



关于北京木瓜移动科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请  
文件的第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



二零一九年六月

## 上海证券交易所：

根据贵所于 2019 年 6 月 4 日出具的《上海证券交易所关于北京木瓜移动科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》（上证科审（审核）〔2019〕223 号）（以下简称“第二轮审核问询函”）关于北京木瓜移动科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件问询意见的要求，北京木瓜移动科技股份有限公司（以下简称“木瓜移动”、“公司”、“发行人”）已会同中天国富证券有限公司（以下简称“中天国富证券”或“保荐机构”）、北京市康达律师事务所（以下简称“康达律师”或“发行人律师”）和立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信”、“申报会计师”、“审计机构”）对问询意见中所涉及的问题进行逐项认真讨论、核查和落实，在此基础上对发行人首次公开发行股票并在科创板上市申请相关文件进行了补充和修订。现将第二轮审核问询函意见的落实和修改情况逐条书面回复如下，请予以审核。

说明：

一、如无特别说明，本问询回复报告中的简称或名词释义与《北京木瓜移动科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的相同。

二、本问询回复报告中的字体代表以下含义：

|               |                        |
|---------------|------------------------|
| <b>黑体（加粗）</b> | <b>反馈意见问题</b>          |
| 宋体（不加粗）       | 对反馈意见问题的回复             |
| <b>楷体（加粗）</b> | <b>对招股说明书（申报稿）的修改。</b> |

三、本问询回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

## 目录

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 问题 1 关于首轮问询未落实问题 .....           | 4   |
| 问题 2 关于核心业务系统 .....              | 46  |
| 问题 3 关于股权变动 .....                | 56  |
| 问题 4 关于发行人核心技术人员变化 .....         | 64  |
| 问题 5 关于业务模式 .....                | 70  |
| 问题 6 关于技术先进性 .....               | 80  |
| 问题 7 关于大数据来源 .....               | 88  |
| 问题 8 关于信息披露豁免 .....              | 95  |
| 问题 9 关于发行人流量采购 .....             | 103 |
| 问题 10 关于发行人收入及相关核查 .....         | 115 |
| 问题 11 关于来自代理及游戏行业收入等财务信息对比 ..... | 144 |
| 问题 12 关于公司毛利率下滑 .....            | 162 |
| 问题 13 关于应收账款 .....               | 173 |
| 问题 14 关于销售费用 .....               | 184 |
| 问题 15 关于同行业可比信息的准确性 .....        | 190 |
| 问题 16 关于研发费用 .....               | 194 |
| 问题 17 关于股份支付 .....               | 200 |
| 问题 18 关于薪酬 .....                 | 204 |
| 问题 19 关于关联方与关联交易 .....           | 208 |
| 问题 20 其他 .....                   | 218 |

## 问题 1 关于首轮问询未落实问题

请发行人、保荐机构、发行人律师及申报会计师对首轮问询及其回复中以下问题予以进一步核查：（1）首轮问询问题 11 第 1 小问，公司回复表示未从事广告内容制作相关业务。但发行人核心技术中自动化素材设计人机互动方案为在线素材编辑系统，帮助客户成批制作广告素材。请发行人进一步说明上述表述存在矛盾的原因并如实披露是否存在广告内容制作相关业务，是否需要具备相关广告业务资质；（2）首轮问询问题 11 第 5 小问，请发行人补充披露在海外营销中是否需要遵守相关投放地的法律法规要求以及公司的应对措施，公司是否存在违反投放地法律法规的情形；（3）首轮问询问题 12，请发行人补充披露境内行业主管部门能否对发行人通过香港子公司开展业务实施有效监管，说明公司营业税金及附加金额、应交增值税金额较低的原因，是否存在违反税务规定的情形；（4）首轮问询问题 14，按照供应商及客户分别说明报告期的返利政策及金额、预提计算方式、年末返利确认方式、对账差异、相关返利支付是否与客户及供应商签约主体一致、是否存在第三方回款或者支付的情况；（5）首轮问询问题 23 第 3 小问，进一步说明并核实报告期向个人购买流量的金额、采购主体、个人及其背景、采购原因、最终的流量提供方，请发行人补充说明向同行业可比公司蓝色光标采购媒体资源的原因以及蓝色光标是否为媒体资源的最终提供方。（6）首轮问询问题 27，发行人服务器及相关租赁费用的账务处理方式，结合租用的服务器数量、时长、吞吐量等情况量化分析服务器费用与收入变动不一致的原因及商业合理性；（7）首轮问询问题 37，说明搜索展示类和效果类的营业成本划分出现错误的原因，修正后 2016 年搜索展示类毛利率大幅下降的原因；（8）首轮问询问题 38，收入确认中“合同约定的结算标准”确认收入的具体内涵；（9）首轮问询问题 42，管理费用中服务费与收入变动不一致的原因、主要支付对象及金额、主要服务内容，2017 年租赁费较大的原因；（10）首轮问询问题 45，说明移动奇异报告期利润变化的原因、2017 年母公司所得税费用金额占利润总额的比重与税率不符的原因；（11）首轮问询问题 54，结合款项具体性质说明向供应商收取的保证金确认为其他应付款而不是预收账

款的原因、是否具有借款性质，MOB NET TECHNOLOGY COMPANY 股东、主营业务、交易背景、收取保证金时点、收入确认时点及金额；（12）首轮问询问题 56，结合期初期末应收及应付账款金额、流量采购金额、收入，说明销售商品提供劳务收到的现金与购买商品接受劳务支付的现金的合理性测试过程；（13）首轮问询问题 57，现金流中大额的往来款项的交易对手方、交易背景及金额，2016 年支付的个人借款 760 万元的背景。

请发行人严格按照问询问题进行披露或说明，请保荐机构和相关证券服务机构对问询事项进行核查并发表明确核查意见，说明核查过程、方法和发表意见的依据，核查范围应包括发行人及其重要子公司。

请保荐机构和发行人律师的内核部门就未正面回复问询问题的情况出具专项说明。

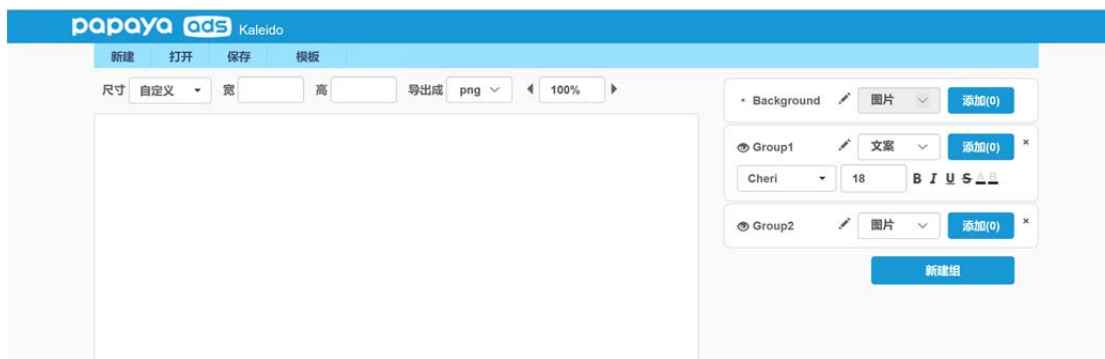
#### 【回复】

一、首轮问询问题 11 第 1 小问，公司回复表示未从事广告内容制作相关业务。但发行人核心技术中自动化素材设计人机互动方案为在线素材编辑系统，帮助客户成批制作广告素材。请发行人进一步说明上述表述存在矛盾的原因并如实披露是否存在广告内容制作相关业务，是否需要具备相关广告业务资质

#### （一）发行人说明

木瓜移动的核心技术“自动化素材设计人机互动方案”是发行人自主研发的一套在线图片编辑处理软件，其功能类似 Adobe Photoshop 等同类软件，客户可以利用该工具对原始图片素材自行进行处理。木瓜移动在经营过程中提供给客户的是此项软件的使用权，由客户自行使用该软件对其广告素材进行处理。发行人并不提供创意设计、文案策划等广告内容制作服务。由于木瓜移动并未从事广告内容制作，因此不需要具备相关广告业务资质。

自动化素材设计人机交互方案界面展示如下：



## （二）核查过程和核查结论

保荐机构及发行人律师访谈了发行人业务主管、核查了自动化素材设计人机交互方案软件的使用操作过程、核查了发行人对互联网广告推广业务开展的业务流程、查阅了发行人提供的说明，补充核查了《中华人民共和国广告法》、《广告发布登记管理规定》、《互联网广告管理暂行办法》的相关规定。经核查，“自动化素材设计人机互方案”是发行人自主研发的一款在线图片编辑处理软件，其功能类似 Adobe Photoshop 等同类图片处理软件，客户可以利用该软件对原始图片素材自行进行处理。发行人在广告投放活动中向客户提供该款软件的使用权，由客户自行使用该软件对其广告素材进行处理，发行人并未利用该软件为客户提供广告内容制作相关业务，亦不存在其他广告内容制作业务。

除此之外，根据《中华人民共和国广告法》、《广告发布登记管理规定》、《互联网广告管理暂行办法》的相关规定，发行人并不属于“广播电台、电视台、报刊出版单位从事广告发布业务”，并不属于“应当向所在地县级以上地方工商行政管理部门申请办理广告发布登记”的主体。

综上，保荐机构及发行人律师认为：发行人及其子公司不存在广告内容制作业务，因此不需要具备相关广告业务资质。

## 二、首轮问询问题 11 第 5 小问，请发行人补充披露在海外营销中是否需要遵守相关投放地的法律法规要求以及公司的应对措施，公司是否存在违反投放地法律法规的情形

### （一）发行人说明

#### 1、公司在海外营销中应当遵守投放地法律法规要求

发行人主要利用全球大数据资源和大数据处理分析技术为国内企业提供海外营销服务，覆盖全球 200 多个国家和地区。公司将客户资料及商品信息通过技术手段推送到海外全球媒体，向全球用户进行展示和推广。公司在海外营销中应当遵守投放地法律法规要求。

#### 2、公司的应对措施

##### （1）严格遵守并执行媒体方/流量方关于广告内容的相关政策

发行人在业务开展过程中，需遵守媒体方/流量方关于投放内容的相关政策。以占发行人 2017、2018 年度营业收入 90%以上的媒体方脸书、谷歌为例，发行人应当遵守脸书、谷歌有关广告投放的相关条款与条件。脸书、谷歌作为业务覆盖全球范围的头部媒体方，对广告内容及审核机制制订了完备的策略与条件，具体情况如下：

##### ①脸书

根据脸书公示于网页 <https://www.facebook.com/policies/ads> 上的“广告发布政策规定”相关内容：

|        |  |
|--------|--|
| 概览     | 我们的广告发布政策规定了允许使用的广告内容的类型。广告主下单时，Facebook 将依据这些政策逐一审核广告。  |
| 广告审核程序 | 在 Facebook 或 Instagram 投放的所有广告在展示之前都必须通过审核，以确保符合我们的广告发布政策<br>在广告审核阶段，我们将检查您的广告图片、文本、受众定位、市场定位，以及广告落地页的内容。如果落地页内容无法正常访问、与广告推广的产品/服务不符，或违反我们的广告发布政策，则广告无法通过审核。 |
| 禁止内容   | 1、广告不得违反 Facebook 社区守则。Instagram 广告不得违反 Instagram 社区守则。<br>2、其他禁止内容（包括了违法产品或服务、歧视性做法、烟草制品、药品及与药物相关的产品、不安全的保健品、武器、弹药或爆炸物、成人用                                  |

|      |   |
|------|---|
|      | 品或服务、成人内容、第三方侵权行为、骇人听闻的内容等 30 个类别)  |
| 限制内容 | 包括了酒类、约会交友、真钱博彩、国家彩票、网上药店、保健品、订阅服务、金融和保险产品与服务等 13 个类别   |
| 视频广告 | 视频广告和其他类型的动态广告必须遵守本广告发布政策中列出的所有规定   |
| 受众定位 | 1.不得将定位选项用于歧视、骚扰、挑唆或毁谤用户的目的，不得采用掠夺性广告方式。<br>2.如果将广告定位到自定义受众，创建受众时必须遵守适用条款。  |
| 市场定位 | 1.相关度<br>文本、图片或其他媒体等广告内容必须与提供的产品或服务以及观看广告的受众相关且对应。<br>2.准确<br>广告必须明确代表刊登广告的公司、产品、服务或品牌。<br>3.相关落地页<br>落地页面上推广的产品和服务必须与广告文案宣传的一致，且目标网站不得提供或链接至被禁止的产品或服务。 |
| 线索广告 | 未经 Facebook 事先书面许可，广告主不得创建线索广告问题索要以下信息（包括账号、犯罪记录、财务信息、政府颁发的身份证件等 13 个类别）  |
| 应知事项 | 包括“广告主有责任了解并遵守所有适用法律法规。不遵守规定可能导致一系列后果，包括取消您下单的广告或终止您的帐户”、“我们保留以任何理由自行决定拒绝、批准或移除广告的权利，包括对我们与用户的关系产生负面影响的广告，或推广的内容、服务或活动与我们的竞争性地位、利益或广告理念相悖的广告”等内容。       |

## ②谷歌

根据谷歌公示于网页 <https://support.google.com/adspolicy/answer>

/6008942?visit\_id=636954906742819748-2630215626&rd=1 上的“Google Ads 政策”相关内容：

|        |   |
|--------|---|
| 禁止的内容  | 包括仿冒产品、危险的产品或服务、促成不诚实行为、不当内容 4 个类别  |
| 禁止的行为  | 包括滥用广告网络、数据收集和使用、虚假陈述 3 个类别   |
| 受限制的内容 | 以下政策涵盖的内容有时在法律上或文化上是敏感的。在线广告在吸引客户方面可以发挥巨大作用，但是在敏感地区，我们也努力避免在不恰当的时间和地点展示这些广告。包括成人内容、酒精饮料、版权内容、赌博和游戏、保健品和药物等 8 个类别  |
| 法律要求   | 除了遵守标准 Google Ads 政策，我们还希望所有广告客户都能遵守其广告定位到的任何地区的当地法律。在运用这一政策时，我们通常会宁求稳妥而不会冒险，因为我们不希望存在任何可能不合法的内容。<br>您将在下面了解到特定国家/地区的法律要求，但需要注意的是，这不是一份完整列表。我们希望广告客户自行研究其广告定位到的任何地区的当地法规。 |

同时，谷歌在该页面中提供了一个下拉菜单，并向用户表达“请从下列菜单中选择一个国家/地区，了解谷歌正在密切关注当地哪些与广告有关的法律要求。需要指出的是，谷歌并没有详尽列举出各地的法律要求或相关的国家/地区，因



此您在各个国家/地区开展业务或投放广告时，仍需自行研究并遵守当地的法律规定”。该下拉菜单包括了 31 个国家和地区及“其他”区域，以选取“美国”为例，页面显示：

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>允许宣传但存在一定限制的内容示例</b> | 汽车维修合同：在原厂质保期到期后，消费者可以购买汽车维修合同，从而在车辆产生维修费用时获得赔偿。Google 允许投放汽车维修合同广告，但如果广告或者着陆页上提及了制造商或者汽车品牌，则必须在着陆页上澄清是否与这些制造商或者汽车品牌具有联属关系 |
| <b>不允许宣传的内容示例</b>       | 加拿大在线药店广告：Google 不允许将加拿大在线药店广告定位到美国客户。与政府拨款和经济刺激有关的宣传。非处方隐形眼镜的销售。  |

根据谷歌公示于网页（[https://support.google.com/adspolicy/answer/1722120?hl=zh-Hans&ref\\_topic=1316596](https://support.google.com/adspolicy/answer/1722120?hl=zh-Hans&ref_topic=1316596)）中的“广告审批流程”，谷歌表示：“为确保广告内容健康并且适合展示给所有用户，我们会对所有广告进行审核，确保其符合 Google Ads 政策。大部分广告都可在 1 个工作日内完成审核”。

由此可见，发行人在通过脸书、谷歌进行广告投放的活动中，均需经过脸书、谷歌审核，其广告投放须遵守脸书、谷歌的广告发布政策。脸书、谷歌作为全球头部媒体，已根据全球各地的法律法规制订了相应的广告发布政策，对广告发布的禁止内容、限制内容等作出了明确的规定，并严格按照其广告发布政策进行审核。

## （2）制订了广告审核制度

公司已就客户提供的广告素材等内容建立了完备的审核机制，根据公司《广告业务审查管理制度》，公司设立专职广告业务审核员对广告业务进行审核，业务审查管理分为广告主资质审查、广告形式审查和广告内容审查阶段。主要内容如下：

①广告主资质审查：“公司依据《互联网广告管理暂行办法》第十二条的规定，审核查验并登记广告主的名称、地址和有效联系方式等主体身份信息，建立登记档案并定期核实更新”、“公司对承接的广告业务应先指定专人负责登记，并根据广告的内容和广告客户提出的宣传要求，按照《中华人民共和国广告法》第二十四条、第三十四条规定及收取以下广告证明：A.营业执照以及其他生产、

经营资格的证明文件；B.质量检验机构对广告中有关商品质量内容出具的证明文件；C.确认广告内容真实性的其他证明文件；D.法律、行政法规规定的应当进行审查的广告，应提供广告审查机关批准文件”。

②广告形式审查：“审查证明文件。查验广告客户应当提交和交验的证明文件是否真实、合法、有效。当证明文件不符合法律、法规规定的要求时，做出不予投放广告的决定”。

③广告内容审查：“审查广告内容及其表现形式。查看广告是否含有违反广告管理法规和国家其它法律、法规规定的内容，查看广告内容的表现形式是否违反广告管理法规和国家其他法律、法规的规定。凡广告中含有违反国家法律，法规内容和表现形式的，做出不予投放广告的决定”。

### (3) 加强内部控制，保持与境外律师沟通合作

针对境外业务合规性的风险防控及应对，公司建立了专门的法务部，配有法务专员 2 名，法务部的职责包括：负责为公司经营及发展提供全面的法律保障和法务支持，负责防控法律风险、处理公司对外业务中涉及的法律问题，代表公司参与涉诉事务的协商、调解、诉讼及仲裁活动，维护公司合法权益。同时，为满足境外风控的需要，公司与境外子公司所在地香港、美国、印度、开曼当地的律师事务所建立了合作关系，为相关子公司的合规性进行核查并发表意见。

3、根据发行人提供的相关资料、相关主管机关出具的证明及相关境外律师对发行人境外子公司出具的法律意见书并经保荐机构和发行人律师核查，报告期内，发行人及其境内子公司不存在受到境内相关行政主管部门行政处罚的情形，发行人境外子公司符合当地法律法规的规定而合法存续，亦不存在受到相关行政主管部门行政处罚情形。同时，报告期内，发行人未因违反投放地法律法规而受到投放地相关机构、主体要求赔偿或支付罚金的情形。

4、业务实践中，虽然谷歌/脸书已建立了完备的内容审查机制且发行人严格遵守上述规定开展业务、发行人制订了内部的内容审查机制、发行人已与公司境外主体所在地的律师事务所建立了合作关系对经营合规性进行把控，但客观上，

因发行人将广告内容呈现的地理区域覆盖较多的国家和地区，上述地区在文化背景、行政背景、司法背景等方面具有较大的区别，发行人无法完全穷尽上述投放地相关法律法规（谷歌/脸书均表明其自身亦无法穷尽），因此，发行人存在因违反投放地法律法规而受到投放地相关机构、主体要求赔偿或支付罚金的风险。针对上述情况，发行人已在《招股说明书》中增补了相关风险提示。

## （二）发行人补充披露

1、发行人已在招股说明书第四节 风险因素之“三、政策风险”之“（二）因广告信息违反相关法律法规而遭受损失的风险”中披露如下：

公司所从事的互联网营销业务受到互联网行业和广告行业的双重监管，需符合《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》、《移动互联网广告标准》等法律法规的规定。随着公司业务规模的扩大，可能存在因少数客户刻意隐瞒信息等原因导致营销信息审核失误，致使营销信息违反相关法律法规，公司可能面临因发布虚假营销信息等而遭受处罚的风险。

另外，发行人在海外国家进行广告投放亦须遵守当地的法律规定。因发行人将广告内容呈现的地理区域覆盖较多的国家和地区，上述地区在文化背景、行政背景、司法背景等方面具有较大的区别，发行人无法完全穷尽上述投放地相关法律法规，因此，发行人存在因违反投放地法律法规而受到投放地相关机构、主体要求赔偿或支付罚金的风险。

2、发行人已在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争情况”之“（二）行业主管部门、行业监管体制与主要法律法规政策及对发行人经营发展的影响”中披露如下：

### 2、行业主要法律法规政策

#### （1）国内法律法规政策

.....

#### （2）海外法律法规政策

发行人业务覆盖全球 200 多个国家和地区，需遵守广告投放地的相关法律法规。在业务开展过程中，公司遵守脸书、谷歌有关广告投放的相关条款与条件。脸书、谷歌作为业务覆盖全球范围的头部媒体方，对广告内容及审核机制制订了完备的策略与条件。

发行人广告投放地为全球各地，虽无法独自穷尽全球各地与广告投放相关的法律法规，但发行人在通过脸书、谷歌进行广告投放的活动中始终严格遵守脸书、谷歌根据全球各地法律法规制订的广告发布政策，并在与其主要客户签订的营销服务协议中，亦要求客户严格按照脸书、谷歌广告发布政策进行广告制作与投放，避免出现违反投放地法律法规的情形。

### （三）核查过程和核查结论

保荐机构及发行人律师进行了核查：

1、访谈了发行人业务副总，确认业务开展的过程、了解业务相关实际开展区域及业务合规性；

2、核查了脸书/谷歌公司的广告内容要求及审查机制、查阅了发行人《广告业务审查管理制度》；

3、查阅了发行人针对境外业务合规性开展与境外律师事务所合作的相关文件，取得了境外律师对发行人境外子公司出具的法律意见书等相关文件；

4、核查了公司法务部门的设置及人员情况、核查了公司对广告素材等内容建立的审核机制。

保荐机构和发行人律师认为，发行人及其子公司在海外营销中应遵守相关投放地的法律法规要求；发行人通过遵守媒体方内容审核机制、建立内部内容审核机制、加强与境内外律师的合作等方式予以应对。

### 三、首轮问询问题 12，请发行人补充披露境内行业主管部门能否对发行人通过香港子公司开展业务实施有效监管，说明公司营业税金及附加金额、应交增值税金额较低的原因，是否存在违反税务规定的情形

#### （一）发行人说明

##### 1、境内行业主管部门能否对发行人通过香港子公司开展业务实施有效监管

###### （1）互联网信息服务相关主管部门

从发行人所处行业看，按照中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“互联网和相关服务（I64）”。根据《国民经济行业分类》行业代码（GBT4754-2017），公司所属行业为“互联网信息服务”，具体细分行业为互联网数据服务（代码 6450\*）。根据国家统计局《战略性新兴产业分类（2018）》，公司所属行业为互联网与云计算、大数据服务，细分行业为云计算与大数据服务（代码 1.4.3）。

上述行业的国内主管机关为中华人民共和国工业和信息化部，日常监管工作由其下设的各地通信管理局完成，根据发行人住所地北京市通信管理局公示信息，北京市通信管理局主要职责如下：“……依法对电信和互联网等信息通信服务实行监管，承担互联网(含移动互联网)行业管理;组织实施市场准入、市场秩序、设备进网、服务质量、用户权益等监管政策，加强网站备案、接入服务等基础管理;承担信息通信行业行风建设有关工作，推动行业自律和行业组织发展;组织开展电信网、互联网网络数据和用户个人信息保护工作;协调管理相关网络与信息安全技术平台，推进网络与信息安全保障体系建设;组织推动电信网、互联网安全自主可控相关工作;组织开展电信网、互联网新技术新业务安全评估;指导督促电信企业和互联网企业落实网络与信息安全管理责任;组织开展电信网、互联网网络与信息安全管理监测预警、威胁治理、信息通报工作;组织开展电话用户实名登记;配合打击网络犯罪和防范网络失窃密;负责网络安全防护、应急管理和处置”。

业务实践中，上述主管机关通过行政执法及向发行人核准《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》并按要求检验的方式实施有效监管。发行人自

2010 年就所从事的业务已取得由北京市通信管理局核发的《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》，并每年进行年检（最新经营许可证编号：京 ICP 证 100840 号，发证日期为 2018 年 5 月 31 日，有效期为 2018 年 5 月 31 日至 2020 年 7 月 21 日）。

根据北京市通信管理局分别于 2018 年 8 月 3 日和 2019 年 1 月 2 日出具的《证明》，木瓜移动自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间没有因违反电信行业法律法规而受到行政处罚的记录。

根据《中华人民共和国电信条例》的相关规定：“在中华人民共和国境内从事电信活动或者与电信有关的活动，必须遵守本条例”。发行人香港子公司在香港地区从事互联网服务相关业务，接受香港特别行政区政府通讯事务管理局和香港特别行政区政府资讯和科技总监办公室的行业监管，香港子公司在香港地区从事互联网相关服务不属于北京市通信管理局管理范围。

## （2）互联网广告相关主管部门

从发行人经营模式看，发行人依托大数据技术为客户提供互联网广告投放服务。

根据《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国互联网广告管理暂行办法》的相关规定，“在中华人民共和国境内，商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动，适用本法”、“利用互联网从事广告活动，适用广告法和本办法的规定”。根据《中华人民共和国互联网广告管理暂行办法》中规定的管辖原则：“对互联网广告违法行为实施行政处罚，由广告发布者所在地工商行政管理部门管辖。广告发布者所在地工商行政管理部门管辖异地广告主、广告经营者有困难的，可以将广告主、广告经营者的违法情况移交广告主、广告经营者所在地工商行政管理部门处理”。

报告期内，发行人主要业务由香港子公司作为广告经营者，在香港从事互联网广告投放业务，香港子公司不属于《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国互联网广告管理暂行办法》中规定的广告经营者，应受香港地区互联网广告行

业相关规范监管及自律；发行人部分业务由其自身与客户签订协议，此种情况下，发行人自身属于《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国互联网广告管理暂行办法》规定“广告经营者”/“互联网广告经营者”，境内广告主管机构能对发行人实施有效监管。

业务实践中，互联网广告主管机关主要通过行政执法的方式对互联网广告行为实施有效监管。北京市工商局海淀分局分别于 2018 年 1 月 11 日、2018 年 8 月 1 日和 2019 年 1 月 11 日出具《证明》，证明木瓜移动自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日没有违反工商行政管理法律、法规受到该局行政处罚的案件记录。

综上，保荐机构认为，境内行业主管部门能对发行人作为互联网广告经营者通过香港子公司开展业务实施有效监管；报告期内，发行人不存在受到行业主管部门行政处罚的情形。

## 2、说明公司营业税金及附加金额、应交增值税金额较低的原因，是否存在违反税务规定的情形

发行人合并体内需要缴纳增值税的公司为境内的三家主体：木瓜移动、移动奇异及深圳木瓜；而发行人需要缴纳的营业税金及附加为发行人经营过程中应负担的消费税、城市维护建设税、资源税和教育费附加等，其征收税基为发行人实缴增值税金的 12%。发行人的境外主体不涉及缴纳增值税及营业税金及附加。

| 主体简称 | 英文名                                   | 注册地 | 说明   |
|------|---------------------------------------|-----|--|
| 木瓜集团 | papaya Group Co.,Limited              | 香港  | 2015 年木瓜集团开始实际运营，截至 2018 年末暂无增值税应税事项。  |
| 樱桃公司 | Cherry Mobile Technology (HK) Limited | 香港  | 于 2016 年 6 月注册成立，现由木瓜集团持股 100%，截至 2018 年 12 月 31 日暂无增值税应税事项。                     |
| 美国木瓜 | papayamobile Inc                      | 美国  | 2010 年开始实际运营，现由木瓜集团持股 100%，截至 2018 年 12 月 31 日，暂无增值税应税事项。                        |
| 印度木瓜 | papayamobile(India) Private Limited   | 印度  | 于 2015 年 3 月在印度新德里成立，2015 年开始实际运营，现由木瓜集团持股 99.999%，截至 2018 年 12 月 31 日暂无增值税应税事项。 |

|      |                         |    |   |
|------|-------------------------|----|---|
| 木瓜开曼 | papaya                  | 开曼 | 2015年8月木瓜集团收购全资孙公司木瓜开曼,木瓜开曼于2017年9月29日办理完毕注销手续,截至2018年12月31日,暂无增值税应税事项。 |
| 可可香港 | COCO Mobile(HK) Limited | 香港 | 由木瓜开曼于2015年1月在香港注册成立,并于2016年6月完成注销。                                     |
| —    | Papaya Mobile (Cayman)  | 开曼 | 于2015年1月2日由木瓜开曼出资设立,注册于开曼群岛。经股东会决议通过,于2016年9月30日办理完毕注销手续。               |

发行人境内主体中涉及缴纳增值税的主体主要是母公司木瓜移动,木瓜移动在国内收入来源于两部分:

(1) 木瓜移动向香港子公司-木瓜集团收取技术服务费产生的收入。根据财税(2013)106号文《财政部国家税务总局关于将铁路运输和邮政业务纳入营业税改增值税试点的通知》的相关规定,木瓜移动向香港子公司提供跨境技术服务经过备案后免征增值税;因此这部分业务收入也无需缴纳营业税金及附加。

(2) 木瓜移动为境内客户提供的营销服务收入,这部分销售收入需要在国内缴纳增值税。2016年、2017年和2018年发行人该部分应税收入分别为3,747.71万元、5,972.24万元和8,601.12万元,经核对木瓜移动的相关纳税申报表,木瓜移动针对上述收入已经足额缴纳了增值税及由此产生的营业税金及附加。

由于上述应税收入在发行人合并体内收入比重较小,因此造成了公司营业税金及附加、应交增值税金额较低,其具备合理性及真实性,因此不存在违反税规定的情形。

## (二) 发行人补充披露

1、发行人已在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争情况”之“(二)行业主管部门、行业监管体制与主要法律法规政策及对发行人经营发展的影响”中披露如下:

报告期内,发行人主要业务由香港子公司作为广告经营者,在香港从事互联网广告投放业务,香港子公司不属于《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国互联网广告管理暂行办法》中规定的广告经营者,应受香港地区互联网



广告行业相关规范监管及自律；发行人部分业务由其自身与客户签订协议，此种情况下，发行人自身属于《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国互联网广告管理暂行办法》规定“广告经营者”/“互联网广告经营者”，境内广告主管机构能对发行人实施有效监管。

2、发行人已在招股说明书第八节 财务会计信息与管理层分析之“七、报告期内执行的主要税收政策、缴纳的主要税种及税率”之“（四）公司不存在通过合并范围内转移定价等方式规避税收缴纳义务的情况”中补充披露如下：

发行人合并体内需要缴纳增值税的公司为境内的三家主体：木瓜移动、移动奇异及深圳木瓜；而发行人需要缴纳的营业税金及附加为发行人经营过程中应负担的消费税、城市维护建设税、资源税和教育费附加等，其征收税基为发行人实缴增值税金的12%。发行人的境外主体不涉及缴纳增值税及营业税金及附加。

| 主体简称 | 英文名                                   | 注册地 | 说明  |
|------|---------------------------------------|-----|---|
| 木瓜集团 | papaya Group Co., Limited             | 香港  | 2015年木瓜集团开始实际运营，截至2018年末暂无增值税应税事项。                                      |
| 樱桃公司 | Cherry Mobile Technology (HK) Limited | 香港  | 于2016年6月注册成立，现由木瓜集团持股100%，截至2018年12月31日暂无增值税应税事项。                       |
| 美国木瓜 | papayamobile Inc                      | 美国  | 2010年开始实际运营，现由木瓜集团持股100%，截至2018年12月31日，暂无增值税应税事项。                       |
| 印度木瓜 | papayamobile (India) Private Limited  | 印度  | 于2015年3月在印度新德里成立，2015年开始实际运营，现由木瓜集团持股99.999%，截至2018年12月31日暂无增值税应税事项。    |
| 木瓜开曼 | papaya                                | 开曼  | 2015年8月木瓜集团收购全资孙公司木瓜开曼，木瓜开曼于2017年9月29日办理完毕注销手续，截至2018年12月31日，暂无增值税应税事项。 |
| 可可香港 | COCO Mobile (HK) Limited              | 香港  | 由木瓜开曼于2015年1月在香港注册成立，并于2016年6月完成注销。                                     |
| —    | Papaya Mobile (Cayman)                | 开曼  | 于2015年1月2日由木瓜开曼出资设立，注册于开曼群岛。经股东会决议通过，于2016年9月30日办理完毕注销手续。               |

发行人境内主体中涉及缴纳增值税的主体主要是母公司木瓜移动，木瓜移动在国内收入来源于两部分：

(1) 木瓜移动向香港子公司-木瓜集团收取技术服务费产生的收入。根据财税(2013)106号文《财政部国家税务总局关于将铁路运输和邮政业务纳入营业税改增值税试点的通知》的相关规定，木瓜移动向香港子公司提供跨境技术服务经过备案后免征增值税；因此这部分业务收入也无需缴纳营业税金及附加。

(2) 木瓜移动为境内客户提供的营销服务收入，这部分销售收入需要在国内缴纳增值税。2016年、2017年和2018年发行人该部分应税收入分别为3,747.71万元、5,972.24万元和8,601.12万元，经核对木瓜移动的相关纳税申报表，木瓜移动针对上述收入已经足额缴纳了增值税及由此产生的营业税金及附加。

由于上述应税收入在发行人合并体内收入比重较小，因此造成了公司营业税金及附加、应交增值税金额较低，其具备合理性及真实性，因此不存在违反税规定的情形。

### (三) 核查程序和核查结论

#### 1、核查程序

保荐机构进行了核查：

(1) 访谈了公司财务总监了解对于公司营业税金及附加金额、应交增值税金等账务核算过程；

(2) 核查了发行人母子公司报告期内的纳税申报表、完税证明等相关原始凭证；

(3) 查验发行人报告期内的母子公司营业税金及附加金额、应交增值税金；

(4) 查阅并取得了发行人母子公司主管税务机关出具报告期内的无违规证明；

(5) 查阅并取得了发行人子公司律师出具的《法律意见书》；

## 2、核查结论

经上述核查，保荐机构认为：

由于木瓜移动向香港子公司-木瓜集团收取技术服务费产生的收入根据财税（2013）106号文《财政部国家税务总局关于将铁路运输和邮政业务纳入营业税改增值税试点的通知》的相关规定，木瓜移动向香港子公司提供跨境技术服务经过备案后免征增值税，无需缴纳营业税金及附加。木瓜移动为境内客户提供的营销服务收入，该部分销售收入需要在国内缴纳增值税，该部分金额在发行人合并体内收入比重较小，因此造成了公司营业税金及附加、应交增值税金额较低，其具备合理性及真实性。发行人已经根据相关税务法规就应税收入足额缴纳了相关税金，并取得主管税务机关出具的合法合规证明文件，因此不存在违反税规定的情形。

**四、首轮问询问题 14，按照供应商及客户分别说明报告期的返利政策及金额、预提计算方式、年末返利确认方式、对账差异、相关返利支付是否与客户及供应商签约主体一致、是否存在第三方回款或者支付的情况**

**(一) 发行人说明**

报告期发行人关于客户及供应商的返利情况如下表：

| 项目       | 年度     | 返利政策  | 返利金额<br>(万元) | 预提计算方式   | 返利确认<br>方式  | 对账差异                              | 支付与签<br>约主体一<br>致否 | 是否有第<br>三方回款<br>及占比 |
|----------|--------|---|--------------|--|-------------|-----------------------------------|--------------------|---------------------|
| 客户<br>返利 | 2016 年 | 无   | 无            | 无  | 无           | 无                                 | 无                  | 无                   |
|          | 2017 年 | 公司视客户的投放情况，综合客户所处行业的知名度，其历史广告投放规模，客户的预计广告投放规模及其持续增长水平等因素基础上确定返利政策 | 11,749.20    | 按照与客户约定的返利政策，按月计提返利;季度终了，公司与客户就上季度返利金额进行对账，并按其对计提数据予以调整。其差异不大。 | 按季度确<br>认结算 | 根据对账结果<br>对计提数据进<br>行调整，其差<br>异不大 | 一致                 | 不存在                 |
|          | 2018 年 | 公司视客户的投放情况，综合客户所处行业的知名度，其历史广告投放规模，客户的预计广告投放规模及其持续增长水平等因素基础上确定返利政策 | 27,566.65    | 按照与客户约定的返利政策，按月计提返利;季度终了，公司与客户就上季度返利金额进行对账，并按其对计提数据予以调整。其差异不大。 | 按季度确<br>认结算 | 根据对账结果<br>对计提数据进<br>行调整，其差<br>异不大 | 一致                 | 不存在                 |

| 项目    | 年度    | 返利政策                          | 返利金额<br>(万元) | 预提计算方式   | 返利确认<br>方式  | 对账差异                              | 支付与签<br>约主体一<br>致否 | 是否有第<br>三方回款<br>及占比 |
|-------|-------|-------------------------------|--------------|--|-------------|-----------------------------------|--------------------|---------------------|
| 供应商返利 | 2016年 | 媒体供应商对媒体资源购买方按照其购买规模给出一定的返利政策 | 1,810.17     | 公司根据与媒体供应商约定的返利政策,按月计提返利;季度终了,公司与媒体供应商就上季度返利金额进行对账,并按其对计提数据予以调整。其差异不大。 | 按季度确<br>认结算 | 根据对账结果<br>对计提数据进<br>行调整,其差<br>异不大 | 一致                 | 不存在                 |
|       | 2017年 | 媒体供应商对媒体资源购买方按照其购买规模给出一定的返利政策 | 17,132.27    | 公司根据与媒体供应商约定的返利政策,按月计提返利;季度终了,公司与媒体供应商就上季度返利金额进行对账,并按其对计提数据予以调整。其差异不大。 | 按季度确<br>认结算 | 根据对账结果<br>对计提数据进<br>行调整,其差<br>异不大 | 一致                 | 不存在                 |
|       | 2018年 | 媒体供应商对媒体资源购买方按照其购买规模给出一定的返利政策 | 39,033.42    | 公司根据与媒体供应商约定的返利政策,按月计提返利;季度终了,公司与媒体供应商就上季度返利金额进行对账,并按其对计提数据予以调整。其差异不大。 | 按季度确<br>认结算 | 根据对账结果<br>对计提数据进<br>行调整,其差<br>异不大 | 一致                 | 不存在                 |

## **(二) 核查程序和核查结论**

### **1、核查程序**

保荐机构和申报会计师对返利事项进行了具体核查：

(1) 了解、评估、访谈管理层对销售和媒体流量采购过程中的返利政策相关的内部控制的设计，并测试了关键控制执行的有效性；

(2) 核查了主要客户和供应商的合同，并对公司管理层进行访谈核查，结合公司业务对返利确认时点进行分析，评估公司对返利的确认政策；

(3) 检查与返利相关的依据，包括与客户/供应商签订的合同、双方对账确认文件、销售发票等相关凭证，验证返利事项的真实性和准确性；

(4) 保荐机构和申报会计师对报告期内的主要客户和主要供应商返利金额进行了复核计算、实施函证和访谈程序，确认返利的真实性和准确性；

### **2、核查结论**

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人在实际经营活动中存在收取供应商和对客户支付返利的情形，发行人对返利政策及金额、预提计算方式、年末返利确认方式、对账情况、相关返利支付和收取情况补充披露是真实的、符合发行人的实际情况。上述返利行为属于行业惯例，发行人针对返利的管理制度及财务处理与可比上市公司保持了一致。

**五、首轮问询问题 23 第 3 小问，进一步说明并核实报告期向个人购买流量的金额、采购主体、个人及其背景、采购原因、最终的流量提供方，请发行人补充说明向同行业可比公司蓝色光标采购媒体资源的原因以及蓝色光标是否为媒体资源的最终提供方**

**(一) 进一步说明并核实报告期向个人购买流量的金额、采购主体、个人及其背景、采购原因、最终的流量提供方**

#### **1、报告期内主要个人供应商的采购情况**

报告期内，公司各期采购流量的个人供应商主要有刘乙总、黄腾伟、李卓桓、李忠亮，具体采购金额及基本信息如下：

单位：万元

| 供应商名称 | 报告期内采购金额 |       |          |
|-------|----------|-------|----------|
|       | 2018年    | 2017年 | 2016年    |
| 刘乙总   | 134.73   | 33.18 | -        |
| 黄腾伟   | -        | -     | 1,530.80 |
| 李卓桓   | -        | -     | 1,255.17 |
| 李忠亮   | -        | -     | 853.74   |

## 2、报告期内发行人向个人购买流量的原因

报告期内，发行人有部分业务是效果类广告，一般效果类广告的投放渠道主要是中长尾流量，而中长尾流量一般是自然人通过运行自媒体、个人网站、APP开发、共享软件、网站游戏等方式所积累的流量。发行人为开展效果类广告业务，存在向个人采购中长尾流量的情形，上述交易符合行业惯例。如港股上市公司汇量国际在其2018年年报中也披露了此种采购模式。

## 3、报告期内主要个人供应商的基本信息

### (1) 刘乙总

| 项目             | 具体情况                  |
|----------------|-----------------------|
| 合作开始时间         | 2017年6月               |
| 采购主体           | 上述自然人是以个人名义与发行人签订采购协议 |
| 个人及其背景         | 网络工程师                 |
| 最终的流量提供方       | 其维护的网站及制作的共享软件        |
| 是否存在关联关系       | 否                     |
| 是否存在违约、诉讼或法律纠纷 | 否                     |

### (2) 黄腾伟

| 项目             | 具体情况                  |
|----------------|-----------------------|
| 合作开始时间         | 2014年12月              |
| 采购主体           | 上述自然人是以个人名义与发行人签订采购协议 |
| 个人及其背景         | 网络工程师、软件开发者           |
| 最终的流量提供方       | 其维护的网站及制作的共享软件        |
| 是否存在关联关系       | 否                     |
| 是否存在违约、诉讼或法律纠纷 | 否                     |

## (3) 李卓桓

| 项 目            | 具体情况                  |
|----------------|-----------------------|
| 合作开始时间         | 2015 年 6 月            |
| 采购主体           | 上述自然人是以个人名义与发行人签订采购协议 |
| 个人及其背景         | 网络工程师、软件开发者           |
| 最终的流量提供方       | 其维护的网站及制作的共享软件        |
| 是否存在关联关系       | 否                     |
| 是否存在违约、诉讼或法律纠纷 | 否                     |

## (4) 李忠亮

| 项 目            | 具体情况                  |
|----------------|-----------------------|
| 合作开始时间         | 2014 年 12 月           |
| 采购主体           | 上述自然人是以个人名义与发行人签订采购协议 |
| 个人及其背景         | 网络工程师、软件开发者           |
| 最终的流量提供方       | 其维护的网站及制作的共享软件        |
| 是否存在关联关系       | 否                     |
| 是否存在违约、诉讼或法律纠纷 | 否                     |

## (二) 补充说明向同行业可比公司蓝色光标采购媒体资源的原因以及蓝色光标是否为媒体资源的最终提供方

2016 年，发行人的搜索展示类广告产品正处于研发测试阶段，为了能更早验证商业模式和积累客户资源，曾经向蓝色光标的整合营销服务进行采购。2016 年蓝色光标为客户提供的整合营销解决方案，流量主要由其旗下多盟、亿动、蓝瀚互动等子品牌进行媒体对接及聚合。在 2016 年第四季度，发行人的搜索展示类大数据营销产品已经正式投入使用，并且与脸书正式签订了直接采购的相关合同，因此，减少和停止了对蓝色光标的采购行为。

## (三) 保荐机构核查结论

### 1、核查程序

(1) 访谈公司管理人员，了解公司与上述供应商之间的合作方式、采购内容、交易价格、结算方式等基本信息；

(2) 检查报告期内公司与上述供应商之间的采购合同，关注主要条款的变



化以及对公司经营的影响；

(3) 访谈上述供应商，核实双方之间的合作时间、合作方式、公司采购内容、交易金额、交易价格水平、结算方式、关联关系等。

## 2、核查结论

经核查，保荐机构认为：发行人为开展效果类广告业务，存在向个人采购中长尾流量的情形，上述交易符合行业惯例。2016 年发行人向蓝色光标采购流量是基于发行人搜索展示类广告产品研发测试阶段的正常商业行为。

## 六、首轮问询问题 27，发行人服务器及相关租赁费用的账务处理方式，结合租用的服务器数量、时长、吞吐量等情况量化分析服务器费用与收入变动不一致的原因及商业合理性

### (一) 发行人说明

1、报告期内，木瓜移动使用的互联网营销业务服务器成本情况如下：

| 项 目   | 2016 年    | 2017 年    | 2018 年      |
|-------|-----------|-----------|-------------|
| 数据吞吐量 | 721TB     | 828TB     | 1PB         |
| 新增数据量 | 129TB     | 1.03PB    | 1.53PB      |
| 服务器费用 | 904.69 万元 | 798.25 万元 | 1,013.60 万元 |

报告期内，发行人服务器及相关租赁费用的账务处理如下：(1) 根据发行人与服务器供应商签订的合同，服务器供应商会每月根据实际为发行人提供的数据服务，按照相关收费标准向发行人收取服务器费用。发行人根据供应商提供的服务器的账单确认无误后计入当期成本，发行人会进行账务处理：

借：主营业务成本

贷：应付账款

(2) 后续发行人实际支付服务器费用时，发行人会计处理

借：应付账款

贷：银行存款

(3) 如为预付款项时采购:

支付预付款时:

借: 长期待摊费用

贷: 银行存款

根据使用期限分摊计入各期成本:

借: 主营营业成本

贷: 长期待摊费用

2、发行人支付的服务器成本主要是提升其数据处理能力, 而其费用金额的大小主要是受到如下几个因素的影响:

(1) 数据的实时处理能力, 即要求服务器提供商所提供的数据吞吐量 (一般是理论峰值数);

(2) 数据的储存能力, 即发行人保存营销成果数据的能力;

(3) 服务器单价, 即服务器提供商针对每项不同服务制定的单位收费标准。

2016 年发行人的搜索展示类业务处于起步阶段, 急需大量积累数据以提高智能投放模型的效果。因此, 在 2016 年, 发行人在搜索展示类收入还未有很大规模的时候, 就租用了大量服务器进行实时竞价和数据积累。正是因为 2016 年发行人已经投入了较大的服务器成本进行这些积累, 使得智能投放模型在较短的时间内完成了阶段性的积累, 提高了投放效果, 为后续的营收增长完成了原始积累。而在 2017 年, 由于 2016 年使用的服务器数量已经足以支持未来一年的收入增长, 因此, 没有进一步扩张服务器集群规模。同时, 由于发行人在完成核心功能之后, 持续对于投放平台进行升级优化, 提高了生产效率, 在 2017 年服务器费用出现了小幅下降。

由于预见到发行人收入未来将继续快速增长，2018 年发行人进一步大规模提升了数据处理能力，由于随着使用量增加单位收费标准每年有所下降，因此 2018 年的数据处理能力虽然明显上升，但是服务器费用上涨的比例要小一些。

因此，木瓜移动在持续收集、处理和分析数据的过程中，服务器成本与业务收入有一定正向相关关系，但是没有直接的线性相关。

3、此外，保荐机构和申报会计师查阅了报告期每个月服务器提供商与发行人就服务器费用的对账单，发行人与服务器提供商结算方式和结算金额详见下表：

| 年度              | 服务器名称  | 结算方式 | 合计（万元）          |
|-----------------|--------|------|-----------------|
| 2016 年          | Amazon | 账单月结 | 811.43          |
| 2016 年          | 亚马逊    | 账单月结 | 39.78           |
| 2016 年          | 其他     | 账单月结 | 53.48           |
| <b>2016 年合计</b> | --     | --   | <b>904.69</b>   |
| 年度              | 服务器名称  | 结算方式 | 合计（万元）          |
| 2017 年          | Amazon | 账单月结 | 721.75          |
| 2017 年          | 亚马逊    | 账单月结 | 19.66           |
| 2017 年          | 其他     | 账单月结 | 56.84           |
| <b>2017 年合计</b> | --     | --   | <b>798.25</b>   |
| 年度              | 服务器名称  | 结算方式 | 合计（万元）          |
| 2018 年          | Amazon | 账单月结 | 908.12          |
| 2018 年          | 亚马逊    | 账单月结 | 23.09           |
| 2018 年          | 其他     | 账单月结 | 82.39           |
| <b>2018 年合计</b> | --     | --   | <b>1,013.60</b> |

结合上表可见，发行人的服务器成本以及全额计入发行人财务报表，其真实反映了发行人的服务器费用。

## （二）核查过程和核查结论

### 1、核查程序

保荐机构及申报会计师进行了核查：

（1）访谈发行人财务总监对发行人服务器及相关租赁费用的具体用途、核算方式等；

（2）查阅并获取了发行人与服务器供应商签署的合同；

(3) 查阅并获取了报告期内服务器使用情况记录文件；

(4) 查阅并获取了报告期内发行人与服务器供应商的对账单并进行重新计算、分析复核；

(5) 实地访谈了服务器供应商确认对报告期内发行人与服务器供应商交易情况的真实性；并取得了服务器供应商对双方交易金额的函证确认无误；

## 2、核查结论

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人支付的服务器成本主要是提升其数据处理能力，而其费用金额的大小主要是受到如下几个因素的影响：（1）数据的实时处理能力，即要求服务器提供商所提供的数据吞吐量（一般是理论峰值数）；（2）数据的储存能力，即发行人保存营销成果数据的能力；（3）服务器单价，即服务器提供商针对每项不同服务制定的单位收费标准；发行人在持续收集、处理和分析数据的过程中，服务器成本与业务收入有一定正向相关关系，但是没有直接的线性相关。

发行人的服务器成本已全额计入发行人财务报表，其真实反映了发行人的服务器费用。

## 七、首轮问询问题 37，说明搜索展示类和效果类的营业成本划分出现错误的原因，修正后 2016 年搜索展示类毛利率大幅下降的原因

### （一）营业成本划分出现错误的原因

在前次申报文件中，针对服务器成本，发行人未按照服务器型号与业务的对应关系进行成本拆分，而是简单沿用 2016 年财务共享费用分摊原则。后经发行人与保荐机构，申报会计师再次核查发现，上述服务器成本主要是租赁服务器型号存在差异，而且发行人在日常经营管理过程中，针对搜索展示类和效果类提供服务的服务器进行了区别管理。为了符合会计配比原则，秉承真实性及谨慎性原则，在一次反馈中发行人对上述服务器成本进行可更为合理的分摊。

**(二) 修正后 2016 年搜索展示类毛利率大幅下降的原因**

搜索展示类与效果类业务成本调整后，2016 年搜索展示类毛利率大幅下降的原因：

这次成本调整来源于对每种业务形式所使用的服务器型号根据实际情况进行了细分整理，并根据每种服务器型号和业务类型的对应关系，在服务器账单中进行一一对应，汇总后形成了细分后的服务器成本数据。

服务器按业务类型重新分配后：

单位：万元

| 项 目          | 2018 年   | 2017 年 | 2016 年 |
|--------------|----------|--------|--------|
| 互联网营销业务服务器成本 | 1,013.60 | 798.25 | 904.69 |
| 其中：搜索展示类     | 952.34   | 659.09 | 598.62 |
| 效果类          | 61.27    | 139.16 | 306.07 |

调整前，按业务类别的业务成本对比如下：

单位：万元

| 项 目   | 2018 年度    |            | 2017 年度    |            | 2016 年度   |           |        |
|-------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|--------|
|       | 收入         | 成本         | 收入         | 成本         | 收入        | 成本        | 毛利率    |
| 搜索展示类 | 420,037.39 | 404,116.11 | 208,360.44 | 198,668.10 | 15,971.28 | 15,291.37 | 4.26%  |
| 效果类   | 12,783.51  | 9,762.14   | 18,285.20  | 14,669.47  | 35,761.62 | 29,252.72 | 18.20% |
| 其他    | 0          | 0          | 1,292.40   | 380.2      | 4,755.93  | 469.49    | 90.13% |
| 合计    | 432,820.90 | 413,878.26 | 227,938.04 | 213,717.78 | 56,488.83 | 45,013.59 | 20.31% |

调整后，按业务类别的业务成本对比如下：

单位：万元

| 项 目   | 2018 年度    |            | 2017 年度    |            | 2016 年度   |           |        |
|-------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|--------|
|       | 收入         | 成本         | 收入         | 成本         | 收入        | 成本        | 毛利率    |
| 搜索展示类 | 420,037.39 | 405,068.45 | 208,360.44 | 199,327.19 | 15,971.28 | 15,889.99 | 0.51%  |
| 效果类   | 12,783.51  | 8,809.81   | 18,285.20  | 14,010.38  | 35,761.62 | 28,654.11 | 19.87% |
| 其他    | 0.00       | 0.00       | 1,292.40   | 380.20     | 4,755.93  | 469.49    | 90.13% |
| 合计    | 432,820.90 | 413,878.26 | 227,938.04 | 213,717.78 | 56,488.83 | 45,013.59 | 20.31% |

申报会计师对服务器型号与业务对应关系的数据查验复核后确认本次调整的合理性及有效性。而该调整引起 2016 年搜索展示类毛利率下滑，2016 年发行人的搜索展示类业务处于起步阶段，发行人租用了大量服务器进行实时竞价和数

据积累，以提高智能投放模型的效果。该等服务器费用为后续的营收增长奠定了基础，按照服务器型号和业务类型的对应关系，应归入搜索展示类的业务成本，因此导致 2016 年毛利率下滑。后期随着业务模式的稳定，发行人搜索展示类毛利率渐趋于稳定态势。

### **（三）核查程序和核查结论**

#### **1、核查程序**

（1）保荐机构对发行人财务负责人、签字会计师进行了访谈，核实相关数据调整的原因、背景、会计处理方式及相关整改措施；

（2）保荐机构取得发行人 2018 年审计报告，查阅财务报表附注中关于上述财务数据调整的结果；

（3）获取并核查服务器的采购与使用记录文件；

（4）保荐机构取得并核查了服务器成本按照业务类别区分的数据，并进行了重新分析计算；

#### **2、核查结论**

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

服务器成本主要是租赁服务器型号存在差异，针对搜索展示类和效果类提供服务的服务器进行了区别管理，在一次反馈中发行人对上述服务器成本进行更为科学、合理的分摊，更符合会计配比原则，秉承真实性及谨慎性原则进行重分类。该项调整引起 2016 年搜索展示类毛利率下滑，主要是发行人在搜索展示类业务起步阶段租用了大量服务器进行实时竞价和数据积累，以提高智能投放模型的效果，该等服务器费用按照服务器型号和业务类型的对应关系，应归入搜索展示类的业务成本，导致 2016 年毛利率下滑。

## 八、首轮问询问题 38，收入确认中“合同约定的结算标准”确认收入的具体内涵

### （一）发行人说明

#### 1、搜索展示类业务

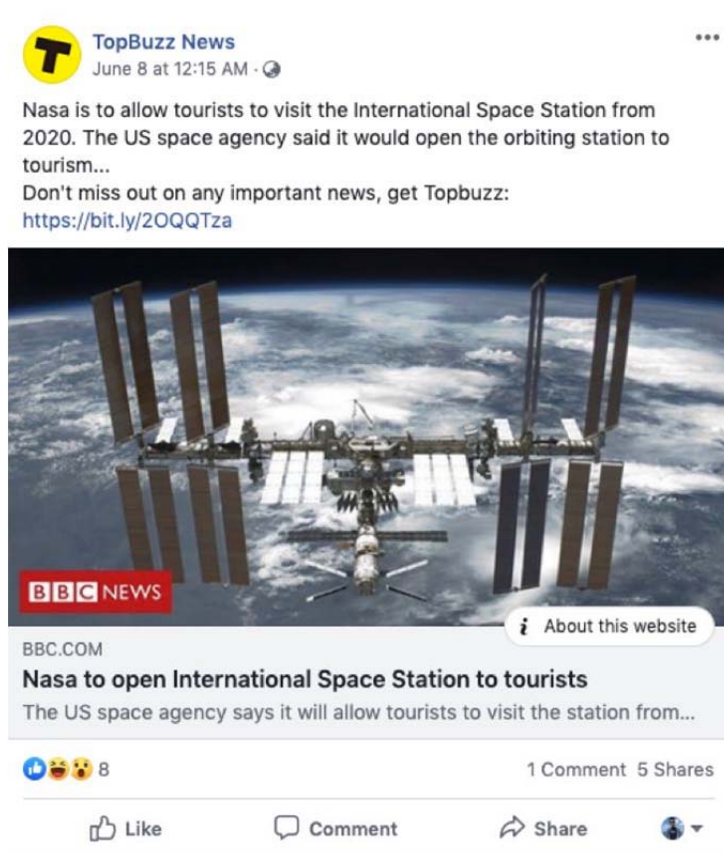
搜索展示类业务依据公司为客户完成的广告投放量及提供的相关服务，按合同约定的结算标准确认收入，该类服务主要通过脸书、谷歌等全球媒体实施，广告主通常按照展示次数或者投放点击量衡量搜索展示类广告的效果。

选取客户今日头条为例说明搜索展示类业务“按照合同约定的结算标准”确认收入的具体含义：

##### （1）合同约定的结算标准

根据合同约定，今日头条主要在 Facebook、Google 平台进行营销推广，双方以客户实际的展示或点击消费金额为结算依据，在每个自然月开始后的 5 个工作日内，公司与客户通过邮件方式共同确认上个自然月的媒体资源流量的实际结算金额以及应结算款项。公司按照合同约定，以客户实际展示或点击的结算金额经双方对账后确认营业收入。

##### （2）今日头条展示效果图



注：发行人核心业务系统自动记录展示次数和展示时间，并以对账单和客户进行结算

## 2、效果类业务

效果类业务按照公司为客户完成的效果，按合同约定的结算标准确认收入，该类业务主要通过网盟、自媒体等中长尾流量媒体实施，广告主通常按照注册量、下载量、销售额等指标对投放效果进行衡量。

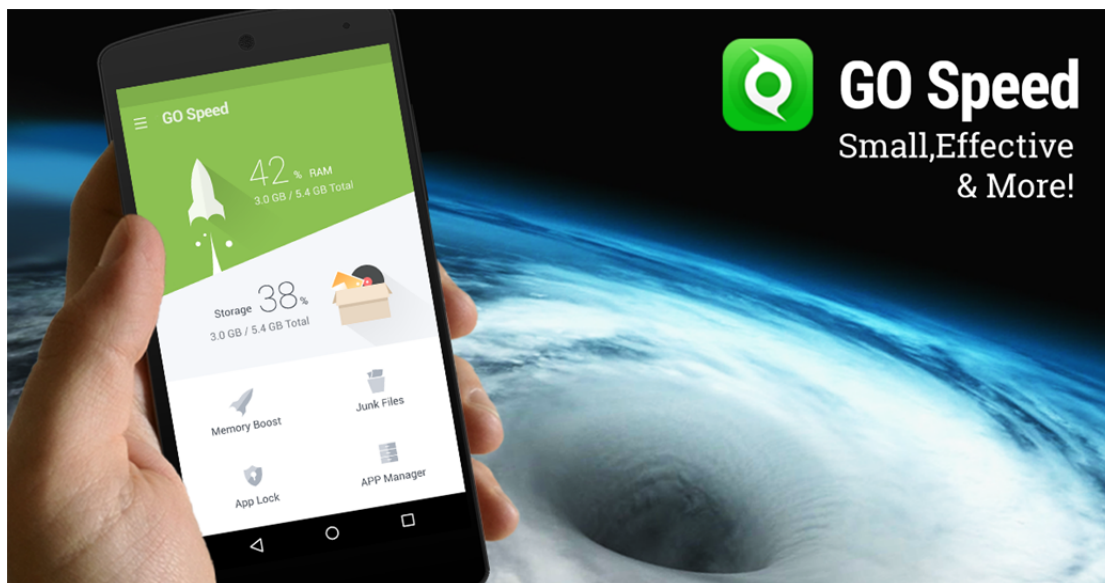
选取客户久邦数码（Sungy Mobile Limited）为例说明效果类业务“按照合同约定的结算标准”确认收入的具体含义：

