创业板风险提示

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

四川新闻网传媒（集团）股份有限公司

Sichuan Newsnet Media (Group) Co.,Ltd.

（成都高新区世纪城南路 599 号天府软件园 D 区 5 栋 2、6 层、7 栋 16 层）

首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

（申报稿）

保荐机构（主承销商）

华西证券股份有限公司
HUAXI SECURITIES CO.,LTD.

（成都市高新区天府二街 198 号）

联席主承销商

中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO.,LTD.

（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

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

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行股份总数不超过 3,336.00 万股，占发行后总股本比例不低于 25.01%，本次发行不涉及老股转让
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 13,336.00 万股
保荐机构（主承销商）	华西证券股份有限公司
联席主承销商	中信建投证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

发行人声明

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

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

本公司特别提醒投资者，在评价本公司本次发行的股票时，应认真考虑下列重大事项和风险，并认真阅读本招股说明书第四节“风险因素”的全部内容。

一、股份流通限制和自愿锁定承诺

（一）本公司控股股东四川新传媒承诺

“自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

本公司直接或间接所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

若发行人股票此期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，上述发行价格将进行除权除息相应调整。”

（二）本公司间接控股股东四川省新闻中心承诺

“自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

本单位直接或间接所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本单位持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

若发行人股票此期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，上述发行价格将进行除权除息相应调整。”

（三）本公司实际控制人四川省委宣传部承诺

“自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本单位

直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

本单位直接或间接所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本单位持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

若发行人股票此期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，上述发行价格将进行除权除息相应调整。”

（四）本公司其他股东四川产业振兴基金、博瑞投资、中国青年出版社、中国青年杂志社、国广控股、证券时报、峨影集团和九洲创投承诺

“自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本单位/公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。”

二、主要股东的持股意向及减持意向

（一）本公司控股股东四川新传媒承诺

“本公司持续看好发行人以及其所处行业的发展前景，愿意长期持有其股票。如锁定期满后拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价的需要，审慎制定股票减持计划。

若本公司对所持发行人首次公开发行前股份在锁定期（包括延长锁定期）满后两年内减持的，每年减持股份数量不超过本公司在发行人本次发行前所持股份总数的 20%；减持价格不低于本次发行价格（若发行人在该期间内发生派息、送股、公积金转增股本、配股等除权除息事项，发行价格应相应调整）；减持方式包括集中竞价交易、大宗交易、协议转让及其他符合中国证监会及证券交易所相关规定的方式。

在锁定期（包括延长锁定期）满后，本公司对所持有的发行人首次公开发行前股份，如采取集中竞价交易方式进行减持的，将在首次卖出的十五个交易日前预先披露减持计划，且在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过发行人股份数的百分之一；采取大宗交易方式进行减持的，在连续九十个自然日内，

减持股份的总数不得超过发行人股份总数的百分之二；采用协议转让方式减持的，单个受让方的受让比例不得低于百分之五。

若本公司违反上述承诺减持发行人股份，减持所得收入归发行人所有，本公司将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本公司未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

本公司减持股份将严格按照证监会、深圳证券交易所的规则履行相关信息披露义务，并遵守证监会、深圳证券交易所关于减持数量及比例等法定限制。若本公司或发行人存在法定不得减持股份的情形，本公司不得进行股份减持。”

（二）本公司间接控股股东四川省新闻中心承诺

“本单位持续看好发行人以及其所处行业的发展前景，愿意长期持有其股票。如锁定期满后拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价的需要，审慎制定股票减持计划。

若本单位对所持发行人首次公开发行前股份在锁定期（包括延长锁定期）满后两年内减持的，每年减持股份数量不超过本单位在发行人本次发行前所持股份总数的 20%；减持价格不低于本次发行价格（若发行人在该期间内发生派息、送股、公积金转增股本、配股等除权除息事项，发行价格应相应调整）；减持方式包括集中竞价交易、大宗交易、协议转让及其他符合中国证监会及证券交易所相关规定的方式。

在锁定期（包括延长锁定期）满后，本单位对所持有的发行人首次公开发行前股份，如采取集中竞价交易方式进行减持的，将在首次卖出的十五个交易日前预先披露减持计划，且在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过发行人股份数的百分之一；采取大宗交易方式进行减持的，在连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过发行人股份总数的百分之二；采用协议转让方式减持的，单个受让方的受让比例不得低于百分之五。

若本单位违反上述承诺减持发行人股份，减持所得收入归发行人所有，本单位将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本单位未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本单位将向发行人或者其

他投资者依法承担赔偿责任。

本单位减持股份将严格按照证监会、深圳证券交易所的规则履行相关信息披露义务，并遵守证监会、深圳证券交易所关于减持数量及比例等法定限制。若本单位或发行人存在法定不得减持股份的情形，本单位不得进行股份减持。”

（三）本公司持股 5%以上股东四川产业振兴基金、博瑞投资、中国青年出版社、中国青年杂志社承诺

“本公司/单位将按照出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持发行人股票。在上述限售条件解除后，本公司可作出减持股份的决定。

若本公司/单位对所持发行人首次公开发行前股份在锁定期（包括延长锁定期）满后两年内减持的，将根据自身投资决策安排及发行人股价情况对所持发行人股份做出相应减持安排。在不违背限制性条件的前提下，预计在锁定期满后二十四个月内减持的数量累计不超过在本次发行前所持发行人股份总数的 100%。减持价格不低于本次发行价格（若发行人在该期间内发生派息、送股、公积金转增股本、配股等除权除息事项，发行价格应相应调整）；减持方式包括集中竞价交易、大宗交易、协议转让及其他符合中国证监会及证券交易所相关规定的方式。

在锁定期（包括延长锁定期）满后，本公司对所持有的发行人首次公开发行前股份，如采取集中竞价交易方式进行减持的，将在首次卖出的十五个交易日前预先披露减持计划，且在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过发行人股份数的百分之一；采取大宗交易方式进行减持的，在连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过发行人股份总数的百分之二；采用协议转让方式减持的，单个受让方的受让比例不得低于百分之五。

若本公司违反上述承诺减持发行人股份，减持所得收入归发行人所有，本公司将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本公司未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

本公司减持股份将严格按照证监会、深圳证券交易所的规则履行相关信息披露义务，并遵守证监会、深圳证券交易所关于减持数量及比例等法定限制。若本

公司或发行人存在法定不得减持股份的情形，本公司不得进行股份减持。”

三、本次发行上市后三年内稳定股价预案及约束措施

“为保护投资者利益，进一步明确稳定公司上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的措施，按照中国证券监督管理委员会发布的《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的相关要求，四川新闻网传媒（集团）股份有限公司（以下简称‘公司’、‘发行人’）特制订预案如下：

（一）稳定股价预案的启动条件

自公司股票上市之日起三年内，每年首次出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因公司派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作相应调整，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产时，公司将启动稳定公司股价的预案。

（二）稳定股价措施的方式及顺序

1、稳定股价措施

在达到启动股价稳定措施的条件后，公司将及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价：

（1）公司回购股份；

（2）公司控股股东增持本公司股票；

（3）公司董事（不包括独立董事，下同）、高级管理人员增持本公司股票。

2、稳定股价措施实施的顺序

（1）公司回购股份，但若公司回购股份导致公司不满足法定上市条件，则第一选择为控股股东增持公司股票。

（2）控股股东增持公司股票。在满足下列条件之一时，控股股东将增持公司股票：

①在发行人回购股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日公司股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产；

②在发行人回购股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价预案的条件被再次触发。

（3）公司董事、高级管理人员增持本公司股票。在满足下列条件之一时，公司董事、高级管理人员将增持本公司股票：

①控股股东增持股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日公司股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产；

②控股股东增持股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价预案的条件被再次触发。

（三）稳定股价措施的具体方案

1、公司回购股份

上述启动稳定股价预案的条件成就时，公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》等有关规定向社会公众股东回购公司部分股票，同时保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。公司为稳定股价进行股份回购时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应满足下列各项条件：

（1）公司回购股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；

（2）单一会计年度用以稳定股价的回购资金累计不超过上年度归属于上市公司股东的净利润的 5%，具体由公司董事会结合公司当时的财务和经营状况，确定回购股份的资金总额上限。

公司董事会应在上述回购股份启动条件触发之日起的 15 个交易日内作出回购股份的决议，在作出回购股份决议后 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知。公司应在股东大会做出决议并履行相关法定手续之次日起开始启动回购，并在 30 个交易日内实施完毕。公司回购股份的方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

自公司公告稳定股价方案之日起，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

（1）公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产；

（2）继续回购公司股份将导致公司不符合上市条件；

（3）继续增持股票将导致控股股东及/或董事及/或高级管理人员需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

2、公司控股股东增持本公司股票

上述启动稳定股价预案的条件成就时，公司控股股东将在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求前提下，对发行人股票进行增持。公司控股股东为稳定股价对发行人股票进行增持时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应满足下列各项条件：

（1）增持股份的价格不超过发行人最近一期经审计的每股净资产；

（2）通过交易所集中竞价方式增持公司股票，增持比例不超过发行人总股本的 2%，且用于增持的金额不超过其当年从公司获得分红的 50%并且不低于人民币 50 万元；

（3）承诺在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

发行人董事会将在公司控股股东增持公司股票条件触发之日起 2 个交易日内发布增持公告。公司控股股东将在作出增持公告并履行相关法定手续之次日起开始启动增持，并在 15 个交易日内实施完毕。

自公司控股股东稳定股价方案公告之日起，若出现以下任一情形，则视为其就本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的公司控股股东稳定股价方案终止执行：

（1）发行人股票连续 10 个交易日的收盘价均高于发行人最近一期经审计的每股净资产；

（2）继续回购或增持发行人股份将导致发行人不符合上市条件；

（3）继续增持股票将导致控股股东需要履行要约收购义务且控股股东未计划实施要约收购。

3、公司董事、高级管理人员增持本公司股票

上述启动稳定股价预案的条件成就时，公司董事、高级管理人员将在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求前提下，以其在发行人处领取的薪酬总金额为限对公司股票进行增持。公司董事、高级管理人员为稳定股价对公司股票

进行增持时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应满足下列各项条件：

（1）增持股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；

（2）自首次增持之日起计算的未来 6 个月内，从二级市场上继续择机增持公司股份，合计累积增持比例不超过公司已发行总股份的 1%（含首次已增持部分），且单一年度用以稳定股价所动用的资金应不超过本人在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬累计额；

（3）在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

为保障投资者合法权益，保证相关承诺能得以有效履行，自公司股票上市之日起三年内，若公司新聘任董事、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

公司董事会将在公司董事、高级管理人员增持公司股票条件触发之日起 2 个交易日内发布增持公告。公司董事、高级管理人员将在作出增持公告并履行相关法定手续之次日起开始启动增持，并在 15 个交易日内实施完毕。

自公司董事、高级管理人员稳定股价方案公告之日起，若出现以下任一情形，则视为其就本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的公司董事、高级管理人员稳定股价方案终止执行：

（1）公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产；

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司不符合上市条件；

（3）继续增持股票将导致其本人需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

（四）约束措施

1、公司违反稳定股价承诺的约束措施

若公司违反上市后三年内稳定股价的承诺，则公司将：

（1）在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投

资者的权益；

（2）因未能履行该项承诺造成投资者损失的，本公司将依法向投资者进行赔偿。

2、公司控股股东违反稳定股价承诺的约束措施

若公司控股股东违反上市后三年内稳定股价的承诺，则公司控股股东将：

（1）在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

（2）将其最近一个会计年度从发行人分得的税后现金股利返还给发行人。如未按期返还，发行人可以从之后发放的现金股利中扣发，直至扣减金额累计达到应履行稳定股价义务的最近一个会计年度其从发行人已分得的税后现金股利总额。

3、公司董事、高级管理人员违反稳定股价承诺的约束措施

若公司董事、高级管理人员违反上市后三年内稳定股价的承诺，则其将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。”

本预案已经公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过并在本公司完成首次公开发行股票在创业板上市后自动生效，在此后三年内有效。

四、关于招股说明书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺

（一）发行人承诺

“本公司的招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本公司对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

若本公司首次公开发行的股票上市流通后，因公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重

大、实质影响的，本公司将在由中国证监会等有权机关作出行政处罚或人民法院作出相关判决认定本公司存在上述事实之日起的 2 个交易日内公告，并在上述事实认定之日起 10 个交易日内根据相关法律、法规及本公司章程的规定召开董事会并发出召开股东大会的通知，在遵守相关法律法规及中国证监会及证券交易所相关规定的前提下，按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案回购本公司首次公开发行的全部新股，若公司股票有送股、资本公积金转增股本等事项的，回购数量将进行相应调整。回购价格不低于本公司股票发行价加算股票发行后至回购时相关期间银行同期存款利息。如本公司上市后有利润分配或送配股份等除权除息行为，上述发行价为除权除息后的价格。

本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将严格遵守《证券法》等法律法规的规定，按照中国证监会或其他有权机关的决定或裁决，依法赔偿投资者损失，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。”

（二）发行人控股股东四川新传媒承诺

“发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。投资者索赔范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

发行人对招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的事实无异议或经过行政复议、司法途径最终有效裁定认定该违法事实后，本公司对提出申请符合赔偿条件的投资者依法赔偿。”

（三）发行人间接控股股东四川省新闻中心承诺

“发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本单位将依法赔偿投资者损失。投资者索赔范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

发行人对招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的事实无异议或经过行政复议、司法途径最终有效裁定认定该违法事实后，本单位对提出申请符合赔偿条件的投资者依法赔偿。”

（四）发行人实际控制人四川省委宣传部承诺

“发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本单位指定由四川省新闻中心依法赔偿投资者损失。”

（五）发行人全体董事、监事、高级管理人员分别承诺

“发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。投资者索赔范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

发行人对招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的事实无异议或经过行政复议、司法途径最终有效裁定认定该违法事实后，本人对提出申请符合赔偿条件的投资者依法赔偿。

发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，并已由有权部门作出行政处罚或人民法院作出相关判决的，发行人在召开相关董事会对回购股份作出决议时，本人承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票。”

（六）本次发行相关中介机构的承诺

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

发行人律师承诺：如因本所为四川新闻网传媒（集团）股份有限公司首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2 号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

发行人会计师、验资复核机构承诺：因本所为四川新闻网传媒（集团）股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导

性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。

发行人评估师承诺：因本机构为四川新闻网传媒（集团）股份有限公司首次公开发行并在创业板上市制作、出具的资产评估报告有虚假陈述、误导性陈述或者重大遗漏,给投资者造成损失的，将依法承担相应的法律责任。

五、未履行承诺的约束措施

（一）发行人的承诺

“1、如果本公司未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。”

（二）发行人控股股东四川新传媒承诺

“1、如果本单位未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本单位将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本单位将依法向投资者赔偿相关损失。”

（三）发行人间接控股股东四川省新闻中心承诺

“1、如果本公司未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本公司将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。”

（四）发行人实际控制人四川省委宣传部承诺

“本单位系四川新闻网传媒（集团）股份有限公司（以下简称“发行人”）的实际控制人。为明确本单位未能履行发行人首次公开发行股票在创业板上市中相关承诺的约束措施，保护投资者的权益，现根据相关监管要求，指定由四川省新闻中心就本单位未履行在招股说明书及相关上市文件中所披露的承诺时所应采取的约束措施做出承诺并承担相应责任。”

（五）全体董事、监事和高级管理人员分别承诺

“本人作为四川新闻网（传媒）集团股份有限公司（以下简称“发行人”）的董事、监事、高级管理人员，将严格履行发行人招股说明书披露的本人公开承诺事项，同时提出如下未能履行承诺的约束措施：

1、如果本人未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本人将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。”

六、本次发行后公司股利分配政策、现金分红比例规定

（一）股利分配政策

公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，有关公司股利分配政策的规定如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配

利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

3、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

4、公司利润分配政策应保持连续性和稳定性，应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

（1）利润分配原则

公司实施持续、稳定的股利分配政策，公司的利润分配应当重视投资者的合理投资回报和公司的可持续发展。

（2）利润分配方式

公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式；具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（3）公司现金分红的具体条件、比例和期间间隔

①实施现金分配的条件

A、公司该年度或半年度实现的可分配利润为正值，即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润为正值。

B、公司累计可供分配利润为正值，当年每股累计可供分配利润不低于 0.1 元。

C、审计机构对公司的该年度或半年度财务报告出具无保留意见的审计报

告。

②利润分配期间间隔

在满足利润分配条件前提下，原则上公司每年进行一次利润分配，主要以现金分红为主，但公司可以根据公司盈利情况及资金需求状况进行中期现金分红。

③现金分红最低金额或比例

公司具备现金分红条件的，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 10%；公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。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：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

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

（4）公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好且董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。

（5）公司利润分配方案的决策程序和机制

①公司每年利润分配预案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订，经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提请

股东大会审议。独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见。

董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见，董事会通过后提交股东大会审议。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

②公司因前述第（三）款规定的特殊情况而不进行现金分红、或公司符合现金分红条件但不提出现金利润分配预案，或最近三年以现金方式累计分配的利润低于最近三年实现的年均可分配利润的 30%时，公司应在董事会决议公告和年报全文中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因，以及公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

（6）公司利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力，并对公司生产经营造成重大影响时，或公司自身经营状况发生重大变化时，或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整利润分配政策的，公司可对利润分配政策进行调整，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的制订和修改由公司董事会草拟，独立董事应当发表独立意见，经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议。股东大会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上表决通过，审议时公司应提供网络投票系统进行表决，充分征求社会公众投资者的意见，以保护投资者的权益。

（7）利润分配政策的披露

公司应当在定期报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，说明是否

符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，现金分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。如涉及利润分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

（8）其他事项

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

（二）股东分红回报规划

为进一步细化《公司章程（草案）》中规定的股利分配政策，增加股利分配政策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司拟定并经公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《上市后三年股东分红回报规划》，公司上市后三年股东分红回报规划如下：

1、未来利润分配规划制定考虑的因素

着眼于自身长远和可持续发展，综合考虑公司发展战略规划、公司实际情况和发展目标、股东要求和意愿、社会资金成本以及外部融资环境等因素，为充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，重视股东的合理投资回报，增强利润分配决策的透明度和可操作性，建立起对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，并保证股利分配政策的连续性和稳定性，公司制定了上市后三年股东分红回报规划。

2、利润分配规划制定的基本原则

本规划将在符合国家相关法律法规及公司章程的前提下，充分考虑和听取广大股东、独立董事和监事的意见，采用以现金分红为主的基本原则，兼顾股东回报和公司可持续发展，积极实施持续、稳定、科学的利润分配政策，维护公司股东依法享有的资产收益等权利。

3、公司上市后三年具体分红回报规划

（1）利润的分配形式

公司采取现金或者现金、股票相结合的方式分配股利。利润分配不得超过累

计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

（2）现金分红的具体条件和比例

在具备利润分配条件的前提下，公司原则上每年度至少进行一次利润分配，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%；在公司上半年经营活动产生的现金流量净额高于当期实现的净利润时，公司可以进行中期现金分红。

公司进行现金分红应同时具备以下条件：

①公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，当年盈利且累计未分配利润为正；

②未来十二个月内公司无重大投资计划或重大现金支出；

③审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

④未出现公司股东大会审议通过确认的不适宜分配利润的其他特殊情况。

（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，提出具体现金分红政策：

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

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

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

公司将根据自身实际情况，并结合股东特别是中小股东和独立董事的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整股东回报计划。

（4）公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案，并提交股东大会审议。

4、股利分配政策调整周期和相关决策机制

公司每三年重新审阅一次股利分配政策，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见对公司正在实施的股利分配政策做出适当且必要的修改，确定该时段的股利分配政策。有关调整利润分配政策的制订和修改由公司董事会草拟，独立董事应当发表独立意见，经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议，经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过，公司应提供网络投票系统进行表决，充分征求社会公众投资者的意见，以保护投资者的权益，公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17 号）以及中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）等相关规定，公司就本次发行上市对即期回报摊薄的影响进行了认真、审慎、客观地分析并拟定了相关填补措施。

（一）首次公开发行股票对即期回报摊薄的影响

公司本次募集资金项目有一定的实施周期，预计募集资金到位当年及建设期间，股东回报仍将通过现有业务产生收入、获得利润来实现。2019 年公司预计业务经营稳定，不会发生重大变化。按照本次发行 3,336.00 万股计算，发行完成后，公司总股本较发行前增加 33.36%，预计募集资金到位当年，公司每股收益（扣除非经常性损益后的稀释每股收益）受股本摊薄影响，相对上年度每股收益呈下降趋势，从而导致公司即期回报被摊薄。

（二）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

为促进公司业务健康、良好的发展，充分保护公司股东特别是中小股东的权益，公司将采取如下措施增强公司的可持续发展能力，提升公司的业务规模、经营效益，为中长期的股东价值回报提供保障。

1、提高募集资金使用效率，加强募集资金管理

公司制定了《募集资金管理办法》，实行募集资金专项存储制度，募集资金将存放于董事会决定的专项账户。公司使用上述募集资金时，将严格按照募集资金管理制度履行必要的审批程序，保证募集资金的安全性及专用性，做到专款专用。同时，公司已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募集资金投资项目符合产业发展趋势和国家产业政策，具有较好的市场前景和盈利能力。公司将加快推进募集资金投资项目建设，争取募集资金投资项目早日实现预期效益，提高募集资金使用效率，增强股东回报。

2、创新业务盈利模式

公司通过不断优化组织架构，由传统垂直型组织管理模式向扁平型现代化企业组织管理模式转变，真正实现互联网企业的高效性和务实性；在业务盈利模式的创新上，公司将通过整合其他资源和利用自身服务平台，增强社会化媒体营销的专业研究，为客户提供更适合、更有效的服务，从而增强盈利水平。

3、完善利润分配政策，努力提升股东回报

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》等相关文件规定，公司在《公司章程（草案）》对发行后的股利分配计划进行了详细约定；同时公司结合实际情况制定了未来三年股利分配计划。这些举措将充分维护上市后公司全体股东依法享有的现金分红等资产收益权利，提升公司未来回报能力。

4、不断完善公司治理，加强内部控制

公司将严格遵循相关法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理等内部控制，确保公司股东能够充分行使权利；确保董事会认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

5、深化人力资源体系改革

不断深化人力资源制度改革，通过完善灵活的用人机制、科学合理的考核体系及对内公平、对外具备竞争力的薪酬激励政策，创造吸引高素质专业人才和管理人才的制度优势与工作环境，努力建设一支团结、高效、真诚、进取的员工队伍。

（三）公司董事、高级管理人员的承诺

公司董事、高级管理人员的承诺：

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

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

3、本人承诺不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

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

5、本人承诺如未来发行人公布股权激励计划，则行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开作出解释并道歉，并同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。如本人违反上述承诺给发行人或者发行人股东造成损失，本人将依法承担补偿责任。

（四）公司控股股东、间接控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东四川新传媒、间接控股股东四川省新闻中心及实际控制人四川省委宣传部承诺：

“一、不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益。

二、不存在公司通过首次公开发行股份向本单位收购资产的情形。”

八、本次发行前公司滚存未分配利润的安排

根据本公司于 2019 年 3 月 29 日召开的 2019 年第一次临时股东大会决议，本次发行前公司形成的滚存未分配利润，由公司本次发行完成后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

九、保荐机构对持续盈利能力的核查意见

未来对公司持续盈利能力可能构成影响的风险因素包括但不限于：市场风

险、经营风险、技术及系统安全风险、政策及法律风险、募集资金投资项目风险、税收优惠政策变动风险、控股股东风险、成长性风险等，公司已经在本招股说明书“重大事项提示”及“第四节 风险因素”中进行了分析和详细披露。

保荐机构对发行人所处行业、主营业务、经营业绩、发展战略和规划等进行了核查，认为发行人所处行业目前发展前景良好，虽然存在上述可能对发行人持续盈利能力产生不利影响的因素，但发行人具备行业准入优势、品牌和公信力优势、用户规模优势、服务党政机关及国企的先发优势、信息获取优势等竞争优势，发行人具备较强的持续盈利能力，所处行业及公司经营未出现重大不利变化。

经核查，保荐机构认为发行人已披露了面临的风险因素，发行人不存在对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，发行人具备持续盈利能力。

十、特别风险提示

（一）政府采购带来的风险

公司是四川省省级重点文化传媒产业集团，是中央外宣办确定的全国首批重点新闻网站转企改制试点工作单位，拥有四川新闻网、中国西部网、四川发布、麻辣社区、四川手机报、互动电视平台等多项业务平台。自成立以来，公司依托在新媒体领域的权威地位和运营优势，充分发挥主流网络媒体作用，做好网上宣传报道，更大范围地传播正能量。

四川省政府新闻办、四川省网信办长期通过政府采购方式向公司采购相关服务，报告期内，上述政府采购服务的收入金额分别为 1,349.06 万元、1,060.38 万元和 1,006.60 万元，占公司营业收入的比重分别为 7.23%、6.35%和 4.89%。随着公司经营规模不断扩大，上述政府采购服务产生的收入占公司营业收入的比例呈现下降趋势，对公司经营业绩的影响程度逐渐减弱。

尽管上述服务需求的持续性和公司的独特优势保证了上述政府采购服务具有一定稳定性，且在公司营业收入中占比逐渐降低，但若未来上述政府采购金额降低或取消，将对公司经营业绩带来不确定性。

（二）手机报产品及业务创新不能及时适应用户需求变化的风险

公司以短、彩信方式提供的手机报产品具有不受网络环境限制、不用消耗上网流量、资费固定；定时送达、存储阅读；信息已经采编人员分类筛选、内容真

实可靠、保持传统纸质媒体编辑成刊、重点突出、一次阅读要闻尽览等特点。经过多年发展，公司手机报产品已经形成了稳定的用户群体和盈利模式。

近年来，随着移动互联网的快速发展和移动智能终端的普及，移动终端 APP 业务发展迅猛，腾讯新闻、新浪新闻、今日头条等资讯类以及微信、新浪微博等移动终端应用程序更是因其“零费用、随时性、交互性及定制化”等特征深受广大用户欢迎，并已实现对公司手机报产品的部分功能替代。

公司以短、彩信为主的手机报产品作为手机上原生的移动应用，在普及性、及时性和易用性方面比其他客户端仍具有原生优势，但若未来公司活跃用户的消费习惯、信息获取方式及偏好等发生重大变化，公司未能适应市场环境变化，根据用户的需求快速制定应对措施，调整业务模式和盈利模式，公司的用户数量和盈利状况将出现不利变化。

（三）电信运营商政策变动风险

报告期内，中国移动及其关联方是公司第一大客户，近三年公司与其合作产生的收入金额分别为 4,201.57 万元、3,559.36 万元和 2,339.97 万元，占营业收入的比重分别为 22.53%、21.31%和 11.38%，占比相对较高。

同时，公司以个人订阅为主的《四川手机报》产品发展对电信运营商推广较为依赖。虽然公司开展了丰富的市场营销活动，鼓励用户订购手机报产品，但公司该类业务主要的用户拓展方式仍较为依靠电信运营商在用户办理手机业务时的产品推介，公司业务推广对电信运营商依赖度较高。虽然公司业务在多元化发展，并将采取多种方式宣传和推广各类产品，但如果未来电信运营商减少或取消对《四川手机报》产品的推介，将会对公司经营业绩带来一定不利影响。

此外，公司互动电视业务主要与中国电信和中国移动合作，依靠电信运营商的推广实现用户和收入规模的增长，对其存在一定依赖。

公司已与中国移动、中国电信等电信运营商之间建立了稳定、互利的合作伙伴关系。但未来，公司可能面临电信运营商市场政策变化等导致经营业绩受到影响的风险。

（四）应收账款发生坏账的风险

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司应收账款账面价值分别为 4,048.80

万元、4,101.97 万元和 5,642.94 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 21.73%、24.56%和 27.45%，占比相对较高。虽然公司应收账款处于相对合理水平，应收账款周转率高于同行业可比上市公司，但不排除未来客户财务状况恶化或者经济形势发生不利变化，应收账款存在不能及时收回而形成坏账的风险，对公司的资金使用效率和经营业绩产生不利影响。

（五）关联交易风险

报告期内，公司关联销售的金额分别为 1,612.59 万元、532.85 万元和 635.54 万元，占营业收入的比例分别为 8.65%、3.19%和 3.06%；关联采购的金额分别为 3,026.10 万元、891.78 万元和 2,198.10 万元，占当期营业成本的比例分别为 33.83%、11.97%和 23.04%。上述关联交易的发生具有合理性，且已履行了相关审批手续，独立董事对上述关联交易发表了独立意见。同时，公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》等对关联交易决策权限和程序作出规定，形成较为完善的关联交易管理制度体系。但未来如果公司出现内部控制有效性不足，公司治理不够规范，关联方仍可能通过关联交易对公司及中小股东利益造成影响。

（六）业务资质到期不能续展的风险

公司及子公司目前持有包括互联网新闻信息服务许可证、互联网出版许可证、广播电视节目制作经营许可证、信息网络传播视听节目许可证、增值电信业务经营许可证等多项资质，如未来现有资质到期后不能续展，将会对公司部分业务经营产生不利影响。

十一、财务报告审计截止日后经营情况

财务报告审计截止日 2018 年 12 月 31 日至本招股说明书签署日，公司经营情况良好，各项业务稳步推进；公司的经营模式、采购及服务模式、销售模式、主要客户及供应商的构成、税收政策均未发生重大变化；本公司所处行业不存在明显的周期性和季节性特征。

自财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，本行业未出现重大不利变化，本公司亦不存在影响投资者判断的其他重要事项。

目 录

发行概况 **2**
发行人声明 **3**
重大事项提示 **4**
一、股份流通限制和自愿锁定承诺 4
二、主要股东的持股意向及减持意向 5
三、本次发行上市后三年内稳定股价预案及约束措施 8
四、关于招股说明书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺 12
五、未履行承诺的约束措施 15
六、本次发行后公司股利分配政策、现金分红比例规定 16
七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺 22
八、本次发行前公司滚存未分配利润的安排 24
九、保荐机构对持续盈利能力的核查意见 24
十、特别风险提示 25
十一、财务报告审计截止日后经营情况 27
目 录 **28**
第一节 释 义 **32**
一、一般用语 32
二、专业用语 34
第二节 概 览 **37**
一、发行人概况 37
二、发行人控股股东、实际控制人的简要情况 38
三、发行人的主要财务数据及主要财务指标 38
四、募集资金主要用途 40
第三节 本次发行概况 **41**
一、本次发行的基本情况 41
二、本次发行的有关机构 42
三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系 44
四、本次发行至上市前的有关重要日期 44
第四节 风险因素 **45**
一、市场风险 45
二、经营风险 45
三、技术及系统安全风险 48
四、政策及法律风险 49

五、募集资金投资项目风险.....50
六、税收优惠政策变动风险.....51
七、控股股东控制风险.....51
八、成长性风险.....51
九、其他风险.....52
第五节 发行人基本情况.....53
一、发行人基本情况.....53
二、发行人改制及设立情况.....53
三、发行人重大资产重组情况.....55
四、发行人股权关系与内部组织结构.....57
五、发行人控股子公司、参股公司基本情况.....60
六、控股股东、实际控制人及主要股东情况.....64
七、发行人的股本情况.....72
八、发行人股权激励及其他制度安排和执行情况.....74
九、发行人员工情况.....74
十、发行人、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行保荐机构及证券服务机构等作出的重要承诺及其履行情况.....77
第六节 业务与技术.....79
一、发行人主营业务简介.....79
二、行业基本情况.....81
三、发行人的竞争地位.....100
四、发行人主营业务情况.....109
五、发行人与业务相关的主要固定资产及无形资产情况.....156
六、特许经营权和主要资质情况.....166
七、发行人创新和研发情况.....167
八、未来发展规划.....170
第七节 同业竞争与关联交易.....176
一、发行人独立经营情况及独立经营能力.....176
二、同业竞争情况.....177
三、关联方和关联关系.....179
四、关联交易的执行情况及独立董事意见.....187
五、规范并减少关联交易的措施.....188
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理.....190
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介.....190
二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况.....197
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属持有公司股份情

况.....198
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况.....198
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议和作出的重要承诺及履行情况.....200
六、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....200
七、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况.....200
八、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及专门委员会等机构和人员的运行及履职情况.....202
九、公司管理层对内部控制的自我评估意见及注册会计师鉴证意见.....205
十、公司近三年违法违规行为情况.....206
十一、公司近三年资金占用和违规担保情况.....206
十二、公司资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及执行情况.....206
十三、投资者利益保护情况.....210
第九节 财务会计信息与管理层分析 215
一、报告期内的财务报表.....215
二、注册会计师审计意见.....220
三、财务报表的编制基础及合并财务报表范围.....221
四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析.....222
五、审计基准日至招股说明书签署日之间的财务信息及经营状况.....223
六、主要的会计政策和会计估计.....223
七、发行人适用的各种税项、税率和税收优惠情况.....244
八、非经常性损益.....245
九、主要财务指标.....246
十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....248
十一、盈利能力分析.....248
十二、财务状况分析.....286
十三、现金流量结构及变动分析.....309
十四、资本性支出分析.....313
十五、股利分配政策分析.....313
十六、本次发行对即期回报摊薄的影响、采取的填补措施及相关承诺情况.....321
第十节 募集资金运用 327
一、募集资金运用概况.....327
二、募集资金专项存储制度的建立及执行情况.....330
三、募投项目概况.....330
四、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响.....354
第十一节 其他重要事项 356

一、重要合同.....356
二、行政处罚.....357
三、对外担保情况.....358
四、重大仲裁或诉讼事项.....358
第十二节 有关声明.....359
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....359
二、保荐机构（主承销商）声明.....362
三、保荐机构董事长、总裁声明.....363
四、联席主承销商声明.....364
五、发行人律师声明.....365
六、审计机构声明.....366
七、验资复核机构声明.....367
八、资产评估机构声明.....368
第十三节 附件.....369
一、备查文件.....371
二、备查文件的查阅.....371

