增长至 2022 年的 1,565 亿美元，保持快速增长。

3、移动互联网化浪潮为移动应用程序中广告推广业务带来红利

随着全球信息技术和信息化的不断发展和普及，全球移动互联网普及率呈现显著提升态势。根据 GSMA 统计数据显示，截至 2017 年 12 月，世界移动互联网用户达到 33 亿，移动互联网普及率超过 40%；到 2025 年，世界移动互联网用户达到 50 亿，移动互联网普及率达到 60% 以上，世界互联网用户符合增长率达到 5.3%。同时根据 eMarketer 统计数据显示，智能手机用户数将从 2017 年的 24.5 亿增长到 2022 年的 33.2 亿，复合增长率达 6.27%。

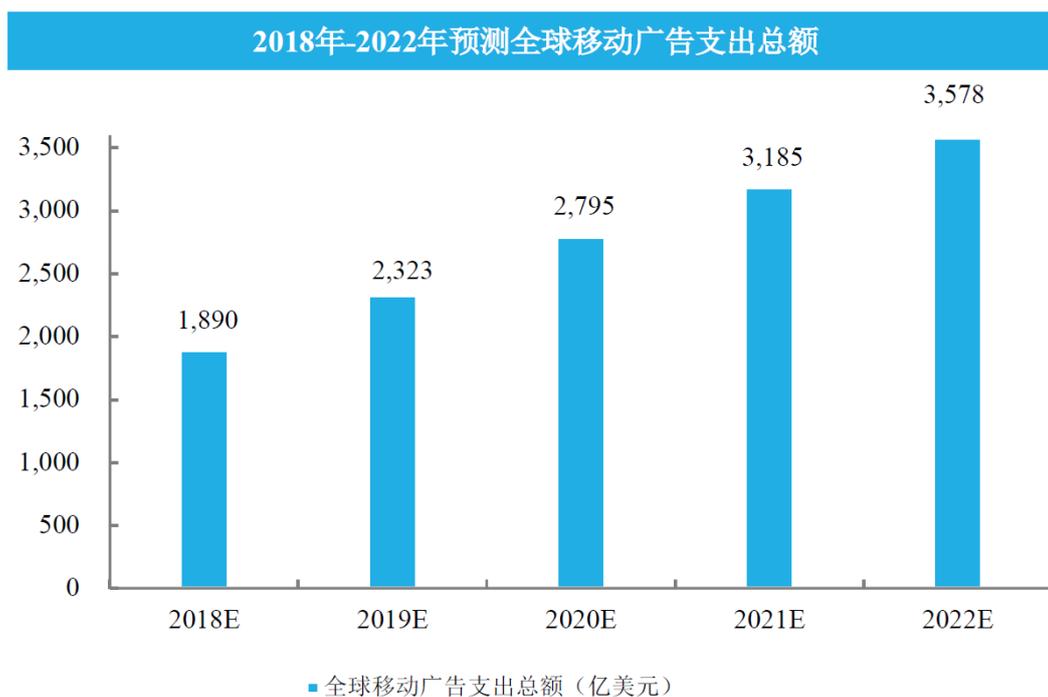
2017年实际及2018年-2022年智能手机用户数



数据来源：eMarketer

移动互联网普及率的不断提高、智能手机用户数量的不断增长，为移动应用程序中广告推广业务的发展带来了基础与持续红利。在广告需求端，移动广告平台承接并整合广告主的投放需求，并基于程序化交易技术提供广告推广服务；在广告供给端，移动应用开发者为用户提供移动应用的同时在其中嵌入广告，并通过移动广告平台为广告主提供广告展示机会，从而获得收入。

根据 eMarketer 的统计数据，2018 年全球移动广告支出总额为 1,890 亿美元，预计到 2022 年，全球移动广告支出总额为 3,548 亿美元，复合增长率达到 17.1%。



数据来源：eMarketer

（三）行业竞争格局

（1）移动互联网行业整体竞争格局

伴随着信息技术的进步和智能手机的普及，移动互联网行业呈现快速发展态势，技术创新频繁，市场化程度高。行业内发展较早的大型互联网企业，如谷歌、苹果、Facebook、亚马逊、腾讯、阿里巴巴等公司，成为各自细分领域中的巨头后，逐渐转化为平台型企业，构筑起移动互联网市场的现有生态环境：一方面，如苹果的 App Store、谷歌的 Google Play，为移动应用开发者提供相对开放的产品发布平台；一方面，平台型公司掌握行业内大量广告资源，对接数量众多的广告主与移动应用开发者，作为中转平台，调节资源分配，提高广告推广效率。由于移动应用分布领域广，类型众多，少数开发者并不能满足全球移动互联网用户的所有需求，因此移动应用行业呈现出开发者众多、移动应用类型、数量极其丰富的特点；且各开发者由于其产品具有差异化特性，配适人群存在差别，因此同类型、同细分领域的产品并不一定构成直接竞争，移动应用行业呈现多元化发展形式。

（2）全球移动应用市场的多元化需求

移动互联网用户需求变化迅速，且呈现出多元化的特点，新的需求不断涌现，形成新的市场机会；移动互联网公司的产品在部分国家或地区取得成功，会将产品内容和商业模式在全球其他国家及地区进行推广，填补当地市场的空白。移动应用行业在不同国家地区呈现不均衡的发展状态，从欧美，到日韩、东南亚，再到印度、拉美、非洲、中东等市场，除地域科技、文化发展差异外，不同经济发展阶段与人口年龄结构的不同都对移动应用需求产生不同维度的影响。在部分发展中国家市场，依然存在大量人口红利，人口基数增长和移动互联网设备渗透率的快速增长会为移动应用行业带来流量红利和发展机会。而经济发达的国家与地区则拥有高价值用户群体，与发展中国家及地区用户具有不同的使用偏好及习惯。按照不同兴趣、经济实力、年龄和文化等要素，移动应用用户形成为一个个具有相同偏好和需求的用户“部落”。用户的差异化、精细化的运营将带来新的行业增长。因此，切实满足不同用户群体的差异化、新增需求，或开拓不同地域市场中存在的某类移动应用产品的空白，都为移动应用行业开提供了的发展机会。因此抓住先机、挖掘需求，并扩展用户规模，是目前行业内竞争趋势。

（3）中小型公司具有灵活的战略空间，可以更快速的切入细分市场

在面临新需求所带来的潜在市场增长时，中小型企业开发者在快速切入新的细分市场、满足新的用户需求方面更具优势。中小型企业可以灵敏地根据市场信息，快速调整自身的战略方向，没有决策机制、运营模式、技术架构等转型负担，在移动应用的细分市场更容易取得成功。随着用户移动应用使用场景的增加，差异化的不断演进，未来某些细分领域可能出现与电商、社交等一样的头部用户需求，抓住机会的中小型公司可以在竞争中脱颖而出。大型互联网企业，由于其覆盖的用户群体十分广泛，在切入细分市场时会面临产品端转型成本过高的风险。近年来，大型企业往往通过早期投资、内部孵化、兼并收购和流量合作等模式与中小型企业优势互补，通过资本运作和生态建设等模式来参与细分市场，获取精细化运营的红利。

（四）行业特有的经营模式及盈利模式

随着移动互联网传输速度的发展、智能手机的普及，以及平台巨头格局的逐渐稳固，移动应用程序行业主要形成两种种主盈利模式，即“免费+广告”模式和付费模式。

1、“免费+广告”模式

“免费+广告”模式是行业内十分普遍的盈利模式，即指不付费用户可以免费下载、使用移动应用，应用开发者或运营厂商基于其积累的用户规模所产生巨大的流量，以自身产品为载体，直接或间接向第三方广告平台或终端广告主提供广告服务，获取广告收入。

Google、Facebook、Twitter 等行业内已形成规模且管理较为完善的广告平台聚集了大量广告主与展示位资源，为需求与供给提供匹配机会。因此业内应用开发者或运营厂商主要与广告平台合作，将应用程序中的广告展示机会提供给广告平台，进行变现，从而实现收入。这一模式是目前互联网行业里较为成熟的主流经营模式。

2、付费模式

付费模式指移动应用开发者或其运营厂商在 Google Play 和 App Store 等移动应用商店发布应用，同时在应用内提供付费特性或功能。应用商店为应用提供推广、引流服务，用户可以通过商店进行付费下载或购买移动应用内付费特性或功能。对于工具类移动应用，付费特性或功能可能包括皮肤、表情、功能升级；对于游戏类产品，可能包括付费道具等。该模式是目前正在逐渐增长的行业变现模式。

（五）行业进入壁垒

1、技术壁垒

移动应用程序开发为技术密集型行业，因此行业新进入者在短期内面临着较高的专业技术壁垒。对于技术革新、开发手段更迭等情况，皆需企业在较短时间内攻克技术障碍，研发能力及技术积累无疑是在企业行业内立足的根本。此外，移动应用程序开发技术呈现快速更迭的特点，行业内的企业需要随时关注、分析技术变化趋势，才能研发出具有技术领先优势的应用产品；同时，已开发的移动应用产品需要根据用户不断变化的兴趣趋向、使用习惯而进行测试、优化，在细节上亦需要不断发展、创新，提升用户体验，才能不断保持领先地位。企业是否能够不断提升自身的产品研发技术以及客户需求分析手段、产品测试、优化能力，是企业在行业内能否持久发展的重要因素。

2、经验壁垒

移动应用程序开发企业需要依据经验，对用户的应用需求和广告展示优化流程具有较为深入的了解，才能开发出真正吸引用户的产品，并且顺利实现变现、产生稳定收入。在关注用户需求变化、收集相关信息后，需要企业根据经验分析、判断行业未来趋势变化，在繁复庞杂的影响因素中，提取出真正影响客户选择的要素，并依此开发、优化产品，不断进行调试；而开发出受客户欢迎的产品后，需要运用所积累的经验，根据不同的用户群体的不同特性、不同平台的广告机制，搭配出最优化的广告展示方案，实现稳定、理想的变现过程。而以上程序皆需要企业具备成熟的管理经验才能够快速实现。新进企业没有丰富的经验积累，很难短期内积累大量用户并顺利、稳定的实现变现。

3、资金壁垒

移动应用程序行业竞争者众多，企业一般需要经过市场推广才能拓展产品知名度、不断积累用户群体；同时移动应用程序更迭速度较快，需要企业不断补充推广资金。企业的产品矩阵覆盖范围越广、产品越多，其前期市场投入的需要越大，这一特征对新进入的竞争者造成较大的障碍。此外，由于移动应用程序开发属于技术密集型行业，为使公司保持技术优势，在研发、推广自身产品之外，行业领先企业亦会投入资金培养专业化人才、提高经营管理能力，因此对于新的进入者而言，行业存在较高资金壁垒。

（六）公司在行业中的竞争地位及主要竞争对手

1、行业内竞争对手

公司产品主要于 App Store、Google Play 等移动应用商店发布，面向全球用户提供产品及服务，在同领域内从事移动应用程序研发的公司，可根据其总部所在地划分为海外及国内可比公司，详细情况如下：

（1）公司主要海外竞争对手

1) Bitstrips（被 Snap Inc.收购）

Bitstrips 成立于 2007 年，是一家位于加拿大多伦多的移动应用开发者，主要开发和运营移动应用程序 Bitmoji。该移动应用允许用户创建个性化的头像和

表情，并在聊天应用中使用。Bitstrips 于 2016 年被 Snap Inc.（NYSE: SNAP）收购，后者通过本次收购进入个性化头像和表情移动应用市场。Bitmoji 应用一直长期位于 App Store、Google Play 多个国家的总排行榜前二十。

2) Apalon Apps, LLC

Apalon 公司成立于 2007 年，总部位于白俄罗斯明斯克。Apalon 主要从事移动应用程序的开发，其产品主要发布于 App store、Google Play 和 Amazon Appstore。Apalon 公司的主要产品有实时天气、闹钟、星座、计算器等移动应用程序，截至 2018 年 12 月底，Apalon 官网披露其所有产品总月活约为 4,000 万左右。

（2）公司主要国内竞争对手

1) 猎豹移动（Cheetah Mobile Inc., NYSE: CMCN）

猎豹移动成立于 2010 年，旗下核心产品有清理大师、猎豹浏览器等。猎豹移动于 2014 年在美国纽约证券交易所挂牌上市，2018 年全年营收人民币 49.82 亿元。根据业绩快报，截至 2018 年第四季度，猎豹移动移动端产品的季度平均月活跃用户规模为 4.7 亿，其中 72% 来自海外地区。

2) 麒麟网络

麒麟网络网络科技股份有限公司的主营业务为基于自主研发的智能手机用户系统软件产品及服务，通过向海外用户提供手机管理和互联网信息入口服务，包括手机桌面、上网浏览、搜索引擎、App 下载、信息及电话管理等功能服务；并基于产品向第三方广告平台收取广告服务收入。根据预披露招股书数据，2017 年麒麟网络总收入为 9.02 亿元，2017 年平均月活为 1.05 亿。

3) 狮之吼（被迅游科技收购）

成都狮之吼科技有限公司成立于 2014 年，主要从事手机系统工具软件的研发和推广，主要产品功能涉及手机系统清理、电池管理、系统安全等领域。产品主要面向海外用户，通过 Google Play、App Store、LG Store 及三星应用商店等应用商店发布，主要收入来源为移动软件内置广告。根据迅游科技年度报告披露，

2017 年狮之吼净利润为 1.96 亿元，截至 2017 年 12 月，其所有产品的月活跃用户约为 1.28 亿。

2、公司的在行业中的竞争地位

截至 2018 年底，公司产品月活跃用户已突破 1.8 亿，用户分布在超过 220 个国家和地区。截至 2018 年底，公司系统工具、生活小工具及内容娱乐类应用的月活分别为 9,100 万、6,400 万及 2,700 万。根据 App Annie 的统计数据，公司的 MAX Cleaner、MAX Security、Color Flash Launcher、Super-Bright LED Flashlight、Zmoji、Daily Horoscope Plus 等多款产品在多个国家和地区的 App 应用商店中的总排行榜、生活类应用排行榜、工具类应用排行榜、娱乐应用类排行榜中名列前茅。

根据 App Annie 统计数据，截至 2018 年 12 月 31 日，Super-Bright LED Flashlight 共获得 101 个国家和地区 Google Play 效率类排行榜第一；MAX Cleaner 共获得 39 个国家和地区 Google Play 工具类排行榜第一，在 77 个国家和地区进入工具类排行榜前五；MAX Security 共获得 29 个国家和地区 Google Play 工具类排行榜第一，在 70 个国家和地区进入工具类排行榜前五。Color Flash Launcher 共获得 Google Play 84 个国家和地区个性化类排行榜第一，在 98 个国家和地区进入个性化类排行榜前五。Daily Horoscope Plus 共获得 Google Play 15 个国家和地区生活类排行榜第一，在 27 个国家和地区进入生活类排行榜前五，共获得 App Store 66 个国家和地区生活类排行榜第一，在 104 个国家和地区进入生活类排行榜前五。Zmoji 共获得 App Store 44 个国家和地区工具类排行榜第一，在 124 个国家和地区进入工具类排行榜前五。

作为服务全球用户的移动应用程序开发公司，公司着眼全球市场，在不同国家和地区、根据不同文化和用户习惯，积极探索相配适的产品和推广模式；并持续提升技术能力，在激烈的国际竞争中努力开拓市场，行业内影响力与知名度不断增强。2018 年，公司入选德勤咨询评选出的 2018 亚太高科技高成长 500 强公司。

（七）公司的竞争优势与劣势

1、公司竞争优势

（1）竞争优势

1) 以产品为业务核心，具备不断产出精品移动应用的能力

作为移动应用程序开发者，高质量的产品是公司业务发展的基础。公司以满足用户需求作为产品研发的核心目标，构建了注重产品研发与优化的组织架构。通过对技术的不断钻研以及对产品的高标准严要求，公司已经形成了系统工具、生活小工具和内容娱乐类移动应用三类产品矩阵，且各类矩阵中的代表产品在 App Store、Google Play 等应用商店排行中名列前茅。公司作为最早的 iOS 独立开发者之一，推出过多款经典的 iOS 产品，如 iHandy Carpenter，曾作为唯一的示例产品进入 iPhone 3GS 说明书中的 App Store 介绍部分。

2) 以敏锐的市场机会捕捉能力，丰富公司产品矩阵，形成庞大用户规模

用户规模是移动应用程序开发公司收入来源的重要基础。移动互联网用户需求变化迅速，且呈现出差异化、多元化的特点。为更好的理解、分析用户需求，公司通过对全球移动应用市场的监测，结合已有产品的运营经验，识别出具备形成规模化市场的细分需求。为切实满足用户的不同需求，公司从成立之初仅研发生活小工具类产品，发展到布局系统工具、生活小工具和内容娱乐类移动应用三类产品矩阵，涉及 16 种产品品类，形成了以数据和平台驱动的产品研发和商业化体系，在多种产品领域积累了丰富的研发、运营经验。针对不同用户需求的多产品矩阵使公司成功积累众多用户。截至 2018 年末，公司移动应用程序月活跃用户超过 1.8 亿。庞大的用户规模有利于公司积累原始数据资源，公司持续对用户数据进行研究和分析，并推动自身商业平台系统基于多维度数据的自动化、智能化演进，进一步以所积累经验推进产品研发和优化，为公司未来的持续盈利能力提供坚实的保障。

3) 通过经验积累不断完善商业运营平台系统，为产品提供全方位支撑

公司基于自身经验和数据积累，自主研发了多个商业运营平台系统。各系统分别专注于产品智能优化、用户获取、广告变现，为公司产品矩阵提供商业化支撑。建立较完备的运营平台需要大量数据与经验进行支撑，如广告变现平台，公

司运用在不断丰富产品矩阵及服务全球差异化用户群体过程中所积累的经验，根据不同的用户群体的不同特性、不同平台的广告机制，精准提取用户偏好，并根据公司所积累的用户行为数据进行敏感性分析，通过自动优化演进程序，搭配出最优化的广告展示方案，实现稳定、理想的变现过程。商业运营平台系统使调优进程更加迅速，提升了用户获取与广告变现效率，并且能够实现一定程度的智能演进，优化自身数据库与程序算法，为公司获取新增用户、高效变现提供有力支撑。

4) 模块化开发能力

公司以产品质量为业务重心，研发技术为发展根基。为应对快速变化的用户需求及不断增加的移动应用数量和产品复杂度，公司自主研发了“移动应用模块化开发技术”，将用户的需求分析、归集后，根据功能切分为标准化、可重用的模块组件。公司研发团队在设计模块组件时，从架构、功能拆分和代码设计等多个角度对各模块进行解构，确保各模块可以不依赖于其他模块独立运行，有效预防后续开发过程中可能出现的代码依赖问题，为公司产品的并行开发提供了保障。同时，模块组件的开发引入持续集成和自动化测试，确保开发过程中的历次修改都是可构建、集成、即时安装的版本，并且通过功能测试；不同模块独立进行开发、测试、发布以及维护，保证在第一时间完成新产品的组建或原有产品类似功能的替换，节省时间、人员成本，提升产品的开发效率，加强公司的竞争力。

5) 高效的人才培养模式

高素质的人才队伍是公司保持行业竞争力的重要保障。公司通过“Alpha 大学”等内部培训体系，构建了一套公司特有的人才培养机制，快速统一员工间的沟通标准和行为准则，提高员工之间交流和合作的效率，帮助员工实现高速成长，完成人才梯队的建设；同时将公司的经验予以记录、提炼，快速在员工中行成传递通道，使公司的技术、优化、推广经验得到高效利用。

2、公司竞争劣势

国内外一些著名的同行业公司（如 Facebook、Twitter、今日头条等）规模庞大、涉足领域广泛、业务种类繁多且融资渠道多样，与之相比公司整体规模较小，主要依靠自身的积累发展，目前资本规模相对偏小、资金积累方式相对单一，这

种情形在一定程度上限制了公司的发展步伐。随着业务和规模不断扩大，公司对资金和人才的需求必定逐步扩大，面对行业高端人才薪酬不断上涨的现状，融资能力不足一定程度上制约了公司的发展。

（八）影响公司发展的主要因素

1、有利因素

（1）产业政策支持行业快速发展

软件和信息技术服务产业属于国家鼓励发展的战略性、基础性和先导性支柱产业。自 2000 年以来，国家出台了一系列法规和政策，从投融资体制、税收、产业技术、软件出口、收入分配、人才吸引与培养、知识产权保护、行业组织与管理等多方面为软件产业发展提供了政策保障和扶持，营造了良好的发展环境。2016 年，国务院颁布了《国家创新驱动发展战略纲要》，明确提出到 2020 年进入创新型国家行列、2030 年跻身创新型国家前列、到 2050 年建成世界科技创新强国的“三步走”目标。而软件和信息技术服务产业作为国家创新驱动发展的核心产业，将会得到国家大力的支持与保护。同时针对“十二五”规划中提出的大力发展移动互联网等战略性新兴产业的发展方向，各级政府部门出台了一系列政策法规，综合运用财税、金融、教育、市场、政府采购等多种政策措施，大力扶持移动互联网产业的发展。

（2）智能手机快速普及，移动互联网产业高速发展

近年来，全球智能手机的普及率迅速上升，移动互联网产业呈现高速发展态势，手机网民数量持续攀升。根据 IDC 预测，2019 年智能手机出货量将会继续上升，预计 2022 年，全球智能手机出货量将达到 15.74 亿台；根据 GSMA 统计数据显示，截至 2017 年 12 月，世界移动互联网用户达到 33 亿，移动互联网普及率超过 40%；到 2025 年，世界移动互联网用户达到 50 亿，移动互联网普及率达到 60%以上，世界互联网用户复合增长率达到 5.3%。同时，随着移动网络完成从 3G 到 4G 的过渡，4G 的不断普及、优化，网络带宽明显提升、网络资费逐渐下降，移动互联网产业的基础设施建设在世界范围内进一步增强。依托于智能手机的快速普及，以及互联网的高速发展，移动应用程序已成为用户日常生活的组成部分。随着用户习惯的进一步形成，加诸科技不断革新，智能终端的性能和

互联网速率等在未来亦会不断提升，未来移动应用程序市场规模将实现进一步增长。

（3）移动应用场景进一步丰富，细分领域内逐渐垂直深化

随着科技的不断发展，移动应用场景进一步丰富，从早期单一满足用户的某项需求，到结合硬件设备，如灯光、定位、热点等功能组件，发展至现在多功能、多场景的新产品形态，使得移动应用程序为用户带来更便利的用户体验和更全面的功能支持。移动互联网产业的蓬勃发展使得各个细分领域的商业化程度迅速提高，用户细分需求不断被挖掘，并形成了可持续发展的商业模式。未来，随着移动互联网的进一步深入发展，移动应用程序行业将能够继续享受有利的产业发展环境，通过技术进步不断提升产品用户体验，在创新变革中蓬勃发展。同时，移动应用通过专业细分的定位，在各自细分领域内不断实现产品功能的扩充和内容资源的积累，将可以为用户提供更加垂直深入的服务和内容，满足用户对于某一细分领域的综合需求，从而提高用户粘性和用户价值。

2、不利因素

通过在 Google Play、App Store 发布移动应用，公司产品已为超过全球 220 多个国家和地区的用户所使用。虽然移动应用市场具有其相对成熟的平台与运作体系，一般不会被海外国家商务部门以反倾销等缘由所介入，但若未来贸易摩擦不断加剧，不排除产业链中的大型互联网企业会被所在国政府干预，对国内软件产品的推广采取一定措施。公司作为不断成长的为全球用户提供产品及服务的研发公司，如果不能在公平的市场环境中进行竞争，不能对贸易摩擦及不公平贸易政策进行迅速调整，可能会在短时间内对公司的业务开展及收入增长产生不利影响。

（九）所处行业技术发展趋势

过去十年，移动互联网的技术发展呈现出多层次、全方位的发展态势。在网络基础设施方面，移动网络的传输速率从 2G 时代的 Kbps 级别提升到了 4G 时代的 Mbps 级别；设备方面，手机性能日益增强，更多的多媒体设备和传感器被集成到手机上；移动应用方面，2G/3G 时代的移动应用以文字为主，到了 4G 时代，各种图片应用和视频应用开始蓬勃发展；移动操作系统方面，Apple 和 Google

两个主流厂商不断打造更多的基础框架、控件和开发工具，使得移动应用开发者可以专注于产品创新，而不用在底层硬件和软件的开发上耗费过多精力和资源。

市场的不断演化和对快速创新的需求给移动互联网的参与者提出了新的发展方向。用户需求的多样化和个性化，要求行业巨头和中小开发者共同打造行业技术生态环境。行业巨头们打造的云服务、中小开发商提供的中间件、移动应用开发者开发的应用、行业参与者提供的数据系统和第三方数据共同构建了行业技术生态环境。

为了更好的满足用户多样化，智能化和个性化的需求，未来移动互联网技术的发展呈现以下趋势：

1、为迅速响应用户需求及市场变化，应用开发速度将更加快速。未来 5G 无线网络传输速度或将达到 Gbps 级别，手机性能持续提升，移动操作系统不断演化，新需求和新应用类型被不断挖掘、开发。快速响应变化、积极融入移动互联网生态系统，最大限度利用云服务（IaaS、PaaS、SaaS、BaaS 等）、中间件和第三方平台等资源，都将帮助移动应用开发者更快速地完成开发、更加专注于产品创新，打造自身差异化的核心竞争力。

2、随着用户对智能化需求的不断增长，将人工智能技术融入移动应用程序成为未来行业的发展趋势。Apple、Google、Facebook、Amazon、Skymind 等公司，已为移动应用开发者更好地运用人工智能技术，提供了如底层带 GPU 的虚拟计算资源、AI 模型训练软件、移动端 AI 模型部署方案等全方位支持。移动应用开发者可以更专注于人工智能算法的创新和优化，为用户提供更智能的服务。

3、随着用户对个性化需求的不断增长，满足用户的个性化需求所需要的用户画像、个性化推荐、精准广告投放、精准营销、精细化运营等技术，使得移动互联网对大数据技术和数据驱动有着更加强烈的需求。大数据技术、数据分析和数据算法将是移动互联网未来的重点技术发展趋势。借助于技术生态环境提供的数据系统和第三方的数据，移动应用开发者将可以更好地驱动自己产品的开发、运营和营销。

4、移动互联网的快速发展与开源社区密不可分。开源社区的数据库、中间件、Web 服务器系统、大数据系统等一系列开源软件已成为业内主要互联网服务的标准组件。移动互联网企业在利用开源软件的同时，并不断把自身系统和软

件开源，借助其他开发者的力量共同丰富软件生态，且此趋势将在未来持续。移动应用开发者需要充分利用开源软件，并把自己的软件开源，借助开源贡献者的检查改善代码质量，和众多开源贡献者协作提升开发速度，籍由开源之后更广泛的使用增强兼容性和扩展性。

三、公司主要销售情况和主要客户

（一）主要产品和服务的规模及收入情况

报告期内，公司主要产品和服务的收入一直呈上升趋势。报告期内公司主营业务收入情况如下：

单位：万元

产品类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
效果广告发布服务	116,606.64	92.53%	52,908.02	96.09%	18,476.61	91.37%
移动应用程序付费服务	9,420.38	7.47%	2,155.21	3.91%	1,745.08	8.63%
合计	126,027.02	100.00%	55,063.23	100.00%	20,221.69	100.00%

（二）主要产品和服务的价格变动情况

在报告期内，公司与广告平台在约定的账期内以 CPM 的方式完成结算。由于产品类型、广告展示位置、展示时段不尽相同，且广告平台与广告主或其代理商之间一般以竞价的方式确定广告展示位与展示价格，因此不同移动应用、不同展示位置、展示时段在不同竞价情形下的价格不尽相同，平均 CPM 单价不具有绝对可比性。

报告期内，公司与 Google、Facebook 等广告平台进行对账时，会对展示次数及收入金额进行确认。根据所确认的收入金额与展示次数，2016 年、2017 年及 2018 年公司的月平均千次展示价格范围分别为 4.37-6.39 元/千次展示、4.96-8.93 元/千次展示及 6.05-6.96 元/千次展示。

（三）主要客户情况

1、2018年主要客户名单如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
1	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	82,733.99	65.65%
	Google LLC		
2	Facebook Ireland Pte. Ltd.	25,490.99	20.23%
3	Apple Inc.	8,812.80	6.99%
4	Twitter, Inc.	3,268.48	2.59%
5	Smaato, Inc.	1,765.44	1.40%
合计		122,071.70	96.86%

2、2017年主要客户名单如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
1	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	32,672.00	59.34%
	Google LLC		
2	Facebook Ireland Pte. Ltd.	13,802.87	25.07%
3	Twitter, Inc.	2,582.71	4.69%
4	Apple Inc.	1,651.85	3.00%
5	Oath Inc.	805.76	1.46%
合计		51,515.20	93.56%

3、2016年主要客户名单如下

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
1	Facebook Ireland Pte. Ltd.	6,207.45	30.70%
2	Amazon.com, Inc.	4,005.03	19.81%
3	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	2,379.19	11.77%
	Google LLC		
4	Smaato, Inc.	1,859.61	9.20%
5	Apple Inc.	1,735.55	8.58%
合计		16,186.83	80.05%

报告期内，发行人前五名客户变动情况如下：2017年相比2016年，公司前五大客户新增 Twitter, Inc., Oath Inc.，发行人对其销售金额占当年销售总额的比例分别为 4.69%、1.46%。2018年相比2017年，公司前五大客户新增 Smaato, Inc.，发行人对其销售金额占当年销售总额的比例为 1.40%。

2017、2018年发行人对 Google Asia Pacific Pte.Ltd.及 Google LLC 的合并销售金额占比虽然超过当期销售总额的 50%，但 Google 作为行业内的大型国际广告平台，聚集了大量广告主与展示位资源，单家广告主所占资源比例较低，公司不存在依赖少数终端广告主的情形。报告期内，发行人及控股股东、实际控制人、5%以上股东、董监高与以上主要客户不存在关联关系。

四、公司采购情况和主要供应商

（一）主要设备采购情况

报告期内，公司采购主要包括移动应用推广服务、服务器租赁、云存储以及办公设备等。

2016年至2018年，公司采购总额分别为 8,469.14 万元、25,438.60 万元及 58,977.16 万元，增长趋势符合公司业务发展的需要并与收入增长的发展趋势相匹配。

（二）主要采购价格变动情况

报告期内，公司主要为移动应用产品采购推广服务。行业内一般用以每次安装费用（CPI）作为平均单价，评估广告推广的营销效果。根据报告期内各期的推广金额，除以由推广产生的新增下载量，可以计算出各期的每次安装费用（CPI）。2016年、2017年及2018年，公司平均每次安装费用分别为 1.53 元/次、1.49 元/次及 1.09 元/次。

（三）主要供应商

1、2018年主要供应商名单如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占当期采购总额比例
1	Domob Ruida Limited	17,599.89	29.84%

序号	供应商名称	采购金额	占当期采购总额比例
	Madhouse Co., Limited		
2	Papaya Group Co., Limited	8,607.29	14.59%
3	Meetsocial (Hong Kong) Digital Marketing Co., Limited	8,330.25	14.12%
	Sinointeractive Digital Marketing Co., Limited		
4	Google LLC	7,117.26	12.07%
	Google Asia Pacific Pte. Ltd		
5	Parbat Hong Kong Limited	5,276.37	8.95%
合计		46,931.06	79.57%