### （1）合同约定的结算标准

根据合同约定，久邦数码主要在中长尾媒体进行营销推广，双方以客户实际的安装或激活量为结算依据，在每个自然月开始后的5个工作日内，公司与客户通过邮件方式共同确认上个自然月的媒体资源流量的实际结算金额以及应结算款项。公司按照合同约定，以客户实际安装或激活量的结算金额经双方对账后确认营业收入。



## (2) 久邦数码业务推广效果图



注：Appflood 自动追踪用户的安装量、下载量等数据以用于客户结算

## (二) 核查程序和核查结论

经核查，发行人收入确认原则中“合同约定的结算标准”，是公司按照合同约定的衡量广告投放成效的标准进行结算，搜索展示类以客户实际展示或点击的结算金额确认营业收入，效果类以客户实际安装或激活量的结算金额确认营业收入。

### 九、首轮问询问题 42，管理费用中服务费与收入变动不一致的原因、主要支付对象及金额、主要服务内容，2017 年租赁费较大的原因

报告期内，发行人管理费用—服务费明细如下：

单位：万元

| 服务内容   | 服务费支付对象          | 2018 年 |     | 2017 年 |     | 2016 年 |     |
|--------|------------------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|
|        |                  | 金额     | 占比  | 金额     | 占比  | 金额     | 占比  |
| 审计费    | 立信会计师事务所（特殊普通合伙） | 341.51 | 61% | 61.26  | 21% | 58.80  | 17% |
| 新三板服务费 | 国信证券股份有限公司       | -      | 0%  | 18.87  | 6%  | 97.74  | 28% |
| 新三板服务费 | 北京市汉坤律师事务所上海分所   | -      | 0%  | -      | 0%  | 18.40  | 5%  |
| 新三板服务费 | 全国中小企业股份转让系统有限公司 | -      | 0%  | -      | 0%  | 10.33  | 3%  |

|                  |   |               |             |               |             |               |             |
|------------------|---|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| 会计师服务费           | 普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）                    | -             | 0%          | -             | 0%          | 37.74         | 11%         |
| 律师服务费            | 北京康达（成都）律师事务所                           | -             | 0%          | 13.13         | 4%          | 18.87         | 5%          |
| 财务顾问服务费          | 北京万世一合投资基金管理有限公司                        | -             | 0%          | 77.67         | 27%         | -             | 0%          |
| 保荐机构服务费          | 中天国富证券有限公司                              | 50.00         | 9%          | 10.79         | 4%          | -             | 0%          |
| 咨询服务费            | 德勤税务师事务所有限公司北京分所                        | 41.45         | 7%          | 15.31         | 5%          | -             | 0%          |
| 美国律师服务费          | Law Offices of Danning Jiang            | 12.24         | 2%          | 28.23         | 10%         | 3.97          | 1%          |
| 开曼律师服务费          | Harney Westwood & Riegels Singapore LLP | -             | 0%          | 7.14          | 2%          | 22.28         | 6%          |
| 香港律师服务费          | YTL&CO.梁延达律师事务所                         | 14.41         | 3%          | 2.57          | 1%          | 4.71          | 1%          |
| 美国会计师服务费         | Christopher Huang CPAs, Inc.            | 5.56          | 1%          | 4.05          | 1%          | 2.39          | 1%          |
| 培训服务费            | Singularity University                  | -             | 0%          | -             | 0%          | 9.32          | 3%          |
| 中国专利申请服务费        | 北京超凡志成知识产权代理事务所                         | 7.68          | 1%          | -             | 0%          | -             | 0%          |
| 美国专利申请服务费        | Banner & Witcoff, Ltd                   | 7.48          | 1%          | 0.09          | 0%          | -             | 0%          |
| 招聘顾问服务费          | 上海彤渊企业管理咨询有限公司                          | -             | 0%          | -             | 0%          | 6.79          | 2%          |
| <b>主要服务费合计</b>   |   | <b>480.33</b> | <b>86%</b>  | <b>239.09</b> | <b>82%</b>  | <b>291.33</b> | <b>82%</b>  |
| <b>审计报告披露服务费</b> |   | <b>556.40</b> | <b>100%</b> | <b>292.54</b> | <b>100%</b> | <b>355.19</b> | <b>100%</b> |

由以上报告期各期服务费明细情况可以看出，发行人 2016 年与 2018 年费用偏高，是因为 2016 年 5 月在全国中小企业股份转让系统挂牌所产生的三方中介费用；而 2018 年费用较高，是确认 IPO 相关的三年一期报告审计费、保荐机构辅导费以及各分支机构所在地律师出具合规性文件所产生。

2017 年租赁费较高主要是由北京办公场所更换所致。2016 年 1 至 6 月份，公司位于北京清华同方科技大厦的办公场地房租约为 29 万元/月，自 2016 年 7 月起房租上涨至约 36 万元/月。公司因业务发展需要扩大办公室面积，自 2017 年 7 月开始租赁位于科技财富中心的新办公场地，租金约 41 万元/月。原清华同方科技大厦办公场地的租赁合同于 2017 年 9 月到期，因此在 2017 年 7 月至 9 月的三个月期间需要同时支付两处办公场地的租赁费，以上原因导致 2017 年管理费用租赁费增加。

## 十、首轮问询问题 45，说明移动奇异报告期利润变化的原因、2017 年母公司所得税费用金额占利润总额的比重与税率不符的原因

### （一）发行人说明

#### 1、移动奇异报告期利润变化的原因

移动奇异报告期利润情况如下：

| 项 目     | 2018 年 | 2017 年 | 2016 年   |
|---------|--------|--------|----------|
| 净利润（万元） | 93.40  | 115.54 | 3,651.33 |

移动奇异作为红筹架构的 WOFE 公司，其在海外上市架构中属于重要子公司，移动奇异承担了发行人运行中心的职能，因此移动奇异会向境外子公司收取技术服务费；同时作为重要的运行中心，也需要承担核心人员的工资和办公用地房租，因此当时移动奇异收入及净利润较高存在合理性。2016 年后，公司拆分红筹架构期间，发行人的运行中心从移动奇异变为母公司木瓜移动，移动奇异不再承担运行中心功能，因此其收入和利润出现大幅下降。但是从发行人合并角度分析，不论运行中心是移动奇异还是母公司木瓜移动，从合并报表层面并不改变发行人的财务数据。

#### 2、2017 年母公司所得税费用金额占利润总额的比重与税率不符的原因

经核查，发行人母公司 2017 年所得税费用、税前利润、净利润三项指标的具体金额如下：

| 项 目      | 金额（万元）   |
|----------|----------|
| 利润总额     | 4,012.10 |
| 所得税费用    | 464.44   |
| 其中：当期所得税 | 464.60   |

经查阅母公司 2017 年所得税汇算清缴表，母公司所得税费用具体计缴过程如下：

| 项 目                      | 金额（万元）   |
|--------------------------|----------|
| 利润总额（会计报表数据）             | 4,012.10 |
| 业务招待费等税法无法扣除的金额（纳税申报表数据） | 13.11    |

|                   |          |
|-------------------|----------|
| 研发加计扣除金额（纳税申报表数据） | -928.96  |
| 应纳税所得额            | 3,096.26 |
| 母公司所得税率           | 15%      |
| 按照税率计算的所得税费用      | 464.60   |
| 当期所得税费用（会计报表数据）   | 464.60   |
| 差异数据              | 0        |

由上表可知，母公司所得税费用金额占利润总额的比重与税率不符的原因主要是，因为母公司木瓜移动发生的研发费用按照相关规定进行加计扣除所造成的，母公司按照相关税务规定已经足额缴纳 2017 年度所得税，且所得税费用也已经在发行人合并财务报表中进行了充分披露。

## （二）核查过程和核查结论

### 1、核查程序

保荐机构和申报会计师进行了具体核查：

（1）访谈了公司管理层了解移动奇异报告期利润变化情况和移动奇异实际功能中心的变化过程；

（2）核查了公司历史股权架构及组织架构变动过程；

（3）查阅了移动奇异的业务经营情况、实际收支记录文件、财务账务处理等情况；

（4）访谈了公司财务负责人了解所得税费用核算过程及账务处理情况；

（5）核查了发行人及各子公司的年度纳税申报表及所得税汇算清缴等相关文件；

（6）查阅并获取了报告期内发行人及各子公司的利润总额、所得税费用、当期所得税计算表；

（7）对报告期内发行人及各子公司的利润总额、所得税费用、当期所得税计算表进行分析复核计算。

### 2、核查结论

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

(1) 2016年移动奇异作为红筹架构的 WOFE 公司，其在海外上市架构中属于重要子公司，移动奇异承担了发行人运行中心的职能，因此移动奇异会向境外子公司收取技术服务费；同时作为重要的运行中心，也需要承担核心人员的工资和办公用地房租，因此 2016 年移动奇异收入及净利润较高存在合理性。2016 年后，公司拆分红筹架构期间，发行人的运行中心从移动奇异变为母公司木瓜移动，移动奇异不再承担运行功能，因此其收入和利润出现大幅下降。但是从发行人合并角度分析，不论运行中心是移动奇异还是母公司木瓜移动，从合并报表层面并不改变发行人的财务数据。移动奇异报告期利润变化情况是符合公司实际情况的。

(2) 发行人母公司所得税费用金额占利润总额的比重与税率不符的原因主要是，因为发行人母公司发生的研发费用按照相关法律法规规定进行加计扣除因素所致，母公司按照相关税务规定已经足额缴纳报告期内各年所得税费用，且所得税费用已经在发行人合并财务报表中进行了充分信息披露。

**十一、首轮问询问题 54，结合款项具体性质说明向供应商收取的保证金确认为其他应付款而不是预收账款的原因、是否具有借款性质，MOB NET TECHNOLOGY COMPANY 股东、主营业务、交易背景、收取保证金时点、收入确认时点及金额**

**(一) 结合款项具体性质说明向供应商收取的保证金确认为其他应付款而不是预收账款的原因、是否具有借款性质**

**【回复】**

**1、发行人说明**

(1) 经核查发行人不向供应商收取保证金，主要为对客户收取保证金；

(2) 公司向客户收取保证金的主要情况包括：

①按照惯例发行人一般要求客户支付美元结算，但是部分客户存在换汇不及时的时候，发行人会要求其支付等额人民币给发行人作为保证金。后期根据双方

约定，若一定时期内仍无法支付公司款项，则使用保证金抵减应收账款，若客户可以用外汇支付，则退回保证金，同时使用外汇支付款项。由于收到款项时无法判断客户的付款方式，因此收到款项时不确认为预收账款或抵减应收账款，将收到的款项计入其他应付款核算。

②在与新客户合作时，为保证公司利益，根据客户信用情况、合作规模等收取新客合作意向保证金。

(3) 向客户收取的保证金均具有交易背景，已执行完毕合同，或已签订合同，具有交易实质，因此不属于借款。

## 2、核查过程和核查结论

### (1) 核查程序

保荐机构及申报会计师进行了核查：

①访谈发行人财务总监了解向客户收取的保证金交易背景、公司内部控制制度的情况；

②查阅向客户收取的保证金的账务处理情况；

③查阅收取保证金的客户合同、涉及保证金的客户查看其收款凭证及付款凭证；

### (2) 核查结论

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

按照惯例发行人一般要求客户支付美元结算，但是部分客户存在换汇不及时的时候，发行人会要求其支付等额人民币给发行人作为保证金。此外，发行人与新客户合作时，会根据新客户的信用情况、合作规模等收取客户保证金；经核查向客户收取的保证金均具有实际业务交易背景，已签订合同或者已执行完合同，具有交易实质，并不属于借款性质。

## **(二) Mobnet Technology Company 股东、主营业务、交易背景、收取保证金时点、收入确认时点及金额；**

### **1、发行人说明**

#### **(1) Mobnet 股东**

Mobnet 以 Mike Hung (香港籍) 为主要股东, 2014 年 3 月注册成立位于香港。经访谈了解, Mike Hung 为资深外贸电子商务业界人士, 最近十年来致力于外贸电子商务业务, 掌握一定的珠三角区域生产厂家资源, 熟悉北美市场需求。

#### **(2) Mobnet 主营业务**

公司主营业务是跨境电商, 致力于打造跨境电商中最具特色品类的垂直电商平台, 专注的商品品类为美妆类、婚纱类、青年时尚类服装、休闲鞋类等出口北美的电子商务业务, 北美是主要目标市场。

#### **(3) 与发行人交易背景**

经与 Mobnet 公司访谈了解, 2018 年下半年开始其计划在美国年末购物季进行大规模营销投放, 打开头部产品的销售局面, 经业界朋友的推荐选择木瓜移动作为营销合作伙伴。

签署合作协议时, 因 Mobnet 此前与木瓜移动没有规模级的出海营销合作, 木瓜移动要求预付金额较大的保证金。考虑到每年第四季度是北美市场的圣诞和新年购物旺季, 各跨境电商平台投放竞争激烈, 而且这本身符合行业惯例, 因此双方达成了一致。

#### **(4) 发行人对 Mobnet 收取保证金时点及金额**

2018 年 11 月, Mobnet 向木瓜移动预付保证金 540 万美元。后因 Mobnet 自身原因 (厂家组货进度延误, 错过了最佳购物季投放时点), 决定暂缓投放。双方经协商解除原协议, 保证金由木瓜移动退回了 Mobnet 原账户, 双方没有关于资金或广告业务的纠纷。

由于 Mobnet Technology Company 与公司的交易未实现，因此后期未确认收入。

## 2、核查过程和核查结论

### (1) 核查程序

保荐机构及申报会计师进行了核查：

①访谈发行人管理层，了解发行人与 Mobnet 交易背景及业务实质；

②核查了 Mobnet 的工商资料及其业务规模、履约能力等信息；查阅与发行人是否具有关联交易；

③查阅了发行人与 Mobnet 签订的业务合同；查阅并获取发行人与 Mobnet 收取与退回保证金款项的相关银行流水凭证资料；

④访谈 Mobnet，获得对双方具体交易背景及交易过程的确认文件。

### (2) 核查结论

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

Mobnet 与发行人无关联关系，为与发行人的交易能够实现于 2018 年 11 月 13 日，Mobnet 向发行人支付预付保证金 540 万美元，后因该公司自身原因未能达成业务交易，未对其进行确认收入，其预付保证金退回了 Mobnet 原账户，双方没有关于资金或广告业务的纠纷。

## 十二、首轮问询问题 56，结合期初期末应收及应付账款金额、流量采购金额、收入，说明销售商品提供劳务收到的现金与购买商品接受劳务支付的现金的合理性测试过程

### (一) 发行人说明

单位：万元

| 项目    | 2018 年     | 2017 年     | 2016 年    | 2015 年 |
|-------|------------|------------|-----------|--------|
| 营业收入① | 432,820.90 | 227,938.04 | 56,488.83 |        |
| 销项税额② | 486.29     | 336.00     | 399.89    |        |



|                                  |            |            |           |           |
|----------------------------------|------------|------------|-----------|-----------|
| 应收票据及应收账款③                       | 101,507.13 | 75,733.36  | 25,303.94 | 11,401.19 |
| 预收账款④                            | 2,068.85   | 2,283.08   | 1,055.79  | 262.71    |
| 测算的销售商品、提供劳务收到的现金⑤=①+②-③的变动+④的变动 | 407,319.18 | 179,071.91 | 43,779.05 |           |
| 报表中销售商品、提供劳务收到的现金                | 409,714.50 | 178,026.23 | 44,204.59 |           |
| 差异                               | -2,395.32  | 1,045.68   | -425.54   |           |
| 差异率                              | -0.58%     | 0.59%      | -0.96%    |           |
| 营业成本⑦                            | 413,878.26 | 213,717.78 | 45,013.59 |           |
| 其中：流量采购金额                        | 412,864.65 | 212,539.32 | 43,639.40 |           |
| 其中：游戏成本                          | 0.00       | 380.20     | 469.49    |           |
| 应付票据及应付账款⑧                       | 85,817.56  | 54,459.21  | 13,307.84 | 2,736.81  |
| 预付账款⑨                            | 238.48     | 401.86     | 451.68    | 140.30    |
| 测算的购买商品、接受劳务支付的现金⑩=⑦-⑧的变动+⑨的变动   | 382,356.52 | 172,136.39 | 34,284.44 | --        |
| 报表中购买商品、接受劳务支付的现金                | 384,108.33 | 172,154.35 | 33,085.24 |           |
| 差异                               | -1,751.80  | -17.96     | 1,199.20  |           |
| 差异率                              | -0.46%     | -0.01%     | 3.62%     |           |

以公司当期营业收入为起点，对本期发生的销项税，应收账款和预收账款变动额测算出报告期销售商品提供劳务的现金分别为 407,319.18 万，179,071.91 万和 43,779.05 万；以当期营业成本为起点，结合本期应付账款和预付账款变动额测算出报告期购买商品接受劳务支付的现金分别为 382,356.52 万，172,136.39 万和 34,284.44 万。2016 年到 2018 年测算的销售商品、提供劳务收到的现金与现金流量表数据差异率 0.96%、0.59%、0.58%，购买商品、接受劳务支付的现金与现金流量表数据差异率 3.62%、-0.01%、-0.46%、测算的差异主要是往来科目与损益科目、现金流量表科目所使用的汇率不同，以及部分销售商品收现及采购商品付现由原收取或支付的保证金进行结算而导致。

## （二）核查过程和核查结论

### 1、核查程序

保荐机构和申报会计师进行了核查：

（1）访谈了发行人财务总监对现金流量表的编制方法、编制过程及编制依据等情况；

（2）查阅并分析影响销售商品提供劳务收取的现金以及购买商品接受劳务核算支付现金等相关事项具体核算内容、核算依据及相应的账务处理情况；

（3）结合期初期末应收及应付账款金额、流量采购金额、收入，重新对销售商品提供劳务收到的现金与购买商品接受劳务支付的现金的进行测算并寻找差异的原因。

### 2、核查结论

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

结合期初期末应收及应付账款金额、流量采购金额、收入，对销售商品提供劳务收到的现金与购买商品接受劳务支付的现金的进行测算的结果存在较小差异，该差异主要是由于往来科目与损益科目、现金流量表科目所使用的汇率不同换算导致，具有合理性。

## 十三、首轮问询问题 57，现金流中大额的往来款项的交易对手方、交易背景及金额，2016 年支付的个人借款 760 万元的背景

### （一）发行人说明

单位：万元

| 项 目           | 2018 年度  | 2017 年度  | 2016 年度  |
|---------------|----------|----------|----------|
| 收到的其他经营活动—往来款 | 5,995.86 | 3,670.98 | 1,319.13 |
| 支付的其他经营活动—往来款 | 1,841.58 | 4,082.24 | 2,051.11 |

其中，收到的其他与经营活动有关的现金中，主要内容如下：

单位：万元

| 项目    | 2018年    | 2017年    | 2016年    |
|-------|----------|----------|----------|
| 备用金   | 135.90   | 313.48   | 52.16    |
| 个人借款  | -        |          | 760.00   |
| 押金保证金 | 5,859.96 | 3,357.50 | 506.97   |
| 合计    | 5,995.86 | 3,670.98 | 1,319.13 |

支付的其他与经营活动有关的现金中，主要内容如下：

单位：万元

| 项目    | 2018年度   | 2017年度   | 2016年度   |
|-------|----------|----------|----------|
| 备用金   | 135.90   | -        | 289.94   |
| 个人借款  | -        |          | 760.00   |
| 押金保证金 | 1,705.68 | 4,082.24 | 1,001.17 |
| 合计    | 1,841.58 | 4,082.24 | 2,051.11 |

注：2016年个人借款为公司向股东沈思借款用于临时周转的款项，当年已归还。

2018年收到其他的押金保证金主要包括：

| 序号 | 名称                                    | 金额（万元）   | 交易内容      |
|----|---------------------------------------|----------|-----------|
| 1  | MobnetTechnologyCompany               | 3,706.11 | 新客户，业务保证金 |
| 2  | Soci-linkCultureCommunicationCo.,Ltd. | 1,203.53 | 应收账款保证金   |
| 3  | 深圳市天梭互动科技有限公司                         | 476.89   | 应收账款保证金   |
| 4  | LoveadLimited                         | 260.00   | 应收账款保证金   |
| 5  | 合肥黑钻科技有限公司                            | 144.00   | 应收账款保证金   |
|    | 合计                                    | 5,790.53 |           |

2018年支付其他的押金保证金主要包括：

| 序号 | 名称   | 金额（万元） | 交易内容      |
|----|--|--------|-----------|
| 1  | HongkongGatherWisdomNetworkTechnologyCo.,Limited | 397.04 | 应收账款保证金退回 |
| 2  | 深圳市天梭互动科技有限公司                                    | 300.00 | 应收账款保证金退回 |
| 3  | Trading Passion LTD                              | 300.00 | 应收账款保证金退回 |
| 4  | LoveadLimited                                    | 260.00 | 应收账款保证金退回 |

|    |                                       |          |           |
|----|---------------------------------------|----------|-----------|
| 5  | PromoAdxNetworkTechnologyCo., Limited | 240.00   | 应收账款保证金退回 |
| 合计 |                                       | 1,497.04 |           |

2017 年收到其他的押金保证金主要包括：

| 序号 | 名称                                    | 金额（万元）   | 交易内容           |
|----|---------------------------------------|----------|----------------|
| 1  | 成都卓杭网络科技股份有限公司                        | 2,100.00 | 应收账款保证金        |
| 2  | PromoAdxNetworkTechnologyCo., Limited | 431.91   | 应收账款保证金        |
| 3  | 福州梓辰电子商务有限公司                          | 100.00   | 应收账款保证金        |
| 4  | 清华同方科技广场房东联众数字退的房租押金                  | 80.69    | 收到清华同方科技广场房租押金 |
| 5  | TheSevensMarketingConsulting Limited  | 30.00    | 应收账款保证金        |
| 合计 |                                       | 2,742.60 |                |

2017 年支付其他的押金保证金主要包括：

| 序号 | 名称                                    | 金额（万元）   | 交易内容         |
|----|---------------------------------------|----------|--------------|
| 1  | 成都卓杭网络科技股份有限公司                        | 2,000.00 | 应收账款保证金退回    |
| 2  | PromoAdxNetworkTechnologyCo., Limited | 431.91   | 应收账款保证金退回    |
| 3  | 福州梓辰电子商务有限公司                          | 100.00   | 应收账款保证金退回    |
| 4  | 北京华胜天成科技股份有限公司                        | 92.51    | 支付科技财富中心房租押金 |
| 5  | TheSevensMarketingConsulting Limited  | 30.00    | 应收账款保证金退回    |
| 合计 |                                       | 2,561.91 |              |

2016 年收到其他的押金保证金主要包括：

| 序号 | 名称                      | 金额（万元） | 交易内容    |
|----|-------------------------|--------|---------|
| 1  | 北京小熊快跑科技有限公司            | 182.17 | 应收账款保证金 |
| 2  | 北京爱奇艺科技有限公司             | 258.56 | 应收账款保证金 |
| 3  | Digitoria Media Limited | 13.07  | 业务保证金   |
| 4  | Golden Square           | 8.77   | 印度房租押金  |
| 5  | 北京商联在线科技有限公司            | 2.50   | 商联在线合作款 |
| 合计 |                         | 440.73 |         |

2016 年支付其他的押金保证金主要包括：

| 序号 | 名称                       | 金额（万元） | 交易内容        |
|----|--------------------------|--------|-------------|
| 1  | 360MobileSecurityLimited | 156.82 | 360 业务保证金退回 |
| 2  | AMEX                     | 167.15 | 美国公司业务保证金   |
| 3  | 北京爱奇艺科技有限公司              | 160.19 | 应收账款保证金退回   |
| 4  | 联众数字娱乐科技（北京）有限公司         | 80.69  | 房租押金        |
| 5  | 北京创智优品科技有限公司             | 43.00  | 应收账款保证金退回   |
| 合计 |                          | 607.85 |             |

2016 年支付的个人借款 760 万为当时股东沈思为临时解决公司短暂的资金情况借款给公司，为偶发性借款。

## （二）核查过程和核查结论

### 1、核查程序

保荐机构及申报会计师进行核查如下：

（1）访谈了发行人财务总监对现金流量表的编制方法、编制过程及编制依据等情况；

（2）查阅并分析现金流中大额的往来款项的具体合同、具体构成、核算内容、核算依据及相应的账务处理情况；

（3）对现金流中大额的往来款项的具体构成、核算内容、核算依据进行了重新分析计算；

### 2、核查结论

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人现金流中大额的往来收付款为公司业务活动过程中支付或收回客户的保证金，其中，2016 年支付的个人借款 760 万为当时控股股东沈思为临时解决发行人短暂的资金短缺而借给发行人的周转资金。

#### 十四、请保荐机构和发行人律师的内核部门就未正面回复问询问题的情况出具专项说明

保荐机构和发行人律师已重新核对了首次问询问题回复相关文件，并针对上述问题进行了复核及补充回复，保荐机构和发行人律师的专项说明参见本次申报文件之 8-4-3《中天国富证券有限公司关于北京木瓜移动科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的审核问询函的回复专项核查说明》和 8-4-4《北京市康达律师事务所关于北京木瓜移动科技股份有限公司审核问询函回复的专项说明》。

### 问题 2 关于核心业务系统

根据首轮问询回复，发行人的核心业务系统对于财务报表中收入有重大影响。

请发行人补充披露：（1）核心业务系统对财务重要性，如何确保系统设计及运行的有效性，是否存在因控制制度不健全、系统运行故障而导致的经营风险；（2）核心业务系统的基本情况，汇总的数据类型，是否由发行人自主研发，是否存在与外部系统对接的情况；（3）核心业务系统与财务系统的对接情况（自动对接/人工对接），财务系统引用业务系统数据的流程及关键控制环节，业务系统数据的及时性和准确性对收入和成本确认时点、计量金额的影响；（4）发行人对核心业务系统的控制情况，包括但不限于系统开发、变更权限、运维、安全、备份、逻辑访问；（5）是否存在相关人员授意、指示或强令系统维护人员伪造、变造、删除、篡改系统数据或系统日志的情形、是否存在导致数据异常的重大事故，是否对财务数据构成重大影响；（6）核心业务系统变更记录、是否通过审批、是否对财务数据产生重大影响及相关金额；（7）核心业务系统与财务系统，对接差错或错报的发现及解决过程；（8）是否存在发行人与客户关于计费内容或结果的意见不一致或纠纷及其解决情况。

请保荐机构和申报会计师对发行人的信息系统（包括但不限于核心业务系统、财务系统等）出具专项核查报告。专项核查报告应当详细说明对发行人信

息系统的核查方法、核查人员、核查范围、核查内容、核查过程及核查结论，并对发行人业务系统是否真实、准确、完整地记录发行人的经营活动，发行人财务系统所引用的业务系统数据是否真实、准确、完整，发行人业务系统的运营数据和财务系统的财务数据是否真实、准确、完整，与信息系统运行相关的关键内部控制的有效性发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、核心业务系统对财务重要性，如何确保系统设计及运行的有效性，是否存在因控制制度不健全、系统运行故障而导致的经营风险

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

##### 10、发行人核心业务系统

.....

##### （2）核心业务系统有效性

公司的结算数据直接来源于核心业务系统，核心业务系统对财务系统至关重要。在业务系统的设计过程中针对系统的不同环节，公司分别进行了可靠性设计，以确保系统的有效性：

①数据记录环节：对于业务系统进部署了多地异地备份，和分布式服务器构架，使得公司的核心业务系统可以 7X24 小时稳定运转，不会造成数据丢失。

②数据处理环节：在数据处理过程中，核心业务系统对原始数据和中间步骤进行了保留，使得数据处理环节可以进行重复和还原。保证了数据的可靠性。

③运维环节：公司研发了专门的运维保障系统，实时监测系统的运转状态、保障系统运行的可靠性。

④内控环节：设置了专门的内部控制岗位，对公司的控制制度进行检查和完善，保障控制制度的可靠性。

因此，发行人不存在和核心业务系统相关的重大经营风险。

## 二、核心业务系统的基本情况，汇总的数据类型，是否由发行人独立自主研发，是否存在与外部系统对接的情况

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

### 10、发行人核心业务系统

#### （1）核心业务系统介绍

公司核心业务系统基本情况如下：

| 核心业务系统          | 系统功能  | 汇总数据  |
|-----------------|---|---|
| 木瓜优广通/<br>木瓜跨境帮 | 对搜索展示类业务进行展示价值评估和出价策略评估，并完成竞价、展示过程。         | 根据实时竞价的流量使用情况，汇总计算向各广告主的销售金额和向各媒体方的采购金额。      |
| AppFlood 系统     | 以 API 方式与客户进行效果类自动化订单对接，并对订单进行自动化推荐和后续追踪过程。 | 根据系统记录的效果广告的广告单价和数量汇总计算向各广告主的销售金额和向各媒体方的采购金额。 |
| CRM 系统          | 客户信息管理系统，记录客户的业务信息并对业务数据进行综合处理              | 将上述各系统的数据进行汇总，计算公司层面总计向各广告主的销售金额和向各媒体方的采购金额。  |

以上各核心业务系统均为发行人独立自主研发。AppFlood 系统和木瓜优广通、木瓜跨境帮系统均以 API 方式与合作伙伴进行技术对接，以实现双方数据和信息的自动化处理。木瓜移动核心业务系统与合作伙伴的对接是开展大数据互联网营销业务的必要条件，其目的在于实现数据和信息的自动化传输和处理，这种对接不影响内部系统数据的完整性和准确性。同时，产品对接本质是一种自动化信息交换，而不是技术服务，不存在木瓜移动对第三方技术的使用和依赖，也不影响木瓜移动的研发独立性。

公司核心业务系统与合作伙伴的主要技术对接情况如下：

| 木瓜移动核心系统 | 对接的合作伙伴   | 对接内容        |
|----------|-----------|-------------|
| AppFlood | 广告主客户和媒体方 | 广告成效数据自动化传输 |



|             |     |             |
|-------------|-----|-------------|
| 木瓜跨境帮、木瓜优广通 | 媒体方 | 实现实时竞价的竞价过程 |
|-------------|-----|-------------|

### 三、核心业务系统与财务系统的对接情况（自动对接/人工对接），财务系统引用业务系统数据的流程及关键控制环节，业务系统数据的及时性和准确性对收入和成本确认时点、计量金额的影响

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

#### 10、发行人核心业务系统

.....

##### （3）核心业务系统与财务系统对接情况

核心业务系统与财务系统采用自动对接。在经营过程中，每月月底核心业务系统数据直接导入财务系统，并经专人复核，中间不存在数据的修改、编辑等中间环节。同时，公司设立了专门的内审人员，对于数据对接的结果进行验证，保证了控制环节的完善。

由于财务系统数据直接来源于核心业务系统，因此发行人业务系统的及时性和准确性直接影响收入和成本的确认。发行人采用了上述各种方式确保核心业务系统的及时性和准确性。在进行月度结算时，可以保证收入和成本确认的时点和计量金额的准确性。

### 四、发行人对核心业务系统的控制情况，包括但不限于系统开发、变更权限、运维、安全、备份、逻辑访问

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

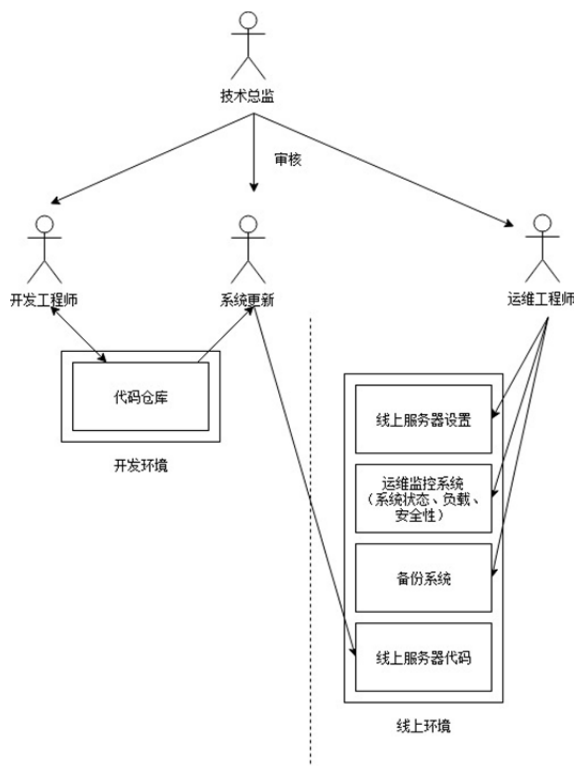
#### 10、发行人核心业务系统

.....

##### （4）核心业务系统控制情况

木瓜移动核心业务系统的代码开发在开发环境进行。业务运行在线上环境进行。发行人通过设定对代码仓库的访问权限、服务器代码访问权限和服务器配置权限等进行分别管理和控制。

各环节控制情况如下：



| 权限     | 代码库访问      | 线上系统代码更新 | 服务器配置权限<br>(包括服务器增减、设置修改) | 监控系统权限(包括网络安全、系统备份) |
|--------|------------|----------|---------------------------|---------------------|
| 开发权限   | 读写, 仅限工作范围 | 无        | 无                         | 无                   |
| 系统更新权限 | 读          | 有        | 无                         | 无                   |
| 运维权限   | 无          | 无        | 有                         | 有                   |

**五、是否存在相关人员授意、指示或强令系统维护人员伪造、变造、删除、篡改系统数据或系统日志的情形、是否存在导致数据异常的重大事故，是否对财务数据构成重大影响**

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

#### 10、发行人核心业务系统

.....

#### (4) 核心业务系统控制情况

.....

发行人对互联网营销系统的应用层及操作系统层均设置了访问控制策略，做到了有效的岗位职责分离，以确保所有账户在权限允许范围内正常使用。报告期不存在相关人员授意、指示或强令系统维护人员伪造、变造、删除、篡改系统数据或系统日志的情形。

发行人针对所有的生产环境服务器均设置了两台灾备服务器，通过服务器的交替工作或者同时备份的机制确保数据的完整性，保证系统不受外界环境影响，报告期不存在导致数据异常的重大事故。

发行人各系统间数据流转过程均有完整的内部控制程序并得到有效控制，报告期不存在对财务数据构成重大影响的数据异常事故。

## 六、核心业务系统变更记录、是否通过审批、是否对财务数据产生重大影响及相关金额

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

### 10、发行人核心业务系统

.....

#### (4) 核心业务系统控制情况

.....

公司制定了各项 IT 管理制度，涵盖系统开发、变更、运维与维护、IT 安全策略、系统安全管理措施等各领域，核心业务系统的变更记录须经过严格的审批，报告期不存在对财务数据产生重大影响的变更记录。

## 七、核心业务系统与财务系统，对接差错或错报的发现及解决过程

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

### 10、发行人核心业务系统

.....

#### （3）核心业务系统与财务系统对接情况

.....

发行人的核心业务数据直接由业务系统导至财务系统，并经专人复核。发行人专门设置了内审岗位，对于两个系统的数据进行比较，以检验此过程的正确性，在发生差错时会上报财务总监进行审批，并在获批后进行回滚和重新导入。

在发行人报告期内未出现过两个系统对接差错的情况。

## 八、是否存在发行人与客户关于计费内容或结果的意见不一致或纠纷及其解决情况。

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

### 10、发行人核心业务系统

.....

#### （3）核心业务系统与财务系统对接情况

.....

发行人营销业务系统将抓取到的数据自动传输至 CRM 系统中。上传至 CRM 系统的结算数据由技术支持团队进行审核，主要审核 ID、金额等信息是否有误，确认无误后提交至财务，CRM 系统自动形成最终业务数据，并跳转至 invoice 状态。每月月末，广告运营团队将数据汇总，将账单发送给广告主，双方进行核

对。客户经理、渠道经理将核对的差异作为调整数录入至系统中。核对无误后，财务进行相应操作，并将邮件抄送给客户经理、渠道经理。财务人员根据最终数据进行账务处理，将数据录入至财务系统中。

在报告期内，不存在发行人与客户关于计费内容或结果的意见不一致而产生纠纷的情况。

## 九、核查过程和核查结论

保荐机构和申报会计师对发行人的信息系统进行了专项核查，出具的专项报告参见本次申报文件 8-4-1 中天国富证券有限公司关于北京木瓜移动科技股份有限公司信息系统的专项核查报告和 8-4-2 申报会计师关于北京木瓜移动科技股份有限公司信息系统的核查报告。

### （一）保荐机构核查

#### 1、核查内容

（1）信息系统一般控制（ITGC）测试，涵盖 IT 治理、系统开发及程序变更管理、系统运维和信息系统安全等范围。

（2）信息系统应用控制（ITAC）测试，包括对系统输入、输出、处理和权限授权控制进行测试。

（3）计算机辅助测试，对木瓜移动互联网广告业务数据进行测试。

#### 2、核查过程

##### （1）一般控制测试

①审阅了木瓜移动信息系统相关的制度及管理流程，并通过公司授权，通过管理员账户独立登入了木瓜移动各管理系统，查看了系统中设置的权限列表。

②对系统的开发、运维、安全、备份、逻辑访问的权限控制情况进行了检查；获取了系统开发过程中的 workflow 情况，并对其权限进行了检查；查看了变更流程

中各环节的执行人、审批记录和执行记录，同时对系统安全相关流程、系统备份流程进行了检查。

## （2）应用控制测试

①查看了木瓜移动业务系统的使用手册，对木瓜移动首席运营官，研发部负责人进行了访谈，独立进入并查看了各个业务系统，对各业务系统功能及使用流程进行了记录。

②对各个系统执行分析性程序及应用控制测试。对木瓜移动的核心业务系统中所有搜索展示类广告业务数据按月进行了汇总统计、效果类互联网广告的安装明细记录按天进行了汇总统计、效果类互联网广告的底层数据按特定条件进行了汇总统计、各个业务系统之间的数据按月度进行了分类汇总统计，并对上述统计数据进行了测试分析。

③获取了木瓜移动所有的运营日志并进行了查看、获取了木瓜移动周报并进行了查看、对木瓜移动研发部负责人进行了访谈，对系统的维护、后台的运行情况进行查看并记录、测试分析。

④查看木瓜广告网络系统的灾备恢复手册及业务系统操作的维护记录。

## 3、核查结论

通过一般控制层面的测试，保荐机构结论如下：（1）发行人信息系统的架构已建立，且各业务系统环境运行正常；（2）公司的业务按照各项流程进行项目的实施，员工均在权限控制范围进行相应的操作行为，未见超权限的情况；（3）发行人业务系统能够真实、准确、完整地记录发行人的经营活动；（4）系统数据库的日志显示系统中按照始点记录每个行为，与信息运行相关的关键内部控制能够保证信息系统运行的有效性。

通过应用控制层面的测试，保荐机构结论如下：（1）发行人平台数据有底层数据支撑，搜索展示类互联网广告业务数据与平台数值无差异，效果类安装明细与汇总记录两者结果一致，发行人业务系统的运营数据和财务系统的财务数据能够保证真实、准确、完整；（2）CRM系统（ERP系统）与木瓜广告网络系统

的月度收入成本数据一致，财务系统数据与核心业务系统数据一致，发行人财务系统所引用的业务系统数据真实、准确、完整。

## （二）申报会计师核查

### 1、核查内容

（1）信息系统一般控制（ITGC）测试，涵盖 IT 治理、系统开发及程序变更管理、系统运维和信息系统安全等范围。

（2）信息系统应用控制（ITAC）测试，包括对系统输入、输出、处理和权限授权控制进行测试。

（3）计算机辅助测试，对木瓜移动互联网广告业务数据进行测试。

### 2、核查过程

#### （1）一般控制测试

①审阅了木瓜移动信息系统相关的制度及管理流程，并通过公司授权，通过管理员账户独立登入了木瓜移动各管理系统，查看了系统中设置的权限列表。

②对系统的开发、运维、安全、备份、逻辑访问的权限控制情况进行了检查；获取了系统开发过程中的 workflow 情况，并对其权限进行了检查；查看了变更流程中各环节的执行人、审批记录和执行记录，同时对系统安全相关流程、系统备份流程进行了检查。

#### （2）应用控制测试

①查看了木瓜移动业务系统的使用手册，对木瓜移动首席运营官，研发部负责人进行了访谈，独立进入并查看了各个业务系统，对各业务系统功能及使用流程进行了记录。

②对各个系统执行分析性程序及应用控制测试。对木瓜移动的核心业务系统中所有搜索展示类广告业务数据按月进行了汇总统计、效果类互联网广告的安装明细记录按天进行了汇总统计、效果类互联网广告的底层数据按特定条件进行了

汇总统计、各个业务系统之间的数据按月度进行了分类汇总统计，并对上述统计数据进行了测试分析。

③获取了木瓜移动所有的运营日志并进行了查看、获取了木瓜移动周报进行查看、对木瓜移动研发部负责人进行访谈，对系统的维护、后台的运行情况进行查看并记录、测试分析。

④查看木瓜广告网络系统的灾备恢复手册及业务系统操作的维护记录。

### 3、核查结论

通过一般控制层面的测试，申报会计师结论如下：（1）发行人信息系统的架构已建立，且各业务系统环境运行正常；（2）公司的业务按照各项流程进行项目的实施，员工均在权限控制范围进行相应的操作行为，未见超权限的情况；（3）发行人业务系统能够真实、准确、完整地记录发行人的经营活动；（4）系统数据库的日志显示系统中按照始点记录每个行为，与信息系统运行相关的关键内部控制能够保证信息系统运行的有效性。

通过应用控制层面的测试，申报会计师结论如下：（1）发行人平台数据有底层数据支撑，搜索展示类互联网广告业务数据与平台数值无差异，效果类安装的明细与汇总记录两者结果一致，发行人业务系统的运营数据和财务系统的财务数据能够保证真实、准确、完整；（2）CRM系统（ERP系统）与木瓜广告网络系统的月度收入成本数据一致，财务系统数据与核心业务系统数据一致，发行人财务系统所引用的业务系统数据真实、准确、完整。

## 问题 3 关于股权变动

根据首轮问询问题 1 的回复，王征向沈思、钱文杰出借相关资金用于木瓜集团重组事宜，过桥贷款资金规模为 1.5 亿元人民币，自 2016 年 8 月始，沈思、钱文杰陆续向王征进行偿还。

请发行人说明沈思、钱文杰与王征关于还款安排的约定，截至目前还款进度，与约定是否相符，沈思、钱文杰是否具有相应偿债能力，王征是否可能主



张债权进而要求沈思、钱文杰处置公司股份以清偿债务，公司控制权是否稳定，沈思、钱文杰是否具备担任公司董事、高级管理人员的资格。

请保荐机构和发行人律师：（1）对上述事项进行核查并发表意见；（2）补充核查公司历次增资和股权转让所履行的程序是否合法合规，是否获得有权主管部门的批准或确认，是否存在损害国家、集体及其他第三方合法权益的情形，是否存在纠纷或潜在纠纷，并发表明确意见；（3）核查 VIE 架构存续期间发行人实际经营的主要业务，搭建 VIE 架构引进境外投资者是否符合中国境内关于外资准入的规定，发行人及其实际控制人是否存在受到行政处罚的法律风险，并发表明确意见，说明发表意见的依据。

### 【回复】

一、关于对“沈思、钱文杰与王征关于还款安排的约定，截至目前还款进度，与约定是否相符，沈思、钱文杰是否具有相应偿债能力，王征是否可能主张债权进而要求沈思、钱文杰处置公司股份以清偿债务，公司控制权是否稳定，沈思、钱文杰是否具备担任公司董事、高级管理人员的资格”的补充核查

#### （一）沈思、钱文杰与王征关于还款安排、还款进度

2015年7月20日，王征作为出借方与沈思、钱文杰、木瓜有限签订了《过桥贷款协议》，根据该协议的相关约定，王征向沈思、钱文杰出借资金用于木瓜集团重组事宜，过桥贷款资金规模为1.5亿元人民币，贷款有效周期自全额提供贷款之日起为期2年，超过有效周期之外的资金时间借款方应向出借方支付12%/年的资金利息。根据王征提供的相关银行账户历史交易明细表，王征向沈思于2015年7月23日出借资金共计1.5亿元。

2015年8月，沈思、钱文杰作为木瓜有限的股东以上述借入资金向木瓜有限增加投入，该次增资之时，沈思向木瓜有限投入资金10,395.5万元人民币、钱文杰向木瓜有限投入资金4,435.5万元人民币，两人合计投入14,831万元。

2017年5月1日，王征与沈思、钱文杰签订了《关于<过桥贷款>之补充协

议》，根据该补充协议的相关约定，各方将有效贷款周期修订为 5 年，同时约定贷款期限不超过该补充协议约定的有效贷款周期后 3 年（1,095 天含）。

根据沈思、钱文杰提供的相关凭证，自 2016 年 8 月，沈思、钱文杰陆续向王征支付款项用于还款，具体情况如下：

| 还款人 | 借款总额（元）     | 还款日期            | 还款金额（元）    | 未偿本金总额（元）  |
|-----|-------------|-----------------|------------|------------|
| 沈思  | 105,645,000 | 2016 年 8 月 9 日  | 400,000    | 60,901,000 |
|     |             | 2017 年 7 月 21 日 | 4,000,000  |            |
|     |             | 2017 年 7 月 31 日 | 8,000,000  |            |
|     |             | 2017 年 7 月 31 日 | 11,200,000 |            |
|     |             | 2017 年 8 月 1 日  | 1,560,000  |            |
|     |             | 2017 年 8 月 2 日  | 3,696,000  |            |
|     |             | 2017 年 8 月 2 日  | 13,488,000 |            |
|     |             | 2017 年 8 月 8 日  | 2,400,000  |            |
| 钱文杰 | 44,355,000  | 2017 年 6 月 26 日 | 8,000,000  | 20,355,000 |
|     |             | 2017 年 7 月 18 日 | 16,000,000 |            |

根据沈思、钱文杰与出借人签订的相关借款协议及补充协议的约定，该笔借款之期限自借款日（即 2015 年 7 月 23 日）至 2023 年 7 月 25 日，其中，2015 年 7 月 23 日至 2020 年 7 月 23 日为免息的“有效借款周期”。因此，上述借款期限尚未届满，沈思、钱文杰的上述还款不违反相关协议关于还款期限的约定。

## （二）沈思、钱文杰是否具有相应偿债能力

2019 年 6 月 5 日，发行人律师及保荐代表人对沈思、钱文杰分别进行了现场访谈，沈思、钱文杰在访谈中分别表示，其自身所负相应债务到期日距今尚有较长时间；其本人均对发行人的业绩持续增长、估值持续上升具有较强信心，就目前而言，其本人所持公司股份之价值亦远超未偿债务金额；其本人具有按期偿还上述债务的能力，还款的资金来源包括但不限于股息/红利收入、合法处置自有资产或以自有资产担保获取资金、向配偶/亲友借入资金等。

根据中国人民银行征信中心分别于 2019 年 1 月 25 日和 2019 年 3 月 4 日出

具的关于沈思、钱文杰的《个人征信报告》，沈思、钱文杰的个人信用状况良好，在银行系统记录中未有 90 天以上的逾期还款记录，也未出现逾期未偿还或逾期偿还债务的情形。

因此，沈思、钱文杰具有相应偿债能力。

### **（三）王征是否可能主张债权进而要求沈思、钱文杰处置公司股份以清偿债务**

2019 年 6 月 5 日，发行人律师及保荐代表人对王征进行了现场访谈，王征在访谈中表示，其本人认可借款方按约定陆续还款，并认可剩余未偿部分不属于到期负债，与沈思、钱文杰之间不存在争议和潜在争议；未偿债务不存在抵押、质押、担保的担保方式；其本人并不直接或间接的持有木瓜移动的股权，与木瓜移动的直接或间接的股东不存在委托持股或其他权益安排的情形。

### **（四）公司控制权是否稳定，沈思、钱文杰是否具备担任公司董事、高级管理人员的资格**

1、经保荐机构及发行人律师核查，沈思、钱文杰自 2008 年 4 月共同设立木瓜有限至今，均为公司第一、第二大股东，合计持股均超过 50%；于境外架构存续期间，沈思、钱文杰均为木瓜开曼公司第一、第二大股东，合计持股均超过 50%并对美国公司拥有控制权；于境外架构拆除之时，沈思、钱文杰均保持了对发行人前身的控制力。发行人于 2015 年 12 月 25 日完成整体改制，距今已超过 36 个月，在此期间内，沈思、钱文杰作为公司第一、第二大股东均保持了一致行动。

沈思、钱文杰签订的《一致行动人协议》自 2015 年 5 月 25 日至今合法有效，该协议的期限自 2018 年 5 月 11 日续签之日起至协议签署届满 36 个月或双方全部或任何一方不再持有公司股份之日孰早者起终止，协议有效期届满，如双方无异议则自动延期三年。上述《一致行动人协议》合法有效、权利义务清晰、责任明确，该情况在最近 3 年内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的，共同拥有公司控制权的多人没有出现重大变更。同时，沈思、钱文杰已按照实际控制人的相关要求作出了股份锁定及减持股份的相关承诺，上述承诺有利于公司控制

权的稳定。

2、根据沈思、钱文杰填写确认的调查表、户籍所在地公安机关出具的证明，以及发行人律师在国家企业信用信息公示系统(<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>)、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询系统(<http://shixin.court.gov.cn/index.html>)、全国法院被执行人信息查询系统(<http://zhixing.court.gov.cn/search/>)、中国裁判文书网(<http://wenshu.court.gov.cn/>)、人民法院公告网(<http://rmfygg.court.gov.cn/>)、中国执行信息公开网(<http://zxgk.court.gov.cn/>)查询，沈思担任发行人董事长、总经理，钱文杰担任董事、副总经理，均不存在《公司法》第一百四十六条规定的不得担任公司董事、高级管理人员的下列情形：

(1) 无民事行为能力或者限制民事行为能力；

(2) 因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或破坏社会主义经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年；或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年；

(3) 担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年；

(4) 担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年；

(5) 个人所负数额较大的债务到期未清偿。

同时，最近3年内，沈思、钱文杰不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为；不存在最近3年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见等情形。上述情况符合《首发注册管理办法》第十三条的相关规定。

综上，保荐机构及发行人律师认为，沈思、钱文杰对王征的还款符合相关借款协议的约定，未出现逾期还款的情形；沈思、钱文杰具备相应的偿债能力；出

借人对借款人的履约予以认可并确认未偿债务不属于到期负债且不存在抵押、质押、担保的担保方式，在此情况下借款人不具备主张债权的期限条件；出借人不直接或间接的持有木瓜移动的股权，与木瓜移动的直接或间接的股东不存在委托持股或其他权益安排的情形；发行人控制权稳定，沈思、钱文杰具备担任公司董事、高级管理人员的资格。

## 二、关于对“公司历次增资和股权转让所履行的程序是否合法合规，是否获得有权主管部门的批准或确认，是否存在损害国家、集体及其他第三方合法权益的情形，是否存在纠纷或潜在纠纷”的补充核查

根据发行人及相关方提供的相关资料并经保荐机构及发行人律师补充核查，发行人及其前身发生的增资及股权转让所履行的程序如下：

| 序号 | 性质   | 时间      | 内部决策/签署协议                      | 变更公司章程 | 验资                          | 工商变更 |
|----|------|---------|--------------------------------|--------|-----------------------------|------|
| 1  | 增资扩股 | 2010.7  | 2010.7.1<br>股东会决议通过            | 是      | “正大验字（2010）第B939号”《验资报告》    | 是    |
| 2  | 增资扩股 | 2012.2  | 2012.1.13<br>股东会决议通过           | 是      | “中恒验字[2012]第002号”《验资报告》     | 是    |
| 3  | 增资扩股 | 2015.7  | 2015.7.22<br>股东会决议通过           | 是      | 信会师报字[2019]第ZG50072号        | 是    |
| 4  | 增资扩股 | 2016.1  | 2016.1.6<br>2016年第一次临时股东大会决议通过 | 是      | “信会师报字（2016）第750003号”《验资报告》 | 是    |
| 6  | 股份转让 | 2016.12 | 签署了《股份转让协议》                    | 是      | 不涉及                         | 是    |
| 7  | 增资扩股 | 2017.1  | 2017.1.8<br>2017年第一次临时股东大会决议通过 | 是      | 根据《公司法》（2013修正），无需验资        | 是    |
| 8  | 股份转让 | 2017.6  | 签署了《股份转让协议》                    | 是      | 不涉及                         | 是    |
| 9  | 股份转让 | 2017.10 | 签署了《股份转让协议》                    | 是      | 不涉及                         | 是    |
| 10 | 股份转让 | 2018.1  | 签署了《股份转让协议》                    | 是      | 不涉及                         | 是    |

公司历次增资扩股均履行了内部决策程序，经过公司股东会/股东大会决议通过；变更了公司章程；办理了工商变更登记，取得了工商部门确认；除 2017 年 1 月增资扩股因《公司法》修订无需履行验资程序外，其余历次增资扩股均按法律法规要求履行了验资程序。

发行人整体变更为股份有限公司后，历次股份转让均签署了《股份转让协议》，因历次股份转让导致的股东变更，均修订了公司章程，并将公司章程进行工商备案。

综上，保荐机构及发行人律师认为：公司历次增资和股权转让所履行的程序均合法合规，均获得有权主管部门的批准或确认；发行人现有股东中，不存在国有或集体控股企业，不存在损害国家、集体及其他第三方合法权益的情形，亦不存在纠纷或潜在纠纷。

### **三、关于对 VIE 架构存续期间发行人实际经营的主要业务，搭建 VIE 架构引进境外投资者是否符合中国境内关于外资准入的规定，发行人及其实际控制人是否存在受到行政处罚的法律风险”的补充核查**

#### **（一）VIE 架构存续期间发行人实际经营的主要业务**

根据发行人的说明并经发行人律师核查，VIE 架构存续期间发行人实际经营的业务为效果类的互联网营销及游戏业务。

#### **（二）搭建 VIE 架构引进境外投资者是否符合中国境内关于外资准入的规定**

##### **1、VIE 架构存续期间，发行人前身木瓜有限不存在外资股东**

（1）VIE 架构存续期间，发行人股东为中国籍公民沈思、钱文杰，不存在外资股东。沈思、钱文杰均承诺其当时不存在委托持股、信托持股或其他协议安排代为持有公司股权等情形。

（2）VIE 架构搭建完成后，境外投资人的投资主体为木瓜开曼，并未对木瓜有限进行股权投资；木瓜开曼存续期间及移动奇异设立及历次增资均履行了外商投资审批及外汇登记手续，符合国家外商投资企业相关法律、行政法规和规范

性文件的规定。

(3) VIE 架构搭建完成后，木瓜有限与移动奇异签署一系列控制协议。经核查，相关控制协议自签署至终止期间，移动奇异从未向木瓜有限提供任何技术咨询服务，木瓜有限也从未向移动奇异支付过任何咨询服务费，不存在影响公司股权结构及经营的情况。

2、发行人在 VIE 存续期间符合通信管理部门的监管要求，不存在外资股东

(1) 发行人依法取得 ICP 证书且历次变更合法有效

根据北京市通信管理局办理《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》(“ICP 证书”)的说明以及全国统一的电信业务许可证办理系统的相关要求，非上市公司申请 ICP 证书需要提交公司股权结构图及各级股东证明材料，要求穿透核查至自然人、国有独资公司、上市公司/新三板企业(上市公司/新三板企业要求穿透至前十大股东，前十大股东有法人股东时，该法人股东仅再追溯一级即可)，穿透后各级股东不能有外资成分，如有外资成分，审批机关将按照外商投资经营电信业务相关政策进行审核。

根据发行人提供的资料并经保荐机构及发行人律师核查，公司于 2010 年 9 月 1 日取得北京市通信管理局核发的《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》(编号：京 ICP 证 100840 号)，并分别于 2013 年 2 月 25 日、2015 年 7 月 21 日、2016 年 3 月 11 日、2018 年 5 月 31 日取得北京市通信管理局换发的《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》，发行人申请及历次变更申请 ICP 证书时，公司各层级均不存在外资，其申请及变更申请 ICP 证书的程序及提交资料符合规定。

(2) 合法规范经营

根据北京市通信管理局分别于 2018 年 8 月 3 日和 2019 年 1 月 2 日出具的《证明》，发行人于 2010 年 9 月 1 日取得《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》(经证号：京 ICP 证 100840 号)，自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间没有因违反电信行业法律法规而受到行政处罚的记录。

发行人依法取得 ICP 证书且历次变更合法有效,符合通信管理部门关于外资准入的规定,根据北京市通信管理局相关证明,亦不存在因违反电信行业法律法规而受到行政处罚的情形。

### **(三) 发行人及其实际控制人是否存在受到行政处罚的法律风险**

根据保荐机构及发行人律师核查, VIE 架构存续期间, 发行人股东为沈思、钱文杰, 不存在其他外资股东; 发行人及其前身依法取得 ICP 证书, 历次变更的程序及提交资料均符合监管部门的规定, 不存在违反中国境内关于外资准入规定的情形。根据北京市通信管理局出具的相关证明文件, 报告期内, 发行人不存在因违反电信行业法律法规受到行政处罚的情形, 发行人不存在受到行政处罚的风险。

发行人实际控制人沈思、钱文杰作为境内自然人, 于木瓜开曼 A 轮增资、B 轮融资和移动奇异由外商投资企业变更为内资企业时未及时办理相应的境内自然人境外直接投资外汇登记变更登记, 已完成补登记, 亦未因前述外汇登记延迟办理事宜受到相关主管部门的处罚; 沈思、钱文杰已作出书面承诺, 承诺因其境外投资外汇登记事宜存在任何问题或瑕疵受到相关政府部门任何处罚或责任追究的, 其将承担全部责任, 避免公司及其下属公司受到任何损失。

## **问题 4 关于发行人核心技术人员变化**

根据首轮问题 20 的回复, 发行人新三板挂牌期间核心技术人为钱文杰、程伟、赵堃亮。其中, 程伟负责游戏业务, 赵堃亮于 2016 年 4 月离职, 原为公司研发主管, 主要负责大数据技术等方面研发, 目前任职北京葫芦软件技术开发有限公司负责 Hulu 大数据应用开发。目前, 发行人核心技术人为钱文杰、沈思等 7 人, 程伟、赵堃亮不属于公司核心技术人员。

请发行人进一步说明: (1) 赵堃亮是否作为发行人主要知识产权发明人、其离职是否对发行人构成重大不利变化、Hulu 大数据应用开发是否与发行人业务相似; (2) 程伟目前在公司主要负责的内容、公司在剥离游戏业务时仍将其



留任原因；（3）目前核心技术人员认定标准、认定时间、是否履行相应程序，是否符合核心技术人员稳定，最近 2 年内核心技术人员没有发生重大不利变化的规定。

请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

### 【回复】

## 一、赵堃亮是否作为发行人主要知识产权发明人、其离职是否对发行人构成重大不利变化、Hulu 大数据应用开发是否与发行人业务相似

### （一）发行人说明

#### 1、赵堃亮是否作为发行人主要知识产权发明人、其离职是否对发行人构成重大不利变化

赵堃亮于 2011 年 7 月加入公司，其在职期间，参与了发行人现有的美国专利“Data Synchronization Methods and Systems（数据同步方法及应用系统）”的技术研发，并作为发明人之一署名。

根据对发行人技术负责人的访谈，上述专利涉及的技术系发行人核心技术之一，在技术研发之时，研发团队包括首席技术官钱文杰、时任研发主管的赵堃亮及其他软件工程师。钱文杰为该技术团队负责人、亦为该专利署名发明人之一。

目前，包括上述数据同步技术在内，发行人的核心技术共计 34 项，分别应用于数据同步、自动化运营、大数据处理、机器学习、高并发构架、数据可靠性领域。基于行业和技术特点，发行人的核心技术主要通过申请计算机软件著作权、申请境内外专利和采取技术秘密保护的方式进行独创性保护。发行人已将 28 项核心技术用以软件著作权申请并已取得 21 项软件著作权，发行人作为专利权人，正在申请 10 项国内发明专利。

赵堃亮于 2016 年 6 月从木瓜移动离职。自赵堃亮离职后，发行人主营业务并未发生变更，软件著作权及专利申报正常进行，发行人并未受到任何他方提出的相关技术归属/技术秘密侵权方面的诉讼及仲裁；同时，赵堃亮离职后，发行