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词语具有如下特定含义：

一、一般用语

发行人、本公司、公司、川网传媒	指	四川新闻网传媒（集团）股份有限公司
川网有限	指	四川新闻网有限公司，系发行人前身
手机报传媒	指	四川手机报传媒有限责任公司，系发行人前身，2012 年 10 月更名为“四川新闻网有限公司”
四川新传媒	指	四川省新传媒有限公司，系公司控股股东
四川省委宣传部	指	中国共产党四川省委员会宣传部，系发行人实际控制人
四川省新闻中心	指	四川省新闻中心，由四川省委宣传部主办的事业单位，系发行人间接控股股东
四川新闻网站	指	发行人设立时单一股东，成立于 2001 年，系由四川省委宣传部主管和举办的事业单位。2012 年 12 月，由发行人承接其全部资产、负债、人员和业务，后于 2014 年 3 月注销
新网有限、新媒互联	指	四川新媒互联文化传播有限公司，2017 年 1 月更名为“四川新闻网有限公司”，系发行人全资子公司
四川发布	指	四川发布网络传媒有限公司，系发行人全资子公司
新网公共	指	四川新网公共网络信息管理有限公司，系发行人全资子公司
麻辣社区、麻辣文化	指	四川麻辣文化传媒有限责任公司，2017 年 4 月更名为“四川麻辣社区网络传媒有限公司”，系发行人全资子公司
网泰传媒	指	成都网泰文化传媒有限公司，系发行人全资子公司
领航新媒	指	四川领航新媒文化科技有限公司，系发行人全资子公司
巴中传媒	指	巴中市网络文化传媒有限责任公司，系发行人控股子公司
公交传媒	指	成都公交传媒有限公司，系发行人参股公司
云竞文化	指	四川云竞文化科技有限公司，系发行人参股公司
《党政手机报》	指	发行人手机报产品之一，包括《党政参考》《一县一报》两种产品形式
《四川手机报》	指	发行人手机报产品之一，主要包括全网《四川手机报》和本地《四川手机报》
《少数民族手机报》	指	发行人手机报产品之一，系面向少数民族地区推出的少数民族语言手机报产品，目前主要为《彝语语音手机报》
上海新动	指	上海新动信息技术有限公司
蜜度信息	指	上海蜜度信息技术有限公司
四川产业振兴基金	指	四川产业振兴发展投资基金有限公司，系发行人持股 5%以上股东

博瑞投资	指	成都博瑞投资控股集团有限公司，系发行人持股 5%以上股东
国广控股	指	国广环球传媒控股有限公司，系发行人股东
证券时报	指	深圳证券时报社有限公司，系发行人股东
峨影集团	指	峨眉电影集团有限公司，系发行人股东
九洲创投	指	四川九洲创业投资有限责任公司，系发行人股东
树人传媒	指	四川树人传媒有限公司
蓉塬置业	指	四川蓉塬置业有限公司
新媒物业	指	成都市新媒物业管理有限公司
新媒生态	指	成都市新媒生态农业开发有限责任公司
新网文化	指	四川新网文化产业发展有限公司
西部新业	指	西部新业实业股份有限公司
中宣部	指	中国共产党中央委员会宣传部
中央外宣办	指	中国共产党中央委员会对外宣传办公室
共青团中央	指	中国共产主义青年团中央委员会
中央网信办	指	中国共产党中央网络安全和信息化委员会办公室
国家网信办	指	中华人民共和国国家互联网信息办公室
国务院新闻办	指	中华人民共和国国务院新闻办公室
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
四川文改领导小组	指	四川省文化体制改革和文化产业发展领导小组
四川省政府新闻办	指	四川省人民政府新闻办公室
四川省网信办	指	四川省互联网信息办公室
四川省委讲师团	指	中国共产党四川省委员会讲师团
中国移动	指	中国移动通信集团有限公司
四川移动	指	中国移动通信集团四川有限公司
重庆移动	指	中国移动通信集团重庆有限公司
辽宁移动	指	中国移动通信集团辽宁有限公司
四川电信	指	中国电信股份有限公司四川分公司
四川联通	指	中国联合网络通信集团有限公司四川分公司
卓望信息	指	卓望信息技术（北京）有限公司
咪咕数字	指	咪咕数字传媒有限公司
咪咕音乐	指	咪咕音乐有限公司
股东大会	指	四川新闻网传媒（集团）股份有限公司股东大会

董事会	指	四川新闻网传媒（集团）股份有限公司董事会
监事会	指	四川新闻网传媒（集团）股份有限公司监事会
《公司章程》	指	《四川新闻网传媒（集团）股份有限公司公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《四川新闻网传媒（集团）股份有限公司公司章程（草案-上市后适用）》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
本招股说明书	指	《四川新闻网传媒（集团）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》
报告期、近三年	指	2016 年、2017 年、2018 年
保荐机构、主承销商	指	华西证券股份有限公司
联席主承销商、中信建投	指	中信建投证券股份有限公司
发行人律师、金杜律师	指	北京市金杜律师事务所
发行人会计师、天健会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
信永中和	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
中企华评估	指	北京中企华资产评估有限责任公司
中联评估	指	中联资产评估集团有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
中证登深圳分公司	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业用语

新媒体	指	利用数字技术和网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态
PC 终端	指	Personal Computer，即个人电脑，指面向个人使用的计算机。一般而言，键盘、鼠标、主机、显示器为其最基本的组成部分，现泛指所有桌上型计算机和笔记本型计算机
移动智能终端	指	安装有开放式操作系统、可装载相应的程序来实现相应功能的可移动式电子设备，以智能手机、平板电脑等为典型代表
CP	指	Content Provider，即内容提供商，是互联网络及移动通信应用服务的内容提供者，通过整合原始信息制作各类网络及手机内容

SP	指	Service Provider，即服务提供商，是互联网络及移动通信应用服务的直接提供者，负责根据用户的要求开发和提供适合手机用户使用的服务和产品
一次分成	指	电信运营商从终端用户处获取信息服务费后，公司与电信运营商之间进行的收入划分
二次分成	指	一次分成后，发行人与合作 CP 及 SP 之间进行的收入划分
净额法	指	系发行人对部分《四川手机报》产品的收入确认方法，即发行人将从电信运营商获得的一次分成后的金额，扣除对应的 CP 内容服务费分成金额后的净额，确认为营业收入
全额法	指	系发行人对手机报产品的收入确认方法之一，即发行人将收到的手机报产品征订款项的全额确认为营业收入
CNNIC	指	中国互联网络信息中心，为中央网络安全和信息化委员会办公室（国家互联网信息办公室）直属事业单位，行使国家互联网络信息中心职责，负责国家网络基础资源的运行管理和服务，承担国家网络基础资源的技术研发并保障安全，开展互联网发展研究并提供咨询，权威发布中国互联网统计信息
艾瑞咨询	指	www.iresearch.com.cn，是一家专注于网络媒体、电子商务、网络游戏、无线增值等新经济领域，研究和了解消费者行为，并为网络行业及传统行业客户提供数据产品服务和研究咨询服务的专业机构
eboR	指	eboR 媒介监测中心，成都易播科技有限公司旗下专业的户外广告大数据研究机构
3G	指	3rd-generation，即第三代移动通信技术
4G	指	4th-generation，即第四代移动通信及其技术
5G	指	5th-generation，即第五代移动通信及其技术
H5	指	HTML5，即超文本标记语言（HTML）的第五次修订版本，设计目的是为了在移动设备上支持多媒体
WAP	指	Wireless Application Protocol，即“无线应用协议”，是一种向移动终端提供互联网内容和先进增值服务的全球统一的开放式协议标准
APP	指	Application，即“手机应用客户端”，是智能手机的第三方应用程序
UV	指	Unique Visitor，独立访问者，指通过互联网访问、浏览这个网页的自然人。用于统计 1 天内访问某站点的用户数(以 cookie 为依据)，访问网站的一台电脑客户端为一个访客
PV	指	Page View，页面浏览量或点击量，衡量网站用户访问的网页数量，在一定统计周期内用户每打开或刷新一个页面就记录 1 次，多次打开或刷新同一页面则浏览量累计

互动电视	指	InteractiveTV，又称交互式电视，是基于数字电视和宽带网络技术的新一代电视，能提供可点播的具有高度个性化和互动性的精彩节目。IPTV、OTT、DVB 是互动电视的三种主要形态
IPTV	指	交互式电视，英文全称为 Internet Protocol Television，在国内是指以电视机为显示终端，中央总平台和省分平台两级 IPTV 集成播控平台引入内容并统一集成后，规范对接到电信运营商利用宽带架设专网的定向传输通道，向公众提供包括广播电视直播、点播等视听节目以及增值服务等交互式服务的业务

注：本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概 览

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

一、发行人概况

（一）基本情况

中文名称	四川新闻网传媒（集团）股份有限公司
英文名称	Sichuan Newsnet Media (Group) Co.,Ltd.
统一社会信用代码	91510100698871173Y
法定代表人	张志跃
注册资本	10,000 万元
成立日期	2009 年 12 月 23 日
股份公司成立日期	2013 年 3 月 29 日
住 所	成都高新区世纪城南路 599 号天府软件园 D 区 5 栋 2、6 层、7 栋 16 层
经营范围	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务）（凭增值电信业务经营许可证在有效期内从事经营）；设计、制作、代理、发布国内外各类广告（气球广告除外）；项目投资；信息管理及咨询服务；网络系统集成（涉及许可的凭资质许可证从事经营）；信息技术服务、技术转让；商务咨询（不含前置许可项目，后置许可项目凭资质许可证从事经营）。

（二）主营业务情况

发行人是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑的新媒体企业，经过多年经营和行业积累，已建立起多个以时政新闻为主、民生资讯为辅的信息传播和媒体交互平台，为用户提供全面的新闻信息服务，并向客户提供各类媒体宣传服务。

发行人旗下拥有四川新闻网、四川发布、四川手机报、中国西部网、麻辣社区等新媒体平台，凭借自身强大的宣传推广能力及市场影响力，为客户提供综合化、多样化的新媒体服务，主营业务主要包括：新媒体整合营销、移动信息服务。

新媒体整合营销系联合 PC 端、移动端、互动电视平台、户外媒介等多平台信息传播渠道，为客户提供包括宣传推广服务、网络舆情服务、广告代理运营及技术服务等多种新媒体营销服务。

移动信息服务系以手机报为核心形式，通过电信运营商的信息传播渠道向用户移动终端发送时政新闻、民生资讯、行业信息、党政资讯等新闻信息内容，同时以技术平台为支撑，为客户提供手机报广告宣传及技术服务等相关增值服务。

其他主营业务主要包括互动电视业务和其他培训业务。

二、发行人控股股东、实际控制人的简要情况

截至本招股说明书签署日，四川新传媒直接持有发行人 6,000.00 万股股份，持股比例为 60.00%，为发行人控股股东。四川省新闻中心直接持有四川新传媒 100.00%的股权，为发行人间接控股股东；四川省委宣传部通过其主管和举办的四川省新闻中心持有四川新传媒 100.00%的股权，进而间接持有发行人 60.00%的股份，为发行人实际控制人。

三、发行人的主要财务数据及主要财务指标

根据天健会计师出具的天健审[2019]11-116 号标准无保留意见的审计报告，公司报告期内主要财务数据及主要财务指标如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动资产	41,146.58	40,574.66	35,700.13
非流动资产	16,703.59	11,459.78	10,819.12
资产合计	**57,850.18**	**52,034.44**	**46,519.25**
流动负债	9,416.50	8,491.76	7,046.09
非流动负债	5,357.11	5,866.48	4,845.82
负债合计	**14,773.61**	**14,358.24**	**11,891.91**
所有者权益合计	**43,076.57**	**37,676.20**	**34,627.34**
归属于母公司所有者权益合计	42,968.64	37,597.90	34,571.30

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	20,584.88	16,709.96	18,647.34
营业利润	6,648.06	4,263.26	2,273.18

利润总额	6,633.08	4,270.11	3,882.38
净利润	6,600.38	4,248.85	3,877.36
归属于母公司所有者的净利润	6,570.75	4,226.59	3,880.34
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	5,247.41	3,432.69	2,273.28

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	2,351.61	5,648.07	3,145.58
投资活动产生的现金流量净额	-2,050.10	-426.82	-255.42
筹资活动产生的现金流量净额	-1,220.00	-1,370.00	-1,200.00
现金及现金等价物净增加额	-918.49	3,851.25	1,690.17
期末现金及现金等价物余额	33,802.12	34,720.60	30,869.35

（四）主要财务指标

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动比率（倍）	4.37	4.78	5.07
速动比率（倍）	4.37	4.78	5.07
资产负债率（母公司）	24.75%	26.94%	23.39%
资产负债率（合并）	25.54%	27.59%	25.56%
归属于发行人股东每股净资产（元）	4.30	3.76	3.46
无形资产（扣除土地使用权等）占净资产的比例	6.49%	0.46%	0.23%
项　目	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
应收账款周转率（次）	4.22	4.10	4.61
存货周转率（次）	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	7,083.26	4,672.88	4,370.20
利息保障倍数（倍）	-	-	-
基本每股收益	0.6571	0.4227	0.3880
扣除非经常性损益后基本每股收益	0.5247	0.3433	0.2273
归属于发行人股东的净利润（万元）	6,570.75	4,226.59	3,880.34
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	5,247.41	3,432.69	2,273.28
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.24	0.56	0.31
每股净现金流量（元）	-0.09	0.39	0.17

四、募集资金主要用途

本次公开发行股票募集资金扣除发行费用后，按照项目资金需求轻重缓急的顺序，拟用于以下项目建设：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资额	募集资金投入金额
1	全国手机报联合运营平台	10,437.12	10,437.12
2	四川省融媒体建设项目	9,646.15	9,646.15
3	技术平台改造升级项目	8,901.88	8,901.88
4	全媒体采编平台扩充升级项目	4,759.02	4,759.02
合计		**33,744.17**	**33,744.17**

上述募集资金投资项目的具体情况详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”相关内容。若募集资金不足，由公司根据上述募集资金投资项目的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分通过自筹方式解决。本次募集资金到位前，公司将根据实际需要，通过自有资金或银行贷款支持上述项目的实施。募集资金到位后，将以募集资金置换预先已投入募集资金投资项目的自有资金或偿还前期银行贷款。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次发行不超过 3,336.00 万股，占发行后总股本的 25.01%，本次发行仅限于新股发行，不进行老股发售
每股发行价格	【】元（公司取得发行核准文件后，由公司和主承销商及联席主承销商组织股票发行询价，根据询价结果确定发行价格）
发行市盈率	【】倍（发行市盈率＝每股发行价格/发行后每股收益，每股收益按照经审计的 2018 年度扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司普通股股东净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（按截至 2018 年 12 月 31 日经审计的净资产除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按截至 2018 年 12 月 31 日经审计的净资产与本次预计募集资金净额之和除以发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	本次发行将采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所创业板开户的境内自然人、法人投资者（国家法律、法规禁止购买的除外）或中国证监会规定的其他对象
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【】万元
预计募集资金净额	【】万元

（二）发行费用概算

承销费用	【】万元
保荐费用	【】万元
审计及验资费用	【】万元
律师费用	【】万元
发行手续费用	【】万元
信息披露费用	【】万元
合　计	**【】万元**

二、本次发行的有关机构

（一）发行人：四川新闻网传媒（集团）股份有限公司

法定代表人：	张志跃
注册地址：	成都高新区世纪城南路 599 号天府软件园 D 区 5 栋 2、6 层、7 栋 16 层
联 系 人：	谢　佳
电　　话：	028-8523 8996
传　　真：	028-8532 7857

（二）保荐机构（主承销商）：华西证券股份有限公司

法定代表人：	杨炯洋
注册地址：	成都市高新区天府二街 198 号
保荐代表人：	陈国星、朱捷
项目协办人：	钟海洋
项目组成员：	费云舒、陈亮、陈迪、李宇鲲、吴静宇
电　　话：	028-8615 0039
传　　真：	028-8615 0039

（三）联席主承销商：中信建投证券股份有限公司

法定代表人：	王常青
注册地址：	北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼
项目经办人：	邱宇、张钟伟、严林娟、盖甦、幸戈、陈佳奇
电　　话：	028-6885 0835
传　　真：	028-6885 0824

（四）律师事务所：北京市金杜律师事务所

负 责 人：	王玲
地　　址：	北京市朝阳区东三环中路 1 号 1 幢环球金融中心办公楼东楼 17-18 层
经办律师：	刘浒、卢勇、李瑾

电　　话：　010-5878 5588　028-8620 3818

传　　真：　010-5878 5566　028-8620 3819

（五）会计师事务所：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：　胡少先

地　　址：　浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼

经办注册会计师：　邱鸿、张超

电　　话：　0571-8821 6888

传　　真：　0571-8821 6999

（六）资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司

法定代表人：　权忠光

地　　址：　北京市朝阳门外大街 22 号泛利大厦九层

经办资产评估师：　赵玲、李雪莉

电　　话：　010-6588 1818

传　　真：　010-6588 2651

（七）验资复核机构：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：　胡少先

地　　址：　浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼

经办注册会计师：　邱鸿、张超

电　　话：　0571-8821 6888

传　　真：　0571-8821 6999

（八）拟上市的证券交易所：深圳证券交易所

住　　所：　深圳市福田区深南大道 2012 号

电　　话：　0755- 8866 8888

传　　真：　0755-8208 3947

（九）股份登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住　　所：　深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼

电　　话：　0755-2189 9999

传　　真：　　0755-2189 9000

（十）收款银行：中国建设银行成都市新会展支行

户　　名：　　华西证券股份有限公司

账　　号：　　51001870042052506036

三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行至上市前的有关重要日期

询价推介时间：　　年　　月　　日

发行公告刊登日期：　　年　　月　　日

申购日期：　　年　　月　　日

缴款日期：　　年　　月　　日

股票上市日期：　　年　　月　　日

第四节 风险因素

投资者在评价本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度排序，并不表示会依次发生。

一、市场风险

（一）市场竞争加剧风险

本公司所处行业属于互联网信息服务行业，与报刊、电视、广播等传统媒体相比，互联网新闻信息服务具备传播及时、互动性强等明显优势，逐步成为信息传播的主流方式。随着互联网新媒体经济的高速增长，越来越多的竞争者进入该领域。尽管公司在新闻内容、内容权威性和用户规模等方面在省级新媒体企业中保持领先地位，但与以人民网、新华网等为代表的中央重点新闻网站和以腾讯、新浪、今日头条等为代表的商业性媒体相比，公司在业务规模等方面仍有一定差距。随着未来行业中原有大企业的进一步扩张和自媒体的高速发展，尽管公司的地域化优势未受到根本挑战，但公司仍然面临激烈的市场竞争。

（二）宏观经济形势变化风险

从互联网行业的整体发展趋势来看，互联网产业在国民经济的比重不断提升，逐步成为未来中国经济发展的新引擎。尽管如此，考虑到互联网新闻信息服务业与宏观经济的景气程度具有较高的关联性，如宏观经济增速放缓，企业的盈利可能会下降，市场需求萎缩，企业没有足够的资金投放到宣传推广中，将会给公司经营造成不利影响。

二、经营风险

（一）政府采购带来的风险

公司是四川省省级重点文化传媒产业集团，是中央外宣办确定的全国首批重点新闻网站转企改制试点工作单位，拥有四川新闻网、中国西部网、四川发布、麻辣社区、四川手机报、互动电视平台等多项业务平台。自成立以来，公司依托

在新媒体领域的权威地位和运营优势，充分发挥主流网络媒体作用，做好网上宣传报道，更大范围地传播正能量。

四川省政府新闻办、四川省网信办长期通过政府采购方式向公司采购相关服务，报告期内，上述政府采购服务的收入金额分别为 1,349.06 万元、1,060.38 万元和 1,006.60 万元，占公司营业收入的比重分别为 7.23%、6.35%和 4.89%。随着公司经营规模不断扩大，上述政府采购服务产生的收入占公司营业收入的比例呈现下降趋势，对公司经营业绩的影响程度逐渐减弱。

尽管上述服务需求的持续性和公司的独特优势保证了上述政府采购服务具有一定稳定性，且在公司营业收入中占比逐渐降低，但若未来上述政府采购金额降低或取消，将对公司经营业绩带来不确定性。

（二）手机报产品及业务创新不能及时适应用户需求变化的风险

公司以短、彩信方式提供的手机报产品具有不受网络环境限制、不用消耗上网流量、资费固定；定时送达、存储阅读；信息已经采编人员分类筛选、内容真实可靠、保持传统纸质媒体编辑成刊、重点突出、一次阅读要闻尽览等特点。经过多年发展，公司手机报产品已经形成了稳定的用户群体和盈利模式。

近年来，随着移动互联网的快速发展和移动智能终端的普及，移动终端 APP 业务发展迅猛，腾讯新闻、新浪新闻、今日头条等资讯类以及微信、新浪微博等移动终端应用程序更是因其“零费用、随时性、交互性及定制化”等特征深受广大用户欢迎，并已实现对公司手机报产品的部分功能替代。

公司以短、彩信为主的手机报产品作为手机上原生的移动应用，在普及性、及时性和易用性方面比其他客户端仍具有原生优势，但若未来公司活跃用户的消费习惯、信息获取方式及偏好等发生重大变化，公司未能适应市场环境变化，根据用户的需求快速制定应对措施，调整业务模式和盈利模式，公司的用户数量和盈利状况将出现不利变化。

（三）电信运营商政策变动风险

报告期内，中国移动及其关联方是公司第一大客户，近三年公司与其合作产生的收入金额分别为 4,201.57 万元、3,559.36 万元和 2,339.97 万元，占营业收入的比重分别为 22.53%、21.31%和 11.38%，占比相对较高。

同时，公司以个人订阅为主的《四川手机报》产品发展对电信运营商推广较为依赖。虽然公司开展了丰富的市场营销活动，鼓励用户订购手机报产品，但公司该类业务主要的用户拓展方式仍较为依靠电信运营商在用户办理手机业务时的产品推介，公司业务推广对电信运营商依赖度较高。虽然公司业务在多元化发展，并将采取多种方式宣传和推广各类产品，但如果未来电信运营商减少或取消对《四川手机报》产品的推介，将会对公司经营业绩带来一定不利影响。

此外，公司互动电视业务主要与中国电信和中国移动合作，依靠电信运营商的推广实现用户和收入规模的增长，对其存在一定依赖。

公司已与中国移动、中国电信等电信运营商之间建立了稳定、互利的合作伙伴关系。但未来，公司可能面临电信运营商市场政策变化等导致经营业绩受到影响的风险。

（四）应收账款发生坏账的风险

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司应收账款账面价值分别为 4,048.80 万元、4,101.97 万元和 5,642.94 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 21.73%、24.56%和 27.45%，占比相对较高。虽然公司应收账款处于相对合理水平，应收账款周转率高于同行业可比上市公司，但不排除未来客户财务状况恶化或者经济形势发生不利变化，应收账款存在不能及时收回而形成坏账的风险，对公司的资金使用效率和经营业绩产生不利影响。

（五）关联交易风险

报告期内，公司关联销售的金额分别为 1,612.59 万元、532.85 万元和 635.54 万元，占营业收入的比例分别为 8.65%、3.19%和 3.06%；关联采购的金额分别为 3,026.10 万元、891.78 万元和 2,198.10 万元，占当期营业成本的比例分别为 33.83%、11.97%和 23.04%。上述关联交易的发生具有合理性，且已履行了相关审批手续，独立董事对上述关联交易发表了独立意见。同时，公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》等对关联交易决策权限和程序作出规定，形成较为完善的关联交易管理制度体系。但未来如果公司出现内部控制有效性不足，公司治理不够规范，关联方仍可能通过关联交易对公司及中小股东利益造成影响。

（六）业务资质到期不能续展的风险

公司及子公司目前持有包括互联网新闻信息服务许可证、互联网出版许可证、广播电视节目制作经营许可证、信息网络传播视听节目许可证、增值电信业务经营许可证等多项资质，如未来现有资质到期后不能续展，将会对公司部分业务经营产生不利影响。

（七）经营区域集中的风险

报告期内，发行人主营业务的收入来源和客户群体主要集中在四川省内，一定程度上存在业务区域集中的风险。发行人业务规模的扩大以及盈利能力的提升需要依靠现有区域的新增用户以及新区域市场的扩展来推动，若现有区域的用户增量以及新区域的扩展达不到预期效果，或四川地区市场竞争加剧，可能会对发行人的经营业绩产生不利影响。

（八）人才流失的风险

互联网信息服务行业属于人力资本和技术密集型行业，对管理人员、采编人员、技术人员等依赖性较高，拥有稳定、高素质的人才队伍对公司的发展至关重要。随着公司业务规模的不断扩大，对人才的需求也进一步加大。虽然公司拥有良好的企业文化、经营机制，但随着市场竞争的加剧，如果未来公司不能够提供有市场竞争力的激励机制，打造有利于人才长期成长的平台，公司可能面临人才流失、人才短缺和人才梯队不健全等风险，进而对公司经营带来一定影响。

三、技术及系统安全风险

（一）技术风险

互联网技术的迅速革新带动了整个互联网信息服务行业的高速发展。新的技术在不断满足用户更多需求和降低互联网公司运营成本的同时，也丰富了互联网内容和企业的盈利模式，对互联网公司的经营管理提出了更高的要求。只有不断加大新技术的研发投入、及时跟进互联网技术的革新，以满足互联网用户新的、更广泛的需求，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。公司现有业务的开展、产品开发、信息挖掘及分析等方面对相关互联网技术有很高的要求，如果无法及时跟进互联网技术的革新，公司将可能面临技术水平落后、业务模式固化、客户

流失、产品服务缺乏亮点、运营成本高于竞争对手等风险，从而在一定程度上削弱公司的市场竞争力，对公司的盈利水平造成不利影响。

（二）系统安全风险

公司是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑的新媒体企业，计算机和网络系统的稳定性以及数据的安全性对公司的经营至关重要。虽然公司已制定了完善的数据库备份、数据安全传输和质量管理体系等措施，以保障系统的稳定性、数据资源存储和使用的安全性，但公司仍可能存在受到恶意软件、病毒、黑客攻击或电力、网络中断，以及其他系统安全运行问题，造成公司网站不能正常访问、客户终端无法接收信息、公司电脑系统所存储的机密资料外泄等后果，从而影响公司正常运行，对公司业务及品牌形象带来不利影响。

四、政策及法律风险

（一）行业监管和产业政策风险

公司所处的互联网信息服务业是具有意识形态属性的重要产业，受到《中华人民共和国电信条例》《互联网新闻信息服务管理规定》《互联网新闻信息服务许可管理实施细则》《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》等国家相关法律、法规及政策的严格监管；同时，受到国家和地方宣传部、政府新闻办公室、互联网信息办公室、新闻出版广电总局及工信部等行业主管部门的监管。如国家相关政策放宽互联网信息服务行业的准入门槛，公司的竞争对手将会显著增多，并对公司经营带来不利影响。

同时，公司所处的互联网信息服务业也是国家重点支持和发展的产业，有关部门先后出台了《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》《国家信息化发展战略纲要》《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》等产业政策，支持互联网信息服务产业的发展，并通过《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》等对相关企业给予税收优惠政策支持。上述产业政策推动了产业和公司的发展，若未来产业政策出现不利于公司发展的调整，将可能对公司的业务经营带来不利影响。

（二）法律风险

公司主营业务中新闻网站经营和手机报信息传播均存在内容转载和被转载

的需求，内容转载是新闻网站经营过程中的重要内容来源，由于转载过程中存在主观判断因素，可能产生转载导致的知识产权或名誉权纠纷。同时，公司互动电视业务涉及与第三方机构合作引进视听节目版权的情形。

公司在经营过程中可能存在因上述知识产权或名誉权诉讼、纠纷给公司带来潜在法律诉讼的风险；同时，公司可能存在被侵权但法律制度无法有力保护公司合法利益的情况，从而给公司带来经济损失。

五、募集资金投资项目风险

（一）净资产收益率及净利润下滑

本次发行完成后，发行人的净资产将在短时间内出现较大幅度增长，但募集资金投资项目的建设、实施到产生经济效益尚需要一定时间，净利润可能与净资产的增长相比相对滞后。本次发行后，若发行人的净利润不能与净资产的增长保持同步，将存在净资产收益率下降的风险。

同时，本次募集资金投资项目投资总额 33,744.17 万元，其中部分用于购置系统软件、硬件、办公设备等资产，在项目建设初期，发行人可能面临因折旧摊销费用较大等原因导致利润下滑的风险。

（二）募集资金投资项目实施风险

发行人本次发行股票募集资金投资项目为“全国手机报联合运营平台”、“四川省融媒体建设项目”、“技术平台改造升级项目”与“全媒体采编平台扩充升级项目”。尽管发行人对上述项目进行了充分的可行性论证，项目的实施将有效提升发行人技术水平和客户服务能力，进一步增强发行人竞争力，提高发行人盈利能力，保障发行人的持续稳定发展。但由于项目建设周期长、资金投入量大，如果项目实施受突发因素影响，导致客观市场环境发生重大变化而不能按计划进行，将对发行人经营计划的实现和持续发展产生不利影响。

同时，本次募集资金到位后，随着募集资金投资项目的实施，发行人的资产和业务规模的扩张，将对业务管理、人力资源管理、财务管理和技术研发等方面提出更高要求，若不能在制度建设、人才配置、技术研发等方面进行管理提升，发行人存在因规模扩大导致的管理风险。

六、税收优惠政策变动风险

公司为经营性文化事业单位转制企业，根据《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2014]84 号）、《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2019]16 号）等规定，报告期内，公司享受免征企业所得税税收优惠，同时党报党刊类收入享受宣传文化产业增值税优惠政策，优惠幅度为 100%。

同时，根据《关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税[2015]34 号）、《关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税[2018]77 号），报告期内，公司子公司四川发布和巴中传媒享受小型微利企业所得税优惠税率。

报告期内，公司依法享有的主要所得税税收优惠金额分别为 856.46 万元、869.94 万元和 1,392.22 万元，占当期利润总额的比例分别为 22.06%、20.37%和 20.99%，税收优惠提升了公司的利润水平。若未来国家相关税收优惠政策发生变化，公司不再享受企业相关税收优惠政策，公司的利润水平将可能受到不利影响。

七、控股股东控制风险

本次发行前，四川新传媒直接持有公司 60.00%股权，为公司控股股东；四川省新闻中心通过其全资子公司四川新传媒间接持有公司 60.00%股权，为公司间接控股股东。本次发行后，四川新传媒和四川省新闻中心仍然维持公司的控股股东和间接控股股东地位。

虽然公司已建立了“三会”制度及独立董事制度等较为完善的法人治理结构，从制度上规范了公司的运作机制，减少了控股股东操纵公司的风险。但控股股东仍可凭借其控股地位，影响公司人事、生产和经营管理决策，公司存在控股股东控制的风险。

八、成长性风险

报告期内，公司营业收入分别为 18,647.34 万元、16,709.96 万元和 20,584.88 万元，其中 2017 年度有所下降，但总体保持增长；归属于母公司股东的净利润则保持持续增长态势，近三年分别为 3,880.34 万元、4,226.59 万元和 6,570.75 万

元，复合增长率为 30.13%。

虽然报告期内公司营业收入总体保持增长态势，但公司未来能否保持持续成长仍然受到宏观经济环境、产业政策、行业竞争格局、技术创新、人才培养、资金投入、市场推广、企业管理等诸多因素影响，任何不利因素都可能导致公司经营业绩增长放缓、业绩下滑。因此，公司存在着成长不能达到预期或经营业绩增长放缓、业绩下滑的风险。

九、其他风险

（一）股市风险

股票价格的变化除了受公司经营状况、盈利水平等因素的影响外，还受宏观经济形势、行业政策、股票市场供求状况变化或其他突发事件等因素的影响，因此即使公司经营状况良好、盈利水平稳定，公司股票价格仍然可能出现较大幅度的波动，可能给投资者造成损失。投资者在考虑投资公司股票时，应预计到各类因素可能带来的投资风险，并作出审慎判断。

（二）不可抗力风险

本公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可抗力带来不利影响的可能性。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	四川新闻网传媒（集团）股份有限公司
英文名称	Sichuan Newsnet Media (Group) Co.,Ltd.
统一社会信用代码	91510100698871173Y
注册资本	10,000.00 万元
法定代表人	张志跃
成立日期	2009 年 12 月 23 日
股份公司成立日期	2013 年 3 月 29 日
住　　所	成都高新区世纪城南路 599 号天府软件园 D 区 5 栋 2、6 层、7 栋 16 层
邮政编码	610041
电话号码	028-8523 8996
传真号码	028-8532 7857
互联网网址	www.newssc.org
电子信箱	ir@newssc.org
负责信息披露和投资者关系的部门	负责部门：证券部
	负责人：谢佳
	电话号码：028-8523 8996

二、发行人改制及设立情况

发行人系由川网有限整体变更设立的股份有限公司。

（一）有限公司设立情况

川网有限成立于 2009 年 12 月 23 日，成立时公司名称为“四川手机报传媒有限责任公司”，由四川新闻网站作为唯一股东以货币方式出资设立，注册资本 100.00 万元。

2009 年 12 月 18 日，四川天仁会计师事务所有限责任公司出具了“川天仁会司验字[2009]第 12-107 号”《验资报告》，确认截至 2009 年 12 月 17 日，手机报传媒注册资本 100.00 万元已全部缴足，出资方式为货币。

2009 年 12 月 23 日，公司在成都市工商行政管理局办理了工商登记手续，

并领取了注册号为 510109000103880 的《企业法人营业执照》。

公司设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	持股比例
1	四川新闻网站	100.00	100.00	100.00%
合计		**100.00**	**100.00**	**100.00%**

（二）股份公司设立情况

2013 年 3 月 11 日，川网有限作出《四川新闻网有限公司关于变更公司形式的股东会决议》，决议川网有限以经信永中和审计的截至 2013 年 2 月 28 日的账面净资产折为 10,000.00 万股，整体变更设立股份公司，每股面值人民币 1 元，未折股部分计入资本公积。同日，四川新传媒、四川产业振兴基金、博瑞投资、中国青年出版社、中国青年杂志社、国广控股、证券时报、峨影集团与九洲创投共同签署《发起人协议书》。

2013 年 3 月 23 日，信永中和出具“XYZH/2012CDA3010-8”号《审计报告》，截至 2013 年 2 月 28 日，川网有限经审计的账面净资产为 210,732,437.35 元。

2013 年 3 月 24 日，中企华评估出具“中企华评报字[2013]第 3095 号”《四川新闻网有限公司拟整体变更设立股份有限公司项目资产评估报告》，对川网有限截至评估基准日 2013 年 2 月 28 日的净资产进行了评估，评估值为 21,404.18 万元。

2013 年 3 月 24 日，信永中和出具“XYZH/2012CDA3010-9”号《验资报告》，确认截至 2013 年 2 月 28 日，川网传媒已收到全体股东投入的净资产 210,732,437.35 元，折合注册资本（股本）100,000,000.00 元，其余部分 110,732,437.35 元计入资本公积。

2013 年 3 月 25 日，川网传媒召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过川网有限整体变更设立股份公司相关事项，选举了第一届董事会成员，并选举了股东代表监事，与职工代表大会选举产生的职工代表监事共同组成第一届监事会。

川网有限整体变更设立股份公司事宜履行了必要的审批手续，分别取得了中央外宣办《关于对<关于四川新闻网站转企改制进展情况的报告>的复函》、四川省省直机关事务管理局《关于四川新闻网有限公司设立股份公司方案的复函》