2、2017 年主要供应商名单如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占当期采购总额比例
1	Google LLC	7,148.25	28.10%
	Google Asia Pacific Pte. Ltd		
2	Parbat Hong Kong Limited	4,857.66	19.10%
3	Papaya Group Co., Limited	4,523.58	17.78%
4	Mobvista International Technology Limited	2,788.75	10.96%
5	Domob Ruida Limited	1,401.40	5.51%
合计		20,719.64	81.45%

3、2016 年主要供应商名单如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占当期采购总额比例
1	Google LLC	6,131.69	72.40%
2	Parbat Hong Kong Limited	807.07	9.53%
3	北京邦泰摩尔资产管理有限公司	331.37	3.91%
4	net2phone Inc.	218.53	2.58%
5	Amazon Web Services Inc.	162.17	1.91%
合计		7,650.83	90.34%

报告期内，发行人前五名供应商变动情况如下：2017 年相比 2016 年，公司前五大供应商新增 Papaya Group Co., Limited、Mobvista International Technology Limited 及 Domob Ruida Limited，发行人对其采购金额占当年采购总额的比例分

别为 17.78%、10.96%及 5.51%。2018 年相比 2017 年，公司前五大供应商新增 Meetsocial (Hong Kong) Digital Marketing Co., Limited，发行人对其采购金额占当年采购总额的比例为 14.12%。

发行人报告期内仅于 2016 年对 Google LLC 的采购金额占采购总额比例高于 50%，由于 2016 年公司采购额相对较少，且采购渠道不够多元，因此对 Google 的采购占比较高，其他各期随着公司采购渠道的拓展以及推广需求的增加，公司采购渠道逐渐多元化，开始增加代理采购量，如 Papaya Group Co., Limited 是 Facebook 的代理商；Parbat Hongkong Limited、Domob Ruida Limited、Hongkong Adtiger Media Co., Limited 是 Google 和 Facebook 的代理商；Mobvista International Technology Limited 是 Google、Facebook 的代理商等，因此 2017 年、2018 年公司单个供应商的采购金额均未超过当期采购总额的 50%，不存在严重依赖少数供应商的情形。报告期内，发行人及控股股东、实际控制人、5% 以上股东、董监高与其他主要供应商不存在关联关系。

五、固定资产和无形资产

（一）固定资产

截至 2018 年 12 月 31 日，公司固定资产主要包括办公设备、电子设备。公司固定资产账面原值为 922.85 万元，累计折旧 418.00 万元，账面净值 504.85 万元，主要情况如下：

项目	原值（万元）	累计折旧（万元）	账面价值（万元）	成新率（%）
办公设备	74.92	65.01	9.92	13.23
电子设备	761.30	320.59	440.71	57.89
运输工具	86.62	32.39	54.23	62.60
合计	922.85	418.00	504.85	54.71

（二）无形资产

1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司未拥有任何土地使用权。

2、注册商标

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司拥有的注册商标如下：

序号	商标	权利人	注册号	国际分类	到期日	地区
1	iHandy	发行人	3903560	9	2021.01.10	美国
2	iHandy	发行人	1402102	9	2020.12.23	澳大利亚
3	iHandy	发行人	40-0904465-0000	9	2022.02.14	韩国
4	iHandy	发行人	0001594255	9	2020.05.27	意大利
5	iHandy	发行人	UK00002633188	9	2020.05.27	英国
6	iHandy	发行人	103963815	9	2020.05.27	法国
7	iHandy	发行人	3044240	9	2020.05.27	西班牙
8	iHandy	发行人	TMA878959	9、42	2029.05.27	加拿大
9	iHandy	发行人	5422292	9	2021.07.01	日本
10	InstaMessage	发行人	17679689	9	2026.10.06	中国
11	汉迪	iHandy Network	19807035	9	2027.06.20	中国
12	汉迪	iHandy Network	19807036	42	2027.06.20	中国
13	iHandy Network	iHandy Network	19807037	42	2027.06.20	中国
14	汉迪移动	iHandy Network	19807038	42	2027.06.20	中国
15	汉迪移动	iHandy Network	19807039	9	2027.06.20	中国
16		iHandy Network	28789326	42	2028.12.20	中国
17		iHandy Network	28789325	9	2028.12.20	中国
18		ONE App	5270548	9	2027.08.21	美国
19	Daily Horoscope Plus	ONE App	5549058	9、45	2028.08.27	美国
20	MAX CLEANER	ONE App	5565380	9	2028.09.17	美国
21	MAX SECURITY	ONE App	5565169	9	2028.09.17	美国
22		ONE App	5565831	9	2028.09.17	美国
23	Color Phone	MoPlus Network	5564047	9	2028.09.17	美国

序号	商标	权利人	注册号	国际分类	到期日	地区
24	MAX	ONE App	5625311	9	2028.12.10	美国
25		ONE App	5601368	9	2028.11.05	美国
26	Zmoji	Tap Genius	5611941	9	2028.11.19	美国
27	Master of Horoscope	Tap Genius	5673177	9	2029.02.11	美国

3、软件著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司共拥有 72 项计算机软件著作权，其中与发行人主营业务相关的核心计算机软件著作权情况如下：

序号	软件名称	登记号	著作权人	地区
1	Autopilot 面向移动应用用户的大数据存储与 BI 子系统 V1.0	2018SR899648	发行人	中国
2	iHandy 移动互联网广告自动化精准投放平台 V1.0	2018SR939778	发行人	中国
3	iHandy 基于标签的个性化内容推荐平台 V1.0	2018SR939813	发行人	中国
4	CherryPie 广告智能数据抓取与分析子系统 V1.0	2019SR0138995	发行人	中国
5	GoldenEye 基于规则的移动互联网广告变现自动优化平台 V1.0	2018SR681586	发行人	中国
6	iHandy 面向移动应用的智能数据分析与服务接入中间件 V1.0	2018SR843486	发行人	中国
7	基于机器学习的 Sweet Camera 个性化照片编辑和美化软件 V1.0	2018SR994482	iHandy Limited	中国
8	Zmoji 个性化头像表情和动图制作软件 V1.0	2018SR976267	Mobile Flame	中国
9	AIR 手机智能桌面操作系统软件 V1.6	2018SR748408	ONE App	中国
10	MAX 安卓系统智能清理软件 V1.2.2	2018SR896308	ONE App	中国

（三）租赁资产

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司租赁房产的情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁物业位置	面积（平方米）	租赁用途	是否有产权证明	是否备案	租赁期限
----	-----	-----	--------	---------	------	---------	------	------

序号	承租方	出租方	租赁物业位置	面积 (平方米)	租赁用途	是否有 产权证明	是否 备案	租赁期 限
1	发行人	北京邦泰摩尔资产管理有限公司	北京市海淀区成府路28号2座10、11、12层1001、1002、1003、1006、1007、1008、1101、1201、1102、1103、1106、1107、1202、1206、1208号房间和3座11层1108号房间	2,364.59	办公	是	否	2018.09.01-2019.08.31
2	发行人	北京海淀置业集团有限公司	北京市海淀区成府路28号1座11层	1,916.81	办公	是	否	2018.06.10-2021.06.09
3	发行人	陈建华	北京市海淀区成府路28号12层3座1202、1206、1208号房间	456.50	办公	是	否	2018.04.28-2021.04.30
4	发行人	北京邦泰银通商业管理有限公司	北京市海淀区成府路28号4座16层1610、1612、1615号房间及3座16层1610号房间	438.67	办公	否	否	2018.09.01-2019.08.31
5	发行人	邵昌英	北京市海淀区成府路28号3座11层1101号房间	158.1	办公	是	否	2018.09.01-2021.08.31
6	发行人	张玲云、张玲芳	北京市海淀区成府路28号3座11层1103号房间	114.07	办公	是	否	2018.09.01-2021.08.31
7	发行人	北京邦泰摩尔资产管理有限公司	北京市海淀区成府路28号2座11层1108号房间	77.89	办公	是	否	2019.01.01-2019.08.31
8	iHandy Network	Wong Chang Ling (王乾麟)	香港尖沙咀海防道35-37号海利行11楼办公室编号3, 4, 5	以实际租用工位为准	办公	是	否	2018.07.06-2019.07.05

六、公司持有的现行有效的主要经营资质证书

（一）特许经营权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司未拥有特许经营权。

（二）主要经营资质

公司的经营范围和经营方式符合《公司法》《中华人民共和国公司登记管理条例》及其他法律、法规和规范性文件的规定。截至本招股说明书签署之日，公司拥有的资质证照及业务许可主要包括：

序号	资质名称	发证主体	证号/文号	核发日期	有效期
1	中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证	北京市通信管理局	京 ICP 证 150992 号	2015.11.06	2020.11.06
2	网络文化经营许可证	北京市文化局	京网文[2018]10423-942 号	2018.11.08	2021.11.07
3	技术出口合同登记证书	北京市商务委员会	EXP-1100-10693	2018.09.14	—
4	技术出口合同登记证书	北京市商务委员会	EXP-1100-10694	2018.09.14	—
5	对外贸易经营者备案登记表	商务部	02135311	2018.02.23	—

七、公司的技术研发情况

（一）本公司主要产品或服务的核心技术

1、核心技术

公司经过十余年技术积累，在移动应用领域不断积累研发优势，公司目前拥有的各项核心技术均为业务发展过程中多年积累自主创新形成。公司研发部门针对产品功能、产品研发、商业化运营等多维度的关键技术进行深入钻研，截至 2018 年 12 月 31 日，公司拥有的主要核心技术如下表所示：

序号	技术名称	技术用途与特点	技术来源	技术领域
1	移动设备系统性能分析与优化技术	移动设备系统性能分析与优化技术基于移动设备的运行信息，如耗电量、存储性能等，对运行性能数据进行拟合和预测，确定用户需求区间，动态优化用户体验。	自主研发	产品功能
2	恶意行为检测和隐私保护技术	恶意行为检测和隐私保护技术综合应用日志分析、行为序列分析、静态特征分析等多种技术，分析设备内的潜在威胁，中止恶意行为和隐私泄漏。	自主研发	产品功能
3	特征识别与推荐技术	特征识别与推荐技术应用主成分分析、运动检测等方法对文本信息、图像信息等单源或多源信息进行目标特征识别。并基于特征信息，根据需求场景，采用协同过滤、基于内容过滤等策略，推荐符合预期信任度	自主研发	产品功能

序号	技术名称	技术用途与特点	技术来源	技术领域
		的数据、信息或策略组合。		
4	市场机会分析与商业决策支持系统	市场机会分析与商业决策支持系统监控 Google Play、App Store 等主要应用商店及其他对市场机会有显著影响的平台，从上述平台获取应用排名、下载量、更新频率、同类应用数量等各项特征数据，分析挖掘个性化市场机会，并基于模型，为公司提出商业决策备选方案。	自主研发	产品研发
5	移动应用模块化开发技术	移动应用模块化开发技术将产品开发过程中高频使用或需要集中管理的基础功能，集中进行开发和维护，封装为标准的、可重复使用的模块提供给产品团队，减少产品团队在基础功能上的重复工作，节省开发资源，提高产品并行开发的能力，缩短产品的开发周期，提高产品的稳定性和可维护性。 公司研发部门基于移动应用模块化开发技术，主要提供产品生命周期管理、产品配置管理、远程消息管理、日志管理、用户行为统计、本地消息机制，以及其他基础工具等模块。	自主研发	产品研发
6	智能产品运营平台	智能产品运营平台具备中心化、可追溯、可审计的特征，集中管理产品的各项信息、状态和数据等，简化产品关键信息在公司内部的生产、变更、共享等过程，提高管理效率。 智能产品运营平台自动监控产品的运营状态，记录各项指标，对异常的变化及时预警，并推荐解决方案。	自主研发	产品研发
7	产品自动检测技术	产品自动检测技术主要运用于产品发布前的质量检测和完备性检测环节，可全面排查产品发布的风险点，包括病毒、关键配置信息、权限配置、证书配置、代码混淆状态等，确保产品满足公司的质量要求和应用商店的规范。	自主研发	产品研发
8	智能运维技术	运用智能运维技术，公司可以自动监控产品的客户端崩溃事件、服务器性能状态等各项指标，应用变分自编码器算法，及时发现异常状态并进行预警，根据预定义的策略自动处理事故。	自主研发	产品研发
9	智能产品优化平台	智能产品优化平台为公司产品提供个性化场景优化方案和效果追踪记录。平台基于所积累的大量数据进行用户特征分析，基于预定义规则根据产品指标对用户进行个性化的产品优化。	自主研发	产品研发
10	数据管理与分析平台	数据管理与分析平台支持海量数据的聚合和多维度分析，为其他各个智能平台提供大数据基础设施。 平台基于 HIVE 技术，使用自动化的 ETL 任务管理、消息流传输等技术，支持 PB 级万亿条数据存储，TB 级数据传输。	自主研发	产品研发
11	移动应用广告聚合技术	移动应用广告聚合技术将产品开发中需要集成的多个广告提供商的 SDK 聚合到一起，简化 SDK 的复杂层次结构，提供统一的 API，降低产品开发过程中接入多个广告提供商的复杂程度，并提供统一的测试方式，简化测试过程。	自主研发	商业化运营
12	移动互联网聚合广告运	移动互联网聚合广告运营平台为公司产品团队提供广告变现配置管理、变现策略调优、变现效果监控、	自主研发	商业化运

序号	技术名称	技术用途与特点	技术来源	技术领域
	营平台	事件预警和报警等广告变现的各个过程的操作，提高广告变现过程的可管理性、可监控性、可优化性。平台基于广告变现的大量数据，应用算法分析不同产品在不同场景的广告变现配置和变现效果的关系，推荐最佳 ROI 的变现策略，实现广告变现的智能优化。		营
13	广告投放管理平台	广告投放管理平台为公司产品团队提供广告投放创意管理、投放订单管理、投放效果监控等广告投放各个过程的操作，提高广告投放过程的可管理性、可监控性、可优化性。平台应用 API 技术，帮助公司数字营销团队在第三方广告投放平台上自动创建广告、自动处理广告投放账户的相关操作。	自主研发	商业化运营

公司核心技术及对应的软著及正在申请中的专利情况如下：

序号	技术名称	技术类型	专利申请号/著作权号	在申请中专利名称/著作权名称
1	移动设备系统性能分析与优化技术	专利技术	201811093015.1	耗电量监测方法、装置、设备及其存储介质
2	恶意行为检测和隐私保护技术	非专利技术		
3	特征识别与推荐技术	专利技术	201810942146.6	一种图像处理方法及装置
			201811088450.5	一种来电界面的显示方法、装置、设备和存储介质
			201811339208.0	一种图片处理方法及装置
4	市场机会分析与商业决策支持系统	非专利技术	软著登字第 1981614 号	基于社交平台的排行榜排名特征抓取与分析系统软件 V1.0
5	移动应用模块化开发技术	专利技术	201811301155.3	应用内购买的方法和相关装置
			201811354107.0	信息推送方法、装置、服务器及存储介质
6	智能产品运营平台	非专利技术	软著登字第 1981605 号	基于面向服务体系架构的企业主数据管理平台系统软件 V1.0
7	产品自动检测技术	非专利技术		
8	智能运维技术	非专利技术		
9	智能产品优化平台	专利技术	201811295044.6	一种功能测试方法及装置
10	大数据管理与分析平台	非专利技术	软著登字第 2270385 号	移动互联网消费者和用户聚合数据管理与分析平台 V1.0
11	移动应用广告聚合技术	专利技术	201811103132.1	一种广告请求方法、装置及设备、存储介质
12	移动互联网聚合广告运营平台	非专利技术	软著登字第 3010681 号	GoldenEye 基于规则的移动互联网广告变现自动优化平台 V1.0

序号	技术名称	技术类型	专利申请号/ 著作权号	在申请中专利名称/著作权名称
13	广告投放管理平台	专利技术	201811105955.8	预测应用留存数据的方法、装置、设备及存储介质

2、核心技术产品收入占营业收入比例

公司的产品为移动应用程序，并基于产品积累的用户流量实现变现。由于公司报告期内不存在营业外收入，核心技术相关业务收入占营业收入比例达 100%。

（二）本公司研发费用投入情况

1、公司研发费用构成、占营业收入比例

报告期内，公司研发支出分别为 2,682.45 万元、9,209.01 万元及 10,375.58 万元，具体情况请参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”之“（四）期间费用分析”之“4、研发费用分析”。

2、合作研发情况

报告期内，公司不存在合作研发情况。

（三）本公司研发人员情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司员工总数为 434 人，其中研发人员 311 人，占公司总人数 71.66%。研发人员大多为计算机、通讯、电子、软件工程、视觉和交互设计相关的专业人才，具备软件开发及管理经验。其中硕士及以上 76 人，本科 228 人，占研发人员总数的 97.75%。

（四）本公司现有技术和知识产权保护措施

公司采取了严格的技术保密管理措施，与全体研发人员签订了保密协议，约定相关知识产权保护措施。公司借助知识库管理系统、研发管理系统等平台工具，对技术文档及开发源代码进行统一管理，防止核心技术文档和源代码流失。同时，对软件源代码、重要技术文档等核心技术资料采取了专业管理系统、专用设备、指派专人进行统一维护及管理。

公司对自主研发的关键技术申请了发明专利保护，对重要产品申请了软件著作权，保护公司的知识产权。

八、公司境外经营情况

（一）海外业务发展情况

1、海外业务介绍

公司作为移动应用程序的开发者，面向全球用户提供产品及服务，截至 2018 年底，公司主要收入来源于海外地区。

2、海外机构组成

目前公司开展海外业务的机构主要分布在亚洲、北美，重点针对海外用户、海外客户和供应商的不同需求提供产品和服务，具体海外机构如下：

（1）iHandy Network Limited 即汉迪网络（香港）有限公司，全资控股子公司；

（2）Taplogic Inc.，全资控股子公司；

（3）iHandy Limited，全资控股孙公司；

（4）Magic Arts Limited，全资控股孙公司；

（5）Mobile Flame Limited，全资控股孙公司；

（6）MoPlus Network Limited，全资控股孙公司；

（7）ONE App Limited，全资控股孙公司；

（8）Quick Atom Limited，全资控股孙公司；

（9）Tap Genius Limited，全资控股孙公司；

（10）Energy Flow Limited，全资控股孙公司。

公司海外机构的详细情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司的情况”。

（二）海外业务收入情况

报告期内，公司依靠自身产品及服务优势，推进布局海外业务，整体呈增长趋势。具体情况请参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之

“十、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入构成分析”。

九、未来发展与规划

（一）发展目标

公司秉承“用产品改变世界”的理念，持续不断的打造满足全球用户各类细分需求的移动互联网产品，并在产品、技术、设计、运营和营销各环节及其融合方面都追求极致，致力于成为一家真正创造价值的产品公司。

（二）未来三年的具体发展规划和措施

1、持续提升打造优秀产品的能力、持续扩大用户规模

移动应用程序的研发水平与产品质量是公司的核心竞争力，而用户规模既是对公司产品质量与研发水平的反应，也是公司收入来源的基础。及时推出切实满足用户需求、为用户提供便利、提高数字化生活品质的精品移动应用程序是公司一直以来的发展宗旨与目标。产品界面操作简便、设计简洁、运行流畅、安全可靠是公司产品设计的指导方向。未来，公司将贯彻以上目标与方向，根据用户的反馈数据，持续分析客户需求偏好，坚持创新，不断打造出精品移动应用产品；在满足用户各类需求的基础上，不断扩大用户规模，巩固用户基础，促进公司快速发展。

2、横向丰富产品矩阵、纵向深化分析用户需求

公司自设立以来，秉持创新精神，积极捕捉分析新的客户需求，不断尝试新型移动应用程序的研发与测试。目前公司已经建立了系统工具、生活小工具和内容娱乐类移动应用产品矩阵，未来会在横向不断拓展产品类型，并在各个细分品类深入挖掘用户需求，在切实解决用户需求的基础上使产品矩阵和细分功能纵横贯通，提升用户体验。

3、推进智能化、精准化的商业运营平台系统建设

公司将积极加强商业运营平台系统的建设，以支撑不断丰富的产品矩阵。公司将通过改进产品智能优化模型，为产品提供高效、便捷的优化服务；同时将通

过精准识别用户画像，提高用户获取率、转化率，以及推广信息与用户兴趣的匹配度；此外，公司将深入分析用户习惯、优化变现策略模型，不断提高变现效率。

4、发展适应快速变化市场的企业组织管理模式

截至 2018 年底，公司员工共 434 人，自公司成立以来，规模不断增长。为在公司规模扩大的前提下保持持续创业能力，公司在未来经营过程中会把诸多产品团队和服务团队划分成相对独立和完整的业务单元，使各业务单元能够及时应对市场变化并驾驭市场目标。同时各业务单元能够获得公司层面的文化、方法论和资源赋能，各业务单元责任权利清晰，有助于释放员工积极性，为未来公司的持续发展提供更好的组织和制度支持。

（三）拟定上述计划所依据的假设条件

- 1、公司所遵循的国家和地方现行有关法律、法规经济政策无重大改变；
- 2、本次公司股票发行上市能够成功，募集资金顺利到位；
- 3、募集资金投入项目能够顺利实施，并取得预期收益；
- 4、公司所处行业与市场环境不会发生重大变化；
- 5、公司无重大经营决策失误和足以严重影响正常运转的人事变动；
- 6、未发生对公司正常经营造成重大不利影响的突发性事件或其它不可抗因素。

（四）拟定发展规划和目标所依据的假设条件和面临的主要困难

公司多年来的发展主要依靠企业自身持续积累的方式完成。为把握国家信息化发展以及互联网行业高速发展的有利契机，公司仍需要对核心技术研发体系以及营销服务体系进行进一步提升，这都需要公司投入大量的资金来完成，因此，资金实力一定程度上制约了公司的快速发展。同时，互联网企业高层次人才的快速流动、薪酬增长的现状也会对公司实现未来的发展目标造成一定的资金压力。

（五）发行人确保上述发展规划的方法或者途径

本次发行股票为实现上述公司发展规划提供了资金支持，公司将认真组织募集资金项目的实施，并加强项目实施过程中的各项管理工作，保障募集资金项目顺利投入实施并产生效益。

第一，公司通过公开发行股票并在创业板上市，成为公众公司，增加社会监督力度。公司进一步完善法人治理结构等，实施公司运行机制升级，提高公司的知名度和影响力，增加公司员工的凝聚力和公司对于优秀人才的吸引力；

第二，公司将继续坚持企业文化建设，把提高员工素质和引进高层次人才作为企业发展的重中之重，建立并完善高级产品、技术人才和高级管理人才的引进和激励机制，以良好的工作环境与发展机遇吸引并留住人才；

第三，公司将不断加大科技研发投入的力度，开发出更多具有高技术含量和全球竞争力的产品，持续扩大总体用户数量，增强用户体验，提升产品的品牌美誉度；

第四、公司将进一步提高公司的知名度和移动互联网生态环境影响力，充分利用商业平台的核心竞争力，积极拓展国内外市场，进一步丰富公司商业模式，提升营收规模和利润规模。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立情况

自发行人成立以来，严格按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了公司法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，拥有独立、完整的业务体系，具备面向市场独立经营的能力。发行人已符合《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

公司具备与生产经营有关的主要设备与设施，合法拥有与生产经营有关的商标、软件著作权的所有权或者使用权，具有独立的采购和销售系统，目前不存在依赖股东的资产进行生产经营的情况，不存在资产、资金被控股股东、实际控制人占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立

发行人董事、监事、高级管理人员均按照《公司法》《公司章程》等有关规定通过合法程序产生，公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其它职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中领薪。公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

发行人设立后，已依据《中华人民共和国会计法》《企业会计准则》的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度，并建立健全了相应的内部控制制度，能够独立作出财务决策。发行人设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，具有规范的财务会计制度和对其子公司的财务管理制度；公司在银行独立开立账户，拥有独立的银行账号，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户；公司作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报

和履行纳税义务；公司独立对外签订合同，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户或混合纳税的情形。

（四）机构独立

发行人依法设立股东大会、董事会、监事会及总经理负责的管理层，建立了完整、独立的法人治理结构，并规范运作。公司已建立了适应自身发展需要和市场竞争需要的经营管理职能机构，各机构按照《公司章程》及各项规章制度独立行使职权。该等职能机构与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在上下级关系。公司具有独立设立、调整各职能部门的权力，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情形。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在办公机构和生产经营场所实现有效分离，不存在混合经营、合署办公的情况。

（五）业务独立

公司拥有独立完整的采购、研发和销售业务体系，业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东拉萨清智、实际控制人黄扬清先生控制的除本公司全资子公司以外的其他企业不存在以任何形式直接或间接从事与公司相同或相似业务的情况，不存在与本公司同业竞争的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

发行人控股股东拉萨清智及实际控制人黄扬清先生已出具《关于避免同业竞争的承诺函》如下：

本方及直接或间接控制的企业目前不存在且不直接或间接地从事与汉迪移动及其子公司主营业务相同、近似或构成竞争的业务，也未发生直接或间接构成或可能构成业务上存在竞争的情形；

同时，本方承诺：

1、将来不以任何方式从事，包括与他人合作直接或间接从事与汉迪移动及其子公司主营业务相同、相似或在任何方面构成竞争的业务（下称“竞争业务”）；

2、将尽一切可能之努力使本方其他关联方不从事与汉迪移动及其子公司的竞争业务；

3、不投资控股业务与汉迪移动及其子公司相同、类似或在任何方面构成或可能构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；

4、不向其他业务与汉迪移动及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业机密；

5、如果未来本方及直接或间接控制的企业将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的投资机会或其它商业机会，在同等条件下赋予汉迪移动该等投资机会或商业机会之优先选择权。

6、本方及直接或间接控制的企业如违反上述任何承诺，将赔偿汉迪移动及汉迪移动的股东因此遭受的一切经济损失，该等责任是连带责任；

本承诺函自出具之日起生效且为不可撤销的，并在本方作为汉迪移动关联方的整个期间持续有效。

以上承诺适用于中国境内及境外所有其他国家及地区。

三、发行人关联方、关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的相关规定，截至本招股说明书签署之日，本公司存在的关联方及关联关系如下：

（一）公司的控股股东及实际控制人

1、拉萨清智

拉萨清智为发行人的控股股东，其基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的情

况”之“（一）持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人、一致行动人基本情况”相关内容。

2、黄扬清

黄扬清先生为发行人的实际控制人，其基本情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事基本情况”相关内容。

（二）持有公司 5% 以上股份的其他股东

关联方	与本公司关联关系
拉萨酷乐	持有发行人 32,400,000 股股份，持股比例为 9.00%
西藏清泽	持有发行人 25,920,000 股股份，持股比例为 7.20%
拉萨天宽	持有发行人 18,000,000 股股份，持股比例为 5.00%
北京清宸同创	持有发行人 18,000,000 股股份，持股比例为 5.00%
北京清合	持有发行人 18,000,000 股股份，持股比例为 5.00%

拉萨酷乐、西藏清泽、拉萨天宽、北京清宸同创、北京清合的情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的情况”之“（一）持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人、一致行动人基本情况”相关内容。

（三）公司控股股东及实际控制人控制的其他主要企业

关联方	与本公司关联关系
汇智时创	实际控制人控制的其他企业
佳瑞互动	实际控制人控制的其他企业
浙江清瑞	实际控制人控制的其他企业
北京清瑞	实际控制人控制的其他企业
Global Wise	实际控制人控制的其他企业
Jiarui Network	实际控制人控制的其他企业

汇智时创、佳瑞互动、浙江清瑞、北京清瑞、Global Wise 及 Jiarui Network 的情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的情况”之“（二）控股股东及实际控制人控制的其他主要企业的情况”相关内容。

（四）发行人的子公司

发行人子公司的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司的情况”相关内容。

（五）公司的董事、监事、高级管理人员及其直接或间接控制的或担任董事、高级管理人员的其他企业

公司的董事、监事、高级管理人员基本情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”相关内容。

发行人的上述关联自然人直接或间接控制的或担任董事、高级管理人员的其他企业亦为发行人的关联方。

姓名	担任发行人职务	控制或任职的企业（控制或任职关系，不包括发行人的全资或控股子公司）	持股或任职
黄扬清	董事长、总经理	拉萨清智	持股 100%、任执行董事
		北京清合	持有 37.77% 出资，任执行事务合伙人
		北京清宸同创	持有 13.92% 出资，任执行事务合伙人
		汇智时创	持股 88.89%、任执行董事
		佳瑞互动	持股 85.71%、任执行董事
		浙江清瑞	任执行董事
		北京清瑞	任执行董事
		Jiarui Network	任董事
		Global Wise	任董事
张劲飞	董事、副总经理	拉萨酷乐	持股 100%、任执行董事
		西藏清泽	持股 99%、任执行董事
黄滢	董事、副总经理	-	-
吴靖	董事、董事会秘书、财务负责人	-	-
许开新	董事	-	-
徐孟洲	独立董事	华能国际电力股份有限公司	任独立董事
		新奥生态控股股份有限公司	任独立董事
		山东华鲁恒升化工股份有限公司	任独立董事

姓名	担任发行人职务	控制或任职的企业（控制或任职关系，不包括发行人的全资或控股子公司）	持股或任职
朱武祥	独立董事	华夏幸福基业控股股份公司	任独立董事
		上海慧晰管理咨询合伙企业（有限合伙）	持有 85.71% 出资，任执行事务合伙人
		上海智评企业管理咨询有限公司	通过上海慧晰管理咨询合伙企业（有限合伙）间接持股 75.00%
		广州博融智库咨询股份有限公司	任董事
		商模智星（北京）咨询有限公司	任董事，持股 40%
		中国信达资产管理股份有限公司	任独立董事
		中航信托股份有限公司	任独立董事
		北京金和网络股份有限公司	任董事
		山东省鲁信投资控股集团有限公司	任董事
		山东省投资有限公司	任董事
		海尔融资租赁股份有限公司	任董事
		山东先大健康产业股份有限公司	任董事
		清大艺博文化发展有限公司	任董事
		天音通信有限公司	任董事
		北京市城市排水集团有限责任公司	任董事
许年行	独立董事	新疆红山基金管理股份有限公司	任董事
		新余钢铁股份有限公司	任独立董事
		福建纳川管材科技股份有限公司	任独立董事
		立得空间信息技术股份有限公司	任独立董事
杨银春	监事	-	-
汪文灿	监事	-	-
李墨耘	监事	-	-

（六）报告期内公司其他关联方

报告期内其他重大关联企业：

序号	关联方	关联关系
1	智胜新格	实际控制人黄扬清先生报告期内曾持有智胜新格 87.50% 股权，并担任执行董事、经理；发行人董事张劲飞先生报告期内曾持有智胜新格 12.50% 股权，并担任监事。2017 年 12 月，黄扬清先生、张劲飞先生将其持有的智胜新格股权全部转让，黄扬清先生辞任智胜新格执行董事、经理职务，张劲飞先生辞去监事职务。
2	Wisdom Network Limited	Wisdom Network 为智胜新格全资子公司，黄扬清先生报告期内曾担任 Wisdom Network 董事。2017 年 12 月，辞任董事职务。

序号	关联方	关联关系
3	Grandfalls Global Limited	Grandfalls Global 为 Wisdom Network 全资子公司，黄扬清先生报告期内曾担任董事。2017 年 12 月，黄扬清先生辞任董事职务。
4	Blowfire Limited	Blowfire Limited 为 Wisdom Network 全资子公司，张劲飞先生报告期内曾担任董事。2017 年 12 月，张劲飞先生辞任董事职务。
5	北京清泽	曾为发行人持股 5% 以上股东，黄扬清先生任北京清泽执行事务合伙人委派代表。2018 年 12 月，北京清泽在《北京晨报》上刊登了注销公告。2019 年 3 月，北京市工商局海淀分局核准了北京清泽的注销登记。