人收入、利润均保持了持续增长。因此，赵堃亮的离职对发行人不构成重大不利变化。

## 2、Hulu 大数据应用开发是否与发行人业务相似

公开资料查询，“Hulu 是由 NBC 环球、新闻集团以及迪士尼联合投资的视频网站。Hulu 的目标是帮助用户在任意时刻、地点及方式查找并欣赏专业的媒体内容。其内容包括电视剧、电影和剪辑，主要来自于超过 200 个内容提供商，包括福克斯、NBC、迪斯尼、ABC、华纳兄弟、米高梅公司、狮门公司和索尼等。

Hulu 主要产品为视频服务平台，与发行人业务不存在相似之处。

### （二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：赵堃亮虽作为公司核心技术之一申请境外专利时署名的发明人之一，但上述专利已由发行人作为专利权人注册登记，赵堃亮的离职不影响发行人作为专利权人的合法权益；赵堃亮的离职对发行人不构成重大不利变化。

## 二、程伟目前在公司主要负责的内容、公司在剥离游戏业务时仍将其留任原因

发行人律师及保荐代表人对程伟进行了现场访谈，程伟于 2008 年 8 月至 2010 年 7 月在木瓜有限游戏部门全职工作，负责游戏部门相关各项开发维护工作；2010 年 7 月至 2017 年 7 月，在木瓜有限游戏部门担任技术总监，主要负责游戏后端的基础系统的研发。程伟其参与研发的部分属于通用数据技术构架，游戏业务被剥离时，其开发经验对于后续木瓜移动的现有业务依然具有较大帮助，因此，发行人决定将其留任，其本人对继续在发行人任职、接受岗位调整不存在异议。

- a) 目前核心技术人员认定标准、认定时间、是否履行相应程序，是否符合核心技术人员稳定，最近 2 年内核心技术人员没有发生重大不利变化的规定

### (一) 发行人说明

公司核心技术人员界定主要包括公司技术负责人、研发负责人、研发部门主要成员、主要知识产权和非专利技术的发明人或设计人、主要技术标准的起草者等。

公司核心技术的应用主要体现在投放前准备、推广 App、实时竞价和决策、对客户的报表呈现、内容审核、大数据获取、大数据处理、大数据储存、反作弊与信息安全、全球 14 个数据中心的运营保障等方面。

公司核心技术人员的认定依据为对公司核心技术具有重要意义的研发项目的负责人及主要贡献者，具体标准包括：（1）核心技术人员所负责模块对于公司核心技术的重要性；（2）核心技术人员在该模块中的职位和贡献；（3）核心技术人员拥有深厚的与公司所处行业和业务相匹配的行业背景，科研成果及获奖情况等。

公司核心技术人员具体认定标准、科研成果及获奖情况和认定时间的情况如下：

| 序号 | 核心技术人员 | 认定标准  | 科研成果及获奖情况   | 认定时间        |
|----|--------|---|---|-------------|
| 1  | 沈思     | 董事长兼总经理；行业专家，中组部“千人计划”专家，北京市海外高层次人才，北京市特聘专家，计算机专家 | 智能化视频广告素材检测系统；木瓜移动大数据入库处理技术；木瓜移动高性能关系数据库解决方案；全球数据同步技术 | 2016 年 12 月 |
| 2  | 钱文杰    | 董事、副总经理、首席技术官                                     | Data Synchronization Methods and Systems（数据同步方法及应用系统） | 2015 年 12 月 |
| 3  | 陈霄     | 董事、副总经理（主管研发），主要负责产品技术线                           | 海量电商产品同步 解决方案；大规模广告投放自                                | 2016 年 12 月 |

| 序号 | 核心技术人员 | 认定标准                              | 科研成果及获奖情况   | 认定时间     |
|----|--------|-----------------------------------|---|----------|
|    |        | 路制定、系统整合规划                        | 动化管理方案;自动化广告订单同步接口解决方案  |          |
| 4  | 卫 祎    | 研发部负责人, 负责研发部                     | 广告点击作弊监测方法及装置;广告转化的反作弊方法、装置、电子设备及存储介质   | 2016年12月 |
| 5  | 顾英博    | 技术总监, 研发部主要成员, 主要负责整体平台的基础构架设计和开发 | 木瓜移动流式数据处理技术;木瓜移动大数据实时报表技术;高并发应用服务器技术;全球数据同步技术;运维自动化及监控技术;一种监控报警方法、装置、电子设备及存储介质;数据收集分发方法及装置 | 2016年12月 |
| 6  | 闫博飞    | 高级开发工程师, 研发部主要成员, 主要负责核心算法研究      | 识别模型构建方法及装置、字符识别方法及装置;基于深度学习技术的用户画像人工智能引擎;基于决策树聚类算法的用户聚类标签化引擎;智能化视频广告素材检测系统                 | 2016年12月 |
| 7  | 王荣祥    | 高级软件工程师, 研发部主要成员, 主要负责核心算法研究      | 内容审核方法以及装置;素材内容结构处理 储存方案;自动化素材筛选与效力测算算法;基于数据库技术的数据灾备备份技术                                    | 2016年12月 |

发行人认定核心技术人员的标准主要包括任职期限、业务水平、岗位级别、在公司产品和技术研发中的骨干作用等因素。自 2016 年以来, 搜索展示类业务成为整个互联网营销行业中发展最迅速的业务模式和主流趋势, 公司大力发展搜索展示类业务, 在此基础上, 公司在业务开拓、技术研发、技术更新、团队培养等方面均以搜索展示类业务为重心, 与之相关的技术团队在公司的技术地位和重要性凸显, 技术团队中的骨干成员亦成为公司的核心技术人员。2017 年、2018

年度,搜索展示类业务占公司营业收入 90%以上,成为公司营业收入的主要类别。

2019 年 6 月 5 日,公司技术委员起草了《北京木瓜移动科技股份有限公司核心技术人员认定准则》并报公司总经理备案。根据该准则,发行人核心技术人员认定标准如下:

(1) 任职期限: 与公司签订正式劳动合同,并在公司研发体系从事研发相关工作满 2 年;

(2) 岗位要求: 担任公司技术总监、研发工程师、高级软件工程师及其以上职务;

(3) 项目经验: 参与公司研发项目或储备研发项目,或具有相关开发经验;

(4) 学历职称: 具备本科以上学历;

(5) 研发贡献: 对公司核心技术的开发作出重要贡献,为公司主要知识产权和非专利技术开发团队的主要负责人或担任公司主要研发储备项目的负责人、核心成员。

同时,经公司技术委员会认定:2016 年以来,公司开始侧重于搜索展示类业务,2017 年度至今,搜索展示类业务已成为公司主要业务类别。沈思、钱文杰、陈霄、卫祎、顾英博、王荣祥、闫博飞其技术领域、业务专长与该类业务直接相关,技术水平突出,在公司技术团队中的核心作用稳固。认定上述人员作为公司核心自 2016 年末至今是稳固的,认定上述人员自 2016 年末至今系公司核心技术人员是客观、审慎的。

## **(二) 中介机构核查意见**

综上,保荐机构及发行人律师认为,发行人核心技术人员认定依据充分,认定时间与公司业务发展阶段相符,公司已制订《北京木瓜移动科技股份有限公司核心技术人员认定准则》明确核心技术人员的认定程序和标准;发行人核心技术人员稳定,最近 2 年内核心技术人员没有发生重大不利变化。

## 四、核查过程和核查结论

### （一）核查程序

保荐机构会同发行人律师进行了如下核查：

（1）访谈了公司董事长和主管研发副总经理对于研发部门的管理及核心技术人员认定标准是如何确定的过程；

（2）查阅了离职人员的工作岗位及离职的相关程序；

（3）核查了发行人核心技术人员的认定标准、认定履行的程序和认定时间等相关记录文件；

（4）核查了发行人对于核心技术人员的相關管理制度文件；

### （二）核查结论

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

公司核心技术人员稳定，主要核心技术人员沈思、钱文杰、陈霄、卫祎在最近2年内未发生变化；其他核心技术人员变化主要系一方面是由于原员工赵堃亮于2016年4月由于个人原因离职，另一方面程伟由于所负责的业务不符合认定标准而调整，此外，核心技术人员顾英博、闫博飞和王荣祥3人均来自公司内部独立培养成熟后符合认定标准而新增的人员，并不构成重大不利变化的情形。

## 问题5 关于业务模式

根据首轮问询问题12的回复，公司的内部交易主要是发行人及境内子公司因向香港子公司木瓜集团等境外主体的客户提供营销推广服务，而向境外主体收取的技术服务费。发行人收入主要来自于香港子公司，结算主要以香港子公司与媒体资源方和广告主进行结算，结算货币主要为美元，但发行人主要利润来源于国内母公司。

请发行人补充说明：（1）境内主体与境外主体之间的具体内部交易过程，

相关营销推广服务费的计算方式、金额、结算过程及结算金额；（2）结合发行人业务，说明发行人境内主体及境外主体主要涉及的活动，包括主营业务活动开展、客户的签约主体、应收应付款项的结算、服务器的租用、办公场所的租用以及人员的聘用；（3）公司母公司营业收入的构成，现金流量表中销售商品提供劳务收到的现金与收入存在较大差异的原因；（4）主要结算方式，如银行、票据、第三方支付平台及对应的占比；（5）请采取适当措施保证公司有足够的分红能力实现投资者回报。

请申报会计师就发行人不同结算方式下大额资金往来核查，相关货币资金的函证程序予以说明，并说明核查及函证的结果。

请保荐机构、发行人律师及申报会计师核查并发表明确意见。

#### 【回复】

#### 一、境内主体与境外主体之间的具体内部交易过程，相关营销推广服务费的计算方式、金额、结算过程及结算金额

发行人主要为客户提供海外互联网广告营销服务，为了方便结汇，报告期内发行人都是用境外子公司与客户签订合同，但是由于发行人的技术团队及运行中心在北京，因此报告期内都存在境外子公司与境内运行中心的关联交易，其交易内容都是技术支持。境内的运行中心以不高于境外主体年收入的百分之五或者按合同约定的金额收取技术服务费。以上跨境技术服务合同均向当地税务机关备案，且定价策略是基于企业经营角度满足海外市场维护和开拓的需求，由德勤税务师事务所出具的年度转移定价报告作为补充，且已经主管税务备案。

报告期内，发行人境内主体与境外主体之间营销推广服务费交易金额如下：

单位：万元

| 境内公司 | 境外公司 | 2018年     | 2017年     | 2016年     |
|------|------|-----------|-----------|-----------|
| 木瓜移动 | 木瓜集团 | 15,507.22 | 10,515.79 | 8,834.13  |
| 木瓜移动 | 木瓜开曼 | -         | -         | 2,500.00  |
| 移动奇异 | 木瓜开曼 | -         | -         | 3,500.00  |
| 深圳木瓜 | 木瓜集团 | 114.00    | -         | -         |
| 合计   |      | 15,621.22 | 10,515.79 | 14,834.13 |

报告期内，由于公司业务增加迅猛为了保证境外子公司的支付媒体流量方的采购价款，同时考虑到境内母公司已经具备了较强的资金实力，因此相关价款并未结算回国内。

## 二、结合发行人业务，说明发行人境内主体及境外主体主要涉及的活动，包括主营业务活动开展、客户的签约主体、应收应付款项的结算、服务器的租用、办公场所的租用以及人员的聘用

发行人的主营业务是为客户提供海外互联网广告营销服务，发行人境内主体及境外主体在整个服务过程中存在较为明确的分工。为了方便与客户及供应商结算，发行人都是用境外主体作为签约主体与客户及供应商签订销售及采购合同；但是由于发行人的技术团队及运行中心在北京，因此报告期内境外子公司与境内运行中心的关联交易，其交易内容都是技术支持。境内的运行中心以不高于境外主体年收入的百分之五收取技术服务费。

发行人境内主体及境外主体主要涉及的主营业务活动，客户签约主体，应收应付款项结算，服务器租用和办公场所的租用及人员聘用情况见附表：

| 公司简称 | 年份   | 主营业务活动                       | 应收账款结算方式及客户签约主体  | 应付账款结算方式及供应商签约主体  |
|------|------|------------------------------|--|---|
| 木瓜移动 | 2016 | 技术研发，技术支持，运营中心               | 和注册于中国内地的广告主公司结算，结算货币主要为人民币。（合并范围内的关联交易主要和境外子公司结算技术服务费，结算货币为人民币） | 和中国内地的服务供应商（办公室租赁、网络服务、中介机构等）进行结算，结算货币主要为人民币。（合并范围内的关联交易：与境外子公司结算媒体资源方采购成本，结算货币为美元） |
|      | 2017 |                              |  |   |
|      | 2018 |                              |  |   |
| 木瓜集团 | 2016 | 商务接洽与谈判，境外公司处秘书              | 木瓜集团主要和注册于中国内地以外地区的广告主进行结算，结算货币主要为美元。                            | 木瓜集团主要和注册于中国内地以外地区的媒体资源方进行结算，结算货币主要为美元。   |
|      | 2017 |                              |  |   |
|      | 2018 |                              |  |   |
| 移动奇异 | 2016 | 技术研发，技术支持，运行中心（后续相关功能转到木瓜移动） | 合并范围内的关联交易：移动奇异主要和境外子公司结算技术服务费，结算货币为人民币。                         | 移动奇异主要和中国内地的服务供应商（办公室租赁、网络服务、中介机构等）进行结算，结算货币主要为人民币。                                 |
|      | 2017 |                              |  |   |
|      | 2018 |                              |  |   |
| 木瓜开曼 | 2016 | 商务接洽与谈判，境外公司处                | Papaya 在 2017 年 9 月前与注册于中国内地以外地区的广                               | 开曼木瓜主要和注册于中国内地以外地区的媒体资源方进行结   |
|      | 2017 |                              |  |   |



|      |          |                   |              |
|------|----------|-------------------|--------------|
|      | 秘书       | 告主进行结算，结算货币主要为美元。 | 算，结算货币主要为美元。 |
| 2018 | 功能转到木瓜集团 |                   |              |

单位：万元

| 公司简称 | 年份   | 内部交易金额     | 应收账款       | 应付账款       | 服务器租用  |
|------|------|------------|------------|------------|--------|
| 木瓜移动 | 2016 | 10,760.75  | 9,223.35   | 4,710.40   | 40.72  |
|      | 2017 | 3,127.87   | 19,284.90  | 11,067.81  | 20.92  |
|      | 2018 | 5,717.35   | 35,966.31  | 20,278.76  | 23.76  |
| 木瓜集团 | 2016 | -16,138.27 | 24,468.93  | 26,679.37  | 408.41 |
|      | 2017 | -6,787.16  | 79,935.36  | 76,770.49  | 771.53 |
|      | 2018 | -7,382.50  | 114,458.52 | 127,010.17 | 989.84 |
| 移动奇异 | 2016 | 5,149.10   | 6,781.80   | -          | -      |
|      | 2017 | 1,559.75   | 7,974.28   | -          | -      |
|      | 2018 | 1,260.87   | 7,935.09   | -          | -      |
| 木瓜开曼 | 2016 | 3,079.04   | 8,760.57   | 5,828.41   | 547.84 |
|      | 2017 | 1,679.06   | 11,603.88  | -          | 26.19  |
|      | 2018 | -          | -          | -          | -      |

| 公司简称 | 年份   | 办公场所  | 房屋租金（万元） | 人员聘用 |
|------|------|---|----------|------|
| 木瓜移动 | 2016 | 北京清华同方科技广场  | 32.82    | 130  |
|      | 2017 | 北京科技财富中心  | 298.34   | 114  |
|      | 2018 |   | 563.52   | 117  |
| 木瓜集团 | 2016 | 11/F SHUM TOWER NO.268 DES<br>VOEUX ROAD CENTRAL<br>SHEUNG WAN HK                                 | 2.23     | 2    |
|      | 2017 | FLAT/RM 06 3/F BONHAM<br>TRADE CENTRE 50 BONHAM<br>STRAND SHEUNG WAN HK                           | -        | 2    |
|      | 2018 | ROOM 06 13A/F SOUTH TOWER<br>WORLD FINANCE CTR<br>HARBOUR CITY 17 CANTON<br>ROAD TST KL           | -        | 2    |
| 移动奇异 | 2016 | 北京清华同方科技广场  | 390.95   | 54   |
|      | 2017 | 北京科技财富中心  | 309.96   | 54   |
|      | 2018 |   | -        | 36   |
| 木瓜开曼 | 2016 | Scotia Centre, 4th Floor, P.O. Box<br>2804, George Town, Grand Cayman<br>KY1-1112, Cayman Islands | -        | 1    |
|      | 2017 |   | -        | 1    |
|      | 2018 | -   | -        | -    |

### 三、公司母公司营业收入的构成，现金流量表中销售商品提供劳务收到的现金与收入存在较大差异的原因

母公司木瓜移动营业收入构成，现金流量表中销售商品提供劳务收到的现金和收入差异的原因

单位：万元

| 项 目            | 2018 年度   | 2017 年度   | 2016 年度   |
|----------------|-----------|-----------|-----------|
| 互联网营销服务收入      | 8,601.12  | 5,972.24  | 3,738.06  |
| 技术服务费收入        | 15,507.22 | 10,515.79 | 11,343.77 |
| 合计             | 24,108.34 | 16,488.04 | 15,081.83 |
| 销售商品、提供劳务收到的现金 | 8,378.14  | 7,331.72  | 6,954.79  |

母公司收入主要来自于两方面：一部分来自于向境内客户提供互联网营销服务而获取的收入，另一部分来自于母公司向海外子公司提供跨境技术服务产生的收入。现金流量表中销售商品和提供劳务收到的现金中只包含母公司向境内客户提供营销服务费而获取的收入，鉴于该部分现金流入足以支撑母公司日常运营和支付各项成本和费用，以及未来现金分红的需求，所以对跨境技术服务收入这部分暂未做内部资金划转，导致母公司营业收入和现金流量表中收到的现金产生差异。

### 四、主要结算方式，如银行、票据、第三方支付平台及对应的占比

报告期公司主要结算方式（银行转账 vs 第三方支付平台）详见下表中具体数据，公司以第三方支付平台结算的金额仅占全部资金流水不到 1%。

| 公司简称 | 年份   | 收款结算（银行 vs 第三方支付平台）          | 付款结算（银行 vs 第三方支付平台）          |
|------|------|------------------------------|------------------------------|
| 木瓜移动 | 2016 | 银行转账 99.82%，支付宝 0.18%        | 银行转账 99.75%，支付宝 0.25%        |
|      | 2017 | 银行转账 99.98%，支付宝 0.02%        | 银行转账 99.70%，支付宝 0.30%        |
|      | 2018 | 银行转账 99.98%，通联通 0.02%        | 银行转账 99.93%，通联通 0.07%        |
| 木瓜集团 | 2016 | 银行 100%                      | 银行转账 100%                    |
|      | 2017 | 银行转账 99.79%，贝宝（Paypal） 0.21% | 银行转账 99.93%，贝宝（PayPal） 0.07% |
|      | 2018 | 银行 99.67%，贝宝（Paypal） 0.33%   | 银行转账 99.73%，贝宝（PayPal） 0.27% |
| 移动奇异 | 2016 | 银行转账 100%                    | 银行转账 100%                    |
|      | 2017 | 银行转账 100%                    | 银行转账 100%                    |
|      | 2018 | 银行转账 100%                    | 银行转账 100%                    |

|      |      |                               |                               |
|------|------|-------------------------------|-------------------------------|
| 木瓜开曼 | 2016 | 银行转账 99.98%，贝宝 (Paypal) 0.02% | 银行转账 99.98%，贝宝 (PayPal) 0.02% |
|      | 2017 | 银行转账 99.73%，贝宝 (Paypal) 0.27% | 银行转账 99.87%，贝宝 (PayPal) 0.13% |
|      | 2018 | 银行 100%                       | 银行转账 100%                     |

## 五、请采取适当措施保证公司有足够的分红能力实现投资者回报

公司 2019 年第二次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，公司本次发行后的股利分配政策为：

### 1、利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

### 2、利润分配形式

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，优先采用现金分红方式分配利润，具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配；采用股票股利进行利润分配的，应当综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素。

### 3、利润分配的周期

公司一般按年度进行利润分配，在有条件的情况下，董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期利润分配。在满足现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，也可以进行中期现金分红。

### 4、利润分配的条件

(1) 在公司该年度实现的可供分配利润为正值且保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大的投资计划或重大现金支出安排，公司单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%。

(2) 董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以采用股票方式进行利润分配。公司采用股票方式进行利润分配时，应具有公司成长性、每股

净资产的摊薄等因素。

(3) 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%;

重大资金支出安排是指: 公司未来 12 个月内拟以现金购买资产、对外投资、进行固定资产投资等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30% (运用募集资金进行项目投资除外); 或超过公司最近一期经审计净资产的 50%, 且超过 5,000 万元 (运用募集资金进行项目投资除外)。

公司对投资者的分红及回报主要来源于母公司实现的收益或现金, 报告期内, 母公司实现的未分配利润、货币资金、现金及现金等价物净增加额等指标如下:

单位: 万元

| 项目           | 2018 年    | 2017 年   | 2016 年    |
|--------------|-----------|----------|-----------|
| 净利润          | 7,917.64  | 3,547.66 | 4,457.24  |
| 未分配利润        | 14,198.82 | 7,072.94 | 3,880.04  |
| 货币资金         | 5,494.76  | 9,406.37 | 1,586.07  |
| 现金及现金等价物净增加额 | 4,153.39  | -244.70  | -3,579.68 |

公司强化技术研发及应用, 逐步扩展业务规模, 提升盈利能力, 在实现公司净利润持续增长的同时重视现金流良性循环, 实现现金及现金等价物的持续增长, 若公司进行现金股利分红, 有足够的货币资金支撑。

母公司账面未分配利润金额较大且随着公司净利润持续增长, 公司未分配利润积累逐年增加, 为股票股利等非现金形式的分红奠定良好基础。

## 六、请申报会计师就发行人不同结算方式下大额资金往来核查，相关货币资金的函证程序予以说明，并说明核查及函证的结果。

(一) 发行人结算方式主要为电汇支付及少量的第三方支付平台支付。申报会计师执行的核查程序包括：

1、获取客户开户清单，并获取公司账户完整性声明，并与账面账户情况进行核对；

2、对主要账户从银行亲自获取公司银行流水；

3、对大额银行流水与账面收付款流水中的收付款对应名称、及金额进行双向核对；

4、对所有账户执行函证程序，并对回函情况予以核对，回函地址与发函地址一致，回函金额一致。

(二) 对于银行存款的函证程序：

1、对所有银行账户进行函证，函证采用快递方式发出，申报会计师在对发行人提供地址核对无误的情况下独立发函，并独立收取函证，对报告期内所有银行账户均进行了函证。

函证情况如下：

| 项 目     | 2018-12-31     | 2017-12-31     | 2016-12-31    |
|---------|----------------|----------------|---------------|
| 总金额（元）  | 355,145,170.74 | 233,621,335.30 | 75,184,677.54 |
| 发函金额（元） | 355,145,170.74 | 233,621,335.30 | 75,184,677.54 |
| 发函比例    | 100.00%        | 100.00%        | 100.00%       |
| 回函金额（元） | 350,548,860.39 | 231,974,347.47 | 65,070,352.11 |
| 回函比例    | 98.71%         | 99.30%         | 86.55%        |

2016 年末回函账户情况

| 公司 | 开户银行          | 银行账号           | 金额（元）        |
|----|---------------|----------------|--------------|
| 印度 | HDFC Bank Ltd | 50200011711591 | 9,868,059.92 |

2017 年末回函账户情况

| 公司 | 开户银行                  | 银行账号           | 金额（元）      |
|----|-----------------------|----------------|------------|
| 印度 | HDFCBankLtd           | 50200011711591 | 129,543.97 |
| 印度 | StandardCharteredbank | 45505382378    | 1,758.58   |

## 2018 年末回函账户情况

| 公司 | 开户银行                    | 银行账号           | 金额（元）      |
|----|-------------------------|----------------|------------|
| 印度 | HDFC Bank Ltd           | 50200011711591 | 127,389.60 |
| 印度 | Standard Chartered bank | 45505382378    | 190,964.34 |

（三）对于未回函的账户，执行了替代程序，包括：

1. 申报会计师获取了上述银行账户的所有开户资料，以审验银行账户的真实性；

2. 获取了发行人关于银行未回函的情况说明，核查发行人银行日记账，获取报告期发行人上述账户的所有月度对账单，将月度对账单与银行日记账进行逐笔核对，以核实发行人账务系统对上述银行账户的记账准确性和完整性。

3. 2016 年印度银行 HDFC Bank Ltd 账户余额 986.81 万人民币，通过 U 盾独立登录印度 HDFCbankLtd 银行账户，获取发行人上述银行账户的所有流水；2017 年及 2018 年度，通过 U 盾独立登录印度银行 HDFCbankLtd 银行账户获取银行流水，同时，Standard Chartered bank 账户资金主要转向 PAPAYA 及 Papaya Group Co., Limited，通过核查在 PAPAYA 及 Papaya Group Co., Limited 的对应流水得到了验证；

经上述审计程序，申报会计师认为，对发行人上述银行账户经过替代性测试后，能够保证财务记账信息的真实性、准确性和完整性。

（四）对于第三方支付平台支付的函证程序为：

对财付通账户进行执行函证程序，函证采用快递方式发出，申报会计师在对发行人提供地址核对无误的情况下独立发函，并独立收取函证，均已回函，且回函一致。

对 PayPal 账户，申报会计师通过邮箱发函至 PayPal 进行函证，对方未回函，

经与客户经理沟通，PayPal 可回函至企业预留邮箱，申报会计师获取了 PayPal 回复企业邮件，并对邮箱地址是否为银行邮箱进行了核实。同时对 PayPal 账户均获取了对应的对账单，并与财务账面进行了核对，核查无异常情况。

经核查，申报会计师认为，发行人不同结算方式下大额资金往来不存在异常，相关货币资金的函证程序按照审计准则执行，未回函账户已执行替代程序，金额可以确认。

## 七、核查过程和核查结论

### （一）核查程序

保荐机构、申报会计师和发行人律师进行了核查：

1、访谈了发行人财务总监，了解境内主体与境外主体之间的具体内部交易内容，交易过程；获取相关营销推广服务费的计算方式、金额、结算过程及结算金额并进行了分析性复核计算；获取境内主体与境外主体之间业务合同，获取并查阅发行人境内主体与境外主体之间应收应付款项的结算、服务器的租用、办公场所的租用以及人员的聘用情况的相应记录文件；

2、访谈了发行人财务总监了解对母公司的财务核算及账务处理过程；获取并查阅了母公司营业收入、现金流量表中销售商品提供劳务收到的现金的记录文件；

3、访谈了发行人财务总监了解发行人对业务结算的主要方式、结算的流水凭证等相关凭证；

4、针对发行人对投资者回报的具体措施访谈发行人控股股东沈思和实际控制人沈思和钱文杰；获取并核查发行人对投资者回报的《公司章程（草案）》等制度规定文件；

### （二）核查结论

经上述核查，保荐机构、申报会计师和发行人律师认为：

1、境内主体与境外主体之间的具体内部交易内容为跨境技术服务合同；各

个主体相关营销推广服务费的计算方式、金额、结算过程及结算金额已进行如实披露；发行人境内主体及境外主体主要涉及的活动的情况已如实披露；

2、母公司营业收入主要包括部分广告推广业务收入，其次为境外公司支付至境内公司的技术服务费，由于与境外公司的境外服务费未做结算，因此导致现金流量表中销售商品提供劳务收到的现金与收入存在较大差异。

3、发行人在不同结算方式下的大额资金往来帐务处理符合相关会计核算要求，资金处理真实有效，不存在违规帐务处理。

4、发行人承诺按照《公司章程（草案）》规定进行执行投资者回报措施，发行人对投资者的分红及回报主要来源于母公司实现的收益或现金。

## 问题 6 关于技术先进性

根据首轮问询问题 9 的回复，发行人在大数据营销产业价值链中参与的环节是 DSP+DMP，并表示行业内公司所追求的普遍结果，不同企业采用不同的技术手段和实现方式。在技术先进性对比方面，发行人选取人均主营业务收入、净利润/毛利、用户刻画数据维度等项目与同为全球大数据营销行业 DSP+DMP 的可比公司 Criteo 和 Sizmek 进行对比。此外，发行人技术优势主要体现在高吞吐量、数据标签库及毫秒级快速响应。请发行人补充披露：（1）通过该等项目比较技术水平的合理性，该等项目是否为行业公认的评价要素及其依据；（2）国内主要从事上述业务的公司及基本情况；（3）发行人 DSP+DMP 行业的竞争情况、行业发展前景、面临的主要风险，结合国内出海公司需求等披露公司市场占有率及行业排名；（4）发行人租用亚马逊云作为服务器的租用主体，高吞吐量、毫秒级的响应与公司技术及服务器的关系、公司技术水平在吞吐量及响应方面是否能够发挥主要作用、是否存在将相关服务器的水平作为自身技术水平的体现；（5）应对网络延迟、高并发计算、海量数据分析的技术及具体的先进性表现；（6）报告期来自核心技术的收入及占比。

请保荐机构和发行人律师核查并发表意见。



## 【回复】

## 一、通过该等项目比较技术水平的合理性，该等项目是否为行业公认的评价要素及其依据

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（六）发行人与同行业可比公司比较情况”中补充披露如下：

### 3、项目及指标比较的合理性

#### 发行人选取的比较项目及其合理性

| 比较的项目    | 理由和合理性  |
|----------|---|
| 人均主营业务收入 | 平均每个员工贡献的主营业务收入越高，代表企业的自动化程度越高，即较少依赖人力而更多依赖技术创造价值。  |
| 净利润/毛利   | 表示在毛利中最后的利润留存，显示企业利用技术节省各项费用（包括自动化系统节省销售费用），将毛利转化为最终净利润的能力。   |
| 开展业务的国家  | 全球 DSP 开展业务的国家越多，需要部署的全球节点越多，对同步技术的要求也越高，同时能渗透的市场也越多，商业机会也更多。   |
| 用户刻画数据维度 | 用户刻画数据的维度越多，对用户的刻画越准确，对用户的行为预测也更准确，从而获得更好的广告投放效果。   |
| 用户覆盖     | 用户数量覆盖越多，越大概率的能够准确预测某一个用户的行为，从而得到更好的广告投放效果。   |
| 服务器情况    | 服务器的情况和承担的流量决定了 DSP 系统的吞吐量和处理数据的效率，从而能保证在大业务量下每一次实时竞价都能在 100 毫秒内完成。   |
| 大数据处理    | 对收集到的数据的处理方式和处理系统。用户画像是基本的处理，其他的特征分析得越多，对用户的行为预测就越准确。不同的数据处理架构也决定了最终对大数据处理的能力，比如分布式架构实现困难，但是对大数据的处理能力是高于集中式架构的。 |
| 大数据智能    | 利用人工智能技术建立数据模型，并且对效果进行评估会对预测效果有非常大的提升。有些企业并不具备人工智能技术对大数据建模，并形成平台化产品。  |
| 大数据优化    | 是否能将运算结果进行持续的优化，并且建立反馈系统，决定了系统长期以往将预测准确率不断提高的能力。  |

人均主营业务收入是企业从管理层面经常需要用到的一个评价指标，也是行业公认的评价企业管理效率的一个重要要素。大型的金融网站 XPLAIND，

InvestoPedia, WallStreetMojo 等对这个指标都有定义并有根据该指标进行的公司排名。

采用净利润/毛利是作为行业公认评价要素的净利润/收入（净利率）的替代，是因为不同的市场和公司确认收入的方式不一样，用净利润/收入（净利率）在公司之间不可比，因此用净利润/毛利在这种情况下更加客观。

其他的指标：覆盖的国家、覆盖的用户、刻画维度、服务器情况、大数据处理系统、大数据智能系统、大数据优化系统，这些相关的数据，均从可比公司的网站、上市公司年报、和公开宣传资料上获得。其中覆盖的国家、覆盖的用户、刻画维度是所有的 DMP 公司都会在公开资料上披露，为行业公认的评价要素。服务器情况、大数据处理系统、大数据智能系统、大数据优化系统，是绝大多数 DSP 公司都会在自己的公开材料中讲述，也是为行业公认的评价要素。

## 二、国内主要从事上述业务的公司及基本情况

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（六）发行人与同行业可比公司比较情况”中补充披露如下：

### 1、国内同行业比较情况

.....

国内主要从事 DSP（或者 DSP+DMP）的公司及基本情况如下：

国内主要从事 DSP 的公司有品友互动、多盟（被蓝色光标收购）、传漾科技、点媒（包括 DMP）等等。这些公司全部都是在中国的互联网和移动互联网流量上进行实时竞价的。目前这个细分市场面临的挑战是国内互联网巨头的流量都不愿意放在公开广告交易平台上进行交易。

国内主要从事全球 DSP+DMP 的公司及基本情况如下：

国内主要从事全球 DSP+DMP 的公司有汇量科技、易点天下、艾维邑动、猎豹移动等等。其中汇量科技、易点天下和艾维邑动的 DSP+DMP 业务全部是以全球长尾流量为主进行的实时竞价，主流媒体流量（如脸书和谷歌）占比非常小。

长尾流量跟主流媒体流量的技术对接方式、流量质量、行业发展趋势等都非常不一样。猎豹移动的 DSP+DMP 有部分业务利用主流媒体流量，主要集中在移动 App 和游戏这些垂直领域。

### 三、发行人 DSP+DMP 行业的竞争情况、行业发展前景和面临的主要风险，结合国内出海公司需求等披露公司市场占有率及行业排名

#### （一）DSP+DMP 行业的竞争情况、行业发展前景和面临的主要风险

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（四）行业发展概况及未来发展趋势”中补充披露如下：

#### 4、发行人 DSP+DMP 行业的竞争情况、行业发展前景和面临的主要风险

##### （1）行业竞争情况

由于在全球互联网生态体系中，中国互联网生态是一个体量非常大，且相对独立的体系。从地域上划分，DSP+DMP 行业分为基于中国互联网广告交易平台做竞价的 DSP+DMP，和在除中国之外的全球互联网广告交易平台上做竞价的 DSP+DMP。

绝大部分中国的 DSP+DMP 都是在中国互联网广告交易平台上运营，这些企业跟发行人不存在直接的竞争关系。由于大的中国互联网流量平台倾向于自己管理自己的流量，甚至很多的流量还是以“包量”的形式卖给广告主，所以现有的国内公开广告交易平台体量都非常小。因而，针对中国市场的 DSP+DMP 的企业体量也都非常小，整体市场处于起步阶段。

全球互联网营销行业发展更加成熟，越来越多的主流互联网企业都把自己的流量放在公开广告交易平台上让 DSP 进行实时竞价，比如谷歌的 DoubleClick 就是全球最大的公开广告交易平台（Ad Exchange）。全球主流的 DSP+DMP 有 Amazon Advertising、Criteo、Sizmek 等等。这些 DSP+DMP 主要的客户都在欧美国家，并逐渐开始渗透到东南亚和中东等新兴市场。在发行人没有开始渗透到非中国市场的客户之前，发行人跟全球主流的 DSP+DMP 没有直接竞争关系。

帮助中国公司出海的 DSP+DMP 目前并不多，这些 DSP+DMP 是发行人直接面临的竞争对手。

这些 DSP+DMP 按照媒体资源的情况可以分为以主流媒体为流量来源和以长尾媒体为流量来源两类。

#### ①主要以主流媒体为流量来源

全球主流媒体是以脸书和谷歌为首的互联网媒体，并且包括推特、Instagram、Snapchat 等行业巨头。这部分媒体相对优质，但是每个媒体平台都有自己相应的 API，需要花一定的技术积累去跟每个平台对接，并优化在这些平台上的实时竞价投放效果。主流媒体在全球所有媒体来源中占超过 65%，且呈快速上升趋势。

#### ②主要以长尾媒体为流量来源

全球长尾媒体为除去主流媒体之外的长尾媒体以及他们所依托的 SSP 和网盟。这部分媒体流量的特点是，质量良莠不齐，一般以标准协议接入，在对流量没有进行质量优化之前，价格相对较低，因此进入门槛较低。出海搜索展示行业中以长尾媒体为流量来源的服务目前呈下降趋势。

发行人的流量来源主要以主流媒体流量为主。

这些 DSP+DMP 根据客户的行业情况可以分为垂直类和综合类两类。

#### ①垂直类出海营销

垂直类出海营销专注于为某个行业的细分市场客户提供海外搜索展示服务。最典型的是游戏垂直类出海营销，和电商垂直类出海营销。比如和游戏公司做联合发行，或者在某个特定地域在某一个特定地域获得某个细分外贸行业的订单（比如假发、运动鞋），并以该细分行业开发特定产品和服务。垂直类 DSP+DMP 对特定细分行业提供的服务都非常精准，比如他们 DMP 积累的数据更倾向于特定细分行业的数据，然而他们的增长都相对有瓶颈。

#### ②综合类出海营销

综合类出海营销企业不依赖任何一个细分领域。该类企业具有对各行业数据和客户广泛的积累，有能力对各个行业提供出海搜索展示类服务。该类企业服务的客户一般体量大，获取用户量的要求高，覆盖的地域广泛。

发行人在这中间是属于综合类的 DSP+DMP。

在这样的行业发展和竞争格局下，发行人主要侧重于综合类营销，并主要在全球主流媒体上进行竞价。国内这样的企业并不多，而且多年的技术积累使得发行人在这个领域具有一定的优势。

## (2) 行业发展前景

随着全球移动互联网的渗透率提升，特别是在发展中国家的提升，全球互联网大数据营销行业的发展呈井喷趋势。随着移动互联网的持续高速增长，和中国企业全球化业务扩张的强烈需求，为中国企业出海提供全球 DSP+DMP 的市场也会高速增长，行业空间广阔。

## (3) 面临的主要风险

作为 DSP+DMP，发行人可能面临的风险除了上面提到将来渗透到全球新兴市场广告主时可能会面临全球 DSP+DMP 的竞争之外，国内比较大的出海广告代理也可能利用资金优势开始组建研发团队，希望能渗透到 DSP+DMP 服务中来。在面临全球 DSP+DMP 企业的竞争中，发行人在技术积累上并没有劣势（参见招股说明书中与全球知名 DSP+DMP 的技术对比），在客户积累上发行人也已经开始铺垫。在面临可能的国内大出海广告代理对 DSP+DMP 业务的渗透，过去几年发行人在各项指标上都有可观的积累，从而获得时间窗口让发行人在业务和投放效果上做进一步的优化，来保持自己的竞争优势。

## (二) 结合国内出海公司需求等披露公司市场占有率及行业排名

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（五）发行人产品或服务的市场地位及变化情况”中补充披露如下：

### 1、发行人的行业地位

根据2018年脸书年报,脸书来自于亚洲的收入为27.42亿美元,发行人2018年向脸书的采购金额占脸书亚洲收入的21%,处于中国出海市场前列。

#### 四、发行人租用亚马逊云作为服务器的租用主体,高吞吐量、毫秒级的响应与公司技术及服务器的关系、公司技术水平在吞吐量及响应方面是否能够发挥主要作用、是否存在将相关服务器的水平作为自身技术水平的体现

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“(三)发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下:

##### 6、发行人服务器及服务器费用变动情况

.....

亚马逊作为云服务提供商,其技术体现在保障每一台服务器对于本地的用户访问,拥有低延迟的响应效果。但是,这种每台服务器单独运作的方式无法应对全球化大数据数字营销场景下的经常要跨洲际访问的巨大延迟问题。并且,每一台服务器所能承载的吞吐量最多也只能到每秒千次级别,与动辄每秒数万次、数十万次的广告竞价请求相比,完全无法满足需求。

发行人拥有的全球化分布式服务器集群技术,使得木瓜移动可以将世界各地的众多服务器形成一个服务器集群,统一进行任务调度、数据同步。这样用户可以连接到集群的就近节点,获得低延迟的毫秒级响应,同时整个服务器集群每个节点都能接受用户的访问,使得业务系统可以不受限制的支撑远高于单服务器的网络请求。

综上所述,亚马逊云的技术解决了每秒千次级别访问情况下,本地用户的低延迟响应问题。这种技术适合于区域性网站的相关运营场景。而发行人的全球化服务器集群技术,则是解决了每秒几十万次访问的高吞吐量情况下,全球化用户的低延迟响应问题。

在全球化大数据营销领域,发行人研发的相关技术和全球化分布式集群部署和管理能力在应对吞吐量和响应问题时发挥主要作用。

发行人不存在将相关服务器的水平作为自身技术水平体现的情形。

## 五、应对网络延迟、高并发计算、海量数据分析的技术及具体的先进性表现；

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“六、发行人的核心技术”之“（一）发行人拥有的主要核心技术及技术来源”中补充披露如下：

### 5、应对网络延迟、高并发计算、海量数据分析的技术及具体的先进性表现

（1）应对网络延迟：发行人研发了“服务器边缘计算技术”“全球数据同步技术”“高效缓存数据库集群技术”等核心技术，具备了自动化管理全球化分布式部署服务器集群的能力。并凭借此项技术建立了覆盖全球 14 个节点的全球化服务器集群。目前，发行人已经具备对于北美地区任意地点用户，网络响应时间小于 50ms；在全球区域内，对于任意地点用户，网络响应时间小于 80ms 的能力。

（2）应对高并发计算：发行人研发了“高并发应用服务器技术”“木瓜移动高性能关系数据库解决方案”“服务器容器化技术”等核心技术，实现了单服务器业务能力的提升，并具备了无需停机就能动态增加服务器以适配业务负载的能力。同时，发行人多年来研发的全球化大数据基础构架已经独立完成了“多进程”、“多线程模型”、“协程并发模型”三代技术的迭代研发，对于网络 IO 的多路复用方面达到极大优化。目前，发行人的业务服务构架已经实现了可以支撑每天超过 50 亿次业务请求的技术水平。

（3）应对海量数据分析：发行人研发了“木瓜移动大数据入库处理技术”“分布式海量日志处理技术”“木瓜移动流式数据处理技术”，掌握了大数据从存储、处理、清洗、计算到机器学习的全套核心技术。目前，发行人已经实现了百 GB 级别数据毫秒级读写，和对 PB 级别数据进行处理和计算的能力。

## 六、报告期来自核心技术的收入及占比

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“六、发行人的核心技术”之“（二）核心技术收入”中补充披露如下：

## （二）核心技术收入

报告期内，木瓜移动的大数据营销业务的收入均来源于木瓜移动的核心技术。具体收入及占比如下：

| 项 目        | 2018 年     | 2017 年     | 2016 年    |
|------------|------------|------------|-----------|
| 核心技术收入（万元） | 432,820.90 | 226,645.64 | 51,732.90 |
| 营业收入（万元）   | 432,820.90 | 227,938.04 | 56,488.83 |
| 核心技术收入占比   | 100.00%    | 99.43%     | 91.58%    |

## 七、核查过程和核查结论

### （一）核查程序

保荐机构会同发行人律师进行了如下核查：

- （1）访谈了公司技术负责人，查看公司业务管理系统；
- （2）查阅了 Criteo 和 Sizmek 的公开披露信息。
- （3）核查发行人的服务器租赁合同，登录公司服务器查看系统实时竞价的交易数据及指标。

### （二）核查结论

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

发行人是国内少数以全球主流媒体流量进行综合类出海营销的企业之一，选取 Criteo 和 Sizmek 在人均主营业务收入、用户刻画数据维度等指标进行对比显现了发行人基于全自动化交易的业务系统具有技术领先性。发行人的技术水平可以实现优化不同数据节点的数据流量，不存在将相关服务器水平作为自身技术水平体现。

## 问题 7 关于大数据来源

根据首轮问询问题 16 的回复，发行人每通过一次广告投放，公司的投放决策系统都会得到投放的效果反馈信息（均为脱敏信息，比如用户是否点击某个



广告,是否下单购买等),根据这些效果数据,公司积累了自己的投放数据资源。由于发行人积累的投放数据直接跟广告投放效果有关,而这些信息通常媒体方无法获得,因此发行人比媒体方拥有更有价值的营销成效数据,能帮助发行人准确预测用户面对广告时的行为。具体来说,发行人出价策略主要通过展示价值评估、出价策略预估结合实现。媒体方的展示竞价请求包括媒体信息、展示位置信息和用户信息三种。此外,发行人并不占有展示请求数据。

请发行人补充披露:(1)经营所使用的大数据是否来源于“脸书”“谷歌”等媒体,发行人开展生产经营主要依靠自身长期积累的数据还是“脸书”“谷歌”等媒体提供的数据,发行人拥有的具体大数据内容;(2)营销成效数据的来源和获取方式、获得的有效营销结果数据量、营销结果数据与展示请求数据的差异;(3)发行人比媒体方拥有更有价值的营销成效数据论断依据、相关价值的主要体现、发行人上述数据能够实现的具体作用、相比同行业企业而言数据壁垒体现形式;(4)媒体方的展示竞价请求所包含的信息是否无条件、无差别的向所有竞价方提供,是否可以通过支付额外的成本获取更多的信息,并进一步说明媒体方提供的竞价请求信息对竞价决策的重要性,发行人对相关信息是否存在依赖,如是,请对相关风险予以提示;(5)展示请求的具体竞价要求及标准、以示例说明自身积累的数据在实时竞价交易决策中发挥的作用、公司核心技术主要应用场景、并提供证据或者行业指标说明发行人数据在决策中的优势;(6)积累的营销成效数据在两个评估程序中的作用,展示价值评估中相关价格的形成主要依赖自身数据基础还是媒体方提供的数据。

请保荐机构和发行人律师核查并发表意见。

#### 【回复】

一、经营所使用的大数据是否来源于“脸书”“谷歌”等媒体,发行人开展生产经营主要依靠自身长期积累的数据还是“脸书”“谷歌”等媒体提供的数据,发行人拥有的具体大数据内容

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“(三)发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下:

## 2、公司大数据主要来源及获取情况

### (1) 公司所运用的大数据的主要来源、数据获取方式

发行人运营的大数据来源于公司对每一次广告展示开展营销活动的过程中积累的流量和成效相关数据。发行人通过与媒体方约定的接口自动化进行竞价，并在此过程中获取数据（“木瓜移动大数据入库处理技术”）。木瓜移动采用正规方式获取相关数据，并通过重分类、归因分析等处理方式，完成广告投放后将其转化为营销效果数据，该类数据归发行人所有。

发行人经营过程中会使用两部分数据：1) 来自媒体的竞价请求中携带的本次请求的背景数据，和 2) 木瓜移动积累的营销成效数据。其中，第一部分数据是整个大数据营销行业基础必要数据。如果没有这部分数据，就无法区分不同展示机会之间的差异，媒体方也无法对其流量进行区别售卖以实现展示机会的更高价值。因此这部分数据是产业链中各方的必要数据。在木瓜移动的经营活动中，主要依赖的数据是长期自主积累的广告成效数据。发行人拥有的大数据广告成效数据包括：1) 针对各种不同用户进行竞价时的出价和是否赢得竞标的情况；2) 各种不同用户对于各种不同营销内容的成效转化情况；3) 各种不同用户对于各种不同营销内容产生转化后的后续价值情况。

## 二、营销成效数据的来源和获取方式、获得的有效营销结果数据量、营销结果数据与展示请求数据的差异

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

## 2、公司大数据主要来源及获取情况

### (7) 营销成效数据

#### ①营销成效数据来源、获取方式和数据量

木瓜移动的营销成效数据来源于竞价过程中自然发生的竞价和中标过程，以及和广告主合作对后续转化的追踪的过程。由于整个营销过程都是使用系统

自动进行，营销成效数据也是由营销平台系统自动进行获取。由于每次参与竞价和是否中标的结果都是对发行人有重要价值的有效营销结果数据，木瓜移动获取的有效营销结果数据量非常巨大，达到 PB 级别。

### ②营销结果数据和展示请求数据的区别

展示请求数据的本质是每次展示机会作为一个准备进行竞价的产品的产品规格说明，是依附于商品的附加信息。DSP 将根据对产品规格的判断决定是否参与竞价，以及出价金额。

而营销结果数据则是对营销过程的描述和结果的记录。营销结果数据所记录的本质是，对于怎样规格的产品，在不同情况下的出价和中标情况，以及在中标购买到该商品后，商品的使用效果情况。

因此，不难看出，营销结果数据的产生过程是实时竞价营销过程的一部分，是独立于展示请求数据的；其价值、描述内容和涵盖范围与展示请求数据也是不同的。

## 三、发行人比媒体方拥有更有价值的营销成效数据论断依据、相关价值的主要体现、发行人上述数据能够实现的具体作用、相比同行业企业而言数据壁垒体现形式

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

### 2、公司大数据主要来源及获取情况

#### （7）营销成效数据

.....

### ③营销成效数据价值及壁垒

营销成效包含两部分内容：出价和中标情况、营销效果和后续价值情况。其中出价和竞标情况是发行人和媒体方都可以获得的。但是，由于营销过程中，只有营销内容展示环节是在媒体方上进行，而在用户对营销内容感兴趣并点击

后，用户将进入到广告主的网站或 APP 中，由发行人和广告主共同使用的追踪方案追踪后续营销效果。这种情况下，在点击发生后的营销成效，媒体方是无法获取的。因此，发行人比媒体方拥有更有价值的营销成效数据。

发行人营销成效的价值体现和具体作用主要在于：在上述的第二部分数据中，包括了用户的真正使用情况和付费情况，是营销效果数据中价值最高的部分。而发行人能够通过对这些营销成效数据进行处理分析，形成营销内容推荐模型、出价策略决策模型等核心大数据产品，真正实现以效果为目标的大数据营销。

关于数据壁垒。在营销成效数据积累的过程中，由于营销成效数据是源于真实出价竞价，以及用户后续转化行为的过程的记录，因此，从业公司必须通过真实投放才能完成数据积累，而无法通过单纯技术采集或购买的方式获得。因此数据壁垒的具体体现形式就是 1) 超过 60 亿元的历史投放的规模，使得竞争者必须经历了相似量级的投放才有可能达到相似水平；2)，发行人数据优势转化为智能投放平台的产品优势，能为客户带来更好的营销效果，因此抑制了后来者获得广告营销预算。

**四、媒体方的展示竞价请求所包含的信息是否无条件、无差别的向所有竞价方提供，是否可以通过支付额外的成本获取更多的信息，并进一步说明媒体方提供的竞价请求信息对竞价决策的重要性，发行人对相关信息是否存在依赖，如是，请对相关风险予以提示**

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“(三) 发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

2、公司大数据主要来源及获取情况

(7) 营销成效数据

.....

④展示竞价请求

媒体方在竞价过程中会无差别的向所有有资格的 DSP 提供展示请求数据。在此过程中，不存在通过支付额外成本获得更多信息的可能。媒体方提供的竞价请求信息，对于从事实时竞价业务的媒体方和 DSP 来说，都是必要的。发行人在经营过程中，并没有对于竞价请求信息产生高于整个产业的额外依赖。

## 五、展示请求的具体竞价要求及标准、以示例说明自身积累的数据在实时竞价交易决策中发挥的作用、公司核心技术主要应用场景、并提供证据或者行业指标说明发行人数据在决策中的优势

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

### 2、公司大数据主要来源及获取情况

#### （7）营销成效数据

.....

#### ④展示竞价请求

.....

实时竞价标准中规定，竞价请求应当以 http 请求的方式直接发送到 DSP 方的服务器中，并且，展示请求中应当包括本次展示相关的媒体信息、展示位信息、用户相关偏好信息。DSP 方应当在接收到竞价请求后，确保在 100 毫秒内将出价信息以 http 协议返回到媒体方竞价服务器。出价信息应当包括准备参与竞价的出价金额和准备展示的营销内容。

仍以首轮问询回复中第 9 题回答中的机器人营销案例为例，列示各环节的数据运用方式和核心技术。

#### 各环节中数据的运用方式和技术应用场景：

| 决策工序   | 数据应用方式                               | 使用的核心技术                             |
|--------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 目标用户决策 | 对于“不同人群对不同产品的营销成效”数据进行标签化和反向计算，从产品倒推 | 基于深度学习技术的用户画像人工智能引擎<br>基于决策树聚类算法的用户 |

|        | 合适的人群。   | 聚类标签化引擎  |
|--------|--|--|
| 竞价决策   | 1. 对于“不同人群对不同产品的营销成效”数据进行计算，预测此类人群在接受此类产品营销时，每次展示的收益期望值<br>2. 对于“目标人群-出价金额-中标情况”数据进行计算，预测赢得竞价所需的最低出价，以降低最终出价，节省成本。 | 基于逻辑回归分布式梯度下降算法的广告转化率预测算法<br>基于运筹优化理论的实施投放策略调整算法 |
| 投放媒体决策 | 对于“不同人群在不同媒体位置对不同产品的营销成效”数据进行计算，预测各广告位的营销成效。   | 基于逻辑回归分布式梯度下降算法的广告转化率预测算法                        |
| 投放素材决策 | 对于“不同人群在不同媒体位置对不同产品的不同素材的营销成效”数据进行计算，预测并推荐选取素材库中怎样的素材进行投放。   | 智能化图像特征分析系统<br>自动化素材筛选和效力测算算法                    |

DSP 的数据资源在决策中产生的优势主要体现在更高的成效转化率和相似的营销效果下，更节省广告预算两个方面。但是这两个指标都均属于 DSP 平台和自身客户的商业机密，在公开信息中没有找到相关的指标可以比较。目前只能从发行人的业绩和市场份额迅速提升侧面证明发行人相比行业其他企业的竞争优势。

## 六、积累的营销成效数据在两个评估程序中的作用，展示价值评估中相关价格的形成主要依赖自身数据基础还是媒体方提供的数据

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人大数据及大数据中心”中补充披露如下：

### 2、公司大数据主要来源及获取情况

#### （7）营销成效数据

.....

#### ④展示竞价请求

.....

营销成效数据在两个评估程序中的作用请参考上述案例中的“数据应用方式”。展示价值评估中的价格形成主要依赖自身数据基础。

### 七、中介机构核查

#### (一) 保荐机构核查

保荐机构对发行人技术人员进行了访谈、查看了相关数据的技术形态，并对发行人用于数据保护的硬件、软件进行了实地查看，保荐机构认为：发行人经营所使用的大数据来源于自身长期积累的营销成效数据，数据由营销平台系统实时竞价产生并由系统自动获取。发行人积累的营销成效数据达到 PB 级别。发行人数据来源合法合规，对经营活动中使用的数据拥有所有权；报告期内，发行人未发生因数据使用侵犯个人隐私、侵犯他方权益或数据权属引发的诉讼或仲裁，发行人不存在因数据使用侵犯第三方合法权益的情形。

#### (二) 发行人律师核查

发行人律师对发行人技术人员进行了访谈、查看了相关数据的技术形态，并对发行人用于数据保护的硬件、软件进行了实地查看，发行人律师认为：发行人经营所使用的大数据来源于自身长期积累的营销成效数据，数据由营销平台系统实时竞价产生并由系统自动获取。发行人积累的营销成效数据达到 PB 级别。发行人数据来源合法合规，对经营活动中使用的数据拥有所有权；报告期内，发行人未发生因数据使用侵犯个人隐私、侵犯他方权益或数据权属引发的诉讼或仲裁，发行人不存在因数据使用侵犯第三方合法权益的情形。

### 问题 8 关于信息披露豁免

发行人申请豁免披露：（1）首轮问询问题 17 中，与脸书及谷歌之间的合同条款等；（2）首轮问询问题 21 中，同为营销服务提供商或者其他代理公

司的最终广告受益人的交易信息。

鉴于发行人对“脸书”存在重大依赖，与“脸书”的交易情况可能严重影响投资者的决策判断；同为营销服务商的最终广告受益人对判断公司服务能力属于重要信息。

请发行人补充披露：（1）与脸书合作协议的主要条款及计费方式、定价依据、结算方式、合同订立双方及结算双方等具体情况；（2）报告期通过脸书及谷歌分别实现的营业收入及毛利率；（3）百度、360、字节跳动、阿里、网易、腾讯的广告投放分别属于搜索展示类及效果类的收入；（4）上述客户是通过代理公司还是直接投放，如通过代理公司投放，发行人是否为其指定的广告投放商，如是其指定代理商请披露相关销售金额及占收入比重；（5）上述客户如不是其指定代理商，将知名互联网企业作为公司客户及服务能力证明的合理性；（6）报告期通过代理公司进行投放的广告主中，指定公司为投放主体及非指定投放对应的收入金额及比重，指定投放主要涉及的代理商名称及对应金额。

请发行人补充说明与谷歌合作协议的主要条款及计费方式、定价依据、结算方式、合同订立双方及结算双方等具体情况。

请保荐机构、发行人律师和申报会计师核查并发表明确意见。

#### 【回复】

### 一、与脸书合作协议的主要条款及计费方式、定价依据、结算方式、合同订立双方及结算双方等具体情况

发行人在招股说明书第十二节 其他重要事项 之“一、重要合同”之“（二）采购合同”中披露如下：

#### 1、媒体资源采购合同



| 序号 | 项目     | 合同内容  | 备注                                 |
|----|--------|---|------------------------------------|
| 1  | 合同签订双方 | 本网络联盟协议之修改及更新协议于2019年1月1日(更新日期)生效,是由以下双方签署:木瓜集团有限公司,一家于香港成立的公司,注册地址为香港德辅道中268号岑氏商业大厦11楼,邮编999077(木瓜集团为发行人全资子公司)与Facebook Ireland Limited,一家爱尔兰的有限公司,注册地址为4 Grand Canal Square, Grand Canal Harbour, Dublin 2(美国上市公司“facebook”全资的爱尔兰子公司) |                                    |
| 2  | 定价依据   | 脸书有权自行决定向网络联盟提供脸书广告流量资源的所有价格  | 发行人接受脸书提供的媒体资源的底价,自行判断是否出价购买       |
| 3  | 计费方式   | 脸书可向网络联盟提供报告,列明未了结订单项下的广告收视次数、点击或其他衡量标准,并根据网络联盟的费率,计算应向脸书支付的费用  |                                    |
| 4  | 结算方式   | 在每个日历月结束时,脸书应为该月应计的所有月度广告收入向网络联盟开具发票,网络联盟应在发票日期起三十(30)天内向脸书支付该等款项,不论网络联盟是否从中国关联方、广告服务商和广告主收到付款  | 发行人收到脸书对账单后三十天付款                   |
| 5  | 返点     | 作为网络联盟根据本协议履行义务的对价,脸书同意向网络联盟支付基本费用和适用的奖金,以脸书在协议期限内每个季度(从2018年第一季度开始)收到的季度净收入为基础进行核算   |                                    |
| 6  | 合同期间   | 本网络联盟协议之修改及更新协议于2019年1月1日(更新日期)生效;本协议自生效之日起生效,有效期为一年(以下简称“初始期限”),并将自动续期一年(每次续期成为“更新期限”),除非任何一方在初始期限或更新期限(如适用)到期前至少三十天通知对方其不希望更新。  | 2019年以后,发行人与脸书的协议每年自动续期,实际构成长期合作协议 |

## 二、报告期通过脸书及谷歌分别实现的营业收入及毛利率

### (一) 发行人补充披露

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“三、发行人销售情况和主要客户”之“(一) 主要销售收入情况”中补充披露如下：

#### 2、来自于脸书和谷歌的收入情况

单位：万元

| 2018 年 |       |            |            |        |        |
|--------|-------|------------|------------|--------|--------|
| 供应商    | 业务类型  | 收入         | 采购成本       | 服务器成本  | 毛利率    |
| 脸书     | 搜索展示类 | 394,342.36 | 378,961.19 | 893.06 | 3.67%  |
|        | 效果类   | 2,299.52   | 1,761.08   | 12.33  | 22.88% |
| 谷歌     | 搜索展示类 | 24,997.98  | 24,510.86  | 57.76  | 1.72%  |
|        | 效果类   | 91.61      | 80.94      | 0.57   | 11.03% |
| 2017 年 |       |            |            |        |        |
| 供应商    | 业务类型  | 收入         | 采购成本       | 服务器成本  | 毛利率    |
| 脸书     | 搜索展示类 | 195,198.64 | 186,083.62 | 617.34 | 4.35%  |
|        | 效果类   | 1,895.05   | 1,581.69   | 15.87  | 15.70% |
| 谷歌     | 搜索展示类 | 13,081.86  | 12,510.40  | 41.50  | 4.05%  |
|        | 效果类   | 1,215.71   | 1,178.57   | 11.82  | 2.08%  |
| 2016 年 |       |            |            |        |        |
| 供应商    | 业务类型  | 收入         | 采购成本       | 服务器成本  | 毛利率    |
| 脸书     | 搜索展示类 | 9,869.01   | 9,356.51   | 366.28 | 1.48%  |
|        | 效果类   | -          | -          | -      | -      |
| 谷歌     | 搜索展示类 | 1,928.86   | 1,806.90   | 70.74  | 2.66%  |
|        | 效果类   | 231.62     | 224.64     | 2.43   | 1.97%  |

## 三、百度、360、字节跳动、阿里、网易、腾讯的广告投放分别属于搜索展示类及效果类的收入

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“三、发行人销售情况和主要客户”之“(五) 主流互联网客户交易情况”中补充披露如下：

### (五) 主流互联网客户交易情况

报告期公司与主流互联网客户的交易情况（包括直接投放及通过代理公司投放）如下：

单位：万元

| 客户           | 投放模式   | 2018 年    | 2017 年   | 2016 年   |
|--------------|--------|-----------|----------|----------|
| <b>效果类</b>   |        |           |          |          |
| 百度           | 直接投放   | 1,120.98  | 1,319.61 | 3,228.24 |
| 奇虎 360       | 直接投放   | 73.02     | 1,028.82 | 6,942.72 |
| <b>搜索展示类</b> |        |           |          |          |
| 腾讯           | 代理公司投放 | 4,858.43  | 4,213.73 | -        |
| 网易           | 代理公司投放 | 45.13     | 67.45    | -        |
| 阿里           | 直接投放   | 369.00    | 364.56   |          |
|              | 代理公司投放 | 168.28    | 4,952.37 | 715.43   |
| 字节跳动         | 直接投放   | 4,864.33  | 4,908.58 | 698.02   |
|              | 代理公司投放 | 22,799.20 | -        | -        |

报告期由于百度海外业务战略性收缩，奇虎 360 将业务转回中国并在 A 股上市，逐渐减少了广告投放。腾讯和网易的投放周期主要根据出海产品的周期做相应变动。2017 年阿里速卖通战略布局海外市场，公司为阿里进行了大规模的海外推广；2018 年随着抖音的国际化战略推进，公司和字节跳动的合作规模大幅增加。

#### 四、上述客户是通过代理公司还是直接投放，如通过代理公司投放，发行人是否为其指定的广告投放商，如是其指定代理商请披露相关销售金额及占收入比重

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“三、发行人销售情况和主要客户”之“(五) 主流互联网客户交易情况”中补充披露如下：

##### (五) 主流互联网客户交易情况

.....