等有关部门的批复。

2013 年 3 月 29 日，公司在成都市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了新的《企业法人营业执照》。

股份公司设立时股权结构如下：

序号	股东名称	持股数额（万股）	持股比例	出资方式
1	四川新传媒	6,000.00	60.00%	净资产折股
2	四川产业振兴基金	900.00	9.00%	净资产折股
3	博瑞投资	700.00	7.00%	净资产折股
4	国广控股	490.00	4.90%	净资产折股
5	证券时报	490.00	4.90%	净资产折股
6	中国青年出版社	430.00	4.30%	净资产折股
7	峨影集团	400.00	4.00%	净资产折股
8	九洲创投	400.00	4.00%	净资产折股
9	中国青年杂志社	190.00	1.90%	净资产折股
合计		**10,000.00**	**100.00%**	**-**

三、发行人重大资产重组情况

报告期内，发行人发生的资产重组事项为 2018 年全面收购上海新动手机报技术平台及相关业务。具体情况如下：

1、交易的背景及原因

上海新动是国内领先的无线和移动数据业务方案及服务提供商，立足于为网络媒体和客户提供基于移动和无线通信技术的手机报解决方案，拥有完整的手机报技术支撑费平台。

报告期内，上海新动作为发行人移动信息服务业务的主要技术服务提供商（SP），为发行人提供手机报编辑管理平台、全国手机报发布云管理平台、广告发布系统、OA 工单管理系统、党报党刊发行系统、一县一报发行系统、大数据分析管理系统等多项平台、技术、产品和运维服务。

为进一步提高公司手机报业务的独立性和完整性，发行人 2018 年 7 月与上海新动签署《四川新闻网传媒（集团）股份有限公司与上海新动信息技术有限公司之手机报编辑系统及运维业务收购协议》（以下简称《收购协议》），整体收

购其手机报编辑系统及运维业务，包括相关的经营性资产、经营性负债、知识产权、相关员工、业务资质、业务合同、专有技术等。

本次收购构成业务收购，但不构成关联交易。

2、履行的程序

2018 年 7 月 28 日，上海新动召开股东会，审议通过了向川网传媒转让手机报编辑系统及运维业务的相关议案。同日，发行人与上海新动签署了《收购协议》，对本次收购相关事项进行了约定。

2018 年 9 月 19 日，发行人召开第二届董事会第十七次会议，审议通过了收购上海新动手机报编辑系统及运维业务的相关议案。本次收购不构成关联交易，根据发行人《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定，本次收购无需提交股东大会审议。

2018 年 9 月 28 日，根据《企业国有资产评估管理暂行办法》《四川省省属国有企业重大投资管理暂行办法》等相关规定，发行人履行了国有资产评估备案程序。

3、审计、评估情况及交易价格

2018 年 7 月 22 日，天健会计师四川分所出具《上海新动信息技术有限公司 2017 年 1 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日收购专项审计报告》（天健审[2018]11-202 号），截至 2018 年 6 月 30 日，上海新动手机报编辑系统及运维业务经审计的净资产为 455.42 万元。

2018 年 7 月 23 日，中联评估出具《四川新闻网传媒（集团）股份有限公司拟收购上海新动信息技术有限公司手机报业务相关经营性资产及负债评估项目资产评估报告》（中联评报字[2018]第 1415 号），截至 2018 年 6 月 30 日，上海新动手机报编辑系统及运维业务的权益账面价值为 455.41 万元、评估价值为 3,048.23 万元，评估增值为 2,592.82 万元，增值率为 569.34%。

本次收购交易价格以评估价值 3,048.23 万元为基础，经双方协商，确定为 2,950.00 万元。

4、交易完成情况

发行人根据《收购协议》约定，分别于 2018 年 9 月 29 日、2018 年 11 月 27

日、2019 年 1 月 31 日支付 885.00 万元、885.00 万元、885.00 万元收购对价，共计 2,655.00 万元。剩余收购尾款 295.00 万元，发行人将按照《收购协议》约定时点支付，即于“本次交易生效日后 12 个月期满时的 10 个工作日内”完成支付。

2018 年 7 月 28 日，上海新动及其关联方、核心员工均签署了竞业禁止协议或相关承诺，承诺自《收购协议》签署生效之日起 3 年内，除为川网传媒提供必要的支持外，不直接或间接从事手机报及相关业务。

截至本招股说明书签署日，双方签署的《收购协议》中约定的手机报编辑系统及运维业务相关的经营性资产、负债、知识产权、业务合同等均完成交割。除 1 人根据《收购协议》约定不与发行人建立劳动关系但签署了竞业禁止协议外，其他原上海新动手机报编辑系统及运维业务相关的员工均已于 2018 年 10 月 1 日与发行人签订劳动合同，建立了劳动合同关系。

5、交易对方基本情况

本次交易对方为上海新动。上海新动成立于 2002 年，是国内领先的无线和移动数据业务方案及服务提供商，立足于为网络媒体和客户提供基于移动和无线通信技术的手机报解决方案。本次收购前，上海新动基本信息如下：

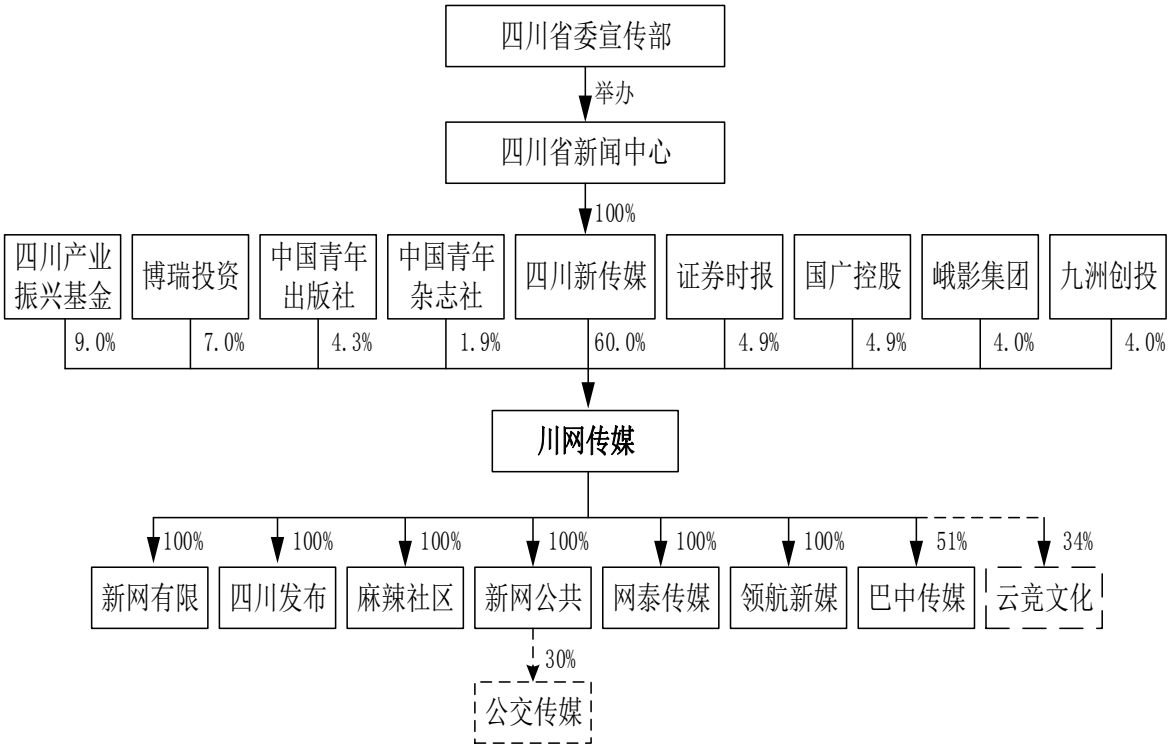
公司名称	上海新动信息技术有限公司		
成立时间	2002 年 2 月 4 日	住所	青浦区华新镇(凤溪)北青公路 3628 号
注册资本	1,000.00 万元	所属行业	信息传输、软件和信息技术服务业
统一社会信用代码	91310118735438468R	法定代表人	翟光景
经营范围	计算机及其应用专业领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术研究，网页设计及制作，计算机服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	张颂华持股 50.00%，蜜度信息持股 50.00%		

注：本次收购前，蜜度信息为张颂华作为第一大股东持股 28.64%的公司。

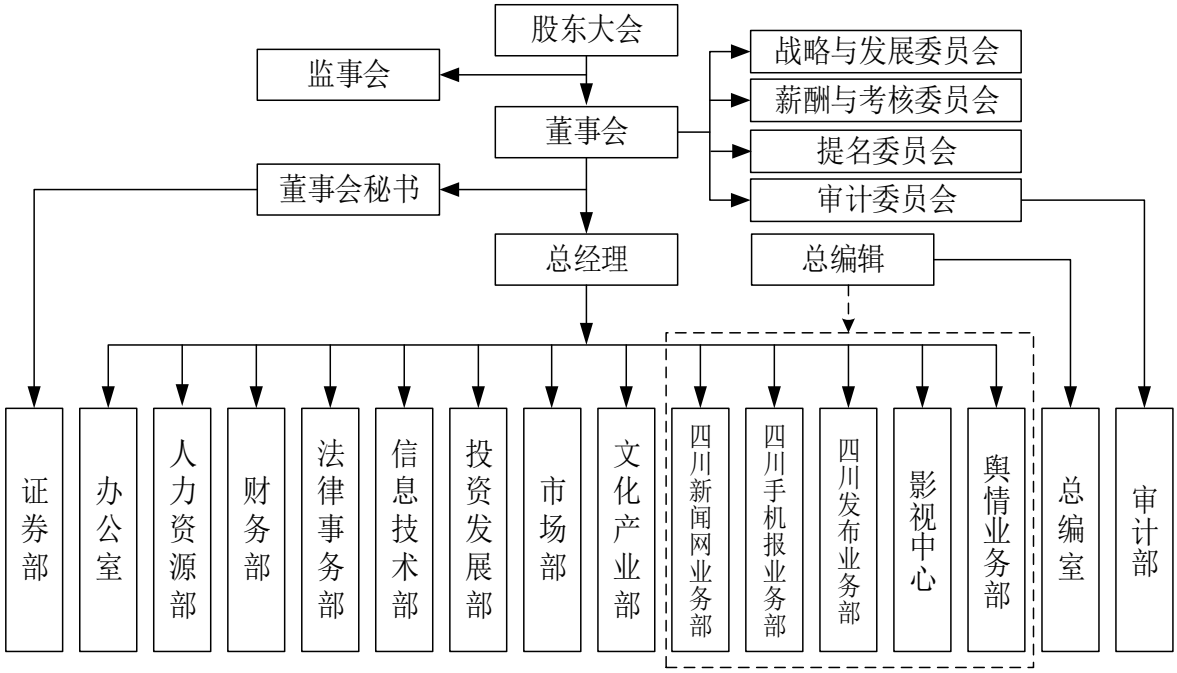
本次收购完成后，上海新动及其关联方不再从事手机报相关业务。

四、发行人股权关系与内部组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图



（三）主要职能部门及其职责

序号	部门	主要职责
1	证券部	负责公司股东大会、董事会日常事务，协助董事会办公室做好日常公司信息披露和投资者关系工作

2	总编室	负责研究、制定并监督检查新闻采编工作规范和相关制度；对内容建设提出改进建议及措施；分析网站内容建设有关信息及数据等
3	办公室	服务于集团各部门，负责集团行政体系的搭建，履行集团资产管理、文件管理、证章管理、督查督办、制度建设、信息流转、后勤保障、对外沟通协调等职能
4	人力资源部	负责人力资源战略与规划、组织管理、薪酬福利管理、绩效管理、员工培训、劳动关系管理、人事管理、支持职能管理及其他相关事务
5	财务部	根据国家财务政策、会计制度，负责会计核算、会计档案保管等工作；组织实施财务计划，编制财务报表；保证公司资金运作稳健、有序；建立健全公司内部控制制度；监督和监测公司资金运用，提高资金使用率
6	法律事务部	负责公司商标、专利等知识产权的申请与保护；对公司运营中的经济活动出具法律意见，对各种潜在法律风险进行梳理、识别，并提出规避、化解方案，对已经出现的争议纠纷进行协商、调解，代表公司参加相关诉讼或仲裁
7	信息技术部	负责技术平台规划与运维，编制技术工作规划；维护管理公司计算机软硬件系统、设备及机房和内网；研发新应用软件、技术项目，为各部门提供技术支持；完善用户体验，负责公司视觉形象建设、Web 前端开发与维护等
8	投资发展部	负责起草、拟办公司的投资与发展规划；对投资项目的前期考察、论证；负责招商引资、资本运作、对外合作、联络及谈判，保障集团投资战略的实现，并对子公司对外投资项目进行考核监管
9	市场部	负责年度营销计划的制订和实施，对市场营销环境、目标、计划、业务活动进行调查分析，做好集团的品牌规划、传播、以确保营销目标和营销计划的达成
10	文化产业部	为集团文化产业项目服务，负责联络上级文化产业项目管理部门，按上级要求进行相关项目指导
11	四川新闻网业务部	负责网络新闻业务的拓展，国家相关政策、时事、民生、娱乐等内容的宣传和报道，及重大项目方案的确定和执行
12	四川手机报业务部	以发展壮大公司的移动信息服务业务为重点，负责四川手机报相关业务管理、运营等工作
13	四川发布业务部	负责以“四川发布”政务新媒体为龙头，打造四川政务新媒体矩阵体系
14	影视中心	根据公司发展战略和经营目标，致力于互联网平台建设及运营，打造集采、编、播、审和视频内容运营为一体的互联网综合影视平台
15	舆情业务部	负责网络舆情服务业务的拓展，收集、整理、筛选、分析客户舆情，积极跟进重要舆情，提供舆情解决方案，并配合客户单位及时解决

16	审计部	负责公司内部审计工作，根据国家有关政策法规和公司财务规章，对公司财务收支、制度执行和经济效益进行内部审计和监督

五、发行人控股子公司、参股公司基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 6 家全资子公司、1 家控股子公司，2 家参股公司。具体情况如下：

（一）全资子公司

1、新网有限

公司名称	四川新闻网有限公司（曾用名：四川新媒互联文化传播有限公司）		
成立时间	2010 年 9 月 9 日	住所	成都市高新区世纪城南路 599 号天府软件园 D 区 5 栋 2 楼
注册资本	1,000.00 万元	所属行业	信息传输、软件和信息技术服务业
统一社会信用代码	915100005607276621	法定代表人	王刚
经营范围	一般经营项目（以下范围不含前置许可项目，后置许可项目凭许可证或审批文件经营）：商务服务业；专业技术服务业；户外运动的组织、策划；互联网信息服务；软件开发；信息技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	3,440.57	1,525.33	17.51

2、麻辣社区

公司名称	四川麻辣社区网络传媒有限公司（曾用名：四川麻辣文化传媒有限责任公司）		
成立时间	2010 年 9 月 2 日	住所	成都市高新区天晖路 360 号晶科 1 号 305 室
注册资本	1,000.00 万元	所属行业	租赁和商务服务业
统一社会信用代码	915100005607200303	法定代表人	李铭海
经营范围	（以下范围不含前置许可项目，后置许可项目凭许可证或审批文件经营）第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和移动网信息服务）；音乐娱乐产品；互联网信息服务；商务服务业；职业技能培训；专业技术服务业；软件和信息技术服务业；技术推广服务；商品批发与零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			

项　目	总资产	净资产	净利润
2018.12.31/2018 年度	2,460.20	1,193.17	2.29

3、新网公共

公司名称	四川新网公共网络信息管理有限公司		
成立时间	2011 年 7 月 6 日	住所	成都市高新区世纪城南路 599 号天府软件园 D 区 5 栋 2 层
注册资本	1,000.00 万元	所属行业	信息传输、软件和信息技术服务业
统一社会信用代码	91510000577579512K	法定代表人	张柳
经营范围	一般经营项目（以下范围不含前置许可项目，后置许可项目凭许可证或审批文件经营）；计算机服务业；商务服务业；专业技术服务业；商品批发与零售；职业技能培训。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	4,132.09	4,120.49	1,135.76

4、网泰传媒

公司名称	成都网泰文化传媒有限公司		
成立时间	2015 年 7 月 8 日	住所	四川省成都市天府新区兴隆街道场镇社区正街 57 号 2 幢 1 单元 3 号
注册资本	3,000.00 万元	所属行业	文化、体育和娱乐业
统一社会信用代码	915101003504808177	法定代表人	彭咏力
经营范围	文化交流活动组织策划；广告设计、制作、代理发布（不含气球广告及固定形式印刷品广告）；会议及展览展示服务；计算机软硬件研发及销售。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。影视制作（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）。		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	3,450.13	2,649.17	-56.45

5、四川发布

公司名称	四川发布网络传媒有限公司		
成立时间	2017 年 7 月 17 日	住所	四川省成都市天府新区兴隆街道场镇社区正街 57

			号 1 幢 2 单元 3 号
注册资本	1,000.00 万元	所属行业	信息传输、软件和信息技术服务业
统一社会信用代码	91510100MA6DEHBA4L	法定代表人	简文敏
经营范围	互联网信息服务（不含金融、证券、医疗、教育、新闻）；网络技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；软件开发、销售；网上贸易代理；大数据服务；组织文化艺术交流活动；公关策划；市场调查信息咨询；会议服务；展览展示服务；旅游资源项目开发；企业形象设计；电脑动画设计；摄影服务；商务信息咨询（不含投资咨询）；销售；电子产品（不含电子出版物）、服装、日用品、工艺品（不含文物）、文化用品、体育用品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。第二类增值电信业务（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）。		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	265.36	194.90	55.63

6、领航新媒

公司名称	四川领航新媒文化科技有限公司		
成立时间	2018 年 5 月 4 日	住所	四川省成都市天府新区华阳街道长江东二街 56 号 1 栋 1 层 1 室
注册资本	100.00 万元	所属行业	批发和零售业
统一社会信用代码	91510100MA6CEE5J06	法定代表人	雷和斌
经营范围	计算机软硬件、电子产品开发、技术咨询、技术服务、技术推广；大数据、网络信息技术开发；应用软件服务；基础软件服务；网上贸易代理；网页设计；平面设计；图文设计；广告设计、制作、代理发布；市场调查；市场营销策划；房地产营销策划；教育咨询；商务信息咨询；企业管理咨询；文艺创作；文化艺术交流活动组织策划；体育赛事策划；会议及展览展示服务；礼仪服务；票务代理；出国留学中介；知识产权服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。广播电视节目制作（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）。		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	94.53	89.43	-10.57

（二）控股子公司

1、巴中传媒

公司名称	巴中市网络文化传媒有限责任公司		
成立时间	2014 年 9 月 19 日	住所	四川省巴中市巴州区市政大楼 914 号
注册资本	200.00 万元	所属行业	信息传输、软件和信息技术服务业
统一社会信用代码	91511900314484 36X7	法定代表人	陈连波
经营范围	信息技术服务；大型活动组织服务；广告设计、制作、发布与代理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	292.57	220.26	60.47

截至本招股说明书签署日，巴中传媒的股权结构情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	川网传媒	102.00	51.00%
2	巴中市互联网信息办公室	98.00	49.00%
合计		**200.00**	**100.00%**

（三）参股公司

1、公交传媒

公交传媒系发行人通过全资子公司新网公共持股 30.00%的参股公司，是一家专注于公共交通系统广告媒介资源运营的专业文化传媒公司，目前主要负责运营成都市公交广告媒介资源。其基本情况如下：

公司名称	成都公交传媒有限公司		
成立时间	2014 年 2 月 21 日	住所	成都市武侯区盛隆街 6 号 A106 室
注册资本	1,000.00 万元	所属行业	租赁和商务服务业
统一社会信用代码	91510100091285098G	法定代表人	费秉军
经营范围	广告设计、制作、发布、代理；公交信息网络系统开发和建设；公交广播、电视系统开发和建设；影视节目策划；企业形象策划；展览展示服务；信息咨询。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	14,852.92	9,224.14	3,923.09

截至本招股说明书签署日，公交传媒的股权结构情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	成都传媒集团	700.00	70.00%
2	新网公共	300.00	30.00%
合计		**1,000.00**	**100.00%**

2、云竞文化

公司名称	四川云竞文化科技有限公司		
成立时间	2018年4月3日	住所	成都市双流区东升街道成都芯谷产业园区集中区内
注册资本	1,000.00万元	所属行业	批发和零售业
统一社会信用代码	91510122MA6CCM485L	法定代表人	张伟红
经营范围	数字文化创意软件的研发及技术服务；影视动漫的设计；网络技术及软硬件的研发及技术服务；电子竞技赛事、体育赛事、文化艺术交流活动的组织、策划、筹备；竞技体育科技服务；体育信息咨询；体育场地运营管理；广告业（不含气球广告）；会议及展览展示服务；商务信息咨询服务；拓展训练服务；企业营销、形象策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）

项　目	总资产	净资产	净利润
2018.12.31/2018年度	154.46	101.52	-98.48

截至本招股说明书签署日，云竞文化的股权结构情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	川网传媒	340.00	34.00%
2	四川新传媒	330.00	33.00%
3	西部新业	330.00	33.00%
合计		**1,000.00**	**100.00%**

六、控股股东、实际控制人及主要股东情况

（一）控股股东

截至本招股说明书签署日，四川新传媒直接持有公司 6,000.00 万股股份，持股比例为 60.00%，为发行人控股股东。四川新传媒的基本信息如下：

公司名称	四川省新传媒有限公司		
成立时间	2007 年 5 月 14 日	住所	四川省成都市天府新区兴隆街道场镇社区正街 57 号 2 幢 1 单元 8 号
注册资本	200.00 万元	实收资本	200.00 万元
统一社会信用代码	91510000797899446F	法定代表人	张志跃
经营范围	商务服务业；计算机服务业；软件业；商品批发与零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
财务数据（单位：万元，以下财务数据业经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	57,691.36	31,201.42	1,251.26

截至本招股说明书签署日，四川新传媒股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	四川省新闻中心	200.00	100.00%
合　计		**200.00**	**100.00%**

（二）间接控股股东

截至本招股说明书签署日，四川省新闻中心直接持有四川新传媒 100.00%的股权，为发行人间接控股股东。四川省新闻中心的基本信息如下：

单位名称	四川省新闻中心		
成立时间	1995 年 10 月	住所	成都市高新区高朋大道 3 号东方希望 A 座十楼
开办资金	5 万元	经费来源	财政补助(核定收支，定额<定项>补助)
统一社会信用代码	12510000450720267Y	法定代表人	刘芳
举办单位	四川省委宣传部		
宗旨和业务范围	承办新闻发布会、记者招待会，为新闻单位和新闻工作者提供资料及通讯联络；对外开展新闻方面的咨询、培训、联谊服务，编辑、出版、发行《品牌时代》杂志及对外宣传文化产品。		

（三）实际控制人

四川省委宣传部是四川省新闻中心的举办和主管单位，为发行人实际控制人。

四川省委宣传部是省委主管意识形态方面工作的综合职能部门。主要职能有：负责提出宣传思想文化事业发展的指导意见，指导宣传文化系统制定相关政

策；按照省委工作部署，协调宣传文化系统各部门（单位）的工作；负责组织、指导全省的理论研究、理论学习和理论宣传工作；负责引导社会舆论，指导、协调省各新闻单位的工作；负责从宏观上指导、协调精神产品的生产；负责规划、部署全局性的思想政治工作任务，指导、协调全省文化改革发展工作；规划、部署、协调全省精神文明建设活动；规划、部署、协调全省对外、对港澳的宣传工作，指导、协调全省对外文化交流工作；负责指导、协调全省互联网宣传和信息内容管理工作；受省委委托，会同省委组织部管理省级新闻、文化、出版、广电、社会科学研究部门的领导干部，指导这些部门和单位领导班子建设，对市（州）宣传部长任免提出意见；制定对全省地方党委宣传干部和有关宣传文化系统领导骨干的培训规划并组织实施；配合有关部门做好知识分子工作和理论、新闻、出版、文艺等方面优秀人才的选拔、培养工作；完成省委、省政府交办的其它事项。

（四）持有公司 5%以上股份的主要股东

除控股股东四川新传媒外，持有公司 5%以上股份的其他股东如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	股东类型
1	四川产业振兴基金	900.00	9.00%	国有股东
2	博瑞投资	700.00	7.00%	国有股东
3	中国青年出版社	430.00	4.30%	国有股东
4	中国青年杂志社	190.00	1.90%	国有股东
合计		**2,220.00**	**22.20%**	

注：中国青年出版社、中国青年杂志社出资人/举办单位均为共青团中央，合计持股 6.20%。

1、四川产业振兴基金

截至本招股说明书签署日，四川产业振兴基金直接持有发行人 900.00 万股股份，占发行人总股本的 9.00%。四川产业振兴基金基本信息如下：

公司名称	四川产业振兴发展投资基金有限公司		
成立时间	2011 年 6 月 24 日	住所	中国（四川）自由贸易试验区成都高新区交子大道 177 号 1 栋 2 单元 8 层 801 号
注册资本	613,502.104 万元	所属行业	租赁和商务服务业
统一社会信用代码	915101005773631645	法定代表人	杨自力
经营范围	股权投资及相关咨询服务（不含国家法律、行政法规、国务院决定限制和禁止的项目）、项目投资、资产管理（不得从事非法集资，		

	吸收公众资金等金融活动）；发起设立股权投资基金企业和股权投资基金管理企业。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。

截至本招股说明书签署日，四川产业振兴基金股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	四川发展（控股）有限责任公司	300,000.00	48.90%
2	盈创投资管理有限公司	250,000.00	40.75%
3	建银国际财富管理（天津）有限公司	60,502.104	9.86%
4	国辰产业投资基金管理有限公司	3,000.00	0.49%
合 计		**613,502.104**	**100.00%**

2、博瑞投资

截至本招股说明书签署日，博瑞投资直接持有发行人 700.00 万股股份，占发行人总股本的 7.00%。博瑞投资基本信息如下：

公司名称	成都博瑞投资控股集团有限公司		
成立时间	1997 年 7 月 3 日	住所	成都市锦江区三色路 38 号“博瑞·创意成都”B 座 23 楼
注册资本	12,300.00 万元	所属行业	租赁和商务服务业
统一社会信用代码	9151010063314467XW	法定代表人	袁继国
经营范围	对外投资管理咨询、企业形象策划、现代办公设备（不含彩色复印机）、信息咨询、保险服务咨询、建筑机具、工业设备、保险柜租赁,实业投资、五金交电、日用百货、建辅建材、装饰材料、农副产品（不含禄棉油）、化工产品（不含危险品）、工艺品（不含金银制品）、通讯器材（不含无线电发射设备）、机电产品（不含汽车）的研制、生产、销售。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。		

截至本招股说明书签署日，博瑞投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	成都传媒集团	11,685.00	95.00%
2	成都博瑞经济发展有限公司	492.00	4.00%
3	成都博瑞花园酒店	123.00	1.00%
合 计		**12,300.00**	**100.00%**

3、中国青年出版社

截至本招股说明书签署日，中国青年出版社直接持有发行人 430.00 万股股

份，占公司总股本的 4.30%。中国青年出版社基本信息如下：

单位名称	中国青年出版社		
成立时间	1999 年 3 月 30 日	住所	北京市东城区东四十二条 21 号
注册资本	4,554.00 万元	类型	全民所有制
统一社会信用代码	91110000400005812L	法定代表人	皮钧
举办单位	共青团中央		
经营范围	出版有关青年工作的理论、方针、政策和工作经验的读物，适合青年阅读的政治理论、青年修养、文学作品、人物传记和人物故事，以青年为对象的哲学、社会科学、文化教育、历史地理、自然科学、科普读物和文学艺术知识读物、音像制品（有效期至 2018 年 12 月 31 日）；本版图书零售、本版图书总发行（限北京图书发行部经营、有效期至 2022 年 04 月 30 日）；《青年文摘》、《虹》、《青年文学》、《青年文摘》（彩版）、《华夏教师》的出版（有效期至 2018 年 12 月 31 日）；同本社出版范围相一致的网络（含手机网络）图书、期刊、音像及电子出版物出版（有效期至 2021 年 12 月 31 日）；销售医疗器械、食品；配合本版图书出版音像制品（音像制品出版许可证有效期至 2025 年 06 月 30 日）；出版社会科学、科学技术、文化、教育类电子出版物（电子出版物出版许可证有效期至 2025 年 06 月 30 日）；进出口业务；设计和制作印刷品广告；利用本社出版的《青年文摘》、《虹》、《青年文学》、《青年文摘》（彩版）、《华夏教师》期刊发布广告;型版制作；销售文化用品、电子产品、日用品、化妆品、服装、鞋帽、箱包、家用电器；信息咨询；信息服务；设计、制作、代理广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动，销售医疗器械、食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		

截至本招股说明书签署日，中国青年出版社股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	共青团中央	4,554.00	100.00%
合 计		**4,554.00**	**100.00%**

4、中国青年杂志社

截至本招股说明书签署日，中国青年杂志社直接持有发行人 190.00 万股股份，占公司总股本的 1.90%。中国青年杂志社基本信息如下：

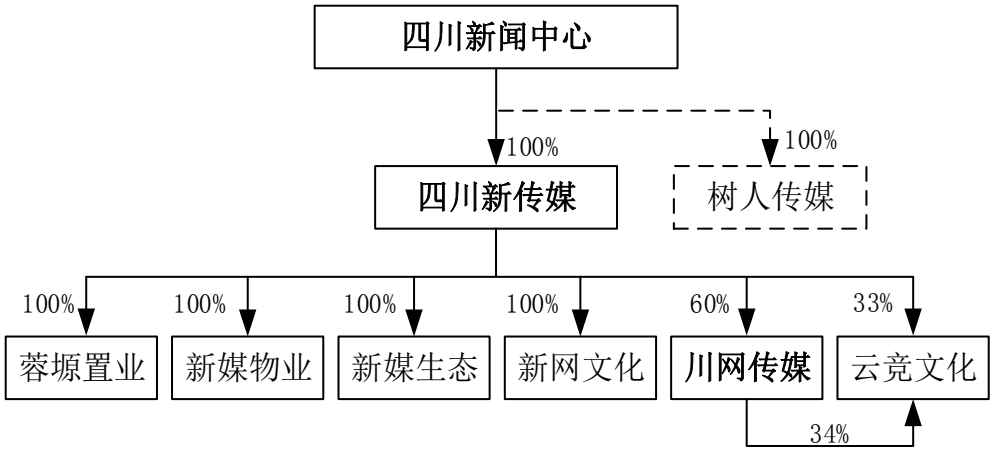
单位名称	中国青年杂志社		
成立时间	1923 年	住所	北京市东城区西河沿甲 215 号

开办资金	1,224.00 万元	经费来源	事业收入、经营收入
统一社会信用代码	12100000400014671X	法定代表人	皮钧
举办单位	共青团中央		
宗旨和业务范围	出版青年读物，为青年健康成长服务。主刊出版，《咔啪》出版，相关增刊出版；“中青亮点”网站主办；青年咨询服务；相关发行；广告业务；青年研究；相关培训		

（五）控股股东和间接股东控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，四川新传媒直接持有发行人 6,000.00 万股股份，持股比例为 60.00%，为发行人控股股东。四川省新闻中心直接持有四川新传媒 100.00%的股权，为发行人间接控股股东。

截至本招股说明书签署日，除发行人及其子公司外，发行人控股股东、间接控股股东控制其他企业如下：



1、蓉塬置业

蓉塬置业为发行人控股股东四川新传媒的全资子公司，其基本信息如下：

公司名称	四川蓉塬置业有限公司		
成立时间	2011 年 3 月 15 日	住所	成都市金牛区蜀跃路 9 号
注册资本	800.00 万元	所属行业	房地产业
统一社会信用代码	9151010656969705XQ	法定代表人	唐然
经营范围	房地产开发；土地整理；房屋建筑工程设计、施工；商务信息咨询		
财务数据（单位：万元，以下财务数据未经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	82,316.22	-144.14	-204.76

2、新媒物业

新媒物业为发行人控股股东四川新传媒的全资子公司，其基本信息如下：

公司名称	成都市新媒物业管理有限公司		
成立时间	2013 年 6 月 3 日	住所	成都市金牛区茶店子安蓉路 8 号 4 幢 1 单元 7 楼 729 号
注册资本	300.00 万元	所属行业	房地产业
统一社会信用代码	915101060697741191	法定代表人	唐然
经营范围	物业管理；商务信息咨询；清洁服务；健身服务（限分支机构经营）；机动车停放服务；汽车租赁；建筑工程机械设备租赁；花卉租赁；展览服务；会议服务；企业营销策划；设计、制作、代理发布国内广告；项目投资（不得从事非法集资、吸收公众资金等金融活动）；房地产信息咨询；机电设备上门维修；室内装饰工程设计、施工；绿化工程设计、施工		
财务数据（单位：万元，以下财务数据未经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	2,997.69	-623.29	-192.98

3、新媒生态

新媒生态为发行人控股股东四川新传媒的全资子公司，其基本信息如下：

公司名称	成都市新媒生态农业开发有限责任公司		
成立时间	2015 年 5 月 18 日	住所	四川省成都市大邑县斜源镇大鹏村 7 组
注册资本	500.00 万元	所属行业	农、林、牧、渔业
统一社会信用代码	91510129343005022Q	法定代表人	钟欲飞
经营范围	种植、销售；园艺作物、水果、蔬菜、农作物；种植；中药材；养殖、销售：淡水鱼；农业观光旅游服务；农业技术推广服务；户外体育活动组织、策划服务；劳务分包；销售：预包装食品兼散装食品（凭许可证在有效期限内经营）；会议服务。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
财务数据（单位：万元，以下财务数据未经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	173.03	43.14	-56.41

4、新网文化

新网文化为发行人控股股东四川新传媒的全资子公司，其基本信息如下：

公司名称	四川新网文化产业发展有限公司		
成立时间	2015 年 7 月 21 日	住所	成都市青羊区宽巷子 37 号 1 栋 1 层 1 号
注册资本	3,000.00 万元	所属行业	文化、体育和娱乐业
统一社会信用代码	915101003505573782	法定代表人	王刚
经营范围	文化产业项目投资与开发；商业信息咨询服务；组织文化交流活动；房地产开发；非物质文化遗产的保护服务；会议及展览服务；住宿；中餐类制售；销售：工艺美术品、收藏品（不含文物）、纺织品、办公用品、酒水、预包装食品。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
财务数据（单位：万元，以下财务数据未经审计）			
项　目	**总资产**	**净资产**	**净利润**
2018.12.31/2018 年度	2,482.11	2,392.63	15.45