报告期内发行人董事、监事、高级管理人员原直接或间接控制的或担任董事、高级管理人员的其他企业为发行人关联方。

发行人董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员及其直接或间接控制的或担任董事、高级管理人员的其他企业亦为发行人的关联方。

四、关联交易

（一）经常性关联交易

报告期内，公司与关联方经常性关联交易情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
关键管理人员薪酬	1,196.57	592.51	275.55

（二）偶发性关联交易

报告期内，公司与关联方不存在偶发性关联交易。

（三）资金往来

报告期内，公司与关联方之间发生的资金往来主要为垫款，具体为实际控制人为发行人垫付房租及员工工资，具体情况如下表：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
实际控制人代付房租	-	-	120.00
实际控制人代付薪资	-	110.16	387.05
总计	-	110.16	507.05

上述代付款项将由实际控制人无偿捐赠至公司。公司 2019 年第一次临时股东大会已对上述实际控制人代付房租及薪资事项进行追认，在对该等关联交易进

行表决时，涉及的关联董事和关联股东已回避表决，发行人独立董事对该等关联交易事项均分别发表了不存在损害发行人及其他股东利益的情况、程序合法的独立意见。

（四）报告期内公司与关联方资金往来款余额的情况

报告期内，公司不存在与关联方资金往来款余额。

（五）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，前述实际控制人垫付款占当期利润总额的比例分别为-17.42%、0.85%及 0.00%，对公司的财务状况和经营成果影响较低。

（六）发行人关联交易的决策程序

发行人现行有效的《公司章程》《关联交易决策制度》《对外担保管理制度》及《独立董事工作制度》等内控制度对关联交易的决策程序作出了明确、详细的规定。主要内容如下：

1、《公司章程》关于关联交易的主要规定

《公司章程》（草案）第七十九条规定了股东大会审议关联交易事项的回避和表决程序，第一百一十条规定了达到一定金额的关联交易应提交董事会审议批准；交易金额在 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的，由董事会审议通过后，还应提交股东大会审议。

2、《关联交易决策制度》关于关联交易的主要规定

《关联交易决策制度》对发行人的关联方、关联关系及关联交易进行了明确，详细规定了关联交易的决策权限和决策程序。

3、《对外担保管理制度》关于关联交易的主要规定

《对外担保管理制度》第十五条第五款明确规定，对股东、实际控制人及其关联方提供的担保应经股东大会审议批准。第十六条、第十七条明确规定，董事会审议的担保事项为关联交易时，按照董事会审议关联交易的程序执行；股东大会在审议股东、实际控制人及其关联方的担保事项时，关联股东应回避表决。

4、《独立董事工作制度》关于关联交易的主要规定

《独立董事工作制度》第十三条明确规定，需要提交股东大会审议的关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。第十四条第（五）项明确规定，独立董事应当对需要披露的关联交易等重大事项向董事会或股东大会发表独立意见。第十四条第（六）项明确规定，独立董事应当对公司股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或者新发生的总额高于三百万元且高于公司最近经审计净资产值的5%的借款或者其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款向董事会或股东大会发表独立意见。

（七）规范及减少关联交易的措施

公司已制定了相关的关联交易决策制度，对关联交易的决策程序、审批权限进行了约定。公司及各关联方将严格遵守相关规范，进一步规范和减少关联交易。

（八）规范及减少关联交易的承诺

发行人控股股东拉萨清智、实际控制人黄扬清先生分别出具了《关于规范及减少关联交易的承诺函》，具体如下：

1、本方及关联方将尽量避免和减少与汉迪移动及其下属子公司之间的关联交易，对于汉迪移动及其下属子公司能够通过市场与独立第三方之间发生的交易，将由汉迪移动及其下属子公司与独立第三方进行。本方及关联方将严格避免向汉迪移动及其下属子公司拆借、占用汉迪移动及其下属子公司资金或采取由汉迪移动及其下属子公司代垫款、代偿债务等方式侵占汉迪移动及其下属子公司资金。

2、对于本方及关联方与汉迪移动及其下属子公司之间必需的一切交易行为，均将严格遵守市场原则，本着平等互利、等价有偿的一般原则公平合理地进行。交易定价有政府定价的，执行政府定价；没有政府定价的，执行市场公允价格；没有政府定价且无可参考市场价格的，按照成本加可比较的合理利润水平确定成本价执行。

3、本方及关联方与汉迪移动及其下属子公司之间的关联交易将严格遵守汉迪移动章程、关联交易决策制度等规定履行必要的法定程序。在汉迪移动权力机

构审议有关关联交易事项时主动依法履行回避义务；对须报经有权机构审议的关联交易事项，在有权机构审议通过后方可执行。

4、本方保证不通过关联交易取得任何不正当的利益或使汉迪移动及其下属子公司承担任何不正当的义务。如果因违反上述承诺导致汉迪移动或其下属子公司损失或利用关联交易侵占汉迪移动或其下属子公司利益的，汉迪移动及其下属子公司的损失由本方承担。

5、上述承诺在本方构成汉迪移动的关联方期间持续有效。

第八节 董事、监事及高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

（一）董事基本情况

截至本招股说明书签署之日，本公司共有董事 8 名，其中 3 名为独立董事。公司董事由股东大会选举产生，每届任期 3 年，任期届满可连选连任；独立董事任期 3 年，任期届满可连选连任，连任时间不得超过 6 年。

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	黄扬清	董事长	全体发起人	2016.05.18-2019.05.18
2	张劲飞	董事	全体发起人	2016.05.18-2019.05.18
3	黄滢	董事	全体发起人	2016.05.18-2019.05.18
4	吴靖	董事	董事会	2018.10.23-2019.05.18
5	许开新	董事	董事会	2018.10.23-2019.05.18
6	徐孟洲	独立董事	董事会	2018.10.23-2019.05.18
7	朱武祥	独立董事	董事会	2018.10.23-2019.05.18
8	许年行	独立董事	董事会	2018.10.23-2019.05.18

上述董事主要简历如下：

黄扬清先生，现任公司董事长、总经理、法定代表人，出生于 1974 年，中国国籍，无境外永久居留权。1997 年毕业于清华大学计算机科学与技术系、清华大学经济管理学院，获双学士学位；1999 年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获硕士学位。曾任爱立信（中国）科技有限公司（高级）业务经理。2008 年 8 月至 2016 年 7 月，任汉迪有限执行董事、总经理；2016 年 7 月至今，任汉迪移动董事长、总经理、法定代表人。

张劲飞先生，现任公司董事、副总经理，出生于 1973 年，中国国籍，无境外永久居留权，1997 年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获学士学位；1999 年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获硕士学位。曾参与创建北京数码超智信息技术有限公司；2010 年 3 月至 2016 年 7 月任汉迪有限首席技术官；2016 年 7 月至今，任发行人董事、副总经理。

黄滢先生，现任发行人董事、副总经理，出生于 1978 年，中国国籍，无境外永久居留权。2000 年毕业于中国美术学院油画专业，获学士学位。曾任北京东道设计有限公司设计师；2010 年 3 月至 2016 年 7 月任汉迪有限首席设计师；2016 年 7 月至今任发行人董事、副总经理。

吴靖女士，现任发行人董事、董事会秘书、财务负责人，出生于 1973 年，中国国籍，无境外永久居留权。1996 年毕业于首都经济贸易大学，获金融专业学士学位。曾任毕马威会计师事务所（特殊普通合伙）审计经理，兴业银行股份有限公司投资银行部项目经理，华油能源集团财务部经理、内控总监，兴业银行股份有限公司天津分行投资银行部副总经理、京津冀业务总部副总裁；2018 年 1 月加入公司，2018 年 10 月至今任发行人董事、董事会秘书、财务负责人。

许开新先生，现任发行人董事，出生于 1973 年，美国国籍。1997 年毕业于清华大学计算机系，获工学学士学位；1999 年毕业于清华大学计算机系，获工学硕士学位；2004 年毕业于美国加州大学洛杉矶分校计算机系，获博士学位。曾任 Scalable Network Technologies 产品开发经理，NDS Group Limited 开发组长，Cisco Systems Inc 高级开发经理，神州优车股份有限公司高级开发总监；2017 年 4 月加入公司，2018 年 10 月至今任发行人董事。

徐孟洲先生，现任发行人独立董事，出生于 1950 年，中国国籍，无境外永久居留权。1982 年毕业于中国人民大学，获法学学士学位；1988 年获中国人民大学法学博士学位。1982 年至今，先后任中国人民大学法学院副教授、教授、博士生导师；同时兼任华能国际电力股份有限公司独立董事、新奥生态控股股份有限公司独立董事、山东华鲁恒升化工股份有限公司独立董事；2018 年 10 月至今任发行人独立董事。

朱武祥先生，现任发行人独立董事，出生于 1965 年，中国国籍，无境外永久居留权。1987 年 7 月毕业于清华大学，获信息系统学士学位；1989 年 12 月获清华大学经济学硕士学位；2002 年 12 月获清华大学经济学博士学位。1991 年 7 月至今先后任清华大学经济管理学院金融系讲师、副教授、教授副主任、博士生导师；同时兼任华夏幸福基业股份有限公司独立董事、中国信达资产管理股份有限公司独立董事、中航信托股份有限公司独立董事、北京金和网络股份有限公司独立董事；2018 年 10 月至今任发行人独立董事。

许年行先生，现任发行人独立董事，出生于 1978 年，中国国籍，无境外永久居留权。2000 年 7 月毕业于厦门大学，获管理学学士学位；2003 年 7 月，获厦门大学管理学硕士学位；2007 年 3 月，获厦门大学博士学位。2009 年 7 月至今先后任中国人民大学商学院财务与金融系讲师、副教授、教授博士生导师；同时兼任福建纳川管材科技股份有限公司独立董事、新余钢铁股份有限公司独立董事、立得空间信息技术股份有限公司独立董事；2018 年 10 月至今任发行人独立董事。

（二）监事基本情况

截至本招股说明书签署之日，公司监事会由 3 名监事组成，其中 2 名股东代表监事由股东大会选举产生，1 名职工代表监事由职工代表大会选举产生。

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	杨银春	监事会主席	监事会	2018.10.23-2019.05.18
2	汪文灿	监事	监事会	2018.10.23-2019.05.18
3	李墨耘	职工代表监事	职工代表大会	2018.10.23-2019.05.18

上述监事简历如下：

杨银春先生，现任发行人监事会主席，出生于 1981 年，中国国籍，无境外永久居留权。2003 年毕业于中国矿业大学，获学士学位；2006 年毕业于中国矿业大学，获硕士学位。曾任职于美信通（北京）科技发展有限公司、北京数码视讯科技股份有限公司、浪潮电子信息产业股份有限公司。2012 年 6 月至今，任汉迪移动架构师。

汪文灿先生，现任发行人监事，出生于 1989 年，中国国籍，无境外永久居留权。2010 年毕业于清华大学计算机系，获学士学位；2013 年毕业于清华大学计算机系，获硕士学位。曾就职于中科院计算所。2015 年 4 月至今，任汉迪移动开发工程师。

李墨耘先生，现任发行人职工代表监事，出生于 1985 年，中国国籍，无境外永久居留权。2007 年毕业于清华大学计算机系，获学士学位；2018 年毕业于清华大学，获工商管理硕士学位；曾任爱立信（中国）通信有限公司软件开发工程师；2014 年 8 月至今，任发行人产品事业部后台技术负责人。

（三）高级管理人员基本情况

公司高级管理人员共 4 名，包括总经理 1 名、副总经理 2 名、财务负责人兼董事会秘书 1 名。

序号	姓名	职务	任期
1	黄扬清	总经理	2016.05.18-2019.05.18
2	张劲飞	副总经理	2016.05.18-2019.05.18
3	黄滢	副总经理	2016.05.18-2019.05.18
4	吴靖	财务负责人、董事会秘书	2018.10.23-2019.05.18

上述高级管理人员的简历情况如下：

黄扬清先生，简历见本招股说明书本节“（一）董事基本情况”相关内容。

张劲飞先生，简历见本招股说明书本节“（一）董事基本情况”相关内容。

黄滢先生，简历见本招股说明书本节“（一）董事基本情况”相关内容。

吴靖女士，简历见本招股说明书本节“（一）董事基本情况”相关内容。

（四）其他核心人员基本情况

除上述董事、监事和高级管理人员外，本公司无其他核心人员。

（五）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

公司现任全体董事、监事和高级管理人员已经过保荐机构与发行人律师、会计师组织的相关辅导，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、高级管理人员及其近亲属持股情况

截至本招股说明书签署之日，除在本招股说明书“第五节 发行人基本情况”中披露的情形以外，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在直接或间接持有本公司股份的情况。

三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员与业务相关或持股（份额）超过 20% 的对外投资情况如下：

姓名	担任发行人职务	投资企业	出资比例
黄扬清	董事长、总经理	拉萨清智	100.00%
		北京清合	37.77%
		北京清宸同创	13.92%
		汇智时创	88.89%
		佳瑞互动	85.71%
张劲飞	董事、副总经理	拉萨酷乐	100.00%
		西藏清泽	99.00%
		汇智时创	11.11%
		佳瑞互动	14.29%
黄滢	董事、副总经理	西藏清泽	1.00%
		北京清合	34.20%
		北京清宸同创	9.10%
吴靖	董事、董事会秘书、 财务负责人	北京清合	5.00%
许开新	董事	-	-
徐孟洲	独立董事	-	-
朱武祥	独立董事	商模智星（北京）咨询有限公司	40.00%
		上海慧晰管理咨询合伙企业（有限合伙）	85.71%
		北京超维咨询有限公司	20.00%
许年行	独立董事	-	-
杨银春	监事	北京清宸同创	0.40%
汪文灿	监事	北京清宸同创	0.30%
李墨耘	监事	北京清宸同创	3.00%

四、董事、监事、高级管理人员最近一年的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据、所履行的程序

公司内部董事、监事及高级管理人员的薪酬由工资和奖金组成，并依据其所处岗位、工作年限、绩效考核结果等确定。公司董事会薪酬与考核委员会按照薪酬

计划及绩效考核结果，提出具体的薪酬指标，报董事会批准后执行；公司独立董事在公司所领取的津贴，参照其他上市公司的津贴标准拟定，并经股东大会批准确定。

（二）最近三年内薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

2016年度、2017年度、2018年度，本公司董事、监事、高级管理人员薪酬总额（包括2018年10月改选前的董事、监事、高级管理人员薪酬）分别为662.60万元、702.67万元、1,196.57万元，占公司扣除股份支付后的利润总额比例分别为8.91%、3.22%及2.26%。2018年度前述薪酬总额较上一年度有所增长，主要系当期董事、监事、高级管理人员改选且数量增加所致。

（三）公司董事、监事、高级管理人员的收入情况及其他利益安排

本公司董事、监事、高级管理人员在2018年度从本公司领取的含税收入情况如下：

单位：万元

姓名	职务	在本公司领取薪酬（税前）
黄扬清	董事长、总经理	176.62
张劲飞	董事、副总经理	177.33
黄滢	董事、副总经理	200.60
吴靖	董事、财务负责人、董事会秘书	102.37
许开新	董事	162.45
徐孟洲	独立董事	2.50
朱武祥	独立董事	2.50
许年行	独立董事	2.50
杨银春	监事	61.10
汪文灿	监事	48.69
李墨耘	监事	65.19

五、董事、监事、高级管理人员兼职情况

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的兼职情况如下表所示：

姓名	担任发行人职务	兼职单位（不包括发行人全资或控股子公司）	兼职职务	兼职单位与本公司其他关联关系
黄扬清	董事长、总	拉萨清智	任执行董事	为公司控股股东

姓名	担任发行人职务	兼职单位（不包括发行人全资或控股子公司）	兼职职务	兼职单位与本公司其他关联关系
	经理	北京清合	任执行事务合伙人	为公司股东
		北京清宸同创	任执行事务合伙人	为公司股东
		汇智时创	任执行董事	为实际控制人控制的其他企业
		佳瑞互动	任执行董事	为实际控制人控制的其他企业
		浙江清瑞	任执行董事	为实际控制人控制的其他企业
		北京清瑞	任执行董事	为实际控制人控制的其他企业
		Global Wise	任董事	为实际控制人控制的其他企业
		Jiarui Network	任董事	为实际控制人控制的其他企业
张劲飞	董事、副总经理	拉萨酷乐	任执行董事	为公司股东
		西藏清泽	任执行董事	为公司股东
		汇智时创	任监事	为实际控制人控制的其他企业
		佳瑞互动	任监事	为实际控制人控制的其他企业
		浙江清瑞	任监事	为实际控制人控制的其他企业
		北京清瑞	任监事	为实际控制人控制的其他企业
黄滢	董事、副总经理	西藏清泽	任监事	为公司股东
吴靖	董事、董事会秘书、财务负责人	-	-	-
许开新	董事	-	-	-
徐孟洲	独立董事	华能国际电力股份有限公司	任独立董事	-
		新奥生态控股股份有限公司	任独立董事	-
		山东华鲁恒升化工股份有限公司	任独立董事	-
朱武祥	独立董事	华夏幸福基业控股股份有限公司	任独立董事	-
		上海慧晰管理咨询合伙企业（有限合伙）	任执行事务合伙人	-
		广州博融智库咨询股份有限公司	任董事	-
		商模智星（北京）咨询有限公司	任董事	-
		中国信达资产管理股份有	任独立董事	-

姓名	担任发行人职务	兼职单位（不包括发行人全资或控股子公司）	兼职职务	兼职单位与本公司其他关联关系
		限公司		
		中航信托股份有限公司	任独立董事	-
		北京金和网络股份有限公司	任董事	-
		山东省鲁信投资控股集团有限公司	任董事	-
		山东省投资有限公司	任董事	-
		海尔融资租赁股份有限公司	任董事	-
		山东先大健康产业股份有限公司	任董事	-
		天音通信有限公司	任董事	-
		北京市城市排水集团有限责任公司	任董事	-
		爱诺投资管理（南京）有限公司	任监事	-
		北京福至久久软件科技股份有限公司	任监事	-
		紫光股份有限公司	任监事	-
		清大艺博文化发展有限公司	任监事	-
		成都龙音天下商业管理有限公司	任监事	-
		龙游集通环保科技有限公司	任监事	-
		丰元人工智能研究院（南京）有限公司	任监事	-
		北京新智联盛合教育科技有限公司	任监事	-
		光大证券股份有限公司	任监事	-
		北京金弘润投资顾问有限公司	任监事	-
		普纳思财金信息技术（北京）有限公司	任监事	-
		上海智评企业管理咨询有限公司	任监事	-
		北京爱投资本管理有限公司	任监事	-
许年行	独立董事	新疆红山基金管理股份有限公司	任董事	-
		新余钢铁股份有限公司	任独立董事	-
		福建纳川管材科技股份有限公司	任独立董事	-
		立得空间信息技术股份有	任独立董事	-

姓名	担任发行人职务	兼职单位（不包括发行人全资或控股子公司）	兼职职务	兼职单位与本公司其他关联关系
		限公司		
杨银春	监事	-	-	-
汪文灿	监事	-	-	-
李墨耘	监事	-	-	-

截至本招股说明书签署之日，除上表所列兼职情况外，本公司董事、监事、高级管理人员不存在其他兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员相互之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

七、发行人与董事、监事、高级管理人员所签订的协议

除股东委派的董事外，本公司与董事、监事、高级管理人员均签订了《聘用协议》或《劳动合同》，并约定了保密条款。

除上述已披露的内容以外，在本公司任职的董事、监事、高级管理人员没有与本公司签署除劳动合同或任用文件以外的其他任何协议。

截至本招股说明书签署之日，上述合同、协议均正常履行，不存在违约情况。

八、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况

（一）董事变动情况

本公司近两年董事变动情况如下：

2017年初，公司董事为黄扬清先生、张劲飞先生、黄滢先生、张卓先生、刘亚霄先生。

2018年10月23日，发行人召开2018年第四次临时股东大会并作出决议，选举许开新先生、吴靖女士为董事，选举徐孟洲先生、许年行先生、朱武祥先生为独立董事，张卓先生、刘亚霄先生不再担任公司董事。

（二）监事变动情况

本公司近两年监事变动情况如下：

2017年初，公司监事为李琳琳女士、赵晓冬先生、彭勇先生。

2018年10月23日，发行人召开2018年第四次临时股东大会并作出决议，选举杨银春先生、汪文灿先生为监事，彭勇先生、李琳琳女士不再担任公司监事。同日，发行人召开2018年第一次职工代表大会会议决议，选举李墨耘先生为公司第一届监事会职工代表监事，赵晓冬先生不再担任职工代表监事。

（三）高级管理人员变动情况

2017年初，公司高级管理人员为总经理黄扬清先生、副总经理张劲飞先生、副总经理黄滢先生、财务负责人及董事会秘书张卓先生。

2018年10月8日，发行人召开第一届董事会第11次会议，聘任吴靖女士为公司财务负责人、董事会秘书，张卓先生不再担任公司财务负责人、董事会秘书。

（四）董事、监事及高级管理人员变动的原因及对公司的影响

本公司近两年董事、监事及高级管理人员的变动系因公司经营管理的需要而进行的正常变动，相关变动履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。最近两年，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变化。

九、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及审计委员会运行及履职情况

报告期内发行人股东大会、董事会、监事会的召集、召开程序以及会议的决议和签署情况均符合《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》和《监事会议事规则》等相关法律、法规、规范性文件及发行人公司治理制度的规定。

（一）股东大会运行及履职情况

股东大会是发行人的权力机构，依据《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》等规定行使职权。截至本招股说明书签署之日，本公司自成立以来共召开 14 次股东大会，历次股东大会召开情况如下：

序号	会议时间	会议名称	出席情况
1	2016年5月18日	2016年第一次临时股东大会	全体股东出席
2	2016年7月21日	2016年第二次临时股东大会	全体股东出席
3	2016年12月25日	2016年第三次临时股东大会	全体股东出席
4	2017年4月12日	2016年度股东大会	全体股东出席
5	2017年7月18日	2017年第一次临时股东大会	全体股东出席
6	2018年1月12日	2018年第一次临时股东大会	全体股东出席
7	2018年5月8日	2017年度股东大会	全体股东出席
8	2018年7月4日	2018年第二次临时股东大会	全体股东出席
9	2018年8月26日	2018年第三次临时股东大会	全体股东出席
10	2018年10月23日	2018年第四次临时股东大会	全体股东出席
11	2018年11月13日	2018年第五次临时股东大会	全体股东出席
12	2018年12月18日	2018年第六次临时股东大会	全体股东出席
13	2018年12月29日	2018年第七次临时股东大会	全体股东出席
14	2019年3月18日	2019年第一次临时股东大会	全体股东出席

发行人上述股东大会会议的召集、召开程序以及会议的决议和签署情况均符合《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》等相关法律、法规、规范性文件及发行人公司治理制度的规定股东大会决议内容合法有效。

（二）董事会运行及履职情况

公司设董事会，作为公司经营决策的常设机构，对股东大会负责。董事会依据《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》等规定行使职权。董事会对股东大会负责，由 8 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。发行人董事会已设立董事会秘书，由董事会聘任，对董事会负责。

截至本招股说明书签署之日，本公司自成立以来共召开 17 次董事会，历次董事会召开情况如下：

序号	会议时间	会议名称	出席情况
1	2016年5月18日	第一届董事会第一次会议	全体董事出席
2	2016年7月6日	第一届董事会第二次会议	全体董事出席
3	2016年12月9日	第一届董事会第三次会议	全体董事出席
4	2017年3月20日	第一届董事会第四次会议	全体董事出席
5	2017年7月1日	第一届董事会第五次会议	全体董事出席
6	2017年8月16日	第一届董事会第六次会议	全体董事出席
7	2017年12月25日	第一届董事会第七次会议	全体董事出席
8	2018年4月15日	第一届董事会第八次会议	全体董事出席
9	2018年6月18日	第一届董事会第九次会议	全体董事出席
10	2018年8月10日	第一届董事会第十次会议	全体董事出席
11	2018年10月8日	第一届董事会第十一次会议	全体董事出席
12	2018年10月29日	第一届董事会第十二次会议	全体董事出席
13	2018年12月3日	第一届董事会第十三次会议	全体董事出席
14	2018年12月14日	第一届董事会第十四次会议	全体董事出席
15	2019年1月31日	第一届董事会第十五次会议	全体董事出席
16	2019年3月2日	第一届董事会第十六次会议	全体董事出席
17	2019年3月29日	第一届董事会第十七次会议	全体董事出席

发行人上述董事会会议的召集、召开程序以及会议的决议和签署情况均符合《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》等相关法律、法规、规范性文件及发行人公司治理制度的规定，决议内容合法有效，不存在董事会或管理层违反上述规定或超越股东大会的合法授权范围行使职权的情况。

（三）监事会运行及履职情况

公司设监事会，作为公司的监督机构，根据《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》等规定行使自己的职权。监事会由3名监事组成，其中2名为股东代表监事，1名为职工代表监事。职工代表监事由公司职工通过职工代表大会选举产生。监事会设主席一人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。

截至本招股说明书签署之日，本公司自成立以来共召开12次监事会，历次监事会召开情况如下：

序号	会议时间	会议名称	出席情况
1	2016年5月18日	第一届监事会第一次会议	全体监事出席
2	2016年7月6日	第一届监事会第二次会议	全体监事出席
3	2017年3月20日	第一届监事会第三次会议	全体监事出席
4	2017年7月1日	第一届监事会第四次会议	全体监事出席
5	2017年8月16日	第一届监事会第五次会议	全体监事出席
6	2018年4月15日	第一届监事会第六次会议	全体监事出席
7	2018年8月10日	第一届监事会第七次会议	全体监事出席
8	2018年10月8日	第一届监事会第八次会议	全体监事出席
9	2018年10月23日	第一届监事会第九次会议	全体监事出席
10	2018年12月3日	第一届监事会第十次会议	全体监事出席
11	2019年3月2日	第一届监事会第十一次会议	全体监事出席
12	2019年3月29日	第一届监事会第十二次会议	全体监事出席

发行人上述监事会会议的召集、召开程序以及会议的决议和签署情况均符合《公司法》《公司章程》和《监事会议事规则》等相关法律、法规、规范性文件及发行人公司治理制度的规定，监事会履行了《公司法》和《公司章程》赋予的职责，对公司董事会和高级管理人员工作、公司重大生产经营决策、财务状况、关联交易的执行、重大投资等重要事宜实施了有效监督。

（四）独立董事履职情况

本公司独立董事尽职尽责，积极出席各次董事会会议，为本公司的重大决策提供专业及建设性的意见，认真监督管理层的工作，对本公司依照法人治理结构规范运作起到了积极的作用。本公司独立董事参与了本公司本次发行方案、本次发行募集资金投资方案、高级管理人员聘任及薪酬等事项的决策，并利用他们的专业知识，对本次发行方案和募集资金投资方案、高级管理人员聘任及薪酬、聘请审计机构、独立董事津贴、关联交易、会计政策等事项提出了意见。

（五）董事会秘书履职情况

本公司董事会秘书自聘任以来，严格按照法律、法规、规范性文件及《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的规定，认真履行了公司信息披露、投资者关系管理、“三会”的组织筹备等各项职责，充分发挥了董事会秘书在公司中的作用。

（六）董事会专门委员会构成及运行情况

2018年10月23日，本公司召开2018年第四次临时股东大会，审议通过了《关于设置公司董事会专门委员会及其组成人员的议案》。截至本招股说明书签署之日，公司战略委员会由黄扬清先生、许年行先生、许开新先生、黄滢先生四人组成，其中黄扬清先生为召集人；审计委员会由许年行先生、朱武祥先生、吴靖女士三人组成，其中许年行先生为会计专业人士，担任审计委员会召集人；提名委员会由朱武祥先生、徐孟洲先生、黄扬清先生三人组成，其中朱武祥先生为召集人；薪酬与考核委员会由徐孟洲先生、许年行先生、张劲飞先生三人组成，其中徐孟洲先生为召集人。

公司董事会各专门委员会自设立以来的运行情况如下：

董事会专门委员会	会议届次	召开日期	会议出席情况
战略委员会	第一届董事会战略委员会第一次会议	2018.12.03	全体4名委员出席
	第一届董事会战略委员会第二次会议	2018.12.11	全体4名委员出席
	第一届董事会战略委员会第三次会议	2019.02.26	全体4名委员出席
审计委员会	第一届董事会审计委员会第一次会议	2018.10.24	全体3名委员出席
	第一届董事会审计委员会第二次会议	2018.12.03	全体3名委员出席
	第一届董事会审计委员会第三次会议	2019.03.19	全体3名委员出席
提名委员会	-	-	
薪酬与考核委员会	第一届董事会薪酬与考核委员会第一次会议	2019.03.19	全体3名委员出席

董事会各专门委员会自设立以来严格按照法律法规及公司制度规定的职权范围对其相应职权范围内的公司事务进行讨论决策，依法履行了赋予的权利和义务，运行情况良好。

十、公司近三年违法违规行为的情况

报告期内，本公司及其董事、监事及高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》开展经营，不存在重大违法违规行为，也不存在被相关主管机关处以重大处罚的情况。

十一、公司近三年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况

公司建立了严格的资金管理制度和对外担保制度，报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其它企业进行担保的情况。

十二、公司内部控制制度情况

（一）管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层对内部控制制度的自我评估意见如下：

“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，在内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，公司董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

安永出具了安永华明（2019）专字第 61448912_A01 号《内部控制审核报告》，对公司内部控制制度发表鉴证意见如下：

“公司内部控制在内部环境、目标设定、事项识别、风险评估、风险对策、控制活动、信息与沟通、检查监督等各个方面已基本建立健全,能够适应公司管理的要求和公司发展的需要,能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证。公司的各项内部控制在生产经营等公司营运的各个环节中得到了一贯的、顺畅的和严格的执行,公司内部控制是有效的。”

（三）内部控制制度最近三年的执行情况

报告期内，本公司内部控制制度执行情况良好。

十三、公司资金管理制度

为了加强公司货币资金的内部控制制度和管理，保证货币资金的完整，规范资金管理，完善财务约束机制，股份公司设立后，根据《公司法》和《公司章程》等相关规定，本公司已制定并严格执行了《资金管理制度》。在资金的使用及安全管理、银行存款管理、网上银行管理、银行票据管理、财务印鉴管理、资金收支计划管理等方面作出了详细规定，其主要条款如下：

“第十二条 公司的现金日记账要做到日清月结，并每天核对库存现金，保证做到账实相符，不得白条顶库。

第十三条 严格执行银行支票保管，购买的支票由专人保管；领用支票、作废支票必须履行登记手续。

第十五条 银行预留印鉴为两枚，分别为财务专用章和人名章。公司必须制定两名会计人员分别管理银行印章，不得在未使用或未签发的空白银行支票上预留银行印鉴。

第十七条 申请开立的卡片额度、币种及开户行须经财务总监批准后，方能开立。

第十九条 信用卡的消费行为分为单笔消费和绑定消费。单笔消费的申请人通过邮件发起付款申请，先后由部门负责人、财务总监及分管领导批准后，方能支付；绑定消费的申请人通过邮件发起绑定申请，先后由部门负责人、财务总监及公司运营总监批准后方可支付。