在与上述客户合作过程中，发行人的定位是主流互联网企业的大数据营销技术服务商与流量提供方（DSP+DMP），而不是代理商。

在互联网营销过程中，客户很少将指定服务商作为重要条款商务条件写入合同。发行人出于严谨起见，将直接投放的客户视为“木瓜是指定服务商”；将

通过代理公司投放视为“木瓜是非指定服务商”。在发行人不是指定服务商的情形下，由于广告代理作为知名互联网企业聘请的代理机构，通过招标和协商的方式代替知名互联网企业行使选择服务商的权利，而在这个过程中，广告主通常都会与代理商就服务商的选择事项进行紧密沟通，以确保广告主客户一方的知情权。主流互联网客户根据自己的业务发展需要调整每年在海外主流媒体上投放的预算，从上面的数据可以看到，发行人在主流互联网客户承接方面存在较强的竞争力。

## **五、上述客户如不是其指定代理商，将知名互联网企业作为公司客户及服务能力证明的合理性**

发行人平台级技术能够应对全球十万 QPS 的服务压力，能够承接主流互联网客户的业务需求，良好的投资回报率也吸引国内主流互联网客户及其营销服务机构到木瓜移动平台上进行实时竞价。对于知名互联网企业的代理商客户，发行人业务系统中能够实时查看及追踪最终广告主的产品广告投放情况，如字节跳动在近年来积极推动今日头条和抖音国际化，通过直接投放以及营销服务商在木瓜移动平台上投放的广告逐年上升。客户投放金额的提升也客观印证了发行人对知名互联网企业的服务能力。

基于严谨考虑，发行人在招股说明书中已经删除了非直接投放的腾讯、网易信息，在招股说明书第六节 业务与技术之“一、主营业务、主要产品或服务及变化情况”之“（三）设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况”将相关表述修订如下：

2012 年起在全球智能手机迅速普及的浪潮中，公司推出互联网营销综合服务平台（2.0 版）“AppFlood”，以此承揽了高份额的出海营销推广业务，抓住了市场机遇。公司此后几年在中国互联网行业全球化扩张的过程中，成为百度、奇虎 360、今日头条等大型互联网企业合作伙伴，为该等客户全球市场的产品推广和品牌维护提供增值服务，在行业中奠定了先发者的地位。

## 六、报告期通过代理公司进行投放的广告主中，指定公司为投放主体及非指定投放对应的收入金额及比重，指定投放主要涉及的代理商名称及对应金额

参见本题第 4 小问，在互联网营销过程中，客户很少将指定服务商作为重要条款商务条件写入合同。发行人出于严谨起见，将直接投放的客户视为“木瓜是指定服务商”；将通过代理公司投放视为“木瓜是非指定服务商”。即不存在指定投放的代理商。

## 七、请发行人补充说明与谷歌合作协议的主要条款及计费方式、定价依据、结算方式、合同订立双方及结算双方等具体情况

2018 年 10 月 24 日公司与谷歌签署《Agency Capability Fund Agreement》（服务商产能激励协议），根据其中文译本，主要内容具体如下：

| 序号 | 项目     | 合同内容  | 备注                                      |
|----|--------|---|---|
| 1  | 合同签订双方 | 服务商产能激励协议（下称“本协议”）于生效日期（定义见下文）订立，订约方为谷歌亚太私人有限公司（美国上市公司谷歌的全资子公司），主营业务地址位于 70 Pasir Panjang Road, #03-71, Mapletree Business City II, Singapore 117371（下称“谷歌”）；与木瓜集团有限公司（发行人全资子公司），其注册地址 / 主营业务地址位于香港上环文咸东街 50 号宝恒商业大厦 3 楼 06 室（“客户”） |   |
| 2  | 定价依据   | 指协议期内，服务商可从谷歌或谷歌关联公司在任何时间运营的需求方平台采购流量   | 谷歌通过实时竞价的方式对广告资源及对应价格进行曝光，发行人自行判断是否出价采购 |
| 3  | 计费方式   | Google Ads 的费用计算方式，出价方式有：<br>1 广告获得的点击次数（CPC）；<br>2 广告获得的可见展示次数（vCPM）；<br>3 广告获得的转化次数（每次转化费用出价）   | 谷歌通过月度结算账单与发行人对流量进行确认                   |
| 4  | 结算方式   | 按月账单结算（信用额度）；付款期限：通常为 30 天  | 发行人收到对账单后三十天付款                          |
| 5  | 返点     | 在本协议所载其他条款的规限下，在谷歌发送激励报告后 90 天内，且在第 4.2 条所述确定流程已完成的前提下，谷歌将向客户一次性支付所赚取的服务商产能激励   |   |

| 序号 | 项目   | 合同内容   | 备注                                    |
|----|------|--|---------------------------------------|
| 6  | 合同期间 | 当双方签字后，本协议将视作为于生效日期开始生效，并自动于生效日期首个周年日（按照都柏林时间）午夜过一秒（00:00.01 am）自动终止，除非根据本协议提早终止（本协议的有效期限称作“协议期”）。“生效日期”：是指最后一方签署本协议所在季度的首日。 | 在协议有效期完成前3个月开始与谷歌进行续期谈判，2019年续约工作已经完成 |

## 八、核查过程和核查结论

### （一）核查程序

保荐机构、发行律师和申报会计师进行了核查：

- 1、访谈了发行人业务副总了解业务开展及与主要供应商合作模式等问题；
- 2、获取并核查了发行人脸书及谷歌业务合同，发行人对脸书及谷歌采购的媒体流量对应营业收入的对账单、结算凭证等相关文件；并对营业收和毛利率进行了分析复核计算；
- 3、获取并核查了发行人客户百度、360、字节跳动、阿里、网易、腾讯的广告投放分别属于搜索展示类及效果类的收入的合同、确认对账单、银行流水等相关凭证文件；核查了上述客户的投放方式。

### （二）核查结论

经上述核查，保荐机构、发行律师和申报会计师认为：

- 1、发行人已对脸书和谷歌合作协议的主要条款及计费方式、定价依据、结算方式、合同订立双方及结算双方等具体情况进行了如实披露；
- 2、发行人在报告期通过脸书及谷歌分别实现的营业收入及毛利率进行了如实披露；
- 3、发行人对于客户百度、360、字节跳动、阿里、网易、腾讯的广告投放分别属于搜索展示类及效果类的收入、投放方式情况进行了如实披露。

## 问题 9 关于发行人流量采购

根据首轮问询问题 17 及 23 回复，发行人对脸书的流量采购占比高是由于脸书在移动互联网的寡头垄断地位造成，不会影响综合性投放广告业务的承接。与脸书之间的付款违约条款包含，如在发出通知后仍未收到款项，脸书可中止任何广告。2016 年四季度，公司集中精力扩大搜索展示类业务，向脸书采购 9,356.51 万元，应付账款余额 9,753.41 万元。2016 年发行人搜索展示类业务前五大供应商采购金额合计为 2.36 亿元，第一名为脸书，第二名为 MeetSocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited (以下简称 MeetSocial)，采购 7,448.67 万元。

请发行人进一步说明：（1）根据重大合同，部分合同存在指定脸书投放渠道的要求，发行人提供的投放渠道选项仅包含三项脸书、谷歌及推特。请发行人结合移动互联网市场竞争格局、在手合同主要约定、实际业务承接中相关流量方的约定、主要客户在其他渠道是否存在投放说明发行人对脸书的流量采购占比是否会影响综合性投放广告业务的承接；（2）发行人与脸书、谷歌之间采购金额、付款金额、信用期及报告期平均结算时长、应付账款余额、函证程序、函证及回函金额；（3）2016 年搜索展示类业务前 5 名采购额合计数大于搜索展示类业务成本的原因；（4）MeetSocial 的背景、股东、主营业务，与公司及董监高是否存在关联关系、任职关系、共同投资关系或者其他应该披露的关系，2016 年向其采购的主要流量、时点及主要投放的广告主，2017 年后采购额下滑的原因。

请发行人补充披露：（1）依据公开资料，脸书的官方代理商还包括猎豹移动、飞书互动、蓝色光标、英宝通、易诺、熊猫新媒、荟萃网络、GatherOne 等，请发行人补充说明脸书提供给其他代理商的流量资源与公司是否存在差异，上述代理商的业务模式与公司是否存在差异，以及未将上述代理商列为同行业可比公司的原因；（2）脸书是否存在调整合作策略的风险，就与脸书之间的付款及中止广告投放对公司的业务及持续经营能力的影响予以风险提示；（3）对发行人流量采购及业务依赖脸书的风险予以明确、有针对性的提示；（4）2016 年发行人具体采购脸书流量的时点、主要投放的广告主、在 2016 年四季

度与脸书之间的合作开始并持续走高的原因进行具体明确的分析，如存在相关风险请予以说明。

请保荐机构核查并发表明确意见。

**【回复】**

**一、根据重大合同，部分合同存在指定脸书投放渠道的要求，发行人提供的投放渠道选项仅包含三项脸书、谷歌及推特。请发行人结合移动互联网市场竞争格局、在手合同主要约定、实际业务承接中相关流量方的约定、主要客户在其他渠道是否存在投放说明发行人对脸书的流量采购占比是否会影响综合性投放广告业务的承接**

在移动互联网市场竞争格局中，发行人在出海大数据营销领域的市场份额在逐年增长，证明了发行人有利的市场地位。

客户在实际业务承接过程中关于流量方的约定与合同一致。在运营过程中，发行人与客户以合同的形式约定客户希望投放的媒体平台的主要目的，是明确后续的工作流程、推进合作的快速开展，其商业本质并不是对于发行人的限制。此外，在服务单中仅列出脸书、谷歌和推特的原因是该类合同是搜索展示类营销服务合作合同，对于有意向投放长尾媒体的客户，会单独签订一份效果广告服务合同，涵盖所有非指定的长尾媒体。

在整个出海大数据营销市场上，谷歌和脸书两家的市场份额已经超过 60%，已经处于垄断地位。发行人对脸书流量的采购占比较高是符合这种市场情况的自然结果，而不是原因。因此，对发行人承接综合性投放业务没有不利影响。

在发行人与客户签订协议时，约定了衡量广告投放成效的标准。此项约定保证了发行人与客户在合同执行和业务承接过程中，可以随时根据客户的需求，将双方的合作扩展到发行人覆盖的其他渠道上。在服务过程中，发行人覆盖的媒体资源始终保证能够根据主流客户的投放需求自主选择流量方。

发行人主要客户除在发行人条款约定的投放渠道之外，报告期未在其他投放渠道进行投放，发行人根据投放经验与客户签订合同约定的投放渠道，能够使客户获得较好的投放效果和较高的投资回报率水平。



| 序号 | 客户名称  | 与发行人条款约定的投放渠道 | 其他投放渠道 |
|----|---|---------------|--------|
| 1  | Diandian Interactive Holding                          | facebook、谷歌   | 无      |
| 2  | Mobvista International Technology Limited             | facebook、谷歌   | 无      |
| 3  | Clicksmobi Media Limited                              | facebook、谷歌   | 无      |
| 4  | DHGames Limited                                       | facebook      | 无      |
| 5  | ZG Technology Co.,Limited                             | facebook      | 无      |
| 6  | Hongkong Gather Wisdom Network Technology Co.,Limited | facebook、谷歌   | 无      |
| 7  | Easy Fun Entertainment Limited                        | facebook、谷歌   | 无      |
| 8  | Nuo Rui Investments Limited                           | facebook      | 无      |
| 9  | Hongkong Adtiger Media Co., Limited                   | facebook、谷歌   | 无      |
| 10 | Click Tech Limited                                    | facebook      | 无      |

## 二、发行人与脸书、谷歌之间采购金额、付款金额、信用期及报告期平均结算时长、应付账款余额、函证程序、函证及回函金额

报告期内，公司 Facebook、Google 之间采购情况及回函情况如下：

单位：万元

| 供应商平台    | 报告期    | 采购金额       | 付款金额       | 函证程序  | 回函金额       |
|----------|--------|------------|------------|-------|------------|
| Facebook | 2018 年 | 380,722.27 | 361,620.22 | 已回函   | 380,722.27 |
|          | 2017 年 | 187,665.31 | 158,455.94 | 访谈并回函 | 187,665.31 |
|          | 2016 年 | 9,356.51   | 17.45      | 访谈并回函 | 9,356.51   |
| Google   | 2018 年 | 24,591.80  | 23,879.33  | 邮件回函  | 24,591.80  |
|          | 2017 年 | 13,688.97  | 12,163.97  | 邮件回函  | 13,688.97  |
|          | 2016 年 | 6,357.20   | 7,065.26   | 邮件回函  | 6,357.20   |

(续)

单位：万元

| 供应商平台    | 信用期     | 平均结算周期 | 应付账款余额    | 函证程序  | 回函金额      |
|----------|---------|--------|-----------|-------|-----------|
| Facebook | 30-60 天 | 45 天   | 79,389.57 | 已回函   | 79,389.57 |
|          | 30-60 天 | 45 天   | 46,941.11 | 访谈并回函 | 46,941.11 |
|          | 30-60 天 | 45 天   | 9,753.41  | 访谈并回函 | 9,753.41  |
| Google   | 30-60 天 | 45 天   | 4,565.59  | 邮件回函  | 4,565.59  |
|          | 30-60 天 | 45 天   | 2,675.37  | 邮件回函  | 2,675.37  |
|          | 30-60 天 | 45 天   | 464.23    | 邮件回函  | 464.23    |

## 三、2016 年搜索展示类业务前 5 名采购额合计数大于搜索展示类业务成本的原因

差异在于首次问询回复的前 5 大供应商分类是按采购流量的行业类别进行

分类的，而发行人存在采购部分搜索展示类流量用于效果类广告的情形。例如，2016年，发行人的搜索展示类广告产品正处于研发测试阶段，为了能更早验证商业模式和积累客户资源，曾经向 MeetSocial 的整合营销服务进行采购。由于 MeetSocial 的流量来自于 Facebook，属于搜索展示类，但发行人采购流量中部分用于效果类的推广。上述原因导致 2016 年搜索展示类业务前 5 名采购额合计数大于搜索展示类业务成本。

为了避免歧义，便于投资者理解，本次发行人按所采购流量的用途重新进行了分类，即采购流量用于搜索展示类广告投放的归入搜索展示类的供应商，采购流量用于效果类广告投放的归入效果类的供应商。发行人在招股说明书第六节业务与技术之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”中修改披露如下：2、不同业务种类主要供应商

#### （1）搜索展示类业务

报告期内，公司搜索展示类业务前五大供应商的主营业务，公司向其采购的主要服务内容情况如下：

单位：万元

| 报告期    | 序号 | 供应商名称  | 采购金额              | 采购内容 | 供应商的主营业务 |
|--------|----|--|-------------------|------|----------|
| 2018 年 | 1  | Facebook Ireland Limited                             | <b>378,961.19</b> | 媒体资源 | 社交媒体     |
|        | 2  | Google   | <b>24,510.86</b>  | 媒体资源 | 搜索引擎     |
|        | 3  | Click Tech Limited                                   | 632.84            | 媒体资源 | 广告服务     |
|        | 4  | R&J TECHNOLOGY CO., LIMITED                          | 11.22             | 媒体资源 | 广告服务     |
| 2017 年 | 1  | Facebook Ireland Limited                             | <b>186,083.62</b> | 媒体资源 | 社交媒体     |
|        | 2  | Google   | <b>12,510.40</b>  | 媒体资源 | 搜索引擎     |
|        | 3  | R&J TECHNOLOGY CO., LIMITED                          | 74.08             | 媒体资源 | 广告服务     |
| 2016 年 | 1  | Facebook Ireland Limited                             | 9,356.51          | 媒体资源 | 社交媒体     |
|        | 2  | MeetSocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited | <b>4,127.96</b>   | 媒体资源 | 广告服务     |
|        | 3  | Google   | <b>1,806.90</b>   | 媒体资源 | 搜索引擎     |

#### （2）效果类业务

报告期内，公司效果类业务前五大供应商的主营业务，公司向其采购的主要

服务内容情况如下：

单位：万元

| 报告期   | 序号 | 供应商名称  | 采购金额     | 采购内容 | 供应商的主营业务 |
|-------|----|--|----------|------|----------|
| 2018年 | 1  | Facebook Ireland Limited                             | 1,761.08 | 媒体资源 | 社交媒体     |
|       | 2  | Codrim Information Technology                        | 439.84   | 媒体资源 | 广告服务     |
|       | 3  | Oasis Sanqi Network Technology Limited               | 395.34   | 媒体资源 | 广告服务     |
|       | 4  | Soci-link Culture Communication Co., Ltd.            | 269.76   | 媒体资源 | 广告服务     |
|       | 5  | 刘乙总  | 134.73   | 媒体资源 | 广告服务     |
| 2017年 | 1  | Facebook Ireland Limited                             | 1,581.69 | 媒体资源 | 社交媒体     |
|       | 2  | Google   | 1,178.57 | 媒体资源 | 搜索引擎     |
|       | 3  | Cloud Star Mobi Tech Limited                         | 616.43   | 媒体资源 | 广告服务     |
|       | 4  | BAT Technology Co., Limited                          | 487.65   | 媒体资源 | 广告服务     |
|       | 5  | Soci-link Culture Communication Co., Ltd.            | 362.51   | 媒体资源 | 广告服务     |
| 2016年 | 1  | Google   | 4,550.30 | 媒体资源 | 搜索引擎     |
|       | 2  | Gank Media Limited                                   | 3,331.58 | 媒体资源 | 广告服务     |
|       | 3  | MeetSocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited | 3,320.71 | 媒体资源 | 广告服务     |
|       | 4  | 黄腾伟  | 1,530.80 | 媒体资源 | 广告服务     |
|       | 5  | JJM Marketing LLC                                    | 1,332.53 | 媒体资源 | 广告服务     |

四、MeetSocial 的背景、股东、主营业务，与公司及董监高是否存在关联关系、任职关系、共同投资关系或者其他应该披露的关系，2016 年向其采购的主要流量、时点及主要投放的广告主，2017 年后采购额下滑的原因

（一）MeetSocial 的背景、股东、主营业务，与公司及董监高是否存在关联关系、任职关系、共同投资关系或者其他应该披露的关系

根据访谈资料以及公开信息查询，MeetSocial (HongKong) Digital Marketing Co., Limited（以下简称 MeetSocial）的主要信息如下：

| 项目   | 具体情况         |
|------|--------------|
| 中文名称 | 香港飞书数字行销有限公司 |
| 注册时间 | 2014年11月4日   |

| 项目                   | 具体情况  |
|----------------------|---|
| 股东                   | 飞书数字科技（上海）有限公司（简称“飞书互动”）  |
| 飞书互动的基本信息            | 1、注册时间：2014年10月10日<br>2、注册资本：723.214万人民币<br>3、实缴资本：642.857万人民币<br>4、股东：新余晨诺投资管理中心（有限合伙）66%；上海深诺投资中心（有限合伙）13.33%；天津亚克互动科技有限公司11.11%；沈晨岗9.56%<br>5、最终受益人：沈晨岗<br>6、参保人数：290人 |
| 主营业务                 | 数字营销广告  |
| 与公司及董监高是否存在关联关系      | 否   |
| 与公司及董监高是否存在任职关系      | 否   |
| 与公司及董监高是否存在共同投资关系    | 否   |
| 与公司及董监高是否存在其他应该披露的关系 | 无   |

## （二）公司 2016 年向 MeetSocial 采购的主要流量、时点及主要投放的广告主

公司向 MeetSocial 采购流量主要集中在 2016 年度，各月度采购流量金额如下表所示：

单位：万元

|      |        |        |        |        |        |        |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 月份   | 1月     | 2月     | 3月     | 4月     | 5月     | 6月     |
| 采购流量 | 853.31 | 602.85 | 748.91 | 527.15 | 671.12 | 911.45 |
| 月份   | 7月     | 8月     | 9月     | 10月    | 11月    | 12月    |
| 采购流量 | 947.00 | 746.77 | 617.58 | 593.36 | 191.02 | 38.15  |

2016 年，发行人的搜索展示类广告产品正处于研发测试阶段，为了能更早验证商业模式和积累客户资源，曾经向 MeetSocial 的整合营销服务进行采购 Facebook 流量，对应的主要广告主及投放金额如下：

| 序号 | 向 MeetSocial 采购流量对应广告主       | 2016 年在 MeetSocial 采购流量（万元） | 占比     |
|----|------------------------------|-----------------------------|--------|
| 1  | ZoeTop Business Co., Limited | 2,574.17                    | 34.56% |
| 2  | 360 mobile security limited  | 651.34                      | 8.74%  |
| 3  | 唯品会（中国）有限公司                  | 515.36                      | 6.92%  |
| 4  | 上海欧拉网络技术有限公司                 | 449.39                      | 6.03%  |
| 5  | Baidu (HongKong) Limited     | 383.62                      | 5.15%  |

| 序号 | 向 MeetSocial 采购流量对应广告主    | 2016 年在 Meetsocial 采购流量（万元） | 占比            |
|----|---------------------------|-----------------------------|---------------|
| 6  | Apex Tech Holding Limited | 344.24                      | 4.62%         |
| 7  | Trading Passion Limited   | 303.12                      | 4.07%         |
| 8  | 第三石香港控股有限公司               | 228.31                      | 3.07%         |
| 9  | 北京创智优品科技有限公司              | 203.62                      | 2.73%         |
| 10 | 上海能塔智能科技有限公司              | 187.07                      | 2.51%         |
|    | 合计                        | <b>5,840.24</b>             | <b>78.41%</b> |

### （三）公司向 MeetSocial 的采购额下滑的原因

2016 年，发行人的搜索展示类广告产品正处于研发测试阶段，为了能更早验证商业模式和积累客户资源，曾经向 MeetSocial 的整合营销服务进行采购。在 2016 年第四季度，发行人的搜索展示类大数据营销产品已经正式投入使用，并且与脸书正式签订了直接采购的相关合同，因此，减少和停止了对 MeetSocial 的采购行为。

**五、依据公开资料，脸书的官方代理商还包括猎豹移动、飞书互动、蓝色光标、英宝通、易诺、熊猫新媒、荟萃网络、GatherOne 等，请发行人补充说明脸书提供给其他代理商的流量资源与公司是否存在差异，上述代理商的业务模式与公司是否存在差异，以及未将上述代理商列为同行业可比公司的原因**

#### （一）发行人说明

发行人与其他代理商同属直接拥有脸书流量代理权的企业，脸书提供给各企业及其客户的流量资源没有差异。但是根据跟脸书的合同条款，脸书不限制有代理权的企业向客户提供服务的形式、内容、和价格。下表可以看到，拥有脸书代理权的九家企业的产业背景有很大差异，主营业务也有很大差别，甚至分属不同产业。

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“二、行业基本情况及竞争状况”之“（六）发行人与同行业可比公司比较情况”中补充披露如下：

脸书的官方代理商还包括猎豹移动、飞书互动、蓝色光标、英宝通、易诺、熊猫新媒、荟萃网络、GatherOne 等，根据各公司官方网站收集的公开资料整理，各具有代理资格的企业的主营业务和业务模式如下：

| 公司        | 主营业务  | 依据公开资料总结的脸书业务模式  |
|-----------|---|--|
| 猎豹移动      | 智能硬件和移动互联网应用软件。通过自有产品获取流量，并出售流量盈利。  | 脸书业务在主营业务中占比非常小。跟脸书相关的业务模式包括：大数据分析（围绕大数据报告、内容传播、活动峰会三部分）、整合营销策略、创意设计、本地化支持、专业团队支持和账号开设和管理。 |
| 飞书互动      | 出海广告代理的综合型服务，包括海外市场分析、广告创意服务、海外社交媒体服务、客户粉丝页管理、广告账户服务等综合营销服务。              | 包括海外市场调查、广告创意服务、海外社交媒体服务、客户粉丝页管理、广告账户服务。   |
| 蓝色光标      | 主营业务在国内市场，出海数字营销仅占很小比例。整合了品牌管理、消费者管理、效果评估、客户关系管理、电子商务、策略咨询、和国内外数字营销的综合服务。 | 脸书业务在主营业务中占比很小。跟脸书相关的业务模式包括：海外市场调查、品牌营销策略、创意设计、广告优化、账户管理、全球 KOL 营销、粉丝页运营等。                 |
| 英宝通       | 微软软件代理业务和其他软件代理。2018 年之后涉足到出海数字营销业务。                                      | 制定推广方案、专属创意制定、广告管理平台。  |
| 易诺        | 为跨境电商企业提供独立站建设、海外营销及广告营销课程服务，集中在假发、家纺、服装、眼镜、家具等行业。                        | 独立站建站、客户开户支持和课程、海外市场分析、创意和设计广告、优化广告。   |
| 熊猫新媒      | 海外媒介投放、全球品牌策略咨询、全球本地化运营、新媒体大数据服务。   | 品牌策略咨询、媒介投放、全球本地化运营、新媒体大数据服务。  |
| 荟萃网络      | 为应用开发者提供聚合 SDK，帮助开发者进行移动应用的广告变现。  | 未说明服务模式。   |
| GatherOne | 出海整合数字营销方案提供商。  | 海外市场分析、整合营销策略、创意和设计、广告优化、社会化营销、账号管理。   |

可以看到，上述大部分企业与脸书有关的业务都选择整合营销服务作为其服务模式。这种模式是以方案制定、执行、总结为主线的客户服务模式，包含较多的人工服务。发行人不提供以人工服务为主的市场调查服务、营销策略服务、广告创意服务、粉丝页运营服务、以及网站建设服务。发行人主要将资源投入到产品研发环节，并通过研发大数据技术和相关产品为客户提供全自动化

的广告投放、实时竞价和优化的服务，节省人力成本，自动化提升广告效率。因此，在跟脸书相关的业务做比较时，发行人的业务模式是非常具有特色和具有差异化的。

发行人未选择以上公司作为可比公司的原因如下：

猎豹移动：主营业务与发行人不同，跟出海营销相关业务的信息没有单独披露，因此没有被选做可比公司。

飞书互动：非公开公司，无可比数据，因此没有被选做可比公司。

蓝色光标：主营业务与发行人不同，很多跟出海营销相关业务的信息没有单独披露，因此在技术和业务对比时没有选取为可比公司。由于某些成本结构有一定相似性，且根据 A 股上市公司标准财务信息披露比较完备且符合国内统计口径，因此仅在财务对比时选取了该公司。

英宝通：非公开公司，无可比数据，且开展出海营销业务仅一年，因此没有被选做可比公司。

易诺：非公开公司，无可比数据，且主营业务与发行人不同，因此没有被选做可比公司。

熊猫新媒：非公开公司，无可比数据，因此没有被选做可比公司。

荟萃网络：非公开公司，无可比数据，且主营业务与发行人不同，因此没有被选做可比公司。

GatherOne：非公开公司，无可比数据，因此没有被选做可比公司。

## 六、脸书是否存在调整合作策略的风险，就与脸书之间的付款及中止广告投放对公司的业务及持续经营能力的影响予以风险提示

发行人在招股说明书第四节 风险因素之“四、经营风险”中对脸书依赖风险进行了披露，并在招股说明书进行了重大事项提示。

### （一）对脸书流量渠道依赖的风险

2016年、2017年和2018年公司对脸书流量的采购金额分别为9,356.51万元、187,665.31万元和380,722.27万元，采购占比分别为20.79%、87.81%和91.99%，随着搜索展示类业务的快速增长流量采购迅速向脸书集中。由于脸书和谷歌在全球互联网营销市场的份额超过60%，且脸书在移动社交和移动互联网营销行业处于短期内不可撼动的地位，公司存在对脸书流量采购及业务依赖的风险。

公司与脸书在紧密合作的基础上签署合作协议，按照合同约定采取到期自动续签的形式。如果因国家政策影响或者公司自身经营管理问题，导致脸书调整合作策略，可能导致公司与脸书之间的付款及广告投放中止，公司存在因脸书调整合作策略而导致的业务及持续经营风险。

## 七、对发行人流量采购及业务依赖脸书的风险予以明确、有针对性的提示

发行人在招股说明书第四节 风险因素之“四、经营风险”中对脸书依赖风险进行了披露，并在招股说明书进行了重大事项提示。

### （一）对脸书流量渠道依赖的风险

2016年、2017年和2018年公司对脸书流量的采购金额分别为9,356.51万元、187,665.31万元和380,722.27万元，采购占比分别为20.79%、87.81%和91.99%，随着搜索展示类业务的快速增长流量采购迅速向脸书集中。由于脸书和谷歌在全球互联网营销市场的份额超过60%，且脸书在移动社交和移动互联网营销行业处于短期内不可撼动的地位，公司存在对脸书流量采购及业务依赖的风险。

公司与脸书在紧密合作的基础上签署合作协议，按照合同约定采取到期自动续签的形式。如果因国家政策影响或者公司自身经营管理问题，导致脸书调整合作策略，可能导致公司与脸书之间的付款及广告投放中止，公司存在因脸书调整合作策略而导致的业务及持续经营风险。



## 八、2016 年发行人具体采购脸书流量的时点、主要投放的广告主、在 2016 年四季度与脸书之间的合作开始并持续走高的原因进行具体明确的分析，如存在相关风险请予以说明

发行人已在招股说明书第六节 业务与技术之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“(二) 主要供应商情况”中补充披露如下：

2016 年发行人自 10 月起开始向脸书采购流量，当年主要的广告投放客户如下：

| 序号 | 客户名称   | 收入（万元）   | 客户主营业务         |
|----|--|----------|----------------|
| 1  | Diandian Interactive Holding                           | 3,376.04 | 游戏研发及推广        |
| 2  | Lovead Limited   | 1,158.16 | 互联网广告海外推广      |
| 3  | Clicksmobi Media Limited (点摩香港网络科技有限公司)                | 828.32   | 广告产品推广         |
| 4  | Mobvista International Technology Limited (汇聚国际技术有限公司) | 805.73   | 游戏开发、运营，数字营销广告 |
| 5  | 字节跳动   | 698.02   | 新闻阅读信息服务       |
| 合计 |  | 6,866.27 | -              |

注：上述前 5 大占到脸书流量实现收入的 70%。

在 2016 年第四季度，发行人的搜索展示类大数据营销平台（跨境帮/优广通）已经正式投入使用，并且与脸书正式签订了直接采购的相关合同，经市场推广吸引了具有一定知名度的企业如点点互动、汇量科技、字节跳动进行广告投放。市场知名度的提升使得搜索展示类收入逐步增长，因此对脸书的采购持续走高。

## 九、核查过程和核查结论

### （一）核查程序

保荐机构进行了核查：

1、访谈发行人管理层，针对发行人业务模式、移动互联网市场竞争格局等问题进行了解；获取发行人在手合同查阅其约定情况；查阅实际业务承接中相关

流量方的约定情况；获取并核查主要客户在其他渠道是否存在投放的情形；访谈发行人与脸书等主要供应商的合作情况；

2、获取并查阅了发行人与脸书和谷歌之间采购合同、采购金额对账单、付款凭证、信用期及报告期平均结算时长、应付账款余额表；并对发行人报告期内与脸书和谷歌之间交易金额和应付账款余额进行了函证并取得回函；

3、访谈了财务总监对于采购及营业成本的核算、账务处理方式；获取并核查了2016年搜索展示类业务前5名采购额的对账单、获取了2016年搜索展示类业务成本金额；

4、通过公开信息获取 MeetSocial 的基本情况；获取并核查了发行人与 MeetSocial 之间的业务合同、具体采购情况、交易金额；并对 MeetSocial 进行了实地访谈；

5、独立进入脸书官网查询脸书的官方授权的合作商的情况；独立查询脸书的官方授权的合作商的各自网站公开的基本信息；访谈发行人业务主管对于同行业可比公司选择的标准；

## （二）核查意见

经上述核查，保荐机构认为：

1、客户在实际业务承接过程中关于流量方的约定与合同一致。在运营过程中，发行人与客户以合同的形式约定是明确后续的工作流程，此外，在服务单中仅列出脸书、谷歌和推特的原因是该类合同是展示搜索类营销服务合作合同，对于有意向投放长尾媒体的客户，会单独与发行人签订业务合作合同；在整个出海大数据营销市场上，谷歌和脸书两家的市场份额已经超过 60%，已经处于垄断地位。发行人对脸书流量的采购占比较高是符合这种市场客户情况的，对发行人承接综合性投放业务没有不利影响。

2、发行人已对与脸书和谷歌之间采购金额、付款金额、信用期及报告期平均结算时长、应付账款余额、函证回函的情况进行了如实披露；

3、2016 年搜索展示类业务前 5 名采购额合计数大于搜索展示类业务成本，是由于 MeetSocial 的流量来自于 Facebook，属于搜索展示类，但发行人采购流量中部分用于效果类的推广。发行人已经按照所采购流量的用途对前 5 大供应商的采购情况重新进行了分类披露。

4、发行人已对 MeetSocial 的基本情况、2016 年向其采购的主要流量、时点及主要投放的广告主进行如实披露，MeetSocial 与发行人及董监高不存在关联关系、任职关系、共同投资关系或者其他应该披露的关系；2017 年后采购额呈现下滑的原因主要是：2016 年第四季度，发行人的搜索展示类大数据营销产品已经正式投入使用，并且与脸书正式签订了直接采购合同，减少和停止了对飞书互动的采购行为。

5、发行人已如实披露脸书的官方代理商猎豹移动、飞书互动、蓝色光标、英宝通、易诺、熊猫新媒、荟萃网络、GatherOne 等基本信息情况；其中，蓝色光标主营业务与发行人不同，很多跟出海营销相关业务的信息未单独披露，因此在技术和业务对比时没有选取为可比公司，由于某些成本结构与发行人有一定相似性，且根据 A 股上市公司财务信息披露标准比较完备且符合国内统计口径，因此仅在财务对比时选取了该公司；其他同类脸书的官方代理由于主营业务与发行人不同或者是信息非公开披露的公司，故发行人未选择其作为可比公司。

6、发行人已对脸书是否存在调整合作策略的风险，就与脸书之间的付款及中止广告投放对公司的业务及持续经营能力的影响、对发行人流量采购及业务依赖脸书的风险做了明确、有针对性的风险提示；对 2016 年发行人具体采购脸书流量的时点、主要投放的广告主做了如实披露；在 2016 年第四季度，发行人的搜索展示类大数据营销平台（跨境帮/优广通）已正式使用，并且与脸书正式签订直接采购合同，经市场推广吸引了具有一定知名度的企业如点点互动、汇量科技、字节跳动进行广告投放，市场知名度的提升使得搜索展示类收入逐步增长，因此对脸书的采购持续走高。

## 问题 10 关于发行人收入及相关核查

**根据首轮问询回复，公司主要客户为国内有出海需求的企业，一般采用香**

港或其他境外子公司作为结算主体，实际经营主体为国内公司。因此，公司主要以香港子公司与媒体资源方和广告主进行结算，结算货币主要为美元。报告期，公司收入 56,488.83 万元、227,938.04 万元和 432,820.90 万元，营业收入同比增长 303.51%、89.89%，年复合增长率为 176.80%。此外，发行人现金流入及流出规模较大。

请发行人进一步说明：（1）发行人针对主要客户收入、相关变动趋势，以及公司客户的留存率；（2）汇聚国际为汇量科技（HK.1860）设立的境外结算平台，汇量科技主营业务之一为广告程序化购买，根据年报其最大供应商采购量占比为 8%，以成本估算约为 1.85 亿元，但发行人对汇聚国际 2018 年的销售额为 2.52 亿元。请说明上述差异的原因、发行人毛利率低于汇量科技的原因及合理性、未将汇量科技作为同行业可比公司的原因及合理性；（3）公司对点点互动 2018 年销售额为 5.60 亿元，点点互动为世纪华通子公司。根据世纪华通年报，其前五大供应商中无发行人。请说明上述差异原因；（4）根据公开信息查询，公司前五大客户中多数成立于 2015 年、部分公司实缴资本低于 50 万元、缴纳社保人数低于 20 人、存在被标注为小微企业的情形。请发行人以列表方式说明首轮及本次问询涉及的客户成立时间、注册资本、实缴资本、股东及实际控制人、主营业务、应收账款及收入、信用期及回款、是否存在第三方回款情况、函证程序、函证及回函金额，并对相关信息予以必要的分析说明；（5）发行人及其董监高、发行人主要股东与上述客户是否存在关联关系、任职、共同投资或者其他需要说明的关系；（6）根据公开信息查询，发行人客户北京点开法定代表人一直从事 DSP 等研发。请说明北京点开采购公司业务的原因及必要性；（7）发行人提供的重大销售合同签订日期为 2019 年 1 月 1 日，请提供报告期主要客户合同。

请保荐机构、发行人律师及申报会计师核查并发表明确意见。

#### 【回复】

#### 一、发行人针对主要客户收入、相关变动趋势，以及公司客户的留存率

首轮及本次问询内容涉及的公司收入、应收账款余额及回款情况如下表：

单位：万元

| 序号 | 客户名称  | 2018年     |           |         |           |       |           |           |           |
|----|---|-----------|-----------|---------|-----------|-------|-----------|-----------|-----------|
|    |   | 营业收入      | 应收账款余额    | 信用期     | 期后回款金额    | 第三方回款 | 函证程序      | 营业收入回函    | 应收账款回函    |
| 1  | Mobvista International Technology Limited(汇聚国际技术有限公司)                   | 25,187.98 | 11,538.76 | 45-90 天 | 11,538.76 | /     | 快递方式独立收发函 | 25,187.98 | 11,538.76 |
| 2  | Clicksmobi Media Limited (点摩香港网络科技有限公司)                                 | 22,203.04 | 5,209.92  | 45-90 天 | 5,209.92  | /     | 快递方式独立收发函 | 22,203.04 | 5,209.92  |
| 3  | Hongkong Gather Wisdom Network Technology Co., Limited (香港聚智优创网络科技有限公司) | 17,113.21 | 10,210.57 | 45-90 天 | 6,790.53  | /     | 访谈并回函     | 17,113.21 | 10,210.57 |
| 4  | Easy Fun Entertainment Limited  | 12,183.73 | 2,280.88  | 45-90 天 | 2,280.88  | /     | 快递方式独立收发函 | 12,183.73 | 2,280.88  |
| 5  | HongKong Adtiger Media Co., Limited(香港虎示传媒有限公司)                         | 9,170.26  | 2,938.70  | 45-90 天 | 2,938.70  | /     | 快递方式独立收发函 | 9,170.26  | 2,938.70  |
| 6  | Click Tech Limited  | 9,146.17  | 1,665.36  | 45-90 天 | 1,665.36  | /     | 快递方式独立收发函 | 9,146.17  | 1,665.36  |
| 7  | Astromotion Games limited   | 7,475.30  | 703.72    | 45-90 天 | 703.72    | /     | 访谈并回函     | 7,475.30  | 703.72    |
| 8  | Hina Technology Co., Limited  | 5,294.65  | 329.68    | 45-90 天 | 329.68    | /     | 快递方式独立收发函 | 5,294.65  | 329.68    |
| 9  | Chanceplus Management Limited (香港拓畅信息技术有限公司)                            | 3,934.25  | 3,603.50  | 45-90 天 | 3,497.20  | /     | 访谈并回函     | 3,934.25  | 3,603.50  |
| 10 | ApproachS Co. Limited   | 3,286.29  | 849.36    | 45-90 天 | 480.42    | /     | 快递方式独立收发函 | 3,286.29  | 849.36    |

| 序号 | 客户名称                                       | 2018年     |          |         |            |           |           |            |            |
|----|--|-----------|----------|---------|------------|-----------|-----------|------------|------------|
|    |  | 营业收入      | 应收账款余额   | 信用期     | 期后回款<br>金额 | 第三方<br>回款 | 函证程序      | 营业收入回<br>函 | 应收账款<br>回函 |
| 11 | ADyes (HongKong) Technology Limited        | 447.37    | 1,764.53 | 45-90 天 | -          | /         | 访谈并回函     | 447.37     | 1,764.53   |
| 12 | 北京凡木盛世广告传播有限公司                             | 292.42    | 2,725.94 | 45-90 天 | 1,583.12   | /         | 访谈并回函     | 292.42     | 2,725.94   |
| 13 | Soci-link Culture Communication Co., Ltd.  | 1,633.33  | 33.60    | 45-90 天 | 33.60      | /         | 快递方式独立收发函 | 1,633.33   | 33.60      |
| 14 | Lovead Limited                             | 1,472.48  | 36.65    | 45-90 天 | 36.65      | /         | /         | /          | /          |
| 15 | Cola Technology international Co., Limited | 189.66    | 239.92   | 45-90 天 | -          | /         | /         | /          | /          |
| 16 | Asialink Advertising Limited (亚近广告有限公司)    | /         | /        | /       | /          | /         | /         | /          | /          |
| 17 | Hydra Entertainment Limited                | /         | /        | /       | /          | /         | /         | /          | /          |
| 18 | Foxseek Media Limited                      | /         | /        | /       | /          | /         | /         | /          | /          |
| 19 | Diandian Interactive Holding               | 56,007.38 | 1,991.25 | 45-90 天 | 1,991.25   | /         | 快递方式独立收发函 | 56,007.38  | 1,991.25   |
| 20 | DHGames Limited(卓杭游戏有限公司)                  | 19,741.05 | 837.45   | 45-90 天 | 837.45     | /         | 快递方式独立收发函 | 19,741.05  | 837.45     |
| 21 | ZG Technology Co., Limited(志高科技有限公司)       | 18,812.37 | 1,904.64 | 45-90 天 | 1,904.64   | /         | 快递方式独立收发函 | 18,812.37  | 1,904.64   |
| 22 | 字节跳动                                       | 4,864.33  | 207.99   | 45-90 天 | 63.74      | /         | /         | /          | /          |
| 23 | Deluxe Ads                                 | 1,304.03  | 121.03   | 45-90 天 | 121.03     | /         | 邮件方式独立收发函 | 1,304.03   | 121.03     |
| 24 | Baidu (Hong Kong) Limited                  | 1,120.98  | 300.99   | 45-90 天 | 224.81     | /         | /         | /          | /          |

| 序号 | 客户名称                                      | 2018年     |          |         |            |           |           |            |            |
|----|---|-----------|----------|---------|------------|-----------|-----------|------------|------------|
|    |   | 营业收入      | 应收账款余额   | 信用期     | 期后回款<br>金额 | 第三方<br>回款 | 函证程序      | 营业收入回<br>函 | 应收账款<br>回函 |
| 25 | Whatech Mobile Co., Limited               | 959.64    | 247.76   | 45-90 天 | 210.96     | /         | /         | /          | /          |
| 26 | Aware Ads, Inc.                           | 815.16    | 9.85     | 45-90 天 | 9.85       | /         | /         | /          | /          |
| 27 | Rockcore Ecommerce Service Limited        | 798.30    | 254.23   | 45-90 天 | 254.23     | /         | /         | /          | /          |
| 28 | Glispa GmbH                               | 586.39    | 122.97   | 45-90 天 | 47.24      | /         | /         | /          | /          |
| 29 | 360 mobile security limited               | 73.02     | -        | 45-90 天 | -          | /         | /         | /          | /          |
| 30 | Appnext Ltd                               | 467.32    | 167.02   | 45-90 天 | -          | /         | /         | /          | /          |
| 31 | Sungy Mobile limited                      | 10.19     | -        | 45-90 天 | -          | /         | /         | /          | /          |
| 32 | Apex Tech Holding Limited                 | /         | /        | /       | /          | /         | /         | /          | /          |
| 33 | Zoetop Business Co., Limited              | /         | /        | /       | /          | /         | /         | /          | /          |
| 34 | Leo Network (HK) limited                  | 367.14    | 1,208.62 | 45-90 天 | 34.32      | /         | /         | /          | /          |
| 35 | CocoBear Technology Limited               | 0.57      | 306.33   | 45-90 天 | -          | /         | /         | /          | /          |
| 36 | NuoRui Investments Limited(诺睿投资有限公司)      | 10,532.16 | 5,872.68 | 45-90 天 | 5,872.68   | /         | 访谈并回函     | 10,532.16  | 5,872.68   |
| 37 | 深圳市恒泰德电子商务有限公司                            | 2,917.74  | 1,943.64 | 45-90 天 | 1,943.64   | /         | 访谈并回函     | 2,917.74   | 1,943.64   |
| 38 | Promo Adx Network Technology Co., Limited | -         | 183.52   | 45-90 天 | -          | /         | /         | /          | /          |
| 39 | 深圳市天梭互动科技有限公司                             | 1,604.70  | 382.87   | 45-90 天 | 382.87     | /         | 快递方式独立收发函 | 1,604.70   | 382.87     |
| 40 | 合肥黑钻科技有限公司                                | -         | 49.43    | 45-90 天 | -          | /         | /         | /          | /          |
| 41 | 上海领态网络科技有限公司<br>ETMobi Global Pte Ltd     | -         | 189.37   | 45-90 天 | -          | /         | /         | /          | /          |

| 序号 | 客户名称   | 2018年    |        |        |            |           |               |            |            |
|----|--|----------|--------|--------|------------|-----------|---------------|------------|------------|
|    |  | 营业收入     | 应收账款余额 | 信用期    | 期后回款<br>金额 | 第三方<br>回款 | 函证程序          | 营业收入回<br>函 | 应收账款<br>回函 |
| 42 | 北京十维空间科技有限公司   | 3.29     | 2.15   | 45-90天 | 2.15       | /         | /             | /          | /          |
| 43 | Hotdogs Information Technology Co., Limited                        | 1,113.81 | 829.43 | 45-90天 | -          | /         | 访谈并回函         | 1,113.81   | 829.43     |
| 44 | 合肥云创机电工程有限公司   | -        | 651.69 | 45-90天 | 651.69     | /         | 访谈并回函         | -          | 651.69     |
| 45 | 深圳玖盟互动网络科技有限公司   | 1,123.44 | 535.43 | 45-90天 | -          | /         | 快递方式独立<br>收发函 | 1,123.44   | 535.43     |
| 46 | 合肥趣玩科技有限公司   | -        | 106.29 | 45-90天 | -          | /         | /             | /          | /          |
| 47 | 北京创智优品科技有限公司   | 2,486.83 | 686.47 | 45-90天 | 686.47     | /         | 快递方式独立<br>收发函 | 2,486.83   | 686.47     |
| 48 | Soufeel Jewelry Limited  | /        | /      | /      | /          | /         | /             | /          | /          |
| 49 | Trading Passion Limited  | 2,182.80 | 19.56  | 45-90天 | 19.56      | /         | /             | /          | /          |
| 50 | Westlake Technologies Co., Pte. Ltd.                               | 7,462.97 | 564.84 | 45-90天 | 564.84     | /         | 快递方式独立<br>收发函 | 7,462.97   | 564.84     |
| 51 | Electronic Soul Interaction Entertainment (Hong Kong) Co., Limited | 1,065.76 | -      | 45-90天 | -          | /         | 快递方式独立<br>收发函 | 1,065.76   | -          |
| 52 | Ecyber Advertising Co., Limited                                    | /        | /      | /      | /          | /         | /             | /          | /          |
| 53 | Honsen Advertising Limited   | /        | /      | /      | /          | /         | /             | /          | /          |
| 54 | QUNLI Limited  | /        | /      | /      | /          | /         | /             | /          | /          |
| 55 | IGG Singapore Pte. Ltd.  | /        | /      | /      | /          | /         | /             | /          | /          |
| 56 | Sam Media Ltd  | 0.06     | 0.16   | /      | 0.16       | /         | /             | /          | /          |
| 57 | 唯品会（中国）有限公司  | /        | /      | /      | /          | /         | /             | /          | /          |



| 序号 | 客户名称         | 2018年 |        |     |        |       |      |        |        |
|----|--------------|-------|--------|-----|--------|-------|------|--------|--------|
|    |              | 营业收入  | 应收账款余额 | 信用期 | 期后回款金额 | 第三方回款 | 函证程序 | 营业收入回函 | 应收账款回函 |
| 58 | 上海欧拉网络技术有限公司 | /     | /      | /   | /      | /     | /    | /      | /      |

(续)

单位：万元

| 序号 | 客户名称  | 2017年     |          |        |          |       |       |           |          |
|----|---|-----------|----------|--------|----------|-------|-------|-----------|----------|
|    |   | 营业收入      | 应收账款余额   | 信用期    | 期后回款金额   | 第三方回款 | 函证程序  | 营业收入回函    | 应收账款回函   |
| 1  | Mobvista International Technology Limited (汇聚国际技术有限公司)                  | 5,116.81  | 1,796.72 | 45-90天 | 1,796.72 | /     | 访谈并回函 | 5,116.81  | 1,796.72 |
| 2  | Clicksmobi Media Limited (点摩香港网络科技有限公司)                                 | 4,152.55  | 3,156.47 | 45-90天 | 3,156.47 | /     | 访谈并回函 | 4,152.55  | 3,156.47 |
| 3  | Hongkong Gather Wisdom Network Technology Co., Limited (香港聚智优创网络科技有限公司) | 5,836.93  | 2,959.29 | 45-90天 | 2,959.29 | /     | 访谈并回函 | 5,836.93  | 2,959.29 |
| 4  | Easy Fun Entertainment Limited  | 6,308.40  | 1,008.55 | 45-90天 | 1,008.55 | /     | 访谈并回函 | 6,308.40  | 1,008.55 |
| 5  | HongKong Adtiger Media Co., Limited (香港虎示传媒有限公司)                        | 12,999.28 | 2,433.34 | 45-90天 | 2,433.34 | /     | 访谈并回函 | 12,999.28 | 2,433.34 |
| 6  | Click Tech Limited  | 6,856.78  | 796.43   | 45-90天 | 796.43   | /     | 访谈并回函 | 6,856.78  | 796.43   |
| 7  | Astromotion Games limited   | /         | /        | /      | /        | /     | /     | /         | /        |

| 序号 | 客户名称  | 2017年     |          |         |          |       |           |           |          |
|----|---|-----------|----------|---------|----------|-------|-----------|-----------|----------|
|    |   | 营业收入      | 应收账款余额   | 信用期     | 期后回款金额   | 第三方回款 | 函证程序      | 营业收入回函    | 应收账款回函   |
| 8  | Hina Technology Co., Limited                    | /         | /        | /       | /        | /     | /         | /         | /        |
| 9  | Chanceplus Management Limited<br>(香港拓畅信息技术有限公司) | 3,501.54  | 1,325.99 | 45-90 天 | 1,325.99 | /     | 访谈并回函     | 3,501.54  | 1,325.99 |
| 10 | AppcoachS Co. Limited                           | 6,466.16  | 4,416.05 | 45-90 天 | 4,416.05 | /     | 访谈并回函     | 6,466.16  | 4,416.05 |
| 11 | ADyes (HongKong) Technology Limited             | 8,524.80  | 2,932.32 | 45-90 天 | 1,606.84 | /     | 访谈并回函     | 8,524.80  | 2,932.32 |
| 12 | 北京凡木盛世广告传播有限公司                                  | 5,396.47  | 3,609.64 | 45-90 天 | 2,839.93 | /     | 访谈并回函     | 5,396.47  | 3,609.64 |
| 13 | Soci-link Culture Communication Co., Ltd.       | 3,972.11  | 1,541.39 | 45-90 天 | 1,541.39 | /     | 快递方式独立收发函 | 3,972.11  | 1,541.39 |
| 14 | Lovead Limited                                  | 1,136.09  | 275.46   | 45-90 天 | 275.46   | /     | 访谈并回函     | 1,136.09  | 275.46   |
| 15 | Cola Technology international Co., Limited      | 1,632.21  | 498.32   | 45-90 天 | 498.32   | /     | 快递方式独立收发函 | 1,632.21  | 498.32   |
| 16 | Asialink Advertising Limited (亚近广告有限公司)         | /         | /        | /       | /        | /     | /         | /         | /        |
| 17 | Hydra Entertainment Limited                     | 545.09    | 106.94   | 45-90 天 | 106.94   | /     | 快递方式独立收发函 | 545.09    | 106.94   |
| 18 | Foxseek Media Limited                           | 31.75     | -        | 45-90 天 | -        | /     | /         | /         | /        |
| 19 | Diandian Interactive Holding                    | 23,720.99 | 3,803.38 | 45-90 天 | 3,803.38 | /     | 访谈并回函     | 23,720.99 | 3,803.38 |
| 20 | DHGames Limited (卓杭游戏有限公司)                      | 14,445.37 | 3,396.13 | 45-90 天 | 3,396.13 | /     | 访谈并回函     | 14,445.37 | 3,396.13 |
| 21 | ZG Technology Co., Limited (志                   | 3,989.94  | 715.44   | 45-90 天 | 715.44   | /     | 访谈并回函     | 3,989.94  | 715.44   |

| 序号 | 客户名称                                  | 2017年    |          |        |          |       |           |          |          |
|----|---------------------------------------|----------|----------|--------|----------|-------|-----------|----------|----------|
|    |                                       | 营业收入     | 应收账款余额   | 信用期    | 期后回款金额   | 第三方回款 | 函证程序      | 营业收入回函   | 应收账款回函   |
|    | 高科技有限公司)                              |          |          |        |          |       |           |          |          |
| 22 | 字节跳动                                  | 4,908.58 | 2,924.98 | 45-90天 | 2,924.98 | /     | 快递方式独立收发函 | 4,908.58 | 2,924.98 |
| 23 | Deluxe Ads                            | 12.85    | -        | 45-90天 | -        | /     | /         | /        | /        |
| 24 | Baidu (Hong Kong) Limited             | 1,319.61 | 277.56   | 45-90天 | 277.56   | /     | 快递方式独立收发函 | 1,319.61 | 277.56   |
| 25 | Whatech Mobile Co., Limited           | 717.13   | 480.94   | 45-90天 | 480.94   | /     | /         | /        | /        |
| 26 | Aware Ads, Inc.                       | 189.14   | 20.49    | 45-90天 | 20.49    | /     | /         | /        | /        |
| 27 | Rockcore Ecommerce Service Limited    | 78.86    | 23.89    | 45-90天 | 23.89    | /     | /         | /        | /        |
| 28 | Glispa GmbH                           | 1,177.79 | 202.40   | 45-90天 | 202.40   | /     | 访谈并回函     | 1,177.79 | 202.40   |
| 29 | 360 mobile security limited           | 1,028.82 | 96.46    | 45-90天 | 96.46    | /     | 快递方式独立收发函 | 1,028.82 | 96.46    |
| 30 | Appnext Ltd                           | 785.05   | 66.72    | 45-90天 | 66.72    | /     | 访谈并回函     | 785.05   | 66.72    |
| 31 | Sungy Mobile limited                  | 1,017.95 | 124.87   | 45-90天 | 124.87   | /     | 访谈并回函     | 1,017.95 | 124.87   |
| 32 | Apex Tech Holding Limited             | /        | /        | /      | /        | /     | /         | /        | /        |
| 33 | Zoetop Business Co., Limited          | /        | /        | /      | /        | /     | /         | /        | /        |
| 34 | Leo Network (HK) limited              | 1,499.66 | 1,225.96 | 45-90天 | 472.11   | /     | 访谈并回函     | 1,499.66 | 1,225.96 |
| 35 | CocoBear Technology Limited           | 954.10   | 765.61   | 45-90天 | 474.54   | /     | 访谈并回函     | 954.10   | 765.61   |
| 36 | NuoRui Investments Limited (诺睿投资有限公司) | /        | /        | /      | /        | /     | /         | /        | /        |
| 37 | 深圳市恒泰德电子商务有限公司                        | /        | /        | /      | /        | /     | /         | /        | /        |

| 序号 | 客户名称   | 2017年    |        |         |        |       |           |          |        |
|----|--|----------|--------|---------|--------|-------|-----------|----------|--------|
|    |  | 营业收入     | 应收账款余额 | 信用期     | 期后回款金额 | 第三方回款 | 函证程序      | 营业收入回函   | 应收账款回函 |
|    | 司  |          |        |         |        |       |           |          |        |
| 38 | Promo Adx Network Technology Co., Limited                  | 1,260.80 | 566.84 | 45-90 天 | 435.97 | /     | /         | /        | /      |
| 39 | 深圳市天梭互动科技有限公司  | /        | /      | /       | /      | /     | /         | /        | /      |
| 40 | 合肥黑钻科技有限公司   | 48.63    | 49.43  | 45-90 天 | -      | /     | /         | /        | /      |
| 41 | 上海领态网络科技有限公司<br>ETMobi Global Pte Ltd                      | 471.46   | 180.29 | 45-90 天 | -      | /     | /         | /        | /      |
| 42 | 北京十维空间科技有限公司   | /        | /      | /       | /      | /     | /         | /        | /      |
| 43 | Hotdogs Information Technology Co., Limited                | 2,837.65 | 796.52 | 45-90 天 | -      | /     | /         | /        | /      |
| 44 | 合肥云创机电工程有限公司   | 1,766.59 | 620.45 | 45-90 天 | -      | /     | /         | /        | /      |
| 45 | 深圳玖盟互动网络科技有限公司   | 1,704.67 | 840.86 | 45-90 天 | 840.86 | /     | 访谈并回函     | 1,704.67 | 840.86 |
| 46 | 合肥趣玩科技有限公司   | 104.57   | 104.57 | 45-90 天 | -      | /     | /         | /        | /      |
| 47 | 北京创智优品科技有限公司   | /        | /      | /       | /      | /     | /         | /        | /      |
| 48 | Soufeel Jewelry Limited                                    | 130.33   | -      | 45-90 天 | -      | /     | 快递方式独立收发函 | 130.33   | -      |
| 49 | Trading Passion Limited                                    | 1,202.25 | 232.38 | 45-90 天 | 232.38 | /     | 访谈并回函     | 1,202.25 | 232.38 |
| 50 | Westlake Technologies Co., Pte. Ltd.                       | 110.53   | 68.44  | 45-90 天 | 68.44  | /     | /         | /        | /      |
| 51 | Electronic Soul Interaction Entertainment (Hong Kong) Co., | 511.32   | 173.02 | 45-90 天 | 173.02 | /     | 访谈并回函     | 511.32   | 173.02 |

| 序号 | 客户名称                            | 2017年 |        |        |        |       |           |        |        |
|----|---------------------------------|-------|--------|--------|--------|-------|-----------|--------|--------|
|    |                                 | 营业收入  | 应收账款余额 | 信用期    | 期后回款金额 | 第三方回款 | 函证程序      | 营业收入回函 | 应收账款回函 |
|    | Limited                         |       |        |        |        |       |           |        |        |
| 52 | Ecyber Advertising Co., Limited | /     | /      | /      | /      | /     | /         | /      | /      |
| 53 | Honsen Advertising Limited      | 2.46  | 3.40   | 45-90天 | 3.40   | /     | 快递方式独立收发函 | 2.46   | 3.40   |
| 54 | QUNLI Limited                   | /     | /      | /      | /      | /     | /         | /      | /      |
| 55 | IGG Singapore Pte. Ltd.         | 11.15 | 10.80  | 45-90天 | 10.80  | /     | /         | /      | /      |
| 56 | Sam Media Ltd                   | 12.58 | 0.10   | 45-90天 | 0.10   | /     | /         | /      | /      |
| 57 | 唯品会（中国）有限公司                     | /     | /      | /      | /      | /     | /         | /      | /      |
| 58 | 上海欧拉网络技术有限公司                    | /     | /      | /      | /      | /     | /         | /      | /      |