5、云竞文化

云竞文化为发行人控股股东四川新传媒控制的企业、发行人的参股企业，其具体情况详见本节“五、（三）、2、云竞文化”。

6、树人传媒

根据四川省委宣传部出具的书面说明：树人传媒已于 2017 年 9 月 12 日起由四川党建期刊集团下属的精神文明报社托管经营，且四川省委宣传部已决定将树人传媒的产权划转至四川党建期刊集团。

截至本招股说明书签署日，树人传媒基本信息如下：

公司名称	四川树人传媒有限公司		
成立时间	2010 年 9 月 10 日	住所	成都市青羊区西大街 84 号 1-1 幢 15 层 1509 房
注册资本	500.00 万元	实收资本	500.00 万元
统一社会信用代码	915100005607286149	法定代表人	谢春梅
经营范围	（以下范围不含前置许可项目，后置许可项目凭许可证或审批文件经营）：商务服务业；专业技术服务业；职业技能培训。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（六）发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东国广控股所持公司股份存在质押情形，具体情况如下：

股东名称	质押股数（万股）	质押股数 占公司股份比例	质押权人
国广控股	490.00	4.90%	新余粤盈并购投资中心（有限合伙）

除上述情况外，发行人其他股东持有的公司股份均不存在委托持股、信托持股等情形，不存在质押、被司法机关冻结等任何股东权利受到限制的情形，亦不存在其他争议情况。

七、发行人的股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

发行人本次发行前总股本为 10,000.00 万股，本次拟公开发行股份总数不超过 3,336.00 万股，占发行后公司股份总数的比例不低于 25%，本次发行不涉及老股转让。假设公司本次发行新股 3,336.00 万股，则发行前后发行人股本结构如下：

单位：万股

序号	股东名称	发行前		发行后		股份性质
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例	
1	四川新传媒(SS)	6,000.00	60.00%	6,000.00	44.99%	国有法人
2	四川产业振兴基金(SS)	900.00	9.00%	900.00	6.75%	国有法人
3	博瑞投资(SS)	700.00	7.00%	700.00	5.25%	国有法人
4	国广控股(SS)	490.00	4.90%	490.00	3.67%	国有法人
5	证券时报(SS)	490.00	4.90%	490.00	3.67%	国有法人
6	中国青年出版社(SS)	430.00	4.30%	430.00	3.22%	国有法人
7	峨影集团(SS)	400.00	4.00%	400.00	3.00%	国有法人
8	九洲创投(SS)	400.00	4.00%	400.00	3.00%	国有法人
9	中国青年杂志社(SS)	190.00	1.90%	190.00	1.42%	国有法人
10	社会公众股东	-	-	3,336.00	25.01%	社会公众
合　计		**10,000.00**	**100.00%**	**13,336.00**	**100.00%**	

注 1：“SS”是 State-own Shareholder 的缩写，表示其为国有股东。

注 2：上表部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上的差异系四舍五入造成的。

（二）本次发行前后的前十名股东

本次发行前，发行人共有 9 名股东，其持股情况如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	股份性质
1	四川新传媒	6,000.00	60.00%	国有法人
2	四川产业振兴基金	900.00	9.00%	国有法人
3	博瑞投资	700.00	7.00%	国有法人
4	国广控股	490.00	4.90%	国有法人
5	证券时报	490.00	4.90%	国有法人
6	中国青年出版社	430.00	4.30%	国有法人
7	峨影集团	400.00	4.00%	国有法人
8	九洲创投	400.00	4.00%	国有法人
9	中国青年杂志社	190.00	1.90%	国有法人
合　计		**10,000.00**	**100.00%**	

本次发行后，发行人前十名股东及持股情况需根据具体的发行结果确定。

（三）本次发行前后的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，发行人不存在自然人股东。

（四）申报前一年发行人新增股东的相关情况

本次申报前一年，发行人无新增股东。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东各自持股比例

截至本招股说明书签署日，发行人股东中国青年出版社、中国青年杂志社的出资人/举办单位均为共青团中央。其中，中国青年出版社直接持有本公司 430.00 万股股份，占本次发行前的股份比例为 4.30%，中国青年杂志社直接持有本公司 190.00 万股股份，占本次发行前的股份比例为 1.90%，该两家单位的详细情况请参见招股说明书本节之“六、（四）持有公司 5%以上股份的主要股东”。

除上述情况外，本次发行前发行人各股东间不存在其他关联关系。

（六）发行人非自然人股东备案情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东结构中共有 9 名非自然人股东，其中四川产业振兴基金属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》所规定的私募投资基金，其已按照规定履行了私募投资基金备案和私募投资基金管理人登记的程序，具体备案和登记情况如下：

股东名称	备案编号	备案时间	管理人名称	登记编号	登记时间
四川产业振兴基金	SD6335	2014.4.17	国辰产业投资基金管理有限公司	P1000795	2014.4.17

经核查，发行人非自然人股东中私募投资基金已按照《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等法律、法规、规章和规范性文件规定办理了私募基金备案或私募基金管理人登记。

（七）关于发行人股本的其他情况

四川省新闻中心于 2012 年 9 月 9 日与四川产业振兴基金、国广控股、证券时报、中国青年出版社、中国青年杂志社、峨影集团、九洲创投，以及于 2013 年 2 月 21 日与博瑞投资，分别签订了《回购协议书》。根据该等协议，川网有限如未能完成首次公开发行股票并上市，8 家股东有权要求四川省新闻中心届时全部或部分收购其持有的川网有限/发行人的出资额/股份。

经核查，发行人不是上述协议的当事人，上述协议不存在可能导致发行人控制权变化的内容，且不与发行人的市值挂钩，不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。因此，发行人间接控股股东四川省新闻中心与除四川新传媒以外的发行人其他股东签署的上述股份回购协议不会对发行人本次发行上市造成实质障碍。

发行人不存在外资持股情况。

发行人未发行过内部职工股，不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东人数超过二百人的情形。

八、发行人股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在正在执行的股权激励及其他制度安排。

九、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人员工人数共 438 人。最近三年，发行人员

工人数和构成情况未发生重大变化，具体情况如下：

时　间	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
员工人数	438	416	423

（二）员工年龄、教育、岗位构成情况

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人员工的年龄、教育、岗位构成情况如下：

项目	类别	2018.12.31	
		人数	占比
年龄构成	30 岁以下	193	44.06%
	31-40 岁	173	39.50%
	41-50 岁	58	13.24%
	51 岁以上	14	3.20%
	合　计	**438**	**100.00%**
教育构成	硕士及以上	26	5.94%
	本科	301	68.72%
	本科以下	111	25.34%
	合　计	**438**	**100.00%**
岗位构成	采编人员	187	42.69%
	销售人员	142	32.42%
	技术人员	41	9.36%
	行政管理人员	68	15.53%
	合　计	**438**	**100.00%**

（三）社会保险和住房公积金缴纳情况

发行人按照《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等国家和地方相关法律法规的规定与员工签订劳动合同，双方按照劳动合同约定享有权利和履行义务。发行人按照国家及所在地劳动和社会保障法律、法规及相关政策的规定，为员工办理了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及住房公积金。

1、报告期内社会保险及住房公积金缴纳人员情况

报告期内，发行人及其子公司社会保险和住房公积金缴纳情况如下表所示：

社保缴纳情况	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
在职员工总人数	438	100.00%	416	100.00%	423	100.00%
在公司参保的员工	431	98.40%	405	97.36%	415	98.11%
未在公司参保的员工	7	1.60%	11	2.64%	8	1.89%
其中：新入职员工	5	1.14%	9	2.16%	5	1.18%
退休返聘	2	0.46%	2	0.48%	2	0.47%
其他	-	-	-	-	1	0.24%
住房公积金缴纳情况	**人数**	**占比**	**人数**	**占比**	**人数**	**占比**
在职员工总人数	438	100.00%	416	100.00%	423	100.00%
在公司缴纳的员工	430	98.17%	404	97.12%	410	96.93%
未在公司缴纳的员工	8	1.83%	12	2.88%	13	3.07%
其中：新入职员工	5	1.14%	9	2.16%	10	2.36%
退休返聘	2	0.46%	2	0.48%	2	0.47%
在其他单位缴纳	1	0.23%	1	0.24%	-	-
其他	-	-	-	-	1	0.24%

注 1：新入职员工：指于当月新入职员工，其社会保险和住房公积金缴纳手续在当期期末尚在办理中，发行人于次月开始为其缴纳社会保险和住房公积金；

注 2：在其他单位缴纳：2017 年和 2018 年，存在 1 名员工因其个人意愿在其他单位缴纳住房公积金，该员工自 2019 年 1 月起由发行人为其缴纳住房公积金；

注 3：其他：2016 年度，存在 1 名员工因其个人原因，发行人无法为其缴纳社会保险和住房公积金，该员工已于 2017 年离职。

报告期内，发行人及其子公司为大部分员工缴纳了社会保险和住房公积金，发行人员工“五险一金”的缴纳情况符合国家有关规定，不存在单方面未给员工缴纳“五险一金”的情况。

针对报告期内社会保险和住房公积金的缴纳情况，发行人控股股东四川新传媒、间接控股股东四川省新闻中心出具了《关于为员工缴纳社会保险及住房公积金的承诺函》：

“如相关主管部门或员工个人因发行人未为员工缴纳社会保险及住房公积金而要求发行人予以补缴、赔偿、支付滞纳金、罚款或其他款项的，或者导致发行人因此遭受任何其他经济损失的，本公司/单位将无条件代为补缴并支付滞纳金、罚款或其他款项，共同承担连带赔偿责任或对发行人予以足额补偿，并放弃向发行人追索的权利。”

根据相关主管部门出具的证明，发行人及其子公司不存在违反社会保险和住房公积金方面法律法规的重大违法违规行为。

十、发行人、实际控制人、持有5%以上股份的主要股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行保荐机构及证券服务机构等作出的重要承诺及其履行情况

（一）本次发行前股东所持股份的股份流通限制和自愿锁定承诺、主要股东的持股意向及减持意向等承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股份流通限制和自愿锁定承诺”及“二、主要股东的持股意向及减持意向”。

（二）稳定股价的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、本次发行上市后三年内稳定股价预案及约束措施”。

（三）关于招股说明书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“四、关于招股说明书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

（四）利润分配政策的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“六、本次发行后公司股利分配政策、现金分红比例规定”。

（五）填补被摊薄即期回报的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

（六）避免同业竞争、规范关联交易的承诺

关于避免同业竞争的承诺，详见本招股说明书第七节“二、（二）关于避免同业竞争所作的承诺”。

关于规范关联交易的承诺，详见本招股说明书第七节“六、规范与减少关联

交易的措施”。

（七）未履行承诺的约束措施

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、未履行承诺的约束措施”。

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

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务简介

发行人是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑的新媒体企业，经过多年经营和行业积累，已建立起多个以时政新闻为主、民生资讯为辅的信息传播和媒体交互平台，为用户提供全面的新闻信息服务，并向客户提供各类媒体宣传服务。

（一）主营业务情况

发行人旗下拥有四川新闻网、四川发布、四川手机报、中国西部网、麻辣社区等新媒体平台，凭借自身强大的宣传推广能力及市场影响力，为客户提供综合化、多样化的新媒体服务，主营业务主要包括：新媒体整合营销、移动信息服务。

新媒体整合营销系联合 PC 端、移动端、互动电视平台、户外媒介等多平台信息传播渠道，为客户提供包括宣传推广服务、网络舆情服务、广告代理运营及技术服务等多种新媒体营销服务。

移动信息服务系以手机报为核心形式，通过电信运营商的信息传播渠道向用户移动终端发送时政新闻、民生资讯、行业信息、党政资讯等新闻信息内容，同时以技术平台为支撑，为客户提供手机报广告宣传及技术服务等相关增值服务。

其他主营业务主要包括互动电视业务和其他培训业务。

（二）主营业务产品及服务情况

报告期内，公司主营业务收入金额及占比如下表：

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
新媒体整合营销	宣传推广服务	6,703.71	32.61%	4,602.83	27.56%	5,009.54	26.88%
	网络舆情服务	1,224.74	5.96%	1,126.26	6.74%	988.09	5.30%
	广告代理运营	3,231.31	15.72%	1,214.61	7.27%	4,239.97	22.75%
	技术服务	1,008.70	4.91%	854.11	5.11%	679.28	3.65%
	小计	**12,168.46**	**59.20%**	**7,797.81**	**46.68%**	**10,916.88**	**58.58%**
移动	手机报信息传播	6,448.94	31.37%	7,758.24	46.45%	7,237.05	38.84%

信息服务	手机报增值服务	766.05	3.73%	795.24	4.76%	466.78	2.50%
	小计	**7,214.99**	**35.11%**	**8,553.48**	**51.21%**	**7,703.83**	**41.34%**
其他主营业务	互动电视业务	1,108.25	5.39%	318.50	1.91%	-	0.00%
	其他	62.93	0.31%	32.61	0.20%	13.89	0.07%
	小计	**1,171.18**	**5.70%**	**351.11**	**2.11%**	**13.89**	**0.07%**
合计		**20,554.63**	**100.00%**	**16,702.40**	**100.00%**	**18,634.61**	**100.00%**

1、新媒体整合营销

随着新媒体时代的到来，媒体经营越来越强调整体经营理念及多元化经营道路，以改变传统媒体以广告收入为主的盈利模式，多元化经营需更加重视传播手段和服务种类的多样性。发行人作为四川主要的新媒体企业，通过多年的发展已经具备通过多种媒体宣传手段进行推广服务的综合能力，在四川地区形成了广泛的影响力，并以此为依托开展政企媒体宣传推广业务。

新媒体整合营销业务系发行人通过 PC 端、移动端、互动电视平台、户外媒介等多信息传播渠道，形成以门户网站、APP、微信公众号、微博、互动电视平台为核心的新媒体矩阵，充分发挥公司多年媒体运作经验及官方主流新媒体的重要优势，为客户提供整合营销服务，以满足客户各类广告、宣传和推广需求，服务类型包括：宣传推广服务、网络舆情服务、广告代理运营、技术服务等，客户广泛覆盖四川省内各大企业、事业单位及政府部门。

宣传推广服务指通过网络品牌推广、网络视频直播、线下海报宣传、线上线下网友交流互动等方式，使客户或其产品达到更好的宣传效果。具体服务种类包括广告宣传服务、宣传活动策划、新媒体托管与运营。

网络舆情服务是指通过关注互联网上对客户有较强影响力和倾向性的言论和观点，并对该类信息进行跟踪、分析后向客户提供咨询建议，帮助客户应对网络舆情事件、维护品牌形象的业务。

广告代理运营主要是发行人通过代理公共交通媒介、户外媒介等为客户提供广告发布服务。

技术服务主要为客户提供非移动平台的媒体中心、网站等开发建设，并提供持续技术运维服务、技术保障等服务。

2、移动信息服务

移动信息服务业务系以手机报为核心形式，向订阅用户发送时政新闻、民生资讯、行业信息、党政资讯等新闻信息内容，同时以技术平台为支撑，为客户提供手机报广告宣传及技术支持等增值服务。移动信息服务业务收入形式包括手机报信息传播、手机报增值服务。

手机报信息传播业务以短信和彩信新闻为主要信息传播手段，产品类型包括《四川手机报》《党政参考》《一县一报》《少数民族手机报》等。报告期内，《党政参考》及《一县一报》业务快速发展，已成为公司移动信息服务业务重要收入来源。

手机报增值服务分为手机报广告宣传和移动技术服务。手机报广告宣传主要为手机报短、彩信产品中添加部分广告信息及宣传内容，广告宣传信息内容主要包括对客户信息直接推广及将客户信息以各类新闻形式进行推送。移动技术服务包括发行人通过手机报技术支撑平台为其他省份手机报运营方提供技术平台服务，以及发行人为电信运营商提供内容安全审核服务等业务。

3、其他主营业务

公司其他主营业务主要包括互动电视业务和其他培训业务。互动电视平台业务主要为系发行人作为内容和服务提供商，向 IPTV 和四川移动魔百和提供相关内容和服务的业务。

二、行业基本情况

发行人是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑的新媒体企业，主营业务为新媒体整合营销及移动信息服务，所处行业为互联网信息服务行业。

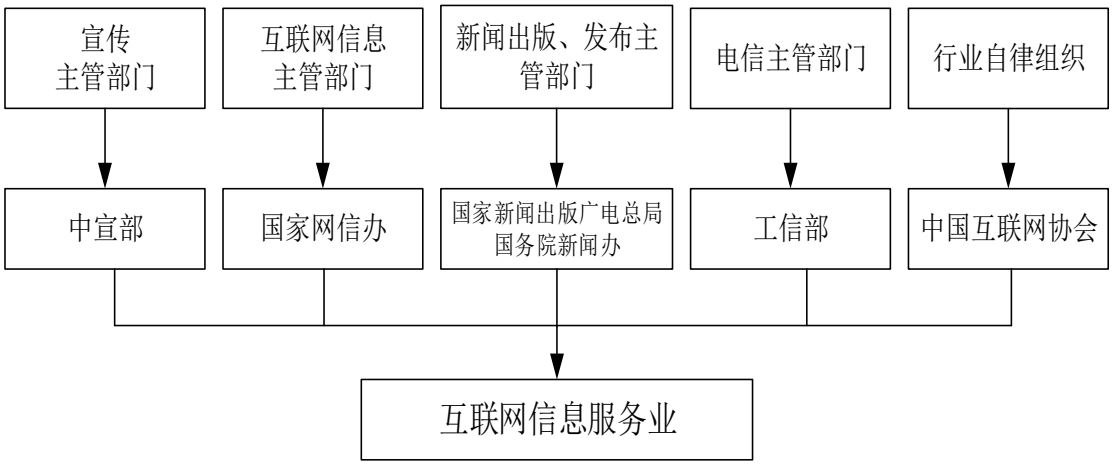
根据《上市公司行业分类指导（2012 年修订）》，发行人所处行业属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64 互联网和相关服务”。根据中国国家统计局《国民经济行业分类》（2017 年修订），发行人所处行业属于“I64 互联网和相关服务”下的“6420 互联网信息服务”。

（一）行业管理体制及主要法律法规

1、行业主要监管机构及监管体制

发行人所处行业属于互联网信息服务行业，受到政府相关部门监督管理及行

业协会自律监管，本行业的主管机构及主要职能如下：



（1）宣传主管部门

中宣部是中共中央主管意识形态方面等工作的综合职能部门。主要职能是：负责指导全国马克思主义理论的研究、学习和宣传；负责引导社会舆论，指导协调中央的各新闻媒体做好新闻宣传工作，搞好舆论引导；从宏观上指导精神文化产品的创作和生产；规划和部署全局性的思想政治工作的任务；受中央的委托，协同和会同有关部门对我们宣传文化系统的重要岗位的领导干部进行管理。联系宣传文化系统的知识分子，协助有关部门做好知识分子的工作；负责提出宣传文化事业发展的指导方针。指导宣传文化系统制定政策和法规；同时还要按照中央的统一工作部署，做好宣传文化系统各有关部门之间的协调工作；为中央领导和中宣部领导的决策和指导全局工作提供舆情信息的服务，并且要负责组织协调和指导宣传文化系统的舆情信息工作；负责文化体制改革，包括新闻出版、广播电视业的改革和发展的调研，提出政策性的建议；贯彻落实党的宣传工作方针，拟订新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等；管理电影行政事务，指导监管电影制片、发行、放映工作，组织对电影内容进行审查，指导协调全国性重大电影活动，承担对外合作制片、输入输出影片的国际合作交流等；关于新闻出版管理方面的主要职责是，贯彻落实党的宣传工作方针，拟订新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等。

（2）互联网信息主管部门

国家互联网信息办公室的主要职责包括：负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设；指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理；负责网络新闻业务及其他相关业务的审批和日常监管；指导有关部门做好网络游戏、网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划；协调有关部门做好网络文化阵地建设的规划和实施工作；负责重点新闻网站的规划建设、组织和协调网上宣传工作；在职责范围内指导各地互联网有关部门开展工作等。

（3）新闻出版、发布主管部门

国家新闻出版广电总局是国务院直属机构，主要职责包括：贯彻党的宣传方针政策，拟订广播电视管理的政策措施并督促落实，统筹规划和指导协调广播电视事业、产业发展，推进广播电视领域的体制机制改革，监督管理、审查广播电视与网络视听节目内容和质量，负责广播电视节目的进口、收录和管理，协调推动广播电视领域走出去工作等。

国务院新闻办主要职责是推动中国媒体向世界说明中国，包括介绍中国的内外方针政策、经济社会发展情况，及中国的历史和中国科技、教育、文化等发展情况。通过指导协调媒体对外报道，召开新闻发布会，提供书籍资料及影视制品等方式对外介绍中国。协助外国记者在中国的采访，推动海外媒体客观、准确地报道中国。广泛开展与各国政府和新闻媒体的交流、合作。与有关部门合作开展对外交流活动。

（4）电信主管部门

工信部是电信行业的主管部门，其与电信相关的主要职责包括：网络强国建设相关工作，推动实施宽带发展；负责互联网行业管理（含移动互联网）；协调电信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共建共享；组织开展新技术新业务安全评估，加强信息通信业准入管理，拟订相关政策并组织实施；指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展。负责电信网、互联网网络与信息安全技术平台的建设和使用管理；负责信息通信领域网络与信息安全保障体系建设；拟定电信网、互联网及工业控制系统网络与信息安全规划、政策、标准并组织实施，加强电信网、互联网及工业控制系统网络安全审查；拟订电信网、互联

网数据安全管理政策、规范、标准并组织实施；负责网络安全防护、应急管理和处置。

（5）行业自律组织

中国互联网协会为行业自律监管机构，其主要职能是制订并实施互联网行业规范和自律公约，开展互联网行业发展状况的调查与研究工作，促进互联网行业内企业之间、企业与政府之间的信息沟通等。

2、行业主要法规及政策

（1）主要法律法规

序号	法律法规名称	实施日期	文件编号
1	中华人民共和国电信条例（2016 修订）	2000 年 09 月 25 日	国务院令第 291 号
2	互联网信息服务管理办法（2011 修订）	2000 年 09 月 25 日	国务院令第 292 号
3	互联网著作权行政保护办法	2005 年 05 月 30 日	国家版权局、信息产业部令 2005 年第 5 号
4	信息网络传播权保护条例（2013 修订）	2006 年 07 月 01 日	国务院令第 634 号
5	互联网视听节目服务管理规定（2015 修订）	2008 年 01 月 31 日	国家广播电影电视总局、信息产业部令第 56 号
6	电信网络运行监督管理办法	2009 年 05 月 01 日	工信部电管[2009]187 号
7	第三代移动通信业务服务规范（试行）	2009 年 06 月 01 日	工信部电管[2009]176 号
8	规范互联网信息服务市场秩序若干规定	2012 年 03 月 15 日	工业和信息化部令第 20 号
9	电信和互联网用户个人信息保护规定	2013 年 09 月 01 日	工业和信息化部令第 24 号
10	公用电信网间互联管理规定（2014 修正）	2014 年 09 月 23 日	工业和信息化部令第 28 号
11	通信短信息服务管理规定	2015 年 06 月 30 日	工业和信息化部令第 31 号
12	国务院办公厅关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见	2015 年 11 月 07 日	国办发〔2015〕77 号
13	四川省人民政府办公厅关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的实施意见	2016 年 02 月 16 日	川办发[2016]11 号
14	网络出版服务管理规定	2016 年 03 月 10 日	国家新闻出版广电总局、工业和信息化部令第 5 号
15	专网及定向传播视听节目服务管理规定	2016 年 06 月 01 日	国家新闻出版广电总局令第 6 号

16	互联网新闻信息服务管理规定	2017 年 06 月 01 日	国家互联网信息办公室令第 1 号
17	中华人民共和国网络安全法	2017 年 06 月 01 日	主席令第五十三号
18	电信业务经营许可管理办法	2017 年 09 月 01 日	工信部令第 42 号
19	公安机关互联网安全监督检查规定	2018 年 11 月 1 日	公安部令第 151 号

（2）产业政策

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
1	新闻出版总署关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见	2010 年 01 月	新出政发[2010]1 号	提出积极发展数字出版、网络出版、手机出版等以数字化内容、数字化生产和数字化传输为主要特征的战略性新兴新闻出版业态为推动新闻出版产业发展的重点任务
2	国家工商总局关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见	2010 年 03 月	工商办字[2010]45 号	支持广告企业跨行业、跨地区、跨媒体和跨所有制进行资产重组，支持符合条件的优质广告公司上市融资，优先推动科技型、创新型广告公司在创业板上市，支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新兴媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告业务新增长点
3	产业结构调整指导目录(2011 年本，2013 修正)	2013 年 02 月	国家发改委令第 21 号	将增值电信业务平台建设、电子商务和电子政务系统开发与应用服务作为鼓励类产业。
4	国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见	2013 年 08 月	国发[2013]32 号	将加快信息基础设施演进升级、增强信息供给能力、培育信息消费需求、提升公共服务信息化水平、加强信息消费环境建设、完善支持政策
5	国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见	2014 年 02 月	国发[2014]10 号	推动文化产品和服务的生产、传播、消费的数字化、网络化进程，强化文化对信息产业的内容支撑、创意和设计提升，加快培育双向深度融合的新型业态。深入实施国家文化科技创新工程，支持利用数字技术、互联网、软件等高新技术支撑文化内容、装备、材料、工艺、系统的开发和利用，加快文化企业技术改造步伐。大力推动传统文化单位发展互联网新媒体，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，提升先进文化互联网传播吸引力。深入挖掘优秀文化资源，推动动漫游戏等产业优化升级，打造民族品牌

6	关于进一步支持文化企业发展的通知	2014 年 04 月	国办发[2014]15 号	中央财政和地方财政应安排文化产业发展专项基金，完善政策扶持体系，采取贴息、补助、奖励等方式，支持文化产业发展。在国家许可范围内，鼓励和引导社会资本以多种形式投资文化产业，在投资核准、土地使用、税收优惠、上市融资和申请专项融资方面给予支持
7	国家信息化发展战略纲要	2016 年 7 月	/	到 2020 年，重点行业数字化、网络化、智能化取得明显进展，网络化协同创新体系全面形成，电子政务支撑国家治理体系和治理能力现代化坚实有力，信息化成为驱动现代化建设的先导力量
8	工业和信息化部关于印发信息通信行业发展规划（2016 — 2020 年）的通知	2016 年 12 月	工信部规[2016]424 号	落实加强用户权益保护有关规定，完善面向用户权益的互联网服务质量监管体系，建立报告、通报、满意度测评等管理制度，规范企业经营、服务和收费行为，严厉查处侵权违法事件等
9	国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要	2016 年 3 月	/	加强主流媒体建设，提高舆论引导水平，增强传播力公信力影响力。以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，建设“内容+平台+终端”的新型传播体系，打造一批新型主流媒体和传播载体。优化媒体结构，规范传播秩序
10	工业和信息化部关于印发软件和信息技术服务业发展规划（2016－2020 年）的通知	2017 年 1 月	工信部规[2016]425 号	面向重点行业领域应用需求，进一步增强信息技术服务基础能力，提升“互联网+”综合集成应用水平。形成面向新型系统架构及应用场景的工程化、平台化、网络化信息技术服务能力，发展微服务、智能服务、开发运营一体化等新型服务模式，提升信息技术服务层级。加快发展面向移动智能终端、智能网联汽车、机器人等平台的移动支付、位置服务、社交网络服务、数字内容服务以及智能应用、虚拟现实等新型在线运营服务

11	四川省“十三五”文化改革发展规划	2017年1月	川办发[2017]6号	支持集团大数据中心、全媒体制播云平台、广电视听云计算平台、家庭大数据服务云平台等建设，夯实融合发展数据库；推进大数据等现代信息技术在文化产业工程项目中的应用，加快将优质内容推送到互联网电视、智能手机、平板电脑等终端，赢得传播先机； 加快布局移动互联网业务，发展移动客户端、手机网站、手机报等应用，丰富信息内容、提升互动功能、重视用户体验；健全报刊台网互动、省市媒体联动的传播机制,创建跨媒体宣传协作平台，构建多形态、多渠道、多终端的现代传播体系； 建立统一指挥调度的多功能一体化采编发平台，打造集新闻生产、加工、多渠道分发于一体的高效便捷的全媒体采编发平台,实现24小时在线播发、内容实时推送和用户实时互动
12	文化部“十三五”时期文化产业发展规划	2017年4月	/	明确大力开发适宜互联网、移动终端等载体的数字文化产品，促进优秀文化产品多渠道传输、多平台展示、多终端推送。引导文化企业提供个性化、分众化的文化产品和服务
13	国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要	2017年5月	/	加大供给侧结构性改革力度，增强文化产品和服务有效供给。深化公益性文化事业单位改革，强化社会服务功能。推动国有文化企业加快完善文化生产经营机制，提高市场开发和营销能力。引导非公有资本有序进入、规范经营，鼓励社会各方面参与文化创业。科学区分文化建设项目类型，可以产业化、市场化方式运作的以产业化、市场化方式运作。推广政府和社会资本合作（PPP）模式，允许社会资本参与图书馆、文化馆、博物馆、剧院等公共文化设施建设和运营。加强文化领域重要基础性制度研究和评估，进一步完善体制机制
14	新闻出版广播影视“十三五”发展规划	2017年9月	新广发[2017]150号	加强主流媒体建设，提高舆论引导能力。弘扬社会主义核心价值观，提高内容生产和创新能力。深化一体发展，推动媒体融合取得新突破。加强科技创新，构建现代传播体系等

（二）行业发展现状

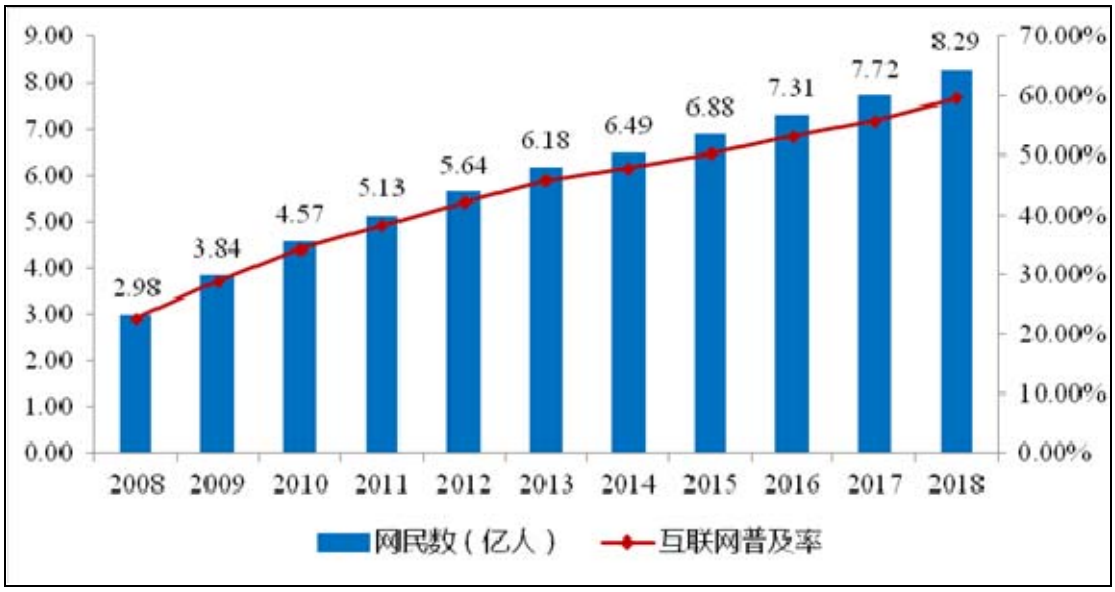
发行人主要从事新媒体整合营销和移动信息服务业务，所处行业属于互联网

信息服务行业。我国互联网信息服务业发展状况如下：

1、中国网民数量持续增长，互联网行业前景良好

根据 CNNIC 数据，截至 2018 年末，全国网民规模达到 8.29 亿人，较 2017 年增加 5,653 万人，增长率为 7.32%；互联网普及率达 59.60%，较上年提高 3.8%。2007-2018 年间网民规模复合增长率为 10.77%。

中国互联网网民规模和互联网普及率



数据来源：CNNIC

近年来，随着国家对网络安全的重视、网上应用的不断丰富、运营商对 4G 业务的持续投入以及企业“互联网+”的不断渗入融合等因素的促进，中国网民规模和互联网普及率保持了平稳增长的态势。

受到技术能力、年龄和经济水平等诸多限制，我国大部分高龄、低学历和低收入水平居民以及农村居民尚未转化成为互联网用户。随着未来农村居民可支配收入的提高和互联网使用习惯的养成，互联网普及率还将保持持续增长态势。

2、中国移动端迅猛发展，手机网民数量快速增长

根据 CNNIC 数据，截至 2018 年末，我国手机网民用户数达到 8.17 亿人，较 2017 年末增加 8.55%。2008 年末，手机网民用户数占整体网民数比例为 39.50%，2018 年末该比例已增至 98.60%。

随着各大电信运营商 4G 网络的持续铺开、智能手机终端的价格不断下降以及手机应用软件的日益多元，手机网民用户数将会保持稳步增长态势。

手机网民规模及其占网民比例



数据来源：CNNIC

3、互联网使用需求提升，互联网新闻用户数量持续增长

经过互联网行业十几年的快速发展，特别是在移动互联网的推动下，我国互联网用户的使用需求整体上升，且呈现多元化趋势。

随着我国互联网行业快速发展，互联网用户规模迅速扩大，浏览网络新闻的用户数量也随之增长，网民逐渐养成通过网络获取新闻信息的习惯。

根据 CNNIC 统计，截至 2018 年末，我国通过互联网获取新闻信息的用户数已经达到 6.75 亿人，较 2017 年末增长 2,784 万人。2018 年末，我国网民互联网新闻的使用率达到 81.40%，仅次于即时通信和搜索引擎，排在各类互联网应用使用率的第三位。

根据 CNNIC 统计，2018 年末，手机网络新闻用户规模达 6.53 亿，占手机网民的 79.9%，年增长率为 5.4%。

2017 和 2018 年中国网民互联网应用（前十大）使用率

应用	2018 年末		2017 年末		年增长率
	用户规模（万人）	网民使用率	用户规模（万人）	网民使用率	
即时通信	79,172	95.50%	72,023	93.30%	9.90%
搜索引擎	68,132	82.20%	63,956	82.80%	6.50%
网络新闻	67,473	81.40%	64,689	83.80%	4.30%
网络视频	61,201	73.90%	57,892	75.00%	5.70%