第三十五条 公司必须将所有的货币资金收支业务全部纳入财务会计核算，资金结算必须按照会计制度规定，统一管理，统一核算，不得另设会计账簿、私设小金库。”

报告期内，本公司资金管理制度执行情况良好。

十四、对外投资政策及制度

为规范公司法人治理结构，保证公司科学、安全与高效地作出决策，明确公司股东大会、董事会、经营管理层等组织机构在公司对外投资方面的职责，控制经营风险，股份公司设立后，根据《公司法》《上市公司治理准则》和《公司章程》等有关规定，公司制定了《重大投资决策管理办法》，建立了较为完善的对外投资管理体系。

根据《重大投资决策管理办法》：“第六条 公司对外投资实行专业管理和逐级审批制度。

第七条 公司对外投资的审批应严格按照《公司法》和中国证券监督管理委员会的有关法律、法规，《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《总经理工作细则》《关联交易决策制度》《非日常经营交易事项决策制度》等相关管理制度规定的权限履行审批程序。”

报告期内，本公司对外投资政策及制度执行情况良好。

十五、公司对外担保制度

为规范公司法人治理结构，保证公司科学、安全与高效地做出决策，明确公司股东大会、董事会、经营管理层等组织机构在公司对外担保决策方面的职责，控制经营风险，股份公司设立后，根据《公司法》《上市公司治理准则》和《公司章程》等有关规定，公司制定了《对外担保管理制度》，建立了较为完善的对外担保管理体系。

根据《对外担保管理制度》：“第十五条 公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

（一）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；

（二）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；

（三）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；

- （四）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；
- （五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；
- （六）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%；
- （七）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 3000 万元；
- （八）公司上市的证券交易所或公司章程规定的其他担保情形。

除前款规定的对外担保行为外，公司其他对外担保行为，须经董事会审议通过。

第十六条 应由董事会审批的对外担保，需经全体董事三分之二以上审议同意通过；担保事项属于关联交易的，按照董事会审议关联交易的程序执行。

第十七条 应由股东大会审批的对外担保事项，必须经出席会议股东所持有的有效表决权的过半数通过。

股东大会审议对股东、实际控制人及其关联方提供的担保事项，存在关联关系的股东，不得参加对该担保事项的表决，该项表决由出席股东大会的无关联关系的其他股东所持有的有效表决权的过半数通过。

公司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%，应由出席股东大会的股东所持有的有效表决权三分之二以上通过。”

报告期内，本公司对外担保制度执行情况良好。

十六、投资者权益保护措施

为保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享受资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，本公司制定了《信息披露事务管理制度》《投资者关系工作管理制度》等内控制度。

（一）信息披露制度和流程

为加强社会公众对公司的监督作用，发行人制定了《信息披露事务管理制度》，并建立健全了内部信息披露制度和流程。发行人公开发行股票上市后，将根据有关法律法规、深圳证券交易所的有关规定以及《公司章程》和《信息披露

事务管理制度》的规定，认真履行信息披露义务，及时在指定报刊及网站上公告公司在涉及重大交易和重要财务决策等方面的事项（包括公告定期报告和临时公告等），切实维护广大投资者利益。

该制度第十九条规定：“出现、发生或即将发生可能对公司证券及其衍生品种交易价格产生较大影响的重大事件，投资者尚未得知时，公司应当立即披露临时报告，说明事件的起因、目前的状态和可能产生的影响。

前款所称重大事件包括：

- （一）公司的经营方针和经营范围、主营业务的重大变化；
- （二）公司的重大投资行为和重大的购置财产的决定；
- （三）公司订立重要合同，可能对公司的资产、负债、权益和经营成果产生重要影响；
- （四）公司发生重大债务、未清偿到期重大债务或者重大债权到期未获清偿；可能依法承担的重大违约情况或大额赔偿责任；
- （五）公司发生重大亏损或者遭受重大损失；
- （六）公司生产经营、外部条件或者生产环境发生的重大变化；
- （七）公司的董事、1/3 以上监事或者总经理提出辞职或发生变动；
- （八）持有公司 5% 以上股份的股东或者实际控制人，其持有股份或者控制公司的情况发生或者拟发生较大变化；
- （九）公司减资、合并、分立、解散及申请破产的决定；或者依法进入破产程序、被责令关闭；
- （十）涉及公司的重大诉讼、仲裁，股东大会、董事会决议被依法撤销或者宣告无效；
- （十一）公司涉嫌违法违规被有权机关调查，或者受到重大行政、刑事处罚；公司董事、监事、高级管理人员涉嫌违法违纪被有权机关调查或者采取强制措施而无法履行职责，或者因身体、工作安排等其他原因无法正常履行职责达到或者预计达到 3 个月以上的；

（十二）新公布的法律、法规、规章、规范性文件、行业政策可能对公司产生重大影响；

（十三）董事会就发行新股或者其他再融资方案、股权激励方案形成相关决议；

（十四）法院裁决禁止控股股东转让其所持股份；任一股东所持公司 5%以上股份被质押、冻结、司法拍卖、托管、设定信托或者被依法限制表决权；

（十五）主要资产被查封、扣押、冻结或者被抵押、质押；

（十六）主要或者全部业务陷入停顿；

（十七）对外提供重大担保；

（十八）获得大额政府补贴等额外收益或者发生可能对公司资产、负债、权益或者经营成果产生重大影响的其他事项；

（十九）变更会计政策、会计估计；

（二十）因前期已披露的信息存在差错、未按规定披露或者虚假记载，被有关机关责令改正或者经董事会决定进行更正；

（二十一）中国证监会、公司股票上市的证券交易所规定的其他情形。

本条第二款中的第（二）、（三）、（四）、（五）、（十）、（十五）以及（十七）项所要进行临时信息披露的披露标准按照上市的证券交易所规定的标准执行。

公司董事和董事会、监事和监事会、高级管理人员以及公司的各部门和下属公司（包括控股子公司、参股公司和分公司）负责人在知悉上述重大事件后应及时向董事会、董事会秘书和董事会办公室报告。”

（二）股东投票机制

根据发行人《公司章程》（草案）第四十四条：

“公司召开股东大会采用网络形式投票的，应当为股东提供安全、经济、便捷的股东大会网络投票系统，通过股东大会网络投票系统身份验证的投资者，可以确认其合法有效的股东身份，具有合法有效的表决权。公司召开股东大会采用

证券监管机构认可或要求的其他方式投票的，按照相关的业务规则确认股东身份。”

根据发行人《公司章程》（草案）第七十八条：

“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。”

根据发行人《公司章程》（草案）第八十二条：

“公司选举二名及以上董事或者监事时，实行累计投票制度。

前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

累积投票制的具体操作细则如下：

（一）与会每个股东在选举董事或者监事时可以行使的有效表决权总数，等于其所持有的有表决权的股份数乘以应选董事或者监事的人数，其中，非独立董事和独立董事应当分开选举；

（二）每个股东可以将所持股份的全部表决权集中投给一位董事（或者监事）候选人，也可分散投给任意的数位董事（或者监事）候选人；

（三）每个股东对单个董事（或者监事）候选人所投的票数可以高于或低于其持有的有表决权的股份数，并且不必是该股份数的整倍数，但其对所有董事（或者监事）候选人所投的票数累计不得超过其持有的有效表决权总数；

（四）投票结束后，根据全部候选人各自得票的数量并以拟选举的董事或者监事人数为限，在获得选票的候选人中从高到低依次产生当选的董事（或者监事）。”

（三）其他保护投资者合法权益的措施

发行人第一届董事会第十二次会议审议通过了《投资者关系工作管理制度》，该制度第二十一条规定投资者关系工作的主要职责是：

“（一）分析研究。统计分析投资者和潜在投资者的数量、构成及变动情况；持续关注投资者及媒体的意见、建议和报道等各类信息并及时反馈给公司董事会及管理层。

（二）沟通与联络。整合投资者所需信息并予以发布；举办分析师说明会等会议及路演活动，接受分析师、投资者和媒体的咨询；接待投资者来访，与机构投资者及中小投资者保持经常联络，提高投资者对公司的参与度。

（三）公共关系。建立并维护与上市交易所、行业协会、媒体以及其他上市公司和相关机构之间良好的公共关系；在涉讼、重大重组、关键人员的变动、股票交易异动以及经营环境重大变动等重大事项发生后配合公司相关部门提出并实施有效处理方案，积极维护公司的公共形象。

（四）有利于改善投资者关系的其他工作。”

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了本公司最近三年经审计的财务状况和经营业绩。公司董事会提请投资者注意，本节分析与讨论应结合公司经审计的财务报表及报表附注，以及本招股说明书披露的其他信息一并阅读。以下分析所涉及的数据及口径若无特别说明，均依据公司最近三年经安永审计的财务会计资料，按合并报表口径披露。

一、合并财务报表

（一）资产负债表

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动资产：			
货币资金	79,223.82	28,217.82	7,861.56
应收票据及应收账款	12,951.73	9,696.81	2,878.92
预付款项	542.20	253.47	213.82
其他应收款	470.16	197.76	127.14
其他流动资产	-	1,700.00	-
一年内到期的非流动资产	30.00	-	-
流动资产合计	93,217.90	40,065.86	11,081.44
非流动资产：			
固定资产	504.85	351.26	283.56
长期待摊费用	484.21	217.12	164.36
递延所得税资产	112.51	84.24	25.00
其他非流动资产	524.99	-	-
非流动资产合计	1,626.56	652.62	472.93
资产总计	94,844.46	40,718.48	11,554.36

资产负债表（续）

单位：万元

负债和股东权益	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动负债：			

负债和股东权益	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
应付票据及应付账款	9,511.98	7,171.71	324.46
预收款项	184.82	185.19	75.52
应付职工薪酬	3,941.95	1,965.31	561.00
应交税费	4,084.35	3,132.61	1,470.19
其他应付款	856.26	749.26	77.37
流动负债合计	18,579.36	13,204.09	2,508.55
非流动负债：			
递延所得税负债	255.18	737.73	360.54
非流动负债合计	255.18	737.73	360.54
负债合计	18,834.54	13,941.82	2,869.09
股东权益：			
股本	36,000.00	977.78	928.89
资本公积	23,190.18	20,672.42	10,853.67
盈余公积	4,101.95	-	-
其他综合收益/（损失）	1,328.73	-675.11	461.80
未分配利润/（未弥补亏损）	11,389.07	5,801.58	-3,559.09
归属于母公司股东权益合计	76,009.93	26,776.66	8,685.28
股东权益合计	76,009.93	26,776.66	8,685.28
负债和股东权益总计	94,844.46	40,718.48	11,554.36

（二）合并利润表

单位：万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业收入	126,027.02	55,063.23	20,221.69
减：营业成本	4,014.01	1,784.21	655.54
税金及附加	17.82	1.83	1.47
销售费用	53,980.35	23,494.82	7,226.24
管理费用	7,967.96	7,099.80	12,514.21
研发费用	10,375.58	9,209.01	2,682.45
财务费用	-785.52	178.51	-36.04
其中：利息收入	121.96	1.22	0.64
资产减值损失	123.11	413.66	4.34

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
投资收益（损失以“-”号填列）	53.92	3.96	0.45
二、营业利润	50,387.64	12,885.36	-2,826.07
减：营业外支出	3.27	-	85.00
三、利润总额	50,384.37	12,885.36	-2,911.07
减：所得税费用	8,672.71	3,524.69	1,488.23
四、净利润	41,711.66	9,360.66	-4,399.30
（一）按经营持续性分类：			
其中：持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	41,711.66	9,360.66	-4,399.30
（二）按所有权归属分类：			
归属于母公司股东的净利润	41,711.66	9,360.66	-4,399.30
五、其他综合收益税后净额	2,003.84	-1,136.91	355.24
归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	2,003.84	-1,136.91	355.24
外币报表折算差额	2,003.84	-1,136.91	355.24
六、综合收益总额	43,715.50	8,223.75	-4,044.06
归属于母公司股东的综合收益总额	43,715.50	8,223.75	-4,044.06
七、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	1.25	0.28	-0.13
（二）稀释每股收益	不适用	不适用	不适用

（三）现金流量表

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 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	123,149.95	47,605.38	20,341.91
收到其他与经营活动有关的现金	121.96	1.22	0.64
经营活动现金流入小计	123,271.90	47,606.60	20,342.55
购买商品、接受劳务支付的现金	-54,142.56	-16,360.10	-7,289.00
支付给职工以及为职工支付的现金	-12,749.02	-5,570.12	-3,330.81
支付的各项税费	-8,444.61	-1,500.49	-90.95
支付其他与经营活动有关的现金	-4,645.17	-1,790.98	-1,753.46
经营活动现金流出小计	-79,981.35	-25,221.69	-12,464.23
经营活动产生的现金流量净额	43,290.55	22,384.91	7,878.32

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	10,200.00	1,720.00	400.00
取得投资收益收到的现金	53.92	3.96	0.45
处置子公司收到的现金净额	-	-	140.00
投资活动现金流入小计	10,253.92	1,723.96	540.45
购建固定资产和其他长期资产支付的现金	-619.12	-216.65	-241.03
投资支付的现金	-8,500.00	-3,420.00	-400.00
投资活动现金流出小计	-9,119.12	-3,636.65	-641.03
投资活动产生的现金流量净额	1,134.80	-1,912.69	-100.58
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	3,000.00	838.86	104.44
筹资活动现金流入小计	3,000.00	838.86	104.44
偿还债务支付的现金	-	-	-1,211.01
支付其他与筹资活动有关的现金	-160.16	-	-
筹资活动现金流出小计	-160.16	-	-1,211.01
筹资活动产生的现金流量净额	2,839.84	838.86	-1,106.58
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	2,637.92	-1,251.27	230.24
五、现金及现金等价物净增加额	49,903.12	20,059.81	6,901.41
加：年初现金及现金等价物余额	27,227.67	7,167.86	266.45
六、期末现金及现金等价物余额	77,130.79	27,227.67	7,167.86

二、会计师事务所的审计意见

安永审计了公司财务报表，包括 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2016 年度、2017 年度、2018 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注，并出具了标准无保留意见的审计报告（安永华明(2019)审字第 61448912_A01 号），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，公允反映了发行人 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2016 年度、2017 年度、2018 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、主要会计政策、会计估计

报告期内主要会计政策、会计估计，除非经特别说明，均引自安永出具的编号为安永华明(2019)审字第 61448912_A01 号的审计报告。

（一）遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司于 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日的财务状况以及 2016 年度、2017 年度及 2018 年度的经营成果和现金流量。

（二）会计期间

本公司会计年度采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（三）记账本位币

本公司记账本位币和编制本财务报表所采用的货币均为人民币。除有特别说明外，均以人民币元为单位表示。

本公司下属子公司，根据其经营所处的主要经济环境自行决定其记账本位币，编制财务报表时折算为人民币。

（四）合并财务报表

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，包括本公司及全部子公司的财务报表。子公司，是指被本公司控制的主体(含企业、被投资单位中可分割的部分，以及本公司所控制的结构化主体等)。

编制合并财务报表时，子公司采用与本公司一致的会计年度和会计政策。本公司内部各公司之间的所有交易产生的资产、负债、权益、收入、费用和现金流量于合并时全额抵销。

如果相关事实和情况的变化导致对控制要素中的一项或多项发生变化的，本公司重新评估是否控制被投资方。

（五）现金及现金等价物

现金，是指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款；现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（六）外币业务和外币报表折算

本公司对于发生的外币交易，将外币金额折算为记账本位币金额。

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率将外币金额折算为记账本位币金额。于资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算。由此产生的结算和货币性项目折算差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的差额按照借款费用资本化的原则处理之外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的差额根据非货币性项目的性质计入当期损益或其他综合收益。

对于境外经营，本公司在编制合并财务报表时将其记账本位币折算为人民币：对资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，股东权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生当期平均汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，确认为其他综合收益。处置境外经营时，将与该境外经营相关的其他综合收益转入处置当期损益，部分处置的按处置比例计算。

外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用现金流量发生当期平均汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

（七）金融工具

金融工具，是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

金融工具的确认和终止确认

本公司于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。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

（1）收取金融资产现金流量的权利届满；

（2）转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现金流量全额支付给第三方的义务；并且（a）实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或（b）虽然实质上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，但放弃了对该金融资产的控制。

如果金融负债的责任已履行、撤销或届满，则对金融负债进行终止确认。如果现有金融负债被同一债权人以实质上几乎完全不同条款的另一金融负债所取代，或现有负债的条款几乎全部被实质性修改，则此类替换或修改作为终止确认原负债和确认新负债处理，差额计入当期损益。

以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

金融资产分类和计量

本公司的金融资产于初始确认时分类为：贷款和应收款项、可供出售金融资产。金融资产在初始确认时以公允价值计量。其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类：

贷款和应收款项

贷款和应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除上述金融资产类别以外的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。其折价或溢价采用实际利率法进行摊销并确认为利息收入或费用。

除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认或发生减值时，其累计利得或损失转入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

对于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，按成本计量。

金融负债分类和计量

本公司的金融负债于初始确认时分类为其他金融负债。其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

其他金融负债

对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

金融资产减值

本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。金融资产发生减值的客观证据，包括发行人或债务人发生严重财务困难、债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组，以及公开的数据显示预计未来现金流量确已减少且可计量。

以摊余成本计量的金融资产

发生减值时，将该金融资产的账面通过备抵项目价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率（即初始确认时计算确定的实际利率）

折现确定，并考虑相关担保物的价值。减值后利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。对于贷款和应收款项，如果没有未来收回的现实预期且所有抵押品均已变现或已转入本公司，则转销贷款和应收款项以及与之相关的减值准备。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，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。已单项确认减值损失的金融资产，不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。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

可供出售金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，原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，计入当期损益。该转出的累计损失，为可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

可供出售权益工具投资发生减值的客观证据，包括公允价值发生严重或非暂时性下跌。“严重”根据公允价值低于成本的程度进行判断，“非暂时性”根据公允价值低于成本的期间长短进行判断。存在发生减值的客观证据的，转出的累计损失，为取得成本扣除当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回，减值之后发生的公允价值增加直接在其他综合收益中确认。

在确定何谓“严重”或“非暂时性”时，需要进行判断。本公司根据公允价值低于成本的程度或期间长短，结合其他因素进行判断。

对于可供出售债务工具投资，其减值按照与以摊余成本计量的金融资产相同的方法评估。不过，转出的累计损失，为摊余成本扣除当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。减值后利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上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，计入当期损益。

以成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，将该金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。发生的减值损失一经确认，不再转回。

金融资产转移

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，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，不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其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。

通过对所转移金融资产提供财务担保方式继续涉入的，按照金融资产的账面价值和财务担保金额两者之中的较低者，确认继续涉入形成的资产。财务担保金额，是指所收到的对价中，将被要求偿还的最高金额。

（八）应收款项

本公司应收款项主要包括应收账款和其他应收款。

单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

对单个项目金额超过人民币 100.00 万元的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据（例如：债务人发生严重财务困难、倒闭、违反合同条款等），表明

其已发生减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，计入当期损益。

按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额不重大和单项测试未发生减值的应收款项，应包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试，本公司以账龄作为信用风险特征确定应收款项组合，并采用账龄分析法对应收款项计提坏账准备，计提比例如下：

账龄	坏账准备比例（%）	
	应收账款	其他应收款
1年以内（含1年）	5	5
1年至2年（含2年）	10	10
2年至3年（含3年）	50	50
3年以上	100	100

单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

对其他单项金额不重大且无法按照信用风险特征的相似性和相关性进行组合的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据（例如：债务人发生严重财务困难、倒闭、违反合同条款等），表明其已发生减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，计入当期损益。

（九）长期股权投资

长期股权投资包括对子公司的权益性投资。

长期股权投资在取得时以初始投资成本进行初始计量。企业取得长期股权投资方式，按照下列方法确定初始投资成本：支付现金取得的，以实际支付的购买价款及与取得长期股权投资直接购买的费用、税金及其他必要支出作为初始投资成本。

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，在本公司个别财务报表中采用成本法核算。控制，是指拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额。

采用成本法时，长期股权投资按初始投资成本计价。追加或收回投资的，调整长期股权投资的成本。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

（十）固定资产

固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入本公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。与固定资产有关的后续支出，符合该确认条件的，计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值；否则，在发生时计入当期损益。

固定资产按照成本进行初始计量。购置固定资产的成本包括购买价款，相关税费，使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该项资产的其他支出。

固定资产的折旧采用年限平均法计提，各类固定资产的使用寿命、预计净残值率及年折旧率如下：

固定资产类别	使用寿命	预计残值率	年折旧率
电子设备	3年	5%	31.7%
运输设备	10年	5%	9.5%
办公设备	5年	5%	19.0%

本公司至少于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，必要时进行调整。

（十一）开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出，只有在同时满足下列条件时，才能予以资本化，即：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；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；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，能够证明其有用性；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；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出，于发生时计入当期损益。

（十二）资产减值

本公司对除递延所得税、金融资产外的资产减值，按以下方法确定：

本公司于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或者资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十三）长期待摊费用

长期待摊费用采用直线法摊销，摊销期如下：

项目	摊销期
租入固定资产装修费	3年与租赁期孰短

（十四）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的除股份支付以外各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。本公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

短期薪酬

在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

离职后福利（设定提存计划）

本公司的职工参加由当地政府管理的养老保险和失业保险，相应支出在发生时计入相关资产成本或当期损益。

辞退福利

本公司向职工提供辞退福利的，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：企业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；企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（十五）股份支付

股份支付，为以权益结算的股份支付。以权益结算的股份支付，是指本公司为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的可行权职工人数变动、是否达到规定业绩条件等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。权益工具的公允价值采用现金流折现模型确定，参见审计报告附注十一。

在满足业绩条件和服务期限条件的期间，应确认以权益结算的股份支付的成本或费用，并相应增加资本公积。可行权日之前，于每个资产负债表日为以权益结算的股份支付确认的累计金额反映了等待期已届满的部分以及本公司对最终可行权的权益工具数量的最佳估计。

对由于未满足非市场条件和服务期限条件而最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用。股份支付协议中规定了市场条件或非可行权条件，无论是否满足市场条件或非可行权条件的，无论是否满足市场条件或非可行权条件的，只要满足所有其他业绩条件和服务期限条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

（十六）收入

收入在相关的经济利益很可能流入本公司、且金额能够可靠计量，并同时满足下列条件时予以确认。

效果广告发布服务收入

本公司主要以自行研发及运营的移动应用程序产品为载体向 Google、Facebook 等第三方平台提供效果广告发布服务，并向其收取服务费。

根据本公司与第三方广告平台的合同或协议约定及实际交易情况，本公司在效果广告发布服务中满足如下条件，确认收入的实现：

（1）与第三方广告平台相关服务合同或协议已签署或经双方确认；

（2）相关效果广告发布服务已经实际提供；

（3）提供效果广告发布收入金额能够可靠计量，即本公司通过第三方广告平台的交易信息服务网站，即 Google、Facebook 等统计和披露每日广告展示信息的网站，查询、获取及核对已提供广告展示次数及对应的效果广告发布服务金额；

（4）相关的经济利益很可能流入企业；

（5）交易中已经发生和将要发生的成本能够可靠的计量。

移动应用程序付费收入

本公司作为移动应用开发者在 Google Play 和 App Store 等移动应用商店发布应用程序，同时在应用程序内提供付费特性或功能，移动应用程序付费收入包括付费的移动应用程序下载及移动应用程序中付费功能的购买。对于付费的移

动应用程序下载，本公司每月以 Google Play、App Store 等移动应用商店出具的对账单向其收取下载服务费；对于含有服务期限的付费功能的购买，本公司在服务期内按照直线法确认收入。

利息收入

按照第三方使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

（十七）所得税

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的商誉，或与直接计入股东权益的交易或者事项相关的计入股东权益外，均作为所得税费用或收益计入当期损益。

本公司对于当期和以前期间形成的当期所得税负债或资产，按照税法规定计算的预期应交纳或返还的所得税金额计量。

本公司根据资产与负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法计提递延所得税。

各种应纳税暂时性差异均据以确认递延所得税负债，除非：

（1）应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

（2）对于与子公司投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非：

（1）可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

(2) 对于与子公司投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

本公司于资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，依据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，本公司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，减记递延所得税资产的账面价值。于资产负债表日，本公司重新评估未确认的递延所得税资产，在很可能获得足够的应纳税所得额可供所有或部分递延所得税资产转回的限度内，确认递延所得税资产。

同时满足下列条件时，递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示：拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一应纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（十八）租赁

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁，除此之外的均为经营租赁。

作为经营租赁承租人

经营租赁的租金支出，在租赁期内各个期间按照直线法计入相关的资产成本或当期损益，或有租金在实际发生时计入当期损益。

（十九）公允价值计量

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。本公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；

不存在主要市场的，本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是本公司在计量日能够进入的交易市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

本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，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，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；第二层次输入值，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；第三层次输入值，相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，本公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

（二十）重大会计估计

编制财务报表要求管理层作出判断、估计和假设，这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的列报金额及其披露，以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些假设和估计的不确定性所导致的结果可能造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

估计的不确定性

以下为于资产负债表日有关未来的关键假设以及估计不确定性的其他关键来源，可能会导致未来会计期间资产和负债账面金额重大调整。

股份支付

本公司以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费

用，相应增加资本公积；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

应收款项减值

本公司为客户无能力支付需缴款项而导致的估计损失计提坏账准备。本公司是根据应收款项结余的账龄、客户的信贷可靠度及过往的转销经验作出估计。如果客户的财政状况会转坏，导致实际减值损失比预期值高，本公司需复核计提坏账准备的依据，未来的业绩会受影响。

递延所得税资产

在很可能有足够的应纳税所得额用以抵扣可抵扣亏损的限度内，应就所有尚未利用的可抵扣亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来取得应纳税所得额的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

固定资产的可使用年限和残值

固定资产的预计可使用年限，以过去性质及功能相似的固定资产的实际可使用年限为基础，按照历史经验进行估计。如果该些固定资产的可使用年限缩短，本公司将提高折旧率、淘汰闲置或技术性陈旧的该些固定资产。

为定出固定资产的可使用年限及预计净残值，本公司会按期复核市况变动、预期的实际耗损及资产保养。资产的可使用年限估计是根据本公司对相同用途的相类似资产的经验作出。如果固定资产的估计可使用年限及/或预计净残值跟先前的估计不同，则会作出额外折旧。本公司将会于每个资产负债表根据情况变动对可使用年限和预计净残值作出复核。

除金融资产之外的非流动资产减值（除商誉外）

本公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存

在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。预计未来现金流量现值时，管理层必须估计该项资产或资产组的预计未来现金流量，并选择恰当的折现率确定未来现金流量的现值。

四、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率

（一）主要税种和税率

增值税	本公司被认定为增值税一般纳税人，应税收入按 6% 的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税。
城市维护建设税	按照实际缴纳的增值税税额的 7% 计缴。
教育费附加	按照实际缴纳的增值税税额的 3% 计缴。
企业所得税	本公司企业所得税按应纳税所得额的 25% 计缴，报告期内本公司被认定为高新技术企业，因此按 15% 的优惠税率缴纳企业所得税。香港公司利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴，美国公司所得税按照美国联邦政府及州政府对公司的政策进行计缴征收。
个人所得税	根据国家有关税务法规，本公司支付予职工的所得额，由本公司代为扣缴个人所得税。

不同纳税主体所得税税率说明：

纳税主体名称	注册地	所得税税率
iHandy Network	香港	利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴
TapLogic	美国	按照美国联邦政府及州政府对公司的政策进行计缴征收
iHandy Limited	香港	利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴
ONE App	香港	利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴
Tap Genius	香港	利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴
Mobile Flame	香港	利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴
MoPlus Network	香港	利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴
Quick Atom	香港	利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴
Magic Arts	香港	利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴
汉迪移动	境内	所得税按应纳税所得额的 25% 计缴，报告期内本公司被认定为高新技术企业，因此按 15% 的优惠税率缴纳企业所得税

（二）税收优惠

增值税免税

根据财税[2016]36号文，境内的单位和个人向境外单位提供的完全在境外消费的专业技术服务免征增值税。本公司向境外公司提供技术服务及转让技术，适用该项优惠政策。

研究开发费用加计扣除

根据《中华人民共和国企业所得税法》（新企业所得税法）第四章税收优惠第三十条第（一）项及国家税务总局关于印发《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（税发[2015]119号）的规定，凡本公司符合上述规定的支出在计算应纳税所得额时加计扣除。

其他税收优惠政策

本公司2015年向北京市科学技术委员会、财政局、国税局、地税局申请并最终认定为高新技术企业，并获得发证日期为2015年11月25日，有效期为3年的《高新技术企业证书》，自2015年1月1日起至2017年12月31日止按15%的优惠税率缴纳企业所得税。本公司2018年向北京市科学技术委员会、财政局、国税局、地税局申请认定为高新技术企业并通过认证，并取得发证日期为2018年9月10日，有效期为3年的《高新技术企业证书》，自2018年1月1日起至2020年12月31日止按照15%的优惠税率缴纳企业所得税。

五、合并报表范围及变化情况

（一）合并财务报表范围

截至2018年12月31日，纳入发行人合并报表范围的主要子公司包括：

子公司名称	主要经营地	注册地	持股比例（%）		取得方式
			直接	间接	
iHandy Network	香港	香港	100	-	设立
TapLogic	美国	美国	100	-	设立
iHandy Limited	香港	香港	-	100	设立
ONE App	香港	香港	-	100	设立

子公司名称	主要经营地	注册地	持股比例（%）		取得方式
			直接	间接	
Tap Genius	香港	香港	-	100	设立
Mobile Flame	香港	香港	-	100	设立
MoPlus Network	香港	香港	-	100	设立
Quick Atom	香港	香港	-	100	设立
Magic Arts	香港	香港	-	100	设立

（二）报告期合并范围发生变更的说明

1、2018 年度

公司 2018 年度合并范围未发生变更。

2、2017 年度

2017 年 10 月 24 日设立子公司 Magic Arts Limited。

3、2016 年度

2016 年 12 月 6 日设立子公司 TapLogic Inc.。

有关上述合并范围变化情况请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司的情况”。

六、分部信息

报告期内，公司仅有一个经营分部，主营业务分地区分部收入如下：

单位：万元

地区	2018 年	2017 年	2016 年
北美洲	72,823.67	33,825.95	13,144.17
亚洲	20,420.97	7,333.73	1,799.14
欧洲	15,986.35	7,689.88	2,599.30
南美洲	10,560.23	3,130.00	443.95
其他	6,235.80	3,083.67	2,235.13
合计	126,027.02	55,063.23	20,221.69

七、非经常性损益明细表

本公司对非经常性损益项目的确认依照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》（证监会公告[2008]43号）的规定执行。

对于根据非经常性损益定义界定的非经常性损益项目，以及将其列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目如下：

单位：万元

	2018年	2017年	2016年
固定资产和无形资产报废损失	-3.27	-	-
处置金融资产取得的投资收益	53.92	3.96	0.45
立即可行权的股份支付	-	-3,705.54	-10,344.96
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	-	-85.00
所得税影响数	-7.60	-0.59	12.68
非经常性损益净影响额	43.05	-3,702.18	-10,416.83

八、发行人报告期内的主要财务指标

（一）报告期内主要财务指标

项目	2018年 12月31日	2017年 12月31日	2016年 12月31日
流动比率（倍）	5.02	3.03	4.42
速动比率（倍）	5.02	3.03	4.42
资产负债率（母公司）	8.54%	27.47%	37.98%
资产负债率（合并报表）	19.86%	34.24%	24.83%
归属于母公司股东的每股净资产（元/股）	2.11	27.39	9.35
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	-	-	-