(续)

| 序号 | 客户名称  | 2016年  |        |        |        |       |       |        |        |
|----|---|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|
|    |   | 营业收入   | 应收账款余额 | 信用期    | 期后回款金额 | 第三方回款 | 函证程序  | 营业收入回函 | 应收账款回函 |
| 1  | Mobvista International Technology Limited(汇聚国际技术有限公司) | 805.73 | 784.93 | 45-90天 | 784.93 | /     | 访谈并回函 | 805.73 | 784.93 |
| 2  | Clicksmobi Media Limited (点摩香港网络科技有限公司)               | 828.32 | 234.27 | 45-90天 | 234.27 | /     | 访谈并回函 | 828.32 | 234.27 |

| 序号 | 客户名称  | 2016年    |          |         |          |       |       |          |          |
|----|---|----------|----------|---------|----------|-------|-------|----------|----------|
|    |   | 营业收入     | 应收账款余额   | 信用期     | 期后回款金额   | 第三方回款 | 函证程序  | 营业收入回函   | 应收账款回函   |
| 3  | Hongkong Gather Wisdom Network Technology Co., Limited (香港聚智优创网络科技有限公司) | 255.18   | 266.51   | 45-90 天 | 266.51   | /     | 访谈并回函 | 255.18   | 266.51   |
| 4  | Easy Fun Entertainment Limited  | 0.50     | 0.52     | 45-90 天 | 0.52     | /     | 访谈并回函 | 0.50     | 0.52     |
| 5  | HongKong Adtiger Media Co., Limited (香港虎示传媒有限公司)                        | 313.71   | 327.63   | 45-90 天 | 327.63   | /     | 访谈并回函 | 313.71   | 327.63   |
| 6  | Click Tech Limited  | 280.23   | 288.95   | 45-90 天 | 288.95   | /     | 访谈并回函 | 280.23   | 288.95   |
| 7  | Astromotion Games limited   | /        | /        | /       | /        | /     | /     | /        | /        |
| 8  | Hina Technology Co., Limited  | /        | /        | /       | /        | /     | /     | /        | /        |
| 9  | Chanceplus Management Limited (香港拓畅信息技术有限公司)                            | 24.54    | -        | 45-90 天 | -        | /     | 访谈并回函 | 24.54    | -        |
| 10 | ApproachS Co. Limited   | 28.02    | 29.27    | 45-90 天 | 29.27    | /     | 访谈并回函 | 28.02    | 29.27    |
| 11 | ADyes (HongKong) Technology Limited                                     | 16.39    | 17.16    | 45-90 天 | 17.16    | /     | 访谈并回函 | 16.39    | 17.16    |
| 12 | 北京凡木盛世广告传播有限公司  | 1,032.64 | 1,078.46 | 45-90 天 | 1,078.46 | /     | 访谈并回函 | 1,032.64 | 1,078.46 |
| 13 | Soci-link Culture Communication Co., Ltd.                               | /        | /        | /       | /        | /     | /     | /        | /        |
| 14 | Lovead Limited  | 1,158.16 | 1,133.68 | 45-90 天 | 1,133.68 | /     | 访谈并回函 | 1,158.16 | 1,133.68 |

| 序号 | 客户名称                                       | 2016年    |          |         |          |       |           |          |          |
|----|--|----------|----------|---------|----------|-------|-----------|----------|----------|
|    |  | 营业收入     | 应收账款余额   | 信用期     | 期后回款金额   | 第三方回款 | 函证程序      | 营业收入回函   | 应收账款回函   |
| 15 | Cola Technology international Co., Limited | 197.86   | 206.63   | 45-90 天 | 206.63   | /     | 快递方式独立收发函 | 197.86   | 206.63   |
| 16 | Asialink Advertising Limited (亚近广告有限公司)    | 193.88   | 202.01   | 45-90 天 | 202.01   | /     | 访谈并回函     | 193.88   | 202.01   |
| 17 | Hydra Entertainment Limited                | 91.87    | 95.95    | 45-90 天 | 95.95    | /     | 快递方式独立收发函 | 91.87    | 95.95    |
| 18 | Foxseek Media Limited                      | 86.03    | 36.70    | 45-90 天 | 36.70    | /     | /         | /        | /        |
| 19 | Diandian Interactive Holding               | 3,376.04 | 3,502.42 | 45-90 天 | 3,502.42 | /     | 访谈并回函     | 3,376.04 | 3,502.42 |
| 20 | DHGames Limited (卓杭游戏有限公司)                 | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 21 | ZG Technology Co., Limited (志高科技有限公司)      | 86.21    | 85.33    | 45-90 天 | 85.33    | /     | 访谈并回函     | 86.21    | 85.33    |
| 22 | 字节跳动                                       | 698.02   | 462.68   | 45-90 天 | 462.68   | /     | 快递方式独立收发函 | 698.02   | 462.68   |
| 23 | Deluxe Ads                                 | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 24 | Baidu (Hong Kong) Limited                  | 3,228.24 | 129.42   | 45-90 天 | 129.42   | /     | 快递方式独立收发函 | 3,228.24 | 129.42   |
| 25 | Whatech Mobile Co., Limited                | 75.07    | 78.40    | 45-90 天 | 78.40    | /     | /         | /        | /        |
| 26 | Aware Ads, Inc.                            | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 27 | Rockcore Ecommerce Service Limited         | 92.39    | 44.36    | 45-90 天 | 44.36    | /     | /         | /        | /        |

| 序号 | 客户名称                                      | 2016年    |          |         |          |       |           |          |          |
|----|---|----------|----------|---------|----------|-------|-----------|----------|----------|
|    |   | 营业收入     | 应收账款余额   | 信用期     | 期后回款金额   | 第三方回款 | 函证程序      | 营业收入回函   | 应收账款回函   |
| 28 | Glispa GmbH                               | 11.50    | 12.01    | 45-90 天 | 12.01    | /     | 访谈并回函     | 11.50    | 12.01    |
| 29 | 360 mobile security limited               | 6,942.72 | 1,371.79 | 45-90 天 | 1,371.79 | /     | 快递方式独立收发函 | 6,942.72 | 1,371.79 |
| 30 | Appnext Ltd                               | 13.20    | 13.79    | 45-90 天 | 13.79    | /     | 访谈并回函     | 13.20    | 13.79    |
| 31 | Sungy Mobile limited                      | 4,443.65 | 798.64   | 45-90 天 | 798.64   | /     | 访谈并回函     | 4,443.65 | 798.64   |
| 32 | Apex Tech Holding Limited                 | 2,872.97 | 1,653.97 | 45-90 天 | 1,653.97 | /     | 访谈并回函     | 2,872.97 | 1,653.97 |
| 33 | Zoetop Business Co., Limited              | 2,780.12 | 765.07   | 45-90 天 | 765.07   | /     | 访谈并回函     | 2,780.12 | 765.07   |
| 34 | Leo Network (HK) limited                  | 707.88   | 962.36   | 45-90 天 | 962.36   | /     | 访谈并回函     | 707.88   | 962.36   |
| 35 | CocoBear Technology Limited               | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 36 | NuoRui Investments Limited (诺睿投资有限公司)     | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 37 | 深圳市恒泰德电子商务有限公司                            | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 38 | Promo Adx Network Technology Co., Limited | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 39 | 深圳市天梭互动科技有限公司                             | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 40 | 合肥黑钻科技有限公司                                | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 41 | 上海领态网络科技有限公司<br>ETMobi Global Pte Ltd     | 150.31   | 148.89   | 45-90 天 | 148.89   | /     | 访谈并回函     | 150.31   | 148.89   |
| 42 | 北京十维空间科技有限公司                              | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |
| 43 | Hotdogs Information Technology            | /        | /        | /       | /        | /     | /         | /        | /        |



| 序号 | 客户名称   | 2016年  |        |        |        |       |           |        |        |
|----|--|--------|--------|--------|--------|-------|-----------|--------|--------|
|    |  | 营业收入   | 应收账款余额 | 信用期    | 期后回款金额 | 第三方回款 | 函证程序      | 营业收入回函 | 应收账款回函 |
|    | Co., Limited   |        |        |        |        |       |           |        |        |
| 44 | 合肥云创机电工程有限公司   | /      | /      | /      | /      | /     | /         | /      | /      |
| 45 | 深圳玖盟互动网络科技有限公司   | 384.40 | 148.95 | 45-90天 | 148.95 | /     | /         | /      | /      |
| 46 | 合肥趣玩科技有限公司   | /      | /      | /      | /      | /     | /         | /      | /      |
| 47 | 北京创智优品科技有限公司   | 629.02 | 30.70  | 45-90天 | 30.70  | /     | 访谈并回函     | 629.02 | 30.70  |
| 48 | Soufeel Jewelry Limited  | 396.39 | 272.93 | 45-90天 | 272.93 | /     | 快递方式独立收发函 | 396.39 | 272.93 |
| 49 | Trading Passion Limited  | 387.16 | 74.28  | 45-90天 | 74.28  | /     | 访谈并回函     | 387.16 | 74.28  |
| 50 | Westlake Technologies Co., Pte. Ltd.                               | /      | /      | /      | /      | /     | /         | /      | /      |
| 51 | Electronic Soul Interaction Entertainment (Hong Kong) Co., Limited | 81.89  | 85.14  | 45-90天 | 85.14  | /     | 访谈并回函     | 81.89  | 85.14  |
| 52 | Ecyber Advertising Co., Limited                                    | 640.82 | 669.25 | 45-90天 | 669.25 | /     | 访谈并回函     | 640.82 | 669.25 |
| 53 | Honsen Advertising Limited   | 639.58 | 667.96 | 45-90天 | 667.96 | /     | 快递方式独立收发函 | 639.58 | 667.96 |
| 54 | QUNLI Limited  | 587.98 | 614.07 | 45-90天 | 614.07 | /     | 访谈并回函     | 587.98 | 614.07 |
| 55 | IGG Singapore Pte. Ltd.  | 313.89 | -      | 45-90天 | /      | /     | /         | /      | /      |
| 56 | Sam Media Ltd  | 92.95  | 10.39  | 45-90天 | 10.39  | /     | /         | /      | /      |
| 57 | 唯品会(中国)有限公司  | 633.62 | -      | 45-90天 | -      | /     | 快递方式独     | 633.62 | -      |

| 序号 | 客户名称         | 2016年  |        |        |        |       |       |        |        |
|----|--------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|
|    |              | 营业收入   | 应收账款余额 | 信用期    | 期后回款金额 | 第三方回款 | 函证程序  | 营业收入回函 | 应收账款回函 |
|    |              |        |        |        |        |       | 立收发函  |        |        |
| 58 | 上海欧拉网络技术有限公司 | 514.70 | -      | 45-90天 | -      | /     | 访谈并回函 | 514.70 | -      |

上表可见，发行人的主要客户保持了稳定性，由表格可计算得出，报告期发行人前 10 大客户的留存率如下：

| 项 目         | 2018 年 | 2017 年 | 2016 年 |
|-------------|--------|--------|--------|
| 前 10 大客户留存率 | 85%    | 80%    | 60%    |

报告期前十大客户留存率均在 60%以上，2018 年达到 85%，与同行业大客户留存率平均水平 60%相比，发行人客户留存率良好。

**二、 汇聚国际为汇量科技（HK.1860）设立的境外结算平台，汇量科技主营业务之一为广告程序化购买，根据年报其最大供应商采购量占比为 8%，以成本估算约为 1.85 亿元，但发行人对汇聚国际 2018 年的销售额为 2.52 亿元。请说明上述差异的原因、发行人毛利率低于汇量科技的原因及合理性、未将汇量科技作为同行业可比公司的原因及合理性**

**（一） 汇量科技主营业务之一为广告程序化购买，根据年报其最大供应商采购量占比为 8%，以成本估算约为 1.85 亿元，但发行人对汇聚国际 2018 年的销售额为 2.52 亿元。请说明上述差异的原因**

针对上述信息披露的差异，保荐机构、申报会计师和发行人律师核查了汇量科技 2018 年的年报、查阅了发行人与汇量科技的相关业务协议、双方的对账单、汇量科技就上述交易的函证回函、及回款的银行回单，经查阅上述原始凭证，发行人在 2018 年确认对于汇量科技的销售收入是准确、真实的。为了进一步了解信息披露的差异，保荐机构、申报会计师和发行人律师与汇量科技的财务负责人进行了访谈，对方确认了发行人与汇量科技交易的真实性、完整性，且对信息披露的差异进行了解释，以下内容节均来自于保荐机构、申报会计师与汇量科技的访谈纪要：

2018 年经汇量科技与木瓜移动双方对账确认，我方与木瓜移动的交易金额确为 2.52 亿元，此数据在木瓜移动 IPO 核查过程中也予以了确认，我方对上述交易金额不存疑义，且上述款项我方也按照合同约定进行了支付。我方承认上述交易的真实性。

汇聚国际为香港上市公司汇量科技的子公司，针对上述 2.52 亿元的交易金

额，在会计处理上，公司部分代理流量业务以净额法进行会计处理，剩余广告投放业务是按照全额法进行会计处理，这个在两家披露上存在一些差异，属于正常情况。

结合以上访谈结果，证实该差异引起的原因来自于两地会计处理要求不一致导致，汇聚国际通过木瓜集团采购交易的真实完整有效，汇量科技就上述访谈出具了书面确认文件。

## **(二) 发行人毛利率低于汇量科技的原因及合理性**

从汇量科技 2018 年公布的年报中分析发现，汇量科技目前的业务结构与发行人存在较大的差异。目前汇量科技将更多的业务重心放在了中长尾流量的开发兑现上，因此其收入的重点是效果类广告。而发行人则是将业务重心放在了头部流量上，其收入的重点是搜索展示类广告。

由于业务重点不同，主要流量来源不同，因此综合毛利率不具有可比性。发行人搜索展示类营销业务的毛利率显著低于效果类营销业务毛利率，由于搜索展示类业务营业收入占比由 2016 年的 28.27%，迅速提升至 2018 年的 97.05%，公司对移动互联网营销战略重心的转移导致报告期毛利率下降，与汇量科技的毛利率变化不具可比性。

## **(三) 未将汇量科技作为可比公司的原因**

汇量科技目前的业务结构与发行人存在较大的差异，其收入的重点是来自于中长尾流量的效果类广告。而发行人则是将业务重心放在了头部流量上，其收入的重点是搜索展示类广告。基于此，在首次问询函第 37 题中，发行人将汇量科技作为效果类业务的可比公司进行了分析和披露。

从报告期三年财务报表分析，汇量国际是发行人的主要客户，其主要从事长尾流量的效果类营销，在全球化主流媒体进行程序化购买时需要借助发行人的实时竞价服务，以满足其自身及代理客户的广告投放需求，从此角度汇量科技与发行人在业务方面存在一定的差异。

从汇量科技目前对外公告的信息分析，其对于收入的分类主要为程序化收入和非程序化收入，而发行人的主要收入全部为程序化收入。汇量科技部分收入采

用净额法核算，此外汇量科技也没有披露太多客户、成本方面的信息，客观造成与发行人信息可比性的困难。

综上所述，发行人未将汇量科技作为发行人的可比上市公司进行分析。

**三、公司对点点互动 2018 年销售额为 5.60 亿元，点点互动为世纪华通子公司。根据世纪华通年报，其前五大供应商中无发行人。请说明上述差异原因**

公司与点点互动 2018 年度交易金额为点点互动通过公司进行互联网营销推广发生的费用，双方已签署了采购合同，对于 2018 年度的交易金额发行人保荐机构和申报会计师进行了函证并取得点点互动回函确认金额无误，点点互动按照合同约定正常支付采购价款，双方交易发生是真实的。

根据公司与点点互动核实并经保荐机构、发行人律师、申报会计师对点点互动进行访谈确认，点点互动对于向木瓜移动采购交易金额根据其相关财务制度列支为“销售费用—广告推广费”进行财务核算，而不是列支在主营业务成本中进行核算，因而在其母公司浙江世纪华通集团股份有限公司（以下简称“世纪华通”、“上市公司”）层面进行合并时并没有直接体现为供应商的采购金额中，由于点点互动对于木瓜移动的采购交易金额列支为不同科目进行账务核算导致的差异，这并不影响双方交易的真实性。

根据 2019 年 4 月 27 日披露的世纪华通 2018 年年报，其销售费用中已对由于合并点点互动所导致的变化进行了披露，2017 年世纪华通年报披露的“销售费用-广告推广费”为 0.94 亿元，2018 年因合并点点互动增加至 14.72 亿元。

**四、根据公开信息查询，公司前五大客户中多数成立于 2015 年、部分公司实缴资本低于 50 万元、缴纳社保人数低于 20 人、存在被标注为小微企业的情形。请发行人以列表方式说明首轮及本次问询涉及的客户成立时间、注册资本、实缴资本、股东及实际控制人、主营业务、应收账款及收入、信用期及回款、是否存在第三方回款情况、函证程序、函证及回函金额，并对相关信息予以必要的分析说明**

通过在天眼查、国家企业信用信息公示系统、香港公司注册处 (<https://www.icris.cr.gov.hk/csci/>)、境外公司查询网址 (<https://www.crunchbase.com/>) 以及客户公司官网等查询公司注册基本信息, 首轮及本次问询内容涉及的公司客户成立时间、注册资本、实缴资本、股东、主营业务、应收账款及收入、信用期及回款、是否存在第三方回款情况、函证程序、函证及回函金额如下表所示:

| 序号 | 客户名称  | 成立时间       | 注册资本       | 实缴资本       | 股东                            | 主营业务           |
|----|---|------------|------------|------------|-------------------------------|----------------|
| 1  | Mobvista International Technology Limited (汇聚国际技术有限公司)                  | 2014-12-15 | HKD10,000  | HKD10,000  | Worldwide Target Limited 100% | 游戏开发及运营、数字营销广告 |
| 2  | Clicksmobi Media Limited (点摩香港网络科技有限公司) <sup>1</sup>                    | 2018-1-15  | HKD100,000 | HKD100,000 | 点摩(上海)网络科技有限公司 100%           | 互联网营销服务        |
| 3  | Hongkong Gather Wisdom Network Technology Co., Limited (香港聚智优创网络科技有限公司) | 2016-1-7   | HKD10,000  | HKD10,000  | 霍学明 100%                      | 游戏及工具类产品海外广告投放 |
| 4  | Easy Fun Entertainment Limited  | 2015-5-11  | HKD10,000  | HKD10,000  | 李雯 100%                       | 互联网营销服务        |
| 5  | HongKong Adtiger Media Co., Limited (香港虎示传媒有限公司)                        | 2010-11-22 | HKD10,000  | HKD10,000  | VENUS HOLDINGS LIMITED 50%、   | 互联网广告推广        |

<sup>1</sup> Clicksmobi Media Limited 成立时间 2018-1-15; 原合作主体 Gmobi International Limited 成立于 2014 年 10 月 10 日, 三方于 2018 年 3 月 1 日签订协议变更合作主体, 二者同属于点摩(上海)网络科技有限公司下属公司。

| 序号 | 客户名称  | 成立时间      | 注册资本                  | 实缴资本                  | 股东  | 主营业务              |
|----|---|-----------|-----------------------|-----------------------|---|-------------------|
|    |   |           |                       |                       | TASCHH LIMITED<br>20%、<br>Son of Sunrise<br>Investment Ltd 30%                              |                   |
| 6  | Click Tech Limited                                  | 2015-7-23 | USD80,000,000         | USD80,000,000         | 西安点告网络科技有限公司 100%   | 互联网广告、网盟推广        |
| 7  | Astromotion Games<br>limited                        | 2018-4-4  | HKD5,000,000          | HKD5,000,000          | YUE FENG 100%   | 互联网广告推广           |
| 8  | Hina Technology Co.,<br>Limited                     | 2017-2-1  | HKD10,000             | HKD10,000             | 潘贝蓓 100%  | 互联网营销服务           |
| 9  | Chanceplus Management<br>Limited (香港拓畅信息技<br>术有限公司) | 2015-8-13 | USD2,000,000<br>HKD 1 | USD2,000,000<br>HKD 1 | 上海拓畅信息技术<br>有限公司 100%   | 互动娱乐及电商为主的互联网广告推广 |
| 10 | ApproachS Co. Limited                               | 2014-5-7  | HKD10,000             | HKD10,000             | 上海安璞信息技术<br>有限公司 100%   | 移动端互联网广告推广        |
| 11 | ADyes (HongKong)<br>Technology Limited              | 2016-8-26 | USD100                | USD100                | Asia Innovations HK<br>Limited 50%，朴志<br>鹏 49%，Asia<br>Innovations<br>Network Limited<br>1% | APP、电商及游戏等互联网广告推广 |
| 12 | 北京凡木盛世广告传播<br>有限公司                                  | 2014-4-24 | 500 万元                | 500 万元                | 吕静明 75.5%<br>许勇 24.5%   | 互联网营销服务           |
| 13 | Soci-link Culture<br>Communication Co., Ltd.        | 2013-1-28 | 100 万元                | 100 万元                | 厦门商中在线科技<br>股份有限公司  | 互联网营销服务           |

| 序号 | 客户名称                                       | 成立时间      | 注册资本          | 实缴资本          | 股东  | 主营业务    |
|----|--|-----------|---------------|---------------|---|---------|
|    |  |           |               |               | 100%  |         |
| 14 | Lovead Limited                             | 2016-3-29 | HKD1,000,000  | HKD1,000,000  | 陈新民 100%  | 互联网营销服务 |
| 15 | Cola Technology international Co., Limited | 2016-1-6  | HKD10,000     | HKD10,000     | 闫国珍 100%  | 互联网营销服务 |
| 16 | Asialink Advertising Limited (亚近广告有限公司)    | 2015-9-8  | HKD100,000    | HKD100,000    | 单亮 100%   | 互联网营销服务 |
| 17 | Hydra Entertainment Limited                | 2016-9-1  | /             | /             | 梁永涛、李振南   | 互联网营销服务 |
| 18 | Foxseek Media Limited                      | 2013-6-14 | HKD10,000     | HKD10,000     | 苏传鸿 100%  | 互联网营销服务 |
| 19 | Diandian Interactive Holding <sup>2</sup>  | 2011-10-6 | USD 27,000.00 | USD 27,000.00 | Funplus Holding (趣加控股) 40%;<br>Huayu International Holding Limited (华毓国际控股有限公司) 20.9236%;<br>Jingyao International Limited (菁尧国际有限公司) 31.9716%; Huacong | 游戏研发及推广 |

<sup>2</sup> Diandian Interactive Holding 注册地为开曼，注册编号 263113，该客户基本信息取自于 2016 年 12 月《浙江世纪华通集团股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》。



| 序号 | 客户名称                                  | 成立时间       | 注册资本          | 实缴资本          | 股东   | 主营业务       |
|----|---------------------------------------|------------|---------------|---------------|--|------------|
|    |                                       |            |               |               | International Holding Limited (华聪国际控股有限公司) 7.1048% |            |
| 20 | DHGames Limited (卓杭游戏有限公司)            | 2017-1-18  | HKD12,000,000 | HKD12,000,000 | 成都卓杭网络科技有限公司 100%                                  | 手游研发及运营    |
| 21 | ZG Technology Co., Limited (志高科技有限公司) | 2015-5-19  | HKD10,000     | HKD10,000     | 徐尚泉 100%   | 跨境电商       |
| 22 | 字节跳动                                  | 2016-5-4   | 10,000 万元     | /             | 张一鸣 98.81%, 张利东 1.19%                              | 新闻阅读信息服务   |
| 23 | Deluxe Ads                            | 2010 年     | /             | /             | John Pratt   | 数字营销广告     |
| 24 | Baidu (Hong Kong) Limited             | 2007-11-27 | USD1          | USD1          | Baidu Holdings Limited 100%                        | 互联网服务      |
| 25 | Whatech Mobile Co., Limited           | 2014-9-10  | HKD10,000     | HKD10,000     | 广州市沃钛移动科技有限公司 100%                                 | 数字营销广告     |
| 26 | Aware Ads, Inc.                       | 2011 年     | /             | /             | James VanderLinden; Luke Vice                      | 数字营销广告     |
| 27 | Rockcore Ecommerce Service Limited    | 2015-5-29  | HKD10,000     | HKD10,000     | 胡博 75%、郭恺 25%                                      | 跨境电商       |
| 28 | Glispa GmbH                           | 2008-7-15  | EUR 25,000    | /             | Karol-Gavish                                       | 数字营销广告     |
| 29 | 360 mobile security                   | 2015-6-24  | USD90,000,000 | USD90,000,000 | 摩比神奇 (北京)  | 工具类 APP 产品 |

| 序号 | 客户名称   | 成立时间        | 注册资本             | 实缴资本           | 股东   | 主营业务           |
|----|--|-------------|------------------|----------------|--|----------------|
|    | limited                                      |             |                  |                | 信息技术有限公司<br>100%   |                |
| 30 | Appnext Ltd                                  | 2012-8-30   | /                | /              | Elad Natanson, Eran<br>Kariti                            | 数字营销广告         |
| 31 | Sungy Mobile limited                         | 2003 年 6 月份 | /                | /              | 邓裕强 100%   | 工具类 APP 产品     |
| 32 | Apex Tech Holding<br>Limited <sup>3</sup>    | 2014-7-15   | USD 50,000.00    | USD 50,000.00  | Apus System<br>Technology (Hong<br>Kong) Limited<br>100% | 工具类 APP 产品     |
| 33 | Zoetop Business Co.,<br>Limited              | 2015-12-8   | HKD1,810,389,343 | HKD309,000,000 | BEAUTY OF<br>FASHION<br>INVESTMENT<br>CO., LTD 100%      | 跨境电商           |
| 34 | Leo Network (HK) limited                     | 2014-12-30  | HKD10,000        | HKD10,000      | 深圳市理奥网络技<br>术有限公司 100%                                   | APP 开发与互联网广告推广 |
| 35 | CocoBear Technology<br>Limited               | 2017-2-13   | HKD10,000        | HKD10,000      | 上海触控科技发展<br>有限公司 100%                                    | 网络游戏及软件开发      |
| 36 | NuoRui Investments<br>Limited (诺睿投资有限公<br>司) | 2016-4-29   | USD426,659,620   | USD426,659,620 | 宁波诺信睿聚信息<br>技术有限责任公司<br>100%                             | 工具类 APP 产品     |
| 37 | 深圳市恒泰德电子商务<br>有限公司                           | 2017-12-9   | 100 万元           | /              | 王昆仑 100%   | 跨境电商           |

<sup>3</sup> Apex Tech Holding Limited 注册编号 1833037, 注册资本等基本信息取自《麒麟合盛网络技术股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》。

| 序号 | 客户名称  | 成立时间       | 注册资本       | 实缴资本       | 股东  | 主营业务                   |
|----|---|------------|------------|------------|---|------------------------|
| 38 | PromoAdx Network Technology Co., Limited    | 2015-8-18  | HKD10,000  | HKD10,000  | 郑文智 100%  | 信息技术                   |
| 39 | 深圳市天梭互动科技有限公司                               | 2015-3-12  | 500 万元     | /          | 翁杰 50%<br>林金荣 50%                                   | 批发业                    |
| 40 | 合肥黑钻科技有限公司                                  | 2016-3-25  | 1,000 万元   | /          | 合肥常春藤移动科技有限公司 100%                                  | 科技推广和应用服务业             |
| 41 | 上海领态网络科技有限公司 ETMobi Global Pte Ltd          | 2016-3-16  | 10,000 美元  | 10,000 美元  | WANG<br>FENGSHENG<br>100%                           | Advertising Activities |
| 42 | 北京十维空间科技有限公司                                | 2016-8-5   | 100 万元     | /          | 陈锴 100%   | 科技推广和应用服务业             |
| 43 | Hotdogs Information Technology Co., Limited | 2016-7-26  | HKD10,000  | HKD10,000  | 吴耀 70%、庄骥 30%                                       | 互联网服务                  |
| 44 | 合肥云创机电工程有限公司                                | 2017-1-20  | 500 万元     | /          | 丁秀云 100%  | 批发零售                   |
| 45 | 深圳玖盟互动网络科技有限公司                              | 2015-12-10 | 100 万元     | /          | 陈春华 80%，杨红军 20%                                     | 电子商务                   |
| 46 | 合肥趣玩科技有限公司                                  | 2016-3-18  | 1000 万元    | /          | 合肥常春藤移动科技有限公司 100%                                  | 科技推广和应用服务业             |
| 47 | 北京创智优品科技有限公司                                | 2012-4-5   | 180.725 万元 | 180.725 万元 | 夏钢 72.5%，北京红杉信远股权投资中心(有限合伙)17%，洪侃 7%，张亚川 2.5%，西藏源代码 | 手游开发及运营                |

| 序号 | 客户名称   | 成立时间       | 注册资本         | 实缴资本         | 股东   | 主营业务     |
|----|--|------------|--------------|--------------|--|----------|
|    |  |            |              |              | 股权投资合伙企业<br>(有限合伙) 1%  |          |
| 48 | Soufeel Jewelry Limited  | 2016-2-17  | HKD10,000    | HKD10,000    | Harbin Maiyuan<br>Electronic<br>Commerce Co., Ltd.<br>哈尔滨迈远电子商务有限公司 100% | 跨境电商     |
| 49 | Trading Passion Limited  | 2007-9-25  | HKD10,000    | HKD10,000    | 连夏阳 100%   | 跨境电商     |
| 50 | Westlake Technologies<br>Co., Pte. Ltd.                                  | 2013-5-16  | SGD300,000   | SGD300,000   | LI YUFEI67%、<br>YU DILIANG33%  | 游戏业务海外推广 |
| 51 | Electronic Soul Interaction<br>Entertainment (Hong<br>Kong) Co., Limited | 2016-6-3   | USD5,000,000 | USD5,000,000 | 杭州电魂网络科技<br>股份有限公司<br>100%   | 游戏业务海外推广 |
| 52 | Ecyber Co., Limited  | 2016-5-10  | HKD10,000    | HKD10,000    | XU YONG (许勇)<br>100%   | 网络游戏运营   |
| 53 | Honsen Limited   | 2016-11-2  | HKD10,000    | HKD10,000    | CUI YUE (崔越)<br>70%、<br>SHEN ZHONG (沈<br>仲) 30%                          | 网络游戏运营   |
| 54 | QUNLI Limited <sup>4</sup>   | 2014-7-2   | /            | /            | /  | 网络游戏运营   |
| 55 | IGG Singapore Pte. Ltd.  | 2009-6-30  | SGD1,500,000 | SGD1,500,000 | IGG INC 100%   | 网络游戏运营   |
| 56 | Sam Media Ltd  | 2004-12-22 | HKD100       | HKD100       | MARNIX   | 网络游戏运营   |

<sup>4</sup> BVI公司，未披露详细信息，2016年营业收入占比1.04%，占比较低，2017年和2018年无营业收入。

| 序号 | 客户名称         | 成立时间       | 注册资本       | 实缴资本       | 股东  | 主营业务       |
|----|--------------|------------|------------|------------|---|------------|
|    |              |            |            |            | ALEXANDER BEUGEL 50% 、 JARI PLUS B.V. 50%   |            |
| 57 | 唯品会（中国）有限公司  | 2011-1-20  | 18,000 万美元 | /          | VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED 100% | 电子商务       |
| 58 | 上海欧拉网络技术有限公司 | 2010-12-28 | 220.191 万元 | 220.191 万元 | 天津奇信欧控科技有限公司 100%                           | 工具类产品研发及推广 |

首轮及本次问询涉及的客户成立时间、注册资本、实缴资本、股东及实际控制人、主营业务、应收账款及收入、信用期及回款、是否存在第三方回款情况、函证程序、函证及回函金额信息参见本题第一小问。经核查可知，虽然发行人的主要客户都是国内知名的电商企业及数字营销公司，但是签约主体往往是客户在香港的子公司或其他境外主体，因香港及境外地区对于注册资本的要求较低，客户签约主体的注册资本都较小，但是这并不影响其与发行人交易的真实性。

## 五、发行人及其董监高、发行人主要股东与上述客户是否存在关联关系、任职、共同投资或者其他需要说明的关系

发行人及其董监高、发行人主要股东与上述客户不存在关联关系、任职、共同投资或者其他需要说明的关系。

## 六、根据公开信息查询, 发行人客户北京点开法定代表人一直从事 DSP 等研发。请说明北京点开采购公司业务的原因及必要性

北京点开一直在从事针对中国大陆市场的 DSP 产品研发工作, 但在出海大数据营销的 DSP 产品领域还是空白。因此, 北京点开在业务开展过程中, 需要采购发行人相关服务以保证业务的顺利开展。

## 七、发行人提供的重大销售合同签订日期为 2019 年 1 月 1 日, 请提供报告期主要客户合同。

已准备报告期内各期前十大客户与公司签订的协议。

## 八、核查过程和核查结论

### (一) 核查程序

保荐机构、发行人律师及申报会计师进行了核查:

- 1、获取并核查了发行人报告期内前十大客户的合同、交易情况;
- 2、访谈了发行人业务主管了解报告期内与汇聚国际合作情况; 获取并核查了发行人与汇聚国际的业务合同、2018 年交易账单; 查询汇量科技 (HK.1860) 披露的 2018 年年报; 并对发行人与汇聚国际交易情况进行函证和访谈确认;
- 3、访谈了发行人业务主管了解报告期内与点点互动合作情况; 获取并核查了发行人与点点的业务合同、2018 年交易账单; 查询世纪华通披露的 2018 年年报; 并对发行人与点点互动交易情况进行函证和访谈确认;
- 4、根据公开信息和在香港公司注册处系统 (<https://www.icris.cr.gov.hk/csci/>) 独立查询首轮及本次问询内容涉及的公司客户成立时间、注册资本、实缴资本、

股东及实际控制人或董事、主营业务；获取并核查了上述客户的合同、交易对账单、应收账款余额表、回款流水单、并执行函证进行确认；

5、访谈了发行人业务主管了解客户北京点开的合作情况，获取北京点开的业务合同，对北京点开进行函证和访谈确认；

6、获取并核查了发行人报告期内的各年前十大客户的合同。

## （二）核查意见

经上述核查，保荐机构、发行人律师及申报会计师认为：

1、发行人报告期前十大客户留存率均在 60%以上，2018 年达到 85%，与同行业大客户留存率平均水平 60%相比，发行人客户留存率良好。

2、经与汇量科技访谈确认，2018 年汇量科技与发行人交易金额为 2.52 亿元，该数据在函证过程中也得到汇量科技回函确认；针对其年报其最大供应商采购量占比为 8%，以成本估算约为 1.85 亿元与双方交易 2.52 亿元差异原因为：汇量科技下属汇聚国际为香港上市公司，在会计处理上其部分代理流量业务以净额法进行会计处理，剩余广告投放业务是按照全额法进行会计处理差异所致，因此在两家交易披露上存在一些差异，但汇聚国际通过木瓜集团采购款系真实完整的。发行人与汇量科技的毛利率差异主要原因为双方业务侧重点不同所致，汇量科技目前的业务结构与发行人存在较大的差异，其收入的重点是来自于中长尾流量的效果类广告，而发行人则是将业务重心放在头部媒体流量上，其收入的重点是搜索展示类广告，因此未将汇量科技作为发行人完全可比上市公司进行分析，而在效果类业务分析中将其作为可比公司进行比较分析。

3、发行人对点点互动 2018 年销售额为 5.60 亿元交易额未在世纪华通年报中作为供应商采购体现的主要原因为：点点互动对于向发行人采购媒体流量交易根据其相关财务制度列支为“销售费用—广告推广费”进行财务核算，而不是列支在主营业务成本中进行核算，因而在其母公司世纪华通层面进行合并时并没有直接体现为供应商的采购金额中，由于点点互动对于木瓜移动的采购交易金额列支为不同科目进行账务核算导致的差异所致，而世纪华通 2018 年年报对于销售

费用—广告推广费的变化已经披露为主要系合并点点互动所致，双方交易是真实的。

4、发行人已对首轮及本次问询内容涉及的公司客户成立时间、注册资本、实缴资本、股东及实际控制人或董事、主营业务、应收账款及收入、信用期及回款、是否存在第三方回款情况、函证程序、函证及回函金额如实披露；发行人的主要客户都是国内知名的电商、工具类等企业，但是签约主体往往是客户在香港的子公司，由于香港本地对于注册资本的要求较低，客户在香港的签约子公司的注册资本都较小，但这并不影响其与发行人的交易，上述客户基本都能按照合同进行回款。发行人及其董监高、发行人主要股东与上述客户不存在关联关系、任职、共同投资或者其他需要说明的关系。

5、根据访谈确认，北京点开一直在从事针对中国大陆市场的 DSP 产品研发工作，但在出海大数据营销的 DSP 产品领域还未开展。因此，北京点开在业务开展过程中，需要采购发行人相关服务以保证业务的顺利开展。

6、发行人已提交了报告期内的各年前十大客户合同。

## 问题 11 关于来自代理及游戏行业收入等财务信息对比

公司业务分为搜索展示类业务及效果类业务。报告期，公司对代理公司应收账款占对其收入的比重分别为 97.59%、27.61%及 36.31%，而对游戏行业公司的应收账款占对其收入的比重分别为 77.42%、20.43%及 8.53%，代理客户应收账款占收入比重明显高于游戏公司。同时，公司毛利率分别为 20.31%、6.24%、4.38%，发行人来自于游戏公司的毛利率分别为 16.37%、2.30%及 1.89%；来自于代理公司的毛利率分别为 7.71%、5.02%及 6.05%。

请发行人补充披露：（1）按照搜索展示类业务及效果类业务，说明分别来自于直接客户（直接客户按照游戏、电子商务、媒体资讯及其他予以细分）及代理公司的按季度收入、毛利率、应收账款、信用期及平均信用期、期后回款的金额，并予以必要的分析；（2）公司对于代理公司及直接客户之间是否存在应收账款的信用期差异，并予以具体说明；（3）搜索展示类业务前十大客户名



称、收入金额及占比、应收账款、信用期及期后回款情况；（4）代理公司应收账款占收入比重高于游戏行业及公司平均值的原因、是否存在放宽信用期刺激销售的情况、是否存在年末突击销售的情况、并对上述情况予以具体详细的说明；（5）公司针对游戏公司及代理公司的定价策略，代理公司毛利率与其他同行业公司差异的原因，是否存在流量通道业务，是否存在因信用期不同或其他差异而收取相关流量采购垫资费用的情况。

请发行人进一步说明：（1）报告期搜索展示类及效果类中来自游戏行业的前五大客户名称、成立时间、确认收入时间及金额、期末应收账款；（2）来自于游戏行业的毛利率大幅下滑的原因，毛利率低于公司整体毛利率的原因及合理性；（3）不同终端行业成本构成情况、不同行业服务器成本分担的原则及依据，是否符合会计准则的要求。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

#### 【回复】

一、按照搜索展示类业务及效果类业务，说明分别来自于直接客户（直接客户按照游戏、电子商务、媒体资讯及其他予以细分）及代理公司的按季度收入、毛利率、应收账款、信用期及平均信用期、期后回款的金额，并予以必要的分析

（一）发行人在招股说明书第八节 财务会计信息与管理层分析之“十二、经营成果分析”之“（四）营业毛利和毛利率分析”中补充披露如下：

#### 5、直接客户及代理公司分季度收入、毛利率分析

发行人 2016 年搜索展示类业务和效果类业务占比与 2017 和 2018 年不具有可比性，所以针对分行业收入和毛利率分析分开讨论。

#### 2016 年各季度收入毛利率分析

单位：万元

| 分<br>类 | 行<br>业 | 2016Q1  |             | 2016Q2   |             | 2016Q3   |             | 2016Q4   |             |
|--------|--------|---------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
|        |        | 收<br>入  | 毛<br>利<br>率 | 收<br>入   | 毛<br>利<br>率 | 收<br>入   | 毛<br>利<br>率 | 收<br>入   | 毛<br>利<br>率 |
| 搜索     | 直客     | 1,414.9 | 0.13%       | 1,685.41 | 0.32%       | 1,921.06 | 0.16%       | 5,804.18 | 0.57%       |

| 分类  | 行业       | 2016Q1   |           | 2016Q2   |           | 2016Q3    |           | 2016Q4   |        |
|-----|----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|----------|--------|
|     |          | 收入       | 毛利率       | 收入       | 毛利率       | 收入        | 毛利率       | 收入       | 毛利率    |
| 展示类 |          | 0        |           |          |           |           |           |          |        |
|     | - 游戏     | -        | -         | -        | -         | -         | -         | 3,421.97 | 0.83%  |
|     | - 电商     | -        | -         | -        | -         | -         | -         | 130.54   | 0.85%  |
|     | - 其他     | 1,414.90 | 0.13%     | 1,685.41 | 0.32%     | 1,921.06  | 0.16%     | 2,251.67 | 0.17%  |
|     | 代理       | 250.39   | 0.71%     | 289.83   | 0.77%     | 1,179.52  | 0.73%     | 3,425.99 | 0.73%  |
|     | 小计       | 1,665.29 | 0.22%     | 1,975.24 | 0.39%     | 3,100.58  | 0.38%     | 9,230.17 | 0.63%  |
| 效果类 | 直客       | 8,008.06 | 19.79%    | 8,482.94 | 19.86%    | 11,056.59 | 19.92%    | 8,214.03 | 19.92% |
|     | - 游戏     | 1,047.81 | 19.15%    | 699.01   | 19.28%    | 1,338.84  | 19.54%    | 997.86   | 19.68% |
|     | - 电商     | 100.00   | 18.87%    | 147.89   | 19.38%    | 285.55    | 19.86%    | 187.25   | 18.91% |
|     | - 其他     | 6,860.25 | 19.90%    | 7,636.04 | 19.92%    | 9,432.20  | 19.97%    | 7,028.92 | 19.98% |
|     | 小计       | 8,008.06 | 19.79%    | 8,482.94 | 19.86%    | 11,056.59 | 19.92%    | 8,214.03 | 19.92% |
| 合计  | 9,673.35 | 16.42%   | 10,458.18 | 16.18%   | 14,157.17 | 15.64%    | 17,444.20 | 9.71%    |        |

2016 年发行人的搜索展示类业务处于技术积累与数据积累初期，一方面表现为训练决策模型的机会成本，另一方面服务器成本也有很大比例属于提前考虑未来收入规模的先期投入，所以 2016 年搜索展示类业务的毛利率偏低。随着模型训练成熟，2017 年一季度搜索展示类业务就突破 3 亿元，该业务毛利率在各行业的水平趋于稳定，平均达到 4% 左右。

2016 年效果类业务不同行业各季度毛利水稳定在 19% 左右，与同行业可比公司水平一致。

2017 开始，发行人业务类别中效果类占比已经下降至 8%，2018 年占比更低至 2.95%，故 2017 年和 2018 年分行业毛利率分析不再拆分业务类别，以合并口径讨论。

| 项目 | 分类   | 2017Q1    |        | 2017Q2    |        | 2017Q3    |        | 2017Q4    |        | 2017 合计    |
|----|------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|------------|
|    |      | 收入(万元)    | 毛利率    | 收入(万元)    | 毛利率    | 收入(万元)    | 毛利率    | 收入(万元)    | 毛利率    | 收入(万元)     |
| 直客 | 游戏   | 5,451.84  | 2.80%  | 5,909.56  | 2.30%  | 11,193.40 | 2.31%  | 16,630.05 | 2.13%  | 39,184.85  |
|    | 电子商务 | 3,380.01  | 10.37% | 7,804.91  | 10.41% | 7,396.98  | 10.26% | 15,200.75 | 10.15% | 33,782.65  |
|    | 媒体资讯 | 1,485.57  | 7.58%  | 1,142.20  | 7.81%  | 1,267.79  | 9.05%  | 3,078.41  | 7.10%  | 6,973.97   |
|    | 其他   | 9,213.04  | 8.04%  | 7,788.62  | 8.23%  | 6,352.89  | 8.58%  | 10,041.60 | 7.86%  | 33,396.15  |
| 代理 |      | 12,849.52 | 5.75%  | 27,935.70 | 3.69%  | 33,239.85 | 5.89%  | 39,282.96 | 5.00%  | 113,308.03 |
| 项目 | 分类   | 2018Q1    |        | 2018Q2    |        | 2018Q3    |        | 2018Q4    |        | 2018 合计    |
|    |      | 收入(万元)    | 毛利率    | 收入(万元)    | 毛利率    | 收入(万元)    | 毛利率    | 收入(万元)    | 毛利率    | 收入(万元)     |
| 直客 | 游戏   | 25,177.12 | 2.10%  | 18,796.66 | 2.20%  | 29,038.11 | 1.99%  | 27,012.36 | 1.34%  | 100,024.25 |
|    | 电子商务 | 20,436.04 | 4.40%  | 28,457.12 | 3.70%  | 38,552.21 | 4.08%  | 46,428.57 | 4.85%  | 133,873.94 |
|    | 媒体资讯 | 3,664.94  | 8.13%  | 2,550.06  | 7.39%  | 1,753.80  | 8.49%  | 2,627.63  | 7.90%  | 10,596.43  |
|    | 其他   | 12,605.80 | 4.57%  | 19,727.30 | 5.05%  | 16,761.74 | 4.64%  | 19,876.45 | 4.38%  | 68,971.29  |
| 代理 |      | 31,113.79 | 6.17%  | 23,022.81 | 5.40%  | 27,198.35 | 6.52%  | 38,020.04 | 6.05%  | 119,354.99 |

发行人电商类业务自 2017 年第四季度快速增长，电商类业务的广告投放决策系统数据量急剧增大，由于决策模型训练需要时间，大量的新数据会造成转化率暂时下降从而引起利润率的暂时下降。随着客户后续投放次数的增多，模型训练的成熟，可以看到毛利率稳中有升。电商类业务 2018 年第四季度毛利额同比增幅达到 45.8%；与此同时，服务该类客户的团队稳定，使得人均期间费用迅速下降，人均收入和人均利润逐年增高，从企业经营角度分析，其具备合理性。

2017 年以后游戏类营销业务的毛利率趋于稳定，基本在 2%左右，这主要是公司基于游戏投放项目的优化熟练度高，处理能力强，通过更短的时间达到客户 ROI 目标，在游戏类广告投放策略上投入的资源日趋稳定；虽然 2018 年第四季度毛利率出现一定的下滑，但是由于投放规模和投放效率的提高，公司通过游戏公司赚取的毛利额却稳健增长。

(二) 发行人在招股说明书第八节 财务会计信息与管理层分析之“十三、资产质量分析”之“(一) 资产状况分析”中补充披露如下：

## 2、流动资产构成及变动分析

### (2) 应收票据及应收账款

.....

## ⑦来自于直接客户及代理公司的收入及应收账款分析

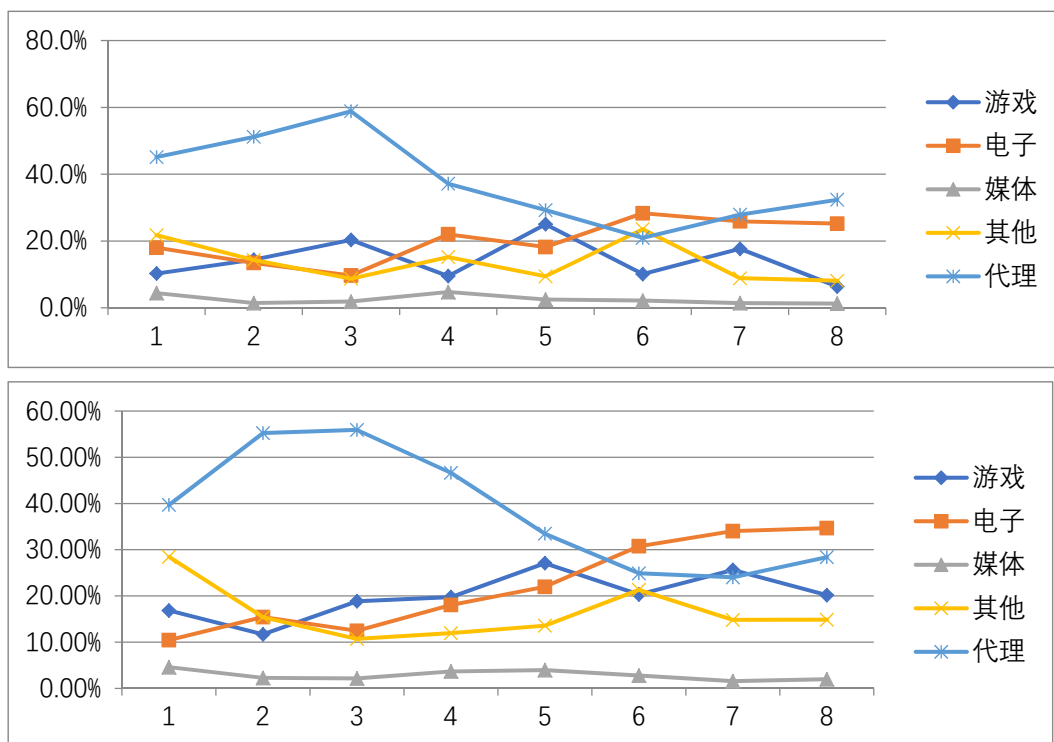
## A. 分行业、分季度应收账款

2016年发行人应收账款回款率达100%，2017年和2018年应收账款和期后回款的分行业数据如下：

单位：万元

| 项目        | 分类 | 2017Q1    | 2017Q2    | 2017Q3    | 2017Q4    | 2018Q1    | 2018Q2    | 2018Q3     | 2018Q4     |
|-----------|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|
| 应收账款      | 游戏 | 3,326.28  | 7,287.73  | 12,085.80 | 8,005.46  | 23,274.72 | 9,351.24  | 20,030.53  | 8,531.25   |
|           | 电子 | 5,829.22  | 6,793.87  | 5,744.30  | 18,535.91 | 16,912.60 | 26,190.21 | 29,337.02  | 33,746.37  |
|           | 媒体 | 1,430.34  | 723.54    | 1,101.76  | 3,976.45  | 2,316.44  | 1,978.17  | 1,586.01   | 1,687.07   |
|           | 其他 | 7,037.73  | 7,257.96  | 5,196.94  | 12,808.97 | 8,757.68  | 21,776.56 | 10,027.58  | 10,825.79  |
|           | 代理 | 14,608.29 | 25,893.39 | 34,983.31 | 31,285.93 | 27,205.15 | 19,365.56 | 31,569.30  | 43,337.23  |
| 营业收入      | 游戏 | 5,451.84  | 5,909.56  | 11,193.40 | 16,630.05 | 25,177.12 | 18,796.66 | 29,038.11  | 27,012.36  |
|           | 电子 | 3,380.01  | 7,804.91  | 7,396.98  | 15,200.75 | 20,436.04 | 28,457.12 | 38,552.21  | 46,428.57  |
|           | 媒体 | 1,485.57  | 1,142.20  | 1,267.79  | 3,078.41  | 3,664.94  | 2,550.06  | 1,753.80   | 2,627.63   |
|           | 其他 | 9,213.04  | 7,788.62  | 6,352.89  | 10,041.60 | 12,605.80 | 19,727.30 | 16,761.74  | 19,876.45  |
|           | 代理 | 12,849.52 | 27,935.70 | 33,239.85 | 39,282.96 | 31,113.79 | 23,022.81 | 27,198.35  | 38,020.04  |
|           | 合计 | 32,379.98 | 50,580.99 | 59,450.91 | 84,233.77 | 92,997.69 | 92,553.95 | 113,304.21 | 133,965.05 |
| 收入占比      | 游戏 | 16.84%    | 11.68%    | 18.83%    | 19.74%    | 27.07%    | 20.31%    | 25.63%     | 20.16%     |
|           | 电子 | 10.44%    | 15.43%    | 12.44%    | 18.05%    | 21.97%    | 30.75%    | 34.03%     | 34.66%     |
|           | 媒体 | 4.59%     | 2.26%     | 2.13%     | 3.65%     | 3.94%     | 2.76%     | 1.55%      | 1.96%      |
|           | 其他 | 28.45%    | 15.40%    | 10.69%    | 11.92%    | 13.55%    | 21.31%    | 14.79%     | 14.84%     |
|           | 代理 | 39.68%    | 55.23%    | 55.91%    | 46.64%    | 33.46%    | 24.88%    | 24.00%     | 28.38%     |
| 应收账款/营业收入 | 游戏 | 10.3%     | 14.4%     | 20.3%     | 9.5%      | 25.0%     | 10.1%     | 17.7%      | 6.4%       |
|           | 电子 | 18.0%     | 13.4%     | 9.7%      | 22.0%     | 18.2%     | 28.3%     | 25.9%      | 25.2%      |
|           | 媒体 | 4.4%      | 1.4%      | 1.9%      | 4.7%      | 2.5%      | 2.1%      | 1.4%       | 1.3%       |
|           | 其他 | 21.7%     | 14.3%     | 8.7%      | 15.2%     | 9.4%      | 23.5%     | 8.9%       | 8.1%       |
|           | 代理 | 45.1%     | 51.2%     | 58.8%     | 37.1%     | 29.3%     | 20.9%     | 27.9%      | 32.3%      |

下图图一为分行业应收账款占当期总营业收入比，图二为分行业营业收入占当期总营业收入比。



由以上两个图形对比分析可以看出，发行人不同行业客户各季应收账款在营业收入中占比，与对应行业各季度营业收入在总营业收入中占比的趋势保持基本一致，说明不存在某个行业客户应收账款占比显著较大或者超过当期营业收入水平的情形。

## B. 信用期及平均信用期

2017年和2018年分行业的信用期情况如下：

| 行业 | 信用期（天） |        |        |        |        |        |        |        |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|    | 2017Q1 | 2017Q2 | 2017Q3 | 2017Q4 | 2018Q1 | 2018Q2 | 2018Q3 | 2018Q4 |
| 游戏 | 86     | 81     | 78     | 54     | 56     | 78     | 46     | 48     |
| 电子 | 79     | 73     | 76     | 72     | 78     | 68     | 65     | 61     |
| 媒体 | 58     | 85     | 65     | 74     | 77     | 76     | 91     | 56     |
| 其他 | 93     | 83     | 88     | 81     | 77     | 70     | 85     | 47     |
| 代理 | 69     | 65     | 82     | 76     | 85     | 91     | 84     | 89     |

公司2017年与2018年分行业平均账期均在45到90天之间，与公司披露的信用期相符。而2018年下半年，随着游戏行业出海规模的扩大，其行业现金流充足的实际情况也反应到发行人回款情况向好，这是游戏行业应收账款周转率略高于其他行业的原因。

## C. 分季度应收账款期后回款

公司分行业期后回款详情见下表：

单位：万元

| 项目     | 分类 | 2017Q1    | 2017Q2    | 2017Q3    | 2017Q4    | 2018Q1    | 2018Q2    | 2018Q3    | 2018Q4    |
|--------|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 期后回款   | 游戏 | 3,326.28  | 7,287.73  | 11,274.85 | 7,805.46  | 23,046.95 | 9,351.24  | 19,730.53 | 8,331.25  |
|        | 电子 | 5,829.22  | 6,793.87  | 5,444.30  | 18,085.91 | 15,980.54 | 26,090.21 | 28,687.02 | 32,396.37 |
|        | 媒体 | 1,430.34  | 723.54    | 1,101.76  | 3,866.45  | 2,316.44  | 1,978.17  | 1,486.01  | 1,637.07  |
|        | 其他 | 7,037.73  | 7,257.96  | 5,196.94  | 11,807.29 | 8,237.36  | 21,776.56 | 9,246.27  | 9,935.01  |
|        | 代理 | 14,358.40 | 25,096.05 | 33,373.31 | 30,325.93 | 26,535.15 | 18,433.88 | 30,049.30 | 42,437.23 |
|        | 收入 | 31,981.97 | 47,159.15 | 56,391.16 | 71,891.04 | 76,116.44 | 77,630.06 | 89,199.13 | 94,736.93 |
| 期后回款比例 | 游戏 | 100.00%   | 100.00%   | 93.29%    | 97.50%    | 99.02%    | 100.00%   | 98.50%    | 97.66%    |
|        | 电子 | 100.00%   | 100.00%   | 94.78%    | 97.57%    | 94.49%    | 99.62%    | 97.78%    | 96.00%    |
|        | 媒体 | 100.00%   | 100.00%   | 100.00%   | 97.23%    | 100.00%   | 100.00%   | 93.69%    | 97.04%    |
|        | 其他 | 100.00%   | 100.00%   | 100.00%   | 92.18%    | 94.06%    | 100.00%   | 92.21%    | 91.77%    |
|        | 代理 | 98.29%    | 96.92%    | 95.40%    | 96.93%    | 97.54%    | 95.19%    | 95.19%    | 97.92%    |
|        | 收入 | 99.22%    | 98.34%    | 95.40%    | 96.35%    | 97.00%    | 98.69%    | 96.38%    | 96.54%    |

发行人 2017 年计提坏账准备率为 1.48%，目前回款比例达 97.33%；2018 年计提坏账准备率为 2.73%，并已对部分延期回款客户按单项计提减值准备处理。

由此得出结论，发行人针对坏账准备计提政策的制定既符合行业惯例，也同时结合企业的实际经营情况，所以对坏账准备的计提比例是审慎的；从实际回款情况看，坏账准备的计提是充分的。

## 二、公司对于代理公司及直接客户之间是否存在应收账款的信用期差异，并予以具体说明

经保荐机构及申报会计师查阅相关客户合同、财务凭证及客户回款等凭证，公司对于直客和代理客户并不存在信用期的差异。公司信用账期的授予和考核标准取决于：客户资质及股东背景，公司实力，拟投放推广需求的 ROI 以及未来投放规模，而所处行业并非考核的标准。公司的授信周期集中在 45-90 天，有少部分知名品牌企业或公众上市公司取得更好的的授信周期（一般不会超过 90 天），例如汇量科技（香港上市公司）和虎视传媒（美国上市公司），UPLTV（收入增长较快的客户）。

此外，随着公司业务的不增长，公司一直秉承了稳健的财务管理风格，严格考虑客户的应收账款回款情况，通过加大催收力度、或者控制客户信用总额等

方法严格管理账龄。报告期内，公司的应收账款周转率在报告期逐年加快，特别是在发行人营业收入大幅上涨的2017年和2018年，发行人的应收账款周转率均高于同行业上市公司的平均水平，说明发行人不存在放宽账期的情形，详见下图：

| 公司名称       | 2018年       |              | 2017年       |              | 2016年       |              |
|------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|            | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 |
| 华扬联众       | 2.92        | 123          | 2.78        | 129          | 2.72        | 132          |
| 蓝色光标       | 3.82        | 94           | 2.74        | 131          | 2.87        | 125          |
| 佳云科技       | 6.18        | 58           | 4.37        | 82           | 5.81        | 62           |
| <b>平均值</b> | <b>4.31</b> | <b>92</b>    | <b>3.30</b> | <b>114</b>   | <b>3.80</b> | <b>107</b>   |
| 木瓜移动       | 4.88        | 74           | 4.51        | 80           | 3.08        | 117          |

发行人2017至2018年直客与代理前十大平均回款周期对比分析情况如下表：

| 公司名称  | 2018年       |              | 2017年       |              | 2016年       |              |
|-------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|       | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 |
| 直客前十大 | 7.91        | 45           | 5.05        | 71           | 3.87        | 93           |
| 代理前十大 | 4.04        | 89           | 4.82        | 74           | 2.32        | 39           |
| 公司整体  | 4.88        | 74           | 4.51        | 80           | 3.08        | 117          |

上表可见，由于代理客户需与最终广告主确认销售收入，随着公司业务规模的扩大，代理应收账款周转天数逐年提升，另一方面随着公司知名度的提高，直客数量逐年上升，2018年直客营业收入占比由2017年的50.01%上升至72.42%，直客的增长一定程度上抵消了代理客户账款周期较长的影响。报告期随着直客的提升和公司经营情况的把控加强，使得应收账款周转率逐年提升。

与同行业应收账款周转率对比，发行人周转情况逐年加快，2017及2018年均优于行业平均水平。

| 公司名称 | 2018年       |              | 2017年       |              | 2016年       |              |
|------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|      | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 |
| 华扬联众 | 2.92        | 123          | 2.78        | 129          | 2.72        | 132          |
| 蓝色光标 | 3.82        | 94           | 2.74        | 131          | 2.87        | 125          |
| 佳云科技 | 6.18        | 58           | 4.37        | 82           | 5.81        | 62           |

| 公司名称 | 2018 年      |              | 2017 年      |              | 2016 年      |              |
|------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|      | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 | 应收账款<br>周转率 | 应收账款<br>周转天数 |
| 平均值  | 4.31        | 92           | 3.30        | 114          | 3.80        | 107          |
| 木瓜移动 | 4.88        | 74           | 4.51        | 80           | 3.08        | 117          |

### 三、搜索展示类业务前十大客户名称、收入金额及占比、应收账款、信用期及期后回款情况

发行人在招股说明书第八节 财务会计信息与管理层分析之“十三、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”中补充披露如下：

#### 2、流动资产构成及变动分析

##### （2）应收票据及应收账款

.....