应用	2018 年末		2017 年末		年增长率
	用户规模（万人）	网民使用率	用户规模（万人）	网民使用率	
网络购物	61,011	73.60%	53,332	69.10%	14.40%
网上支付	60,040	72.50%	53,110	68.80%	13.00%
网络音乐	57,560	69.50%	54,809	71.00%	5.00%
网络游戏	48,384	58.40%	44,161	57.20%	9.60%
网络文学	43,201	52.10%	37,774	48.90%	14.40%
网上银行	41,980	50.70%	39,911	51.70%	5.20%

数据来源：CNNIC

4、中国手机上网新闻阅读用户规模持续增长

根据 CNNIC 数据，2013 年末通过手机上网阅读新闻信息的网民规模为 3.67 亿人，2018 年末该数据已上升到 6.53 亿人。2013 年末手机上网阅读新闻的网民占总体网民比例为 73.30%，2018 年末该比例已提高至 79.90%。

手机网络新闻用户规模及使用率



数据来源：CNNIC

5、互联网广告市场规模已形成规模，并保持持续增长

根据 CNNIC 统计，2018 年中国互联网广告市场规模突破 3,700 亿元，同比增长约 25.70%，超过电视广告成为最大的广告媒体，2013-2018 年间，我国互联网广告市场规模复合增长率高达 27.67%。

网络广告市场规模及增长率



数据来源：CNNIC

6、互联网政务服务平台向平台化集约化纵深发展

我国“互联网+政务服务”得到进一步深化，各级政府运用互联网、大数据、人工智能等信息技术，通过技术创新和流程优化，积极推进政务服务和民生领域的信息化应用，进一步提升政府服务效能，增强政府综合服务能力，并更好地满足人民群众日益增长的美好生活需求。

根据 CNNIC 数据，2018 年末，我国在线政务服务用户规模达 3.94 亿，占整体网民的 47.50%。2018 年末，微信城市服务累计用户达 5.70 亿。经过新浪平台认证的政务机构微博达到 138,253 个，省部级行政单位共开通政务机构微博 179 个，县处级以下行政单位共开通超过 12 万个政务机构微博。各级党政机关单位在今日头条上共开通政务头条号 78,180 个，较 2017 年末增加 7,286 个。

（三）行业经营模式

互联网信息服务行业的经营模式主要为自主采集或外购的信息在编辑、整理后，通过 PC 终端或移动终端等媒体渠道进行呈现，不断提升媒体流量和关注度，同时提供基于网站或者移动终端的广告宣传、线上线下宣传等服务，并通过向客户和终端受众收费等方式实现盈利。

（四）行业竞争格局

1、行业内主要企业

目前，我国互联网信息服务行业的企业，大致可以分为三类：第一类是以中央级传统媒体为母体的全国性综合新闻网站，如人民网、新华网等；第二类是商业性盈利媒体，如腾讯、新浪、网易、今日头条等，这类企业凭借灵活的市场机制、融资机制和用人机制，市场规模和媒体影响力日益扩大；第三类是基于地方党委和政府支持、没有任何传统媒体背景、独立发展的新闻网站，或者依托传统媒体建立的地方综合性新闻网站，前者在全国都比较少，如四川新闻网，后者为大多数，如千龙网、大众网、四川在线等。目前，全国 31 个省（自治区、直辖市）都有自己的新闻门户网站，一般统称为地方重点新闻网站。行业内主要公司如下：

（1）中央重点新闻网站

我国主要的中央重点新闻网站发展崛起，在引导网络舆论、推动中国特色网络文化建设和发展方面发挥着重要作用。我国中央重点新闻网站基本情况如下：

序号	网站名称	网站简介
1	人民网（www.people.com.cn）	人民网于 1997 年 1 月 1 日正式上线，是《人民日报》建设的以新闻为主的大型网上信息交互平台，也是国际互联网上最大的综合性网络媒体之一。 人民网除中文版本外，还拥有 7 种少数民族语言及 9 种外文版本，用文字、图片、视频、微博、客户端等多种手段，每天 24 小时在第一时间向全球发布丰富多彩的信息，内容涉及政治、经济、社会、文化等各个领域。目前，人民网形成了新闻采写、网络评论、在线访谈、社区互动、视频直播、移动互联发布互相配合的快速、权威、深度新闻报道模式，网民覆盖 200 多个国家和地区。
2	新华网（www.xinhuanet.com）	新华网是国家通讯社新华社主办的综合新闻信息服务门户网站，是中国最具影响力的网络媒体和具有全球影响力的中文网站之一。新华网依托新华社作为国家通讯社的权威地位和作为世界性通讯社的全球信息网络，新华网拥有权威的内容资源、广泛的用户基础、优质的客户资源和强大的品牌影响力，并以此为基础开展网络广告、信息服务、网站建设及技术服务和移动互联网等主营业务。
3	央视网（www.cctv.com）	央视网是中国网络电视台旗下互联网站业务，也是中央重点新闻网站，以视频为特色，以互动和移动服务为基础，以特色产品和独家观点为核心，面向全球、多终端、立体化的新闻信息共享平台。央视网拥有中国最大的网络视频新闻数据库，作为中央电视台的官方网站，汇聚了 100 多个 CCTV 新闻名栏，同时还集纳了 50 个地方卫视新闻名栏，此外，央视网还拥有覆盖全国的新媒体记者网络和新闻拍客队伍，24 小时不间断地提供最快捷、最权威、最全面、最丰富的新闻视听与互动服务。

（2）行业内主要商业网站

序号	网站名称	网站简介
1	新浪网（www.sina.com.cn）	成立于 1998 年 12 月，是一家服务于中国及全球华人社群的网络媒体，主要提供网络媒体及娱乐服务，为用户提供全面及时的中文资讯，内容覆盖国内外突发新闻事件、体坛赛事、娱乐时尚、产业资讯、实用信息等，设有新闻、体育、娱乐、财经、科技、房产等。
2	腾讯网（www.qq.com）	成立于 2003 年，是腾讯公司推出的集新闻信息、互动社区、娱乐产品和基础服务为一体的大型综合门户网站。腾讯网服务于全球华人用户，致力成为最具传播力和互动性，权威、主流、时尚的互联网媒体平台。通过强大的实时新闻和全面深入的信息资讯服务，为中国数以亿计的互联网用户提供富有创意的网上新生活。
3	网易（www.163.com）	网易是中国领先的互联网技术公司，为用户提供免费邮箱、游戏、搜索引擎服务，开设新闻、娱乐、体育等 30 多个内容频道，及博客、视频、论坛等互动交流。
4	今日头条（www.toutiao.com）	今日头条是北京字节跳动科技有限公司开发的一款基于数据挖掘的推荐引擎产品，为用户推荐信息，提供连接人与信息的服务的产品，它为用户推荐有价值的、个性化的信息，提供连接人与信息的新型服务，是国内移动互联网领域成长最快的产品服务之一。

（3）地方重点新闻网站

地方重点新闻网站的主办或者主管部门通常为地方党委宣传部或者媒体集团，其策划、筹资、安排、建立、管理等多是通过行政手段完成，是某一区域内拥有独立新闻采编权的网络媒体，所传播的重点内容是新闻信息特别是地方新闻信息，具有窗口性和平台性，主要受众群体多为网站所在地区的网民。地方新闻网站中，影响力较大的通常为省级新闻网站。根据 2018 年中国网络媒体论坛公布的中国新闻网站综合传播力榜的排名情况，在省级新闻网站中综合传播力排名中，发行人排名第 10，其他排名前五的网站基本情况如下表所示（2018 年上半年榜）：

序号	网站名称	网站简介
1	上海东方网（www.eastday.com）	东方网成立于 2000 年 5 月 28 日，是由上海文化广播影视集团、上海教育电视台等多家机构联合组建的有新闻特色的大型综合性网站。东方网拥有 120 余个频道，中、英、日三个语种版本，业务涵盖新闻发布、舆论交互、数字政务、电子商务、市场广告、技术运营、投资业务等多个领域，并通过互联网、报纸、手机、移动电视、互动电视、楼宇电视、电子站牌等传播载体，实现影响力的立体覆盖。
2	华龙网（www.cqnews.net）	华龙网成立于 2000 年，是国务院新闻办公室批准组建的首批省级重点新闻网站，由市委宣传部主管，是重庆日报报业集团媒体融合发展的战略转型平台，是重庆唯一拥有

		新闻采访权的网络新闻媒体和首个“十媒一体”的全媒体网站。目前，华龙网日均影响受众超过 3,000 万人次，手机报集群用户超过 1,042 万，重庆客户端集群用户超过 1,027 万，Alexa 全球排名 1,000 名左右，在全国省级重点新闻网站中保持排名前三、被转载指数第一。
3	红网 (www.rednet.cn)	红网，2001 年 5 月正式运行，是中国湖南第一新闻门户网站，是湖南省委、省政府的重点新闻网站和综合网站。网站定位为“立足湖南、服务湖南、影响湖南，传播湖南影响。红网的媒体资源包括红网网站、“时刻”新闻客户端、手机报、微博微信、电梯小屏和户外大屏等，业务范围包括政务宣传、广告推广、技术服务、活动策划、线下会展、演出演艺等方面。
4	大众网 （www.dzwww.com）	大众网，成立于 2001 年，是国务院新闻办公室批准成立、大众报业集团主办的山东省第一新闻网站和外宣网站，是全省最大的新闻、外宣门户网站。目前，大众网已经形成了两网（大众网、掌上大众网）、一报（齐鲁晚报手机版）、两刊（齐鲁手机杂志、手机语文杂志）、一社（大众音像出版社）、一屏（城市大屏联播网）的发展格局，以及涵盖博客、论坛等的立体化链式传播渠道，各项业务指标均位列全国地方新闻网站前茅。
5	澎湃新闻网 （www.thepaper.cn）	澎湃新闻，成立于 2014 年，是一个以原创新闻为主的全媒体新闻资讯平台，拥有互联网新闻信息服务一类资质，7*24 小时为中国互联网用户生产聚合优质时政思想财经文化类内容，目标打造成为中国的全媒体内容生产平台、全媒体产品创新平台和全媒体服务运营平台。结合互联网技术创新与新闻基本价值传承，澎湃新闻 400+记者，通过图文、视频、VR、动画等全媒体新型传播方式的综合运用，每天生产超过 300+的原创新闻报道，已迅速成长为中国媒体融合发展的领跑者之一，影响力在中国新闻网站中位居前列。做好新闻的同时，澎湃新闻产品也在不断进化。澎湃新闻推出了问吧和问政频道，让用户不再是单向的听读看新闻，让新闻当事人和政务机构直面用户。

2、行业利润水平与变动趋势

目前，发行人所处互联网信息服务行业上市公司中，与主营业务较为可比的主要为人民网和新华网，主要从事综合信息服务，提供多种细分业务，各细分业务的利润水平有较大差异，从而导致综合毛利率水平波动区间较大。

2016 年至 2018 年度，行业内可比上市公司的毛利率水平及变动趋势如下：

公司名称	业务分类	2018 年度	2017 年度	2016 年度
人民网 （603000.SH）	广告及宣传服务	54.82%	37.25%	43.05%
	移动增值	43.07%	34.54%	46.14%
	信息服务	29.35%	34.13%	37.17%
	其他业务	41.04%	20.52%	27.33%

	综合毛利率	**44.69%**	**34.77%**	**42.51%**
新华网（603888.SH）	网络广告	58.20%	56.51%	56.60%
	信息服务	53.57%	51.30%	73.06%
	移动互联网	16.16%	18.75%	11.10%
	网站建设及技术服务	-	24.40%	22.27%
	网络技术服务	25.22%	-	-
	数字内容	32.97%	-	-
	综合毛利率	**45.15%**	**45.29%**	**50.32%**
行业平均综合毛利率		**44.92%**	**40.03%**	**46.41%**
川网传媒	新媒体整合营销	49.53%	46.61%	39.36%
	移动信息服务	63.90%	64.55%	70.26%
	其他主营业务	33.58%	29.18%	-134.59%
	综合毛利率	**53.66%**	**55.43%**	**52.00%**

数据来源：上市公司年报及招股说明书。

（五）行业的周期性、区域性或季节性特征

1、周期性

互联网信息服务业正处于快速发展期，随着新型媒体产品的不断涌现、传播技术的革新和终端受众使用习惯的变化，本行业仍将继续保持增长态势，潜力巨大。现阶段，该行业不存在明显的随国内外经济、政治环境波动的周期性特征。

2、区域性

受我国经济发展水平以及基础通讯设施的影响，各省、市、自治区的互联网普及率参差不齐。截至 2018 年末，我国农村网民规模为 2.22 亿，占整体网民的 26.70%，农村地区互联网普及率为 38.40%；城镇网民规模为 6.07 亿元，占比达 73.30%，城镇地区互联网普及率为 74.60%。未来，随着移动终端设备的不断普及，我国互联网发展的地域差异将进一步减小。

3、季节性

公司业务没有明显季节性特点。

（六）行业进入壁垒

1、资质壁垒

根据国家互联网信息办公室颁布的《互联网新闻信息服务管理规定》和《关

于变更互联网新闻信息服务单位审批备案和外国机构在中国境内提供金融信息服务业务审批实施机关的通知》，凡在中国境内从事互联网新闻信息服务的网站，必须经过国家互联网信息办公室或省、自治区、直辖市互联网信息办公室审批，在获取互联网新闻信息服务许可证后方可经营互联网新闻信息业务；对从事互联网新闻信息服务的网站在注册资金、经营场所、设备以及从业人员等方面做出了具体规定。

根据《互联网信息服务管理办法》规定，国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度，未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务，依照法律、行政法规以及国家有关规定须经有关主管部门审核同意的，在申请经营许可证或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意。

根据工信部颁布的《电信业务经营许可管理办法》和《中华人民共和国电信条例》，经营增值电信业务，业务覆盖范围在两个以上省、自治区、直辖市的，须经国务院信息产业主管部门审查批准，取得《跨地区增值电信业务经营许可证》；业务覆盖范围在一个省、自治区、直辖市行政区域内的，须经省、自治区、直辖市电信管理机构审查批准，取得《增值电信业务经营许可证》。

2、内容竞争力壁垒

新闻及信息传播内容的及时性、权威性和深刻性是互联网新闻信息服务企业开展各项业务的核心竞争力和立足之本。中央新闻网站和地方重点新闻网站通常具备独立的内容采编团队，拥有专业化的新闻从业人员，依托强大的股东资源和地域资源优势，能够对时讯要闻和热点信息作出及时、准确、适当的反馈，保证了新闻信息质量的竞争力。内容竞争力的积累通常需要多年的行业运营基础，行业新进入者较难在短时间内具备以上资源和能力。

3、用户资源壁垒

互联网信息服务需要根据终端受众群体的需求进行信息的生产和传播，客户积累是该行业企业将优质媒体资源转换为渠道价值和营销成果，并最终创造实际利润的基础。广泛的客户资源有助于互联网信息服务提供商提高用户的粘性、吸

引广告主业务投放、提供多元化内容服务，从而产生更有效的价值转换，获得收益和回报。市场新进入者短期内难以完成高质量、大规模、强粘性的用户积累，这对市场进入者构成了用户资源壁垒。

（七）行业发展趋势

1、全媒体融合发展不断深化

目前，传统媒体和新媒体“有形”的融合正在逐步完成，传统媒体逐渐扩充为拥有网站、微博、微信、客户端、网络电视等多元化、多终端的新型媒体，但是“无形”的融合仍有待深入，传统媒体在意识上已经认识到了变革和转型的重要性，各家传统新闻媒体尝试多元化创新方式和技术，使新闻报道更立体化、贴近用户需求。随着媒体企业从机制到经营，积极探索融合和可持续发展之路，媒体融合进一步深入，传统媒体与新媒体的边界将越来越模糊化，不同形式的媒介之间互换性与互联性将不断加强，媒体融合发展将不断深化。

2、新闻内容资源将逐步向行业优势平台汇聚

无论是纸媒时代、PC 时代还是移动时代，无论渠道发生何种变化，内容之于新闻资讯行业始终是最关键的竞争要素之一。在当今信息传播渠道竞争日益激烈、传播速度继续加速的背景下，用户对于权威、客观、及时的新闻资讯的需求不断提高。

目前，市场各家媒体对于优质内容的争夺战已经打响，日后必将更加激烈。未来，具有流量、数据资源、资本实力的大平台将汇聚更多媒体资源，直接导致优质新闻内容将逐渐向大平台倾斜。先发制人、拥有资源的新闻资讯平台将更可能获得优质内容资源，具备一定优势。

3、新媒体信息传播服务行业继续维持高速发展

随着技术发展和人们消费习惯转移，以报刊、杂志、广播、电视为代表的传统媒体日渐式微，而以 PC 终端和移动终端为代表的新兴信息传播媒体日益兴盛，推动新媒体信息传播服务行业进一步发展。

根据 CNNIC 和艾瑞咨询统计，截至 2018 年末，我国互联网网民数量达到 8.29 亿，同时互联网广告市场规模亦突破 3,717 亿元。截至 2018 年末，我国手机上网网民数达到已达到 8.17 亿。

有着庞大用户群的 PC 终端和移动终端必将迎来黄金发展期，新媒体信息传播服务行业的市场成长空间巨大。

4、移动化趋势明显，入口和媒体多元化

随着人们生活和工作节奏加快、时间碎片化程度提高以及社会群体流动性增强，信息传播受众将更多地利用零碎的时间来获取信息。移动终端便捷性和易于携带等特点可以使用户在一天当中多次获取信息，大大优化了用户体验。信息传播服务的移动化趋势还将持续发展，并成为未来行业发展的重要方向。

入口和媒体更加多元化，最终实现“万物皆媒”。智能硬件，物联网快速发展，装有传感器的一切非媒体“物体”，都可能成为信息传播的媒介，随时、随地挖掘新闻信息并实现传播，新闻入口将变得更加多元化。通过云技术、可穿戴设备、智能硬件、汽车、家居等物品，将连接起信息传播的两端，新闻的获取将呈现更加碎片化的特征。

5、技术发展将对行业发展产生更深远影响

技术的繁荣正在改变，并将继续深入影响新闻媒体领域的发展。目前，技术已经全然改变了行业的生态，颠覆了新闻行业生产传播的格局，也重塑了新闻的概念。

（1）改善新闻采集方式及用户获取新闻的使用体验。无人机、VR/AR 技术正逐渐在新闻领域投入应用，将新闻信息数据采集，以及新闻报道形式提升到新的发展水平。全景式、沉浸式的新闻报道更具吸引力，比单纯文字、广播或视频报道更有视觉冲击力，将极大提升用户获取新闻资讯的使用体验。目前，国内媒体已经开始多次尝试 VR 技术。

（2）提升新闻生产和信息分发效率。机器新闻的出现和大规模使用，将极大地提升新闻生产的效率，推动新闻生产的自动化发展；基于算法的新闻内容生产，通过精准推荐，筛选用户感兴趣的信息，提升了信息分发的效率。

6、信息的跟踪和监测日趋重要

近年来，随着互联网技术的迅速发展和网民规模的扩大，公众通过各类网络渠道对政治、经济、社会、医疗等各类新闻热点表达自己的观点和诉求的热情日益高涨。由于网络信息的快速流动，一些缺乏理性的网络言论很容易在短时间内

被放大和传播，对所涉政府及企事业单位的声誉带来极大的不利影响。随着未来互联网内容继续呈爆炸式增长，信息的跟踪和监测将变得日趋重要。

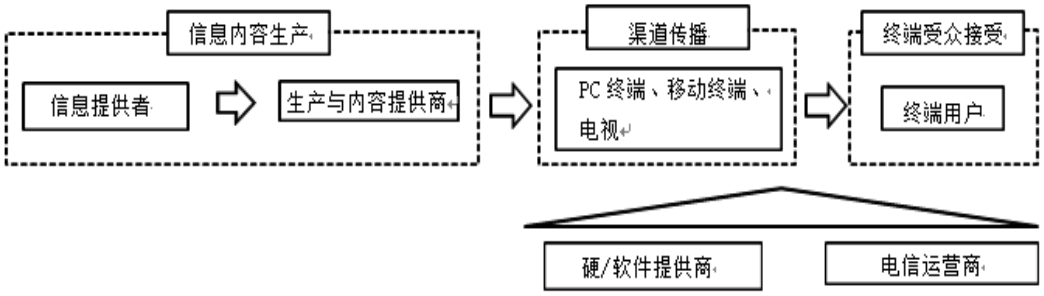
7、正面舆论引导的新格局逐步形成

随着互联网信息技术的逐渐普及，新闻舆论也进一步影响了人们生活的方方面面，国家对互联网新闻信息服务企业也提出了新的要求：新闻舆论工作必须坚持党性原则、坚持正确舆论导向；要讲究宣传方法和提升表现力、引导力；重视宣传队伍建设，建立政治强、业务精的新闻宣传队伍。因此，正面舆论引导的新格局正逐步形成。

蓬勃发展的互联网日益成为信息集散地、舆论策源地与思想交锋主阵地，对宣传思想工作产生了重大影响。未来，通过网络新媒体向公众发布重大事件、重要决策、最新政策，将成为党和政府引导舆论导向的常态性工作。党政综合性媒体作为正面舆论引导的核心宣传平台，肩负的宣传任务将在广度和深度上扩展，呈现纵深发展态势，正面引导的宣传作用日趋重要。

（八）行业上、下游企业之间的关系

发行人所处互联网信息服务行业由信息内容生产、渠道传播和终端受众接受等三部分构成，具体如下图所示：



信息内容生产环节的核心参与者为信息生产与内容提供商。信息生产与内容提供商主要分为四类：第一类是中央新闻网站，以人民网、新华网为代表；第二类是省、自治区、直辖市新闻单位建立的新闻网站，如四川新闻网、东方网、大河网等；第三类是非新闻单位设立的商业网站，如腾讯、网易、新浪、搜狐等；第四类是依托社交平台产生的个人或机构自媒体，如各类微博大 V、微信公众号等。互联网新闻信息服务上游进入门槛较高，只有第一、二类网站具备《互联网

新闻信息服务许可证》，拥有开展包括时政新闻在内的互联网新闻原创采访及加工分发资格。

渠道传播环节所涉及的媒介包括 PC 终端和移动终端等新媒体、以及电视等传统媒体。服务提供商通过各类媒体渠道传播信息产品和提供服务至终端受众，并收取信息、服务费用以实现盈利。互联网新闻运营分发平台分为两类：第一类为互联网新闻采编单位自运营分发主体，如人民网、新华网本身即作为新闻分发渠道；第二类分发平台本身不涉及新闻采编制作，只提供互联网新闻信息转载服务，主要为商业化新闻客户端、社交媒体、各类手机应用如浏览器、视频等。另外，移动应用的深入发展促进了网络新闻分发渠道的多元化，也加速了网络新闻生产与分发相互分离。

电信运营商为行业各参与者尤其是渠道传播服务提供商和终端用户提供基础互联网络和电信网络以发送和接收各信息产品和服务。电信运营商的业务发展水平对行业整体发展起着至关重要的作用。随着网络技术的升级换代以及移动信息化产业链的日益成熟，国内电信运营商保持着快速增长的势头，利润水平不断提高，进而拥有了更多资本投入到基础设施的建设和创新产品的研发，有效推动了本行业的发展。

硬件提供商与软件提供商为行业参与者提供软件、技术、服务器、带宽等以支撑行业平台建设和运营。

三、发行人的竞争地位

（一）发行人的市场地位

经过多年经营和行业积累，发行人已建立起多个以时政新闻为主、民生资讯为辅的信息传播和新媒体交互平台，向用户提供各类媒体宣传服务，发行人的主要产品和服务均具有较高的市场地位，在四川省具有较强市场影响力。

1、新媒体整合营销

随着新媒体时代的到来，媒体之间的竞争已经发展为媒体影响力及综合服务能力的竞争。通过多年的发展积累，发行人已成为拥有四川新闻网、四川发布、四川手机报、中国西部网、麻辣社区等多种新媒体平台，具有 PC 端、移动端、互动电视平台、户外媒介等全媒体信息传播渠道及广泛的市场营销网络，能为客

户提供宣传推广服务、网络舆情服务、广告代理运营、技术服务等多种类型的业务服务，系四川省乃至西部地区宣传手段及服务类型最多的国有综合宣传服务商之一。

发行人作为四川省属官方主流媒体，在党政新闻采访、信息发布等方面具有明显的优势，如发行人旗下的四川新闻网是四川省委确定的省级四大主流媒体，也是四川省委省政府重点扶持的省级最大网络媒体，近年来四川新闻网多次荣获“中国新闻奖”，2018 中国网络媒体论坛上，四川新闻网在全国省级新闻网站综合传播力榜中排名第十，网站综合传播力位居四川第一；四川发布列席四川省政府常务会会议并行使新闻发布权及解读权。同时，发行人长期服务于四川省内各级党政机关和企事业单位，通过多年的摸索，已积累出为政府、各级机关及企事业单位进行策划宣传等综合服务的独到经验。上述优势和经验，使发行人能够在本地媒体的激烈竞争中具有一定的优势地位。报告期内，发行人已为多个客户提供了各种类型的宣传策划服务，客户涵盖政府部门、事业单位及地产、快消、银行、电子产品、旅游、汽车等众多行业。

2、移动信息服务

发行人移动信息服务业务以《四川手机报》及《党政手机报》为核心产品。公司旗下的《四川手机报》为国内发行量最大的省级手机报，已实现中国移动全网覆盖，并在四川省内实现四川移动、四川电信、四川联通三网覆盖。《四川手机报》在四川地区的市场份额相对集中，主要竞争对手为四川日报报业集团有限公司推出的《华西手机报》及新华社推出的《新华手机报》。《四川手机报》在四川已运行多年，且具有广泛的市场基础，市场占比达 99%以上。根据中央网信办 2016 年的数据显示，《四川手机报》开通用户数量达 6,800 万户，用户数量在全国各省手机报业务中排名第一。

《党政手机报》是公司积极响应党和政府号召，新推出的手机报业务产品。《党政手机报》推出以后获得了快速发展，截至 2018 年末，计费用户达到 71 万。《党政手机报》适应了党和国家宣传的需要，全国其他省份和部分地区也效仿发行人推出党政宣传类手机报业务，但发行规模和影响力均小于发行人。

2018 年 9 月，发行人完成对原上海新动手机报技术平台及相关业务的收购，该平台是全国重要的手机报技术平台之一，拥有先进且稳定的手机报信息采编及

发送系统，全国已有 10 个省份的手机报通过该平台进行发送，影响人群超过 1.2 亿人。发行人收购上述平台后，积极向上述 10 个省份的手机报运营公司推广发行人的先进经验，包括推广《党政手机报》、手机报 H5 系统、智能精准推送系统等，通过上述业务模式的推广，增加其他省份手机报用户的订阅量及技术平台的分成收益。通过上述模式整合，发行人手机报业务影响力已陆续进入全国其他省份，并与其他省份手机报运营公司形成更加紧密的合作关系，在全国手机报业务中形成领先地位。

（二）发行人的竞争对手

1、新媒体整合营销

发行人目前的业务主要集中在四川省内，主要竞争对手除四川日报报业集团有限公司、成都传媒集团等四川本地新闻媒体外，还包括以新华网、人民网等为代表的中央新闻单位和以新浪、腾讯等为代表的商业网站在四川设立的地方频道。中央新闻单位和大型商业网站竞争对手情况，详见本招股说明书“第六节业务与技术”之“二、（四）行业竞争格局”。

四川日报报业集团有限公司：组建于 1999 年 12 月 16 日，是以《四川日报》为核心，以报业延伸业务为主体，兼营其他实业的现代传媒集团，拥有《四川农村日报》《华西都市报》《文摘周报》《天府早报》《金融投资报》等十余种报纸和特刊，相继开辟了《香港商报·四川专版》、澳大利亚《澳华时报·今日四川》、加拿大《今日中国·四川新闻》、美国《国际时报·西部四川》、《四川在线》网站等。

成都传媒集团：成立于 2006 年 11 月，拥有包括《成都日报》《成都商报》《成都晚报》《每日经济新闻》等多种报纸报刊，并建立全搜索新闻网站、先锋传媒、公交传媒、地铁传媒、天府文化传播等多个新媒体单位，以及新闻实业、传媒文化投资、传播等为重点的实体产业，其中，控股子公司博瑞传播（600880.SH）为上海证券交易所挂牌上市公司。

2、移动信息服务

报告期内，发行人移动信息服务业务主要集中于四川省内，《四川手机报》主要竞争对手为市场化发行的手机报，包括新华网发行的《新华手机报》、华西

都市报发行的《华西手机报》。《党政手机报》等党政宣传类手机报直接竞争对手为各大报业的党政类媒体产品。

《新华手机报》是由中国国家通讯社—新华社与中国移动共同推出的国内重点手机报，创办于 2007 年，在本地产品类型主要包括《新华手机报-四川版》《新农通市场版》等。

《华西手机报》是由四川日报报业集团有限公司华西都市报发行的手机报品种，创办于 2005 年，在本地产品类型主要包括《华西手机报动*静》《华西手机报-城市》等。

（三）发行人的竞争优势

发行人作为一家以互联网技术和移动通讯技术为支撑的新媒体企业，与目前的商业网站或者单纯依赖新闻宣传、资讯频道的其他地方新闻网站相比，具有以下竞争优势：

1、与商业网站相比，业务经营准入政策优势

发行人拥有互联网新闻信息服务许可证、互联网出版许可证、信息网络传播视听节目许可证、增值电信业务经营许可证、短信息类服务接入代码使用证书等在内的多项准入门槛较高的互联网相关业务经营资质。

发行人是国务院新闻办批准设立的第一批地方重点新闻网站，第一批互联网新闻信息稿源单位，具备互联网新闻信息采编发布资质，能够进行时政类新闻的采写编发，商业门户网站仅能转载该类新闻信息。网络舆情服务业务方面，2011 年四川省政府新闻办《关于规范四川省网络舆情信息服务工作的通知》（川府新办[2011]19 号）文件规定，“在四川省内为党政机关、国有企事业单位提供网络舆情信息服务的单位须具备互联网新闻信息服务一类资质，并在四川省网管办进行审核登记”。

发行人作为四川省委宣传部主管的企业，已在四川省网信办申请审核登记并顺利通过，其通过有效渠道检索收集的信息具有权威性、合法性、安全性。

移动信息服务业务方面，发行人拥有国家新闻出版广电总局签发的网络报纸、手机报出版资质。根据四川省政府新闻办《关于规范手机报、手机新闻短信等新媒体管理的通知》，四川省内各市（州）原则上不单独开办手机报业务，开

办的手机报业务需统一纳入发行人手机报业务，并以“四川手机报-XX 版”的形式并版发行和管理。

2、四川省内品牌优势明显

发行人旗下的四川新闻网是四川省委确定的省级四大主流媒体，也是四川省委省政府重点扶持的省级最大网络媒体。近年来，四川新闻网多次荣获“中国新闻奖”，2018 中国网络媒体论坛上，四川新闻网在省级新闻网站综合传播力榜中排名第十，网站综合传播力位居四川第一。四川新闻网长期承担中心宣传任务和舆论引导任务，是四川对外传播展示形象的窗口，受众广泛，用户粘合度高，已成为四川及西部对外宣传的重要新型媒体。与此同时，发行人旗下的“麻辣社区”还曾两度被评为由国务院新闻办和中国互联网协会推荐的“中国互联网站品牌栏目（频道）”，为四川省受众最多的网络社区之一。

为了更好地服务终端客户，发行人还搭建了覆盖四川全省 21 个市（州）、181 个县（区、市）的人民政府和省级单位、部门的网络新闻应急管理平台。通过该系统，各市（州）县（区、市）党政部门，可以便捷、全面了解国内外重要信息动态，及时掌握网络舆情动向，第一时间掌握宣传活动信息并进行宣传策划活动推广。通过该平台，发行人已成为四川省网络信息主管部门确定的全省网络新闻信息应急管理平台建设实施单位，省内品牌优势明显。

3、用户规模庞大，粘性优势突出

发行人通过新闻网站、手机报、户外广告等多种宣传渠道，既能服务企事业单位客户，也能全方位服务个人用户，具备由点到面的综合客户服务能力，通过多年业务发展和客户合作，拥有了大量优质、高粘度的用户资源。发行人与四川省内 21 个市（州）、181 个县（区、市）的人民政府和省级单位、部门长期保持优良的战略合作关系。公司网络舆情服务采用属地化管理的原则，在四川省内逐步建立起完善的服务体系和先进技术优势。2018 年底，网络舆情服务客户超过 100 家，行业覆盖包括党政、教育、医疗、卫生、交通等方面，地域基本覆盖四川全省主要部门及市（州）区（县）。

移动信息服务方面，2018 年发行人主要手机报产品计费用户数月均值超过 160 万，手机报订阅用户数（含免费用户）合计超过 6,800 万，广泛的用户数量

为公司手机报业务开展广告等增值业务提供了良好的基础。

4、党媒服务党政机关及国企的先发优势

发行人作为四川省委宣传部旗下的主流媒体，长期服务于四川省内各级党政机关和行业部门，与各地方党政部门关系良好。在为他们提供时政新闻内容、对外宣传等日常宣传工作服务外，公司还为省、市、州政府打造富有特色的新媒体托管与运营、网络舆情服务等新媒体整合营销服务。各地党政的主流媒体均已成为公司重要合作伙伴，四川新闻网、四川发布和网络舆情服务也已成为各部门工作人员重点关注的媒体平台和产品内容。《党政手机报》作为新时代传播党和政府声音的重要媒介，受到广大党政机关和党员群众的好评，信息内容被广泛引用和转载。

未来公司将充分利用党政机关客户这一重要发展资源，实施资源深入整合。目前公司已通过与四川省内各行业部门建立的良好关系，对四川省各地域及各行业进行信息收集，组建庞大的信息数据库，为未来信息增值业务的发展打下坚实基础。

5、信息获取优势

发行人作为一家拥有全业务经营资质的新媒体企业，拥有多个新媒体平台，具有广泛的客户基础和信息渠道，立足四川省内市场充分采集和挖掘省内各市州新闻资讯并进行市场开拓，通过上述信息获取优势向客户提供各类媒体宣传服务，取得了良好的成绩。未来，随着公司业务的进一步拓展，在四川省内信息获取优势将更为突出。

（四）发行人的竞争劣势

1、公司运营投入不足

相较新浪、腾讯等高度商业化的互联网企业，公司软硬件投入并不充分，技术平台水平和业务运营规模等方面仍有较大的提升空间。未来，公司将全面整合四川省及西部各类媒体资源及政府资源，强化各方面投入，深化实施新媒体业务，以进一步增强新媒体综合服务能力。

2、业务模式仍需持续创新

新媒体技术的发展和终端受众使用习惯的迅速转变，促使新媒体企业不断推

陈出新，基于 PC 终端兴盛起来的各类新媒体产品也开始向移动终端快速渗透。公司目前的新媒体业务模式已初具规模，但信息产品和服务种类仍较为单一。面对日趋激烈的竞争，公司未来需在技术平台和新媒体产品方面大力创新，充分挖掘终端客户需求，拓展更加广泛的新媒体渠道和服务形式，以应对来自各方面的挑战。