注：上述各指标计算公式如下：

- 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、归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益/期末股本总额
- 5、无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例=期末无形资产（扣除土地使用权）/期末净资产，由于报告期内公司无无形资产，因此该指标不适用

项目	2018年度	2017年度	2016年度
应收账款周转率（次/年）	10.57	8.32	6.84
存货周转率（次/年）	-	-	-

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	50,662.47	13,072.09	-2,799.58
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用
每股经营活动的现金流量（元/股）	1.20	22.89	8.48
每股净现金流量（元/股）	1.39	20.52	7.43
归属于母公司股东的净利润（万元）	41,711.66	9,360.66	-4,399.30
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	41,668.61	13,062.84	6,017.53

注：上述各指标计算公式如下：

- 1、应收账款周转率=营业收入/平均应收账款
- 2、存货周转率=营业成本/平均存货，由于报告期内公司无存货，因此存货周转率不适用
- 3、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+长期待摊费用摊销
- 4、利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/利息支出
- 5、每股经营活动的现金流量=当期经营活动产生的现金流量净额/期末总股本
- 6、每股净现金流量=当期现金及现金等价物净增加额/期末总股本
- 7、归属于母公司股东的净利润=净利润-少数股东损益
- 8、归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后非经常性损益

（二）报告期内净资产收益率及每股收益

公司报告期内的净资产收益率和每股收益如下：

项目	报告期间	加权平均净资产收益率（%）	每股收益	
			基本每股收益（元/股）	稀释每股收益（元/股）
归属于公司普通股股东的净利润	2018 年度	82.69	1.25	不适用
	2017 年度	54.03	0.28	不适用
	2016 年度	-67.48	-0.13	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	2018 年度	82.61	1.24	不适用
	2017 年度	75.40	0.40	不适用
	2016 年度	92.30	0.18	不适用

注：上述财务指标计算如下：

$$1、\text{加权平均净资产收益率}=\frac{P_0}{(E_0+NP\div 2+E_i\times M_i\div M_0-E_j\times M_j\div M_0\pm E_k\times M_k\div M_0)}$$

其中：P₀ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 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；M_k 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。

$$2、\text{基本每股收益}=\frac{P_0}{S}, S=S_0+S_1+S_i\times M_i\div M_0-S_j\times M_j\div M_0-S_k$$

其中：P0 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= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

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。

九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）日后事项

本财务报表批准日，本公司并无其他须作披露的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

本财务报表批准日，本公司并无其他须作披露的重大资产负债表或有事项。

（三）其他重要事项

本财务报表批准日，本公司并无其他须作披露的重大资产负债表其他重要事项。

十、盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、营业收入变动趋势分析

报告期内，公司营业收入情况如下：

单位：万元

产品类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	126,027.02	100%	55,063.23	100%	20,221.69	100%
其他业务收入	-	-	-	-	-	-
营业收入合计	126,027.02	100%	55,063.23	100%	20,221.69	100%

公司的主营业务为效果广告发布服务和移动应用程序付费服务。2016年至2018年，公司主营业务收入占营业收入的比例均为100%，保持稳定趋势，主营业务突出。公司2017年营业收入为55,063.23万元，较2016年增加34,841.54万元，增长172.30%；公司2018年营业收入为126,027.02万元，较2017年增加70,963.79万元，增长128.88%。

2016年至2018年，公司营业收入年复合增长率为149.65%，呈现出良好的增长态势。公司营业收入的增长，来源于主营业务收入的增长。

2、主营业务收入构成分析

（1）公司主营业务收入按业务类别分析

报告期内，公司主营业务收入按业务类别分类的结构如下表所示：

单位：万元

产品类别	2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
效果广告发布服务	116,606.64	92.53%	52,908.02	96.09%	18,476.61	91.37%
移动应用程序付费服务	9,420.38	7.47%	2,155.21	3.91%	1,745.08	8.63%
合计	126,027.02	100.00%	55,063.23	100.00%	20,221.69	100.00%

2016年、2017年及2018年，公司营业收入主要来自于效果广告发布服务，其收入分别为18,476.61万元、52,908.02万元和116,606.64万元，占当期主营业务收入比例分别为91.37%、96.09%和92.53%。2016年至2018年，公司效果广告发布服务收入复合增长率为151.22%，呈现快速增长趋势。主要驱动因素包括：

1) 行业发展为公司效果广告发布服务业务带来红利

随着移动智能设备的普及、移动应用程序管理的日趋完善，智能终端的移动应用程序的下载呈快速增长趋势。根据 App Annie 数据显示，全球移动应用程序的下载量从2015年的1,298亿次增长到2017年的2,054亿次，复合增长率为15.2%。预计到2022年，全球移动应用程序的下载量将达到2,582亿次，仍将保持较快速度发展。

移动互联网普及率的不断提高、智能手机用户的不断增长，为移动应用程序中广告变现业务的发展带来了基础与持续红利。根据 Energias Market Research

的统计数据，2017 年全球移动广告市场收入为 1,417 亿美元，到 2024 年全球移动广告市场将达到 5,310 亿美元规模，以 20.8% 的复合增长率快速增长。

发行人立足于全球移动广告市场，报告期内效果广告发布服务收入占营业收入的比例均超过 90%，全球移动广告市场的蓬勃发展将推动发行人营业收入的持续增长。

2) 公司产品结构持续优化

公司从生活小工具产品的持续迭代及商业变现探索开始，报告期内逐步增加产品的多样性并对产品结构持续优化，如今已经形成生活小工具、系统工具和内容娱乐类产品矩阵。同时，公司 2016 年开始拓展 Android 产品线，在全球 Android 移动广告市场发展的行业背景下，产品的变现能力不断提升，具体情况如下：

项目	2016 年	2017 年	2018 年
日均收入超过 1,000 美元的产品数量	8	31	49
其中：Android 平台产品数量	4	26	41
iOS 平台产品数量	4	5	8

3) 公司平台优化能力不断提升

报告期内，公司自主研发了多个商业运营平台系统。各系统分别专注于产品智能优化、用户获取、广告变现，为公司产品矩阵提供商业化支撑。

用户获取方面，公司一方面不断优化自身的产品体验吸引用户；另一方面，公司依据自身经验和系统严格考核产品推广的 KPI 指标，不断优化产品推广效果。截至 2018 年 12 月，公司全线产品 MAU 已超过 1.8 亿，其中系统工具类、生活小工具类及内容娱乐类应用的月活分别为 9,100 万、6,400 万及 2,700 万，庞大的用户规模是广告变现的坚实基础。

广告变现方面，公司一方面基于自主研发的广告变现平台，运用在不断丰富产品矩阵及服务全球差异化用户群体过程中所积累的经验，通过自动优化演进程序，搭配出最优化的广告展示方案，实现稳定、理想的变现过程；另一方面，不断加深与第三方广告平台的深度合作，不断巩固并提升自身的广告变现能力。2016 年、2017 年及 2018 年，公司全线产品中月平均广告展示次数分别为 27.33 亿次、62.81 亿次及 145.92 亿次。

（2）公司主营业务收入的按平台类别分析

2016年、2017年及2018年，公司通过Google、Facebook第三方广告平台产生的效果广告发布服务收入分别为8,317.27万元、45,971.51万元和107,617.40万元，占效果广告发布服务收入比例分别为45.02%、86.89%和92.29%，占主营业务收入的比例分别为41.13%、83.49%和85.39%。2016年度、2017年度及2018年度公司效果广告发布服务收入按平台类别分类结构如下表所示：

单位：万元

平台类别	2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Google	82,126.41	70.43%	32,168.64	60.80%	2,109.82	11.42%
Facebook	25,490.99	21.86%	13,802.87	26.09%	6,207.45	33.60%
其他广告平台	8,989.24	7.71%	6,936.51	13.11%	10,159.34	54.98%
合计	116,606.64	100.00%	52,908.02	100.00%	18,476.61	100.00%

（3）公司主营业务收入按地区分析

报告期内，公司产品使用用户主要来自于以欧美为主的海外地区，其收入按地区分布的情况如下表所示：

单位：万元

地区	2018年		2017年		2016年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美洲	72,823.67	57.78%	33,825.95	61.43%	13,144.17	65.00%
亚洲	20,420.97	16.20%	7,333.73	13.32%	1,799.14	8.90%
欧洲	15,986.35	12.68%	7,689.88	13.97%	2,599.30	12.85%
南美洲	10,560.23	8.38%	3,130.00	5.68%	443.95	2.20%
其他	6,235.80	4.95%	3,083.67	5.60%	2,235.13	11.05%
合计	126,027.02	100.00%	55,063.23	100.00%	20,221.69	100.00%

3、收入成长与同行业可比公司比较分析

公司与同行业可比上市公司营业收入成长性比较情况如下：

单位：万元

可比公司	2018年度	同比增长	2017年度	同比增长	2016年度
麒麟网络	-	-	90,620.66	54.65%	58,598.64
猎豹移动	498,170.50	0.14%	497,475.70	8.98%	456,465.00

可比公司	2018 年度	同比增长	2017 年度	同比增长	2016 年度
均值	498,170.50	69.42%	294,048.18	14.18%	257,531.82
本公司	126,027.02	128.88%	55,063.23	172.30%	20,221.69

资料来源：可比公司招股书及定期报告，后同

注：截至招股书申报日，麒麟网络 2018 年度数据尚未披露，猎豹移动 2018 年度数据未经审计，下同

由上表可以看出，2016 年至 2018 年公司的营业收入增长较快，营业收入增长率高于可比公司，一方面原因在于公司 2016 年开始拓展 Android 产品线，当期营业收入基数较低；另一方面原因在于报告期内公司逐步优化了产品结构进而提升了变现能力。具体分析如下：

（1）麒麟网络主要以系统工具类产品为主，产品结构相对稳定；且麒麟网络的收入主要来自于亚洲活跃用户，用户价值低于北美洲，因此公司相对于麒麟网络营业收入增长较快；

（2）猎豹移动开始拓展游戏和直播等新业务，因而相较于公司，其营业收入增长率较低。

（二）营业成本分析

1、营业成本变动趋势分析

报告期内，公司的营业成本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业成本	4,014.01	1,784.21	655.54
其中：主营业务成本	4,014.01	1,784.21	655.54
营业成本增长率	124.97%	172.17%	-
占营业收入比例	3.19%	3.24%	3.24%

2016 年、2017 年及 2018 年，公司的营业成本分别为 655.54 万元、1,784.21 万元和 4,014.01 万元，从营业成本的增长情况看，2017 年营业成本较 2016 年增长 172.17%，2018 年营业成本较 2017 年增长 124.97%，与同期营业收入的变动趋势较为一致。

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情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
效果广告发布服务成本	3,116.75	77.65%	1,353.95	75.89%	333.47	50.87%
移动应用程序付费成本	897.25	22.35%	430.26	24.11%	322.07	49.13%
合计	4,014.01	100.00%	1,784.21	100.00%	655.54	100.00%

报告期内，公司营业成本主要来自于效果广告发布服务成本。2016 年、2017 年及 2018 年，公司效果广告发布服务营业成本分别为 333.47 万元、1,353.95 万元和 3,116.75 万元，占公司主营业务成本比例分别为 50.87%、75.89% 和 77.65%。

（三）毛利及毛利率分析

1、综合毛利及毛利率情况

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	126,027.02	55,063.23	20,221.69
营业成本	4,014.01	1,784.21	655.54
综合毛利	122,013.02	53,279.02	19,566.15
其中：主营业务毛利	122,013.02	53,279.02	19,566.15
综合毛利率	96.81%	96.76%	96.76%
主营业务毛利率	96.81%	96.76%	96.76%

注：主营业务毛利率=主营业务毛利/主营业务收入

2016 年、2017 年及 2018 年，公司的综合毛利率分别为 96.76%、96.76% 和 96.81%，报告期内，总体毛利率水平较高且稳定。主要原因为公司在向全球海外用户提供移动应用程序服务的同时，以产品为载体，基于规模化用户积累，为第三方广告平台提供效果广告发布服务获取收入，由于公司不存在传统的原材料采购，营业成本主要由于为产品提供支持服务如图片设计服务、租赁云数据服务等产生，且金额较小，故毛利率维持在较高水平。

2、主营业务毛利率分析

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
综合毛利率	96.81%	96.76%	96.76%
主营业务毛利率	96.81%	96.76%	96.76%

2016年、2017年及2018年，公司的主营业务毛利率分别为96.76%、96.76%和96.81%，业务毛利率保持在较高水平。

3、主营业务毛利构成分析

报告期内，公司主营业务的毛利构成按服务类别分类如下表所示：

（1）2018年度

单位：万元

	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率	毛利占比
效果广告发布服务	116,606.64	3,116.75	113,489.89	97.33%	93.01%
移动应用程序付费服务	9,420.38	897.25	8,523.13	90.48%	6.99%
合计	126,027.02	4,014.01	122,013.02	96.81%	100.00%

（2）2017年度

单位：万元

	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率	毛利占比
效果广告发布服务	52,908.02	1,353.95	51,554.07	97.44%	96.76%
移动应用程序付费服务	2,155.21	430.26	1,724.96	80.04%	3.24%
合计	55,063.23	1,784.21	53,279.02	96.76%	100.00%

（3）2016年度

单位：万元

	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率	毛利占比
效果广告发布服务	18,476.61	333.47	18,143.13	98.20%	92.73%
移动应用程序付费服务	1,745.08	322.07	1,423.01	81.54%	7.27%
合计	20,221.69	655.54	19,566.15	96.76%	100.00%

报告期内，主营业务毛利主要来自效果广告发布服务，2016年、2017年及2018年效果广告发布服务毛利分别为18,143.13万元、51,554.07万元和113,489.89万元，毛利占比分别为92.73%、96.76%和93.01%。

4、综合毛利率与同行业可比上市公司比较分析

公司与同行业可比上市公司综合毛利率比较情况如下：

可比公司	2018年度	2017年度	2016年度
麒麟网络	-	98.33%	97.45%

可比公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
猎豹移动	69.07%	64.22%	66.18%
可比公司均值	69.07%	81.27%	81.81%
本公司	96.81%	96.76%	96.76%

2016 年、2017 年及 2018 年，同行业可比公司毛利率均值分别为 81.81%、81.27% 和 69.07%，公司毛利率高于猎豹移动，主要是由于猎豹移动与公司的业务模式存在差异，除了平台广告业务外，还涉及直客广告、直播和游戏业务，该等业务产生流量获取和渠道等成本，拉低了公司的整体毛利率；而麒麟网络与公司的业务模式更为接近，均以平台广告变现业务为主，毛利率也接近。

（四）期间费用分析

1、期间费用整体分析

最近三年公司期间费用的构成及占营业收入比例情况如下表：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	53,980.35	42.83%	23,494.82	42.67%	7,226.24	35.74%
管理费用	7,967.96	6.32%	7,099.80	12.89%	12,514.21	61.89%
研发费用	10,375.58	8.23%	9,209.01	16.72%	2,682.45	13.27%
财务费用	-785.52	-0.62%	178.51	0.32%	-36.04	-0.18%
合计	71,538.37	56.76%	39,982.14	72.61%	22,386.86	110.71%

2016 年、2017 年及 2018 年，公司期间费用合计分别为 22,386.86 万元、39,982.14 万元和 71,538.37 万元，占营业收入的比例分别为 110.71%、72.61% 和 56.76%，逐年降低的原因主要为报告期内公司营业收入实现快速增长、增速高于各项费用的整体增速，同时股份支付金额持续降低使得管理费用率显著降低。公司报告期内正处于快速成长期，2016-2018 年，公司期间费用总额的增长率分别为 78.60% 和 78.93%，与主营业务增长趋势保持基本一致。

2、销售费用分析

（1）销售费用构成及变化分析

报告期内，公司各期销售费用主要项目及所占比例如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
推广费	52,233.76	96.76%	22,614.73	96.25%	6,948.28	96.15%
职工薪酬	1,725.91	3.20%	767.55	3.27%	277.96	3.85%
股份支付	20.69	0.04%	112.54	0.48%	-	-
合计	53,980.35	100.00%	23,494.82	100.00%	7,226.24	100.00%

2016 年、2017 年及 2018 年，公司的销售费用分别为 7,226.24 万元、23,494.82 万元和 53,980.35 万元，占营业收入的比例分别为 35.74%、42.67% 和 42.83%，报告期内公司的整体销售费用占营业收入比例逐年提升，主要是由于业务扩张，新增下载量上升，导致推广费用逐渐上升。

（2）销售费用与同行业上市公司比较分析

公司与同行业可比上市公司销售费用占营业收入比例情况如下：

公司简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
麒麟网络	-	51.58%	58.41%
猎豹移动	38.34%	33.30%	36.16%
平均值	38.34%	42.44%	47.29%
公司	42.83%	42.67%	35.74%

资料来源：各公司招股说明书及定期报告

2016 年可比公司销售费用率平均值为 47.29%，相比于可比公司，公司销售费用率较低，整体变现效率高。2017 及 2018 年度，发行人销售费用率高于可比公司，主要由于发行人业务扩张，推广费用有所增加所致。

3、管理费用分析

（1）管理费用构成及变化分析

报告期内，公司各期管理费用主要项目及所占比例如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,499.57	31.37%	1,357.11	19.11%	1,255.04	10.03%
股份支付	2,145.92	26.93%	4,500.95	63.40%	10,344.96	82.67%
租金	1,478.55	18.56%	619.38	8.72%	469.00	3.75%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	1,843.92	23.14%	622.35	8.77%	445.21	3.56%
合计	7,967.96	100.00%	7,099.80	100.00%	12,514.21	100.00%
扣除股份支付后管理费用合计	5,822.04		2,598.85		2,169.25	

2016 年、2017 年及 2018 年，公司的管理费用分别为 12,514.21 万元、7,099.80 万元和 7,967.96 万元，管理费用占营业收入比例分别为 61.89%、12.89% 及 6.32%，职工薪酬和股份支付为主要管理费用支出。2016-2018 年，公司管理费用复合增长率为-20.21%，逐年下降。公司 2016 及 2017 年度管理费用较高主要由于计提了股份支付费用所致。

发行人于 2016 年 4 月 2 日对公司若干名高管进行股权的授予，并于 2016 年 4 月 2 日确认股份支付金额为人民币 10,344.96 万元。后于 2017 年 7 月对公司若干名员工进行股权的授予，并根据服务期限及业绩条件，于 2017 年度确认股份支付金额人民币 4,500.95 万元，于 2018 年度确认股份支付金额人民币 2,145.92 万元。

若扣除股份支付，公司报告期内各项管理费用占比整体较为稳定，报告期内扣除股份支付后管理费用分别为 2,169.25 万元、2,598.85 万元及 5,822.04 万元，扣除股份支付后管理费用占营业收入比例分别为 10.73%、4.72% 及 4.62%。由于 2016 年，公司初创阶段收入较低，导致管理费用率较高，其他年度相对稳定。

公司管理费用占营业收入比例与可比公司对比情况如下：

可比公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
麒麟网络	-	7.47%	5.34%
猎豹移动	8.65%	8.19%	12.31%
可比公司均值	8.65%	7.83%	8.82%
公司	6.32%	12.89%	61.89%
公司（扣除股份支付）	4.62%	4.72%	10.73%

注：管理费用已剔除研发费用

2016 年、2017 年及 2018 年，上述可比公司管理费用率报告期内平均值分别为 8.82%、7.83% 和 8.65%。公司 2016 和 2017 年度由于股份支付计提金额较高

而管理费用率较高，管理费用率显著高于可比公司。若扣除股份支付，公司 2017 年度及 2018 年度管理费用率水平低于可比公司。

4、研发费用分析

报告期内，公司研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	9,784.58	94.30%	4,727.89	51.34%	2,505.43	93.40%
股份支付	340.80	3.28%	4,269.90	46.37%	-	-
折旧及摊销	206.57	1.99%	135.59	1.47%	104.23	3.89%
其他	43.64	0.42%	75.64	0.82%	72.79	2.71%
合计	10,375.58	100.00%	9,209.01	100.00%	2,682.45	100.00%

注：职工薪酬为按照财政部、国家税务总局及科技部相关法规规定，核算口径为允许年度所得税前加计扣除的研发项目人员薪酬

报告期内，研发费用增长较快，主要是由于报告期内公司业务扩张，研发项目数量和研发人员数量增加所致。

5、财务费用分析

报告期内，公司财务费用如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
汇兑损失/（收益）	-672.76	85.65%	174.52	97.77%	-38.56	106.98%
利息收入	-121.96	15.53%	-1.22	-0.68%	-0.64	1.78%
其他	9.20	-1.17%	5.20	2.91%	3.16	-8.76%
合计	-785.52	100.00%	178.51	100.00%	-36.04	100.00%

（五）其他收益、营业外收支分析

1、其他收益

报告期内，公司无其他收益。

2、营业外收入

报告期内，公司无营业外收入，也无计入营业外收入的政府补助。

3、营业外支出

报告期内，公司各年度营业外支出明细如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
固定资产报废损失	3.27	-	-
捐赠款	-	-	85.00
合计	3.27	-	85.00

（六）所得税费用

报告期内，公司各年度所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
当期所得税费用	9,178.43	3,260.76	1,150.85
递延所得税费用	-505.73	263.93	337.38
所得税费用	8,672.71	3,524.69	1,488.23

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司所得税费用分别为 1,488.23 万元、3,524.69 万元和 8,672.71 万元，随着公司业务的高速增长，公司所得税费用亦呈现较快增长，且增长趋势与营业收入变动趋势保持相对一致。

（七）净利润分析

报告期内，公司营业利润、利润总额及净利润金额如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业利润	50,387.64	12,885.36	-2,826.07
利润总额	50,384.37	12,885.36	-2,911.07
净利润	41,711.66	9,360.66	-4,399.30

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司的净利润分别为-4,399.30 万元、9,360.66 万元和 41,711.66 万元，报告期内，对公司净利润有主要影响的科目以及占营业收入的比例如下：

单位：万元

损益科目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	126,027.02	100.00%	55,063.23	100.00%	20,221.69	100.00%

损益科目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业成本	4,014.01	3.19%	1,784.21	3.24%	655.54	3.24%
销售费用	53,980.35	42.83%	23,494.82	42.67%	7,226.24	35.74%
管理费用	7,967.96	6.32%	7,099.80	12.89%	12,514.21	61.89%
研发费用	10,375.58	8.23%	9,209.01	16.72%	2,682.45	13.27%
营业利润	50,387.64	39.98%	12,885.36	23.40%	-2,826.07	-13.98%
利润总额	50,384.37	39.98%	12,885.36	23.40%	-2,911.07	-14.40%
净利润	41,711.66	33.10%	9,360.66	17.00%	-4,399.30	-21.76%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司净利润占营业收入比例分别为 -21.76%、17.00% 和 33.10%。公司销售费用对公司净利润占营业收入比例的影响较大。

整体而言，报告期内公司净利润总额快速增长，净利率持续提高。随着公司品牌的进一步提升，业务持续拓展，预计未来净利润保持较快增长。

报告期内，公司扣除股份支付后的净利润率与可比公司扣除股份支付后的净利润率对比情况如下：

可比公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
麒麟网络	-	27.60%	30.80%
猎豹移动	25.59%	29.13%	5.46%
可比公司均值	25.59%	28.36%	18.13%
公司	35.10%	33.20%	29.40%

报告期内，发行人与可比公司之间去除股份支付后净利润率差异较大，主要是由于净利润率影响因素较多，不同的公司所处阶段、经营策略的差异，均会导致净利润率在不同年度和不同公司之间存在差异。报告期内，发行人扣除股份支付后的净利润率均高于可比公司，盈利能力较强。

（八）报告期非经常性损益对公司经营成果的影响

公司非经常性损益明细表具体参见本招股说明书本节之“七、非经常性损益明细表”。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司归属于公司普通股股东的非经常性损益分别为 -10,416.83 万元、-3,702.18 万元和 43.05 万元。报告期内，公司非经常性损益支出主要是立即可行权的股份支付、固定资产报废损失、其他

营业外收入和支出以及由此产生的所得税影响等造成，非经常性损益收入主要是处置金融资产取得的投资收益等。

（九）主要税种纳税情况

报告期内，公司主要税种的缴纳情况如下：

1、增值税及所得税

单位：万元

税种	2018 年度	2017 年度	2016 年度
所得税	8,672.71	3,524.69	1,488.23

报告期内，公司适用高新技术企业所得税税率为 15%，香港公司利得税按应纳税所得额的 16.5% 计缴，美国公司所得税按照美国联邦政府及州政府对公司的政策进行计缴征收。

公司税收优惠情况详见“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“四、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率”之“（二）税收优惠”。

报告期内，公司遵守国家及地方的税收法律、法规，依法缴纳各种税金，执行的税种、税率均符合相关税收法律、法规的规定。

2、税金及附加

单位：万元

税种	2018 年度	2017 年度	2016 年度
印花税	17.82	1.83	1.47
合计	17.82	1.83	1.47

3、企业所得税费用与会计利润的关系

报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利润总额	50,384.37	12,885.36	-2,911.07
按法定税率 25% 计算的所得税费用	12,596.09	3,221.34	-727.77
适用不同税率的影响	-3,394.06	-671.44	684.25
不可抵扣的费用	441.01	1,361.81	1,660.26
研发费用加计扣除的纳税影响	-970.34	-387.02	-128.51

所得税费用	8,672.71	3,524.69	1,488.23
-------	----------	----------	----------

4、公司享受税收优惠情况

公司税收优惠情况详见“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“四、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率”之“（二）税收优惠”。

（十）影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对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

公司主营业务为基于移动应用程序的研发和运营，通过向全球移动用户提供产品及服务，并向第三方广告平台收取效果广告发布服务收入。公司管理层认为影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素如下：

1、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素

（1）行业发展前景

移动通信技术的升级为移动应用程序的发展奠定了基础。移动通信技术从第二代发展到第四代，信息集成与产业融合不断加速，移动应用也在逐渐横向覆盖了各类功能领域的同时，不断深入拓展、发掘不同用户群体的差异化需求。

随着信息化程度的不断加深，行业从开发者到应用商店到用户的完整产业链逐渐形成。应用商店的管理日趋完善，移动应用程序的下载量呈快速增长趋势。移动互联网普及率显著提升，智能手机用户逐渐增长，广告推广业务获得了更广阔的发展空间。

公司作为服务全球用户的移动应用开发者，持续分析客户需求偏好，坚持创新，不断打造出精品移动应用产品；在满足用户各类需求的基础上，不断扩大用户规模，巩固用户基础，促进公司快速发展。

（2）自身业务经营能力

通过对产品结构的持续优化，目前公司已经形成生活小工具、系统工具和内容娱乐类产品矩阵。基于 Android 和 iOS 两大平台，公司产品多样性不断丰富，变现能力不断提升。2018 年，公司日均收入超过 1,000 美元的产品达到 49 个。

同时，公司自主研发的商业运营平台从用户获取、广告变现等多方面为公司产品矩阵提供商业化支撑。用户获取方面，公司用户获取能力提升迅速，产品推广效果明显。截至 2018 年 12 月，公司全线产品 MAU 已超过 1.8 亿。广告变现方面，公司通过自主研发的广告变现平台优化广告展示方案，并加强与第三方广告平台的合作，公司广告变现能力显著提升。2016 年、2017 年及 2018 年，公司全线产品中月平均广告展示次数分别为 27.33 亿次、62.81 亿次及 145.92 亿次。

未来公司将在产品、技术、设计、运营和营销等环节及其融合方面不断精进，致力于成为一家真正创造价值的产品公司。

2、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

根据公司所处的行业状况及自身业务特点，公司主营业务收入年复合增长率、主营业务净利率、平均月活跃用户数等财务及非财务指标对分析公司的收入、成本、费用和利润具有较为重要意义，其变动对公司业绩波动具有较强的预示作用。

（1）主营业务收入年复合增长率

公司 2017 年营业收入为 55,063.23 万元，较 2016 年增加 34,841.54 万元，增长 172.30%；公司 2018 年营业收入为 126,027.02 万元，较 2017 年增加 70,963.79 万元，增长 128.88%。2016 年至 2018 年，公司营业收入年复合增长率为 149.65%，呈现出良好的增长态势。

（2）主营业务净利率

公司主营业务净利率可用来判断公司产品的获利能力和公司经营管理能力。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司净利率分别为-21.76%、17.00%和 33.10%。若不计股份支付对净利润的扣减影响，2016 年、2017 年和 2018 年公司净利率分别为 29.40%、33.20%和 35.10%。公司始终具备良好的盈利能力，且净利率持续提升，体现了公司精细化运营能力的提升。

（3）月活跃用户数

月活跃用户数（MAU）体现了公司的用户规模。截至 2018 年 12 月，公司全线产品 MAU 已超过 1.8 亿，其中系统工具类、生活小工具类及内容娱乐类应用的月活分别为 9,100 万、6,400 万及 2,700 万。公司产品 MAU 处于较高水平，用户规模不断扩大。

十一、保荐人对发行人持续盈利能力的分析及意见

发行人已在本招股说明书“第四节风险因素”中对报告期内实际发生以及未来可能发生的对公司持续盈利能力产生重大不利影响的风险因素进行了充分提示。保荐人对发行人进行了核查，认为发行人具备持续盈利能力。

十二、财务状况分析

（一）资产分析

2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司各类资产及占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	93,217.90	98.29%	40,065.86	98.40%	11,081.44	95.91%
非流动资产	1,626.56	1.71%	652.62	1.60%	472.93	4.09%
资产总额	94,844.46	100.00%	40,718.48	100.00%	11,554.36	100.00%

资产规模方面，2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司资产总额分别为 11,554.36 万元、40,718.48 万元及 94,844.46 万元，2017 年末较 2016 年末、2018 年末较 2017 年末增长幅度分别为 252.41%、132.93%。报告期内公司资产总额随业务规模的扩大而持续稳步增长，主要原因为公司经营良好、营业收入逐年增加，经营性现金流每年均呈现净流入趋势，货币类项目及应收账款等流动资产逐年大幅增加。

资产结构方面，截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司流动资产规模分别为 11,081.44 万元、40,065.86 万元及 93,217.90 万元，占资产总额的比例分别为 95.91%、98.40%及 98.29%，占比较高。公司作为国内领先的全球移动应用程序研发和运营服务提供商，主要基于自有产品及规

模化用户积累为第三方广告平台提供效果广告发布服务，业务的开展主要依靠高素质产品的研发、运营团队对产品更新升级及运营策略的调整以使自身竞争优势不断提高，在现有业务模式下流动资产占比较高，业务具有轻资产的特征。

（二）主要资产具体情况分析

1、流动资产分析

报告期内，公司流动资产构成如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	79,223.82	84.99%	28,217.82	70.43%	7,861.56	70.94%
应收票据及应收账款	12,951.73	13.89%	9,696.81	24.20%	2,878.92	25.98%
预付款项	542.20	0.58%	253.47	0.63%	213.82	1.93%
其他应收款	470.16	0.50%	197.76	0.49%	127.14	1.15%
其他流动资产	-	-	1,700.00	4.24%	-	-
一年内到期的非流动资产	30.00	0.03%	-	-	-	-
流动资产合计	93,217.90	100.00%	40,065.86	100.00%	11,081.44	100.00%