##### ⑧搜索展示类前十大客户应收账款情况

报告期公司搜索展示类业务前十大客户的名称、收入金额及占比、应收账款、信用期及期后回款情况如下表所示：

单位：万元

| 期间     | 客户名称   | 收入金额      | 收入占比   | 期末应收账款    | 信用期     | 期后回款金额    | 期后回款占比  |
|--------|--|-----------|--------|-----------|---------|-----------|---------|
| 2018 年 | Diandian Interactive Holding                           | 56,007.38 | 12.94% | 1,991.25  | 45-90 天 | 1,991.25  | 100.00% |
|        | Mobvista International Technology Limited (汇聚国际技术有限公司) | 25,187.98 | 5.82%  | 11,538.76 | 45-90 天 | 11,538.76 | 100.00% |
|        | Glicksmobi Media Limited (点摩香港网络科技有限公司)                | 22,203.04 | 5.13%  | 5,209.92  | 45-90 天 | 5,209.92  | 100.00% |
|        | DHGames Limited (卓杭游戏有限公司)                             | 19,741.05 | 4.56%  | 837.45    | 45-90 天 | 837.45    | 100.00% |
|        | ZG Technology Co., Limited (志                          | 18,812.37 | 4.35%  | 1,904.64  | 45-90 天 | 1,904.64  | 100.00% |



| 期间    | 客户名称   | 收入金额       | 收入占比   | 期末应收账款    | 信用期    | 期后回款金额    | 期后回款占比  |
|-------|--|------------|--------|-----------|--------|-----------|---------|
|       | 高科技有限公司)   |            |        |           |        |           |         |
|       | HONGKONG GATHER WISDOM NETWORK TECHNOLOGY CO., LIMITED | 17,113.21  | 3.95%  | 10,210.57 | 45-90天 | 6,790.53  | 66.50%  |
|       | Easy Fun Entertainment Limited                         | 12,183.73  | 2.81%  | 2,280.88  | 45-90天 | 2,280.88  | 100.00% |
|       | NUO RUI INVESTMENTS LIMITED                            | 10,532.16  | 2.43%  | 5,872.68  | 45-90天 | 5,872.68  | 100.00% |
|       | HongKong Adtiger Media Co., Limited                    | 9,170.26   | 2.12%  | 2,938.70  | 45-90天 | 2,938.70  | 100.00% |
|       | Click Tech Limited                                     | 9,146.17   | 2.11%  | 1,665.36  | 45-90天 | 1,665.36  | 100.00% |
|       | 合计   | 200,097.34 | 46.23% | 44,450.20 | -      | 41,030.16 | 92.31%  |
| 2017年 | Diandian Interactive Holding                           | 23,720.99  | 10.41% | 3,803.38  | 45-90天 | 3,803.38  | 100.00% |
|       | DHGames Limited (卓杭游戏有限公司)                             | 14,445.37  | 6.34%  | 3,396.13  | 45-90天 | 3,396.13  | 100.00% |
|       | HongkongAdtiger Media Co., Limited (香港虎示传媒有限公司)        | 12,999.28  | 5.70%  | 2,433.34  | 45-90天 | 2,433.34  | 100.00% |
|       | ADyes (HongKong) Technology Limited                    | 8,524.80   | 3.74%  | 2,932.32  | 45-90天 | 1,606.84  | 54.80%  |
|       | Click Tech Limited                                     | 6,856.78   | 3.01%  | 796.43    | 45-90天 | 796.43    | 100.00% |
|       | ApproachS Co. Limited                                  | 6,466.16   | 2.84%  | 4,416.05  | 45-90天 | 4,416.05  | 100.00% |
|       | Easy Fun Entertainment Ltd                             | 6,308.40   | 2.77%  | 1,008.55  | 45-90天 | 1,008.55  | 100.00% |
|       | HONGKONG GATHER WISDOM NETWORK TECHNOLOGY CO., LIMITED | 5,836.93   | 2.56%  | 2,959.29  | 45-90天 | 2,959.29  | 100.00% |
|       | Beijing Famous   | 5,396.47   | 2.37%  | 3,609.64  | 45-90天 | 2,839.93  | 78.68%  |

| 期间    | 客户名称  | 收入金额      | 收入占比   | 期末应收账款    | 信用期    | 期后回款金额    | 期后回款占比  |
|-------|---|-----------|--------|-----------|--------|-----------|---------|
|       | Advertising<br>Communication<br>CO., Ltd (凡木盛<br>世)                 |           |        |           |        |           |         |
|       | Mobvista<br>International<br>Technology<br>Limited                  | 5,116.81  | 2.24%  | 1,796.72  | 45-90天 | 1,796.72  | 100.00% |
|       | 合计  | 95,672.00 | 41.97% | 27,151.85 | -      | 25,056.66 | 92.28%  |
| 2016年 | Diandian<br>Interactive<br>Holding                                  | 3,376.04  | 5.98%  | 3,502.42  | 45-90天 | 3,502.42  | 100.00% |
|       | Lovead Limited  | 1,158.16  | 2.05%  | 1,133.68  | 45-90天 | 1,133.68  | 100.00% |
|       | Clicksmobi<br>Media Limited<br>(点摩香港网络<br>科技有限公司)                   | 828.32    | 1.47%  | 234.27    | 45-90天 | 234.27    | 100.00% |
|       | Mobvista<br>International<br>Technology<br>Limited (汇聚国<br>际技术有限公司) | 805.73    | 1.43%  | 784.93    | 45-90天 | 784.93    | 100.00% |
|       | Leo Network (HK)<br>limited (香港理<br>奥网络技术有限<br>公司)                  | 707.88    | 1.25%  | 962.36    | 45-90天 | 962.36    | 100.00% |
|       | 字节跳动  | 698.02    | 1.24%  | 462.68    | 45-90天 | 462.68    | 100.00% |
|       | 北京创智优品科<br>技有限公司  | 629.02    | 1.11%  | 30.70     | 45-90天 | 30.70     | 100.00% |
|       | Soufeel Jewelry<br>Limited  | 396.39    | 0.70%  | 272.93    | 45-90天 | 272.93    | 100.00% |
|       | Trading Passion<br>Limited  | 387.16    | 0.69%  | 74.28     | 45-90天 | 74.28     | 100.00% |
|       | 深圳玖盟互动网<br>络科技有限公司  | 384.40    | 0.68%  | 148.95    | 45-90天 | 148.95    | 100.00% |
|       | 合计  | 9,371.12  | 16.59% | 7,607.19  | -      | 7,607.19  | 100.00% |

#### 四、代理公司应收账款占收入比重高于游戏行业及公司平均值的原因、是否存在放宽信用期刺激销售的情况、是否存在年末突击销售的情况、并对上述情况予以具体详细的说明

发行人在招股说明书第八节 财务会计信息与管理层分析之“十三、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”中补充披露如下：

##### 2、流动资产构成及变动分析

##### （2）应收票据及应收账款

.....

##### ⑨代理公司应收账款占收入比重高于游戏行业及公司平均值的原因

报告期分行业的应收账款情况如下：

单位：万元

| 客户行业类别 | 2018      |         | 2017      |         | 2016      |         |
|--------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|        | 应收账款      | 占比      | 应收账款      | 占比      | 应收账款      | 占比      |
| 电子商务   | 33,746.37 | 34.39%  | 18,535.91 | 24.84%  | 128.37    | 0.52%   |
| 互联网营销  | 43,337.23 | 44.16%  | 31,285.93 | 41.93%  | 5,021.88  | 20.28%  |
| 媒体资讯   | 1,687.07  | 1.72%   | 3,976.45  | 5.33%   | 1,753.94  | 7.08%   |
| 游戏行业   | 8,531.25  | 8.69%   | 8,005.46  | 10.73%  | 5,810.65  | 23.46%  |
| 其他行业   | 10,825.79 | 11.03%  | 12,808.97 | 17.17%  | 12,053.98 | 48.67%  |
| 合计     | 98,127.71 | 100.00% | 74,612.72 | 100.00% | 24,768.82 | 100.00% |

上述代理公司及游戏公司的应收账款情况如下：

单位：万元

| 公司名称      | 2018年     |         | 2017年     |         | 2016年     |         |
|-----------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|           | 应收账款      | 应收账款/收入 | 应收账款      | 应收账款/收入 | 应收账款      | 应收账款/收入 |
| 互联网营销（代理） | 43,337.23 | 36.31%  | 31,285.93 | 27.61%  | 5,021.88  | 97.59%  |
| 互动娱乐（游戏）  | 8,531.25  | 8.53%   | 8,005.46  | 20.43%  | 5,810.65  | 77.42%  |
| 公司平均      | 98,127.71 | 22.67%  | 74,612.72 | 32.73%  | 24,768.82 | 43.85%  |

公司的定价决策和信用账期决策均在遵循市场同业基础和商业逻辑的背景下制定。要分析信用账期的情况，也要结合定价策略来分析：

1、发行人的定价策略的特征。发行人的定价政策为“投放流量成本+合理利润空间”的模式，其中最主要的就是每次广告投放过程中所涉及的流量成本。发行人的业务模式为“DSP+DMP”，其依据大数据算法对客户的广告投放需求进行拆解，并通过媒体资源采购平台完成实时竞价采购流量，流量的价格是由系统运算自动产生，随行就市，不存在人为操作定价的情形。

2、在客户既定广告预算的范围内，公司在实时竞价平台为客户获得更多的有效展示或有效点击，根据广告投放成效按合同约定获取客户花费的一定比例分成。随着投放效果越来越准确，广告投放的回报率越高，发行人的利润空间越高。

3、发行人通过内部考核体系的建立，在进行每次业务承接和操作过程中会综合考虑客户的整体资质后规定一个合理利润率。

基于互联网营销代理客户的投放运营模式稳定，投放效率高等优势，发行人给予相应的应收账款信用周期。对比游戏行业或者其他客户，互联网营销代理多了和终端客户的确认环节，其业务周期更长，回复发行人确认账单时间更晚，所以发行人在议价的时候向代理行业索取略高于其他行业的毛利率，以此作为对互联网营销（代理）客户期后回款占比较大的补偿。

受圣诞节、万圣节等连续的假日及双11等购物节日推动，每年的第三和第四季度，是电子商务类广告主投放的高峰时段，直客及代理均全力备战电商市场推广，客观导致行业的第三、第四季度营业收入占整年比重超过60%，且由于这一高峰会持续到春节才慢慢消退，从而导致年末应收账款占营业收入的比重较高。上述季节性特点与同行业企业保持了一致性。

**五、公司针对游戏公司及代理公司的定价策略，代理公司毛利率与其他行业公司差异的原因，是否存在流量通道业务，是否存在因信用期不同或其他差异而收取相关流量采购垫资费用的情况。**

（一）经保荐机构及申报会计师核查，发行人针对游戏公司及代理公司不存在不同的定价策略。发行人依据大数据算法对客户的广告投放需求进行拆解，并通过

媒体资源采购平台完成实时竞价采购流量，流量的价格是由系统运算自动产生，随行就市，不存在人为操作定价的情形。

1、游戏公司毛利率偏低，但是毛利率并不是发行人考核某一类客户的唯一财务指标。报告期内，游戏公司是出海投放广告的主力军，其单个企业投放规模较大，在公司目前程序化广告投放的经营模式下，这类客户所消耗的公司管理成本和期间费用更低，因此公司内部对此类公司考核的毛利率稍低；且游戏公司具有较好的回款周期。游戏公司的业务特征决定了其资金较为充沛，游戏公司这几年出海营销的需求不断增加，特别是优质的、大型的游戏公司，随着前期的合作及信任的建立，公司给予了部分毛利率的让渡，换取更为健康的资金流，从企业经营角度具备合理性。

2、代理公司与其他行业公司毛利率存在差异，主要是因为代理公司并非直接客户，其客户的需求更加多元化，服务的复杂程度及所耗用的人员更多，因此站在企业经营的角度，发行人在定价时向代理客户索取更高的毛利率，具备商业合理性。

3、保荐机构及申报会计师核查了发行人与客户签订的销售合同，发行人的广告投放收入，主要看发行人为客户投放广告的完成度。如搜索展示类，看的是发行人为客户投放广告的时长等因素。效果类，主要看广告主产品的下载量等因素。保荐机构及申报会计师未在合同条款内发现发行人与客户存在“依照垫款金额收入费用”的措辞。因此，鉴于对发行人商业模式及对于销售合同条款的核查，发行人业务模式明显区别于流量通道业务，不存在因信用期不同或其他差异而收取相关流量采购垫资费用的情况。

（二）发行人在招股说明书第八节 财务会计信息与管理层分析之“十二、经营成果分析”之“（四）营业毛利和毛利率分析”中补充披露如下：

#### **6、游戏公司及代理公司毛利率分析**

（1）**游戏公司毛利率偏低，但是毛利率并不是发行人考核某一类客户的唯一财务指标。报告期内，游戏公司是出海投放广告的主力军，其单个企业投放规模较大，在公司目前程序化广告投放的经营模式下，这类客户所消耗的公司**

管理成本和期间费用更低，因此公司内部对此类公司考核的毛利率稍低；且游戏公司具有较好的回款周期。游戏公司的业务特征决定了其资金较为充沛，游戏公司这几年出海营销的需求不断增加，特别是优质的、大型的游戏公司，随着前期的合作及信任的建立，公司给予了部分毛利率的让渡，换取更为健康的资金流，从企业经营角度具备合理性。

(2) 代理公司与其他行业公司毛利率存在差异，主要是因为代理公司并非直接客户，其客户的需求更加多元化，服务的复杂程度及所耗用的人员跟多，因此站在企业经营的角度，发行人在定价时向代理客户索取更高的毛利率，具备商业合理性。

## 六、报告期搜索展示类及效果类中来自游戏行业的前五大客户名称、成立时间、确认收入时间及金额、期末应收账款

搜索展示类游戏行业客户前五大具体情况为：

| 搜索展示类游戏公司   | 成立时间      | 确认时间 | 收入金额<br>(万元) | 期末应收<br>(万元)    |
|---|-----------|------|--------------|-----------------|
| DianDian Interactive Holding  | 2011-10-6 | 2016 | 3,376.04     | 3,502.42<br>(注) |
|   |           | 2017 | 23,720.99    | 3,803.38        |
|   |           | 2018 | 56,007.38    | 1,991.25        |
| DHGames Limited   | 2017-1-18 | 2016 | -            | -               |
|   |           | 2017 | 14,445.37    | 3,396.13        |
|   |           | 2018 | 19,741.05    | 837.45          |
| Westlake Technologies Co., Pte. Ltd.                                      | 2013-5-16 | 2016 | -            | -               |
|   |           | 2017 | 110.53       | 68.44           |
|   |           | 2018 | 7,462.97     | 564.84          |
| 北京创智优品科技有限公司  | 2012-4-5  | 2016 | 629.02       | 30.70           |
|   |           | 2017 | -            | -               |
|   |           | 2018 | 2,486.83     | 686.47          |
| Electronic Soul Interaction Entertainment (Hong Kong) Co., Limited (杭州电魂) | 2016-6-3  | 2016 | 81.89        | 85.14           |
|   |           | 2017 | 511.32       | 173.02          |
|   |           | 2018 | 1,065.76     | -               |

效果类游戏行业客户前五大具体情况为：

| 效果类游戏公司                 | 成立时间       | 确认时间 | 收入金额<br>(万元) | 期末应收<br>(万元) |
|-------------------------|------------|------|--------------|--------------|
| Ecyber Co., limited     | 2016-5-10  | 2016 | 640.82       | 669.25       |
|                         |            | 2017 | -            | -            |
|                         |            | 2018 | -            | -            |
| Honsen Limited          | 2016-11-2  | 2016 | 639.58       | 667.96       |
|                         |            | 2017 | 2.46         | 3.40         |
|                         |            | 2018 | -            | -            |
| QUNLI Limited           | 2014-7-2   | 2016 | 587.98       | 614.07       |
|                         |            | 2017 | -            | -            |
|                         |            | 2018 | -            | -            |
| IGG Singapore Pte. Ltd. | 2009-6-30  | 2016 | 313.89       | -            |
|                         |            | 2017 | 11.15        | 10.80        |
|                         |            | 2018 | -            | -            |
| Sam Media Ltd.          | 2004-12-22 | 2016 | 92.95        | 10.39        |
|                         |            | 2017 | 12.58        | 0.10         |
|                         |            | 2018 | 0.06         | 0.16         |

## 七、来自于游戏行业的毛利率大幅下滑的原因，毛利率低于公司整体毛利率的原因及合理性

### (一) 关于游戏公司毛利率大幅下滑的原因

报告期公司毛利率分别为 20.31%、6.24%、4.38%，发行人来自于游戏公司的毛利率分别为 16.37%、2.30%及 1.89%，来自于游戏行业的毛利率低于公司整体毛利率。造成上述波动的主要原因是：

1、2016 年发行人游戏公司的业务主要是效果类业务，而 2017 年以后这部分客户主要是搜索展示类业务。主要是投放方式的变化造成了 2016 年以后毛利率的下降。

2、2017 年之后，游戏公司的毛利率趋于稳定，基本在 2%左右，这主要是公司基于游戏投放项目的优化熟练度高，处理能力强，通过更短的时间达到客户 ROI 目标，在游戏类广告投放策略上投入的资源日趋稳定；虽然毛利率出现一定的下滑，但是由于投放效率的提高，公司通过游戏公司赚取的毛利额却稳健增长，从企业经营角度分析，其具备合理性。

## **(二) 游戏行业毛利率整体低于公司平均水平的原因**

游戏公司毛利率较公司整体毛利率低,但是毛利率并不是发行人考核一类客户的唯一财务指标。

1、报告期内,游戏公司是出海投放广告的主力军,其单个企业投放规模较大,在公司目前程序化广告投放的经营模式下,这类客户所消耗的公司管理成本和期间费用更低,因此公司内部对此类公司考核的毛利率稍低;

2、游戏公司具有较好的回款周期。游戏公司的业务特征决定了其资金较为充沛,且游戏公司这几年出海营销的需求不断增加,特别是优质的、大型的游戏公司,随着前期的合作及信任的建立,公司给予了部分毛利率的让渡,换取更为健康的资金流,从企业经营角度具备合理性。

## **八、不同终端行业成本构成情况、不同行业服务器成本分担的原则及依据,是否符合会计准则的要求。**

经保荐机构、申报会计师核查,发行人的服务器成本是根据业务类型进行分摊的。发行人会是根据不同业务类型业务(搜索展示类和效果类)所使用的服务器型号进行了细分整理,并根据每种服务器型号和业务类型的对应关系,在服务器账单中进行一一对应,汇总后形成了细分后的服务器成本数据,而不会按照终端行业进行服务器成本的分摊。

## **九、核查过程和核查结论**

### **(一) 核查程序**

保荐机构及申报会计师进行了核查:

1、访谈发行人财务总监对主营业务的核算情况,获取并核查了客户对账单、财务账套对主营业务收入和成本的核算记录、应收账款余额表、期后回款凭证;

2、获取并核查了客户搜索展示类前十大的合同、交易对账单、应收账款余额表、期后回款凭证;

3、获取并核查了发行人互联网营销代理类客户、游戏行业和平均的应收账款账龄表和余额表,并对其比较分析;



4、获取并核查了发行人报告期搜索展示类及效果类中来自游戏行业的前五大客户合同、并从公开信息和提供给发行人工商资料查询其基本情况、交易对账单和期末应收账款余额表，并对其进行分析；

5、获取并核查了发行人不同行业的收入、成本、毛利分析表，访谈管理层对于不同行业的经营情况，对主要的游戏类客户进行访谈确认其交易情况；

游戏行业毛利率整体低于公司平均水平，主要原因是：（1）报告期内，游戏公司是出海投放广告的主力军，其投放规模较大，在公司目前程序化广告投放的经营模式下，这类客户所占用的公司管理成本和期间费用更低，因此公司内部对此类公司考核的毛利率稍低；（2）游戏类客户具有较好的回款周期。游戏类客户的业务特征决定了其资金较为充沛，且游戏类客户近年来出海营销的需求不断增加，特别是优质的、大型的游戏类客户，随着前期的合作及信任的建立，公司给予了部分毛利率的让渡，换取更为健康的资金流，从企业经营角度具备商业合理性。

## （二）核查结论

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人对按照搜索展示类业务及效果类业务，对于直接客户（直接客户按照游戏、电子商务、媒体资讯及其他予以细分）及代理公司的按季度对收入、毛利率、应收账款、信用期及平均信用期、期后回款的金额如实披露；发行人信用期管理中不存在不同客户类型或者相同类型不同行业之间的信用期差异。

2、发行人对搜索展示类业务前十大客户名称、收入金额及占比、应收账款、信用期及期后回款情况进行如实披露，报告期内搜索展示类业务前十大客户还款率分别为 100%、90.01%和 92.31%，期后回款情况较好。

3、互联网营销代理客户应收账款占收入比重高于游戏行业及公司平均值的原因主要是对比游戏行业或者其他客户，互联网营销代理尚需和终端客户的确认环节，其业务结算周期更长，因此确认发行人确认账单时间更晚；基于此，发行人在议价的时候向互联网营销代理客户索取略高于其他行业客户稍高的毛利率，以此作为对互联网营销(代理)客户期后回款占比较大的补偿，具有商业合理性，

不存在放宽信用期刺激销售的情况，亦不存在年末突击销售的情况。

4、发行人对报告期搜索展示类及效果类中来自游戏行业的前五大客户名称、成立时间、确认收入时间及金额、期末应收账款进行了如实披露；

5、游戏行业毛利率整体低于公司平均水平，主要原因是：（1）报告期内，游戏公司是出海投放广告的主力军，其投放规模较大，在公司目前程序化广告投放的经营模式下，这类客户所占用的公司管理成本和期间费用更低，因此公司内部对此类公司考核的毛利率稍低；（2）游戏类客户具有较好的回款周期。游戏类客户的业务特征决定了其资金较为充沛，且游戏类客户近年来出海营销的需求不断增加，特别是优质的、大型的游戏类客户，随着前期的合作及信任的建立，公司给予了部分毛利率的让渡，换取更为健康的资金流，从企业经营角度具备商业合理性。

6、发行人的服务器成本是根据业务类型进行分摊的。发行人会是根据不同业务类型业务（搜索展示类和效果类）所使用的服务器型号进行了细分整理，并根据每种服务器型号和业务类型的对应关系，在服务器账单中进行一一对应，汇总后形成了细分后的服务器成本数据，而不会按照终端行业进行服务器成本的分摊。

## 问题 12 关于公司毛利率下滑

报告期，公司毛利率分别为 20.31%、6.24%、4.38%，逐步下滑。其中最主要的计费方式 CPM 报告期平均单价分别为 19.53 元/千次、14.96 元/千次及 14.75 元/千次。此外，公司表示未主动采用低价竞争策略，2018 年搜索展示类毛利率有所下滑，是由客户广告投放实时竞价结果造成的。

请发行人补充披露：（1）结合同行业公司及行业发展情况，按照不同业务类别分别说明发行人毛利率与可比公司毛利率差异的合理性，报告期搜索展示类毛利率下滑的原因；（2）“未主动采用低价竞争策略”的具体含义，报告期各类业务价格下降或波动的原因、发行人是否存在低价竞争的情况；（3）针对相关价格下降对公司的毛利及净利润的影响予以敏感性测试；（4）是否存在实时

竞价导致搜索展示类业务毛利率为负的情况；（5）对公司毛利率及净利率报告期内持续下滑以及实时竞价对于毛利率的影响予以风险提示；（6）效果类业务前五大客户中主营业务为数字营销广告的客户占比越来越高的原因，单体客户销售额逐渐下滑的原因，效果类业务是否存在业绩拓展乏力竞争力下滑的情况。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、结合同行业公司及行业发展情况，按照不同业务类别分别说明发行人毛利率与可比公司毛利率差异的合理性，报告期搜索展示类毛利率下滑的原因

发行人在招股说明书第八节 财务会计信息与管理层分析之“十二、经营成果分析”之“（四）营业毛利和毛利率分析”中补充披露如下

#### 4、与同行业可比上市公司比较

##### （1）A股同行业上市公司在搜索展示类业务方面的毛利率情况

发行人选取了 A 股同为互联网营销行业的蓝色光标、佳云科技和华扬联众进行对比。

| 证券代码   | 证券简称 | 互联网营销环节   | 2018 年 | 2017 年 | 2016 年 |
|--------|------|-----------|--------|--------|--------|
| 603825 | 华扬联众 | 内容制作及投放策略 | 11.90% | 9.45%  | 9.65%  |
| 300058 | 蓝色光标 | 广告优化、账户管理 | 1.11%  | 0.65%  | 0      |
| 300242 | 佳云科技 | 国内流量的优化投放 | 4.40%  | 13.42% | 12.45% |
| 算数平均数  |      | —         | 5.80%  | 7.84%  | 11.05% |
| 木瓜移动   |      | 投放优化，实时竞价 | 3.56%  | 4.34%  | 0.51%  |

注 1：蓝色光标选择出海业务毛利率进行比较，2016 年年报、2017 年年报未披露出海广告投放业务毛利率，上表使用 2018 年年报显示的当期及上年同期数。

注 2：佳云科技该处毛利率为互联网营销业务毛利率。

从互联网营销行业的产业图分析可知，互联网行业中最重要参与方有媒体资源方、广告主及广告服务商（广告代理商、DSP、DMP 统称为广告服务商）。三者共同作用决定了互联网营销市场的规模，三者之间的博弈又影响着对方的盈利水平。从目前市场情况而言，决定广告服务商盈利能力的主要原因以下方面的因素：

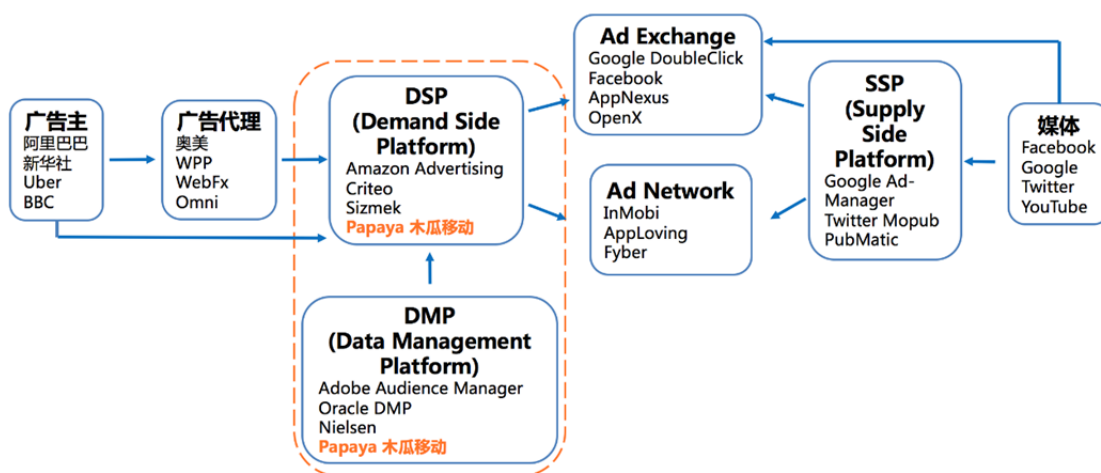
#### ①广告服务商对接的流量资源种类（国内流量还是海外流量）；

②广告服务商采购媒体资源时的采购方式（包量买断还是 DSP 实时竞价）；

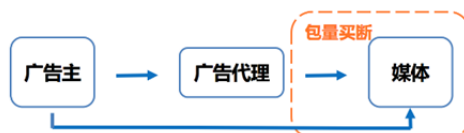
③广告服务商主要服务的环节。

发行人在大数据营销产业价值链上处于 DSP+DMP 的业务环节。发行人业务全部通过程序化交易实施，发行人的产业定位、商业模式、自动化程度与境内基于本地构架的数字营销领域企业相比存在较大差异，导致财务数据呈现不同特征。

全球大数据营销价值链和木瓜移动所处位置



国内传统互联网营销价值链



蓝色光标为脸书一级广告代理，虽然其收入规模较大，其更多的从事了流量代理业务，其程序化购买业务收入占比仅 8.22%，因此这部分毛利率要比发行人偏低。

佳云科技主要是与百度、OPPO、vivo、小米、今日头条、抖音、快手、美团等国内流量方进行合作，协助其兑现流量。佳云科技在与国内流量方合作时，广告服务商大多采取包量买断的方式采购流量，因为需要承担阶段性流量价格变动所带来的风险，因此流量方会给予佳云科技更多的采购价格折让，因此其获取了比发行人更高的毛利率。

华扬联众主营业务虽也提供互联网广告服务，但是其更强于为广告主进行广告方案的设计及广告素材的筛选，完成广告素材设计后一并在互联网媒体上完成投放。而发行人不涉及广告方案及素材的设计，因此华扬联众的毛利率明显要高于发行人，但也因此承担了更多的销售人员成本。

综上所述，发行人与同行业公司毛利率的差异更多反应了上述主体在商业模式方面的差异，其存在商业合理性。

## (2) 港股同行业公司、新三板挂牌公司在效果类业务方面的毛利率情况

港股上市公司汇量科技的业务模式是根据效果，主要以 CPI 或每次安装成本计价，向广告发布者收取获客服务的费用，与公司的效果类业务具有可比性。新三板挂牌公司有米科技聚焦移动互联网效果营销服务领域，定位为全球广告主、媒介、用户的价值连接器，致力成为客户持续信赖的全球化移动互联网广告与内容平台，与公司的效果类业务具有可比性。

| 证券代码       | 证券简称 | 2018 年 | 2017 年 | 2016 年 |
|------------|------|--------|--------|--------|
| 1860. HK   | 汇量科技 | 22.52% | 26.48% | 24.33% |
| 834156. OC | 有米科技 | 29.78% | 17.54% | 10.97% |
| 算数平均数      |      | 26.15% | 22.01% | 17.65% |
| 木瓜移动       |      | 31.08% | 23.38% | 19.87% |

报告期内，公司效果类业务毛利率分别为 19.87%、23.38%和 31.08%，逐年上升，主要是基于效果类业务流量价值较低，用户量小、画像维度少的特点，不能充分发挥公司的大数据处理优势的原因，公司对效果类业务进行了一定调整，重点选择毛利率相对较高的业务机会，使得公司的效果类业务毛利率逐年提升。

报告期内，公司效果类业务毛利率与同行业公司变化趋势基本相符，且公司效果类业务毛利率总体要高于汇量科技和有米科技，展示了公司该部分业务的竞争力。

## 二、“未主动采用低价竞争策略”的具体含义，报告期各类业务价格下降或波动的原因、发行人是否存在低价竞争的情况

针对发行人“未主动采用低价竞争策略”，主要是基于发行人业务模式的特性，发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“一、主营业务、主要产品或服务及变化情况”之“(二) 主要经营模式”中补充披露如下：

### 2、销售模式

.....

#### (2) 定价策略

发行人的定价策略的特征。发行人的定价政策为“投放流量成本+合理利润空间”的模式，其中最主要的就是每次广告投放过程中所涉及的流量成本。发行人的业务模式为“DSP+DMP”，其依据大数据算法对客户的广告投放需求进行拆解，并通过媒体资源采购平台完成实时竞价采购流量，流量的价格是由系统运算自动产生，随行就市，不存在人为操作定价的情形。

在客户既定广告预算的范围内，公司在实时竞价平台为客户获得更多的有效展示或有效点击，根据广告投放成效按合同约定获取客户花费的一定比例分成。随着投放效果越来越准确，广告投放的回报率越高，发行人的利润空间越高。

发行人通过内部考核体系的建立，在进行每次业务承接和操作过程中会综合考虑客户的整体资质后规定一个合理利润率。

综上所述，结合发行人的业务模式及实际的经营业务，发行人具有清晰的定价策略以保证获得合理的利润水平，报告期销售单价下降是随着数据量增大而进行实时竞价的结果，并非采取主动采用低价竞争策略。

## 三、针对相关价格下降对公司的毛利及净利润的影响予以敏感性测试

发行人在招股说明书第八节 财务会计信息与管理层分析之“十二、经营成果分析”之“(四) 营业毛利和毛利率分析”中补充披露如下：

### 7、敏感性分析

下表按照销售单价和采购单价分别下降 5%和 10%的幅度，测算相关价格变动对毛利及净利润的影响如下：

(1) 2018 年敏感性测试

| 项目              | 相关价格变动程度   | CPM        | GPC       | 合计         |
|-----------------|------------|------------|-----------|------------|
| 销售平均单价          | 保持不变       | 14.75      | 0.31      |            |
|                 | 下降 5%      | 14.01      | 0.29      |            |
|                 | 下降 10%     | 13.28      | 0.28      |            |
| 营业收入金额<br>(万元)  | 销售单价保持不变   | 394,342.36 | 25,695.04 | 420,037.40 |
|                 | 销售单价下降 5%  | 374,597.81 | 24,475.63 | 399,073.45 |
|                 | 销售单价下降 10% | 354,882.14 | 23,187.44 | 378,069.58 |
| 采购平均单价          | 保持不变       | 14.24      | 0.30      |            |
|                 | 下降 5%      | 13.53      | 0.29      |            |
|                 | 下降 10%     | 12.82      | 0.27      |            |
| 营业成本金额<br>(万元)  | 采购单价保持不变   | 380,782.68 | 24,595.70 | 405,378.38 |
|                 | 采购单价下降 5%  | 361,645.62 | 23,686.10 | 385,331.71 |
|                 | 采购单价下降 10% | 342,611.64 | 22,439.46 | 365,051.10 |
| 毛利影响金额<br>(万元)  | 相关价格不变     |            |           |            |
|                 | 相关价格下降 5%  |            |           | -917.29    |
|                 | 相关价格下降 10% |            |           | -1,640.54  |
| 净利润影响金额<br>(万元) | 相关价格不变     |            |           |            |
|                 | 相关价格下降 5%  |            |           | -803.04    |
|                 | 相关价格下降 10% |            |           | -1,436.22  |
| 净利润变动率          | 相关价格不变     |            |           | -          |
|                 | 相关价格下降 5%  |            |           | -9.62%     |
|                 | 相关价格下降 10% |            |           | -17.21%    |

注：由于 CPA 的计费包括以下载量、安装量、注册量等多种指标，简单的价格波动因素不可比，此处以搜索展示类的 CPM 和 CPC 计费模式进行测算。

(2) 2017 年敏感性测试

| 项目             | 相关价格变动程度   | CPM        | GPC       | 合计         |
|----------------|------------|------------|-----------|------------|
| 销售平均单价         | 保持不变       | 14.96      | 0.51      |            |
|                | 下降 5%      | 14.21      | 0.48      |            |
|                | 下降 10%     | 13.46      | 0.46      |            |
| 营业收入金额<br>(万元) | 销售单价保持不变   | 195,198.64 | 13,161.80 | 208,360.44 |
|                | 销售单价下降 5%  | 185,427.51 | 12,553.83 | 197,981.35 |
|                | 销售单价下降 10% | 175,668.17 | 11,893.10 | 187,561.28 |

|                 |            |            |           |            |
|-----------------|------------|------------|-----------|------------|
| 采购平均单价          | 保持不变       | 14.38      | 0.53      |            |
|                 | 下降 5%      | 13.66      | 0.50      |            |
|                 | 下降 10%     | 12.94      | 0.48      |            |
| 营业成本金额<br>(万元)  | 采购单价保持不变   | 187,665.30 | 13,771.19 | 201,436.49 |
|                 | 采购单价下降 5%  | 178,238.48 | 13,046.14 | 191,284.62 |
|                 | 采购单价下降 10% | 168,857.51 | 12,359.50 | 181,217.01 |
| 毛利影响金额<br>(万元)  | 相关价格不变     |            |           |            |
|                 | 相关价格下降 5%  |            |           | -227.22    |
|                 | 相关价格下降 10% |            |           | -579.68    |
| 净利润影响金额<br>(万元) | 相关价格不变     |            |           |            |
|                 | 相关价格下降 5%  |            |           | -211.65    |
|                 | 相关价格下降 10% |            |           | -539.96    |
| 净利润变动率          | 相关价格不变     |            |           |            |
|                 | 相关价格下降 5%  |            |           | -3.43%     |
|                 | 相关价格下降 10% |            |           | -8.74%     |

注：由于 CPA 的计费包括以下载量、安装量、注册量等多种指标，简单的价格波动因素不可比，此处以搜索展示类的 CPM 和 CPC 计费模式进行测算。

### (3) 2016 年敏感性测试

| 项目              | 相关价格变动程度   | CPM       | CPC      | 合计        |
|-----------------|------------|-----------|----------|-----------|
| 销售平均单价          | 保持不变       | 19.53     | 2.03     |           |
|                 | 下降 5%      | 18.55     | 1.93     |           |
|                 | 下降 10%     | 17.58     | 1.83     |           |
| 营业收入金额<br>(万元)  | 销售单价保持不变   | 14,042.42 | 1,928.86 | 15,971.28 |
|                 | 销售单价下降 5%  | 13,341.11 | 1,836.27 | 15,177.38 |
|                 | 销售单价下降 10% | 12,638.95 | 1,739.63 | 14,378.57 |
| 采购平均单价          | 保持不变       | 13.01     | 6.68     |           |
|                 | 下降 5%      | 12.36     | 6.35     |           |
|                 | 下降 10%     | 11.71     | 6.01     |           |
| 营业成本金额<br>(万元)  | 采购单价保持不变   | 9,356.51  | 6,357.16 | 15,713.67 |
|                 | 采购单价下降 5%  | 8,887.24  | 6,042.51 | 14,929.75 |
|                 | 采购单价下降 10% | 8,419.49  | 5,724.48 | 14,143.97 |
| 毛利影响金额<br>(万元)  | 相关价格不变     |           |          |           |
|                 | 相关价格下降 5%  |           |          | -9.98     |
|                 | 相关价格下降 10% |           |          | -23.01    |
| 净利润影响金额<br>(万元) | 相关价格不变     |           |          | 3,434.14  |
|                 | 相关价格下降 5%  |           |          | -8.04     |
|                 | 相关价格下降 10% |           |          | -18.53    |
| 净利润变动率          | 相关价格不变     |           |          | -         |
|                 | 相关价格下降 5%  |           |          | -0.23%    |



|  |            |  |  |        |
|--|------------|--|--|--------|
|  | 相关价格下降 10% |  |  | -0.54% |
|--|------------|--|--|--------|

注：由于 CPA 的计费包括以下载量、安装量、注册量等多种指标，简单的价格波动因素不可比，此处以搜索展示类的 CPM 和 CPC 计费模式进行测算。

发行人的定价政策为“投放流量成本+合理利润空间”的模式，在实时竞价平台为客户获得更多的有效展示或有效点击，根据广告投放成效按合同约定获取客户花费的一定比例分成，在进行每次业务承接和操作过程中均会综合考虑客户的整体资质后规定一个合理利润率。因此，发行人的销售价格的变动和采购价格的变动具有正相关的关系。发行人的销售价格随着采购价格的变动而变动，盈利不会受到销售价格的单边影响，报告期内发行人的经营中也未出现销售价格脱离采购价格单边变动的情形。

上表可见，报告期相关价格下降 5%，影响净利润分别下降 0.23%、3.43%和 9.62%，报告期相关价格下降 10%，影响净利润分别下降 0.54%、8.74%和 17.21%。报告期内发行人的销售价格存在一定波动，但是由于发行人的销售定价策略，发行人仍然能保障合理、持续的盈利空间。

#### 四、是否存在实时竞价导致搜索展示类业务毛利率为负的情况

在实时竞价的业务模式中，鉴于采购和销售的价格都是随每次展示机会的中标价格浮动的，发行人只有在确保自身存在合理的利润空间的前提下，才会对合适的流量进行实时竞价采购，并在竞价的过程本身同时实现了对流量的采购和销售，该模式的存在决定了实时竞价模式下不存在毛利率为负的情形。

保荐机构及申报会计师核查了报告期内发行人所有的所搜展示类订单数据，未发现存在毛利率为负的情形。

#### 五、对公司毛利率及净利率报告期内持续下滑以及实时竞价对于毛利率的影响予以风险提示

发行人在招股说明书第四节 风险因素之“六、财务风险”之“(一)毛利率下滑风险”中披露如下：

2016 年、2017 年和 2018 年公司综合毛利率分别为 20.31%、6.24%和 4.38%，净利率分别为 6.08%、2.71%和 1.93%，毛利率下滑主要是受搜索展示类业务收入占比快速提升的影响。2016 年、2017 年和 2018 年公司搜索展示类业务毛利率

分别为 0.51%、4.34%和 3.56%。由于搜索展示类业务营业收入占比由 2016 年的 28.27%，迅速提升至 2018 年的 97.05%，公司对移动互联网营销战略重心的转移导致报告期毛利率下降。未来随着公司搜索展示类业务的持续增长，公司毛利率和净利率仍存在下滑的风险。

公司在全球范围内进行实时竞价，帮助广告主以更快的速度、更低的价格和更好的效果进行广告投放，受竞价策略影响导致毛利率有所波动甚至下滑。公司存在因实时竞价导致毛利率波动的风险。

**六、效果类业务前五大客户中主营业务为数字营销广告的客户占比越来越高的原因，单体客户销售额逐渐下滑的原因，效果类业务是否存在业绩拓展乏力竞争力下滑的情况。**

#### **（一）发行人说明**

随着发行人出海大数据数字营销平台的不断完善，效果广告业务中，公司产品已经形成了以 AppFlood 为核心的系统性全套自动化解决方案。该系统 and 上下游均以系统集成的方式实现了自动化订单管理和运营。系统自动化程度的提升，就意味着在业务层面要有更多的订单才能充分发挥自动化规模化运营的优势。

在效果广告市场中，需求方也是以长尾广告主为主，单个广告主的广告预算有限。对于单体客户，其订单均为该公司的 App 或游戏产品或自己的电商网站，其业务模式就注定了订单量非常有限，再加上每个订单的广告预算较少，整体的利润空间有限。而数字营销广告客户，由于其手中已经通过代理协议聚合了大量广告主的订单需求，因此整体掌握的广告预算非常可观。发行人对于不同广告主的订单情况进行了统计。对于主要直接广告主，平均每个广告主的订单数量是 5 个。而对于数字营销广告客户，平均每个广告主的订单数量是 4000 个。这就意味着同样的销售和管理成本，一个数字营销广告客户的价值是直接广告客户的 800 倍。因此，发行人报告期效果类业务中数字营销广告的客户占比有所提升。随着发行人业务重心转移至搜索展示类业务，效果类客户业务规模和单体销售额均逐渐下降。

报告期内单体客户销售额逐渐下降，是发行人根据自身技术实力的逐步发展，

做出的合理运营决策调整，不存在竞争力下滑的情形。

## （二）发行人补充披露

发行人在招股说明书第六节 业务与技术之“三、发行人的销售情况和主要客户”之“（三）主要客户情况”中补充披露如下：

### 2、不同业务种类主要客户

.....

#### （2）效果类业务

.....

#### ③效果类业务客户变动原因

随着发行人出海大数据数字营销平台的不断完善，效果广告业务中，公司产品已经形成了以 AppFlood 为核心的系统性全套自动化解决方案。该系统 and 上下游均以系统集成的方式实现了自动化订单管理和运营。系统自动化程度的提升，就意味着在业务层面要有更多的订单才能充分发挥自动化规模化运营的优势。

在效果广告市场中，需求方也是以长尾广告主为主，单个广告主的广告预算有限。对于单体客户，其订单均为该公司的 App 或游戏产品或自己的电商网站，其业务模式就注定了订单量非常有限，再加上每个订单的广告预算较少，整体的利润空间有限。而数字营销广告客户，由于其手中已经通过代理协议聚合了大量广告主的订单需求，因此整体掌握的广告预算非常可观。因此，发行人报告期效果类业务中数字营销广告的客户占比有所提升。随着发行人业务重心转移至搜索展示类业务，效果类客户业务规模和单体销售额均逐渐下降。

报告期内单体客户销售额逐渐下降，是发行人根据自身技术实力的逐步发展，做出的合理运营决策调整，不存在竞争力下滑的情形。

## 七、核查过程和核查结论

### （一）核查程序

保荐机构及申报会计师进行了核查：

- 1、访谈发行人财务总监了解发行人毛利率变化的情况；
- 2、查阅同行业可比公司的毛利率变化等情况；
- 3、访谈发行人业务主管对于“未主动采用低价竞争策略”具体内容；了解发行人的具体定价策略；
- 4、查阅发行人对于相关价格下降对发行人的毛利及净利润的影响敏感性测试情况，并分析其合理性；
- 5、核查了报告期内发行人所搜展示类账单数据；
- 6、核查了效果类业务前五大客户的基本情况、销售金额账单等情况。

### （二）核查意见

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

- 1、发行人与同行业公司毛利率的差异更多反应了与其在商业模式方面的差异，存在商业合理性；报告期内，公司效果类业务毛利率与同行业公司变化趋势基本相符，且公司效果类业务毛利率总体要高于汇量科技和有米科技，展示了公司该部分业务的竞争力。
- 2、发行人“未主动采用低价竞争策略”主要包括：（1）发行人的定价策略的特征。发行人的定价政策为“投放流量成本+合理利润空间”的模式，发行人的业务模式为“DSP+DMP”，其依据大数据算法对客户的广告投放需求进行拆解，并通过媒体资源采购平台完成实时竞价采购流量，流量的价格是由系统运算自动产生，不存在人为操作定价的情形；（2）在客户既定广告预算的范围内，公司在实时竞价平台为客户获得更多的有效展示或有效点击，根据广告投放成效按合同约定获取客户花费的一定比例分成，随着投放效果越来越准确，广告投放的回报率越高，发行人的利润空间越高；（3）发行人通过内部考核体系的建立，在进行

每次业务承接和操作过程中会综合考虑客户的整体资质后规定一个合理利润率，发行人的广告业务均有合理的毛利率。

3、发行人如实对价格下降对其毛利及净利润的影响如实做了敏感性测试分析；

4、在实时竞价的业务模式中，鉴于采购和销售的价格均是实时竞价采购完成，并在竞价的过程本身同时实现了对流量的采购和销售，该模式的存在决定了实时竞价模式下不存在毛利率为负的情形。

5、发行人对公司毛利率及净利率报告期内持续下滑以及实时竞价对于毛利率的影响进行了如实的风险提示；

6、发行人报告期内单体客户销售额逐渐下降，是发行人根据自身技术实力的逐步发展，做出的合理运营决策调整，不存在竞争力下滑的情形。

### 问题 13 关于应收账款

报告期内公司应收账款余额分别为 25,303.94 万元、75,733.36 万元、101,507.13 万元，金额较大，应收账款坏账风险对公司影响较大。

请发行人进一步说明：（1）量化分析报告期各期末应收账款快速增长的原因，与同行业公司是否存在较大差异；（2）结合同行业公司坏账准备计提比例及金额、下游客户的还款能力说明对坏账准备计提的充分性予以进一步分析；（3）对于账龄在 1 年以上、期末单独计提坏账准备的应收账款，说明对应的客户、主营业务、股东及实际控制人、收入金额、信用期限、形成收入的具体时点、相关业务属于搜索展示类还是效果类、未能结算的原因，相关坏账准备是否计提充分；（4）针对 1 年以上应收账款占比持续上升予以风险提示；（5）发行人对于 Leo Network (HK) Limited、ApproachS Co., Limited 及 CocoBear Technology Limited 作为单项金额重大并单独计提坏账的方式予以核算；请说明坏账准备减值测试方法、并结合期后回款等说明坏账准备计提的充分性。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

## 【回复】

## 一、量化分析报告各期末应收账款快速增长的原因，与同行业公司是否存在较大差异

## 1、公司各期末应收账款余额增长幅度

2016年至2018年，公司应收账款账面余额、营业收入发生额及相应增长率情况如下：

单位：万元

| 项目         | 2018年      | 2017年      | 2016年     |
|------------|------------|------------|-----------|
| 应收账款期末账面余额 | 101,507.13 | 75,733.36  | 25,303.94 |
| 较上期末增长率    | 34.03%     | 199.29%    | -         |
| 营业收入       | 432,820.90 | 227,938.04 | 56,488.83 |
| 较上年同期增幅    | 89.89%     | 303.51%    | -         |
| 搜索展示类业务收入  | 420,037.39 | 208,360.44 | 15,971.28 |
| 搜索展示类收入增幅  | 101.59%    | 1204.59%   | -         |

2017年与2018年营业收入同期增长303.51%、89.89%，其中搜索展示类业务收入增长幅度分别为1204.59%、101.59%，对应2017年末及2018年末应收账款账面余额增长幅度分别为199.29%、34.03%，主要因为随着公司大数据资源不断积累、拓展客户资源、提升客户服务能力，公司2017年开始以搜索展示类为主的业务规模得以快速拓展，各期末应收账款账面余额随之快速增加。

## 2、与同行业公司是否存在较大差异

报告期内，公司及同行业可比上市公司营业收入及各期末应收账款基本处于持续增长趋势。

各报告期，公司及同行业公司的应收账款占当期营业收入的比重如下：

| 公司简称 | 2018年  | 2017年  | 2016年  |
|------|--------|--------|--------|
| 华扬联众 | 45.17% | 42.47% | 42.46% |
| 蓝色光标 | 26.19% | 40.27% | 40.97% |
| 佳云科技 | 19.11% | 27.47% | 22.30% |
| 平均值  | 30.16% | 36.73% | 35.24% |
| 木瓜移动 | 22.67% | 32.73% | 43.85% |

注：表中计算使用的数据为应收账款及应收票据合计数。

2017年及2018年，公司及同行业可比上市公司的营业收入增长率、应收账款增长率及其相对于营业收入增长率的比率如下：

| 公司简称 | 2018年   |        |                | 2017年   |         |                |
|------|---------|--------|----------------|---------|---------|----------------|
|      | 营业收入增幅  | 应收账款增幅 | 应收账款增幅对比营业收入增幅 | 营业收入增幅  | 应收账款增幅  | 应收账款增幅对比营业收入增幅 |
| 华扬联众 | 30.81%  | 39.12% | 127.00%        | 23.77%  | 23.79%  | 100.12%        |
| 蓝色光标 | 51.69%  | -1.36% | -2.63%         | 23.64%  | 21.53%  | 91.10%         |
| 佳云科技 | 107.31% | 44.26% | 41.24%         | -4.17%  | 18.02%  | -432.13%       |
| 木瓜移动 | 89.89%  | 34.03% | 37.86%         | 303.51% | 199.29% | 65.66%         |

注：表中计算应收账款增幅使用的数据为应收账款及应收票据合计数。

2017年及2018年，公司营业收入增长率、应收账款增长率均高于可比公司增长幅度，但通过各期应收账款占当期营业收入比重、应收账款增长率相较于营业收入增长率的计算结果表明，随着营业收入的快速增长，各公司的应收账款期末余额基本呈现增长趋势，但公司各期末应收账款占当期营业收入的比重低于同行业可比公司的平均值，同时公司的应收账款增长幅度相较于当期营业收入的增长幅度低于可比公司的对应比率，表明公司的应收账款回收较为及时，周转速度较好，相关指标甚至优于同行业上市公司。

## 二、结合同行业公司坏账准备计提比例及金额、下游客户的还款能力说明对坏账准备计提的充分性予以进一步分析

### 1、公司与同行业公司的坏账准备计提政策

公司及同行业公司的坏账准备政策如下：

| 项目        | 华扬联众              | 蓝色光标           | 佳云科技      | 木瓜移动               |      |
|-----------|-------------------|----------------|-----------|--------------------|------|
| 单项金额重大的标准 | 余额大于（含）100万元的应收账款 | 金额100万元以上的应收账款 | 金额100万元以上 | 金额为人民币300万元以上的应收账款 |      |
| 0-3个月     | 5%                | 0%             | 5%        | 1%                 |      |
| 4-6个月     |                   | 2%             |           | 5%                 | 5%   |
| 7-12个月    |                   |                |           |                    |      |
| 1-2年      | 10%               | 30%            | 10%       | 10%                |      |
| 2-3年      | 20%               | 100%           | 30%       | 50%                |      |
| 3-4年      | 100%              |                | 50%       | 100%               |      |
| 4-5年      |                   |                |           |                    |      |
| 5年以上      |                   |                |           |                    | 100% |

与同行业可比公司的应收账款坏账准备计提政策相比较,公司对应收账款坏账准备的计提政策谨慎合理。公司的坏账准备计提比例充分、合理,可以有效覆盖坏账发生的风险,符合行业计提标准。

## 2、公司与同行业公司的坏账准备计提比例及金额

(1) 通过同行业公司公告年度报告信息,公司及同行业公司的坏账准备计提比例及金额如下:

单位: 万元

| 公司简称 | 2018-12-31 |           |        | 2017-12-31 |           |        | 2016-12-31 |           |       |
|------|------------|-----------|--------|------------|-----------|--------|------------|-----------|-------|
|      | 应收账款余额     | 坏账准备      | 计提比例   | 应收账款余额     | 坏账准备      | 计提比例   | 应收账款余额     | 坏账准备      | 计提比例  |
| 华扬联众 | 453,490.25 | 31,256.88 | 6.89%  | 334,229.66 | 19,990.34 | 5.98%  | 292,790.15 | 16,442.00 | 5.62% |
| 蓝色光标 | 616,990.78 | 17,246.20 | 2.80%  | 630,906.90 | 21,035.02 | 3.33%  | 514,208.41 | 11,086.08 | 2.16% |
| 佳云科技 | 107,233.74 | 12,027.03 | 11.22% | 74,332.93  | 9,878.04  | 13.29% | 62,985.20  | 3,605.44  | 5.72% |
| 木瓜移动 | 101,507.13 | 3,379.43  | 3.33%  | 75,733.36  | 1,120.64  | 1.48%  | 25,303.94  | 535.11    | 2.11% |

(2) 公司与同行业可比公司账龄分析法计提坏账准备的情况如下:

单位: 万元

| 公司简称 | 2018-12-31 |           |       | 2017-12-31 |           |       | 2016-12-31 |           |       |
|------|------------|-----------|-------|------------|-----------|-------|------------|-----------|-------|
|      | 应收账款余额     | 坏账准备      | 计提比例  | 应收账款余额     | 坏账准备      | 计提比例  | 应收账款余额     | 坏账准备      | 计提比例  |
| 华扬联众 | 448,393.97 | 28,708.74 | 6.40% | 334,229.66 | 19,990.34 | 5.98% | 292,790.15 | 16,442.00 | 5.62% |
| 蓝色光标 | 616,012.47 | 16,659.21 | 2.70% | 630,906.90 | 21,035.02 | 3.33% | 513,538.60 | 10,416.27 | 2.03% |
| 佳云科技 | 101,047.55 | 5,840.83  | 5.78% | 68,158.00  | 3,703.10  | 5.43% | 11,201.93  | 621.73    | 5.55% |
| 木瓜移动 | 97,378.29  | 2,658.96  | 2.73% | 75,733.36  | 1,120.64  | 1.48% | 25,303.94  | 535.11    | 2.11% |

(3) 公司与同行业可比公司单项金额重大并单项计提坏账准备的情况如下:

单位: 万元

| 报告期   | 项目          | 华扬联众     | 蓝色光标   | 佳云科技     | 木瓜移动     |
|-------|-------------|----------|--------|----------|----------|
| 2018年 | 单项金额重大的应收账款 | 5,047.56 | 978.32 | 5,725.45 | 4,128.84 |
|       | 单项计提坏账准备    | 2,523.78 | 586.99 | 5,725.45 | 720.46   |
|       | 单项计提坏账比例    | 50%      | 60%    | 100%     | 17.45%   |
| 2017年 | 单项金额重大的应收账款 | -        | -      | 5,722.79 | -        |



| 报告期   | 项目          | 华扬联众 | 蓝色光标   | 佳云科技     | 木瓜移动 |
|-------|-------------|------|--------|----------|------|
|       | 单项计提坏账准备    | -    | -      | 5,722.79 | -    |
|       | 单项计提坏账比例    | -    | -      | 100%     | -    |
| 2016年 | 单项金额重大的应收账款 | -    | 360.98 | 102.40   | -    |
|       | 单项计提坏账准备    | -    | 360.98 | 102.40   | -    |
|       | 单项计提坏账比例    | -    | 100%   | 100%     | -    |

#### (4) 公司与同行业可比公司的应收账款周转情况

报告期内，公司与同行业可比上市公司的应收账款周转率（次）指标对比情况如下：

| 公司名称 | 2018年   |          | 2017年   |          | 2016年   |          |
|------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
|      | 应收账款周转率 | 应收账款周转天数 | 应收账款周转率 | 应收账款周转天数 | 应收账款周转率 | 应收账款周转天数 |
| 华扬联众 | 2.92    | 123      | 2.78    | 129      | 2.72    | 132      |
| 蓝色光标 | 3.82    | 94       | 2.74    | 131      | 2.87    | 125      |
| 佳云科技 | 6.18    | 58       | 4.37    | 82       | 5.81    | 62       |
| 平均值  | 4.31    | 92       | 3.30    | 114      | 3.80    | 107      |
| 木瓜移动 | 4.88    | 74       | 4.51    | 80       | 3.08    | 117      |

公司营业收入规模逐年增长，但得益于公司运营能力的提升以及公司向下游客户的议价能力逐步增强，公司应收账款周转率逐年提升、周转天数逐年下降，应收账款管理效率提高，与同行业公司相比不存在较大差异。