3、市场范围及影响力有待扩大

及时、准确传递新闻资讯，全面、生动展现地方文化是新闻传媒企业的核心竞争力之一，四川新闻网、四川发布等公司主要新闻传播渠道主要立足于报道四川当地新闻、信息。四川省人口众多、文化丰富，其信息源是充足的，而对四川新闻及四川文化感兴趣的用户是来自全国乃至世界各地的，因而其传播的范围亦是广阔的。目前公司各业务板块主要专注于服务四川本地市场，在一定程度上限制了发行人向外快速扩张。

目前，发行人已具有明显的省内优势，成为了包括新华网、腾讯等媒体转载四川信息的主要新闻来源之一，新媒体整合营销客户数量在四川省内名列前茅。但相比全国性新媒体如人民网、新华网等，发行人在知名度上相对还处于劣势。公司亦期待通过成功登陆资本市场，进一步提升自身在全国范围内的知名度。

（五）影响发行人发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策支持发行人所处行业的发展

2014 年，国务院办公厅出台了《关于进一步支持文化企业发展的通知》，强调中央财政和地方财政应安排文化产业发展专项基金，完善政策扶持体系，采取贴息、补助、奖励等方式，支持文化产业发展。

2014 年，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第四次会议上强调，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，着力打造一批形态多样、手

段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进。

2017 年 4 月，文化部出台了《国家“十三五”时期文化产业发展规划》，明确了“十三五”时期文化产业发展的总体要求、主要任务、重点行业和保障措施，并以 8 个专栏列出 22 项重大工程和项目，着力增强操作性。到 2020 年，文化产业整体实力和竞争力明显增强，培育形成一批新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益，文化产业成为国民经济支柱性产业。

2017 年 9 月，国家新闻出版广电总局印发《新闻出版广播影视"十三五"发展规划》，强调加强主流媒体建设，提高舆论引导能力；弘扬社会主义核心价值观，提高内容生产和创新能力；深化一体发展，推动媒体融合取得新突破；构建现代新闻出版广播影视公共服务体系，促进公共文化服务提质增效；加强科技创新，构建现代传播体系；做优做大做强新闻出版广播影视产业，进一步提高规模化、集约化、专业化水平；加快构建现代新闻出版广播影视市场体系；深化新闻出版广播影视改革，健全确保把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的体制机制。

中央和地方各级政府对信息传播服务行业的各项政策支持，为行业发展提供了充分的政策保障，也为企业的不断壮大创造了良好的外部环境。

（2）信息传播技术和基础建设的进步为行业发展创造了基础

随着经济水平的提高，我国互联网和移动电信基础建设获得了极大的发展。近年来，我国互联网网民数量和互联网渗透率保持快速增长态势，截至 2018 年末，全国网民数达到 8.29 亿，互联网普及率达 59.60%；同期末我国手机网民用户数达到 8.17 亿人，较 2017 年末增加 8.55%，手机网民用户数占整体网民数比例为 39.50%。

在资本和用户需求的共同推动下，近年来互联网技术和移动通信技术获得了长足发展，配套的信息分类和数据挖掘技术也呈现出迅速演变的态势，信息传播的交互性和实效性得到完善，信息传播渠道不断拓宽，呈现方式日益多元，这些都有利地推动了企业业务的拓展。

（3）受众对新媒体信息传播服务的认知和接受程度提高

随着各类媒体传播渠道的出现和终端用户的使用习惯变化，多元化的信息传播服务和产品获得了终端用户更多的认可。

为应对互联网浪潮的冲击，传统媒体纷纷电子化，推出自己的互联网站或者报刊电子版，使得传统纸媒的用户迅速向线上迁徙。新成长起来的年轻用户则直接通过互联网接受新闻资讯，互联网已成为人们获取信息的重要渠道。根据 CNNIC 数据统计，截至 2018 年末，手机网络新闻用户规模达 6.53 亿，占手机网民的 79.9%，年增长率为 5.4%。

近年来，随着手机用户的增加，为公司拓展新媒体相关业务打下了良好的基础。同时，党政机关、各大型国有企业和民营企业在内的各方都开始重视互联网信息的舆情跟踪及新媒体业务托管等，客户消费观念的转变给新媒体整合营销业务的发展带来巨大的增长空间。

（4）对于地方新媒体的准确定位

发行人作为四川省委宣传部旗下的重要新媒体，拥有四川省内最全的经营资质，在全省范围内具有较强的竞争优势；公司旗下的四川新闻网为四川省内最早成立的新闻网站，通过多年业务发展和客户合作，拥有了大量优质、高粘度的用户资源。作为一家拥有全面业务经营资质的新媒体企业，公司立足四川省内市场，充分采集和挖掘省内各市州新闻资讯，并借助丰富的政企资源和省内各行业信息，充分贴近当地群众、党政机关和企事业单位所需，具有明显的信息获取优势。

同时，新媒体行业发展目前已经开始注重行业细分，在大数据的支持下，展开分众化、个性化服务的情况愈发突出，以腾讯网、新浪网为代表的大型商业网站也在向这一趋势转型。在这一过程中，为发行人在区域化发展深耕细挖、个性化服务提供了广阔的市场空间。

2、不利因素

（1）区域性互联网信息传播基础建设滞后

互联网的普及程度与区域经济水平密切相关。受经济发展和社会信息化水平制约，我国互联网呈现出西部基础设施建设慢于东部、农村互联网普及率低于城镇的特点。不均衡的互联网基础建设发展态势对互联网信息传播行业的发展产生

了不利影响。

（2）行业法律法规及监管待完善

我国网络相关法律法规的建设尚处于起步阶段，与互联网行业的发展需要未完全匹配，在知识产权保护、网络诚信建设、网络犯罪防范等方面的制度约束和监管体系有待进一步加强，这一定程度上影响了互联网信息服务行业健康有序地发展。

四、发行人主营业务情况

发行人是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑的新媒体企业，是依托四川省委宣传部主管、主办的全国重点新闻网站四川新闻网组建的四川省省级重点文化传媒产业集团。经过多年经营和行业积累，发行人已建立起四川新闻网、四川发布、四川手机报、中国西部网、麻辣社区等多个新媒体平台，可以为客户提供多样化的综合宣传服务。

（一）主要媒体平台的情况

发行人经过多年发展，目前已形成网站、手机报、微博微信公众号、论坛社区和互动电视平台等多维一体的媒体平台矩阵。具体如下图所示：



1、主要网站

发行人旗下主要网站包括四川新闻网、中国西部网以及四川发布网站。

（1）四川新闻网

①简要发展历程

四川新闻网(www.newssc.org)由四川省委宣传部主管主办，于 1999 年 1 月正式上线，系全国首批省级重点新闻单位，是四川省委确定的与四川日报、四川人民广播电台、四川电视台并列的省级主要媒体，是全省媒体集中上网平台。网站已发展成为四川省最具影响力的综合性门户网站和重点新闻门户网站，在全省 21 个市州设立地方频道，提供权威、快捷、全面的四川新闻和四川资讯，成为国内各大网站转载四川新闻的最大核心新闻源。

2009 年 9 月，中央外宣办确定四川新闻网为全国首批十家重点新闻网站转企改制试点单位之一，自此四川新闻网的互联网信息传播业务发展获得新的动力。

近年来，在中央网信办《网络传播》杂志公布的《中国新闻网站传播力排行榜》中，四川新闻网在全国省级网站综合传播力榜、PC 端传播力榜等榜单上，排名持续高居全国前十，稳居四川省第一。

2018 年 9 月，在中央网信办指导，中国记协、中国网络社会联合会主办的 2018 中国网络媒体论坛上，中国网络社会联合会发布《中国新闻网站综合传播力榜》，该榜以习近平总书记强调的新闻舆论“传播力、引导力、影响力、公信力”为核心指标，推动、引导各新闻网站不断增强“四个意识”、坚定“四个自信”。四川新闻网在省级新闻网站综合传播力榜中排名第十，综合传播力位居四川第一，西部第二。

②媒体平台介绍

四川新闻网拥有全国一类互联网新闻资质、全国互联网视频制作、播放资质、互联网出版等资质优势。同时，在网站业务拓展方面能够获得互联网文化产业发展政策的有力支持，拥有党政机构、信息产业、电信基础运营商、广电系统、传媒公司、教科文卫等领域的强大社会资源支持。四川新闻网主网站下设频道分为新闻资讯、服务资讯、地方资讯等 3 个大类，其中新闻资讯类包括四川、国际、

国内、图片、政企、娱乐等频道；服务资讯类包括旅游、房产、汽车、教育、财经等频道；同时，四川新闻网在成都、绵阳、德阳、自贡、攀枝花、泸州、广元等全省 21 个市州设立了地方分站、子频道。



网站业务内容重点着力于新闻宣传类及活动策划类两个方面。其中，新闻宣传类内容涵盖政府会议与中心工作、重大主题宣传、民生工程与公益事业、重大及突发新闻、大型政府会展及活动等；活动策划类内容则覆盖商业会展、企划评选、地域粘合、热点创新等方面。

③媒体平台特点

A、新闻报道及舆论引导：作为全国主流地方门户，网站坚持社会主义核心价值观导向，坚持“四个自信”，强化“四个意识”，围绕省委省政府中心工作开展创新宣传，守好舆论阵地，唱响主旋律，传递正能量，在重大事件报道中的传播力和整合力优势明显，牢牢捍卫四川网络舆论话语权。网站实现 24 小时全天候值守，第一时间发布新闻，提供最全面民生服务信息，同时撰写并编发网络评论，进行网上舆论引导。

B、专题推广及品牌创建：负责重大社会实践与公益活动的特别策划报道；承担民意调查问卷设计制作；为大型宣传报道和活动定制严谨而富有特色的专题网页；同时根据产品定位差异创建出丰富多样的品牌栏目。

C、活动策划及落地执行：与全省各党政机关、事业单位合作，利用线上优势媒体宣传资源与线下落地活动策划相结合，对相关活动进行品牌塑造、宣传及推广，打造精品线下活动。

D、特色营销与一站式服务：与各类型的企业商家合作，为其提供品牌推广、宣传策划活动，同时承担各类大型活动、展会的策划、实施与执行。立足四川特有的地缘和辐射优势、网站品牌优势，结合创意开展全媒体营销传播，提供一站式广告专业服务。

④主要经营数据

根据“百度统计”对发行人 2018 年的统计显示，2018 年四川新闻网网站日均 PV 近 300 万+，日均 UV 达 50 万+，官方微博及官方直播平台粉丝均接近 70 万，最高单场直播观看人数达 240 万。四川新闻网作为省级主流媒体，每日更新实时新闻资讯多达 4,000 余条，年刊发专题超过 400 个。四川新闻网根据自身业务特点一直秉持着无需注册、免费浏览的特性；月平均活跃用户数 270 余万，日平均活跃用户数 9 万余人。

（2）中国西部网

①简要发展历程

2001 年 9 月，中国西部网（www.cnxibu.com）正式开通。中国西部网是经国务院新闻办批准，四川省委宣传部主管，西部 12 个省、市、自治区政府新闻办和西部各重点新闻网站共同发起，四川省新闻中心承办的全国第一家跨省际网络媒体。

2012 年 6 月，经四川省政府新闻办、四川省网信办批复同意，四川省新闻中心将中国西部网交由发行人独立运营管理。

2013 年 6 月，中国西部网完成全面改版，改版后中国西部网以向用户提供高品质的视频和高附加值的服务为主，以精准定位满足用户需求，达到以高品质的视频和高附加值、差异化的服务满足客户需求的目的。

②媒体平台介绍

中国西部网上线之初设有板块十余个，包括西部新闻、西部开发、西部论坛、西部旅游、西部风情、西部历史、西部艺术等，及时发送与西部息息相关的图文资讯信息，从时政、经济、文化、宗教、民族各方面，向海内外展示多彩、跃动、变化的西部。自 2013 年网站全面改版后，中国西部网继承了改版前网站的特色和优势，以视频为主要新闻载体，涵盖热点新闻、四川新闻等资讯内容，以快速

的新闻传播速度、优质的新闻精选内容持续提升用户的体验。



③媒体平台特点

A、全面的新闻内容

与其他视频网站内容比较，中国西部网依托发行人全面的业务资质，以整合的本地新闻和热点新闻来吸引用户，能充分满足用户对于新闻内容及时性、全面性和丰富性的需求。中国西部网的内容整合发布模式能够满足用户日渐挑剔需求。

B、差异化的经营方式

相较于传统视频网站以视频依托点击带动广告收入的经营模式不同，中国西部网的主要收入来源是通过为客户定制视频产品及附加业务。基于一流的集策划、拍摄、制作、包装于一体的高端专业影视制作团队，以及雄厚的技术力量和全套先进的电影及制作设备，促成了四川省内多家企事业单位与网站开展视频定制或附加业务的合作。

④主要经营数据

2018 年，中国西部网借助川网传媒庞大的媒体矩阵，获得更快速、更深度的传播效果，形成正能量视频内容的集合社区，引导网民形成正确的社会主义价值观。

中国西部网 2018 年网站流量的访问量主要来源是其他外部链接和直接输入

网址或书签，其中外部链接占 77.88%、直接输入网址或书签占 17.43%，较高的外部链接体现了中国西部网较广泛地被转载。

（3）四川发布网

2014 年 7 月 17 日，四川省政府新闻办、四川省网信办联合印发《关于推进四川发布网有关工作的通知》（川信办发文〔2014〕7 号），明确“四川发布网（www.scpublic.cn）”由四川省政府新闻办、四川省网信办主办，发行人承办。

四川发布网站包含全媒体发布、常务会、发布会、省直部门、市州、政务、民生等多个业务板块，主要以四川省政务类新闻发布为主。四川发布网站与四川发布客户端使用同源后台，四川发布网站的发稿量和阅读数与客户端一致。



2、四川发布为主的政务新媒体平台

“四川发布”是四川省政府新闻办、四川省网信办、四川省人民政府信息公开办公室主管主办、发行人承办的“两微一网多端”政务新媒体矩阵。

在发行人成立的“四川发布业务部”专业运营下，“四川发布”以“互联网+党务政务公开+政务服务+政民互动+智能传播”为出发点，构建起用户达 2,300 万、覆盖上亿人群的“两微一网多端”政务新媒体矩阵，连续五年在全国省级政务新媒体综合影响力中名列前茅，已成为四川省权威信息发布、政策解读回应、政民互动、在线办事服务的新型政务服务平台。

（1）简要发展历程

四川省政府新闻办于 2010 年与 2011 年分别在新浪网、腾讯网等微博平台上开通名为“@天府微博聚焦四川（新浪）”和“@天府神韵（腾讯）”认证的政务微博账号。

2013 年 6 月，四川省政府新闻办将以上各平台政务微博移交给发行人组建专业团队运营。2013 年 7 月，发行人将各微博平台上的认证账号统一命名为“@四川发布”。

2014 年 1 月，发行人开设了“四川发布”政务微信公众号，并入驻了人民日报客户端“人民号”和今日头条客户端“头条号”等。

2014 年 5 月，发行人上线四川发布网站（www.scpublic.cn）开始运维。

2015 年起，经四川省人民政府办公厅批准，四川发布正式成为列席四川省政府常务会的官方新媒体。

2015 年 11 月，发行人开发建设“四川发布”客户端。

2018 年 2 月，“四川头条”公众号正式上线运营。

2018 年 4 月，“四川发布”客户端和网站获得“互联网新闻信息服务许可证”。

2019 年 3 月，发行人开设了“四川发布”抖音号。

（2）媒体平台介绍

四川发布以文字、图片、H5、动画等多种形式，通过数字化、场景式、图表、音频、视频、游戏等方式对省委、省政府中心工作以及民生服务政策进行权威发布，成为四川省委、省政府信息公开和对外宣传的重要平台，并对重大民生政策进行详细报道和解读，使政务信息传播更加形象生动。

“四川发布”宣传效果突出，在全国地方新媒体中具有较强影响力。如 2018 年 5 月 12 日，汶川地震十周年，“四川发布”联合上百家政务新媒体发起“援来一家人”报道，在新媒体上阅读量接近 1 亿，点赞 30 余万人次，成为汶川大地震十周年报道中最具影响力的媒体报道之一。

目前，四川发布旗下平台主要有：政务微博“@四川发布”、政务微信“四

川发布”、四川发布网（www.scpublic.cn）、政务短视频“四川发布”、四川发布客户端、IPTV 四川发布栏目，以及入驻人民日报客户端、今日头条客户端、天天快报客户端、网易客户端、一点资讯客户端和喜马拉雅客户端等平台。同时，“四川发布”聚合全省政务新媒体的优质内容和部分在线办事服务功能。



（3）主要经营数据

当前，四川发布立足“智能化+大数据”，建立覆盖十余个民生领域的政务信息大数据，全面掌握全省各级各部门政务新媒体运维情况，并以此对新媒体行业发展进行科学分析。

①政务微博“@四川发布”：通过“短、实、活、新”的特点，在微博舆论场上及时权威发布、舆论引导。截至 2018 年末，四川发布新浪微博用户数约 535 万人。@四川发布具有较为显著的地域特征，四川地区用户占比最多，其他地区中广东省用户占比较高。2018 年，四川发布微博全年原创新闻数约 9,445 条，平均每月原创新闻数约 787 条；全年转载自其它媒体平台的数量为 2,111 条，每月转载自其它媒体平台的数量约 176 条。2018 年，四川发布微博平均每篇报道的阅读量 47,421 次，每篇新闻的回复（回帖）数据约 20 次。

②政务微信“四川发布”：通过深度解读四川各类党政、民生信息，打造一站式微信办事和查询平台。截至 2018 年末，四川发布用户数近 50 万，2018 年全年发稿量 1,500 余条，全年微信浏览量 600 万次。

③政务客户端“四川发布”：客户端集对外宣传、政务服务、政民互动、大数据分析和四川政务新媒体矩阵为一体的新型政务服务平台，“一端在手，尽知四川”。截至 2018 年末，四川发布客户端累计下载量达 100 万，累计注册用户数 510,150 个，月平均活跃用户数 11,395 人。2018 年，四川发布客户端全年原创新闻数 16,620 条，平均每月原创新闻数约 1,385 条；全年转载自其它媒体平台的数量为 21,988 条，每月转载自其它媒体平台的数量约 1,832 条。

④入驻多家客户端：四川发布入驻全国多家知名客户端，日常推送信息，阅读量过亿，在各入驻平台中，影响力均名列前茅。截至 2018 年末，四川发布“人民号”粉丝总数达到 478 万，阅读量达 1,268 万；四川发布“头条号”粉丝总数达到 26 万，阅读量达 7,338 万。

⑤短视频“四川发布”：构建政务短视频直播平台，与网民进行最鲜活的互动。

2018 年，四川发布获得多项荣誉，包括“2018 省级发布传播力奖”、“微博年度影响力事件”大奖、“2018 年度全国十大党政新闻发布微博”、“2018 年度中国优秀政务新媒体”、“年度杰出影响力政务号优秀新媒体运营奖”、“2018 年腾讯政务企鹅号优秀运营奖”、“2018 年度地方最强音政务号”等。

3、麻辣社区

（1）简要发展历程

2003 年 7 月，麻辣社区正式创办。

2010 年 8 月，麻辣社区正式启用独立域名（www.mala.cn）。

2012 年，麻辣社区开发麻辣巧遇客户端，实现了麻辣巧遇与麻辣社区论坛、麻辣微博的互联互通。

2013 年，麻辣社区在其 100 多个市县论坛设置了群众呼声网络问政专栏，建立了四川省网络问政交流平台，网民的许多问题得到了有关政府部门的及时回应和解决。

2014 年，麻辣社区依托“群众呼声”栏目开通了《麻辣社区实名机构认证》，得到各地政府职能部门积极响应。

2014 年，麻辣社区建立电子商务平台—麻辣 e 购，为麻辣社区用户提供生

态农产品、本地特色食品及景点门票等一系列极具四川本土特色的消费品。

2015 年，麻辣社区用 H5 改写麻辣社区 WAP 版，推出全新的移动端网页，深度拥抱移动互联网。WAP 移动端功能丰富、页面简洁、加载速度快、省流量，同时引入 NO-SQL 技术，极大提高了麻辣社区的承载能力。

2016 年，麻辣社区成为四川各级党政部门走网上群众路线的主要渠道。四川省人民政府办公厅发文《关于进一步加强网络问政平台网民留言办理工作的通知》，其中要求：对群众在麻辣社区《群众呼声-问政四川》的意见建议，全省各地各部门要根据职责分工主动认领，及时办理回复。通知得到了全省各市州的积极响应，成都市政府等各级政府明确发文要求：未在平台上实名注册的各级各部门要实名注册认证，根据分工主动认领，及时回复网民留言，并将办理工作纳入年底目标绩效考核。到 2018 年底，麻辣社区已有 4,300 余家党政部门实名入驻，在线回应、解决民众诉求。

2017 年 8 月，麻辣社区客户端上线，可在手机上满足阅读、发布、社交功能。

2018 年 1 月，麻辣论坛客户端推出全新的“随手拍”短视频功能。这是麻辣社区继文字、图片、传统视频之后的又一种内容传播载体，涌现出一大批以短视频记录生活的短视频网民。

2018 年 12 月，网红四川直播客户端上线，推出实时互动的全民直播平台。网红四川便于网民更直观的浏览视频资讯，还可实现用手机进行现场直播，分享所见所闻。

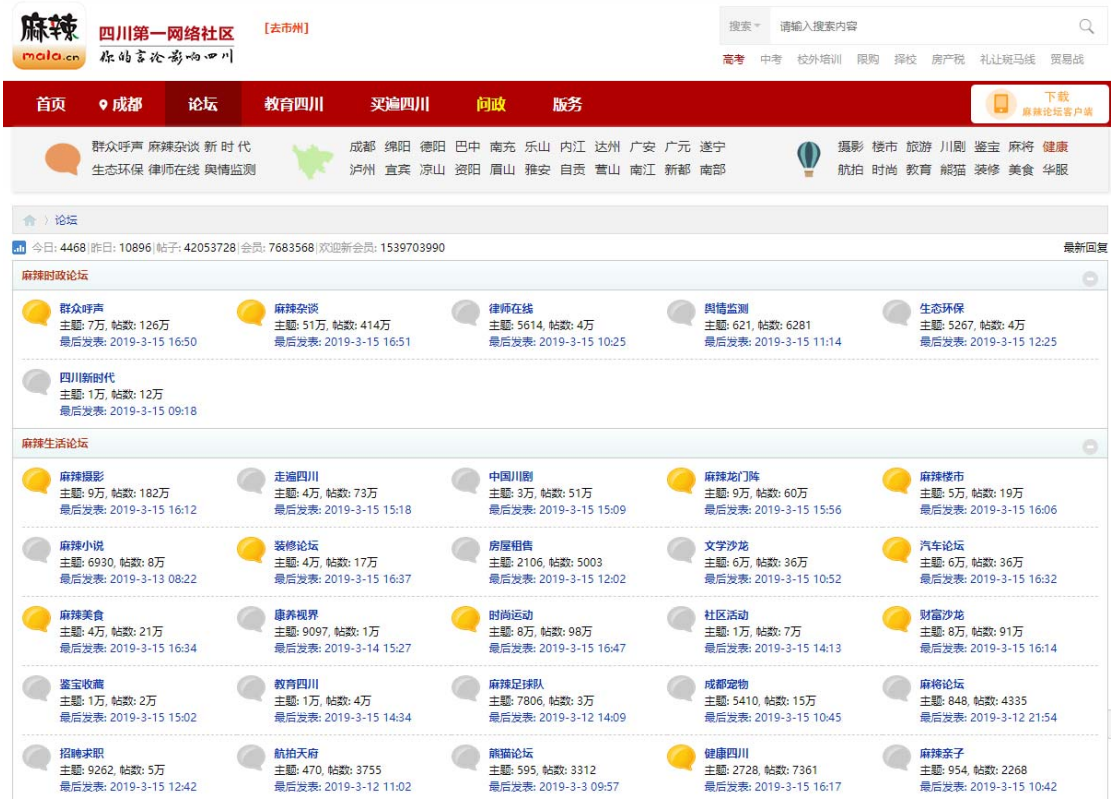
（2）媒体平台介绍

麻辣社区（www.mala.cn）是四川最重要的网络舆情集散地之一，是四川省最主要的网络问政/网络理政平台，是四川省各级政务机构通过网络走群众路线、了解民情民意的主要渠道。

麻辣社区拥有三大移动客户端，分别是麻辣社区客户端、麻辣论坛客户端、网红四川客户端。其中，麻辣社区客户端亮点为轻阅读，麻辣论坛客户端亮点为发布小视频功能，网红四川客户端是麻辣社区实时互动的全民直播平台。同时，为适应新媒体发展趋势，麻辣社区在新浪微博、微信、今日头条、网易、抖音上

开设了 10 余个新媒体矩阵号，包括麻辣社区、教育四川、网红四川、走遍四川、买遍四川、光影四川等，涵盖民生、教育、直播、购物、摄影、旅游等方面。

麻辣社区拥有 206 个子版面。下设《群众呼声-问政四川》《大话四川》《麻辣摄影》《走遍四川》《中国川剧》等 200 多个新闻类、民生类、本地类、兴趣类子论坛，多次被评为“中国互联网站品牌栏目”，也多次获得四川新闻奖，是中国最有影响力的网络媒体之一。



（3）媒体平台特点

麻辣社区《群众呼声-问政四川》是四川省最重要的网络问政（理政）平台，也是全省各级政务机构通过网络走群众路线、了解民情民意的主要渠道，日均 PV（页面访问量）30 万次以上，日均发帖 1,000 条左右，月均贴文 3 万余帖。栏目以网络论坛互动为核心，邀请全省各级党政职能部门实名入驻，搭建民众和官方的便捷沟通平台，邀请全川各级党政机关在此设立网络发言人，和民众实名对话、实名理政，主动接受民众舆论监督、回应民众疑虑，主动发布权威声音，解决民众实际问题。在投诉建议帖后，直接实名跟帖回应网民意见建议。

网红四川是麻辣社区的视频直播平台。网红四川是集直播内容发布、转码、

存储、播放及社区图文信息的发布、浏览、分享等功能为一体的综合性社交平台，内容立足四川本土，涵盖热点新闻、文化教育、医疗健康，以及最具四川本土特色的人文、美景、美食美味、农副特产、民俗风情等，通过直播和短视频的形式，全面展示四川风采、记录川人故事，传播四川文化，推动四川经济。

（4）主要经营数据

①活跃用户数：根据谷歌统计显示，麻辣社区 2018 年月均活跃用户数为 516.21 万，其中移动端月均活跃用户数为 391.99 万。

②注册用户数：截至 2018 年末，麻辣社区注册用户为 767 万。

4、手机报业务平台

（1）简要发展历程

发行人成立前，手机报业务由四川新闻网站信息中心负责运营，通过手机短信对四川边远地区试点新闻短信手机报信息服务。

2005 年 4 月，为向凉山州彝族群众提供及时的新闻信息，支援凉山州宣传建设工作，四川新闻网站创办了第一份短信手机报——《凉山快讯》。

2008 年 4 月，四川新闻网站启动手机报全网发行平台建设，并于 2008 年底正式升级到中国移动全网手机报平台，面向全国移动手机用户试刊发行手机报。

2008 年 5 月，汶川地震发生后，四川手机报向四川省内手机用户发送免费短信 2.97 亿条，有效支援汶川地震应急信息发布。

2009 年 9 月，《四川手机报》正式发刊；2009 年 10 月，《四川本地手机报-便民信息》本地短信手机报业务启动；2009 年 11 月，《四川手机报-行业版》出版平台建设正式启动。

2009 年 12 月，为寻求新媒体可持续发展的经营模式，并应转企改制要求，四川新闻网站作为唯一股东出资设立四川手机报传媒有限责任公司，发行人开始独立运营手机报业务。

2011 年 5 月，公司手机报业务正式接入四川电信、四川联通，形成三大运营商共同支撑合作局面，实现三网覆盖。

2013 年 7 月，国家互联网信息办公室在成都召开会议，推广《四川手机报》

“一省一报”发展经验，要求中央、省市（区）新闻网站和商业门户网站学习借鉴。

2014 年 7 月，为顺应移动互联网的发展趋势，寻求手机报的可持续发展经营模式，公司推出了基于 H5 技术的四川手机报 VIP 特权平台，为所有四川手机报读者提供线上及线下优惠产品、优质服务，让四川手机报成为读者享受增值服务的身份识别卡，订购四川手机报即可享受全方位优惠。

2015 年 1 月，根据国家互联网信息办公室《关于对<四川手机报>纳入四川省党报党刊征订范围的回复意见》（国信办发函[2014]83 号）文件精神，发行人手机报旗下的《四川手机报-党政参考》按党报党刊试点发行。

2015 年 6 月，公司推出党政类《一县一报》手机报业务，截至 2019 年 5 月，《一县一报》已实现四川全省 27 个县域区域的覆盖。

2016 年 7 月，全国手机报新媒体发展推进现场会议在成都召开，中央网信办明确指出，以四川手机报为标杆大力推动全国手机报新媒体创新发展。

2018 年 9 月，公司全面收购上海新动手机报技术平台及相关业务，并通过该平台全面支撑四川、湖南、湖北、宁夏、安徽、甘肃、河南、江西、山西、青海全国 10 个省级手机报的运营，并提供持续技术支持。通过上述收购，公司可通过手机报业务覆盖用户数量 1.2 亿人以上，公司借此契机开始进行手机报业务的全国范围布局，打造手机报业务的全国一张网，并开发了“全国手机报可视化监控指挥平台”，能对通过该平台发送的全国各省手机报发送信息进行实时监测和统计。

（2）媒体平台介绍

公司手机报业务已发展成为全国省级手机平台中最大的手机报综合运营体系，拥有广泛的客户基础，产品类型涵盖全网《四川手机报》、本地《四川手机报》《党政参考》《一县一报》《少数民族手机报》等多种业务形态，客户包括党政机关、企事业单位及个人。

发行人手机报发布形式多样，涵盖短信、彩信、视频、H5、APP 等多种方式，并为了适应用户的使用习惯，不断在内容上进行丰富，形式上进行优化。如用户点击 H5 链接时，除可对新闻信息进行深度阅读外，还可享受打折福利等优

惠待遇，这不仅增加了用户粘性，还增加了运营商数据流量。

（3）媒体平台特点

发行人手机报可以进行短彩信、H5、视频等多种内容的发送，还具有多媒体手机报、AR、智能大数据、云应用等多种内容形式，根据客户需求对客户订阅内容进行精准推送。

发行人手机报由于同时发送数据信息量较大，对信息系统的使用要求也较高，目前使用的软件系统有：手机报编辑管理系统、全国手机报发布云管理系统、广告发布管理系统、党政手机报发行管理系统、大数据分析管理系统、四川手机报读者福利系统及手机报移动互联网相关系统等系统平台。该业务平台具有以下优势和特点：

①完整的编、审、发流程，编、审、发三权独立，平台实际发送能力达到5,000 条/秒（即 1,800 万条/小时），并可以根据实际需求扩充发送能力。

②丰富的产品表现，支持短信、彩信、视频、H5 和手机客户端等多种手机报形态。

③领先的计算和存储方案，手机报系统使用分布式数据存储和计算框架，数据存储可根据业务需要扩展到几百 T 级甚至更多，可实现每秒 10 万次以上的毫秒级写入和读取，不再被普通数据库存储容量和数据读写能力所限。

④精编与个性化结合的内容推送，可为用户提供量身定制的阅读内容。系统加入了大数据阅读和推荐阅读技术，可根据用户所在地域以及阅读喜好，给用户推荐最适合用户的内容。

⑤自定义的图形化指挥功能，系统可指定人群推送、指定地域推送、组合推送，并通过大数据指挥系统实现图形化操作，定点发送。

⑥多语种发布，系统支持彝语、藏语等少数民族语言，在凉山、青海等少数民族地区使用。

（4）主要经营数据

从平台运营和维护情况来看，报告期内发行人手机报平台每日最低下发量突破 2,000 万条，峰值达到 7,000 万条。

从用户活跃度情况看，《四川手机报》平均每日接收成功率达到 97%，2018 年，月均互动活动参与量（指用户当月参与四川手机报互动活动的回复次数）达 10.5 万条，月均互动点击量（指用户点击参与四川手机报发起的互动话题的次数）达 3,000 万次；月均单条热门新闻点击量（指当月最热门新闻的用户点击次数）超过 1,000 万次。

5、互动电视平台

（1）简要发展历程

发行人于 2017 年全面进入互动电视平台业务领域，专注为电信运营商提供互动电视内容整合服务。目前，发行人已与四川电信及四川移动达成影视点播增值业务合作协议。

2017 年 1 月 9 日，“川网视频”平台与四川电信合作正式登陆 IPTV。经过两年的不断迭代，在互动电视端领域形成了以丰富的多 CP 内容整合、成熟的平台运营管理、全智能的内容推送、顶尖的交互设计开发的四大核心能力，积累了大量的用户基数和良好的口碑。为成为 IPTV 精品影视内容平台，川网视频引入了海量优质精品片源，为广大 IPTV 用户带来更加丰富的视听体验。

2019 年 2 月 2 日，“川网影视”平台正式登陆四川移动魔百和，发展基于开放互联网的各种视频及数据服务业务，为四川移动家庭用户提供丰富的视频服务。“川网影视”拥有一级频道入口平台，引入院线电影、电视剧、纪录片、少儿卡通、儿童教育、综艺、音乐、新闻资讯等内容，总时长超 5 万个小时，满足用户多方面视频娱乐需求。

（2）媒体平台介绍

发行人互动电视平台自 2017 年上线以来，为千万用户打造集新闻传播、影视文化娱乐、生活服务等全方位互动电视内容平台。



（3）媒体平台特点

目前，IPTV 和四川移动魔百和平台均搭载具有自主知识产权的、行业内领先的 TV 端智能 EPG 系统“川网视频影视管理系统”。系统自上线以来，通过高频次对后台的数据统计分析，不断总结终端数据交互规律，目前已经完成 6 次架构的全面升级，30 余次迭代升级，各类功能开发 100 余个。

“川网视频”及“川网影视”拥有多种不同的内容推送模型，主动推荐可以针对不同时间、不同用户设定不同的推荐内容。系统还针对多个内容供应商，单独设计并开发了独有的 CP 管理与分账系统，能针对不同 CP 提供的内容数据进行区分管理、保障数据统计准确与公平性。