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，公司流动资产金额合计分别为11,081.44万元、40,065.86万元及93,217.90万元，2017及2018年各期末流动资产合计金额较期初增长幅度分别为261.56%及132.66%。报告期内，公司流动资产主要由货币资金、应收票据及应收账款构成，以上两项合计金额占各期流动资产总额的比例分别为96.92%、94.63%及98.88%。

（1）货币资金

公司货币资金主要由银行存款构成，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行存款	79,156.37	99.91%	28,213.54	99.98%	7,804.79	99.28%
其他货币资金	67.45	0.09%	4.28	0.02%	56.77	0.72%
其中：存放于境外的货币资金	47,112.42		27,996.06		6,916.53	

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
（包括美元、港币及英镑等）						
其中：所有权或使用权受到限制的货币资金	2,093.03		990.16		693.70	
合计	79,223.82	100.00%	28,217.82	100.00%	7,861.56	100.00%

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，公司货币资金余额分别为7,861.56万元、28,217.82万元及79,223.82万元，占流动资产的比例分别为70.94%、70.43%及84.99%。报告期内，公司货币资金持续增加，主要原因在于公司经营情况良好，盈利能力增强，货币资金随盈余累计逐年增加。同时，发行人业务开展主要在境外，结算以外币形式为主，存放于境外子公司的货币资金较多；

此外，部分业务外币结算需要以信用卡完成，所有权或使用权受到限制的货币资金主要用于取得信用卡支付额度，受限期限为信用卡持有期限。其他货币资金主要由信用卡余额构成。

（2）应收票据及应收账款分析

报告期内，公司应收票据及应收账款金额如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
应收账款	12,951.73	9,696.81	2,878.92
合计	12,951.73	9,696.81	2,878.92

报告期内，公司应收账款金额及占营业收入、流动资产比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
应收账款账面余额	13,633.40	10,207.16	3,030.44
应收账款账面余额/营业收入	10.82%	18.54%	14.99%
应收账款账面价值	12,951.73	9,696.81	2,878.92
应收账款账面价值/流动资产总额	13.89%	24.20%	25.98%

截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司应收账款账面价值分别为 2,878.92 万元、9,696.81 万元及 12,951.73 万元，占流动资产比例分别为 25.98%、24.20% 及 13.89%。公司应收账款主要形成原因包括：

①效果广告发布服务中，公司与第三方广告平台的结算时间晚于公司收入确认时点，即形成应收账款；公司合作的第三方广告平台信誉均较好且同等情况下公司会优先选择回款周期短的平台合作，该类业务的回款周期一般为 3 个月以内。

②移动应用程序付费业务中，公司与应用商店的结算时间晚于公司收入确认时点，即形成应收账款。公司合作的应用商店主要为 Google Play 及 App Store，该类业务的回款周期一般为 3 个月以内。

2017 年末应收账款账面余额占营业收入比例有所升高，主要系 2017 年下半年公司业务开始规模化布局 Android 移动广告市场且随着公司与 Google、Facebook 等行业内规模较大、管理较完善的第三方广告平台的合作及广告展示效果逐步提升，当期第四季度效果广告发布服务收入占比较高所致。2018 年末应收账款账面余额占营业收入比例有所降低，主要在于当期营业收入大幅增长，第四季度效果广告发布服务收入占比降低所致。

1) 应收账款风险分析

报告期内，公司应收账款坏账准备计提政策如下：

账龄	应收账款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5
1—2 年（含 2 年）	10
2—3 年（含 3 年）	50
3 年以上	100

报告期内公司应收账款分类情况如下表所示：

单位：万元

种类	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
账龄分析法组合	13,633.40	100.00%	10,207.16	100.00%	3,030.44	100.00%

种类	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
无风险组合	-	-	-	-	-	-
合计	13,633.40	100.00%	10,207.16	100.00%	3,030.44	100.00%

报告期内，公司已按照上述会计政策充分计提减值准备，应收账款账龄及坏账准备计提情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2018年12月31日			2017年12月31日			2016年12月31日		
	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备
1年以内	13,633.40	100.00%	681.67	10,207.16	100.00%	510.36	3,030.44	100.00%	151.52
1-2年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2-3年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	13,633.40	100.00%	681.67	10,207.16	100.00%	510.36	3,030.44	100.00%	151.52

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，公司应收账款账龄在1年以内的比例均为100%，应收账款账龄结构稳定、合理。总体而言，公司应收账款质量较好，不能回收的风险较小。

2) 应收账款前五名情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名具体情况如下表所示：

a) 2018年12月31日

单位：万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款期末余额	占应收账款余额的比例(%)	账龄
1	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	效果广告发布服务	7,942.15	58.26	1年以内
	Google LLC				
2	Facebook Ireland Limited	效果广告发布服务	2,468.74	18.11	1年以内
3	Smaato, Inc.	效果广告发布服务	826.86	6.06	1年以内
4	PubNative GmbH	效果广告发布服务	645.81	4.74	1年以内

序号	客户名称	业务类型	应收账款期末余额	占应收账款余额的比例（%）	账龄
5	Twitter, Inc.	效果广告发布服务	608.45	4.46	1年以内
	合计		12,492.00	91.63	

注：同一控制下客户合并披露应收账款，下同。

b) 2017年12月31日

单位：万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款期末余额	占应收账款余额的比例（%）	账龄
1	Facebook Ireland Limited	效果广告发布服务	3,793.96	37.17	1年以内
2	Google Asia Pacific Pte.Ltd.	效果广告发布服务	3,580.15	35.07	1年以内
	Google LLC				
3	Twitter, Inc.	效果广告发布服务	1,066.00	10.44	1年以内
4	Smaato, Inc.	效果广告发布服务	469.37	4.60	1年以内
5	Amazon.com, Inc.	效果广告发布服务	264.60	2.59	1年以内
	合计		9,174.08	89.87	

c) 2016年12月31日

单位：万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款期末余额	占应收账款余额的比例（%）	账龄
1	Amazon.com, Inc.	效果广告发布服务	577.99	19.07	1年以内
2	Appnext Ltd.	效果广告发布服务	458.04	15.11	1年以内
3	Twitter, Inc.	效果广告发布服务	441.64	14.57	1年以内
4	Smaato, Inc.	效果广告发布服务	395.37	13.05	1年以内
5	Oath Inc.	效果广告发布服务	384.84	12.70	1年以内
	合计		2,257.88	74.50	

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，应收账款前五名客户比例分别为74.50%、89.87%及91.63%。报告期内，上述客户与公司均不构成关联方且历史合作情况良好，不存在应收账款无法收回情况。

（3）预付款项分析

截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司预付款项余额分别为 213.82 万元、253.47 万元及 542.20 万元，占流动资产比例分别为 1.93%、0.63% 及 0.58%。报告期内，公司预付款项主要为预付服务费、预付房租及预付采购费等。

报告期内预付账款的构成明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
1	预付服务费	198.69	113.95	89.91
2	预付房租及物业费	227.52	80.12	55.24
3	预付采购费	72.98	29.40	68.68
4	其他	43.00	30.00	-
	合计	542.20	253.47	213.82

报告期各期末，公司预付账款前五名具体情况如下表所示：

1) 2018 年度

单位：万元

序号	名称	金额	占比	性质	账龄
1	Sense Time Group Limited	157.51	29.05	预付服务费-App 技术支持服务费	1 年以内
2	北京海淀置业集团有限公司	90.00	16.60	预付房租及物业费	1 年以内
3	App Annie Europe Limited	72.98	13.46	预付采购费-数据采购费	1 年以内
4	北京邦泰银通商业管理有限公司	87.74	16.18	预付房租及物业费	1 年以内
	北京邦泰摩尔资产管理有限公司				1 年以内
5	AppsFlyer Ltd.	41.18	7.59	预付服务费-数据监测服务	1 年以内
	合计	449.41	82.88		

注：同一控制下客户合并披露预付账款，下同。

2) 2017 年度

单位：万元

序号	名称	金额	占比 (%)	性质	账龄
1	北京邦泰银通商业管理有限公司	80.12	31.61	预付房租及物业费	1 年以内

序号	名称	金额	占比(%)	性质	账龄
	北京邦泰摩尔资产管理有限公司				
2	AppsFlyer Ltd.	62.73	24.75	预付服务费-数据监测服务	1年以内
3	北京众智连横企业管理咨询有限公司	30.00	11.84	其他-年会定金	1年以内
4	APP Annie Europe Limited	29.40	11.60	预付采购费-数据采购费	1-2年
5	武汉安天信息技术有限公司	25.31	9.99	预付服务费-病毒库服务	1年以内
合计		227.56	89.79		

3) 2016年度

单位：万元

序号	名称	金额	占比(%)	性质	账龄
1	清华大学	86.67	40.53	预付服务费-技术服务费	1年以内
3	APP Annie Europe Limited	68.68	32.12	预付采购费-数据采购费	1年以内
3	北京邦泰摩尔资产管理有限公司	55.24	25.83	预付房租及物业费	1年以内
4	Amazon Web Services, Inc.	3.24	1.52	预付服务费-云端数据服务费	1年以内
合计		213.82	100.00		

报告期内，上述预付账款交易对方与公司均不构成关联方。

(4) 其他应收款分析

报告期内，公司其他应收款科目明细如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
押金	465.16	197.76	125.04
备用金	5.00	-	2.10
合计	470.16	197.76	127.14

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，公司押金金额分别为125.04万元、197.76万元及465.16万元，主要系房屋及物业押金；公司备用金金额分别为2.10万元、0万元及5.00万元，主要系员工备用金。

报告期内，公司其他应收款前五名的具体情况如下表所示：

1) 2018年

单位：万元

序号	客户名称	金额	占应收账款余额的比例 (%)	性质	账龄
1	北京邦泰摩尔资产管理有限公司	254.81	51.40	房屋押金	4年以内
	北京邦泰银通商业管理有限公司				
2	北京海淀置业集团有限公司	135.00	27.23	房屋押金	1年以内
3	北京华文品致物业管理有限公司	45.22	9.12	物业押金	1年以内
4	张玲云	26.03	5.25	房屋押金	1年以内
5	陈建华	24.99	5.04	房屋押金	1年以内
合计		486.05	98.04		

2) 2017年

单位：万元

序号	客户名称	金额	占其他应收款余额的比例 (%)	性质	账龄
1	北京邦泰摩尔资产管理有限公司	233.72	96.83	房屋押金	3年以内
	北京邦泰银通商业管理有限公司				
2	北京华文品致物业管理有限公司	3.96	1.64	物业押金	2年以内
3	CP Cowork Ltd.	3.25	1.34	房屋押金	1年以内
4	北京北国友邦科贸有限公司	0.24	0.10	押金	1年以内
5	广州屈臣氏食品饮料有限公司北京饮料分公司	0.22	0.09	押金	2年以内
合计		241.38	100.00		

3) 2016年

单位：万元

序号	客户名称	金额	占其他应收款余额的比例 (%)	性质	账龄
1	北京邦泰摩尔资产管理有限公司	134.85	98.44	房屋押金	2年以内
2	陈莹	2.10	1.53	备用金	1年以内
3	广州屈臣氏食品饮料有限公司北京饮料分公司	0.04	0.03	押金	1年以内
合计		136.99	100.00		

（5）其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产明细如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
可供出售债务工具	-	1,700.00	-

于2017年12月31日，公司持有一项金额为人民币1,700.00万元低风险低收益的货币型理财产品。该理财产品已于2018年1月3日赎回人民币500.00万元，2018年1月11日赎回人民币1,200.00万元。

（6）一年内到期的非流动资产

报告期内，公司一年内到期的非流动资产明细如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
员工借款	30.00	-	-

具体分析及形成原因详见本招股说明书之“第九节 财务会计信息与管理层分析”/“十二、财务状况分析”/“（二）主要资产具体情况分析”/“2、非流动资产分析”/“（5）其他非流动资产”。

2、非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产构成如下表所示，公司非流动资产主要由固定资产、长期待摊费用、递延所得税资产等构成，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	504.85	31.04%	351.26	53.82%	283.56	59.96%
长期待摊费用	484.21	29.77%	217.12	33.27%	164.36	34.75%
递延所得税资产	112.51	6.92%	84.24	12.91%	25.00	5.29%
其他非流动资产	524.99	32.28%	-	-	-	-
非流动资产合计	1,626.56	100.00%	652.62	100.00%	472.93	100.00%

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，公司非流动资产余额分别为472.93万元、652.62万元及1,626.56万元。2017年12月

31日及2018年12月31日非流动资产余额较上期末增长幅度分别为38.00%及149.23%。

（1）固定资产

报告期各期末，公司固定资产主要由电子设备及办公设备构成，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
一、固定资产原值合计	922.85	583.02	409.44
其中：办公设备	74.92	71.27	63.17
电子设备	761.30	425.13	259.65
运输工具	86.62	86.62	86.62
二、累计折旧	418.00	231.76	125.88
其中：办公设备	65.01	23.27	11.25
电子设备	320.59	183.68	97.39
运输工具	32.39	24.81	17.23
三、固定资产账面价值	504.85	351.26	283.56
其中：办公设备	9.92	48.00	51.91
电子设备	440.71	241.46	162.26
运输工具	54.23	61.81	69.39
四、成新率	54.71%	60.25%	69.26%
其中：办公设备	13.24%	67.35%	82.18%
电子设备	57.89%	56.80%	62.49%
运输工具	62.61%	71.36%	80.11%

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，公司固定资产账面价值分别为283.56万元、351.26万元及504.85万元，占非流动资产总额比例分别为59.96%、53.82%及31.04%。2017年12月31日及2018年12月31日固定资产账面原值较期初分别增加173.58万元及339.83万元，主要系当年购置电子设备和办公设备所致。

（2）长期待摊费用

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，公司长期待摊费用分别为164.36万元、217.12万元及484.21万元，占当期非流动资

产比例为 34.75%、33.27% 及 29.77%。2018 年 12 月 31 日长期待摊费用较期初增加 267.08 万元，同比增长 123.01%。具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
租入固定资产装修费	224.44	116.20	143.71
云端数据服务费	259.76	100.92	20.66
合计	484.21	217.12	164.36

（3）递延所得税资产

截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司递延所得税资产余额分别为 25.00 万元、84.24 万元及 112.51 万元，占当期非流动资产比例为 5.29%、12.91% 及 6.92%。主要由资产减值准备及预提但尚未支付的应付职工薪酬产生的可抵扣暂时性差异产生。

（5）其他非流动资产

2018 年 12 月 31 日，公司其他非流动资产为 524.99 万元，占当期非流动资产比例为 32.28%。公司其他非流动资产由 360.00 万元员工借款及 164.99 万元上市中介费构成。根据公司《员工借款管理办法》，对于达到一定条件的员工，可向公司申请一定金额的购房借款并签订《借款协议》，在协议约定的时限内分期还款。

（三）负债和偿债能力分析

1、主要负债情况分析

负债规模方面，截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司负债总额分别为 2,869.09 万元、13,941.82 万元、18,843.54 万元。2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日分别较期初增加 385.93%、35.09%，主要系流动负债增加所致。

负债结构方面，公司负债以流动负债为主，截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司流动负债占负债总额比例分别为 87.43%、94.71%、98.65%。流动负债主要由应付票据及应付账款、预收款项、应付职工

薪酬、应交税费和其他应付款构成；非流动负债主要由递延所得税负债构成。公司负债构成的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据及应付账款	9,511.98	50.50%	7,171.71	51.44%	324.46	11.31%
预收款项	184.82	0.98%	185.19	1.33%	75.52	2.63%
应付职工薪酬	3,941.95	20.93%	1,965.31	14.10%	561.00	19.55%
应交税费	4,084.35	21.69%	3,132.61	22.47%	1,470.19	51.24%
其他应付款	856.26	4.55%	749.26	5.37%	77.37	2.70%
流动负债合计	18,579.36	98.65%	13,204.09	94.71%	2,508.55	87.43%
递延所得税负债	255.18	1.35%	737.73	5.29%	360.54	12.57%
非流动负债合计	255.18	1.35%	737.73	5.29%	360.54	12.57%
负债合计	18,834.54	100.00%	13,941.82	100.00%	2,869.09	100.00%

（1）应付票据及应付账款

报告期内，公司的应付票据及应付账款金额如下表所示：

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
网络推广费	9,318.73	97.97%	7,061.45	98.46%	319.41	98.44%
网络服务费	193.25	2.03%	110.27	1.54%	5.05	1.56%
合计	9,511.98	100.00%	7,171.71	100.00%	324.46	100.00%

其中，应付账款主要由网络推广费和网络服务费构成。截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日，公司应付账款余额分别为324.46万元、7,171.71万元、9,511.98万元，占负债总额比例为11.31%、51.44%、50.50%。其中，网络推广费占比较高，占应付账款比例分别为98.44%、98.46%、97.97%。

网络推广费主要是公司推广APP向代理商或广告平台支付的推广费。2017年较2016年网络推广费有大幅上升，同比增加2,110.76%。主要是因为2017年公司业务量迅速增长，广告投放需求增加，公司使用广告代理较多，从而使得应

付账款大幅上升。而 2016 年较少使用广告代理，结算主要以直接付款为主，应付账款较少。

网络服务费主要包括向云端存储商支付的服务器租赁费、购买输入法授权许可费用、产品运营测试工具费用等。2017 年较 2016 年同比增加 2,083.18%，2018 年较 2017 年增加 75.26%，网络服务费有大幅上升主要由于业务的发展，公司对网络功能、数据存储分析、测试服务等需求相应增加，从而导致应付账款上升。

各报告期末，公司应付账款前五大情况如下：

1) 2018 年度

单位：万元

序号	客户名称	金额	占应付账款 余额比例	性质	账龄
1	Meetsocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited	3,270.45	34.38%	网络推广费	1 年以 内
2	Madhouse Co., Limited	1,972.94	20.74%	网络推广费	1 年以 内
3	Domob Ruida Limited	1,338.17	14.07%	网络推广费	1 年以 内
4	Papaya Group Co., Limited	1,214.68	12.77%	网络推广费	1 年以 内
5	Sinointeractive Digital Marketing Co., Limited	566.50	5.96%	网络推广费	1 年以 内
合计		8,362.75	87.92%		

其中，Meetsocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited 是 Facebook 的代理商；Madhouse Co., Limited 是 Google, Facebook, Twitter 的代理商；Domob Ruida Limited 是 Google 和 Facebook 的代理商；Papaya Group Co., Limited 是 Facebook 的代理商；Sinointeractive Digital Marketing Co., Limited 是 Google, Twitter 的代理商。

2) 2017 年度

单位：万元

序号	客户名称	金额	占应付账款 余额比例	性质	账龄
1	Papaya Group Co., Limited	2,305.55	32.15%	网络推广费	1 年以 内
2	Parbat Hongkong Limited	1,114.94	15.55%	网络推广费	1 年以 内
3	Mobvista International Technology Limited	1,070.99	14.93%	网络推广费	1 年以 内

序号	客户名称	金额	占应付账款 余额比例	性质	账龄
4	Domob Ruida Limited	844.43	11.77%	网络推广费	1年以内
5	Hongkong Adtiger Media Co., Limited	641.80	8.95%	网络推广费	1年以内
合计		5,977.71	83.35%		

其中，Papaya Group Co., Limited 是 Facebook 的代理商；Parbat Hongkong Limited, Domob Ruida Limited, Hongkong Adtiger Media Co., Limited 是 Google 和 Facebook 的代理商；Mobvista International Technology Limited 是 Google, Facebook 的代理商。

3) 2016 年度

单位：万元

序号	客户名称	金额	占应付账款 余额比例	性质	账龄
1	武汉安天信息技术有限 责任公司	5.05	1.56%	网络服务费	1年以内
2	Parbat Hongkong Limited	319.41	98.44%	网络推广费	1年以内
合计		324.46	100.00%		

其中，Parbat Hongkong Limited 是 Google 和 Facebook 的代理商。

(2) 预收款项

截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日，公司预收款项分别为 75.52 万元、185.19 万元、184.82 万元，占负债总额比例为 2.63%、1.33%、0.98%。预收款项主要系公司移动应用程序付费服务中付费用户预充值形成，且随着移动应用程序付费服务收入的增长有所增加，与公司收入变化趋势相匹配。

移动应用程序付费服务中，公司主要与 App Store、Google Play 等应用商店合作。报告期各期末，公司预收款的具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Apple Inc.	111.06	60.09%	115.24	62.23%	-	-
Google LLC	73.76	39.91%	69.95	37.77%	75.52	100.00%
总计	184.82	100.00%	185.19	100.00%	75.52	100.00%

（3）应付职工薪酬

应付职工薪酬主要系期末未支付的职工工资及奖金。截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日，公司应付职工薪酬分别为 561.00 万元、1,965.31 万元、3,941.95 万元，随着公司业务规模的扩张，员工人数进一步增加使得员工工资、奖金、津贴和补贴增加，与收入增长趋势基本匹配。具体情况如下表：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	3,307.55	83.91%	1,831.32	93.18%	528.64	94.23%
离职后福利(设定提存计划)	634.40	16.09%	133.99	6.82%	32.36	5.77%
辞退福利	-	-	-	-	-	-
总计	3,941.95	100.00%	1,965.31	100.00%	561.00	100.00%

其中，短期薪酬的构成如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
工资、奖金、津贴和补贴	2,978.23	1,760.41	519.80
职工福利费	-	-	-
社会保险费	328.80	70.91	8.84
其中：医疗保险费	299.03	65.02	7.54
工伤保险费	6.98	1.38	1.08
生育保险费	22.79	4.51	0.22
住房公积金	0.51	-	-
补充医疗保险	-	-	-
工会经费和职工教育经费	-	-	-
总计	3,307.55	1,831.32	528.64

（4）应交税费

应交税费主要包括企业所得税、个人所得税等。截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日，公司应交税费分别为 1,470.19 万元、3,132.61 万元、4,084.35 万元，占负债总额比例为 51.24%、22.47%、21.69%。2017

年较 2016 年增长 113.07%，2018 年较 2017 年增长 30.38%，所得税的增加主要系收入增加使得营业利润大幅上升。

具体明细如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
企业所得税	3,894.07	95.34%	3,067.03	97.91%	1,419.50	96.55%
个人所得税	172.45	4.22%	65.58	2.09%	50.69	3.45%
其他	17.82	0.44%	-	-	-	-
合计	4,084.35	100.00%	3,132.61	100.00%	1,470.19	100.00%

（5）其他应付款

报告期内，公司其他应付款科目明细如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
公司信用卡未还款	799.94	93.42%	749.26	100.00%	-	-
其他	56.32	6.58%	-	-	77.37	100.00%
合计	856.26	100.00%	749.26	100.00%	77.37	100.00%

报告期内，公司其他应付款主要包括信用卡欠款及其他，其中其他项主要包括装修费、中介费、项目保证金、个税返还等。截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日，公司其他应付款分别为 77.37 万元、749.26 万元、856.26 万元，占负债总额比例为 2.70%、5.37%、4.55%。

2、公司偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力的主要指标如下表所示：

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度
流动比率	5.02	3.03	4.42
速动比率	5.02	3.03	4.42

项目	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度	2016年12月31日 /2016年度
资产负债率（%，母公司口径）	8.54%	27.47%	37.98%
资产负债率（%，合并口径）	19.86%	34.24%	24.83%
息税折旧摊销前利润（万元）	50,662.47	13,072.09	-2,799.58
利息保障倍数（倍） ¹	不适用	不适用	不适用

注 1：发行人无利息支出

下表为同行业可比上市公司截至 2016 年 12 月 31 日的主要偿债能力指标：

单位：%

公司名称	流动比率	速动比率	资产负债率
麒麟网络	0.92	0.92	93.56%
猎豹移动	1.54	1.54	42.23%
均值	1.23	1.23	67.90%
本公司	4.42	4.42	24.83%

下表为同行业可比上市公司截至 2017 年 12 月 31 日的主要偿债能力指标：

单位：%

公司名称	流动比率	速动比率	资产负债率
麒麟网络	6.48	6.48	14.42%
猎豹移动	2.49	2.48	30.79%
均值	4.49	4.48	22.60%
本公司	3.03	3.03	34.24%

下表为同行业可比上市公司截至 2018 年 12 月 31 日的主要偿债能力指标：

单位：%

公司名称	流动比率	速动比率	资产负债率
麒麟网络	-	-	-
猎豹移动	3.02	3.02	23.84%
均值	3.02	3.02	23.84%
本公司	5.02	5.02	19.86%

资料来源：猎豹移动公司数据来自年报；麒麟网络来自首次公开发行股票招股说明书(申报稿 2019 年 1 月 4 日报送)。

2016 年，公司的资产负债率明显低于可比公司，流动比率与速动比率高于可比公司，主要是由于麒麟网络初期搭建 VIE 架构后，主要通过境外主体融资

并以借款形式投入麒麟有限使用，导致公司负债金额较高等使得可比公司均值较高。

2017 年与 2018 年，公司偿债能力指标与猎豹移动基本持平，但 2017 年低于麒麟网络，主要原因是麒麟网络 2017 年获得战略投资，吸收投资所得现金增加，导致货币资金大幅上升，提高了公司整体的流动比率和速动比率，降低了其资产负债率。

总体而言，发行人偿债能力较好，与可比公司相比并无异常。

（四）营运能力分析

公司主要营运能力指标如下表所示：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	10.57	8.32	6.84

1、应收账款周转率分析

报告期内，公司应收账款周转率保持在较高水平，体现了公司收账能力、短期偿债能力良好。

2、存货周转率

报告期内，公司不存在存货。

3、与可比上市公司营运能力的比较分析

本公司与可比公司的存货周转率均为 0，应收账款周转率对比如下：

应收账款周转率	2018 年	2017 年	2016 年
麒麟网络	-	7.08	7.44
猎豹移动	-	7.28	6.89
均值	-	7.18	7.17
本公司	10.57	8.32	6.84

注：猎豹移动数据来源于公司年报，麒麟网络数据来源于招股书申报稿（2019 年 1 月 4 日报送）。

总体而言，公司应收账款周转率与可比公司基本相当，但是应收账款周转率与客户总体结构及账期有一定关系，因此仍然存在一定差异。2017 年随着公司业务快速发展，销售收入迅速扩大，导致应收账款周转率上升较快，本公司应收

账款周转率略高于可比公司平均值。2016 年由于收入规模有限，且收入相对比较分散，客户回款速度不一导致应收账款周转率略低于可比公司平均值。

（五）股东权益变动分析

截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2018 年 12 月 31 日，公司所有者权益为 8,685.28 万元、26,776.66 万元和 76,009.93 万元。具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
股本	36,000.00	977.78	928.89
资本公积	23,190.18	20,672.42	10,853.67
其他综合收益	1,328.73	-675.11	461.80
盈余公积	4,101.95	-	-
未分配利润	11,389.07	5,801.58	-3,559.09
归属于母公司股东 权益合计	76,009.93	26,776.66	8,685.28
所有者权益合计	76,009.93	26,776.66	8,685.28

1、股本

（1）2018 年度股本变动

2018 年 10 月 23 日，公司股东同意全体股东以货币方式向本公司同比例增资人民币 3,000.00 万元，认购价格为 1 元/股。该次增资业经安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）于 2019 年 3 月 27 日出具安永华明验字[2019]第 61448912_A01 号验资报告审验。

2018 年 12 月 18 日，公司股东同意以截至 2018 年 10 月 31 日的未分配利润人民币 32,022.22 万元转增股本，各股东按其所持股份比例进行转增，价格为人民币 1 元/股，转增后公司的总股本将增加至人民币 36,000.00 万元。该次未分配利润转增股本事项业经安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）于 2019 年 3 月 27 日出具安永华明验字[2019]第 61448912_A02 号验资报告审验。

（2）2017 年度股本变动

2016年10月18日，公司股东同意将注册资本由人民币880.00万元增加至人民币977.78万元，新增部分由共青城清合及清合同创分别以现金出资人民币48.89万元。2017年1月6日，清合同创实缴到位。该部分增资业经致同会计师事务所（特殊普通合伙）于2017年1月6日出具致同验字[2017]第110ZC0040号验资报告审验。

（3）2016年度股本变动

2016年3月18日，汉迪有限股东同意将注册资本由人民币500.00万元增加至人民币人民币555.55万元。新增注册资本人民币55.55万元由北京清泽以现金出资。该次增资业经北京京信会计师事务所（普通合伙）于2016年4月22日出具京信验字[2016]第009号验资报告审验。

2016年5月18日，汉迪有限股东决议以截至2016年3月31日经审计的净资产折合为注册资本人民币880.00万元，余额计入资本公积。变更设立时，股本总数为880.00万股，均为每股面值人民币1元的普通股，由汉迪有限原股东作为发起人以原持股比例全部认购。股本业经致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具的致同验字[2016]第110ZB0356号验资报告审验。

2016年10月18日，公司股东同意将注册资本由人民币880.00万元增加至人民币977.78万元，新增部分由共青城清合及清合同创分别以现金出资人民币48.89万元。2016年12月27日，共青城清合实缴到位。该部分增资业经致同会计师事务所（特殊普通合伙）于2016年12月30日出具致同验字[2016]第110ZC0745号验资报告审验。截至2016年12月31日，公司实收注册资本人民币928.89万元。

2、资本公积

报告期内，公司资本公积变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年12月31日	本期增加额	本期减少额	2018年12月31日
股本溢价	17,324.59	2,169.93	-	19,494.52
其他资本公积	3,347.83	2,517.76	-2,169.93	3,695.66
合计	20,672.42	4,687.70	-2,169.93	23,190.18

单位：万元

项目	2016年12月31日	本期增加额	本期减少额	2017年12月31日
股本溢价	10,344.96	6,979.62	-	17,324.59
其他资本公积	508.71	5,323.23	-2,484.11	3,347.83
合计	10,853.67	12,302.86	-2,484.11	20,672.42

单位：万元

项目	2015年12月31日	本期增加额	本期减少额	2016年12月31日
股本溢价	-	10,344.96	-	10,344.96
其他资本公积	-	508.71	-	508.71
合计	-	10,853.67	-	10,853.67

（1）2018年度资本公积变动

根据2017年的股权激励计划，本年股份支付计入资本公积的金额为2,517.76万元，其中因确权从其他资本公积转入股本溢价的金额为人民币2,169.93万元。

（2）2017年度资本公积变动

根据2017年实施的股权激励计划，员工持股平台共青城清合和清合同创获得员工增资款人民币887.75万元并将该款项注入本公司，其中人民币97.78万元计入股本，人民币789.97万元计入股本溢价。同时因该计划的实施，本年股份支付金额为人民币8,918.61万元，其中因立即可行权而计入股本溢价的金额为人民币3,705.54万元，2017年度因确权从其他资本公积转入股本溢价部分为人民币2,484.11万元。

2017实际控制人黄扬清同意将其代本公司支付的薪酬人民币110.16万元作为股东捐赠投入公司。

（3）2016年度资本公积变动

2016年股权激励事项确认10,344.96万元管理费用及资本公积。

2016年5月18日，汉迪有限股东决议，以汉迪有限公司截至2016年3月31日经审计的净资产人民币881.67万元，折合为北京汉迪股本人民币880.00万元，余额人民币1.67万元计入资本公积。

2016年实际控制人黄扬清同意将其代汉迪有限公司支付的房租人民币120.00万元以及4名高管工资共计人民币387.05万元作为股东捐赠投入公司。

3、盈余公积

由于本公司 2016 年亏损，未计提法定盈余公积金。

2016 年 5 月 18 日，汉迪有限公司发起股东会决议，并由全体股东签订《发起人协议书》，以汉迪有限公司截至 2016 年 3 月 31 日经审计的净资产人民币 881.67 万元，折合为北京汉迪股本人民币 880.00 万元，盈余公积转增资本公积人民币 1.67 万元，盈余公积转增股本人民币 19.33 万元。