### 三、对于账龄在 1 年以上、期末单独计提坏账准备的应收账款，说明对应的客户、主营业务、股东及实际控制人、收入金额、信用期限、形成收入的具体时点、相关业务属于搜索展示类还是效果类、未能结算的原因，相关坏账准备是否计提充分

截至 2018 年末，公司账龄 1 年以上的应收账款账面余额 11,241.14 万元，占比 11.08%，其中 100 万元以上合计 9,087.60 万元，占账龄 1 年以上应收账款 80% 以上。

账龄在 1 年以上以及单项计提坏账准备的应收账款对应的主要客户名称、主营业务、股东、收入金额、信用期限、形成收入的具体时点、相关业务属于搜索展示类还是效果类、未能结算的原因如下表：

单位：万元

| 序号 | 客户名称                             | 主营业务              | 股东   | 2018 年<br>收入 | 2017 年<br>收入 | 2016 年<br>收入 | 信用期限    | 业务类别      | 未能结算的原因  | 账龄超<br>1 年应<br>收账款 | 已回<br>款  | 计提<br>坏账<br>准备 | 单项<br>坏账<br>准备<br>金额 |
|----|----------------------------------|-------------------|--|--------------|--------------|--------------|---------|-----------|--|--------------------|----------|----------------|----------------------|
| 1  | 北京凡木盛世广告传播有限公司                   | 互联网营销服务           | 吕静明<br>75.5%<br>许勇<br>24.5%  | 292.42       | 5,396.47     | 1,032.64     | 45-90 天 | 搜索展示类     | 客户业务线调整，造成款项回笼慢。客户对欠款无疑议，目前是每月按期支付前期承诺的回款计划。结合目前回款进度及已经回款金额，坏账准备计提充分 | 2,422.66           | 1,583.12 | 240.86         |                      |
| 2  | ADyes(HongKong)TechnologyLimited | APP、电商及游戏等互联网广告推广 | AsialnnovationsHK Limited<br>50%，朴志鹏<br>49%，<br>AsiaInnovationsNetwork Limited<br>1% | 447.37       | 8,524.80     | 16.39        | 45-90 天 | 搜索展示类&效果类 | 原因是点开科技因为业务调整，换汇不及时，已与发行人协商回款计划                                      | 1,393.85           |          |                | 412.55               |

|   |  |                       |                    |          |          |        |         |           |   |        |        |       |        |
|---|--|-----------------------|--------------------|----------|----------|--------|---------|-----------|---|--------|--------|-------|--------|
| 3 | Leonetwork (HK) limited                  | APP 开发与互联网广告推广        | 深圳市理奥网络技术有限公司 100% | 367.14   | 1,499.66 | 707.88 | 45-90 天 | 搜索展示类&效果类 | 老客户，由于去年公司架构调整导致业务线调整。目前是每月按期支付前期承诺的回款计划。结合目前回款进度及已经回款金额，坏账准备计提充分         | 827.85 | 34.32  |       | 189.53 |
| 4 | HotdogsInformationTechnologyCo., Limited | 互联网服务                 | 吴耀 70%，庄骥 30%      | 1,113.81 | 2,837.65 | /      | 45-90 天 | 搜索展示类     | 客户的广告主回款周期变长，造成公司回款延后。已向发行人承诺 2019 年 9 月 30 日前安排支付，已计提足额坏账准备              | 723.79 |        | 73.43 |        |
| 5 | 合肥云创机电工程有限公司                             | 批发零售                  | 丁秀云 100%           | -        | 1,766.59 | /      | 45-90 天 | 搜索展示类     | 客户公司项目资金流程周转较长，已在 2019 结清欠款   | 651.69 | 651.69 | 65.17 |        |
| 6 | CocoBearTechnologyLimited                | 网络游戏及软件开发             | 上海触控科技发展有限公司 100%  | 0.57     | 954.10   | /      | 45-90 天 | 搜索展示类&效果类 | 经协商预计在 630 前先回款 25 万美金，2019 年 9 月 30 日前回 5 万美金。另已计提 60.76 万人民币坏账准备，坏账计提充分 | 306.33 |        |       | 60.76  |
| 7 | ETMobiGlobalPte Ltd                      | AdvertisingActivities | WANGFENGSHENG      | -        | 471.46   | 150.31 | 45-90 天 | 搜索展示类     | 因换汇原因，导致付款周期延长。目前已支付保证金 40 万元，其他正在协商用人民币支付                                | 189.37 |        | 18.94 |        |
| 8 | 上海乐告网络科技有限公司                             | 软件和信息技术服务业            | 苏建明 99%，顾桂全 1%     | -        | 1,260.80 | /      | 45-90 天 | 搜索展示类&效果类 | 因换汇原因，导致付款周期延长。目前已足额支付保证金，坏账计提比例充分  | 183.59 |        | 18.39 |        |
| 9 | 合肥趣玩科技有限公司                               | 科技推广和应用服务业            | 合肥常春藤移动科技有限公司 100% | -        | 104.57   | -      | 45-90 天 | 搜索展示类     | 因换汇原因，导致付款周期延长。目前已足额支付保证金，坏账计提比例充分  | 106.29 |        | 10.63 |        |

|    |                     |            |                      |          |          |       |         |       |  |        |        |  |       |
|----|---------------------|------------|----------------------|----------|----------|-------|---------|-------|--|--------|--------|--|-------|
| 10 | AppcoachSCo.Limited | 移动端互联网广告推广 | 上海安璞信息技术有限公司<br>100% | 3,286.29 | 6,466.16 | 28.02 | 45-90 天 | 搜索展示类 | 客户公司经营规模扩大，资金需求量增加导致回款慢。客户已支付 70 万美金；期后回款大于应收净额，坏账计提充分 | 849.36 | 480.42 |  | 57.62 |
|----|---------------------|------------|----------------------|----------|----------|-------|---------|-------|--|--------|--------|--|-------|

#### 四、针对 1 年以上应收账款占比持续上升予以风险提示

报告期内，受收入规模迅速增长的影响，公司应收账款规模同步增长。报告期各期末，公司应收账款余额分别为 25,303.94 万元、75,733.36 万元和 101,507.13 万元，规模较大。报告期一年以上应收账款占比持续上升，截至 2018 年 12 月 31 日，公司账龄一年以内的应收账款占应收账款余额的比例为 88.93%。若客户未来财务经营状况恶化，将对公司应收账款的回收产生不利影响，因此公司存在应收账款发生坏账的风险。

#### 五、发行人对于 Leo Network (HK) limited、AppcoachS Co.,Limited 及 CocoBear Technology Limited 作为单项金额重大并单独计提坏账的方式予以核算；请说明坏账准备减值测试方法、并结合期后回款等说明坏账准备计提的充分性

按照公司应收账款坏账政策，对期末余额超过 300 万人民币的应收账款客户进行单项减值测试，并根据应收账款的可收回性确认相应的应收账款坏账准备，所执行的减值测试方法主要包括：

1、对所选定客户分析其应收账款形成原因，近年来公司的合作情况、平均回款情况、应收账款账龄及期后回款情况，见问题 13、三披露；

2、对选定单项核查的客户背景进行了解，评估其业务情况、资金情况及偿付能力。

3、对选定的客户进行访谈，并询问其应收账款回款计划，根据公司还款能力及还款计划判断应收账款的坏账风险；对计划于 2019 年 6 月 30 日前还款的金额仍然按照账龄计提坏账，对超过 2019 年 6 月 30 日还款的金额进行评估，按照 30%-100%的比例计提坏账准备。

上述公司的期后回款情况如下：

单位：万元

| 序号 | 客户名称 | 应收账款余额 | 单项计提坏账准备 | 2018 年期后回款 |
|----|------|--------|----------|------------|
|    |      |        |          |            |

|   |                             |          |        |        |
|---|-----------------------------|----------|--------|--------|
| 1 | Leo Network (HK) limited    | 1,208.62 | 189.53 | 34.32  |
| 2 | AppcoachS Co. Limited       | 849.36   | 57.62  | 480.42 |
| 3 | CocoBear Technology Limited | 306.33   | 60.76  | -      |

经发行人与以上客户洽谈，以上客户均承诺在 2019 年 6 月 30 日前支付发行人款项，因此发行人认为应收账款可收回，单项计提的坏账准备是充分的。

为了进一步控制应收账款的风险，公司采取了如下措施：

1、加强客户的回款能力审核，密切关注主要客户的经营状况并不定期对其进行回访，以保证其按约定进度及时回款。

2、对重点客户加强接单和广告投放控制，若发生逾期，公司不予接单或冻结账户。

3、公司设立总经理督办的应收账款管理小组，设置专人对回款进行监督和催收。

针对应收账款的风险，公司已在招股说明书第四节 风险因素之“六、财务风险”之“(二) 应收账款发生坏账损失的风险”披露如下：

报告期内，受收入规模迅速增长的影响，公司应收账款规模同步增长。报告期各期末，公司应收账款余额分别为 25,303.94 万元、75,733.36 万元和 101,507.13 万元，规模较大。报告期一年以上应收账款占比持续上升，截至 2018 年 12 月 31 日，公司账龄一年以内的应收账款占应收账款余额的比例为 88.93%。若客户未来财务经营状况恶化，将对公司应收账款的回收产生不利影响，因此公司存在应收账款发生坏账的风险。

## 六、核查过程和核查结论

### (一) 核查程序

保荐机构及申报会计师进行了核查：

1、访谈发行人财务总监对于应收账款的管理情况；

2、获取并查阅了发行人报告期末各期末应收账款余额表、坏账准备计提政策；查询可比公司的应收账款余额、坏账准备计提政策进行比较分析；

3、获取并查阅了对于账龄在 1 年以上、期末单独计提坏账准备的应收账款的客户基本情况、收入形成、业务类型，访谈发行人财务总监对于未能结算的原因及相关坏账准备计提情况；

4、获取并查阅了发行人对单项计提客户单项减值测试计算表；选定单项核查的客户背景进行了解，评估其业务情况、资金情况及偿付能力；对选定的客户进行访谈，询问并获取其应收账款回款计划，根据公司还款能力及还款计划判断应收账款的坏账风险

## （二）核查意见

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期各期末应收账款快速增长的原因主要是随着公司大数据资源不断积累、拓展客户资源、提升客户服务能力，公司 2017 年开始以搜索展示类为主的业务规模得以快速拓展，各期末应收账款账面余额随之快速增加；2017 年及 2018 年，发行人营业收入增长率、应收账款增长率均高于可比公司增长幅度，但发行人各期末应收账款占当期营业收入的比重低于同行业可比公司的平均值，同时发行人的应收账款增长幅度相较于当期营业收入的增长幅度低于可比公司的对应比率，表明公司的应收账款回收较为及时，周转速度较好，与同行业公司相比不存在较大差异。

2、发行人营业收入规模逐年增长，但得益于发行人运营能力的提升以及发行人向下游客户的议价能力逐步增强，发行人应收账款周转率逐年提升、周转天数逐年下降，应收账款管理效率提高，与同行业公司相比不存在较大差异。

3、发行人已对账龄在 1 年以上、期末单独计提坏账准备的应收账款情况进行了如实披露，对其坏账准备已在报告期内进行充分考虑并单项计提，对其回收风险进行了必要风险提示；

4、经与单项计提客户进行访谈确认，该累客户均承诺在 2019 年 6 月 30 日前支付发行人款项，认为其应收账款可收回，单项计提的坏账准备是充分的。

## 问题 14 关于销售费用

根据首轮问题 40 的回复，报告期，发行人客户数量分别为 430 家、960 家及 1093 家。其中，合同规模 500 万以上的客户数量为 24 家、78 家及 100 家；合同规模在 100 万到 500 万的客户数量为 44 家、118 家及 129 家。发行人开拓客户方式为公司商务人员通过参加展会、上门拜访、老客户介绍等方式开发新客户，随着公司业务规模的扩大及知名度的提升，客户主动联系的案例也日益增多。发行人销售费用中员工薪酬分别为 1449.32 万元、2037.43 万元及 2062.23 万元，除员工薪酬外其他销售费用分别为 260.37 万元、209.24 万元及 183.64 万元，持续下滑。

请发行人进一步说明：（1）结合报告期营销人员数量，说明平均薪酬金额及变化原因；（2）公司按照直接客户（直接客户按照游戏、电子商务、媒体资讯及其他予以细分）及代理公司对报告期内不同合同规模的客户家数予以细分，并说明相关客户数量变化的原因；（3）结合同行业公司情况，对公司销售费用占营业收入比重较低的合理性予以说明；（4）主要的客户拓展方式、相关方式下主要销售费用形式，说明在客户规模大幅上升的情况下除员工薪酬外的销售费用持续下滑的原因及合理性。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、结合报告期营销人员数量，说明平均薪酬金额及变化原因

报告期内，发行人销售人员数量、平均薪酬以及人均在手客户数量、人均销售额情况如下表所示：

| 项 目        | 2018 年 | 2017 年 | 2016 年 |
|------------|--------|--------|--------|
| 销售人员数量（人）* | 55     | 55     | 46     |



|                |          |          |          |
|----------------|----------|----------|----------|
| 销售人员平均薪酬（万元/年） | 37.50    | 37.04    | 31.51    |
| 人均在手销售客户       | 19.87    | 17.45    | 9.35     |
| 人均在手销售金额（万元）   | 7,869.47 | 4,144.33 | 1,228.02 |

注\*：此处为平均人数。

报告期内，发行人销售人员人均薪酬逐年上升，从2016年的31.51万元增长至2018年的37.50万元。销售人员人均薪酬略高于与同行业公司的平均水平。主要原因是目前发行人现有业务的销售模式造成的，具体如下：

公司自2016年第四季度开始，搜索展示类业务呈现规模化的业绩增长，销售人员的绩效工资部分与业绩增长挂钩；而随着公司客户规模稳定，销售人员的薪酬水平也趋于稳定。

同行业销售人员薪酬费用可比及变动分析：

单位：万元

| 公司简称 | 2018年  | 2017年  |
|------|--------|--------|
|      | 销售人均薪酬 | 销售人均薪酬 |
| 华杨联众 | 20.44  | 19.41  |
| 佳云科技 | 7.20   | 5.03   |
| 木瓜移动 | 37.50  | 37.04  |

木瓜移动销售人员因为需要对数据跟踪，投放效果和优化策略给予客户专业指导，相比传统的广告营销销售人员，专业要求更高。同时需要跟海外渠道以及媒体供应商直接英文沟通，以及其薪酬结构直接与绩效挂钩，所以薪酬水平高于其他同业公司销售岗位薪酬水平。

**二、公司按照直接客户（直接客户按照游戏、电子商务、媒体资讯及其他予以细分）及代理公司对报告期内不同合同规模的客户家数予以细分，并说明相关客户数量变化的原因**

| 分类           | 2018年      |            |            |             | 2017年     |            |            |            | 2016年     |           |            |            |
|--------------|------------|------------|------------|-------------|-----------|------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|------------|
|              | >500万      | 100-500万   | <100万      | 汇总          | 500万以上    | 100-500万   | 100万以下     | 汇总         | 500万以上    | 100-500万  | 100万以下     | 汇总         |
| <b>直客</b>    | <b>81</b>  | <b>111</b> | <b>740</b> | <b>932</b>  | <b>38</b> | <b>83</b>  | <b>671</b> | <b>792</b> | <b>21</b> | <b>29</b> | <b>323</b> | <b>373</b> |
| 其中：游戏        | 12         | 15         | 42         | 69          | 2         | 4          | 6          | 12         | 5         | 4         | 12         | 21         |
| 电子商务         | 38         | 48         | 279        | 365         | 16        | 28         | 261        | 305        | 1         | 0         | 3          | 4          |
| 媒体资讯         | 4          | 0          | 1          | 5           | 3         | 1          | 0          | 4          | 1         | 1         | 3          | 5          |
| 其他           | 27         | 48         | 418        | 493         | 17        | 50         | 404        | 471        | 14        | 24        | 305        | 343        |
| <b>代理</b>    | <b>19</b>  | <b>18</b>  | <b>124</b> | <b>161</b>  | <b>40</b> | <b>35</b>  | <b>93</b>  | <b>168</b> | <b>3</b>  | <b>15</b> | <b>39</b>  | <b>57</b>  |
| <b>Total</b> | <b>100</b> | <b>129</b> | <b>864</b> | <b>1093</b> | <b>78</b> | <b>118</b> | <b>764</b> | <b>960</b> | <b>24</b> | <b>44</b> | <b>362</b> | <b>430</b> |

客户数量的变化主要来自于以下几方面原因：

### 1、国家政策对互联网出海的支持

2016年7月，国家工商总局发布的《广告产业发展“十三五”规划》中正式提出鼓励广告业以“互联网+广告”为核心，实现跨媒介、跨平台、跨终端的整合。在有利的政策环境下，国内企业向海外市场传播优秀的中国高科技互联网产品、技术和中国影响力的刚性需求增加；

### 2、技术能力不断优化，服务客户的能力逐步增强。

公司的互联网营销综合服务平台通过大数据处理和机器学习技术建立营销对象、产品以及媒介的个性化传播模型，并通过AI技术进行高效的智能投放及持续优化。公司在ROI上的持续优化能力吸引老客户加大投放力度，同时也吸引一批前期通过其他互联网营销服务商投放的企业新增在木瓜的投放预算，导致500万以上规模的直客年复合增加率达到56.8%；

### 3、客户规模持续增加

公司主要服务于电子商务、工具应用等新兴行业的优质客户，包括百度、点点互动、奇虎360、久邦数码、今日头条、新华网、狮之吼、麒麟合盛等，客户旺盛的出海需求为公司业务快速发展奠定了良好的行业基础。2016年、2017年和2018年公司收入规模超过500万元的客户数量分别是24家、78家和100家，其中电子商务类500万以上大客户分别为1家，16家和38家，游戏500万以

上大客户分别为 5 家、2 家和 12 家，增长明显。

4、互联网营销服务业务主要业务场景在线上，全球行业市场推广活动集中在某一特定时点特定场地，导致新客户的获客成本较低，获客回报相对集中。此外，重要品牌推广客户推广需求主要以招投标方式进行、销售人员需要负责跟踪推进具体业务，不需要大量的客户拜访或者通过差旅及招待来促成销售。

以上，公司销售规模增长与销售团队规模非线性相关，客户增长主要来自于客户对公司推广效果的认可，不断增大的市场规模以及电商，游戏等行业不断增加的出海需求。

### 三、结合同行业公司情况，对公司销售费用占营业收入比重较低的合理性予以说明

公司与同行业可比公司销售费用占营业收入比重如下：

单位：万元

| 公司简称 | 项目          | 2018 年       | 2017 年       | 2016 年       |
|------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 华扬联众 | 销售费用        | 36,675.65    | 52,928.72    | 47,624.54    |
|      | 营业收入        | 1,074,770.66 | 821,643.82   | 663,873.06   |
|      | 销售费用占营业收入比重 | 3.41%        | 6.44%        | 7.17%        |
| 蓝色光标 | 销售费用        | 96,856.61    | 114,167.49   | 111,706.97   |
|      | 营业收入        | 2,310,396.85 | 1,523,083.77 | 1,231,910.59 |
|      | 销售费用占营业收入比重 | 4.19%        | 7.50%        | 9.07%        |
| 佳云科技 | 销售费用        | 3,838.17     | 1,131.48     | 1,756.46     |
|      | 营业收入        | 561,019.65   | 270,612.47   | 282,385.78   |
|      | 销售费用占营业收入比重 | 0.68%        | 0.42%        | 0.62%        |
| 木瓜移动 | 销售费用        | 2,245.87     | 2,246.67     | 1,709.59     |
|      | 营业收入        | 432,820.90   | 227,938.04   | 56,488.83    |
|      | 销售费用占营业收入比重 | 0.52%        | 0.99%        | 3.03%        |

2016 年至 2018 年，公司销售规模呈现年复合增长 176.80% 的快速发展。公司的收入增长一方面随着服务满意度提高，来自存量客户的投放规模快速增长，这部分存量客户带来的收入增长不需要额外付出获客成本；另一方面是随着公司

进一步加强智能化、程序化和自动化投放技术能力，通过用技术代替人工的一系列优化，公司不需要通过加大线下市场营销活动投入或者增加销售员工人数来获取，取得收入的增长，公司的销售费用尽管稳中小幅提升，但是营业收入与销售费用之间并没有直接线性相关。

公司销售费用占营业收入的比重与同行业的整体变动趋势一致，佳云科技从2017年开始，收入均基本来自互联网营销业务，公司与佳云科技在业务构成方面相对而言具有较高的可比性，公司销售费用占营业收入比重与佳云科技接近。

#### 四、主要的客户拓展方式、相关方式下主要销售费用形式，说明在客户规模大幅上升的情况下除员工薪酬外的销售费用持续下滑的原因及合理性。

公司开拓客户方式为公司商务人员通过参加展会、上门拜访、老客户介绍等方式开发新客户，随着公司业务规模的扩大及知名度的提升，客户主动联系的案例也日益增多。公司各方式下拓展客户及维持客户过程中，除了销售人员的员工薪酬之外主要有差旅费、业务招待费、办公费、市场广告宣传费、服务费及折旧费等。

报告期内，公司销售费用的主要构成如下：

单位：万元

| 项目      | 2018年           |                | 2017年           |                | 2016年           |                |
|---------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|
|         | 金额              | 占比             | 金额              | 占比             | 金额              | 占比             |
| 职工薪酬    | 2,062.23        | 91.82%         | 2,037.43        | 90.69%         | 1,449.32        | 84.78%         |
| 市场广告宣传费 | 50.18           | 2.23%          | 53.20           | 2.37%          | 130.58          | 7.64%          |
| 差旅费     | 66.72           | 2.97%          | 61.59           | 2.74%          | 56.30           | 3.29%          |
| 服务费     | 12.82           | 0.57%          | 21.99           | 0.98%          | 20.21           | 1.18%          |
| 业务招待费   | 38.33           | 1.71%          | 29.35           | 1.31%          | 13.60           | 0.80%          |
| 办公费     | 11.15           | 0.50%          | 37.03           | 1.65%          | 34.18           | 2.00%          |
| 折旧费     | 4.44            | 0.20%          | 6.08            | 0.27%          | 5.41            | 0.32%          |
| 合计      | <b>2,245.87</b> | <b>100.00%</b> | <b>2,246.67</b> | <b>100.00%</b> | <b>1,709.60</b> | <b>100.00%</b> |

除了职工薪酬之外的各销售费用明细中，差旅费、业务招待费随着业务规模扩展、客户规模扩大而逐年增长。

市场广告宣传费逐年下降，主要原因系公司业务规模的扩大、公司品牌效应显现，公司市场认可度有效提升，自然带来较多客户的主动合作，推动市场广告宣传费投入下降。

办公费、折旧费以及服务费等其他小额销售费用，主要系公司销售人员数量随着效果类业务缩减，针对中长尾流量的客户维护费用随之缩减。

因公司合同规模 500 万以上的客户数量、100 万到 500 万的客户数量均逐年增加，公司维护客户的费用不与营业收入呈直线性变动趋势。公司客户留存率较高，老客户的维护费用低。另外，公司拓展搜索展示类业务，公司的数据标准化、运营自动化和投放智能化特色更加显著。以上原因综合使得公司总体销售费用呈现缓慢增长。

## 五、核查过程和核查结论

### （一）核查程序

保荐机构及申报会计师进行了核查：

- 1、访谈发行人财务总监和业务主管对于销售人员的管理、薪酬核算情况；获取并查阅发行人销售人员薪酬表；
- 2、获取并查阅发行人按照直接客户及代理公司对报告期内不同合同规模的客户家数细分明细表，并对其分析；
- 3、访谈发行人财务总监对于发行人销售费用占营业收入比重较低的合理性情况；查询同行业可比公司的销售费用及占比情况，与发行人比较分析；
- 4、访谈发行人业务关于对于主要的客户拓展方式、相关方式下主要销售费用形式进行了解，并对在客户规模大幅上升的情况下除员工薪酬外的销售费用持续下滑的原因及合理性进行了解并分析；

### （二）核查意见

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人销售人员人均薪酬略高于与同行业公司的平均水平，主要原因是目前发行人现有业务的销售模式所致，公司自 2016 年第四季度开始，搜索展示类业务呈现规模化的业绩增长，销售人员的绩效工资部分与业绩增长挂钩；而随着公司客户规模稳定，销售人员的薪酬水平也趋于稳定。

2、发行人销售规模增长与销售团队规模非线性相关，客户增长主要来自于客户对发行人推广效果的认可，不断增大的市场规模以及电商，游戏等行业不断增加的出海需求。

3、发行人销售费用占营业收入的比重与同行业的整体变动趋势一致；

4、发行人开拓客户方式为公司商务人员通过参加展会、上门拜访、老客户介绍等方式开发新客户，随着公司业务规模的扩大及知名度的提升，客户主动联系的案例也日益增多；对各方式下拓展客户及维持客户过程中，除了销售人员的员工薪酬之外主要有差旅费、业务招待费、办公费、市场广告宣传费、服务费及折旧费进行如实披露；随着发行人合同规模 500 万以上的客户数量、100 万到 500 万的客户数量均逐年增加，公司维护客户的费用不与营业收入呈直线性变动趋势。此外，公司拓展搜索展示类业务，公司的数据标准化、运营自动化和投放智能化特色更加显著，综合因素使得发行人总体销售费用呈现缓慢增长。

## 问题 15 关于同行业可比信息的准确性

根据首轮问题 37 回复，公司表示同行业可比公司佳云科技互联网营销业务毛利率分别为 2.78%、13.42%及 4.40%。但根据公开市场数据，佳云科技搜索引擎广告业务毛利率为 2.78%、8.07%及 10.47%，佳云科技收入整体毛利率分别为 12.46%、13.43%及 4.42%。与公司数字存在明显不一致。

请发行人核实相关行业数据后对招股说明书予以修订。

请保荐机构核查：（1）回复中应用的佳云科技可比公司毛利率的具体计算方式，与公开市场数据明显不一致的原因；（2）是否存在为体现发行人相关毛利率趋势而故意调整可比公司公开数据的情况；（3）全面核实招股说明书及回

复中涉及的公开数据的准确性，是否存在上述情况，予以列明。

请保荐机构发表明确意见。

**【回复】**

**一、回复中应用的佳云科技可比公司毛利率的具体计算方式，与公开市场数据明显不一致的原因**

佳云科技于2015年完成收购北京金源互动科技有限公司100%股权后，通过参股多家移动互联网营销公司，逐步完成对移动互联网营销产业的转型。2016年佳云科技业务包括移动互联网营销业务以及传统电涌保护产品业务，期间完成对电涌保护产品业务的剥离。根据佳云科技年报，2016年、2017年和2018年佳云科技的收入情况如下：

单位：万元

| 项目          | 2018年             |             | 2017年             |             | 2016年             |             |
|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
|             | 金额                | 比例          | 金额                | 比例          | 金额                | 比例          |
| 分行业         |                   |             |                   |             |                   |             |
| 互联网营销业务     | 560,600.17        | 99.93%      | 270,264.36        | 99.87%      | 280,985.09        | 99.50%      |
| 电气机械及器材制造业  | -                 | -           | -                 | -           | 1,400.69          | 0.50%       |
| 其他          | 419.48            | 0.07%       | 348.11            | 0.13%       | -                 | -           |
| 分产品         |                   |             |                   |             |                   |             |
| 互联网广告业务     | 466,911.30        | 83.23%      | 235,401.06        | 86.99%      | 213,107.71        | 75.47%      |
| 搜索引擎营销      | 93,688.87         | 16.70%      | 34,863.30         | 12.88%      | 67,877.38         | 24.04%      |
| 电涌保护产品      | -                 | -           | -                 | -           | 1,128.68          | 0.40%       |
| 塑胶产品        | -                 | -           | -                 | -           | 61.94             | 0.02%       |
| 其他          | 419.48            | 0.07%       | 348.11            | 0.13%       | 210.07            | 0.07%       |
| <b>营业收入</b> | <b>561,019.65</b> | <b>100%</b> | <b>270,612.47</b> | <b>100%</b> | <b>282,385.78</b> | <b>100%</b> |

根据佳云科技年报披露，2016年、2017年和2018年佳云科技的毛利率如下：

| 项 目        | 2018 年 | 2017 年 | 2016 年 |
|------------|--------|--------|--------|
| 合并毛利率      | 4.42%  | 13.43% | 12.46% |
| 分行业        |        |        |        |
| 互联网营销业务    | 4.40%  | 13.42% | 12.45% |
| 电气机械及器材制造业 | -      | -      | 14.36% |
| 其他         | 27.58% | 20.29% | -      |
| 分产品        |        |        |        |
| 互联网广告业务    | 3.19%  | 14.21% | 15.53% |
| 搜索引擎营销     | 10.47% | 8.07%  | 2.78%  |
| 电涌保护产品     | -      | -      | 11.29% |
| 塑胶产品       | -      | -      | 21.09% |
| 其他         | 27.58% | 20.29% | 28.84% |

佳云科技 2016 年业务包括传统电涌保护产品业务，由于分类口径的不同产生了合并口径的主营业务毛利率、分行业以及分产品口径的毛利率。在同行业可比上市公司比较时，为了行业可比性发行人选取了分行业中的互联网营销业务毛利率进行比较。

## 二、是否存在为体现发行人相关毛利率趋势而故意调整可比公司公开数据的情况

发行人在首轮问询问题 37 回复中，2016 年对佳云科技的毛利率披露为搜索引擎营销毛利率，为笔误，不存在为体现发行人相关毛利率趋势而故意调整可比公司公开数据的情况。发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（四）营业毛利和毛利率分析”中对佳云科技相关内容修正披露如下：

### 4、与同行业可比上市公司比较

#### （1）A 股同行业上市公司在搜索展示类业务方面的毛利率情况



发行人是国内少数以全球主流媒体流量进行综合类出海营销的企业之一，在大数据营销产业价值链上处于 DSP+DMP 的业务环节。发行人业务全部通过程序化交易实施，发行人的产业定位、商业模式、自动化程度与境内基于本地构架的数字营销领域企业相比存在较大差异，导致财务数据呈现不同特征。下面选取 A 股同为互联网营销行业的蓝色光标、佳云科技和华扬联众进行对比。

| 证券代码   | 证券简称 | 2018 年       | 2017 年       | 2016 年        |
|--------|------|--------------|--------------|---------------|
| 603825 | 华扬联众 | 11.90%       | 9.45%        | 9.65%         |
| 300058 | 蓝色光标 | 1.11%        | 0.65%        | -             |
| 300242 | 佳云科技 | 4.40%        | 13.42%       | <b>12.45%</b> |
| 算数平均数  |      | <b>5.80%</b> | <b>7.84%</b> | <b>11.05%</b> |
| 木瓜移动   |      | 3.56%        | 4.34%        | 0.51%         |

注 1：蓝色光标选择出海业务毛利率进行比较，2016 年年报、2017 年年报未披露出海广告投放业务毛利率，上表使用 2018 年年报显示的当期及上年同期数。

注 2：佳云科技该处毛利率为互联网营销业务毛利率。

### 三、全面核实招股说明书及回复中涉及的公开数据的准确性，是否存在上述情况，予以列明

发行人重新核查校对了招股说明书及回复中涉及的公开数据，对招股说明书进行了修订，涉及修正的数据参见本次申报文件 8-4-6 关于北京木瓜移动科技股份有限公司科创板首次公开发行股票招股说明书（申报稿）修订的专项说明。

### 四、保荐机构核查

保荐机构查阅了佳云科技 2016 年、2017 年和 2018 年公开披露的年报，发表意见如下：

发行人已对招股说明书及回复中的数据进行了检查修正，选取佳云科技互联网营销业务毛利率比较是基于行业可比性原因，不存在为体现发行人相关毛利率趋势而故意调整可比公司公开数据的情况。

## 问题 16 关于研发费用

根据首轮问题问题 18 回复，报告期研发费用中职工薪酬占比分别为 91.76%、90.34%及 89.06%。

请发行人进一步说明：（1）报表中研发费用与纳税申报中加计扣除研发费用是否一致；（2）人员薪酬的具体核算方式，是否存在将非研发活动中薪酬核算进入研发费用的情况；（3）是否存在将其他费用计入研发费用的情况；4）请列表说明公司其他研发活动的目的，与公司主营业务及未来新产品的关系。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、报表中研发费用与纳税申报中加计扣除研发费用是否一致

研发费加计扣除与报告中研发费差异的原因：

单位：万元

| 项目              | 2018 年        | 2017 年        | 2016 年          | 差异原因      |
|-----------------|---------------|---------------|-----------------|-----------|
| 研发费用（合并报表）      | 3,052.43      | 2,730.61      | 2,790.32        |           |
| 加计扣除（木瓜移动）      | 2,472.03      | 1,900.31      | 1,210.34        |           |
| 加计扣除（深圳木瓜）      | 93.56         | -             | -               |           |
| <b>差异</b>       | <b>486.85</b> | <b>830.30</b> | <b>1,579.98</b> |           |
| <b>差异原因</b>     | -             | -             | -               |           |
| 移动奇异未做加计扣除      | 218.77        | 303.92        | 577.93          | 移动奇异亏损    |
| 母公司经税务局认定后调整    | -             | 392.50        | 58.37           | 经税务局认定后调整 |
| 境外子公司未做加计扣除-开曼  | -             | -             | 0.69            | 境外不适用     |
| 境外子公司未做加计扣除-香港  | -             | 6.77          | 1.21            | 境外不适用     |
| 木瓜移动的前期研发活动支出   | -             | -             | 929.73          |           |
| 木瓜移动-房租-税法与会计调整 | 306.20        | 115.86        | 5.04            | B         |
| 木瓜移动-税法与会计调整    | 20.81         | 11.25         | 7.00            | A         |
| 深圳木瓜-税法与会计调整    | -58.94        | 0             | 0               |           |

表中差异以英文字母列示，标注释义见下方：

A.根据财税〔2015〕119 号中第一条第 6 项规定，允许加计扣除的其他费用范围为“与研发活动直接相关的其他费用，如技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高科技研发保险费，研发成果的检索、分析、评议、论证、鉴

定、评审、评估、验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，差旅费、会议费，职工福利费、补充养老保险费、补充医疗保险费。此项费用总额不得超过可加计扣除研发费用 8-2-25 总额的 10%。” 以及根据税务总局公告 2015 年第 97 号中第六条第（三）项的规定，享受研发费用加计扣除优惠政策的研发项目应为取得立项文件的研发项目，此类项目应取得自主、委托、合作研究开发项目计划书和企业有权部门关于自主、委托、合作研究开发项目立项的决议文件。

B.根据国家税务总局公告 2017 年第 40 号中第二条的规定，可以加计扣除的直接投入费用为研发活动直接消耗的材料、燃料和动力费用；用于中间试验和产品试制的模具、工艺装备开发及制造费，不构成固定资产的样品、样机及一般测试手段购置费，试制产品的检验费；用于研发活动的仪器、设备的运行维护、调整、检验、维修等费用，以及通过经营租赁方式租入的用于研发活动的仪器、设备租赁费。

综上所述，2017 及 2018 年的加计扣除与研发费用之间差异主要系两方面原因所致。一方面是移动奇异存在未弥补亏损，该部分未申报该子公司的研发费用加计扣除；其余部分则是根据成本，费用款项性质分类对年度研发费用账面金额根据税法相关规定，部分费用未进行加计扣除

2016 年木瓜移动有 929 万差异，主要产生于早期研发活动独立立项之前，包括但不限于研发人员培训期间的工资，房租等费用。出于谨慎性原则，公司未分配到对应项目进行加计扣除。

## **二、人员薪酬的具体核算方式，是否存在将非研发活动中薪酬核算进入研发费用的情况**

根据发行人研发费用核算要求，通过对研发项目的立项报告、预算、计划、阶段成果、项目人员工作分配等情况，按职责匹配，将相关员工职工薪酬、研发材料、办公费等直接投入计入研发费用；人员薪酬按照项目进行归集，在项目立项后将相关人员的工资在该项目中进行核算。

### **（1）研发投入的确认依据**

公司研发投入的确认依据：为研发项目投入的人工、场地及项目管理等相关支出计入研发费用。公司对研发费用按照项目核算，研发立项后，财务人员在财务系统中建立研发项目辅助帐，进行独立核算，分不同项目归集发生的所有支出。

### （2）研发投入的核算方法

报告期内，公司在研发项目立项后按照项目分别设置辅助明细，分别记录各个项目的研发支出。

### （3）最近三年研发投入的明细构成

单位：万元

| 项目        | 2018 年度    |         | 2017 年度    |         | 2016 年度   |         |
|-----------|------------|---------|------------|---------|-----------|---------|
|           | 金额         | 比例      | 金额         | 比例      | 金额        | 比例      |
| 职工薪酬      | 2,718.41   | 89.06%  | 2,466.82   | 90.34%  | 2,560.31  | 91.76%  |
| 租赁费       | 313.48     | 10.27%  | 240.19     | 8.80%   | 201.15    | 7.21%   |
| 折旧费       | 4.82       | 0.16%   | 8.86       | 0.32%   | 13.72     | 0.49%   |
| 办公费       | 15.73      | 0.52%   | 14.73      | 0.54%   | 15.15     | 0.54%   |
| 合计        | 3,052.43   | 100.00% | 2,730.61   | 100.00% | 2,790.32  | 100.00% |
| 营业收入      | 432,820.90 |         | 227,938.04 |         | 56,488.83 |         |
| 研发费用占收入比例 | 0.71%      |         | 1.20%      |         | 4.94%     |         |

公司研发费用主要由职工薪酬、及研发活动中所需要分摊的场地费用所构成构成，2016-2018 年，上述两项费用合计占研发费用的比例分别为 99.33%、99.14%、98.97%。职工薪酬、折旧和摊销开支较为固定，并不随营业收入增长而同比大幅增加。报告期内，公司加大对互联网营销综合服务平台的技术研发投入，以配合互联网营销行业的迅速发展并带来业务量的稳步增长。

此外，公司将研发费用核算以立项为核算起点，对研发人员参与研发项目的明细和具体参与时间登记造册，分别进行核算，不存在将非研发活动薪酬核算进入研发费用的情况。

单位：万元

| 研发项目                  | 项目预算   | 实施进度 | 报告期研发费用  |          |          |
|-----------------------|--------|------|----------|----------|----------|
|                       |        |      | 2018年    | 2017年    | 2016年    |
| 木瓜 affiliate 网盟对接平台系统 | 730.00 | 已验收  | 737.72   | -        | -        |
| 数据收集分发系统              | 510.00 | 已验收  | 541.75   | -        | -        |
| 监控报警系统                | 450.00 | 已验收  | 485.21   | -        | -        |
| 电商广告投放系统              | 680.00 | 已验收  | -        | 477.81   | 366.51   |
| 运维自动化系统               | 280.00 | 已验收  | -        | 381.54   | -        |
| AppFlood              | 400.00 | 已验收  | -        | -        | 756.22   |
| 其他研发项目                | -      | -    | 1,287.75 | 1,871.26 | 1,667.59 |
| 合计                    | -      | -    | 3,052.43 | 2,730.61 | 2,790.32 |

### 三、是否存在将其他费用计入研发费用的情况

公司的研发费用构成情况如下：

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     | 2,718.41 | 89.06%  | 2,466.82 | 90.34%  | 2,560.31 | 91.76%  |
| 房租       | 313.48   | 10.27%  | 240.19   | 8.80%   | 201.15   | 7.21%   |
| 折旧费      | 4.82     | 0.16%   | 8.86     | 0.32%   | 13.72    | 0.49%   |
| 办公费等其他费用 | 15.73    | 0.52%   | 14.73    | 0.54%   | 15.15    | 0.54%   |
| 合计       | 3,052.44 | 100.00% | 2,730.60 | 100.00% | 2,790.33 | 100.00% |

由上表可知，报告期内发行人研发费用的主要构成是职工薪酬及分摊的房租及折旧。经查阅公开信息可知，发行人研发费用构成占比与同行业上市公司及其他高新技术上市公司保持了一致，具备合理性及真实性。

发行人在对“研发费用-职工薪酬”进行核算归集时，严格按照相关人员的职责及工作内容进行区分，确保人员类型认定的准确性；除职工薪酬外，主要为房屋、折旧费及少量的办公费等其他费用，房租及折旧均按照比例分摊计入，办公费等其他费用为研发过程中产生的相关支出，均与研发活动相关。

#### 四、请列表说明公司其他研发活动的目的，与公司主营业务及未来新产品的关系

除了已经列出的研发活动之外，公司在报告期还进行了下述项目的研发工作。这些研发工作属于公司围绕主营业务的其他核心技术以及核心技术的的产品化方向。此外公司在 18 年启动了 Papaya FM 项目，准备建设自有的流量资源。

| 项目年度 | 研发项目          | 研发支出（元） | 与主营业务关系                      |
|------|---------------|---------|------------------------------|
| 2018 | CRM 客户管理系统项目  | 439.47  | 公司核心业务系统之一                   |
|      | PAPAYAFM 应用项目 | 429.91  | 公司自主研发的 App，未来可能成为自有流量资源     |
|      | 流式数据传输软件      | 217.00  | 对应公司核心技术：木瓜移动流式数据处理技术        |
|      | 识别模型构建软件      | 201.37  | 对应公司核心技术：用户登录系统中的身份加密及验证安全技术 |
| 2017 | 优广通项目         | 152.57  | 公司核心业务系统之一                   |
|      | 创意制作工具项目      | 170.69  | 对应公司核心技术：自动化素材设计人机交互方案       |
|      | 图像识别系统项目      | 170.07  | 对应公司核心技术：智能化图像特征分析系统         |
|      | APP 数据报表系统项目  | 217.07  | 对应公司核心技术：木瓜移动大数据实时报表系统       |
|      | 广告自动优化工具项目    | 175.59  | 公司核心业务系统木瓜优广通功能模块之一          |
|      | 反作弊系统项目       | 186.32  | 公司核心业务系统 AppFlood 功能模块之一     |
| 2016 | 反违规系统项目       | 210.35  | 公司核心业务系统木瓜优广通功能模块之一          |
|      | 优广通项目组        | 458.47  | 公司核心业务系统之一                   |
|      | 历史游戏项目维护      | 793.70  | 不属于主营业务                      |

#### 五、核查过程和核查结论

##### （一）核查程序

保荐机构及申报会计师进行了核查：

- 1、获取并查阅了发行人报告期内的研发费用归集表、纳税申报表；

2、访谈发行人财务总监，对人员薪酬的归集、账务处理等核算方式进行了了解；获取并查阅了发行人报告期内研发人员清单、研发费用归集表；将各期计入研发费用-工资中的研发人员与研发立项报告中人员安排进行核对，并结合员工花名册中的岗位、员工合同等进行核对，查看其是否属于项目研发人员；

3、对研发费用中支出金额较大的支出进行实质性测试，查阅研发业务内容，判断与研发活动的相关性；获取发行人对于研发费用中职工薪酬以外的其他费用的归集和分配表，并对其进行分析计算；查看其他费用分配过程是否前后期一致、合理，是否符合研发费用内控管理制度；

4、访谈发行人的研发主管了解其他发行人其他研发活动的目的、与发行人主营业务的关系的情况；

## **(二) 核查意见**

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人不存在非研发活动中薪酬核算进入研发费用的情况。

2、发行人将研发费用核算以立项为核算起点，对研发人员参与研发项目的明细和具体参与时间登记造册，分别进行核算，不存在将非研发活动薪酬核算进入研发费用的情况。

3、发行人在对“研发费用-职工薪酬”进行核算归集时，严格按照相关人员的职责及工作内容进行区分，确保人员类型认定的准确性；除职工薪酬外，主要为房屋、折旧费及少量的办公费等其他费用，房租及折旧均按照比例分摊计入，办公费等其他费用为研发过程中产生的相关支出，均与研发活动相关；不存在将其他费用计入研发费用核算的情形。

4、发行人如实披露了其他发行人其他研发活动的目的、与发行人主营业务的关系的情况。

## 问题 17 关于股份支付

根据首轮问题 43 回复，发行人 2016 年股份支付确定的公允价值为 5.01 元/股。

请发行人进一步说明：（1）发行人持股平台增资入股时间、价格、以及对应的公允价格；（2）2016 年股份支付公允价格具体估算过程及依据、并结合发行人前后增资入股价格的变动对公允性予以进一步分析。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、发行人持股平台增资入股时间、价格、以及对应的公允价格

发行人持股平台冬瓜科技增资入股时间、价格、以及对应的公允价格：

| 序号 | 增资入股时间   | 增资股数（万股） | 增资价格（元/股） | 公允价格（元/股） | 确定公允价值的方法  | 股份支付费用（万元） |
|----|----------|----------|-----------|-----------|--|------------|
| 1  | 2016.1.6 | 200      | 1.03      | 5.01      | 根据最近一次股东增资折合的每股价格计算；同时考虑发行人 2015 年度的净利润水平，按照当时市场 9.7 倍的市盈率进行估值计算 | 796        |

#### 二、2016 年股份支付公允价格具体估算过程及依据、并结合发行人前后增资入股价格的变动对公允性予以进一步分析

##### （一）2016 年股份支付公允价格具体估算过程及依据

发行人同行业内与发行人业务类型、业务模式较为接近的企业，其同期估值数据难以从公开渠道获得。发行人适当参考发行人所属互联网大行业上市公司的估值方法，发行人根据自身经营发展所处阶段、市场情况、业绩情况及综合未来增长预期，以增资前最近一年经审计后的财务数据为基础，按照合理估值倍数确定股份公允价值。2016 年股份支付公允价格根据最近一次股东增资折合的每股



价格计算,具体为2015年7月22日,经公司股东会决议,实际增资150,003,000.00元,其中计入注册资本人民币9,963,000.00元,本次增资完成后公司的注册资本变更为人民币19,963,000.00元,占比49.91%;2015年12月16日,木瓜有限股东会通过决议,决定以截至2015年9月30日经审计的净资产为折股基础,整体变更设立为木瓜移动。木瓜有限经立信会计师事务所(特殊普通合伙)审计的截至2015年9月30日的净资产为14,972.70万元,净资产中的6,000万元折合成股份公司的股本,每股面值1元人民币,净资产大于股本部分计入股份公司资本公积。2015年7月22日实际增资150,003,000.00元经股改后折合股本29,944,397.13元,合计每股价格5.01元。

同时考虑到发行人2015年度的净利润水平,按照当时市场9.7倍的市盈率进行估值水平基本是一致的,按照该市盈率水平进行估值测算符合公司2016年1月实际业务发展所处阶段的估值水平。

## (二) 结合发行人前后增资入股价格的变动对公允性予以进一步分析

### 1、发行人持股平台冬瓜科技2016年1月增资前入股情况及增资目的

| 序号 | 增资人  | 增资入股时间    | 增资股数(万股) | 增资金额(万元)  | 增资价格(元/股) | 增资目的                           |
|----|------|-----------|----------|-----------|-----------|--------------------------------|
| 1  | 沈思   | 2015.7.22 | 580.50   | 10,395.50 | 17.91     | 在香港设立全资子公司木瓜集团用于红筹架构拆除用途及经营主体; |
| 2  | 钱文杰  | 2015.7.22 | 246.50   | 4,435.50  | 17.99     |                                |
| 3  | 唯美南瓜 | 2015.7.22 | 108.35   | 108.35    | 1.00      | 持股平台增资                         |
| 4  | 木瓜网络 | 2015.7.22 | 35.29    | 35.29     | 1.00      | 持股平台增资                         |
| 5  | 冬瓜科技 | 2015.7.22 | 25.66    | 25.66     | 1.00      | 持股平台增资                         |

### 2、发行人持股平台冬瓜科技2016年1月增资后最近一次转让及增资情况

| 序号 | 增资人/出让方 | 受让方  | 增资/转让时间    | 增资/转让股数(股) | 增资/转让价格(元/股) | 增资/转让金额(万元) |
|----|---------|------|------------|------------|--------------|-------------|
| 1  | 沈思      | 汉富满达 | 2016.12.27 | 1,690,909  | 17.74        | 3,000.00    |

| 序号 | 增资人/出让方 | 受让方  | 增资/转让时间    | 增资/转让股数(股) | 增资/转让价格(元/股) | 增资/转让金额(万元) |
|----|---------|------|------------|------------|--------------|-------------|
| 2  | 钱文杰     | 国同汇智 | 2016.12.27 | 667,120    | 16.13        | 2,000.00    |
|    |         | 君利联合 | 2016.12.27 | 29,760     |              |             |
|    |         | 正和岛  | 2016.12.27 | 325,872    |              |             |
|    |         | 正和兴源 | 2016.12.27 | 162,936    |              |             |
|    |         | 新疆正和 | 2016.12.27 | 54,312     |              |             |
| 3  | 银杏广博    | --   |            | 1,657,091  | 17.7420      | 2,940.00    |
| 4  | 正和岛     | --   | 2016.12.27 | 1,184,989  | 17.7420      | 2,102.40    |
| 5  | 汉富满达    | --   | 2016.12.27 | 1,127,273  | 17.7420      | 2,000.00    |
| 6  | 正和兴源    | --   | 2016.12.27 | 592,495    | 17.7420      | 1,051.20    |
| 7  | 国同汇智    | --   | 2016.12.27 | 486,982    | 17.7420      | 864.00      |
| 8  | 启迪腾业    | --   | 2016.12.27 | 281,818    | 17.7420      | 500.00      |
| 9  | 新疆正和    | --   | 2016.12.27 | 197,498    | 17.7420      | 350.40      |
| 10 | 君利联合    | --   | 2016.12.27 | 108,218    | 17.7420      | 192.00      |

### 3、对冬瓜科技 2016 年 1 月增资的公允价值分析

根据发行人持股平台冬瓜科技 2016 年 1 月增资前后的出资情况看，2015 年 7 月发行人实际控制人沈思和钱文杰增资主要系增资后公司在香港设立全资子公司木瓜集团用于红筹架构拆除及经营主体，其增资具有明显的特定用途，并且处于拆除红筹架构过程中，尚属于发行人上市进程的初级阶段，尚未进行股改，不能直接按照该价格作为持股平台冬瓜科技 2016 年 1 月增资的公允价值；2016 年 12 月 27 日实际控制人沈思和钱文杰对外转让及外部投资机构银杏广博、正和岛、汉富满达、正和兴源、国同汇智、启迪腾业、新疆正和、君利联合对发行人的增资定价主要基于对发行人所处行业、发展阶段、业绩发展和增长预期看好估值确定为投后为 12 亿元，由于在 2016 年末对于年初发行人的业绩情况和增长预期、市场情况、本次对外转让价格、发行人拟将在国内资本市场进行 IPO 等因

素的综合影响，此次投资机构对发行人估值水平有所增长，但不能直接作为持股平台冬瓜科技 2016 年 1 月增资的公允价值。

发行人同行业内与发行人业务类型、业务模式较为接近的企业，其同期估值数据难以从公开渠道获得。发行人适当参考发行人所属互联网大行业上市公司的估值方法，发行人根据自身经营发展所处阶段、业绩情况及综合未来增长预期，以增资前最近一年经审计后的财务数据为基础，按照合理估值倍数确定股份公允价值具有合理性，不存在少记股份支付的情形。

### 三、保荐机构核查过程和核查结论

#### （一）核查程序

保荐机构会同申报会计师进行了如下核查：

（1）访谈了公司控股股东、实际控制人关于设立持股平台的目的是股权激励的相关条件；

（2）查阅了发行人历史沿革资料及持股平台冬瓜科技的工商资料；

（3）查阅了发行人历次股权增资及转让情况；

（4）查验股份支付费用的计算过程；

#### （二）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人同行业内与发行人业务类型、业务模式较为接近的企业，其同期估值数据难以从公开渠道获得。发行人适当参考发行人所属互联网大行业上市公司的估值方法，发行人根据自身经营发展所处阶段、市场情况、业绩情况及综合未来增长预期，以增资前最近一年经审计后的财务数据为基础，按照合理估值倍数确定股份公允价值。2016 年股份支付公允价格根据最近一次股东增资折合的每股价格计算公允价值为 5.01 元，同时考虑到发行人 2015 年度的净利润水平，按照当时市场 9.7 倍的市盈率进行估值水平基本是一致的，按照该市盈率水平进行估值测算符合公司 2016 年 1 月实际业务发展所处阶段的估值水平，该股份支付公

允价值的确定充分考虑自身经营发展所处阶段、市场情况、业绩情况及综合未来增长预期情况，具有合理性，不存在少记股份支付的情形。

## 问题 18 关于薪酬

请发行人进一步说明：（1）报告期不同类别员工平均工资及变动情况、不同性质类别员工工资差异的原因、员工工资与行业平均水平是否存在差异；（2）结合工资核算变化具体说明应付职工薪酬的变动较大的原因。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、报告期不同类别员工平均工资及变动情况、不同性质类别员工工资差异的原因、员工工资与行业平均水平是否存在差异

（一）报告期内发行人研发，销售，管理人员的数量、工资总额、人均薪酬情况如下

木瓜移动：

| 项 目        | 2018年    | 2017年    | 2016年    |
|------------|----------|----------|----------|
| 人数（人）      | 173      | 171      | 187      |
| 工资总额（万元）   | 5,624.89 | 5,286.49 | 4,438.55 |
| 人均薪酬（万元/年） | 32.51    | 30.92    | 23.74    |

华扬联众：

| 项目         | 2018年     | 2017年     | 2016年     |
|------------|-----------|-----------|-----------|
| 人数（人）      | 2105      | 1895      | 1966      |
| 工资总额（万元）   | 59,366.06 | 47,647.02 | 40,543.76 |
| 人均薪酬（万元/年） | 28.20     | 25.14     | 20.62     |

佳云科技：

| 项 目   | 2018年 | 2017年 | 2016年 |
|-------|-------|-------|-------|
| 人数（人） | 544   | 288   | 394   |

| 项 目        | 2018年     | 2017年    | 2016年    |
|------------|-----------|----------|----------|
| 工资总额（万元）   | 10,086.35 | 6,293.12 | 5,248.74 |
| 人均薪酬（万元/年） | 18.54     | 21.85    | 13.32    |

注：人员数量为当年期末数。

人员数量方面，2017 年发行人对游戏业务进行了剥离，与游戏业务相关的 37 人被转让至北京莠苴科技有限公司。但是鉴于发行人互联网广告业务的迅猛发展，发行人有新增及相关研发和销售人员的 20 左右。2018 年随着业务的良性发展，发行人继续温和扩张业务团队。报告期内，随着公司研发技术人员数量逐期增加，人均薪酬情况保持稳步上升，且因为发行人对人员素质要求较高，因此发行人整体人均薪酬高于同业可比公司。

（二）发行人各类人员的人均薪酬与同行业公司相应人员的人均薪酬对比情况如下：

根据同行业上市公司华扬联众、佳云科技披露的年度报告，与上述同行业公司相比，发行人薪酬与行业平均水平可比，逐年人均费用变动情况更稳健。同时，由于 2017 年以前，公众公司年报中对研发费用不做单独披露，发行人无法获取同行业可比公司人均研发薪酬，所以以下对比仅截取 2017 及 2018 两年数据。

1、发行人销售人员人均薪酬与同行业公司比较情况如下：

报告期内，2016 年同行业公布的年报未单独披露研发费用，发行人销售人员人均薪酬逐年上升，从 2017 年的 37.04 万元增长至 2018 年的 37.5 万元，增幅 1.24%。相比同业对比公司，公司人均薪酬偏高，且年度涨幅也处于稳健水平。公司销售人员工资高于同业的原因主要和公司销售模式相关，具体如下：

销售人员因为需要对数据跟踪，投放效果和优化策略给予客户专业指导，相比传统的广告营销销售人员，专业要求更高。同时需要跟海外渠道以及媒体供应商直接英文沟通，以及其薪酬结构直接与绩效挂钩，所以薪酬水平高于其他同业公司销售岗位

| 项 目 | 2018 年 |      |      | 2017 年 |      |      |
|-----|--------|------|------|--------|------|------|
|     | 华扬联众   | 佳云科技 | 木瓜移动 | 华扬联众   | 佳云科技 | 木瓜移动 |
|     |        |      |      |        |      |      |

|             |           |          |          |           |        |          |
|-------------|-----------|----------|----------|-----------|--------|----------|
| 销售费用中薪酬（万元） | 26,304.81 | 2,557.11 | 2,062.23 | 22,540.79 | 790.20 | 2,037.43 |
| 销售人员        | 1,287     | 355      | 55       | 1,161     | 157    | 55       |
| 销售人均薪酬      | 20.44     | 7.20     | 37.50    | 19.41     | 5.03   | 37.04    |
| 年度涨幅        | 5.27%     | 43.11%   | 1.24%    |           |        |          |

注\*：此处为平均人数。

## 2、管理人员、行政人事及财务人员人均薪酬

报告期内，发行人管理人员、行政及财务人员规模稳定，与同行业公司相比，不存在重大差异。

| 项 目         | 2018     |          |        | 2017     |          |        |
|-------------|----------|----------|--------|----------|----------|--------|
|             | 华杨联众     | 佳云科技     | 木瓜移动   | 华杨联众     | 佳云科技     | 木瓜移动   |
| 管理费用中薪酬（万元） | 9,083.09 | 3,287.04 | 844.25 | 6,257.39 | 1,023.27 | 782.24 |
| 管理人员        | 273      | 104      | 25     | 246      | 91       | 24     |
| 管理人均薪酬      | 33.27    | 31.61    | 33.77  | 28.60    | 11.24    | 32.59  |
| 年度涨幅        | 16.35%   | 181.08%  | 4%     |          |          |        |

注\*：此处为平均人数。

## 3、研发人员人均薪酬

报告期内，发行人薪酬体系较为平稳，研发人员及其他技术人员工资 2018 年比 2017 年基本稳定，与同行业公司相比，人均薪酬略低。但是可以看到佳云科技研发人均薪酬 2018 年相比上年度呈现 32.79% 下降趋势，数据不可比。

| 项 目         | 2018      |          |          | 2017      |          |          |
|-------------|-----------|----------|----------|-----------|----------|----------|
|             | 华杨联众      | 佳云科技     | 木瓜移动     | 华杨联众      | 佳云科技     | 木瓜移动     |
| 研发费用中薪酬（万元） | 23,978.16 | 4,046.99 | 2,718.41 | 18,848.84 | 2,833.56 | 2,466.82 |
| 研发人员        | 545       | 85       | 93       | 488       | 40       | 92       |
| 研发人均薪酬      | 44.00     | 47.60    | 29.23    | 38.62     | 70.84    | 26.81    |
| 年度涨幅        | 13.91%    | -32.79%  | 9.02%    |           |          |          |

注\*：此处为平均人数。

## 二、结合工资核算变化具体说明应付职工薪酬的变动较大的原因

发行人报告期内各期应付职工薪酬基本情况如下表：

单位：万元

| 项目           | 2018.12.31 | 2017.12.31 | 2016.12.31 |
|--------------|------------|------------|------------|
| 工资及奖金        | 725.64     | 702.38     | 281.33     |
| 社会保险费及工会经费等  | 30.48      | 27.46      | 33.21      |
| 离职后福利-设定提存计划 | 41.56      | 42.35      | 50.97      |
| 应付职工薪酬合计     | 797.68     | 772.19     | 365.51     |

其中，工资与奖金部分如下：

单位：万元

| 项 目 | 2018.12.31 | 2017.12.31 | 2016.12.31 |
|-----|------------|------------|------------|
| 工资  | 259.57     | 247.65     | 24.08      |
| 奖金  | 466.07     | 454.73     | 257.25     |
| 合计  | 725.64     | 702.38     | 281.33     |

发行人工资核算未发生变化，应付职工薪酬的变化主要体现在基本工资的计提与支付方面，以及随着业务规模增长计提的奖金增加。在 2017 年 7 月之前，公司工资的计提与支付方式为当月计提，当月发放；奖金的计提与支付方式为当年计提，下年发放。2017 年 7 月后，公司将工资的计提与发放方式调整为当月计提，次月发放。因此 2016 年应付职工薪酬余额包括从已发工资中扣除的将于次月支付的个人社保部分、以及当年已计提未发放的奖金，不包括当月工资；而 2017 及 2018 年应付职工薪酬余额为当年 12 月份工资、当年已计提未发放的奖金及当月计提将于次月支付的个人社保部分。另外随着公司业务规模的增长，2017 年和 2018 年计提的奖金增长，综合导致 2017 年和 2018 年的应付职工薪酬相比 2016 年显著增加。