（4）主要经营数据

截至 2019 年 5 月， IPTV“川网视频”已经上线内容超 53,500 小时，周更新量超 250 小时，内容涵盖资讯、电影、剧集、动画、综艺、纪实、健康等，覆盖四川超 1,000 万用户，平台访问量达 8,400 万次，注册用户数超过 167 万，平台付费用户超 23 万，节目播放次数超 32 亿次，播放时长超过 3,200 万小时。

四川移动魔百和“川网影视”平台基于在四川 IPTV 业务开展过程中积累的开发运营经验，自 2019 年上线以来，吸引了超 186 万用户访问，已经累积超 2.57 万用户订购，节目播放次数超 75.62 万次。

未来，发行人互动电视平台业务将持续稳定发展，拓展覆盖渠道，不断引进

精品内容，在互动电视平台内容运营服务市场领域，打造西南地区最强势的影视娱乐互动电视平台。

（二）主要产品及服务情况

1、新媒体整合营销

发行人新媒体整合营销系通过四川新闻网、中国西部网、麻辣社区、四川发布等多类型新闻媒体资讯平台，联合 PC 端、移动端、户外广告媒介等全媒体信息传播渠道，为客户提供线上、线下及两者相结合的多种类综合宣传服务。基于多年来在宣传领域积累的丰富经验及多宣传手段协调发展的优势，发行人已具备为客户提供整合营销的基础及满足客户各类宣传策划需求的能力，服务类型包括：宣传推广服务、网络舆情服务、广告代理运营、技术服务等，客户广泛覆盖四川省内各大企业、事业单位及政府部门。

（1）宣传推广服务

随着近年来媒体的快速变更和移动互联网的深入发展，传统媒体的单一广告业务已经不能满足客户多元化的需求，通过互联网广告及其他综合宣传活动策划，为客户提升全方位价值已成为现代综合类媒体的必然发展趋势。目前，传统的网站流量变现的能力在逐步降低，媒体企业承接各类宣传活动策划更符合新媒体时代业务发展方向，宣传活动策划因其宣传属性在推广中也加入广告形式，两者在宣传活动中融合为整体，相互整合，宣传活动策划又需要线上宣传、线下策划执行以及两者相结合的多种方式。

宣传活动形式呈现多样化发展的态势，除传统的网站广告推送外，通过网络品牌推广、网络视频直播、线下海报宣传、线上线下交流互动等方式能够为客户或其产品达到更好的宣传效果。

①广告宣传服务

发行人广告宣传服务主要是基于公司在四川省内的信息传播能力，主要以四川新闻网、麻辣社区、四川发布、中国西部网等互联网新闻资讯平台，为各类客户提供优质的广告和宣传推广服务，客户包括：四川省宜宾五粮液集团有限公司、四川新网银行股份有限公司、四川省能源投资集团有限责任公司等。

四川新闻网在首页主要位置、21 个市州频道、各资讯频道和稿件页，麻辣

社区在麻辣社区首页、帖子列表页及帖子内容页等板块均设置了广告位。基于公司强大的四川省内的网络曝光能力，客户的网络广告和宣传能够取得良好效果。

网站首页主要位置广告



网站房产频道广告位置



②宣传活动策划

宣传活动策划旨在通过各种形式的推广，扩大活动的影响力和宣传效果，具体包含：宣传方案制定、线上宣传、线下活动策划及活动组织执行等。宣传方案制定包含：品牌亮点挖掘、文案制作、影响力推广设计等；线上宣传方式包括：网络广告宣传、网络造势、政商信息编辑推送、网络视频直播、图文报道等；线下宣传方式包括：专题宣传、线下户外广告宣传、线下用户交流互动、宣传视频拍摄等；活动组织执行包括：现场场景布置、组织现场感受体验、现场运营监管、活动策划反馈等。报告期内，宣传活动策划已成为公司新媒体整合营销业务的重

要收入来源。

具体而言，发行人宣传活动策划包含信息宣传类及活动策划类两个方面。其中，信息宣传类内容涵盖政府中心工作、重大主题宣传、民生工程与公益事业、重大及突发新闻、大型政府会展及活动等；活动策划类内容则覆盖商业会展、企划评选、地域粘合、热点创新等方面。报告期内，发行人部分宣传活动策划具体案例介绍如下：

A、阆中“中国春节老人”文化 IP 打造

2018 年春节期间，发行人承办了四川省阆中市第二届落下闳春节文化博览会，围绕阆中市为“中国春节老人”落下闳故乡的特点，为其精心策划十大主题活动和 8 个配套活动，为阆中市打造了“春节老人”文化 IP。活动策划包括方案制定、场地布置、展位安排，宣传活动采取图文报道、专题宣传、网络直播等多种媒介技术的方式，将线下的春节文化博览会和线上的新媒体和互联网宣传推广结合起来，探索了一条“互联网+”节庆活动的宣传推广新模式。借助落下闳春节文化博览会，发行人还将阆中的张飞巡城、秀才赶考、道台审案、川北婚俗、阆苑仙境实景演出等民俗互动活动等节目向广大网友展示，展现了阆中市作为春节文化之乡的独特魅力。在该活动的助推下，阆中市在 3 天时间里共接待游客 68.87 万人次，实现旅游收入有效增长。

B、“首届四川康养胜地推介会”活动有力支持四川养老体系建设

2017 年 10 月 27 日至 29 日，绿地集团成都青羊房地产开发有限公司和发行人共同策划作主办了“首届四川康养胜地推介会”大型宣传推广活动。发行人在活动中设置“一对一”的商务洽谈环节，充分对接供需双方需求，实现深度互动交流。在此次活动举办的论坛上，政府、专家和从业者为如何构建可持续的康养生态圈出谋划策，形成参考性建议，为四川生态康养产业的发展指明方向。论坛期间，300 余家境内外企业和机构参展，1.3 万余名专业观众到会洽谈，5.2 万人次观众现场观展，海内外 57 家媒体进行报道并现场直播，百度搜索关键词 50 万余条，充分展示了雅安、九寨、邛海等地以及绿地控股集团股份有限公司布局的四川康养项目，为其在康养产业的项目优势、布局规划、资源对接奠定了前期传播基础。

报告期内，发行人为客户提供的活动策划包括党政类客户活动策划及商业客户活动策划。通过上述宣传策划活动，从线上预热到线下执行，再到线上总结回顾及宣传报道，实现多维度的宣传效果。通过举办上述特色宣传活动，加强与用户的沟通，有利于提升客户价值及公司新媒体平台的综合价值。

③新媒体托管与运营

2019 年 1 月 25 日，习近平总书记在全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习中发表了重要讲话，要求形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系。统筹处理好传统媒体和新兴媒体、中央媒体和地方媒体、主流媒体和商业平台、大众化媒体和专业性媒体的关系，形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系。近年来，互联网发展大放异彩，政务新媒体日渐发展壮大，成为权威发布、信息公开、舆情回应、政务服务的重要力量。随着各行业分工的深化，部分政府及企事业单位自主进行内部 APP 及公众号的管理愈发体现出对专业和及时的高需求。发行人基于多年媒体运营能力沉淀，通过整合新闻渠道和传播平台的内容生产、管理、发布和监控功能，为四川省内政府及企业客户提供新媒体托管与运营服务，具体包括：公众号及 APP 创建及托管运营等。

发行人新媒体托管与运营的服务内容包括产品开发、技术保障、内容运维和数据分析等。具体如下表所示：

服务项目	具体内容
产品开发	充分运用团队实力，结合互联网发展，根据客户工作的特点和工作需求，在客户的重大主题宣传等节点和内容上，进行 H5、图解、漫画、动画等新媒体产品的创作
技术保障	运用好平台各项功能，充分推广客户各项中心工作，配合客户要求对平台进行技术保障和升级服务
内容运维	指定专项运维人员，负责客户新媒体平台日常内容运维，包括日常信息更新发布、后台留言搜集整理和反馈、突发事件应急舆情引导等
数据分析	根据客户新媒体平台日常运维情况进行数据分析，提供季度、半年和年度运维报告，为客户工作开展提供数据支持和建议

以公众号托管运营为例，发行人对客户公众号提供市场/用户定位、整体包装、内容活动策划、用户维护、渠道推广、数据分析等基础服务，还可以对公众号提供活动策划、数据分析、渠道推广等综合服务。

根据当前市场发展趋势，发行人在公众号及 APP 托管运营过程中，充分运用新媒体技术，建立起集 AR、VR、动画、H5、漫画、FLASH、短视频直播等为一体的智能化产品群，为客户提供新媒体产品的创作和生产，以增加客户粘性并扩大业务收入。



报告期内，发行人通过对省内政务新媒体的运营状况（包括数据、运维内容、互动等）的监控和分析，制作了《四川省政务新媒体发展观察报告》，并以此为基础，推动各级政务平台在政务功能深度对接、资源链接、技能培训等方面的深度合作。根据《四川省政务新媒体发展观察报告》，发行人新媒体托管与运营业务能力已处于全省政务新媒体建设的领先地位。

（2）网络舆情服务

网络舆情服务是指通过关注互联网上对客户有较强影响力和倾向性的言论和观点，并对该类信息进行跟踪、分析后向客户提供咨询建议，帮助客户应对网络舆情事件、维护品牌形象。

发行人是四川省内经互联网信息主管部门认证的网络舆情信息服务机构，长期服务于四川省内各级党政机关和企事业单位。

从具体业务内容来看，发行人网络舆情服务业务主要涵盖了六个方面的内容：

①搜索并收集关于服务单位的网络舆情。

②每日舆情信息筛选及推送。

③以周为时间节点为服务单位出具舆情信息报告，并提供周报、月报、季报及半年报、年报服务。

④专项舆情事件跟踪、搜索、推送。

⑤重大网络舆情应对专家咨询服务，并提供专业网络舆情应对处理意见。

⑥网络舆情培训，提升服务单位网络舆情风险意识与负面舆情应对能力。

网络舆情服务业务具体服务主要流程如下：

①客户沟通：与客户进行沟通，确认客户身份及其所关注的互联网新闻信息内容、舆情重点和舆情搜索相关注意事项。

②技术调试：为实现最佳搜索效果，公司根据客户需求，进行舆情搜索软件系统和硬件系统的安装和调试。

③内容搜集与整理：在前期准备工作的基础上进行互联网信息内容的搜集、分类和整理。公司在完成初次内容搜集和整理后，将与客户进行及时沟通反馈，并对可能的偏差进行调整，确保信息搜集的方向正确。一般而言，该类反馈会持续三至四轮。

④内容分析：在结束了对客户所需舆情内容的收集后，公司对客户关注的互联网舆情问题进行分析和汇总，对可能存在的舆情危机实施预警、提出应对方案，并最终形成分析报告。

⑤内容报送：公司通过舆情 APP 或舆情客户端定期将网络舆情信息或重大舆情危机分析报告发送至用户，确保客户能及时接收信息。

⑥协助处理：依靠公司从业人员多年积累的媒体经验，用专业、及时的服务协助客户对舆情危机进行妥善处理。

（3）广告代理运营

发行人广告代理运营业务主要依靠旗下子公司网泰传媒开展运营。

网泰传媒成立于 2015 年 7 月，与公交传媒、成都地铁传媒有限公司等企业合作运营户外媒体，开展广告代理运营业务，包括广告媒介资源代理、销售及售后服务等。从代理的媒介资源来看，发行人代理的公交站牌业务，可覆盖成都地

区 2,000 余候车亭广告牌；同时，发行人代理地铁广告业务范围包含成都地铁 1、2、3、4、7、10 号线，可覆盖其近 15,000 地铁终端（包括站台及车厢）。2018 年度，发行人为近百家广告主提供广告发布服务，客户涵盖地产、快消、银行、电子产品、旅游、汽车等众多行业。



公交广告牌



地铁电视

（4）技术服务

技术服务主要是为客户提供媒体中心等系统集成、网站建设及维护等新媒体技术开发及维护服务。发行人基于多年的宣传服务经验，在媒体中心及网站建设等业务积累了丰富的经验，并基于长期服务政府部门的优势，积极进行技术服务业务开拓。

报告期内，发行人承接四川省委讲师团网络学习平台、四川省纪委及四川省监察厅网络政务与电教中心等系统集成项目建设及后期运营服务，建设了群众路线网、记忆四川、廉洁四川、中国川剧网等网站并进行后期维护。

如四川省委讲师团网络学习平台建设主要包括开发建设四川省党委（党组）中心组网络学习平台、可视化管理中心等多个信息平台。四川省委讲师团网络学习平台是集学习交流、资源共享、数据存储、统计分析、管理考核等功能为一体的学习平台。截至 2019 年 4 月 30 日，学习平台已覆盖全省 21 个市（州），183 个县（市区），4,960 个镇（乡），120 个省直机关，100 余个国企和 100 余所省属高校，实名注册党员干部 48,257 个，总登录数 719,034 次。可视化管理中心利用最新的网络通信技术，建设成覆盖全省 21 个市州的可视化管理系统，用于访谈节目、理论解读、专家授课等高端访谈节目的制作，可实现协同办公、上传下达、系统组织学习、视频会议、远程授课、分组讨论、应急指挥等多种功能。

2、移动信息服务

发行人移动信息服务业务主要通过手机报形式，向订阅用户提供新闻信息服务，收取信息服务费。同时，发行人通过手机报发送实现广告宣传推送，并基于手机报业务平台提供平台技术服务和彩铃、音乐、图片、文字等内容安全审核服务。

（1）手机报信息传播

手机报信息传播业务主要是在发行人通过手机报产品形式向订阅用户推送新闻信息内容的业务，目前发行人手机报产品主要包括《四川手机报》《党政手机报》《少数民族手机报》三大类别。



①《四川手机报》

《四川手机报》以全网《四川手机报》和本地《四川手机报》为主。《四川手机报》主要通过彩信及短信形式发送，在短信、彩信内容中均有 H5 链接形式展现深度阅读（视频、图片、文字、音乐等），用户通过点击短信、彩信手机报中 H5 链接即可打开相关阅读网页，进行深度阅读。客户接收短信、彩信时可以提示客户及时阅读，提高新闻阅读的及时性。

全网《四川手机报》面向全国移动用户，为用户及时、快速、全面报道四川省内重大新闻、国际国内、社会热点、财经问题、民生信息等新闻资讯，并为读

者提供咨询交流平台，合作电信运营商为中国移动，2018 年底，全网《四川手机报》用户数量为 36.3 万户，通过中国移动下属卓望信息的手机报编辑平台进行编辑、发送。

本地《四川手机报》主要以四川本地手机用户为主，与四川移动、四川电信、四川联通三大手机运营商进行合作，根据提供的内容不同分为免费版和收费版。免费版信息内容相对简单，通过短信形式发送，主要以全国及四川省内的主要新闻为主，在内容提供方面讲究新闻的实效性，目前已为全省超过 6,000 万用户免费提供。收费版主要针对用户需求，为客户提供定制化的新闻，用户根据自身需求选择拟订购的新闻版块，发行人每天定时、定点为客户发送定制手机报。本地《四川手机报》通过上海新动手机报编辑平台进行发送，发行人于 2018 年 9 月正式完成对上海新动手机报技术平台及相关业务的收购。随着手机报技术平台的不断升级，发行人信息化系统可以通过数据分析手段，了解客户对某类新闻的关注程度，通过电信运营商的外呼平台与客户进行沟通，从而为客户提供更加定制化的手机报新闻。

报告期内，《四川手机报》平台稳定运行，每日最低下发量突破 2,000 万条，峰值达到 7,000 万条，2018 年累计发送《四川手机报》数量达到 128.9 亿条。《四川手机报》在本地媒体中具有广泛的社会影响力，部分报道起到了良好的社会正面舆论引导及媒体监督作用，如发行人最先报道的《校园毒跑道事件》《双流机场新交规实施》等新闻均掀起了巨大的社会反响。

A、2015 年 9 月，成都有家长反映，孩子所在学校的塑胶跑道刺鼻，上体育课后，孩子身上长红疹。《四川手机报》进行了调查，并推出了《多地学校操场跑道疑有毒，或致男孩绝育》《揭秘塑胶跑道之一：材料施工环环皆毒》《揭秘塑胶跑道之二：毒气毒粉尘毒害孩子》《揭秘塑胶跑道之三：拒绝塑胶跑道，还孩子们一片草地》等多篇报道，报道阅读量超过 350 万。四川省教育厅就此问题多次进行专门研究，要求各市州教育局和各高校对塑胶运动场地进行全面排查。2016 年 6 月，教育部叫停在建和拟建塑胶跑道，要求重新审查招标过程及相关合同，并专门成立塑胶跑道综合治理工作组，排查和整改毒跑道。

B、2016 年 7 月 1 日起，成都双流机场执行最严新交规，规定空车禁止驶入出发层，出发层停车禁超 3 分钟。这一措施虽然可缓解机场出发层拥堵，但却给

旅客带来极大不便，到达双流机场的乘客要步行约 20 分钟才能到停车场。《四川手机报》连续推出多篇报道，探讨新交规给旅客乘机带来的不便，呼吁机场采取措施，为旅客提供乘车便利。《四川手机报》制作反映乘客不便的手机网页游戏，在朋友圈转发量达 50 万。2016 年 7 月 7 日，成都双流机场推出方便旅客的新措施：机场停车场免费时间，由 15 分钟延长至 30 分钟；启用 T2 航站楼到达层出口外两条直达停车场的人行横道。

②《党政手机报》

2019 年 1 月 25 日，习近平总书记在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展第十二次集体学习中强调：“党报党刊要加强传播手段建设和创新，发展网站、微博、微信、电子阅报栏、手机报、网络电视等各类新媒体，积极发展各种互动式、服务式、体验式新闻信息服务，实现新闻传播的全方位覆盖、全天候延伸、多领域拓展，推动党的声音直接进入各类用户终端，努力占领新的舆论场。”

随着时代发展，党的宣传工作重要性作用更加明显，通过各类新媒体作为宣传手段推进党宣工作更能实现宣传的广度和深度，发行人在此种形式下推出《党政手机报》获得了快速发展，《党政手机报》通过手机报形式进行发送，使用者可以使用手机进行快速阅读。

《党政手机报》利用短信+H5 链接，将短信稳定接收、不受数据流量、基站信号影响的特点与 4G 网络快速传递语音、图片、视频等大容量数据的特点相结合，便于订阅者进行深度阅读，目前产品主要包括《党政参考》和《一县一报》两个版本，通过《党政手机报》可以及时将党和政府的重要精神积极传达到广大干部群众中，受到党政机关和广大党员同志的广泛好评。《党政手机报》作为政府传递党政声音的重要手段，可将党政声音点对点传递，精准送达。

2018 年末，《党政手机报》计费用户已达到 71 万户，较 2015 年的 6.1 万户，增长了 65 万户，近 4 年的平均增长速度达到 140.56%，目前主要以《党政参考》为主。《党政参考》为地方财政、政府机关及企事业单位采取统一订阅、统一付费的方式，由企事业单位为全体员工或全体党员进行订阅，已覆盖四川省 15 个市州的市一级机关单位及企业，根据所在区域不同分为多个业务版本。《一县一报》系《党政参考》重要补充，主要覆盖区域为县一级机关单位及企业，收费和运作模式与《党政参考》一致。

③《少数民族手机报》

《少数民族手机报》由发行人针对少数民族地区的具体情况和文字特点，提供具有较强服务性的信息内容，主要为《彝语语音手机报》，以彝语文字、语音形式发送新闻信息。

（2）手机报增值服务

公司手机报业务除通过手机报信息发送收取信息服务费外，还提供手机报广告宣传、手机报技术服务等增值服务。

①手机报广告宣传

手机报广告主要为全网《四川手机报》和本地《四川手机报》短、彩信中添加部分广告信息及内容，广告信息内容主要包括对客户信息直接推广及将客户信息以各类新闻形式进行推送。手机报广告主要由发行人自行制定手机报广告刊例价格，向广告客户直接收取广告费用。报告期内，公司从 2016 年开始手机报广告业务，可根据客户需要，在不同手机报业务板块中增加广告。由于公司手机报具有受众面广、发送及时等特点，受到广告用户的青睐，报告期收入稳步增加，为四川远鸿小角楼酒类营销有限公司、四川华宇房地产开发有限公司等公司持续提供服务。

发行人手机报宣传业务主要面向政府事业类单位，发行人直接将政府机关宣传内容在手机报中进行添加，并收取宣传服务费。报告期内，公司为四川省林业厅、四川省卫生和计划生育委员会等多个部门持续提供公益性宣传推广服务。

②移动技术服务

移动技术服务包括发行人通过手机报技术支撑平台为全国 10 省的手机报运营方提供平台服务，以及发行人为咪咕音乐提供内容安全审核服务等业务。

发行人于 2018 年 9 月全面收购上海新动手机报技术平台及相关业务。完成本次收购后，发行人拥有了完整的手机报技术支撑平台，并使用该平台全面支撑四川、湖南、湖北、宁夏、安徽、甘肃、河南、江西、山西、青海全国 10 个省级手机报业务。根据原上海新动与各省手机报的合作模式，上海新动从各省手机报发行可分配收入（即：扣除电信运营商和 CP 分成、市场费用、税费等费用后的剩余金额）中提取 30%的系统技术平台服务费。发行人收购上海新动手机报技

术平台和相关业务后，不再向上海新动支付技术平台服务费，同时其他 9 省手机报运营公司需向发行人支付技术平台服务费。

同时，发行人为中国移动子公司咪咕音乐提供内容安全审核服务业务，主要针对咪咕音乐各平台的图片、文字、音频、视频等内容进行安全审核，以及为咪咕音乐提供内容安全事故应急处理、风险防控、专家咨询建议等相关服务。咪咕音乐根据发行人业务审核数量和质量的实际情况支付服务费用。

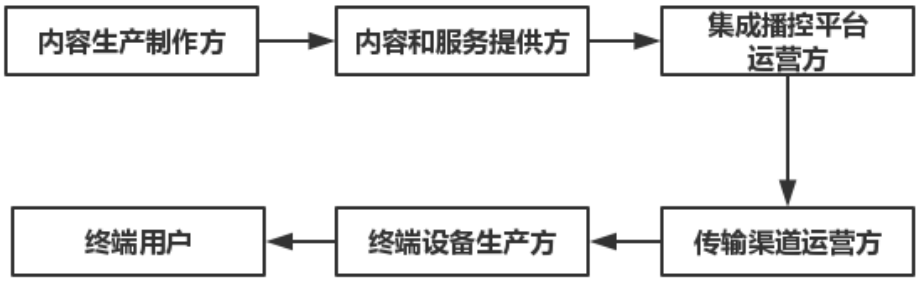
3、其他主营业务

发行人其他主营业务主要为互动电视平台业务及少量其他业务。

互动电视平台业务主要系发行人作为内容和服务提供商，向 IPTV 和四川移动魔百和提供相关内容和服务的业务。

互动电视平台产业链主要由内容生产制作方、内容和服务提供方、集成播控平台牌照方、传输渠道运营方、终端设备生产方以及终端用户构成。

内容生产制作方主要为专业的影视作品内容生产商等；内容和服务提供商主要为向集成播控平台提供影视、音乐、游戏等内容资源和运营服务的相关方；集成播控平台是广播电视机构负责的内容控制和管理平台；传输渠道运营方主要为获得互动电视传输牌照的电信运营商；终端设备生产商主要提供硬件设备，为终端产品的制造商。产业链流程如下图所示：



发行人在该类业务中承担互动电视内容和服务提供商的角色，通过与拥有内容版权的 CP 达成分成合作协议，提供内容整合服务，经集成播控平台运营商接入下游电信运营商最终对接终端客户。目前，发行人已与四川电信及四川移动达成影视点播增值业务合作协议。

目前发行人互动电视平台业务的产品主要有接入四川电信的“川网视频”和接入四川移动魔百和的“川网影视”。

“川网视频”与拥有优质精品内容的多家版权提供方达成分成合作协议，通过内容整合，为广大 IPTV 用户带来更加丰富的视听体验。在收费模式上，“川网视频”拥有多个计费点播包，并进入四川电信“影视全家桶”、“E169 特权包”等影视点播增值业务推广计费包中。

“川网影视”拥有独立入口平台，引入院线电影、电视剧、纪录片、少儿卡通、儿童教育、综艺、音乐、新闻资讯等内容，总时长超 5 万个小时，真正满足用户多方面视频娱乐需求。在收费模式上，“川网影视”具备独立计费能力，提供单次订购（1、3、5、8 元）及包月（29 元/月）等多种付费模式供用户选择，最大程度满足不同用户的消费需求。

（三）主营业务模式

1、销售模式

（1）新媒体整合营销

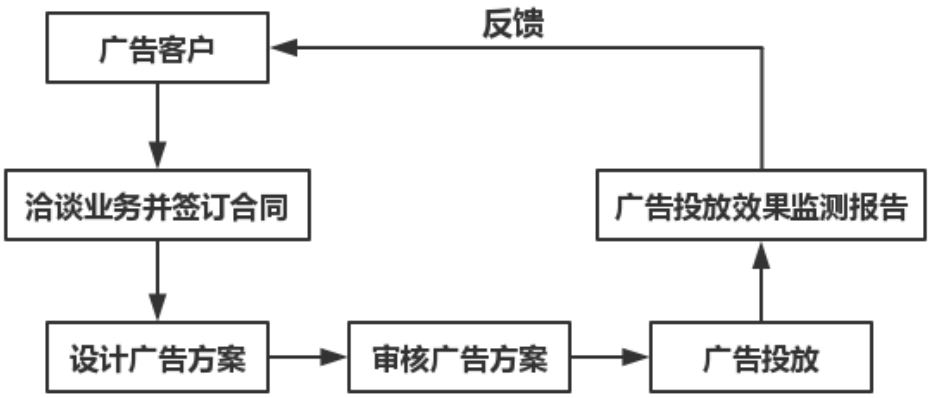
①宣传推广服务

发行人通过与客户沟通后，明确客户需求，客户根据公司所提供的新媒体整合营销的服务选定一项或多项组合的宣传推广业务，并向客户收取一定的服务费用。发行人根据客户需求，为客户定制高品质、全方位的传播与策划解决方案，配合传播策略，灵活组合产品，全面保障客户宣传或营销效果。

A、广告宣传服务

发行人通过售卖四川新闻网、麻辣社区等主要媒体平台上的广告资源，通过设定刊例价格与客户签订销售合同，并确定排期表，按照合同约定展示推广信息后收取信息推广费用。

公司设立互联网广告服务部专门负责广告推广、洽谈、刊播及后续服务等。广告宣传服务客户向广告业务部提出广告营销要求，双方进行接洽并确定广告方案后，进行方案审核。在通过审核后双方签订合作合同，并确定广告收费标准。广告在网站上投放后，公司会进行广告投放效果监测并出具相关报告反馈至客户处，以优化营销成果。网络广告推广业务的具体流程如下图所示：



公司各媒体平台均设置了广告位刊例价格，以四川新闻网网站首页广告为例，具体刊例价格如下：

a、首页横幅广告

广告位置	形式说明	报价
整屏广告	JPG/GIF/SWF 1000*750 ≤200K 持续 5 秒	25,000 元/天
超大横幅	JPG/GIF/SWF 1000*400 ≤100K 持续 5 秒	20,000 元/天
通栏 L	JPG/GIF/SWF 1000*50 ≤40K	16,000 元/天
通栏 A	JPG/GIF/SWF 1000*50 ≤40K	12,000 元/天
1/2 通栏 A	JPG/GIF/SWF 495*50 ≤30K	6,000 元/天
通栏 B	JPG/GIF/SWF 1000*50 ≤40K	8,000 元/天
1/2 通栏 B	JPG/GIF/SWF 495*50 ≤30K	4,000 元/天
通栏 C	JPG/GIF/SWF 1000*50 ≤40K	7,500 元/天
1/2 通栏 C	JPG/GIF/SWF 495*50 ≤30K	3,750 元/天
通栏 D	JPG/GIF/SWF 1000*50 ≤40K	6,500 元/天
1/2 通栏 D	JPG/GIF/SWF 495*50 ≤30K	3,250 元/天
通栏 E	JPG/GIF/SWF 1000*50 ≤40K	6,000 元/天
1/2 通栏 E	JPG/GIF/SWF 495*50 ≤30K	3,000 元/天

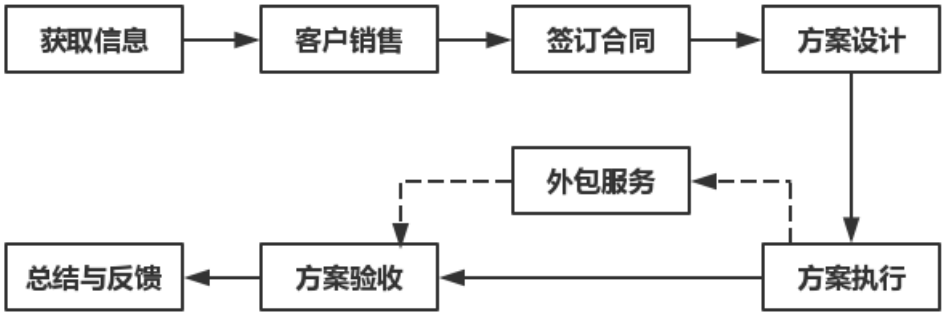
b、首页区块广告

广告位置	形式说明	报价
首页推荐位	导读图标题摘要	10,000 元/天
T1	JPG/GIF 585*340 ≤50K	80,00 元/天
T2	JPG/GIF/SWF 278*312 ≤30K	6,000 元/天
T3	JPG/GIF/SWF 294*240 ≤30K	4,000 元/天

B、宣传活动策划

公司宣传活动策划通过制定并实际举办客户所需的宣传活动，通过线上和线下的联动，提供高效、个性化的服务，并从中获取广告费收益及线下推广服务收益。

公司宣传活动策划通过主动营销、转介绍等方式获得业务机会，同时，公司作为四川省委宣传部下属的主流媒体单位，长期服务于各地、市、州宣传系统，能够第一时间获得有关宣传活动策划信息，并参与相关客户营销。线上营销通常为客户编写信息推广内容及相关宣传文案，并将上述信息在公司网站进行推广发布，同时提供宣传推广、视频直播等服务，并以从中获取广告费收益为主。线下营销系通过为客户提供的营销活动策划，具体包括宣传场馆设计、场景搭建、活动流程安排、各类媒体推荐及活动总结等服务，并根据不同的服务内容实现活动策划收入。公司宣传策划活动通常通过招投标方式获取订单，价格往往参照市场化原则与客户商议确定。宣传活动策划业务具体流程如下图所示：

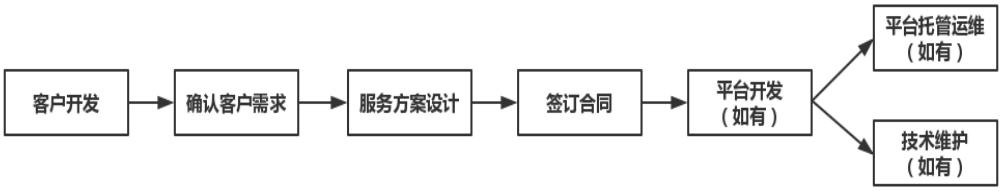


C、新媒体托管与运营

发行人新媒体托管与运营服务主要是为客户提供平台定位、整体包装、内容策划、渠道推广、后期技术维护和保障等服务。发行人依托公司多年媒体运营经验，协助客户完成包括 APP、微博、微信等平台的日常运维以及技术保障等托管服务，主要通过人员投入、技术服务、平台推广等为客户提供常年化服务，按照服务时间收取运营费用。

发行人主要通过主动营销，寻找有平台开发、运维需求的客户。通过与客户进行多轮沟通，确认客户需求后，完成服务方案设计和合同签订，并根据合同约定，提供平台开发、平台托管/运营和技术维护等服务，具体销售流程如下图所

示：



发行人相关业务均为非标准化定制，具体服务均根据客户的需求和预算进行方案设计。其中，平台开发服务为根据客户要求进行 APP、微信或者微博平台或者整体集成系统的开发，具体定价根据客户要求的功能性、复杂度协商确认；平台托管和运维服务包括平台的设计、内容策划、客户审核后的内容发布、数据分析等，服务收费按服务时间收取，具体收费标准根据客户要求的内容和编辑的频率有所差异；技术维护服务主要是按服务时间为客户提供平台的技术保障，收费亦为按年收取。

②网络舆情服务

网络舆情服务系通过关注互联网上对客户有较强影响力和倾向性的言论和观点，并对该类信息进行跟踪、分析后向客户提供咨询建议，帮助客户应对网络舆情事件、维护品牌形象，收取相关服务费。

发行人通过以下两种途径进行网络舆情服务业务推广：A、与四川省内各地市州及县级单位宣传部门建立日常联系，经常性进行互动，保证公司在各地推进业务时能获得当地宣传主管部门的支持；B、公司主要业务人员及公司领导与目标客户的领导层/管理层保持经常性交流，宣传网络舆情管理的重要性，向目标客户推介公司网络舆情服务业务。

从具体客户来看，发行人网络舆情服务业务的主要服务对象为全省各厅局级机关、事业单位，各市、县（区）级机关、事业单位及大中型国有企业。

从具体收费标准来看，因舆情服务目前无行业标准化的定价体系，均需根据客户的具体要求及服务的深度和广度进行定制，所以每家客户的收费标准和金额无法形成固定的模式。但主要可划分为标准网络舆情服务、高级网络舆情服务和专项事件舆情服务三个层级：