由于本公司 2017 年亏损，未计提法定盈余公积金。

根据公司法、本公司章程的规定，本公司按净利润的 10% 提取法定盈余公积金。法定盈余公积累计额为本公司注册资本 50% 以上的，可不再提取。

本公司 2018 年度提取法定盈余公积人民币 4,101.95 万元。

4、未分配利润/（未弥补亏损）

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
年初未分配利润/（未弥补亏损）	5,801.58	-3,559.09	1,145.33
净利润/（净亏损）	41,711.66	9,360.66	-4,399.30
减：提取盈余公积	4,101.95	-	-
未分配利润转增股本	32,022.22	-	305.12
年末未分配利润/（未弥补亏损）	11,389.07	5,801.58	-3,559.09

十三、现金流量分析

报告期内，本公司的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量			
经营活动现金流入小计	123,271.90	47,606.60	20,342.55
经营活动现金流出小计	-79,981.35	-25,221.69	-12,464.23
经营活动产生的现金流量净额	43,290.55	22,384.91	7,878.32
二、投资活动产生的现金流量			
投资活动现金流入小计	10,253.92	1,723.96	540.45
投资活动现金流出小计	-9,119.12	-3,636.65	-641.03

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
投资活动产生的现金流量净额	1,134.80	-1,912.69	-100.58
三、筹资活动产生的现金流量			
筹资活动现金流入小计	3,000.00	838.86	104.44
筹资活动现金流出小计	-160.16	-	-1,211.01
筹资活动产生的现金流量净额	2,839.84	838.86	-1,106.58
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	2,637.92	-1,251.27	230.24
五、现金及现金等价物净增加额	49,903.12	20,059.81	6,901.41

（一）经营活动现金流量分析

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	126,027.02	55,063.23	20,221.69
净利润	41,711.66	9,360.66	-4,399.30
销售商品、提供劳务收到的现金	123,149.95	47,605.38	20,341.91
经营活动产生的现金流量净额	43,290.55	22,384.91	7,878.32
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	0.98	0.86	1.01
经营活动产生的现金流量净额/净利润	1.04	2.39	-1.79

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司保持了较好的销售回款能力，销售商品、提供劳务收到的现金分别为 20,341.91 万元、47,605.38 万元、123,149.95 万元，销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入之比分别为 1.01、0.86、0.98。

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
净利润	41,711.66	9,360.66	-4,399.30
加：资产减值准备	123.11	413.66	4.34
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	226.14	105.93	64.44
长期待摊费用摊销	173.92	82.02	47.69
股份支付摊销	2,517.76	8,918.61	10,344.96
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“—”号填列）	3.27	-	-
财务费用（收益以“—”号填列）	-672.76	174.52	-38.56
投资损失（收益以“—”号填列）	-53.92	-3.96	-0.45
递延所得税资产减少（增加以“—”号填列）	-23.17	-113.26	-0.02

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	-482.55	377.19	337.40
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-5,802.75	-8,281.24	-850.79
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	5,569.86	11,350.76	2,368.61
经营活动产生的现金流量净额	43,290.55	22,384.91	7,878.32
现金的期末余额	77,130.79	27,227.67	7,167.86
减：现金的年初余额	27,227.67	7,167.86	266.45
现金及现金等价物净增加额	49,903.12	20,059.81	6,901.41

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司实现净利润分别为-4,399.30 万元、9,360.66 万元、41,711.66 万元，而同期公司的经营活动产生的现金流净额为 7,878.32 万元、22,384.91 万元、43,290.55 万元。2016 年度、2017 年度、2018 年度公司经营活动现金流与同期净利润产生差异的主要系股份支付、投资收益、经营性应收项目及经营性应付项目的变动所致。

（二）投资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收回投资收到的现金	10,200.00	1,720.00	400.00
取得投资收益收到的现金	53.92	3.96	0.45
处置子公司收到的现金净额	-	-	140.00
投资活动现金流入小计	10,253.92	1,723.96	540.45
购建固定资产支付的现金	-619.12	-216.65	-241.03
投资支付的现金	-8,500.00	-3,420.00	-400.00
投资活动现金流出小计	-9,119.12	-3,636.65	-641.03
投资活动产生的现金流量净额	1,134.80	-1,912.69	-100.58

投资活动现金流入主要是收回投资收到的现金，对于投资活动产生的现金流入，2018 年相比 2017 年有较大增长，主要系理财产品的赎回。投资活动现金流出主要是投资支付的现金，主要系公司购买理财产品。

（三）筹资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
吸收投资收到的现金	3,000.00	838.86	104.44
筹资活动现金流入小计	3,000.00	838.86	104.44
偿还债务支付的现金	-	-	-1,211.01
支付其他与筹资活动有关的现金	-160.16	-	-
筹资活动现金流出小计	-160.16	-	-1,211.01
筹资活动产生的现金流量净额	2,839.84	838.86	-1,106.58

筹资活动现金流入指吸收投资收到的现金，2018 年吸收投资收到的现金较 2017 年增长 257.63%，主要是由于收到股东投资的现金所形成。

十四、股利分配及发行前滚存利润安排

（一）滚存利润分配安排

经公司 2019 年 3 月 18 日召开的 2019 年第一次临时股东大会审议通过，如公司经中国证监会核准首次公开发行股票并在创业板上市，公司首次公开发行股票前的滚存利润的分配方案为：由发行后的新老股东按照持股比例共享。

（二）本次发行上市后股利分配政策

1、利润分配原则：重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；在符合现金分红条件的前提下优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性；根据公司经营需要留存必要的未分配利润，保持公司持续经营能力。

2、利润分配形式：公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。

3、利润分配顺序：公司优先选择现金分红的利润分配方式。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

4、现金分红的条件和比例：

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

如公司利润分配当年无重大资本性支出项目发生，应采取现金分红的利润分配方式。公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

前述重大资本性支出项目是指经公司股东大会审议批准的、达到以下标准之一的购买资产、对外投资（含收购兼并）等涉及资本性支出的交易事项：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50% 以上的事项；（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元的事项；（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元的事项；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元的事项。（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元的事项。

5、发放股票股利的条件：在满足上述现金分配股利之余，公司可采取股票股利的利润分配方式。采用股票股利进行利润分配的，公司董事会应综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄因素制定分配方案。

6、利润分配的期间间隔：公司每一会计年度通常进行一次利润分配；董事会可以根据公司资金需求情况提议进行中期分红。

7、利润分配应履行的审议程序：

公司董事会应在年度报告或半年度报告公布后 2 个月内，根据公司的股东回报规划，结合公司当年的生产经营状况、现金流量状况、未来的业务发展规划和资金使用需求等因素，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，适时制订公司年度或中期分红方案。董事会审议利润分配方案须经全体董事过半数并经全体独立董事过半数同意方能通过。董事会决定不进行现金分红的，应在年度或中期利润分配方案中详细说明原因和未分配的现金利润（如有）留存公司的用途，并按照相关规定进行披露。

独立董事应当就董事会提出的利润分配方案发表明确意见；董事会提出的利润分配方案经过半数独立董事发表同意意见后，方能提交股东大会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

监事会应当就董事会提出的利润分配方案提出明确意见，同时充分考虑外部监事（如有）的意见，同意利润分配方案的，应经全体监事过半数通过形成决议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

股东大会审议利润分配方案时，可以采取现场投票、网络投票相结合的方式进行投票，公司有义务为公众投资者参与表决提供便利。现金股利分配方案，提交股东大会审议时需经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过；涉及股票股利分配方案的，提交股东大会审议时需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通过。

（三）本次发行上市后三年内分红规划

经公司 2019 年 3 月 18 日召开的 2019 年第一次临时股东大会审议通过的《北京汉迪移动互联网科技股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，公司对上市后三年股东分红回报规划如下：

1、股东回报规划制定考虑因素

公司着眼于公司的长远和可持续发展，在综合分析公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素，征求和听取股东尤其是中小股东的要求和意愿，充分考虑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因素，平衡股东的短期利益和长期利益的基础上制定股东分红回报规划，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对股利分配做出制度性安排，并藉此保持公司利润分配政策的连续性和稳定性。

2、股东分红回报规划制定原则

（1）本公司在本次发行上市后将采取现金、股票或其他符合法律法规规定的方式分配股票股利，并根据公司经营情况进行中期现金分红。

（2）本公司的利润分配政策将重视对投资者的合理投资回报，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。

（3）在公司盈利、现金流满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，公司将优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性，保证现金分红信息披露的真实性。

3、股东分红回报规划制定与修改的具体流程

（1）公司董事会应根据股东大会制定并列入公司章程的利润分配政策，以及公司未来发展计划，在充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见基础上，每三年制定一次具体的股东分红回报规划。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过半数同意且经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通过。股东分红回报规划也应经全体监事过半数同意。

（2）若因公司利润分配政策进行修改或公司经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整股东分红回报规划的，该调整应限定在利润分配政策规定的范围内，经全体董事过半数同意并经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通过。股东分红回报规划的调整也应经全体监事过半数同意。

4、股东分红回报规划制定周期和相关决策机制

公司董事会应根据股东大会制定或修订的利润分配政策，至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东分红回报规划，并确保调整后的股东分红回报规划不违反利润分配政策的有关规

定。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过半数并经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通过。股东分红回报规划也应经全体监事过半数同意。

5、公司上市后前三年股东分红回报具体规划

（1）公司在上市后前三年内，将采取现金分红、股票股利或者现金分红与股票股利相结合的方式进行利润分配，并优先选择现金分红方式进行分配。在留足法定公积金后，每年以现金方式分配的利润均不低于当年实现的可分配利润的10%。

（2）如在公司上市后前三年内公司经营业绩快速增长，董事会可以在现金分红的基础上，根据公司的经营业绩与股本规模的匹配情况择机发放股票股利；也可以根据公司的盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（3）公司董事会经综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平及未来重大资金支出安排等因素后认为，公司目前发展阶段属于成长期，资金需求量较大，因此公司上市后前三年进行利润分配时，现金分红在利润分配中所占比例最低达到20%。

（4）上述利润分配后的留存未分配利润将用于补充公司生产经营所需的流动资金及投资。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）募集资金投资项目

公司本次拟公开发行不超过 4,100.00 万股股票，募集资金总额将根据发行时市场状况和询价的情况予以确定，本次发行不涉及老股东公开发售其所持有的公司股份。募集资金将全部用于公司主营业务相关的项目。本次发行完成后，公司募集资金将存放于董事会指定的专项账户集中管理，做到专款专用。

1、本次募集资金投资项目的备案情况及资金使用计划

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	拟用募集资金投入金额	项目备案
1	产品矩阵升级和扩展项目	58,199.40	58,199.40	京海经信办备[2018]146号
2	数据网络与人工智能建设项目	29,152.93	29,152.93	京海经信办备[2018]147号
3	移动互联网聚合广告运营平台升级建设项目	23,981.66	23,981.66	京海经信办备[2018]148号
4	移动互联网数字营销系统建设项目	13,024.92	13,024.92	京海经信办备[2018]149号
合计		124,358.91	124,358.91	

（二）专户存储安排

为保护广大投资者的利益，确保资金安全，公司 2018 年第五次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度》，明确规定将募集资金存放于董事会决定的专项账户（以下简称“募集资金专户”）集中管理，并按照发行申请文件中承诺的募集资金投资计划使用募集资金。

《募集资金管理制度》主要内容如下：公司应当在募集资金到位后 1 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，公司一次或 12 个月内累计从募集资金专户中支取的金额超过 1,000 万元或募集资金净额的 10% 的，公司及商业银行应当及时通知保荐机构，商业银行每月向公司出具银行对账单，并抄送保荐机构。

公司将严格按照《募集资金管理制度》的规定管理和使用募集资金。对确因市场发生变化等合理需要改变募集资金投资项目时，必须经董事会审议并依照法定程序报股东大会审议批准，涉及关联交易的，关联董事或关联股东应回避表决。

（三）实际募集资金量与投资项目需求出现差异时的安排

各项目将全部使用募集资金进行投资。本次发行及上市募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自筹资金支付项目所需款项；本次发行及上市募集资金到位后，公司将严格按照有关制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项，若本次发行实际募集资金低于募集资金投资项目投资额，公司将通过自筹资金解决。

（四）募集资金投资项目与公司目前主营业务之间的关联性分析

1、产品矩阵升级和扩展项目与主营业务之间的关联性分析

公司致力于移动应用程序的研发和运营，以丰富的产品体系服务于全球移动互联网用户。公司的主要产品涵盖系统工具、生活小工具和内容娱乐等类别，用户已遍布全球 220 多个国家和地区。不断丰富自身产品线、满足全球移动用户各类细分需求是公司未来战略重点和重要支柱。

该项目是公司向全球领先移动应用开发者发展的重要环节，通过进一步对产品矩阵的升级和丰富，为全球移动互联网用户提供更便捷、更专业的移动体验。经过多年的沉淀，凭借出色的产品设计和技术创新，公司产品在 Android 与 iOS 市场上均有较强的竞争力。公司未来将继续提升打造优秀产品的能力、扩大用户规模，横向丰富产品矩阵、纵向深化分析用户需求，从而进一步有效地提升公司竞争力。

2、数据网络与人工智能建设项目与主营业务之间的关联性分析

高效的数据网络和人工智能系统将为公司的产品和业务体系的发展提供有力的支撑。数据网络与人工智能的建设能为公司下一步业务发展和整体战略的实现打造更加坚实的支撑平台。

数据网络与人工智能建设项目是公司继续向多产品矩阵发展方向迈进的重要一步，是在原有产品体系的基础上进行整合和提升，离散的数据孤岛上建立有

效的数据网络。数据网络中个性化内容和服务推荐、数据处理引擎等系统能深度辅助公司产品矩阵开发，在服务于用户各类细分需求的基础上，为用户提供深层相关价值，提升公司的竞争能力。

综上所述，数据网络与人工智能建设项目是基于公司现有的产品基础和技术基础之上进行的研发升级，在业务功能和技术能力上都有大幅提升。

3、移动互联网聚合广告运营平台升级建设项目与主营业务之间的关联性分析

公司作为移动应用开发者，利用自身丰富的移动应用产品矩阵，面向全球移动用户提供产品及服务，并已实现规模化的用户积累，形成较高广告展示价值。公司以产品为载体，为 Google、Facebook 等行业内规模较大、管理较完善的广告平台提供效果广告发布服务并获得收入。移动互联网聚合广告运营平台是公司的重要商业化运营平台，主要包括广告主管理平台、需求方平台、媒体方管理平台、广告聚合平台、供给方平台。

与主流的广告平台保持操作体验兼容的同时，拥有多种丰富的独特功能，未来将逐步为公司提供更加智能、便捷的广告运营支持，满足公司日益增长的广告展示运营需求。同时，公司广告运营平台致力于提供快速便捷的线上和线下广告变现服务及技术支持。该项目支撑公司现有广告运营体系，未来将是公司销售运营体系的重要组成部分，成为连接公司与市场重要的桥梁。

4、移动互联网数字营销系统建设项目与主营业务之间的关联性分析

公司作为广告主，根据业务发展战略和具体规划直接或经由广告代理商在 Google、Facebook 等行业内规模较大、管理较完善的广告平台上投放广告。公司通过参与广告平台提供的竞价环节，获取广告发布商应用中的广告展示机会。潜在用户点击广告后自动跳转至 Google Play 或 App Store 产品详情页，进而下载和使用产品。移动互联网数字营销系统将为公司提供一站式广告投放服务平台及广告运营解决方案，同时提供以云为媒介的数据管理平台。移动互联网数字营销系统结合广告订单系统化管理，分析公司产品用户行为偏好并优化公司广告投放过程，从而提高公司营销效率。同时，数字营销系统为公司提供流量归因、精准投放等功能，为公司广告投放实现进一步智能化调优奠定基础，从而实现根据用户

画像的自动化、精准化投放。该项目对公司提升核心技术竞争力、产品营销服务水平、品牌价值具有重要意义。

（五）募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据

1、本次募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模相适应

经过多年对移动应用产品开发及销售推广，公司积累了较为深厚的行业经验，为本次募投项目的实施奠定了良好的基础。本次募投项目的实施以公司现有技术及产品线为基础，通过移动应用产品矩阵升级、数据网络与人工智能建设、移动互联网聚合广告运营平台升级建设、移动互联网数字营销系统建设，实现业务规模的进一步扩大及品牌进一步提升。综上，本次募投项目与企业现有生产经营规模相适应。

2、本次募集资金数额和投资项目与企业现有财务状况相适应

截至 2018 年 12 月 31 日，公司总资产 94,844.46 万元、合并报表归属母公司所有者净资产 76,009.93 万元，本次募集资金投资项目总投资为 124,358.91 万元。本次募集资金数额和投资项目与公司现有财务状况相适应。

3、本次募集资金数额和投资项目与企业现有技术水平相适应

自成立以来，公司致力于开发及运营符合用户审美与使用习惯的移动应用产品。公司在移动应用产品原型设计、开发、交互设计、产品推广、产品广告展示优化等领域积累了丰富的技术基础，已形成行之有效的移动应用研发模式，适合于 Android 及 iOS 平台的研发环境。为了配合本次募投项目的顺利实施和开展，公司未来将继续扩充研发人员数量，提升研发人员技术水平，以保证公司的研发能力能够持续保持市场领先水平。综上，本次募集资金数额和投资项目与公司现有技术水平相适应。

4、本次募集资金数额和投资项目与企业现有管理能力相适应

公司目前已形成完善的组织架构、规范的业务流程和健全的规章管理制度，并及时根据需要对各项制度进行修订更新，不断优化公司管理模式，保障公司高效运营，促进公司健康平稳发展。

公司的管理团队教育背景良好，拥有先进的管理思想，具备丰富的管理经验和行业经验，带领公司逐步形成了追求极致、开放的企业文化。综上，本次募集资金数额和投资项目与公司现有管理能力相适应。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）产品矩阵升级和扩展项目

1、项目概况

该项目的建设目标是基于公司现有的产品体系，构建下一代系统工具、生活小工具和内容娱乐类产品的核心基础组件，为用户带来更加丰富、有趣、高效的个性化产品体验。项目的研发升级涉及公司原有的系统工具、生活小工具和内容娱乐类产品，在上述产品基础上进行功能扩充与模式创新。

2、项目的必要性分析

（1）顺应移动互联网行业的发展趋势，保持公司的行业竞争力

随着智能手机的普及，庞大的移动互联网用户对应用的需求日趋多样化，各式各样的需求演进的速度也在不断加快。移动互联网的用户形成了“再部落化”的趋势转变，移动开发者也应运创造了多个一定规模的应用类型以满足日益多样化的用户需求。公司的系统工具、生活小工具和内容娱乐类产品矩阵覆盖了多种稳定用户群，每个类别都推出了代表性的产品。产品矩阵升级和扩展项目能够满足用户需求的多样化和不断演进，通过该项目，公司将构建下一代适应移动互联网发展趋势的、更有竞争力的产品矩阵，着力满足用户的需求，提升产品性能和效率，增强公司核心竞争力。

（2）项目建设是企业扩展产品类别，优化商业模式的需要

目前，公司的产品以系统工具和生活小工具为主。随着移动互联网的进一步发展，用户的需求更加丰富，未来内容娱乐类的产品会成为公司的重要布局，在现有用户和产品的基础上，进一步丰富公司产品矩阵，能够为用户提供数据驱动的内容娱乐等一系列服务及产品，延伸企业价值链条，拓展公司新的盈利模式，深度参与全球移动互联网商业模式演进。

（3）继续巩固提升在海外移动互联网的市场地位

公司是全球领先的移动应用开发者，在系统工具、生活小工具和内容娱乐领域具有较强优势，未来公司会在全球范围内进一步完善用户生态，不断通过技术和产品满足用户个性化的需求，巩固并提升公司在全球移动互联网领域的市场地位。

3、项目的可行性分析

（1）全球移动互联网市场持续增长，为产品提供了更大的市场空间

随着全球信息技术和信息化的不断发展和普及，全球移动互联网普及率呈现显著提升态势。根据 GSMA 统计数据显示，截至 2017 年 12 月，世界移动互联网用户达到 33 亿，移动互联网普及率超过 40%；到 2025 年，世界移动互联网用户达到 50 亿，移动互联网普及率达到 60% 以上，世界互联网用户符合增长率达到 5.3%。同时根据 eMarketer 统计数据显示，智能手机用户数将从 2017 年的 24.5 亿增长到 2022 年的 33.2 亿，复合增长率达 6.27%。

（2）全球移动广告市场快速发展，为项目提供了广阔的盈利空间

移动互联网普及率的不断提高、智能手机用户的不断增长，为移动应用程序中广告推广业务的发展带来了基础与持续红利。根据 eMarketer 的统计数据，2018 年全球移动广告支出总额为 1,890 亿美元，预计到 2022 年，全球移动广告支出总额为 3,548 亿美元，复合增长率达到 17.1%。

（3）公司综合研发运营实力突出，为项目提供坚实的保障

公司以用户需求作为产品研发的基础，构建了注重产品研发与优化的组织架构，通过对技术的不断钻研以及对产品的高标准严要求，公司已经形成了系统工具、生活小工具和内容娱乐类移动应用产品矩阵，且各类矩阵中的代表产品在 Google Play、App Store 等商店排行中名列前茅。

公司自主研发了“移动应用开发框架技术”，将用户需求和研发运营需求经分析、归集后，根据闭环、封装原则切分为一系列标准化、可重用的模块组件。不同模块独立进行开发、测试、发布以及维护，保证功能稳定、质量可控，从而

节省了新产品研发和原有产品升级过程中的时间、人员成本，提升了产品的开发效率，最终加强了公司的竞争力。

公司基于自身经验，自主研发了多个商业运营平台系统。各系统分别专注于商业化运营的不同业务方向，为公司产品矩阵提供商业化支撑。商业运营平台系统使产品调优过程更加迅速，显著增强用户获取与广告变现效率，并且能够实现一定程度的智能演进、优化自身数据库与程序算法，为公司获取新增用户、高效变现提供有力支撑。

4、实施内容

该项目的建设目标是基于公司现有的产品及服务矩阵体系，通过升级和整合，提供满足用户个性化需求的移动应用产品，建设更完整、智能、高效的下一代产品及服务矩阵体系。项目具体实施包括如下内容：

（1）桌面工具应用

研发升级桌面工具应用的 5 个功能模块，包括基于历史分类器的程序智能重组、高频功能的快捷访问路径、设备运行效率智能优化、基于用户使用数据和心理特征的个性化交互界面、高帧率动画特效下的延迟优化。

（2）安全应用

研发升级安全应用的 3 个功能模块，包括基于个体生物特征差异的信息泄露预防系统、基于行为语义分析的特殊程序的意图判断系统、基于机器学习的恶意电话特征识别系统。

（3）清理应用

研发升级安全清理应用的 3 个功能模块，包括基于规则库的文件使用率优化分析系统、基于机器学习的图像群体特征识别系统、基于应用特征识别的动态资源分配系统。

（4）输入法应用

研发升级输入法应用的 5 个功能模块，包括基于语境感知的输入场景识别与预测、基于语境感知的情感表达方式预测推荐、基于输入设备色彩方案方案多样

化方法的用户情感交互增强、基于多样化的文字符号的沉浸式输入体验增强、基于手势轨迹的信息表达期望智能判断和预测。

（5）翻译应用

研发升级投放翻译应用的 4 个功能模块，包括基于频谱特征学习的语音合成自然度强化、基于多元激励的语音合成增强、基于情景感知的词汇需求智能识别与预测。

（6）个性秀应用

研发升级个性秀应用的 5 个功能模块，包括基于机器学习的图片降噪与色彩修复、基于关键点和局部特征的智能调整、基于深度学习的图片视觉识别分类强化、实时生物信息数据流特征学习与智能调整、指定主题的图片特征智能筛选与组合推荐。

（7）社交应用

研发升级投放社交应用的 4 个功能模块，包括基于位置和偏好特征学习的候选人推荐优化、用户价值智能识别与社交付费项目精准推送、基于社交关系计算的垃圾信息识别增强、多点实时视频传输网络适配自动优化。

（8）个性化头像应用

研发升级投放个性化头像应用的 3 个功能模块，包括基于结构光的面部模型构建与卡通形象推荐系统、基于可定制的卡通视觉符号的社交链条构建、基于心理预测模型的符号化与动态化卡通形象分享系统。

（9）星座运势应用

研发升级投放星座运势应用的 5 个功能模块，包括基于深度学习的星座匹配准确度优化系统、基于机器学习的信息需求预测与拟合系统、全球本土化星座内容分发平台、内容生产收入智能动态分成系统、运势相关电子商务推荐平台。

（10）云服务平台

该项目建设目标是基于现有云服务平台系统，通过研发新功能、改进已有功能，提供满足用户和研发运营需求的云服务平台。该项目将重点研发、升级云服务平台系统的天气子系统平台、位置子系统平台、星座子系统平台、结算/核算

子系统平台、商店子系统平台、输入法子系统平台、推荐子系统平台等组件及通用功能。

5、项目建设进度安排

该项目总投资为 58,199.40 万元，预计第一年投资 15,581.50 万元，第二年投资 19,861.79 万元，第三年投资 22,756.11 万元。具体的项目建设周期计划如下表所示：

产品矩阵升级和扩展项目												
	T1				T2				T3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
可行性研究	■											
方案设计		■	■	■								
平台研发			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
项目试运营				■	■	■	■	■	■	■	■	■
项目竣工验收												■

6、投资估算

产品矩阵升级和扩展项目投资估算情况如下表所示：

募投项目总投资估算表

序号	项目	总投资金额 (万元)	占比
1	固定资产投入	2,742.82	4.7%
1.1	硬件开发设备投入	1,608.82	2.76%
1.2	办公场所装修	1,134.00	1.95%
2	无形资产投入	1,994.76	3.4%
3	研发投入	38,162.27	65.6%
3.1	研发人员投入	37,761.87	64.88%
3.2	外包费用	364.00	0.63%
3.3	其他研发费用	36.40	0.06%
4	推广费用	4,500.00	7.7%
5	云服务费用	2,700.00	4.6%
6	其他费用	6,099.55	10.5%
6.1	培训费用	845.00	1.45%
6.2	房屋租赁	4,354.55	7.48%
6.3	市场调研费用	900.00	1.55%
7	铺底流动资金	2,000.00	3.4%
总投资金额		58,199.40	100.00%

（二）数据网络与人工智能建设项目

1、项目概况

数据网络与人工智能的建设目标是基于公司现有的产品业务体系，通过标准化、模块化的开发、升级和整合，提供完整的更加高效的数据网络和人工智能系统以支撑公司的产品和业务体系的发展，并为公司的下一步业务发展和整体战略的实现打造坚实的支撑平台。

2、项目的必要性分析

（1）提高公司持续打造优秀产品、满足用户个性化需求的核心竞争力

移动互联网的疾速发展为开发者带来了数以亿万计的用户，这些用户产生了大量的数据，移动设备的不断强化使得每个用户产生和积累的数据快速增长。截至 2018 年 12 月 31 日，公司移动应用程序的月活跃用户数量已超过 1.8 亿。同时，市场上有为数众多的第三方数据平台，在网络中感知、挖掘数据，从多种维度和视角快速积累着数据。全球移动互联网用户个性化需求的不断增长，对用户画像、个性化推荐、精准广告投放、精准营销、精细化运营等技术提出了更高要求。在这一趋势下，公司对数据技术和数据驱动有着更加强烈的需求。

公司致力于运用人工智能技术对数据进行处理和分析，从而将数据应用于产品优化，为用户提供个性化体验。智能化满足用户个性化需求是公司提高核心竞争力的重要发展方向。

（2）推动公司产品和商业化平台的升级，提升自身研发能力

数据和人工智能技术是移动应用程序开发领域的核心技术之一，与移动应用程序研发和运营的多个环节密切相关，具有重要价值。作为移动应用开发者，公司将深入探索研究数据和人工智能在产品研发和运营的各个环节上更广泛的应用前景和更大的价值，统一各个产品的数据规范与不同研发场景的技术范式。

该项目的建设有利于公司为产品、运营平台升级提供基础数据、数据增值、智能技术支持等服务，从而帮助其建立起基于数据驱动的、更加智能的产品研发和运营过程，提升移动应用的创新价值。

（3）依托数据与人工智能技术为用户提供更加优质的内容和服务

移动互联网的内容和服务处于快速的增长之中，层出不穷的内容和服务给移动用户日常使用和选择带来了挑战。对于移动应用开发者而言，与用户个性化需求低关联度的内容和服务导致用户注意力的分散，进而也导致了用户留存率的降低。

随着数据和人工智能技术的发展，依托数据和人工智能降低用户的选择成本、优化用户体验逐步成为公司业务发展的重要途径。数据和人工智能技术为分析、理解、学习用户的特征和偏好提供了技术支撑，为用户个性化内容和服务的开发和运营提供了强有力的保障。

3、项目的可行性

（1）国家产业政策支持

2017年，十九大报告中提出：“深化供给侧结构性改革。建设现代化经济体系，必须把发展经济的着力点放在实体经济上，把提高供给体系质量作为主攻方向，显著增强我国经济质量优势。加快建设制造强国，加快发展先进制造业，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，在中高端消费、创新引领、绿色低碳、共享经济、现代供应链、人力资本服务等领域培育新增长点、形成新动能。支持传统产业优化升级，加快发展现代服务业，瞄准国际标准提高水平。促进我国产业迈向全球价值链中高端，培育若干世界级先进制造业集群。”公司投资建设数据、人工智能系统，增强技术研发实力，符合国家政策导向，项目具备可行性。

（2）公司丰富的技术积累和产品数据积累

移动应用程序开发为技术密集型行业，开发技术呈现快速更迭的特点，已开发的移动应用产品需要根据用户不断变化的兴趣趋向、使用习惯而进行优化，在细节上亦需要不断发展、创新，提升用户体验。经过长期的移动应用领域的研发，公司在移动应用领域积累了丰富的技术。基于较大的用户规模，公司积累了丰富的数据资源。

公司丰富的技术和产品数据积累，有利于为该项目作出更加适应市场和用户需求的设计、建模、研发和实施落地的决策，帮助项目更快地应用于实际业务场景，贡献业务价值。

（3）联网市场的持续增长，为技术投入回报提供了保障

根据 App Annie 数据显示，全球移动应用程序的下载量从 2015 年的 1,298 亿次增长到 2017 年的 2,054 亿次，复合增长率为 15.2%。预计到 2022 年，全球移动应用程序的下载量将达到 2,582 亿次，仍将保持较快速度发展。

随着移动应用程序管理的日趋完善、下载量的逐步提升，移动应用程序行业的收入规模也在逐年提升。根据 App Annie 数据显示，全球用户在移动应用商店中的支出将从 2017 年的 817 亿美元增长至 2022 年的 1,565 亿美元，持续保持快速增长。

4、实施内容

数据网络与人工智能系统的建设目标是基于公司现有的产品业务体系，通过标准化模块化的开发、升级和整合，提供完整的更加智能高效的数据网络系统和人工智能系统以支撑公司的产品体系和业务体系的发展，并为公司的下一步业务发展和整体战略的实现打造扎实的支撑平台。项目具体实施包括如下内容：