### 三、核查过程和核查结论

#### （一）核查程序

保荐机构及申报会计师进行了以下核查：

- 1、访谈发行人财务总监对不同类别员工薪酬的核算情况，了解不同类别员工工资差异的原因、工资核算变化的内容和具体原因；
- 2、经公开信息查询可比公司的薪酬情况，并和发行人人员薪酬比较分析；

## （二）核查意见

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人对报告期不同类别员工平均工资及变动情况进行了如实披露。销售人员因为需要对数据跟踪，投放效果和优化策略给予客户专业指导，相比传统的广告营销销售人员，专业要求更高，同时需要跟海外渠道以及媒体供应商直接英文沟通，以及其薪酬结构直接与绩效挂钩，所以薪酬水平高于其他同业公司销售岗位；发行人管理人员、行政及财务人员规模稳定，与同行业公司相比，不存在重大差异；发行人研发人员及其他技术人员人均薪酬逐年上升。

2、发行人工资核算未发生变化，应付职工薪酬的变化主要体现在基本工资的计提与支付方面，以及随着业务规模增长计提的奖金增加。

## 问题 19 关于关联方与关联交易

报告期内，发行人控股股东、实际控制人沈思曾控制金豆科创、金瓜科创、力通宏、力思宏（已注销）。根据发行人及保荐机构对首轮问询问题 36 的回复，2017 年 7 月，木瓜移动、移动奇异与莒苴科技签订资产收购协议，将发行人游戏业务相关资产转让给关联方莒苴科技，交易价格以标的资产于收购基准日的账面价值为基础并经各方协商一致为准。

请发行人：（1）简要说明上述历史关联方的历史沿革，说明其与发行人之间的业务关系；（2）说明对外转让的关联方的转让时间、交易对方、对价及款项收付情况、交易对方与转让方是否存在关联关系，股权转让的真实性；（3）说明报告期内，前述关联方与发行人的主要客户、供应商是否存在交易情况，是否为发行人承担成本费用；（4）结合游戏业务在转让后产生的收益进一步分析并披露转让价格的公允性。

请保荐机构、发行人律师和申报会计师核查并发表意见。

### 【回复】



## 一、简要说明上述历史关联方的历史沿革，说明其与发行人之间的业务关系

### （一）金豆科创

#### 1、2015年12月，设立

金豆科创成立于2015年12月22日，注册资本为50万元。金豆科创设立时的股权结构如下：

| 序号 | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额（万元） | 持股比例 |
|----|---------|------|---------|------|
| 1  | 李黎      | 货币   | 2.5     | 5%   |
| 2  | 力通宏     | 货币   | 47.5    | 95%  |
| 合计 |         | -    | 50      | 100% |

#### 2、2016年11月，第一次股权转让

2016年11月7日，金豆科创通过《深圳市金豆科创技术有限公司变更决定》，根据该决文件，力通宏将持有的金豆科创95%股权转让给沈思，其中“转让方与受让方经协商一致就上述股权转让签订了协议书，并在深圳市联合产权交易所进行了公证（股权转让公证书编号为JZ20161031178）”。

2016年11月14日，金豆科创取得深圳市市场监督管理局核发的《变更（备案）通知书》[2016]第84955123号，对金豆科创股东变更予以核准。本次变更完成后，金豆科创的股权结构如下：

| 序号 | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额（万元） | 持股比例 |
|----|---------|------|---------|------|
| 1  | 沈思      | 货币   | 47.5    | 95%  |
| 2  | 李黎      | 货币   | 2.5     | 5%   |
| 合计 |         | -    | 50      | 100% |

#### 3、2018年12月，第二次股权转让

2018年11月12日，金豆科创通过《深圳市金豆科创技术有限公司股东会关于股权变更的决议》，根据该决议，经金豆科创股东会决议，同意沈思将其所

占公司 85%股权以 42.5 万元转让给李黎、将其所占公司 10%的股权以 5 万元转让给沈全洪，其他股东放弃优先购买权。

2018 年 11 月 12 日，沈思与李黎、沈全洪签署《股权转让协议书》，约定将其持有的金豆科创 85%股权以人民币 42.5 万元转让给李黎，将其持有的金豆科创 10%股权以 5 万元转让给沈全洪。

2018 年 12 月 7 日，金豆科创取得深圳市市场监督管理局核发的《变更（备案）通知书》（21802420709），对金豆科创股东变更后的公司章程予以备案。本次变更完成后，金豆科创的股权结构如下：

| 序号 | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额（万元） | 持股比例 |
|----|---------|------|---------|------|
| 1  | 李黎      | 货币   | 45      | 90%  |
| 2  | 沈全洪     | 货币   | 5       | 10%  |
| 合计 |         | -    | 50      | 100% |

金豆科创的主营业务为自有物业租赁，与发行人业务无关系。

## （二）金瓜科创

### 1、2015 年 3 月，设立

金瓜科创成立于 2015 年 3 月 30 日，注册资本为 50 万元。金瓜科创设立时的股权结构为：

| 序号 | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额(万元) | 持股比例 |
|----|---------|------|---------|------|
| 1  | 李黎      | 货币   | 2.5     | 5%   |
| 2  | 力通宏     | 货币   | 47.5    | 95%  |
| 合计 |         | -    | 50      | 100% |

### 2、2016 年 11 月，第一次股权转让

2016 年 11 月 7 日，金瓜科创通过《深圳市金瓜科创技术有限公司变更决定》，根据该决文件，力通宏将持有的金瓜科创 95%股权转让给沈思，其中“转让方与

受让方经协商一致就上述股权转让签订了协议书，并在深圳市联合产权交易所进行了公证（股权转让公证书编号为 JZ20161031178）”。

2016年11月14日，金瓜科创取得深圳市市场监督管理局核发的《变更（备案）通知书》[2016]第 849541840 号，对金瓜科创股东变更予以核准。本次变更完成后，金瓜科创的股权结构如下：

| 序号  | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额（万元） | 持股比例 |
|-----|---------|------|---------|------|
| 1   | 沈思      | 货币   | 47.5    | 95%  |
| 2   | 李黎      | 货币   | 2.5     | 5%   |
| 合 计 |         | -    | 50      | 100% |

### 3、2018年12月，第二次股权转让

2018年11月12日，金瓜科创通过《深圳市金瓜科创技术有限公司股东会关于股权变更的决议》，根据该决议，经金瓜科创股东会决议，同意沈思将其所占公司85%股权以42.5万元转让给李黎、将其所占公司10%的股权以5万元转让给沈全洪，其他股东放弃优先购买权。

2018年11月12日，沈思与李黎、沈全洪签署《股权转让协议书》，约定将其持有的金瓜科创85%股权以人民币42.5万元转让给李黎，将其持有的金瓜科创10%股权以5万元转让给沈全洪。

2018年12月10日，金瓜科创取得深圳市市场监督管理局核发的《变更（备案）通知书》（21802426668），对金瓜科创股东变更后的公司章程予以备案。本次变更完成后，金瓜科创的股权结构如下：

| 序号  | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额（万元） | 持股比例 |
|-----|---------|------|---------|------|
| 1   | 李黎      | 货币   | 45      | 90%  |
| 2   | 沈全洪     | 货币   | 5       | 10%  |
| 合 计 |         | -    | 50      | 100% |

金瓜科创的主营业务为自有物业租赁，与发行人业务无关系。

### （三）力通宏

#### 1、2002年3月，设立

力通宏成立于2002年3月26日，注册资本为100万元。力通宏设立时的股权结构为：

| 序号 | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额（万元） | 持股比例 |
|----|---------|------|---------|------|
| 1  | 李黎      | 货币   | 10      | 10%  |
| 2  | 沈思      | 货币   | 90      | 90%  |
| 合计 |         | -    | 100     | 100% |

#### 2、2018年12月，股权转让

2018年11月8日，力通宏通过《深圳市力通宏实业发展有限公司股东会关于股权变更的决议》，根据该决议，经力通宏股东会决议，同意沈思将其所占公司80%股权以80万元转让给李黎、将其所占公司10%的股权以10万元转让给沈全洪，其他股东放弃优先购买权。

2018年11月8日，沈思与李黎、沈全洪签署《股权转让协议书》，约定将其持有的力通宏80%股权以人民币80元转让给李黎，将其持有的力通宏10%股权以10万元转让给沈全洪。

2018年12月4日，力通宏取得深圳市市场监督管理局核发的《变更（备案）通知书》（21802419733），对力通宏股东信息变更予以核准。本次变更完成后，力通宏的股权结构如下：

| 序号 | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额（万元） | 持股比例 |
|----|---------|------|---------|------|
| 1  | 李黎      | 货币   | 90      | 90%  |
| 2  | 沈全洪     | 货币   | 10      | 10%  |
| 合计 |         | -    | 100     | 100% |

力通宏的主营业务为写字楼出租，与发行人业务无关系。

#### （四）力思宏

##### 1、2006年10月，设立

力思宏成立于2006年10月31日，注册资本50万元。力思宏设立时的股权结构如下：

| 序号 | 股东名称/姓名 | 出资方式 | 出资额（万元） | 持股比例 |
|----|---------|------|---------|------|
| 1  | 力通宏     | 货币   | 2.5     | 5%   |
| 2  | 沈思      | 货币   | 47.5    | 95%  |
| 合计 |         | -    | 50      | 100% |

##### 2、2018年1月，注销

2017年11月14日，力思宏取得深圳市福田区地方税务局下发的《税务事项通知书》（深地税保税通[2017]30436号），根据该通知书，深圳市福田区地方税务局经核查后认为，力思宏符合注销登记的条件，决定予以核准。

2017年12月13日，力思宏取得深圳市福田区国家税务局下发的《税务事项通知书》（深国税福税通[2017]264100号），根据该通知书，深圳市福田区国家税务局经核查后认为，力思宏符合注销登记的条件，决定予以核准。

2018年1月19日，力思宏取得深圳市市场监督管理局下发《企业注销通知书》，准予力思宏办理注销。

根据发行人控股股东、实际控制人沈思及力思宏注销前执行董事、总经理李黎出具的说明，力思宏成立于2006年10月31日，报告期内，力思宏未实际经营业务，不存在资产、业务、人员。因此，发行人的业务与力思宏无关系。

#### 二、说明对外转让的关联方的转让时间、交易对方、对价及款项收付情况、交易对方与转让方是否存在关联关系，股权转让的真实性

发行人控股股东、实际控制人沈思曾持有的金豆科创、金瓜科创、力通宏股权对外转让的相关情况如下：

| 序号 | 关联方名称 | 转让方 | 交易对方 | 转让时间    | 对价(万元) | 款项收付情况 | 关联关系             |
|----|-------|-----|------|---------|--------|--------|------------------|
| 1  | 金豆科创  | 沈思  | 李黎   | 2018.12 | 42.5   | 已完成    | 李黎为沈思母亲，沈全洪为沈思父亲 |
|    |       |     | 沈全洪  |         | 5      | 已完成    |                  |
| 2  | 金瓜科创  | 沈思  | 李黎   | 2018.12 | 42.5   | 已完成    |                  |
|    |       |     | 沈全洪  |         | 5      | 已完成    |                  |
| 3  | 力通宏   | 沈思  | 李黎   | 2018.12 | 80     | 已完成    |                  |
|    |       |     | 沈全洪  |         | 10     | 已完成    |                  |

综上，保荐机构及发行人律师认为，上述股权转让均签署了股权转让协议，完成了价款支付，办理了工商变更，上述股权转让真实、有效。

### 三、关于“说明报告期内，前述关联方与发行人的主要客户、供应商是否存在交易情况，是否为发行人承担成本费用”的补充核查

#### （一）金豆科创

金豆科创的业务为自有物业租赁，金豆科创与发行人从事的业务并不相同。金豆科创客户数量为一家，为深圳某公司。

综上，金豆科创与发行人主要客户、供应商不存在交易情况，亦不存在为发行人承担成本费用的情况。

#### （二）金瓜科创

金瓜科创的业务为自有物业租赁，金瓜科创与发行人从事的业务并不相同。金瓜科创客户数量为一家，为深圳某公司。

综上，金瓜科创与发行人主要客户、供应商不存在交易情况，亦不存在为发行人承担成本费用的情况。

#### （三）力通宏

力通宏的业务为写字楼租赁，力通宏与发行人从事的业务并不相同。其客户以小微企业和个人为主。

综上，力通宏与发行人主要客户、供应商不存在交易情况，亦不存在为发行人承担成本费用的情况。

#### **（四）力思宏**

根据发行人控股股东、实际控制人沈思及力思宏注销前执行董事、总经理李黎出具的说明，力思宏成立于 2006 年 10 月 31 日，报告期内，力思宏未实际经营业务，不存在资产、业务、人员。

综上，力思宏与发行人的主要客户、供应商不存在交易情况，亦不存在为发行人承担成本费用的情况。

#### **（五）莒苴科技**

莒苴科技系自发行人受让相关资产后开展移动网络游戏业务。经核查，发行人与莒苴科技因业务需要均从亚马逊云平台租用服务器，莒苴科技向亚马逊采购服务器系独立采购、独立核算，不存在为发行人承担成本费用的情形。

### **四、结合游戏业务在转让后产生的收益进一步分析并披露转让价格的公允性**

2017 年随着发行人广告投放业务的迅速增加，公司准备着手剥离游戏业务，当时也曾对外寻找了受让方，但是此时年公司的游戏业务已经进入衰退阶段，也无继续进行游戏开发的意愿，因此未能找到外部的受让方。后经各位股东协商一致同意实际控制人沈思新设立莒苴科技来承接游戏业务，上述决议已经股东大会审核通过。

针对游戏业务的转让价格，主要出于两方面因素的考虑：

- 1、游戏业务收入下滑明显，在后续无新游戏的情况，未来盈利能力较弱；
- 2、全面核实发行人账面中与游戏相关的资产，发行人当时账面关于游戏的资产价值为 9.19 万元。

综合上述两方面的原因，经转让方和受让方协商并经发行人股东大会一致同意，实际控制人沈思以 9.19 万元的价格承接了发行人的游戏业务。

3、经查阅莒苴科技 2017、2018 年的纳税申报财务报表，莒苴科技 2017 年和 2018 年的净利润分别为 44.54 万元和-200.53 万元，后续游戏业务的净利润下滑明显。发行人转让莒苴科技时基于停止游戏业务的考量，并对转让后的人员、财务等进行了移交，转让价格经双方协商确定，具有商业合理性。

经核查，游戏业务的转让价格是合理和公允的。

发行人在招股说明书第七节 公司治理与独立性之“九、关联方和关联交易”之“(二) 关联交易”中补充披露如下：

### 3、偶发性关联交易

#### (1) 关联资产转让

#### ②相关资产及负债的界定依据、交易定价、收入成本费用拆分方式

#### B.交易定价

针对游戏业务的转让价格，主要出于两方面因素的考虑：

a. 游戏业务收入下滑明显，在后续无新游戏的情况，未来盈利能力较弱；

b. 全面核实发行人账面中与游戏相关的资产，发行人当时账面关于游戏的资产价值为 9 万元。

综合上述两方面的原因，经转让方和受让方协商并经发行人股东大会一致同意，实际控制人沈思以 9 万元的价格承接了发行人的游戏业务。

c. 莒苴科技 2017 年和 2018 年的净利润分别为 44.54 万元和-200.53 万元，后续游戏业务的净利润下滑明显。发行人转让莒苴科技时基于停止游戏业务的考量，并对转让后的人员、财务等进行了移交，转让价格经双方协商确定，具有商业合理性。

## 五、核查过程和核查结论

### (一) 核查程序

保荐机构、发行人律师和申报会计师进行了核查：



1、获取并查阅了发行人控股股东、实际控制人沈思曾控制金豆科创、金瓜科创、力通宏、力思宏（已注销）、莒苴科技的工商资料；上述历史关联方出具的说明文件；

2、获取并查阅了历史关联方对外转让的关联方的工商档案、相关股权转让协议、价款支付凭证；

3、获取并查阅了发行人游戏业务相关资产转让协议、董事会和股东大会审议决议情况、转让价款支付凭证；

4、通过企查查、国家企业信用信息公示系统公开信息查询前述关联方的基本情况；

5、获取并分析金豆科创、金瓜科创、力通宏、力思宏（已注销）、莒苴科技财务报表。

6、获取并查阅了莒苴科技受让发行人游戏业务相关资产后的资产损益数据；

## （二）核查意见

经上述核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人控股股东、实际控制人沈思曾控制金豆科创、金瓜科创、力通宏、力思宏（已注销）的业务与发行人业务并无关系。

发行人游戏业务资产转让给莒苴科技后，专注于为国内企业提供海外营销服务，且不再从事游戏业务；莒苴科技自发行人受让相关资产后开展移动网络游戏业务，亦未从事其他业务，除此之外，发行人的业务与莒苴科技无其他关系。

2、发行人历史关联方涉及股权转让均签署了股权转让协议，完成了价款支付，办理了工商变更，上述股权转让真实、有效。

3、发行人游戏业务相关资产转让签署了资产收购协议，履行了内部决策程序，完成了价款支付，上述资产转让真实、有效。

4、金豆科创、金瓜科创、力通宏、力思宏（已注销）均与发行人主要客户、供应商不存在交易情况，亦不存在为发行人承担成本费用的情况。

发行人与葛苴科技因业务需要均从亚马逊云平台租用服务器，葛苴科技向亚马逊采购服务器系独立采购、独立核算，不存在为发行人承担成本费用的情形。

5、针对游戏业务的转让价格，主要考虑：（1）游戏业务收入下滑明显，在后续无新游戏的情况，未来盈利能力较弱；（2）全面核实发行人账面中与游戏相关的资产，发行人当时账面关于游戏的资产价值为9万元。经转让方和受让方协商并经发行人股东大会一致同意，实际控制人沈思以9万元的价格承接了发行人的游戏业务。葛苴科技2017年和2018年的净利润分别为44.54万元和-200.53万元，后续游戏业务的净利润下滑明显。发行人转让葛苴科技时基于停止游戏业务的考量，并对转让后的人员、财务等进行了移交，转让价格经双方协商确定，具有商业合理性，游戏业务的转让价格是合理和公允的。

## 问题 20 其他

（1）招股说明书显示：“2015年6月29日，北京市海淀区商务委员会核发《关于北京移动奇异科技有限公司转为内资企业的批复》（海商审字[2015]526号），同意木瓜开曼将其持有100%股权转让给木瓜有限，前述股权转让完成后，移动奇异由外商投资企业变更为内资企业”。请发行人补充说明外商投资企业变更为内资企业过程中是否需要补缴享受的税收优惠。请保荐机构和发行人律师对以上问题发表核查意见。

（2）报告期内，公司经营活动现金流入金额累计为64.32亿元，经营活动现金流出金额累计为61.93亿元，其中2018年经营活动现金流入为41.59亿元，现金流出为39.40亿元，随着发行人收入规模扩大，现金流入及流出规模持续上升。请保荐机构、发行人律师和申报会计师核查公司是否涉及洗钱风险，资金收付管理制度是否符合反洗钱的相关规定和要求，并发表明确意见，说明核查过程、方法和发表意见的依据。

(3) 请发行人及控股股东、实际控制人按照《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第六十八条的规定，明确就公司欺诈发行时发行人、控股股东、实际控制人在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股作出承诺。

(4) 请发行人说明中美贸易摩擦事件对公司营业收入、未来业务开展、公司获得海外流量等方面的影响。

(5) 请发行人对照《招股说明书准则》的相关规定，自查风险因素中是否包含风险对策、发行人竞争优势及类似表述，并予以修订完善。

### 【回复】

一、请发行人补充说明外商投资企业变更为内资企业过程中是否需要补缴享受的税收优惠。请保荐机构和发行人律师对以上问题发表核查意见

#### （一）移动奇异是否需要补缴税收优惠

移动奇异设立于 2010 年 5 月 11 日，设立时木瓜开曼持股 100%，企业类型为有限责任公司（外国法人独资）。2015 年 6 月 29 日，经北京市海淀区商务委员会审批同意，木瓜开曼将所持移动奇异 100%股权转让给木瓜有限，移动奇异由外商投资企业变更为内资企业。

根据移动奇异 2010 年至 2015 年纳税申报报表，移动奇异 2010 年至 2015 年的经营情况如下：

| 项 目      | 2010 年  | 2011 年    | 2012 年    | 2013 年    | 2014 年    | 2015 年   |
|----------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 营业收入(万元) | -       | -         | 0.20      | -         | -         | 4,780.68 |
| 净利润(万元)  | -141.51 | -1,247.28 | -1,618.12 | -1,916.26 | -2,872.86 | 1,107.82 |

移动奇异 2010 年至 2014 年均为亏损状态，2015 年实现利润总额 1,107.82 万元，纳税调整后所得 1,117.53 万元，弥补以前年度亏损 1,117.53 万元，应纳税所得额为 0。因此，移动奇异自设立起至变更为内资企业期间，未享受税收优惠，无需补缴优惠税款。

根据 2018 年 3 月 2 日北京市海淀区国家税务局第一税务所出具的北京移动奇异科技有限公司《纳税人涉税保密信息查询证明》，移动奇异在 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日期间不存在税收违法行为。

根据 2018 年 3 月 2 日北京市海淀区地方税务局第四税务所出具的北京移动奇异科技有限公司《涉税信息查询结果告知书》，移动奇异在 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日期间未受到行政处罚。

根据 2019 年 3 月 8 日国家税务总局北京市海淀区税务局第三税务所出具的北京移动奇异科技有限公司《涉税信息查询结果告知书》，移动奇异在 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间未受到行政处罚。

## **（二）中介机构核查意见**

保荐机构会同发行人律师核查了移动奇异的历史工商底档，设立以来的纳税申报表，主管税务机关开具的合法合规证明文件。经核查，保荐机构和发行人律师认为：

移动奇异自设立起至变更为内资企业期间，未享受税收优惠，无需补缴优惠税款。

## **二、请保荐机构、发行人律师和申报会计师核查公司是否涉及洗钱风险，资金收付管理制度是否符合反洗钱的相关规定和要求，并发表明确意见，说明核查过程、方法和发表意见的依据**

### **【回复】**

保荐机构及发行人律师查询了反洗钱的相关规定和要求并根据反洗钱的定义及特征对发行人进行了相关核查，审阅了发行人《审计报告》中关于经营活动现金流入与经营活动现金流出的相关内容，查阅了发行人的资金收付管理制度。

具体核查内容及核查结论如下：

### **（一）关于对“公司是否涉及洗钱风险”的补充核查**

1、发行人不属于《中华人民共和国反洗钱法》中规定的“应当履行反洗钱

## 义务的特定非金融机构”

(1) 根据《中华人民共和国反洗钱法》的相关规定：“本法所称反洗钱，是指为了预防通过各种方式掩饰、隐瞒毒品犯罪、黑社会性质的组织犯罪、恐怖活动犯罪、走私犯罪、贪污贿赂犯罪、破坏金融管理秩序犯罪、金融诈骗犯罪等犯罪所得及其收益的来源和性质的洗钱活动，依照本法规定采取相关措施的行为”；“在中华人民共和国境内设立的金融机构和按照规定应当履行反洗钱义务的特定非金融机构，应当依法采取预防、监控措施，建立健全客户身份识别制度、客户身份资料和交易记录保存制度、大额交易和可疑交易报告制度，履行反洗钱义务”；“应当履行反洗钱义务的特定非金融机构的范围、其履行反洗钱义务和对其监督管理的具体办法，由国务院反洗钱行政主管部门会同国务院有关部门制定”。

(2) 根据《中国人民银行办公厅关于加强特定非金融机构反洗钱监管工作的通知》（银办发[2018]120号）的相关规定：“根据《中华人民共和国反洗钱法》第三十五条、第三十六条规定，下列机构在开展以下各项业务时属于《中华人民共和国反洗钱法》、《中华人民共和国反恐怖主义法》规定的特定非金融机构，应当履行反洗钱和反恐怖融资义务。具体包括：（一）房地产开发企业、房地产中介机构销售房屋、为不动产买卖提供服务。（二）贵金属交易商、贵金属交易场所从事贵金属现货交易或为贵金属现货交易提供服务。（三）会计师事务所、律师事务所、公证机构接受客户委托为客户办理或准备办理以下业务，包括：买卖不动产，代管资金、证券或其他资产，代管银行账户、证券账户，为成立、运营企业筹集资金，以及代客户买卖经营性实体业务。（四）公司服务提供商为客户提供或准备提供以下服务，包括：为公司的设立、经营、管理等提供专业服务，担任或安排他人担任公司董事、合伙人或持有公司股票，为公司提供注册地址、办公地址或通讯地址等”。

2、发行人不属于《互联网金融从业机构反洗钱和反恐怖融资管理办法（试行）》中规定的“互联网金融从业机构”，无需履行该办法中要求互联网金融从业机构应履行的义务和职责。

### 3、发行人不存在“洗钱”的行为

根据《中华人民共和国反洗钱法》的相关规定，洗钱，是指“……通过各种方式掩饰、隐瞒毒品犯罪、黑社会性质的组织犯罪、恐怖活动犯罪、走私犯罪、贪污贿赂犯罪、破坏金融管理秩序犯罪、金融诈骗犯罪等犯罪所得及其收益的来源和性质”。《中华人民共和国刑法》第 191 条规定：“明知是毒品犯罪、黑社会性质的组织犯罪、恐怖活动犯罪、走私犯罪、贪污贿赂犯罪、破坏金融管理秩序犯罪、金融诈骗犯罪的所得及其产生的收益，为掩饰、隐瞒其来源和性质，有下列行为之一的，没收实施以上犯罪的所得及其产生的收益，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处洗钱数额百分之五以上百分之二十以下罚金；情节严重的，处五年以上十年以下有期徒刑，并处洗钱数额百分之五以上百分之二十以下罚金：（一）提供资金账户的；（二）协助将财产转换为现金、金融票据、有价证券的；（三）通过转账或者其他结算方式协助资金转移的；（四）协助将资金汇往境外的；（五）以其他方法掩饰、隐瞒犯罪所得及其收益的来源和性质的。”

根据“法释[2009]15 号”《最高人民法院关于审理洗钱等刑事案件具体应用法律若干问题的解释》的相关规定：“刑法第一百九十一条、第三百一十二条规定的“明知”，应当结合被告人的认知能力，接触他人犯罪所得及其收益的情况，犯罪所得及其收益的种类、数额，犯罪所得及其收益的转换、转移方式以及被告人的供述等主、客观因素进行认定。具有下列情形之一的，可以认定被告人明知系犯罪所得及其收益，但有证据证明确实不知道的除外：（一）知道他人从事犯罪活动，协助转换或者转移财物的；（二）没有正当理由，通过非法途径协助转换或者转移财物的；（三）没有正当理由，以明显低于市场的价格收购财物的；（四）没有正当理由，协助转换或者转移财物，收取明显高于市场的“手续费”的；（五）没有正当理由，协助他人将巨额现金散存于多个银行账户或者在不同银行账户之间频繁划转的；（六）协助近亲属或者其他关系密切的人转换或者转移与其职业或者财产状况明显不符的财物的；（七）其他可以认定行为人明知的情形”；“具有下列情形之一的，可以认定为刑法第一百九十一条第一款第（五）项规定的“以其他方法掩饰、隐瞒犯罪所得及其收益的来源和性质”：（一）通过典当、租赁、买卖、投资等方式，协助转移、转换犯罪所得及其收益的；（二）通过与商场、饭店、娱乐场所等现金密集型场所的经营收入相混合的方式，协助

转移、转换犯罪所得及其收益的；（三）通过虚构交易、虚设债权债务、虚假担保、虚报收入等方式，协助将犯罪所得及其收益转换为“合法”财物的；（四）通过买卖彩票、奖券等方式，协助转换犯罪所得及其收益的；（五）通过赌博方式，协助将犯罪所得及其收益转换为赌博收益的；（六）协助将犯罪所得及其收益携带、运输或者邮寄出入境的；（七）通过前述规定以外的方式协助转移、转换犯罪所得及其收益的”。

发行人报告期内经营性现金流入、流出较大的原因系与业务模式相关，发行人主要供应商为脸书、谷歌，主要客户与脸书、谷歌均不存在关联关系，发行人不存在“掩饰、隐瞒犯罪所得及其收益的来源和性质”并实施“提供资金账户”、“协助财产转化”、“协助资金转移”、“协助将资金汇往境外”等行为；同时，发行人其主要客户之间发生的业务均具有真实的商业背景，发行人不存在“明知”或被认定“明知”相关资金系犯罪所得及其收益的情形。

综上，发行人不属于《中华人民共和国反洗钱法》中规定的“应当履行反洗钱义务的特定非金融机构”，亦不存在“洗钱”的行为，不涉及洗钱风险。

## **（二）关于对“资金收付管理制度是否符合反洗钱的相关规定和要求”的补充核查**

1、根据相关法规，发行人不属于“应当履行反洗钱义务的特定非金融机构”，无需适用《中华人民共和国反洗钱法》、《中华人民共和国反恐怖主义法》、《中国人民银行办公厅关于加强特定非金融机构反洗钱监管工作的通知》（银办发[2018]120号）、《中国人民银行办公厅关于进一步加强反洗钱和反恐怖融资工作的通知》（银办发[2018]130号）中针对“应当履行反洗钱义务的特定非金融机构”的相关规定。

2、发行人已建立符合企业内部控制规范化要求的资金收付管理制度，包括《北京木瓜移动科技股份有限公司货币资金管理制度》、《北京木瓜移动科技股份有限公司采购与付款管理制度》、《北京木瓜移动科技股份有限公司销售与收款管理制度》等，具体内容如下：

### （1）资金管理的原则

根据公司现行的上述制度，公司的资金管理内部控制按如下原则进行：“（一）关键点控制原则：针对业务处理过程中的关键控制点，将内部控制落实到决策、执行、监督、反馈等各个环节；（二）符合国家有关法律法规和本公司的实际情况，全体员工必须遵照执行，任何部门和个人都不得拥有超越内部控制的权力；（三）保证公司内部机构、岗位及其职责权限的合理设置和分工，坚持不相容职务相互分离，确保不同机构和岗位之间权责分明、相互制约、相互监督；（四）成本效益原则：本制度的制订在保证内部控制有效性的前提下，合理权衡成本与效益的关系，争取以合理的成本实现更为有效的控制。”。

### （2）资金管理的流程及资金管理岗位分工设置

资金管理流程主要涉及部门包括财务部、商务拓展部、运营部等各相关职能部门。财务部负责公司资金管理、资金筹措和使用监督，统一受理公司货币资金业务，并按照不相容岗位分离的原则设置货币资金业务岗位，严格按岗位职责实施操作；严格执行账钱分管制度，资金管理岗位不得兼任稽核、会计档案保管和收入、支出、费用、债权债务的记账工作；不得由一人办理货币资金业务的全过程，资金管理岗位负责票据保管，但不得负责保管财务印鉴；公司定期对财务人员进行轮岗。

### （3）资金管理的主要环节

资金管理的主要环节包括货币资金管理岗位设置、资金计划、现金管理、银行账户管理、网银管理、印鉴管理、银行结算管理、费用报销管理、备用金管理、营运资金管理、资金报告、监督检查等。公司现行的资金收付管理制度就资金管理的各个主要环节均做了详细规定，包括：公司银行账户只供公司经营业务收支结算使用，严禁出借账户供外单位或个人使用，严禁为外单位或个人代收代支、转账套现；网上银行操作员（出纳）对付款的原始凭证需认真核对，执行公司付款审批流程，杜绝付款手续不全的款项付出，据实进行网上银行付款录入处理；财务经理根据用款申请单对已录入付款的收款单位、付款金额，对应审批机构签章等进行审核，只有二人都操作后，才可以支付成功；公司应当严格遵守银行结



算纪律，不准签发没有资金保证的票据或远期支票，不准签发、取得和转让没有真实交易和债权债务的票据、采购付款与销售收款需严格按照公司收付款管理流程并进行相关账务处理、应收账款的催收与收回、逾期账款的催收等。

#### （4）货币资金的支付

根据公司现行的上述制度，公司货币资金的支付按如下程序进行：“（一）支付申请。单位有关部门或个人用款时，应当提前向审批人提交货币资金支付申请，注明款项的用途、金额、支付方式等内容，并附有效合同或相关证明。（二）支付审批。审批人应当根据货币资金授权批准制度的规定，在授权范围内进行审批，不得超越审批权限。对不符合规定的货币资金支付，审批人应当拒绝批准。（三）支付复核。复核人应当对批准后的货币资金支付申请进行复核，复核货币资金支付申请的批准程序是否正确、手续及相关单证是否齐备、金额计算是否准确、支付方式是否妥当等。复核无误后，交由出纳人员办理支付手续。（四）办理支付。出纳人员应当根据复核无误的支付申请，按规定办理货币资金支付手续，及时登记现金和银行存款日记账。银行存款发生收支业务时，对各项原始凭证，如发票、合同、协议和其他结算凭证等，必须由经办人签字和有关负责人审核批准，财会人员复核填制收付款凭证，财务经理审核同意后，方可进行收付结算。”。

#### （5）外币核算

外币资金收支必须逐笔登记，妥善保管。坚持货币计量原则，合理确定公司记账本位币，正确设置公司外币项目。凡发生外币业务，应按照企业会计准则等有关规定进行账务处理。

综上，保荐机构、发行人律师及申报会计师认为：发行人并非“应当履行反洗钱义务的特定非金融机构”及“互联网金融从业机构”，无须履行上述特定机构的反洗钱义务和职责；发行人已经建立了符合业务发展及内控需要的资金收付管理制度；其资金收付管理制度符合反洗钱的相关规定和要求；发行人不存在“洗钱”的行为，报告期内，发行人不存在因涉嫌“洗钱”行为受到处罚、调查或配合调查的情形，发行人不涉及洗钱风险。

**三、请发行人及控股股东、实际控制人按照《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第六十八条的规定，明确就公司欺诈发行时发行人、控股股东、实际控制人在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份回购程序，购回公司本次公开发行的全部新股作出承诺**

**（一）发行人承诺**

北京木瓜移动科技股份有限公司（以下简称“公司”）就欺诈发行股份回购和赔偿投资者损失作出承诺如下：

（1）公司本次公开发行股票并在科创板上市不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如公司不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册且已经上市的，公司将在中国证监会或人民法院等有权部门作出公司存在上述事实的最终认定或生效判决后五个工作日内启动与股份购回有关的程序，购回公司本次公开发行的全部新股，具体的股份购回方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及公司章程等规定履行公司内部审批程序和外部审批程序。购回价格为发行价格加上同期银行存款利息（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，购回的股份包括公司首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行除权、除息调整）。

（3）若公司的首次公开发行股票并上市的招股说明书及首次公开发行股票并上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将在中国证监会或人民法院等有权部门作出公司存在上述事实的最终认定或生效判决后 30 天内依法赔偿投资者损失。

**（二）实际控制人承诺**

公司控股股东、实际控制人沈思及实际控制人钱文杰出具承诺如下：

本人作为北京木瓜移动科技股份有限公司（以下简称“公司”）的控股股东/实际控制人，就公司欺诈发行股份回购和赔偿投资者损失作出承诺如下：

1、公司本次公开发行股票并在科创板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、如公司不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册且已经上市的，本人将在中国证监会或人民法院等有权部门作出公司存在上述事实的最终认定或生效判决后五个工作日内启动与股份购回有关的程序，购回公司本次公开发行的全部新股，具体的股份购回方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及公司章程等规定履行公司内部审批程序和外部审批程序。购回价格为发行价格加上同期银行存款利息(若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，购回的股份包括公司首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行除权、除息调整)。

3、若公司的首次公开发行股票并上市的招股说明书及首次公开发行股票并上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将在中国证监会或人民法院等有权部门作出公司存在上述事实的最终认定或生效判决后 30 天内依法赔偿投资者损失。

### **(三) 发行人补充披露**

发行人已在招股说明书第十节 投资者保护之“五、相关主体作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项”之“(三) 股份回购、依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺”对上述承诺进行了补充披露。

## **四、请发行人说明中美贸易摩擦事件对公司营业收入、未来业务开展、公司获得海外流量等方面的影响**

2018 年以来，中美贸易出现关税、行业限制等方面的摩擦。中美贸易主要影响中国销售给美国的产品，而发行人的业务主要是将美国的服务销售给中国企业。项目组经核查商务部、外交部等官方披露的针对加征关税商品清单、行业限制等中美贸易摩擦的主要焦点，认为发行人业务范畴并不在中美贸易摩擦主要焦点范畴之内。

发行人对于广告投放和海外流量采购的业务开展是通过香港全资子公司木瓜集团进行，2019 年与主要供应商脸书、谷歌和推特等采购合同已经签署，与主要供应商合作状况良好。2018 年以来发行人收入呈现逐步稳定增长态势，2019

年一季度营业收入为 119,889.54 万元，相比较 2018 年 1-3 月同期增长 33.96%，发行人经营业绩稳定发展。目前，中美贸易摩擦情况尚未对公司产生不利影响。

未来中美国际贸易关系变化情况有多重可能，不排除在极端的情况下因国家政策变化对发行人所经营的业务产生业务合作风险，发行人已经在招股说明书之“第四节 风险因素”之“四、经营风险”之“(一)对脸书流量渠道依赖的风险”进行风险提示。

**五、请发行人对照《招股说明书准则》的相关规定，自查风险因素中是否包含风险对策、发行人竞争优势及类似表述，并予以修订完善**

发行人已根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板招股说明书格式准则》第三十六条的规定，在“风险因素”、“重大事项提示”中删除了有关风险对策、竞争优势等类似表述，根据公司具体情况补充了相关的风险因素，并根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小进行重新排序，具体修改内容比较详见本问询函回复之附件一。

## 附件 1

| 序号 | 风险因素           | 原披露内容  | 修订后的披露内容   |
|----|----------------|--|--|
| 1  | 市场竞争风险         | 报告期内，公司凭借丰富的技术优势、客户资源及优质的客户服务能力，实现营收规模及业绩迅速增长，在行业内具有良好的市场地位。但随着互联网技术及行业运营模式的不断发展，将会有更多的竞争者进入该领域，未来市场竞争可能进一步加剧。公司如果不能持续提升技术水平、引入优秀人才、开拓优质客户、增强资本实力和抗风险能力，准确把握行业发展趋势及客户对大数据营销需求的变化，则可能无法保持行业市场领先地位，进而导致公司经营业绩下滑的风险。  | 随着互联网技术及行业运营模式的不断发展，公司所属行业将会有更多的竞争者进入该领域，未来市场竞争可能进一步加剧。公司如果不能持续提升技术水平、引入优秀人才、开拓优质客户、增强资本实力和抗风险能力，准确把握行业发展趋势及客户对大数据营销需求的变化，则可能无法保持行业市场领先地位，进而导致公司经营业绩下滑的风险。 |
| 2  | 新技术、新产品和服务研发风险 | 互联网营销行业在底层技术、客户需求、信息承载方式等方面均呈现了日新月异的变化，技术、产品及服务的升级优化能力是公司的核心竞争力的重要体现。近年来，公司及时把握行业技术发展动向，不断加大技术投入、引进优秀技术人员研发新技术和新产品，在竞争激烈的互联网营销行业逐步建立了竞争优势和先发优势。但如果未来公司不能准确把握大数据营销技术发展趋势、开发符合市场需求的新技术、新产品和新服务、提高技术成果对业务的支持能力，或者对市场变化未及时作出针对性的调整，都将影响公司的持续发展。                      | 互联网营销行业在底层技术、客户需求、信息承载方式等方面均呈现了日新月异的变化，如果未来公司不能准确把握大数据营销技术发展趋势、开发符合市场需求的新技术、新产品和新服务、提高技术成果对业务的支持能力，或者对市场变化未及时作出针对性的调整，都将影响公司的持续发展。                         |
| 3  | 知识产权保护风险       | 互联网营销行业属于技术密集型行业，业务经营中所涉及的互联网及其他领域的专利技术、非专利技术、软件著作权等知识产权数量较多、范围较广。公司所拥有的知识产权是公司核心竞争力的重要体现。公司一贯遵守知识产权相关的法律法规，积极申请各类必须的知识产权、设置了完善的代码隔离、权限控制等流程，与员工及合作伙伴签订了保密协议或在合作协议中确定了明确的知识产权保护条款，以保障公司的知识产权得到全面的法律保护。但若公司自身知识产权受到不法侵害而无法及时有效解决的极端情况下，可能会影响公司的市场声誉，并对公司经营产生不利影响。 | 互联网营销行业属于技术密集型行业，业务经营中所涉及的互联网及其他领域的专利技术、非专利技术、软件著作权等知识产权数量较多、范围较广。若公司自身知识产权受到不法侵害而无法及时有效解决的极端情况下，可能会影响公司的市场声誉，并对公司经营产生不利影响。                                |

|   |                         |   |   |
|---|-------------------------|---|---|
| 4 | 核心人员流失风险                | <p>公司所属的互联网营销行业对各类专业人才有较大需求，拥有丰富经验的技术研发人才、运营人才和市场开拓人才是公司保持技术领先、业务快速发展的重要保障。公司通过建立完善的薪酬福利、公平的晋升体系、核心人员直接间接持股等激励机制，调动核心员工积极性、创造性，通过对客户的信息化管理降低人员流动对公司业务的影响，同时注意引进并保留与发展密切相关的技术、运营和市场开拓人才。公司目前的核心人员稳定。但随着互联网营销行业竞争的日益激烈和公司的快速发展，公司对优秀人才的需求也日益增加，如果公司核心人员流失且无法吸引新的优秀人才，可能对公司的技术保密、产品研发、经营运作和长期稳定发展产生不利影响。</p> | <p>公司所属的互联网营销行业对各类专业人才有较大需求，随着互联网营销行业竞争的日益激烈和公司的快速发展，公司对优秀人才的需求也日益增加。如果公司核心人员流失且无法吸引新的优秀人才，可能对公司的技术保密、产品研发、经营运作和长期稳定发展产生不利影响。</p>   |
| 5 | 大数据营销及互联网出海政策或法规发生变化的风险 | <p>公司的主营业务是利用全球大数据资源和大数据处理分析技术为广大国内企业提供海外营销服务。作为新兴行业，目前大数据营销及互联网出海为国家政策所支持。如《广告产业发展“十三五”规划》中明确提出支持广告业与互联网产业融合发展；党的十九大报告中明确提出推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，并以“一带一路”建设为重点，坚持引进来与走出去并重等。但如果未来出台新的法律、法规、行业监管政策、行业自律规则，则可能在一定程度上影响大数据营销及互联网出海的运营和发展。</p>   | <p>公司的主营业务是利用全球大数据资源和大数据处理分析技术为广大国内企业提供海外营销服务。作为新兴行业，目前大数据营销及互联网出海为国家政策所支持。如果未来我国出台新的法律、法规、行业监管政策、行业自律规则，则可能在一定程度上影响大数据营销及互联网出海的运营和发展。</p>  |
| 6 | 因广告信息违反相关法律法规而遭受损失的风险   | <p>公司在业务开展过程中严格执行互联网广告信息审查制度，广告信息在发布之前均根据互联网媒体要求、公司广告审查制度对投放广告的内容、信息来源、表现形式、是否存在禁止性内容等方面进行多级审查，全部通过后方可投放。尽管公司执行了严格的广告审核流程，报告期内亦未发生因广告内容违规而遭受处罚的情形。但是随着公司业务规模的扩大，仍可能存在因少数客户刻意隐瞒信息等原因导致的营销信息审核失误，致使营销信息违反相关法律法规，公司可能面临因发布虚假营销信息而遭受处罚的风险。</p>  | <p>公司所从事的互联网营销业务受到互联网行业和广告行业的双重监管，需要符合《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》、《移动互联网广告标准》等法律法规的规定。随着公司业务规模的扩大，可能存在因少数客户刻意隐瞒信息等原因导致营销信息审核失误，致使营销信息违反相关法律法规，公司可能面临因发布虚假营销信息等而遭受处罚的风险。</p> <p>另外，发行人在海外国家进行广告投放亦须遵守当地的法律规定。因发行人将广告内容呈现的地理区域覆盖较多的国家和地区，上述地区在文化背景、行政背景、司法</p> |

|   |                 |   |   |
|---|-----------------|---|---|
|   |                 |   | 背景等方面具有较大的区别，发行人无法完全穷尽上述投放地相关法律法规，因此，发行人存在因违反投放地法律法规而受到投放地相关机构、主体要求赔偿或支付罚金的风险。  |
| 7 | 海外国家市场环境和政策变动风险 | <p>公司的主营业务是利用全球大数据资源和大数据处理分析技术为国内企业提供海外营销服务，是一家以数据挖掘、数据处理和算法优化为技术核心的大数据营销服务提供商。经过 10 年发展，公司对接的广告媒体资源覆盖全球 200 多个国家和地区，能够精准定位的用户数据库覆盖全球 20 亿人，能够为中国数以万计的开发者、新经济企业和媒体提供低成本、便捷、快速、精准的出海业务拓展和宣传服务。公司在各个国家和地区开展业务的过程中严格遵循当地相关法律、法规、相关政策及市场规则。但由于各个国家和地区的市场环境及政策存在变动的可能性，如果公司不能及时根据当地市场环境和政策变动调整自身的产品及业务，可能对公司的业务开展产生不利影响。</p>   | <p>经过 10 年发展，公司对接的广告媒体资源覆盖全球 200 多个国家和地区，公司在各个国家和地区开展业务的过程中严格遵循当地相关法律、法规、相关政策及市场规则。由于各个国家和地区的市场环境及政策存在变动的可能性，如果公司不能及时根据当地市场环境和政策变动调整自身的产品及业务，可能对公司的业务开展产生不利影响。</p>  |
| 8 | 对脸书流量渠道依赖的风险    | <p>公司是国内少数依靠技术平台进行全球大数据营销的企业之一，虽然公司可以对接脸书、谷歌、推特、优兔、领英、Instagram 等超过 2,000 家全球媒体数据，但是由于脸书和谷歌在全球互联网营销市场的份额超过 60%，且脸书在移动社交和移动互联网营销处于短期内不可撼动的地位，导致报告公司的流量采购集中度较高。公司与供应商脸书在紧密合作的基础上签署合作协议，按照合同约定采取到期自动续签的形式。报告期内，公司向前五名供应商采购额占当年全部采购额的比例分别为 62.26%、95.07%和 98.43%。虽然在日常的经营合作中，公司凭借良好的技术能力和数据资源优势，严格履行与供应商的合作协议，积极开拓市场，恪守市场准则，与供应商保持了稳定良好的合作关系，但若公司自身经营管理出现问题或主要供应商调整合作政策，或在极端情况下无法获得脸书及谷歌的流量，将可能阶段性对公司的业绩产生不利影响。</p> | <p><b>2016 年、2017 年和 2018 年公司脸书流量的采购金额分别为 9,356.51 万元、187,665.31 万元和 380,722.27 万元，采购占比分别为 20.79%、87.81%和 91.99%，随着搜索展示类业务的快速增长流量采购迅速向脸书集中。由于脸书和谷歌在全球互联网营销市场的份额超过 60%，且脸书在移动社交和移动互联网营销行业处于短期内不可撼动的地位，公司存在对脸书流量采购及业务依赖的风险。</b></p> <p>公司与脸书在紧密合作的基础上签署合作协议，按照合同约定采取到期自动续签的形式。<b>如果因国家政策影响或者公司自身经营管理问题，导致脸书调整合作策略，可能导致公司与脸书之间的付款及广告投放中止，公司存在因脸书调整合作策略而导致的业务及持续经营风险。</b></p> |

|    |                    |  |   |
|----|--------------------|--|---|
| 9  | 数据安全<br>风险         | <p>公司为国内众多广告主客户提供移动互联网出海服务。为了向广告主提供专业化的大数据营销业务，持续提高广告投放效率并改进用户体验，公司通过对接全球媒体流量，使用其海量标签数据库的用户数据，通过自主研发的用户画像人工智能引擎（UME）对用户进行超 1000 个维度的实时刻画建模，提升了广告投放的有效触达率。对于获取的数据，公司通过加密、分布式存储、数据脱敏及物理隔离等手段，并在公司内建立完善的数据保密制度及内部管理流程以保证数据的安全性及可靠性。在业务开展过程中，虽然公司采取了上述安全措施，但在极端情况下，如公司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，可能造成数据泄露和损失。</p> | <p>公司系统中每天产生上亿的新增广告数据，多年积累形成了百亿级别（PB）的数据仓库。公司的投放数据来源于对每一次广告展示开展营销活动过程中积累的流量和成效相关数据。公司数据主要通过数据日志和非关系数据库的方式分布式的储存在全球各节点上，并通过“全球数据同步技术”进行管理。如果公司对数据使用不当或因遭到恶意软件、病毒的影响或受到大规模黑客攻击，可能造成数据泄露和损失。</p> |
| 10 | 房产租赁<br>风险         | <p>公司无自有产权的房屋建筑物，办公场所均为租赁取得。虽然公司与出租方均签订了合法的房屋租赁协议，对房屋拥有使用权，但是仍存在出租方提前收回租赁房屋或到期不能续约的可能，公司需要改租新的办公场所。尽管公司办公设备较少、安装方便，办公场所租赁通常相对容易，近年来亦未出现不能续租的情形，但仍不能排除因上述情形，对公司经营在短期内产生一定程度的不利影响。</p>   | <p>公司无自有产权的房屋建筑物，办公场所均为租赁取得。如果出租方提前收回租赁房屋或者公司到期不能续约，公司需要改租新的办公场所，可能短期内对公司经营产生一定程度的不利影响。</p>   |
| 11 | 未来经营<br>业绩波动<br>风险 | <p>报告期内，公司净利润分别为 3,434.14 万元、6,176.45 万元和 8,344.70 万元，2016 年度至 2018 年度，公司净利润年复合增长率为 55.88%，保持了快速的发展。公司是中国领先的互联网大数据营销技术公司之一，但公司未来的成长受宏观经济、行业前景、行业政策、竞争格局、行业地位、自主创新能力、产品质量、市场开拓能力等多种因素的综合影响。如果上述因素出现不利变化，将可能影响公司的盈利能力，公司经营业绩可能出现波动或者下滑的风险。</p>   | <p>报告期内，公司净利润分别为 3,434.14 万元、6,176.45 万元和 8,344.70 万元，公司未来的成长受宏观经济、行业前景、行业政策、竞争格局、行业地位、自主创新能力、产品质量、市场开拓能力等多种因素的综合影响。如果上述因素出现不利变化，将可能影响公司的盈利能力，公司经营业绩可能出现波动或者下滑的风险。</p>                        |
| 12 | 毛利率下<br>滑风险        | <p>2016 年、2017 年和 2018 年，公司综合毛利率分别为 20.31%、6.24%和 4.38%，毛利率下滑主要是受搜索展示类业务收入占比快速提升的影响。搜索展示类业务面向脸书、谷歌、推特等全球媒体资源，所触达的</p>  | <p>2016 年、2017 年和 2018 年公司综合毛利率分别为 20.31%、6.24%和 4.38%，净利率分别为 6.08%、2.71%和 1.93%，毛利率下滑主要是受搜索展示类业务收入占比快速提升的影响。2016 年、2017 年和 2018 年公</p>   |



|    |               |  |   |
|----|---------------|--|---|
|    |               | <p>用户数量超 20 亿，是移动互联网时代国内企业出海的主流广告展现形式。</p> <p>搜索展示类业务最大的流量方如脸书、谷歌已经形成十分稳定的商业模式和计费方式，导致该类业务的毛利率较为稳定，2016 年、2017 年和 2018 年公司该类业务毛利率分别为 0.51%、4.34%和 3.56%。效果类业务面向网盟、自媒体等中长尾流量，报告期的毛利率平均为 24.78%。但由于搜索展示类业务营业收入占比由 2016 年的 28.27%，迅速提升至 2018 年的 97.05%，公司对移动互联网营销战略重心的转移导致报告期毛利率下降。</p> <p>报告期发行人的广告投放决策系统数据量急剧增大，2018 年搜索展示类毛利率有所下滑，是由客户广告投放实时竞价结果造成的，2018 年公司技术平台发生展示超 2,600 亿次，共收到点击超 80 亿次，每一次实时竞价均在 100 毫秒内完成，竞价交易的复杂性导致毛利率有所波动。</p> | <p>司搜索展示类业务毛利率分别为 0.51%、4.34%和 3.56%。由于搜索展示类业务营业收入占比由 2016 年的 28.27%，迅速提升至 2018 年的 97.05%，公司对移动互联网营销战略重心的转移导致报告期毛利率下降。未来随着公司搜索展示类业务的持续增长，公司毛利率和净利率仍存在下滑的风险。</p> <p>公司在全球范围内进行实时竞价，帮助广告主以更快的速度、更低的价格和更好的效果进行广告投放，受竞价策略影响导致毛利率有所波动甚至下滑。公司存在因实时竞价导致毛利率波动的风险。</p> |
| 13 | 应收账款发生坏账损失的风险 | <p>报告期内，受收入规模迅速增长的影响，公司应收账款规模同步增长。报告期各期末，公司应收账款余额分别为 25,303.94 万元、75,733.36 万元和 101,507.13 万元，规模较大。公司对应收账款采取严格的信用管理政策，由于公司主要客户均为实力强、信誉好的大型优质客户，报告期内公司应收账款回收情况良好。截至 2018 年 12 月 31 日，公司账龄一年以内的应收账款占应收账款余额的比例为 88.93%，发生呆账、坏账的风险较小，且公司已按照稳健性原则对应收账款计提了充足的坏账准备。但若客户未来财务经营状况恶化，将对公司应收账款的回收产生不利影响，因此公司存在应收账款发生坏账的风险。</p>  | <p>报告期内，受收入规模迅速增长的影响，公司应收账款规模同步增长。报告期各期末，公司应收账款余额分别为 25,303.94 万元、75,733.36 万元和 101,507.13 万元，规模较大。<b>报告期一年以上应收账款占比持续上升</b>，截至 2018 年 12 月 31 日，公司账龄一年以内的应收账款占应收账款余额的比例为 88.93%。若客户未来财务经营状况恶化，将对公司应收账款的回收产生不利影响，因此公司存在应收账款发生坏账的风险。</p>                        |
| 14 | 外汇相关风险        | <p>在互联网大数据营销出海领域，脸书、谷歌和推特等头部媒体掌握了全球互联网营销媒体资源的 90%以上，这些供应商采用美元结算。出于结算方便及保持结算一致的考虑，出海大数据营销企业与客户一般采用美元进行结算。因此，人民币对美元的汇率变动将对公司的经营业绩产生一定影响。</p>   | <p>在互联网大数据营销出海领域，脸书、谷歌掌握了全球互联网营销媒体资源的 <b>60%</b>以上，<b>海外</b>供应商采用美元结算。出于结算方便及保持结算一致的考虑，出海大数据营销企业与客户一般采用美元进行结算。因此，人民币对美元的汇率变动将对公司的经营业绩产生一定影响。</p>  |

|    |              |  |   |
|----|--------------|--|---|
| 15 | 快速发展带来的管理风险  | <p>公司自成立以来一直重视完善内部管理和业务流程，健全了职能部门设置，制定了比较全面的管理制度。近年来，随着资产和业务规模的快速扩大，公司也适时进行组织机构的调整，不断丰富管理经验，完善法人治理结构，已经形成了有效的约束机制和管理体系。目前行业仍处于快速增长中，未来随着募投项目的实施，公司的业务规模仍将快速增长，对公司市场开拓、技术研发、运营维护等方面都提出了更高要求，如果公司管理水平不能适应公司规模迅速扩张，组织结构和管理模式未能随公司规模的扩大进行及时调整和完善，将会降低公司的运营效率，使公司的长期经营和发展受到一定影响。</p>  | <p>公司自成立以来一直重视完善内部管理和业务流程，健全了职能部门设置，制定了比较全面的管理制度。未来随着募投项目的实施，<b>业务规模的增长</b>会对公司市场开拓、技术研发、运营维护等方面提出更高要求，如果公司管理水平不能适应公司规模迅速扩张，组织结构和管理模式未能随公司规模的扩大进行及时调整和完善，将会降低公司的运营效率，使公司的长期经营和发展受到一定影响。</p>                   |
| 16 | 实际控制人不当控制风险  | <p>本次股票发行前，公司实际控制人沈思及钱文杰持有或控制的公司股份合计占本次发行前公司总股本的 76.81%。本次若成功发行后，沈思及钱文杰持有或控制公司 57.61%的股权，仍处于绝对控股地位。虽然公司已经依据《公司法》等法律法规以及《公司章程》的规定，建立了股东大会、董事会、监事会，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作细则》、《对外担保管理制度》、《内部审计制度》等一系列内部控制制度并严格执行，公司治理机制及内部控制制度较为健全。但仍存在控股股东、实际控制人利用其持股比例优势，通过行使投票表决权、其他直接或间接方式对公司的重大经营决策、人事任免等施加不适当影响，损害公司及中小股东合法权益的风险。</p> | <p>本次股票发行前，公司实际控制人沈思及钱文杰持有或控制的公司股份合计占本次发行前公司总股本的 76.81%。本次若成功发行后，沈思及钱文杰持有或控制公司 57.61%的股权，仍处于绝对控股地位。<b>公司</b>存在控股股东、实际控制人利用其持股比例优势，通过行使投票表决权、其他直接或间接方式对公司的重大经营决策、人事任免等施加不适当影响，<b>从而导致公司及中小股东合法权益受损</b>的风险。</p> |
| 17 | 本次发行摊薄即期回报风险 | <p>如本次发行成功，公司股本与净资产将在目前的基础上大幅增加。虽然本次募集资金投资项目经过科学论证，预期效益良好，但由于从募集资金投入到项目实施完毕、产生效益需要一定时间，难以在短期内充分产生效益，预计本次发行当年，公司每股收益、净资产收益率等财务指标与过去年度相比可能出现一定幅度的下降，存在因本次发行摊薄即期回报的风险。</p>  | <p>如本次发行成功，公司股本与净资产将在目前的基础上大幅增加。由于从募集资金投入到项目实施完毕、产生效益需要一定时间，难以在短期内充分产生效益，预计本次发行当年，公司每股收益、净资产收益率等财务指标与过去年度相比可能出现一定幅度的下降，存在因本次发行摊薄即期回报的风险。</p>  |

|    |              |   |  |
|----|--------------|---|--|
| 18 | 募集资金投资项目实施风险 | <p>公司本次募集资金主要投资于 Papaya 大数据智能平台升级项目、研发中心建设项目、总部基地项目和补充流动资金。本次募集资金投资项目顺利实施后，公司的业务能力和技术水平将得到进一步提升，核心竞争力得以增强。以上投资项目是根据目前互联网营销行业的发展情况、市场需求和技术水平提出的。但互联网行业技术更迭迅速、市场情况不断变化，存在项目建成后市场环境突变、行业竞争加剧、客户开拓能力受限、募投项目的折旧摊销影响等不确定因素，从而产生影响本次募集资金投资项目预期收益实现的风险，存在未来导致净资产收益率存在进一步下滑的可能的风险。</p> | <p>公司本次募集资金主要投资于 Papaya 大数据智能平台升级项目、研发中心建设项目、总部基地项目和补充流动资金。本次募集资金投资项目是根据目前互联网营销行业的发展情况、市场需求和技术水平提出的。但互联网行业技术更迭迅速、市场情况不断变化，存在项目建成后市场环境突变、行业竞争加剧、客户开拓能力受限、募投项目的折旧摊销影响等不确定因素，从而产生影响本次募集资金投资项目预期收益实现的风险，存在未来导致净资产收益率存在进一步下滑的可能的风险。</p> |
|----|--------------|---|--|

（本页无正文，为北京木瓜移动科技股份有限公司《关于北京木瓜移动科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之盖章页）

北京木瓜移动科技股份有限公司



(本页无正文,为《中天国富证券有限公司关于北京木瓜移动科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复报告》之签署页)

保荐代表人签名:

陈佳

陈 佳



陈东阳



## 保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读北京木瓜移动科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复报告的全部内容，了解本审核问询函的回复报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长签名：



余维佳