（1）算法和模型阵列

算法和模型阵列是数据网络与人工智能系统的重要组成部分。该项目是基于公司业务发展和产品功能的需求，研发和升级已有的算法和模型阵列，不断研究新技术和新算法，并结合实际情况应用到公司技术和业务领域，主要的方向为升级已有算法，学习应用新技术和新算法，以及研究更加适合公司业务和产品需求的自主算法。

（2）基于用户画像的个性化内容和服务推荐系统

基于用户画像的个性化内容和服务推荐系统建设目标是通过研发精准推荐服务、用户画像分析模块、数据处理引擎等功能，提高内容和用户需求的匹配度，提升推荐时效性和价值。

（3）数据和服务的运维监控系统

数据和服务的运维监控系统建设目标是通过研发新功能和新的存储结构、管理方式，满足运维人员和开发人员对于云架构和云服务的维护、监控需求，提升错误预警效率和开发效率，有效防范问题的发生，加强问题排查效率。该系统将重点研发数据和服务的运维监控系统的分布式数据库管理算法、自动预警机制、分布式跟踪系统、报警机制等功能。

（4）产品矩阵深度运营系统

产品矩阵深度运营系统建设目标是通过研发产品矩阵运营平台、产品生命周期运营平台、基础资源云等功能，提供定制化的运营流程。

（5）产品自动测试和优化系统

产品自动测试和优化系统建设目标是通过研发平台支持范围、产品优化系统、测试系统新功能等功能和相应的支持体系，满足公司产品矩阵的不断丰富和业务纵深发展的需求，提升自动测试的效率和优化效果。

（6）精准推送系统

精准推送系统建设目标是通过研发新功能和新算法，满足不断发展的市场所衍生出的新需求以及公司日益发展壮大的业务需要，提高推送的精准度和用户满意度，为提升用户体验、增加产品留存和产品用户价值提供坚实的技术基础。该系统将重点研发数据统计和用户细分及用户行为预测算法、用户推送模型、推送技术模型等功能。

（7）数据网络

数据网络建设目标是通过研发数据感知与采集、数据整合与共享、数据分析与预测等功能，在离散的数据孤岛上建立有效的数据网络，从而更加精准地服务于用户各类细分需求，为用户提升深层相关价值。

（8）基于情感识别的新交互方式研究与应用

基于情感识别的新交互方式研究与应用建设目标是研究并应用基于情感识别的新交互方式，通过研发新算法，提升情感识别的准确度和推荐内容的匹配度，

提升用户体验，满足产品的使用需求。该项目将重点研究情感识别系统的情感识别算法、自学习算法、系统的泛化能力等功能。

5、项目建设进度安排

该项目总投资为 29,152.93 万元，预计第一年投资 7,568.33 万元，第二年投资 9,726.81 万元，第三年投资 11,857.79 万元。具体的项目建设周期计划如下表所示：

数据网络与人工智能建设项目												
	T1				T2				T3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
可行性研究	■											
方案设计	■				■							
平台研发	■				■				■			
项目试运营	■				■				■			
项目竣工验收	■				■				■			

6、投资估算

数据网络与人工智能建设项目投资估算情况如下表所示：

募投项目总投资估算表

序号	项目	总投资金额 (万元)	占比
1	固定资产投入	1,187.61	4.07%
1.1	硬件开发设备投入	645.11	2.21%
1.2	办公场所装修	542.50	1.86%
2	无形资产投入	157.80	0.54%
3	研发投入	17,365.73	59.57%
4	云服务费用	6,000.00	20.58%
5	其他费用	2,941.80	10.09%
5.1	培训费用	405.00	1.39%
5.2	房屋租赁	2,086.80	7.16%
5.3	市场调研费用	450.00	1.54%
6	铺底流动资金	1,500.00	5.15%
总投资金额		29,152.93	100.00%

（三）移动互联网聚合广告运营平台升级建设项目

1、项目概况

聚合广告运营平台建设项目将在公司现有聚合广告平台的基础上进行升级改造，通过引进高层次的研发技术人才、增加研发费用投入等手段，建设高水平的聚合广告平台，提升公司广告变现总体水平。根据公司发展战略，聚合广告运营平台将重点针对包括广告主管理平台、需求方平台、媒体方管理平台、广告聚合平台、供给方平台等进行研究和项目实施。

作为公司移动广告变现业务的基础，聚合广告平台的建设将进一步提升公司现有产品与国际主流移动广告平台的聚合能力，对现有广告运营的稳定性做出进一步提升。该项目的目标是形成具有自主知识产权的广告聚合管理平台，并进一步加强公司广告展示平台自动化、智能化的核心优势技术。从市场整体发展态势与公司在行业中所处的地位来看，该项目能够作为稳定的投资方向，并能够带来良好的经济和社会效益。

2、项目的必要性分析

（1）增强公司盈利能力的需要

公司移动应用产品用户规模积累到一定程度后，需要更高效的广告变现能力，以确保公司持续高水平盈利，为公司的研发运营提供保障。移动广告行业中常见的管理分析模式需要大量人工操作，不利于进行精细化的广告变现，最终广告效果也容易低于预期。因此，为了进行精细化控制，提高广告的变现效果，增强公司的盈利能力，公司有必要通过该项目开展对现有广告聚合展示平台的升级从而提升整体竞争力。

（2）提高广告变现能力，是保持行业领先水平的需要

作为用户规模较大的移动应用开发者，公司目前的广告变现业务不能单纯构建在由第三方广告平台提供的一般性、通用性解决方案之上。公司需要通过打造独立自主、更加适合业务发展的广告平台，从而充分满足自身广告体量需求，深入分析产品数据，适应用户个性化的使用场景，为广告业务提供定制化、多样化的解决方案。

通过开展实施该项目，公司不仅能够在商业化运营方面得到更大赋能，而且能够根据产品的特征和目标用户的偏好，为用户提供更为优质的产品和服务，提高用户粘性，使公司在产品研发和运营始终保持行业领先水平。

（3）完善商业运营平台整体架构的需要

公司基于自身经验，自主研发了多个商业运营平台系统，各系统分别专注于商业运营的不同方面，为公司产品矩阵提供商业化支撑。作为较早建设的商业运营平台，移动互联网聚合广告运营平台更专注于广告变现过程自身的运营和优化。随着商业运营平台建设的逐步深入，公司的产品业务对商业运营平台的整体架构提出了更高的要求，不仅各运营平台能够完成自身专题领域的业务闭环，相互之间也能够有机协作，共同支持产品业务运营优化的整体闭环。

通过开展实施该项目，公司进一步升级建设移动互联网聚合广告运营平台，支持产品业务运营优化的整体闭环，完善商业运营平台整体架构。

3、项目的可行性分析

（1）项目符合国家创新战略政策方向

2013年，国务院印发《关于强化企业技术创新主体地位全面提升企业创新能力的意见》，提出“进一步完善引导企业加大创新投入的机制”；2016年，国务院印发《国家创新驱动发展战略纲要》，提出“明确企业、科研院所、高校、社会组织等各类创新主体功能定位。”公司投资建设广告运营基础研发，增强技术研发实力，符合国家宏观政策导向，因此项目具备较强可行性。

（2）公司丰富的商业化平台技术开发经验，为项目提供了技术基础

公司基于自身经验，自主研发了多个商业运营平台系统。经过一段时期的建设和运营，积累了较为丰富的技术开发经验。技术架构拥有较高的健壮性、稳定性和可扩展性，在建设和运营的过程中经受住了全球亿万次访问的考验，保持了长时间的稳定运行，能够始终输出符合预期的结果，产生良好的效益。开发过程根据商业化平台开发的特点进行了持续的调整和优化，不断从业界最新的开发模型汲取经验，在技术开发过程的需求采集，开发上线等各个环节积累了丰富的经验，并不断总结优化，让商业化平台进展能够和公司的产品业务需求协调一致。

（3）移动广告市场持续增长，为项目实施奠定了坚实的市场基础

见本节“二、募集资金投资项目具体情况”之“（一）产品矩阵升级和扩展项目”之“3、项目的可行性分析”之“（2）全球移动广告市场快速发展，为项目提供了广阔的市场空间”之内容。

4、实施内容

聚合广告运营平台是公司的重要产品，主要包括广告主管理平台、需求方平台、媒体方管理平台、广告聚合平台和供给方平台等。公司聚合广告平台在与主流的广告平台保持操作体验上的兼容性的同时，拥有丰富的特有功能，目前已为公司广告变现团队提供稳定、便捷的广告运营支持，满足日常的广告运营需求。未来，公司聚合广告运营平台将面向更广阔的用户群体提供快速、便捷的线上和线下服务及技术支持，为用户带来可靠有效的使用保障。项目具体实施包括如下内容：

（1）广告主管理平台

广告主管理平台是面向广告主的广告投放设置平台，能够支持广告主在广告运营工作中的主要操作，具体功能包括投放账户管理、投放创意素材物料管理、投放媒体和推广位管理、投放广告受众管理、投放订单管理、投放效果分析报表和结算管理等。广告主可以通过该平台进行便捷有效的广告投放管理。

（2）需求方平台

需求方平台是面向广告需求方的广告营销需求的综合应用平台，功能涵盖智能竞价、搜索再营销、多平台多设备整合营销、智能多屏协同投放、广告疲劳最小化、广告展示智能推荐、欺诈防护系统保障广告营销效率优化。

（3）媒体方管理平台

媒体方管理平台是面向媒体方研发的广告变现设置平台。该平台支持媒体方在广告运营的日常变现工作中的大部分的操作，包括账户管理、广告资源管理、广告变现管理和报表等。媒体方可以进行便捷有效的广告变现管理。

（4）广告聚合平台

广告聚合平台是满足广告变现设置中的变现开发简化需求和变现效益最大化需求的系统平台，包括广告聚合客户端 SDK 技术、广告聚合智能变现策略配置平台技术和广告聚合平台智能广告分发技术等，从而保障开发过程最简、变现效益最大化。

（5）供给方平台

供给方平台是面向广告供给方的广告变现需求的系统平台，公司将综合应用头部广告竞价技术、智能广告主匹配技术、智能广告内容匹配技术和多广告渠道整合技术，实现数据管理平台整合技术，从而保障广告变现的广告无效损耗最低及效率最优。

（6）基于用户画像的精准广告展示系统

基于用户画像的精准广告展示系统是满足广告运营中广告深度智能运营需求的系统，该系统综合应用自动化广告筛选模型技术、广告机会利用率提升技术、智能广告点击率预测技术和智能广告转化率预测技术等保障广告的精准展示。

（7）数据管理平台

数据管理平台系统是面向广告运营中的数据运营需求的系统平台，该平台综合应用产品数据收集整合平台技术、用户画像分析技术、用户行为分析技术、智能用户标签系统技术、综合用户轮廓简介和标签输出 API 技术保障的数据智能高效管理。

5、项目建设进度安排

该项目总投资为 23,981.66 万元。预计第一年投资 6,320.35 万元，第二年投资 8,245.99 万元，第三年投资 9,415.32 万元。具体的项目建设周期计划如下表所示：

移动互联网聚合广告运营平台升级项目												
	T1				T2				T3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
可行性研究	■											
方案设计		■	■	■								
平台研发			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
项目试运营				■	■	■	■	■	■	■	■	
项目竣工验收												■

6、投资估算

研发中心建设项目投资估算情况如下表所示：

募投项目总投资估算表

序号	项目	总投资金额 (万元)	占比
1	固定资产投入	967.66	4.04%
1.1	硬件开发设备投入	460.16	1.92%
1.2	办公场所装修	507.50	2.12%
2	无形资产投入	263.76	1.10%
3	研发投入	15,774.40	65.78%
4	推广费用	2,000.00	8.34%
5	云服务费用	1,200.00	5.00%
6	其他费用	2,775.84	11.57%
6.1	培训费用	378.00	1.58%
6.2	房屋租赁	1,947.84	8.12%
6.3	市场调研费用	450.00	1.88%
7	铺底流动资金	1,000.00	4.17%
总投资金额		23,981.66	100.00%

（四）移动互联网数字营销系统建设项目

1、项目概况

移动互联网的高速发展也为移动互联网的营销业务带来了巨大的发展机遇，而移动互联网营销业务同时对于移动互联网业务也形成巨大的促进作用，对于移动互联网开发者是巨大的商业价值机遇。同时，移动互联网营销业务由于其自身具有高度的便携性和粘性、高度精准性和成本相对低廉的特点，有别于传统行业的营销业务。针对于移动互联网营销业务的特点及公司自身的业务发展需要，公司将研发专属的移动互联网数字营销平台作为战略重点，未来将运营各项移动营销平台相关的业务，提升公司在移动广告推广投放领域内的领先优势。

2、项目的必要性分析

（1）有利于公司持续拓展个性化市场，保持领先的市场地位

移动互联网用户需求变化迅速，且呈现出多元化的特点，新的需求不断涌现，随之而来的是不断迭代的市場机遇。与此同时，移动应用行业在不同国家地区呈

现不均衡的发展状态，从欧美，到日韩、东南亚，再到印度、拉美、非洲、中东等市场，除地域、科技、文化发展的差异外，不同经济发展阶段与人口年龄结构都对移动应用需求产生不同维度的影响。按照不同兴趣、经济实力、年龄和文化等要素，移动应用用户形成为一个个具有相同偏好和习惯的用户“部落”。

该项目的实施和开展，帮助公司提高广告投放和推广的精细化运营能力，更精准地连结产品和目标“部落”用户，使公司不断扩大个性化市场的领先地位。

（2）提高自身运营效率，促进主营业务发展

移动应用程序行业竞争者众多，企业一般需要经过市场推广才能拓展产品知名度、不断积累用户群体。同时，移动应用程序更迭速度较快，需要开发者不断投入推广资金。因此，不断提高产品市场推广的效率，以及推广资金管理的能力，是公司运营中的重要核心竞争力。

该项目的实施和开展，帮助公司在提高市场推广运营效率的同时，从市场推广的数据中获取有效的反馈信息，促进公司产品研发与运营等主营业务的发展。

（3）增强公司对推广过程的把控能力，提高广告推广业务运营效率

公司主要通过在线上渠道投放效果广告对产品进行推广营销。推广费用的使用过程、使用去向、推广效果是推广营销中需要关注的重点问题。效果广告相对传统广告，可以提供诸如广告展示次数、点击率、转化率等更加丰富的数据和指标，一方面可以帮助广告主更加清晰、精准地把握推广过程，另一方面也对广告主的系统化的信息处理能力提出了更高的要求。

该项目的研发和实施，能够帮助公司利用系统化的方式把控推广过程，降低推广的成本和无效广告占比。

3、项目的可行性分析

（1）项目符合国家创新战略政策方向

见本节“二、募集资金投资项目具体情况”之“（三）移动互联网聚合广告运营平台升级建设项目”之“3、项目的可行性分析”之“（2）项目符合国家创新战略政策方向”之内容。

公司投资建设数字营销基础研发，增强技术研发实力。从国家政策导向角度，该项目具备可行性。

（2）公司丰富的商业化平台技术开发经验

基于自身经验，公司自主研发了多个商业运营平台系统。经过一段时期的建设和运营，积累了较为丰富的技术开发经验。技术架构拥有较高的健壮性、稳定性和可扩展性。开发过程根据商业化平台开发的特点进行了持续的调整和优化，不断从业界最新的开发模型汲取经验，让商业化平台进展能够和公司的产品业务需求协调一致。

公司投资建设数字营销系统，从技术开发经验的角度，该项目具备可行性。

（3）数字营销行业对信息技术的重视

数字营销是一个由多部门、多公司、多专业、多环节协作而成一个大型产业体系。因而，高效、稳定的协作是产业体系中重要的挑战。得益于扎根信息技术的特征，数字营销的参与者对信息技术有很高的重视程度。各个数字营销的参与者不仅提供基于信息技术的接入、数据交换的方式，而且积极参与到基于信息技术的对接之中，为数字营销相关系统的建设提供了较大的可行性。

4、实施内容

该项目的建设目标是基于公司现有的产品业务和营销业务体系，通过标准化模块化的开发和整合，提供完整的更加智能高效的集成数字营销实施管理系统，并为下一步业务发展和整体战略的实现打造扎实的支撑平台。项目具体实施包括如下内容：

（1）订单管理系统

订单管理系统支持数字营销订单业务管理流程，前置操作完成后自动进入后续操作流程，完成数字营销业务中各个部门之间的连接与合作，规范数字营销业务过程中各部门的操作，提供可靠中立的数据服务。系统根据角色的不同，针对使用者名下所有的订单生成实时的报告系统，显示每笔订单的具体信息、状态和效果，并可根据使用者的需要进行过滤、隐藏等操作，以简化界面信息，提升公司整体广告投放效率。

（2）财务结算与核算系统

财务结算与核算系统规范数字营销业务过程中各个部门的财务操作，提供标准化财务数据采集与分析存储和管理，支持财务结算和核算流程，完成各个部门之间的合作，提供全面的财务报告系统，方便各级财务人员进行查看、审核和管理。该系统的上线运营将为公司广告运营财务核算与结算工作提供高效工作路径。

（3）数字营销流量来源分析系统

针对当前数字营销业务中的安装劫持、设备工厂、机器人刷量等行为，数字营销流量来源分析系统通过内置的数据算法和受管控的机器学习来综合验证投放业务的数据表现和行为表现，判断是否存在前述行为并对行为进行自动分类过滤。针对前述行为不断演变的特点，数字营销流量来源分析系统引入机器学习，改善识别算法提高分析效率。

（4）自动化投放系统

数字营销需要精心设计的投放策略和大量的优化工作。自动化投放系统对数字营销 offer 进行自动处理，根据营销过程中反馈数据进行分析并根据预设的策略进行自动优化改善，在节省人力的同时达到更高的优化效率。

（5）精准投放系统

通过数据分析和用户画像技术对用户进行更为精准的细分，结合用户自身特征和偏好对投放行为进行优化，提高营销效率。该系统围绕精准定位的投放需求，根据用户细分设计不同的营销策略，使针对用户的自动投放营销行为更加个性化。精准投放系统基于用户细分和定位采取不同策略，并分析其成长率和成功率，综合机器学习和人工分析不断调整优化策略，使公司的优化整合推广过程形成闭环。

（6）投放 ROI 分析系统

投放 ROI 分析系统通过数据分析和用户行为模式研究，分析各个渠道用户的留存率、使用时长、关键行为等数据。打通投放和变现的通道，使得企业可以查看并跟踪不同渠道的表现，并基于 ROI 目标优化各个渠道的投放比例或投放

金额。投放 ROI 分析系统对投放受众的群体进行细分，为营销人员和企业管理人员提供多种细分途径考察广告投放 ROI 表现，细化考察投放效果的颗粒度，帮助操作人员在后续的投放行为中针对不同的细分渠道设置不同的策略，使 ROI 最大化。公司可以基于投放 ROI 数据分析高净值客户和高 ROI 渠道的特征，推测高 ROI 的渠道，进而调整营销预算在各个渠道的分配，提高营销活动的效果。

5、项目建设进度安排

该项目总投资为 13,024.92 万元，预计第一年投资 3,395.32 万元，第二年投资 4,485.57 万元，第三年投资 5,144.03 万元。具体的项目建设周期计划如下表所示：

移动互联网数字营销系统建设项目												
	T1				T2				T3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
可行性研究	■											
方案设计		■	■	■								
平台研发			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
项目试运营				■	■	■	■	■	■	■	■	■
项目竣工验收												■

6、投资估算

营销服务支撑体系项目投资估算情况如下表所示：

募投项目总投资估算表

序号	项目	总投资金额 (万元)	占比
1	固定资产投入	610.59	4.69%
1.1	硬件开发设备投入	292.09	2.24%
1.2	办公场所装修	318.50	2.45%
2	无形资产投入	245.76	1.89%
3	研发投入	9,935.82	76.28%
4	其他费用	1,632.74	12.54%
4.1	培训费用	228.00	1.75%
4.2	房屋租赁	1,179.74	9.06%
4.3	市场调研费用	225.00	1.73%
5	铺底流动资金	600.00	4.61%
总投资金额		13,024.92	100.00%

三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

（一）对净资产总额及每股净资产的影响

募集资金到位后，假设其他条件不发生变化，公司的净资产预计将有较大增加。不考虑此期间公司利润的增长，公司净资产总额和摊薄计算的每股净资产预计将大幅增加，净资产的增加将增强公司后续持续融资能力和抗风险能力。

（二）对净资产收益、每股收益及盈利能力的影响

本次募集完成后，公司净资产和股本规模将有较大幅度增长，而募集资金投资项目从资金投入到产生效益需要一定的时间，因此，短期内净资产收益率和每股收益将出现一定幅度的下降。公司将采取以下措施提高公司未来的盈利能力和回报能力：

（1）积极稳妥的实施募集资金投资项目。从中长期来看，本次募集资金投资项目具有较高的投资回报率，若该募投项目能按时顺利实施，将进一步完善公司的产品矩阵，显著提升广告变现能力、广告投放效率和中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

（2）提高营运资金规模和运营效率。公司拟分别使用本次募集资金中的 58,199.40 万元及 23,981.66 万元用于公司产品矩阵升级和扩展项目及移动互联网聚合广告运营平台升级建设项目。上述项目对于进一步开拓获取优质用户并提升公司整体盈利能力和竞争力有较大的作用。同时，公司将进一步提高资金运营效率，加快市场投放推广，应对行业波动给公司经营带来的风险，积极把握业内机会，以保证公司长期的竞争力和持续盈利能力。

综上所述，预计随着募集资金投资项目顺利实施并逐步产生收益，公司的营业收入和利润总额都将逐步增长，中长期的盈利能力及对投资者的回报能力也将提升。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

截至本招股说明书签署之日，发行人正在履行的对公司的业务和经营有重大影响的合同如下：

（一）广告平台合作合同

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司正在履行的重大变现合同如下：

序号	公司名称	客户名称	合同名称	合同期限
1	iHandy Network	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	Google Adsense Online Terms of Service	在任何一方终止前持续有效
2	iHandy Network	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	Google Services Agreement	在任何一方终止前持续有效
3	iHandy Network	Facebook, Inc. and Facebook Ireland Limited	Audience Network Terms	在任何一方终止前持续有效
4	iHandy Network	Twitter, Inc.	MoPub Terms of Service	在任何一方终止前持续有效
5	iHandy Network	Smaato, Inc.	Terms of Service (SPX)	在任何一方终止前持续有效

注：上述合同均就双方合作的主要条款作出约定，具体交易金额根据实际发生情况结算。

（二）推广合同

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司正在履行的重大推广合同如下：

序号	公司名称	供应商名称	合同名称	合同期限
1	Mobile Flame	Domob Ruida Limited	网络广告发布服务委托合同、补充协议	2019.01.01-2019.12.31
2	Mobile Flame	Papaya Group Co., Limited	网络推广服务协议、补充协议	2019.01.01-2019.12.31
3	Mobile Flame	Meetsocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited	客户合作框架协议、补充协议	2019.01.01-2019.12.31
4	Mobile Flame	Madhouse Co., Limited	亿动无线广告发布合同、补充协议	2019.01.01-2019.12.31
5	iHandy Network	Google LLC	Google LLC Advertising Program Terms	在任何一方终止前持续有效

序号	公司名称	供应商名称	合同名称	合同期限
6	iHandy Network	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	Advertising Program Terms	在任何一方终止前持续有效
7	iHandy Network	Mobvista International Technology Limited	信息服务单	2019.01.22-2020.01.21
8	iHandy Network	HongKong AdTiger Media CO., Limited	网络推广服务单	2019.01.01-2019.12.31
9	Mobile Flame	Sinointeractive Digital Marketing Co., Limited	客户合作框架协议、补充协议	2019.01.01-2019.12.31

注：上述合同均就双方合作的主要条款作出约定，具体交易金额根据实际发生情况结算。

二、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保情况。

三、行政处罚、重大诉讼或仲裁事项

（一）本公司行政处罚情况

报告期内，发行人及其控股子公司不存在重大行政处罚。

（二）本公司重大诉讼或仲裁情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司不存在尚未了结的重大诉讼或仲裁案件。

（三）本公司控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在其他尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件。

（四）刑事诉讼情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未涉及任何刑事诉讼案件。

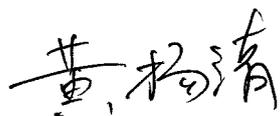
第十二节 董事、监事、高级管理人员及有关

中介机构声明

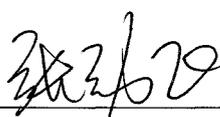
一、全体董事、监事、高级管理人员声明

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

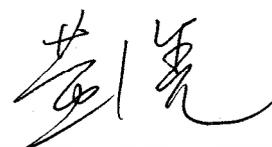
全体董事签名：



黄扬清



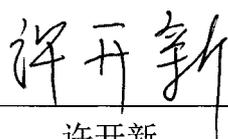
张劲飞



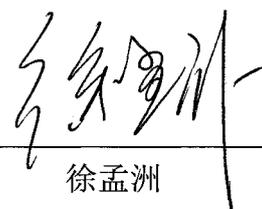
黄滢



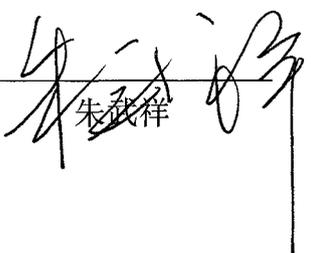
吴靖



许开新



徐孟洲



朱杰祥



许年行

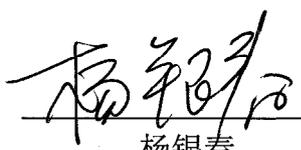
北京汉迪移动互联网科技股份有限公司

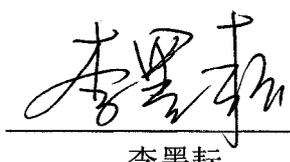


一、全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体监事签名：


杨银春


李墨耘

汪文灿
汪文灿

北京汉迪移动互联网科技股份有限公司

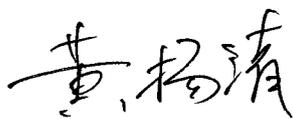


2019年11月11日

一、全体董事、监事、高级管理人员声明

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

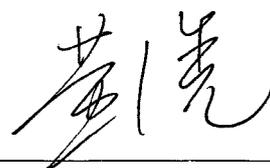
全体高级管理人员签名：



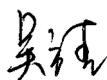
黄扬清



张劲飞



黄滢



吴靖

北京汉迪移动互联网科技股份有限公司



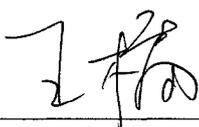
二、保荐人（主承销商）声明

公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

保荐代表人：



方良润



王 楠

项目协办人：



张林冀

董事长、首席执行官兼法定代表人：



毕明建



中国国际金融股份有限公司

2019年 4月 11日

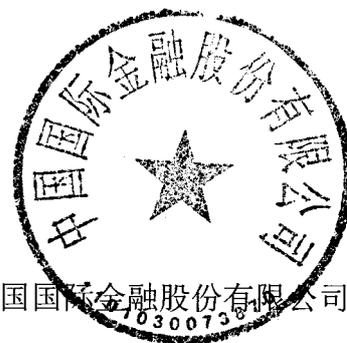
保荐机构董事长、首席执行官声明

本人已认真阅读北京汉迪移动互联网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、首席执行官兼法定代表人：



毕明建



中国国际金融股份有限公司

2019年 4月 11日

第十二节 董事、监事、高级管理人员及有关 中介机构声明

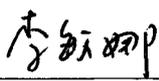
三、发行人律师声明

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、及时性承担相应的法律责任。

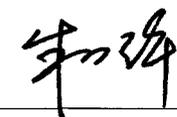
经办律师：


吴冠雄


王韶华


李敏娜

律师事务所负责人：


朱小辉



关于招股说明书引用审计报告及其他报告和专项说明的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读北京汉迪移动互联网科技股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书(申报稿)(以下简称“招股说明书”), 确认招股说明书中引用的经审计的财务报表、经审核的内部控制审核报告、申报财务报表与原始财务报表的差异比较表、非经常性损益明细表及主要税种纳税情况的内容, 与本所出具的审计报告(报告编号: 安永华明(2019)审字第 61448912_A01 号)、内部控制审核报告(报告编号: 安永华明(2019)专字第 61448912_A01 号)、申报财务报表与原始财务报表的差异比较表的专项说明(专项说明编号: 安永华明(2019)专字第 61448912_A02 号)、非经常性损益的专项说明(专项说明编号: 安永华明(2019)专字第 61448912_A03 号)及主要税种纳税情况的专项说明(专项说明编号: 安永华明(2019)专字第 61448912_A05 号)的内容无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对北京汉迪移动互联网科技股份有限公司在招股说明书中引用的本所出具的上述报告和专项说明的内容无异议, 确认招股说明书不致因完整准确地引用本所出具的上述报告和专项说明而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对本所出具的上述报告和专项说明的真实性、准确性、完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供北京汉迪移动互联网科技股份有限公司本次向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行 A 股股票使用; 未经本所书面同意, 不得作其他用途使用。



签字注册会计师:

章晓亮



张诚伟



首席合伙人授权代表:

张明益



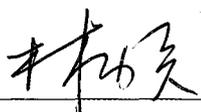
安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

2019年4月11日

五、资产评估机构声明

本机构及签字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、及时性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

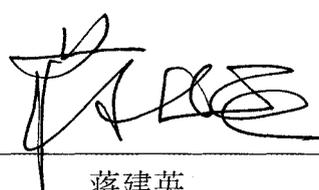

林幼兵


资产评估师
林幼兵
11060043


刘英敏


资产评估师
刘英敏
13130020

法定代表人：


蒋建英



关于招股说明书引用实收资本验资事项专项复核报告的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读北京汉迪移动互联网科技股份有限公司首次公开发行A股股票招股说明书(申报稿)(以下简称“招股说明书”), 确认招股说明书中引用的实收资本验资事项专项复核报告与本所出具的实收资本验资事项专项复核报告(报告编号: 安永华明(2019)专字第61448912_A04号)的内容无矛盾之处。

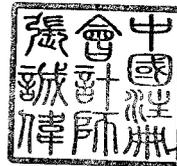
本所及签字注册会计师对北京汉迪移动互联网科技股份有限公司在招股说明书中引用的本所出具的实收资本验资事项专项复核报告的内容无异议, 确认招股说明书不致因完整地引用本所出具的上述实收资本验资事项专项复核报告而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对本所出具的上述实收资本验资事项专项复核报告的真实性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供北京汉迪移动互联网科技股份有限公司本次向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行A股股票使用; 未经本所书面同意, 不得作其他用途使用。



签字注册会计师:

章晓亮



张诚伟



首席合伙人授权代表:

张明益



安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

2019年4月11日

第十三节 附 件

一、备查文件目录

- 1、发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）；
- 2、发行保荐工作报告（附：关于保荐项目重要事项尽职调查情况问核表）；
- 3、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；
- 4、发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- 5、财务报表及审计报告；
- 6、发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）；
- 7、盈利预测报告及审核报告（如有）；
- 8、内部控制鉴证报告；
- 9、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- 10、法律意见书及律师工作报告；
- 11、公司章程（草案）；
- 12、中国证监会核准本次发行的文件；
- 13、其他与本次发行有关的重要文件。

自本招股说明书公告之日起，投资者于下列时间和地点查阅上述文件。

二、查阅地点

投资者于本次发行承销期间，各种备查文件将存放在公司和保荐人（主承销商）的办公地点，投资者可在公司股票发行的承销期内查阅。

三、查询时间

除法定节假日以外的每日 9:00-11:00，14:00-17:00