服务类型	服务内容
标准网络舆情服务	1、通过专业软件与专业服务团队收集涉及客户职能范围内的网络舆情信息，通过“四川省网络新闻信息应急管理平台”向客户提供舆情信息服务。 2、应急管理平台专用本地终端（须有网络连接）实时查阅、检索舆情信息服务。 3、智能移动终端可在任何地点（须有网络连接）实时查阅舆情信息。 4、24 小时平台提醒、敦促服务。（指专用终端和手机终端在重大舆情发生后，系统向客户端发出预警提示声、提示信息直至客户确认，确保重大舆情信息的及时到达）。 5、每月为客户提供一份网络舆情分析报告，对采集到的信息进行舆情的数据分析和图表分析，如网络舆情的信源分布、时间分布图等，为客户提供直观的舆情变化，并为客户提供一份正式的纸质舆情分析报告。
高级网络舆情服务	1、通过专业软件与专业服务团队收集涉及客户职能范围内的网络舆情信息，通过“四川省网络新闻信息应急管理平台”向客户提供舆情信息服务。2、应急管理平台专用本地终端（须有网络连接）实时查阅、检索舆情信息服务。 3、智能移动终端可在任何地点（须有网络连接）实时查阅舆情信息。 4、专业舆情分析师对采集信息进行整理分析，向甲方提供精准的舆情汇集分析报告、网络危机应对咨询。对潜在的网络舆情危机进行有效预警，对发生涉及甲方公众形象、突发事件等重大负面舆情 3 小时内、较大舆情发生 5 小时内、一般舆情发生 8 小时内及时预警。 5、根据舆情监控实际情况，为用户单位提供舆情监控信息定点推送信息、舆情专报（每月 5 日前提供舆情月报电子版）。 6、24 小时平台提醒、敦促服务。（指专用终端和手机终端在重大舆情发生后，系统向客户端不断发出预警提示声以及提示信息直至客户确认，确保重大舆情信息的及时到达。 7、为用户单位提供重大网络舆情、网络突发事件处理的专家咨询服务，并提供专业网络舆情应对处理意见书，可协助用户单位处理普通网络舆情事件。
专项事件舆情服务	1、网络舆情信息分析研判、数据整理，根据客户舆情状态、舆情发生后不定期为用户提供舆情分析报告，就阶段性的用户单位的网络舆情信息、新闻信息数据汇总、整理、研判分析，提供下阶段可能的热点或舆情动向供用户单位作决定参考。 2、发生重特大网络舆情事件时，即时起动应急预案，成立由后台技术人员、信息采集人员、资深舆情分析师和外联人员组成的应急团队专项为舆情应对服务。 3、重大舆情、突发事件的危机公关绿色通道服务。 4、协助处理舆情专项事件，专项事件处理费用另行收取。 5、舆论正面引导服务，通过整合自有网络媒体，对服务对象提供日常正面宣传服务。

从业务合作的持续性及稳定性来看，截至 2018 年末，公司网络舆情服务有大客户单位 40 余家。通过深入服务和不定期交流使业务合作得到了客户认可。为全川党政、企事业单位开展网络舆情培训近万人次，将网络舆情发现、预警、

研判、处置原则和工作方法深入到基层工作单元。

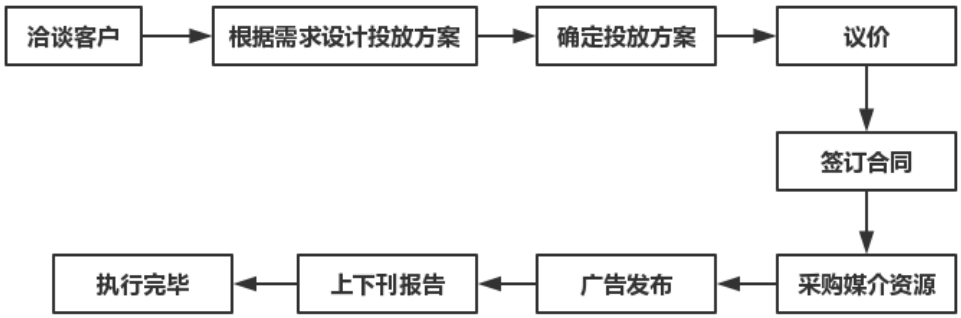
发行人努力构建新的经营网络，通过现场座谈、调研并经过科学分析，不断提高舆情服务工作内容和水平，公司现有“四川省网络新闻信息应急管理平台”产品已经全面具备移动办公联动功能。

③广告运营代理

广告代理运营主要是通过公司代理的成都市公交车候车亭和地铁电视等户外广告资源为客户提供广告发布服务，获取广告代理收益。

发行人该业务开展主要由销售团队根据多年积累的销售经验和客户资源寻找有意向投放广告的客户。客户可具体分为有广告意向的广告主和拥有广告客户资源的广告代理商。在确定客户需求后，发行人按照广告所属行业、目标市场、客户预算等为客户设计广告投放方案，同时与客户就价格进行磋商。其中，价格磋商分为：招标议价和现场谈判议价。在确认投放方案和价格后，公司与客户签订投放合同，最后公司购买相应媒介资源并帮助客户完成投放工作。

网泰传媒依托丰富的客户资源和较强的营销能力，与公交传媒和地铁传媒长期合作，取得了公交传媒和地铁传媒的户外广告媒介代理权。同时，通过为广告主或广告代理商提供发布方案、投放点位及投放时段策划等多元化发布服务，提高签约刊例折扣，从中赚取刊例价的折扣差额。少数情况下，应客户要求，也存在由网泰传媒介绍客户直接与媒介主（公交传媒或地铁传媒）签约，网泰传媒从中赚取广告发布服务费的情形。具体销售流程如下图所示：



④技术服务

发行人依托于公司坚实的技术研发与实现能力，为客户提供系统设计、开发、集成的综合解决方案，完成网站、媒体中心的开发与建设，为客户提供持续可靠的运维管理及服务。通过平台的开发实施和委托运维，收取客户的系统建设费用和运维服务费用。

发行人技术服务业务拓展主要以主动营销及集团内部转介绍等为主。同时，发行人基于多年累积的互联网信息传播业务和媒体经营经验积累了大量客户，发行人基于对原有客户的稳定合作关系，在现有客户基础上衍生出技术服务等业务。发行人技术服务客户多为定制化业务，通常通过招投标方式获取客户订单。

（2）移动信息服务

①手机报信息传播

手机报信息传播业务主要是在发行人通过手机报产品形式向订阅用户发送新闻信息内容的业务。手机报订阅收费方式主要分为个付方式及统付方式两种：

个付：是指手机号码使用的个人用户对其订阅的手机报产品自行付费，用户可订阅某一个或者多个产品，客户同意征订《四川手机报》后，电信运营商每月直接从用户通信费中扣除；

统付：是指征订单位对单位内部订阅手机报产品的用户号码进行统一付费，直接由征订单位直接向发行人或电信运营商支付订阅费用。

A、《四川手机报》

《四川手机报》业务采用手机个人用户个付及单位统一购买的统付方式进行。报告期内，《四川手机报》以个付类方式为主，2018 年个付类业务收入占全部《四川手机报》业务收入的 94.55%。

报告期内，《四川手机报》主要采用短信、彩信包月制收费，系电信运营商按月向用户收取信息服务费，电信运营商收取服务后再向发行人支付信息服务费，全网《四川手机报》每月向每户收取 5 元的订阅费，本地《四川手机报》根据用户订阅内容不同每月向每户收取 1-10 元的订阅费。公司主要《四川手机报》产品计费用户每月收费价格如下：

单位：元/月

年份	全网《四川手机报》	本地《四川手机报》
2016 年度	5 元	1-5 元
2017 年度	5 元	1-10 元
2018 年度	5 元	1-10 元

全网《四川手机报》和本地《四川手机报》推广模式主要包括电信运营商推广、媒体合作推广、自有渠道推广、大规模用户免费体验、衍生新业务推广，以电信运营商合作推广模式为主。用户通过以上渠道获取信息后，主动发出订阅指令。以电信运营商推广模式为例，新增用户在激活手机号码时或老用户进行电话客服咨询时，电信运营商客服人员主动向用户推荐手机报订阅。电信运营商的订阅费分成机制助推电信运营商业务推广的积极性。手机报业务在推广过程中，通常会给与用户一定的免费试用期，也增加了对客户的吸引力。中国移动、中国电信、中国联通分别于 2015 年统一为四川省超过 6,000 万手机用户开通免费版《四川手机报》，其后新增手机用户号码激活时，也会为其自动开通免费版《四川手机报》。

B、《党政手机报》

《党政手机报》由党政机关、集团企事业单位对单位内部订阅手机报产品的用户进行统一征订，统一付费，主要由地方财政或授权单位向发行人直接支付，发行人收取信息服务费后再向电信运营商结算分成费用。发行人每年根据各单位实际订阅用户数量向该单位进行统一申请结算，由该单位根据每年实际订阅用户数量上报所在区域财政后，由地区财政统一进行支付。

《党政手机报》主要采取由发行人自主推广和各区域合作单位联合推广的模式，自主推广主要由发行人业务人员向拟订阅单位进行推广。订阅单位确定征订后向发行人提供拟使用用户电话号码，由发行人向订阅单位员工统一进行《党政手机报》发送，发行人根据实际发送用户数量统一结算、付费，《党政手机报》按年度计费收取，计费标准为每年 60 元/户。

C、《少数民族手机报》

《少数民族手机报》系公司完成采编后向少数民族地区群众推送。

②手机报增值服务

公司手机报增值服务主要面向党政机关及企业类客户提供与手机报相关的增值服务。

A、手机报广告宣传

公司于 2016 年开展手机报广告业务，主要通过业务人员主动营销和集团内部介绍推荐的方式获取广告客户，由于公司手机报广告业务处于起步阶段，广告客户主要为具有直接广告需求的业主。公司研发的手机报管理报价系统及广告运营发送系统，能够为客户实时报告广告发送情况。不同手机报类型、不同广告位置向客户收取费用也存在差异，如在《四川手机报》主页面发送文字广告或电子专刊，公司向客户收取 0.24 元/条至 0.3 元/条的广告费，若在全网《四川手机报》彩信广告主页面发送广告，公司根据发送区域和广告位置差异向客户收取不同标准的广告费，以全网《四川手机报》彩信版为例，具体收费标准如下：

广告位置		设置	广告形式	广告格式要求（汉字，标点，空格，字母和数字均计算为 1 个字符）	刊例价（元/次）	
					成都	全省
新闻	广告位一	首帧（封面）	图+文+链接	封面图片；至少 800*600 像素，jpg 格式；文字+链接 600 字以内；稿件由内容团队采写采访	---	160,000
	广告位二	纵览天下之前（3-5 帧）	图+文+链接	话题植入或读者活动的形式，文字+链接 600 字符以内；图片至少 800*600 像素；稿件由内容团队采写	30,000	50,000
	广告位三	尾二帧（天气预报之前）	图+文+链接	文字+链接 600 字符以内；图片至少 800*600 像素	25,000	41,600

B、移动技术服务

移动技术服务主要系发行人通过手机报业务相关技术平台为全国 10 省的手机报运营商提供平台服务，以及发行人通过手机报业务平台为电信运营商提供短信流量监测、内容安全审核服务等业务。

发行人手机报业务相关技术平台已为全国 10 省的手机报运营商持续提供服务超过 10 年以上，平台的稳定性及技术优势使其与各省运营商的合作更加稳定。

目前，发行人作为使用该平台最大的手机报运营商，每年通过该平台进行手机报发送量约占该平台整体发送量的 70%以上。发行人收购上述平台后，变为上述手机报运营商的合作方，使发行人具备向外省进行业务拓展的渠道，发行人通过提供技术服务加强、加深与各省运营商的业务沟通，传播四川手机报的运营经验，提升全国手机报业务的综合服务能力。公司通过沟通交流会、拜访等方式向各省其他手机报运营商对该平台进行推荐，力争更多的手机报运营商使用该平台进行运营。

发行人作为全国最大的手机报运营企业之一，与各大电信运营商保持着长期稳定的合作关系，为中国移动子公司咪咕音乐提供内容安全审核服务。

2、采购模式

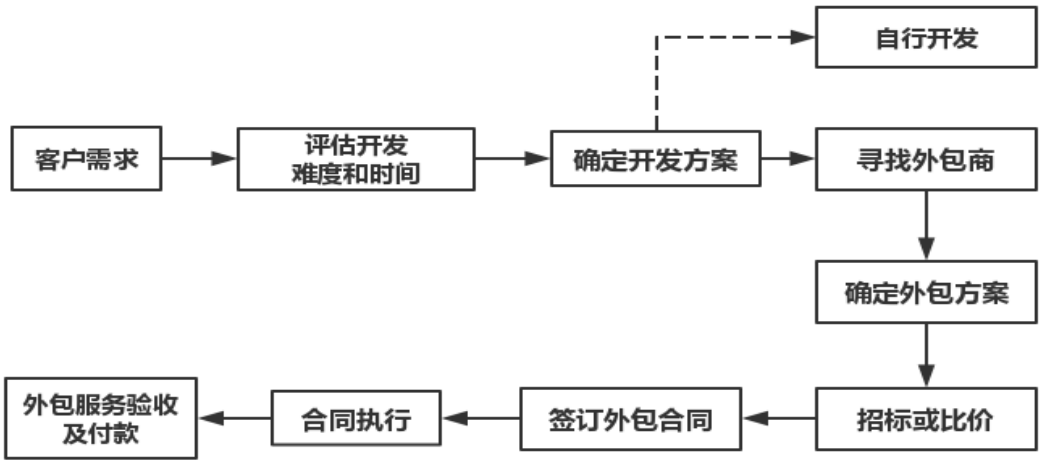
（1）新媒体整合营销

①宣传推广业务

发行人获取客户资源后，根据客户需求，进行针对性的服务方案设计并执行该宣传推广活动。

发行人接受客户订单后，与客户洽谈广告、策划活动及新媒体托管等具体业务的服务内容，为客户制作具体实施方案。策划内容及实施方案主要由发行人业务人员执行，自行采购内容具体包括技术平台设备采购、技术服务费用、活动策划执行过程中的设计费用、展台搭建、物料费用等。部分公司无法自行完成的服务项目，采用外包形式执行。

具体采购流程如下图所示：



②网络舆情服务

网络舆情服务内容包含舆情信息搜索整理、舆情事件应急处理等，还为客户提供舆情及公关培训等，主要采购内容包括技术平台相关设备及网络资源采购。

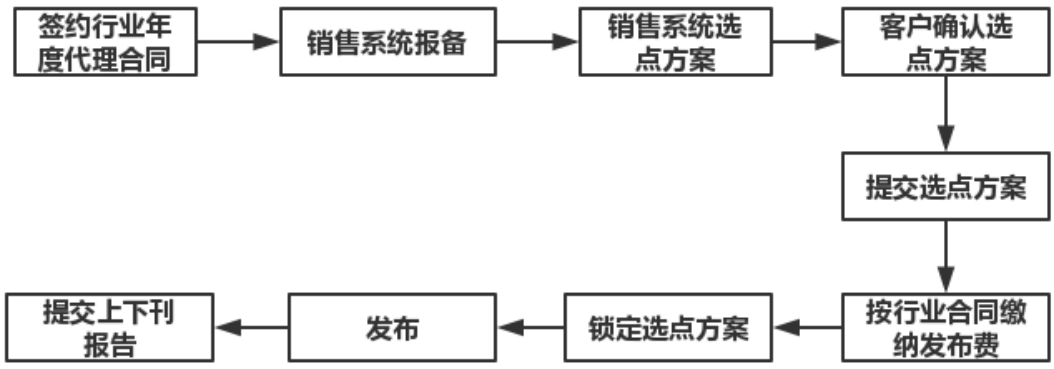
③广告代理运营

网泰传媒的主要供应商为公交传媒和地铁传媒，主要采购内容为公共交通户外广告资源。

网泰传媒与公交传媒就成都范围内公交候车亭广告发布开展合作。公交传媒按照“行业代理”模式开展公交候车亭广告位运营销售工作，目前公交传媒将整体市场划分为 12 个行业，网泰传媒取得了地产、快消、汽车、医美、电商、旅游交通运输、电影文娱教育培训等 7 个行业的代理权，未来还有进一步扩大行业代理权的趋势。

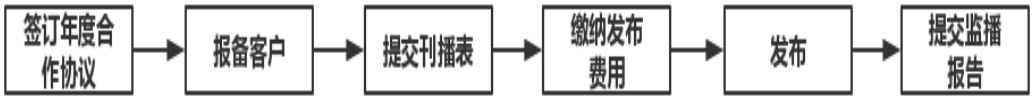
公交传媒与代理商签订年度行业代理合同，约定刊例价及行业折扣比例。网泰传媒作为年度行业代理商，按照约定的行业折扣比例从公交传媒采购媒介资源，用于向广告主或其代理商提供广告发布服务，从而赚取差额利润。

网泰传媒与公交传媒公司的合作流程如下图所示：



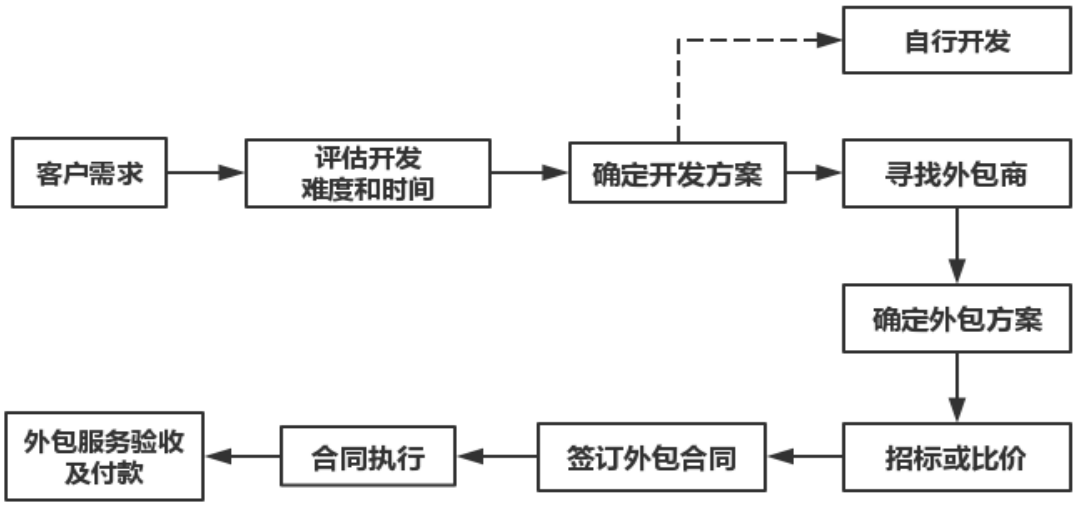
网泰传媒与地铁传媒就成都地铁电视开展合作。地铁传媒以“客户代理”模式开展销售工作，即代理商确定客户年度投放量向地铁传媒进行报备后，该客户仅允许向报备代理商进行销售。网泰传媒与地铁传媒签订了年度合作协议，并针对具体投放客户与地铁传媒进行媒介采购，网泰传媒从中赚取差额利润。

网泰传媒与地铁传媒公司的合作流程如下图所示：



④技术服务

发行人技术服务采购也由自行提供技术服务和部分技术外包相结合。网站类项目采购内容主要为技术平台等，系统集成项目采购内容包括各类硬件设备及软件。技术服务具体采购流程如下：



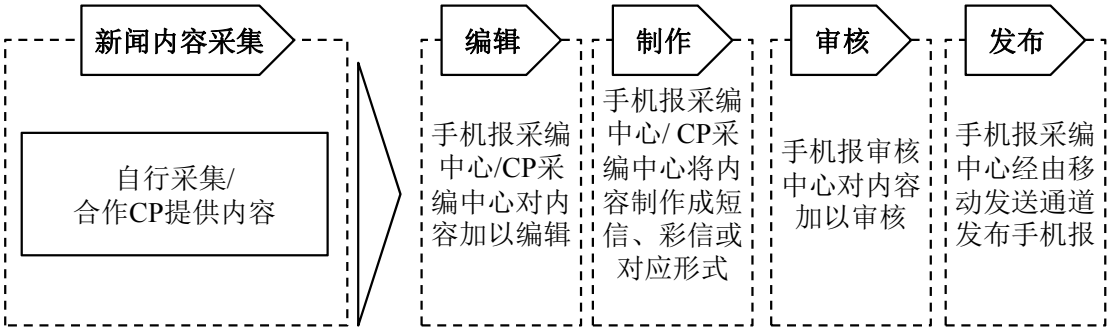
（2）移动信息服务

发行人移动信息服务包括手机报信息传播及手机报增值服务，具体采购模式如下：

①手机报信息传播

A、《四川手机报》

发行人手机报信息传播业务在流程上主要划分为新闻信息内容采集、信息内容编辑、产品制作、内容审核和产品发布五个环节。在新闻信息内容的采集、信息内容编辑两个环节主要有自行新闻采编与对外合作采编（CP 采编）。



新闻内容采编的参与方为公司自有采编团队及合作 CP 采编团队，其主要工作为：通过新闻热线、新闻口子等提供的线索进行新闻内容采集并整理新闻素材撰写成稿，提供给手机报编辑团队或合作 CP 编辑团队。发行人的制作编辑取得上述新闻稿件后，按照新闻格式的要求在手机报新闻编辑软件系统（上海新动手机报编辑及发送软件）上进行文字、图片和视频等内容的制作整理，整理为符合手机报发送要求的标准格式。新闻制作成功后，由新闻制作人员直接在手机报软件系统上提交进行新闻内容的审核。内容审核为手机报审核组成员，其主要工作为对手机报的内容信息进行政治导向审核、新闻事实审核、日常错误审核等。新闻内容审核无误后，由采编中心直接在系统软件上点击“发送”确认，手机报新闻即通过电信运营商发送至订阅用户处。

报告期内，手机报信息传播业务的采购形式主要为向合作 CP 采编团队支付新闻采编费用和向手机报业务相关技术平台提供商 SP 上海新动或蜜度信息（两公司为同一实际控制人且提供同一运营平台）支付技术平台服务费，上述费用采用两次分成模式，一次分成为电信运营商从终端用户处获取信息服务费后，扣除电信运营商的运营费用后向发行人支付信息服务费，二次分成为发行人将取得上述收入按一定比例向合作 CP 进行分成支付内容服务费，在扣除合作 CP 分成后，按照剩余收入的 30%向合作 SP（蜜度信息或上海新动）支付技术服务费（2018 年 9 月，发行人完成对上海新动手机报技术平台及相关业务收购后，不再支付），与公司合作的 CP 数量超过 30 家，根据公司与各公司 CP 签订的合作协议，公司每月向 CP 通过分成方式向其支付内容服务费。

目前，全网《四川手机报》及本地《四川手机报》中的主报、《国计民生》《便民信息》《成都民生热点版》等手机报版本的信息内容由发行人自主采编；本地《四川手机报》的其余手机报版本的内容由合作 CP 提供，尤其是特色行业类手机报，对合作 CP 的要求较高。

在本地《四川手机报》的合作 CP 挑选方面，发行人会优先考虑在相关行业内拥有合法的内容版权资源、处于行业领先地位、拥有固定用户群且在营销方面资源丰富、有众多营销渠道的媒体或机构。如针对美食类的手机报，发行人会选择与美食协会或者电视台的美食栏目合作。

B、《党政手机报》

《党政手机报》主要通过与各地手机报合作单位合作的形式进行发行推广和内容采编，内容主要来源包括：a、四川省内地市（县区）级党政机关单位；b、党政事业单位；c、当地合法媒体单位如当地报社、当地政府或媒体开办的网站等机构。

《党政手机报》与合作方的分成比例如下：

分成机构	电信运营商	内容提供商（CP）	技术提供商（CP）
合作方	四川移动、四川电信、四川联通	凉山日报社、绵阳日报社等	上海新动（2017 年 1 月前为蜜度信息）
分成比例	发行人：电信运营商=85%：15%	以实际征订用户数为结算基础对合作 CP 进行分级分成	以扣除电信运营商分成、合作 CP 分成后的金额为结算基础，向 SP 分成 30%

注：2018 年 9 月，发行人完成对上海新动手机报技术平台及相关业务收购后，无需再向 SP 进行分成。

C、《少数民族手机报》

《少数民族手机报》目前主要产品为《彝语语音手机报》，发行人主要为主要合作 CP 凉山日报社提供《彝语语音手机报》内容上传、编辑与发送平台，并负责业务的内容集成、审核管理和运营管理工作，内容审核后通过彝语编辑软件生成彝语并发送，合作 CP 作为内容提供方负责内容的采集、组织、上传，并对内容的真实性、安全性和合法性负责。发行人与合作 CP 的分成模式采取根据征订用户数规模的不同进行阶梯式补贴，以发行人取得的收入按照 1.97 元-2.5 元/月/户模式分成。

报告期内，上海新动为《少数民族手机报》的技术提供商（SP）为其提供技术平台服务，SP 分成模式与《四川手机报》《党政手机报》相同。

②手机报增值服务

公司手机报增值服务主要基于手机报信息发送业务及手机运营平台，为客户

提供广告宣传及其他增值服务。

A、手机报广告宣传

手机报广告宣传模式与新媒体整合营销业务中广告业务模式相同，通过下设的广告事业部进行广告和宣传内容的设计与发送，发行人向客户收取广告及宣传费用后，若涉及到使用电信运营商大数据的广告业务，则需向电信运营商支付约30%的分成比例。

报告期内，手机报广告以直接广告客户为主，部分存在广告代理商推荐，公司还需要向广告代理商进行二次分成。

B、移动技术服务

报告期内，公司技术合作方上海新动作为SP向公司提供包括手机报编辑平台、客服系统、内部工单处理平台、大数据分发平台等一系列业务运营平台的支撑服务，并对运营技术内容进行日常维护和升级，公司向SP进行业务收入分成。2018年9月，发行人完成了对上海新动手机报技术平台及相关业务的收购，上述收购行为完成后，发行人不再向上海新动支付SP费用分成。同时，上海新动作为SP向全国10个省份的手机报运营公司提供手机报编辑平台等多平台的技术服务，公司收购该平台后成为技术提供方向上述手机报运营平台提供技术支撑并收取技术费用。

（四）销售情况及主要客户

1、发行人的销售情况

报告期内，发行人在新媒体整合营销、移动信息服务业务两大业务板块的产品推广和市场开拓方面都取得了较大的进展，主营业务收入总体稳步增长。2016年度、2017年度和2018年度，公司主营业务收入分别为18,634.61万元、16,702.40万元和20,554.63万元。

报告期内，发行人主营业务收入构成及占比情况如下表所示：

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
新媒体整合营销	宣传推广服务	6,703.71	32.61%	4,602.83	27.56%	5,009.54	26.88%
	网络舆情服务	1,224.74	5.96%	1,126.26	6.74%	988.09	5.30%
	广告代理运营	3,231.31	15.72%	1,214.61	7.27%	4,239.97	22.75%
	技术服务	1,008.70	4.91%	854.11	5.11%	679.28	3.65%
	小计	**12,168.46**	**59.20%**	**7,797.81**	**46.68%**	**10,916.88**	**58.58%**
移动信息服务	手机报信息传播	6,448.94	31.37%	7,758.24	46.45%	7,237.05	38.84%
	手机报增值服务	766.05	3.73%	795.24	4.76%	466.78	2.50%
	小计	**7,214.99**	**35.11%**	**8,553.48**	**51.21%**	**7,703.83**	**41.34%**
其他主营业务	互动电视业务	1,108.25	5.39%	318.50	1.91%	-	0.00%
	其他	62.93	0.31%	32.61	0.20%	13.89	0.07%
	小计	**1,171.18**	**5.70%**	**351.11**	**2.11%**	**13.89**	**0.07%**
合计		**20,554.63**	**100.00%**	**16,702.40**	**100.00%**	**18,634.61**	**100.00%**

2、发行人前五大客户

报告期内，发行人向前五名客户（同一控制下合并计算口径）销售情况如下表所示：

（1）2018 年度前五大客户

单位：万元

客户名称		销售内容	是否为关联方	销售收入	占当期营业收入比例
1	中国移动及其子公司		否	2,339.97	11.37%
	其中：咪咕数字	移动信息服务		1,343.09	6.52%
	四川移动	移动信息服务		700.39	3.40%
	咪咕音乐	移动信息服务		250.42	1.22%
	卓望信息	宣传推广服务		46.07	0.22%
2	四川电信	互动电视业务、移动信息服务、技术服务、宣传推广服务	否	1,600.07	7.77%
3	凉山日报社	移动信息服务	否	1,231.15	5.98%
4	四川省网信办	宣传推广服务	否	1,006.60	4.89%
5	四川省委宣传部及下属单位		是	544.62	2.65%

	其中：四川省委讲师团	技术服务		483.28	2.35%
	四川省委宣传部	宣传推广服务		33.03	0.16%
	四川省网络舆情中心(注)	网络舆情服务		28.30	0.14%
合计·				**6,722.40**	**32.54%**

注：根据《中共四川省委 四川省人民政府关于印发〈四川省机构改革方案〉通知》（川委发〔2018〕26 号），四川省网络舆情中心已于 2019 年 2 月从四川省委宣传部划转至中国共产党四川省委员会的内设机构中共四川省委网络安全和信息化委员会办公室（挂四川省互联网信息办公室牌子）。

（2）2017 年度前五大客户

单位：万元

客户名称		销售内容	是否为关联方	销售收入	占当期营业收入比例
1	中国移动及其子公司		否	3,559.36	21.30%
	其中：咪咕数字	移动信息服务		2,752.28	16.47%
	四川移动	移动信息服务		713.75	4.27%
	咪咕音乐	移动信息服务		86.72	0.52%
	重庆移动	网络舆情服务		6.60	0.04%
2	四川省网信办	宣传推广服务、移动信息服务	否	1,060.38	6.35%
3	四川电信	互动电视业务、移动信息服务、技术服务、宣传推广服务	否	523.29	3.13%
4	四川省委宣传部及下属单位		是	440.00	2.63%
	其中：四川省委讲师团	宣传推广服务		350.28	2.10%
	四川省委宣传部	宣传推广服务		61.42	0.37%
	四川省网络舆情中心	网络舆情服务		28.30	0.17%
5	凉山日报社	移动信息服务	否	717.65	4.29%
合计				**6,300.67**	**37.71%**

（3）2016 年度前五大客户

单位：万元

客户名称		销售内容	是否为关联方	销售收入	占当期营业收入比例
1	中国移动及其子公司		否	4,201.57	22.53%
	其中：咪咕数字	移动信息服务		3,153.30	16.91%
	四川移动	移动信息服务		893.93	4.79%

	咪咕音乐	移动信息服务		74.34	0.40%
	卓望信息	移动信息服务		46.04	0.25%
	辽宁移动	宣传推广服务		33.96	0.18%
2	四川省政府新闻办	移动信息服务、宣传推广服务	否	1,349.06	7.23%
3	公交传媒	广告代理运营、技术服务、宣传推广服务	是	907.86	4.87%
4	四川省委宣传部及下属单位		是	704.72	3.78%
	其中：四川省委讲师团	技术服务		141.83	0.76%
	四川省新闻中心	宣传推广服务		515.72	2.77%
	四川省网络舆情中心	网络舆情服务		28.30	0.15%
	四川省委宣传部	宣传推广服务		18.87	0.10%
5	凉山日报社	移动信息服务	否	494.73	2.65%
合计				**7,657.94**	**41.07%**

报告期内，发行人前五大客户基本稳定，随着发行人营业收入增长，客户集中度逐年降低，不存在依赖少数客户的情形，不存在对单一客户销售收入金额占同期收入 50%以上的情形。前五大客户中，四川省委宣传部及下属单位为发行人关联方，与发行人交易具体情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、（二）关联交易”部分。

（五）采购情况及主要供应商

1、发行人的采购情况

报告期内，发行人主要对外采购项目包括新媒体整合营销业务采购设计制作等外购服务、技术支撑、广告媒介资源等，以及移动信息服务业务和互动电视业务向内容提供商、技术服务提供方及电信运营商采购的相关服务。报告期内，发行人具体采购情况如下表所示：

单位：万元

业务板块	采购内容	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
新媒体整合营销	外购服务	927.00	14.71%	739.02	16.97%	1,144.83	18.94%
	技术支撑	96.81	1.54%	94.92	2.18%	94.77	1.57%
	媒介采购	2,436.57	38.66%	900.50	20.68%	3,105.14	51.38%

移动信息服务	内容采购	1,006.03	15.96%	1,011.86	23.24%	660.06	10.92%
	技术服务	809.29	12.84%	936.73	21.51%	663.91	10.99%
	信息服务	337.77	5.36%	460.86	10.58%	364.13	6.03%
	外购服务	5.83	0.09%	7.21	0.17%	10.73	0.18%
互动电视业务	内容采购	498.94	7.92%	114.48	2.63%	-	-
	技术服务	69.89	1.11%	63.83	1.47%	-	-
	信息服务	114.18	1.81%	24.67	0.57%	-	-
合计		**6,302.32**	**100.00%**	**4,354.08**	**100.00%**	**6,043.57**	**100.00%**

2017 年度，公司主营业务采购金额较 2016 年度有较大下降，主要原因系广告代理运营业务下降导致的广告媒介资源采购支出减少。

2、主要供应商

（1）2018 年前五大供应商

单位：万元

	供应商名称	业务种类	采购内容	是否为关联方	采购金额（不含税）	占营业成本比例
1	公交传媒	广告代理运营	广告媒介资源	是	2,196.60	23.02%
2	上海新动及蜜度信息			否	774.10	8.11%
	其中：上海新动	手机报信息传播	手机报技术服务		689.42	7.23%
	蜜度信息	网络舆情服务	舆情技术服务		84.67	0.89%
3	凉山日报社	手机报信息传播	手机报内容采购	否	407.87	4.27%
4	广州欢网科技有限责任公司	互动电视业务	互动电视内容采购	否	375.04	3.93%
5	四川移动	移动信息服务、新媒体整合营销	运营商服务费、服务器托管费等	否	206.52	2.16%
合计					**3,960.12**	**41.51%**

（2）2017 年前五大供应商

单位：万元

	供应商名称	业务种类	采购内容	是否为关联方	采购金额（不含税）	占营业成本比例
1	公交传媒	广告代理运营	广告媒介资源	是	849.84	11.41%
2	上海新动及蜜度信息			否	931.68	12.50%
	其中：上海新动	手机报信息传播、网络舆情服务	手机报技术服务、舆情技术服务		866.50	11.63%
	蜜度信息	网络舆情服务	舆情技术服务		65.19	0.87%

3	四川移动	移动信息服务、新媒体整合营销	运营商服务费、服务器托管费等	否	329.80	4.43%
4	四川电信	移动信息服务、新媒体整合营销	运营商服务费、服务器托管费等	否	300.15	4.03%
5	成都市网络新闻信息中心	手机报信息传播	手机报内容采购	否	273.47	3.67%
合计					**2,684.94**	**36.03%**

（3）2016 年前五大供应商

单位：万元

供应商名称		**业务种类**	**采购内容**	**是否为关联方**	**采购金额（不含税）**	**占营业成本比例**
1	公交传媒	广告代理运营	媒介资源	是	2,971.79	33.23%
2	上海新动及蜜度信息			否	712.72	7.97%
	其中：上海新动	网络舆情服务	舆情技术服务		38.38	0.43%
	蜜度信息	手机报信息传播	手机报技术服务		674.34	7.54%
3	四川移动	移动信息服务、新媒体整合营销	运营商服务费、服务器托管费等	否	264.21	2.95%
4	成都市网络新闻信息中心	手机报信息传播	手机报内容采购	否	253.46	2.83%
5	上海龙轩文化传媒有限公司	宣传推广服务	设计制作服务	否	248.11	2.77%
合计					**4,450.29**	**49.76%**

报告期内，发行人向前五大供应商采购金额占营业成本的比例分别为 49.76%、36.03%及 41.51%，较为稳定，不存在依赖少数供应商的情形，不存在对单一供应商采购金额占同期采购总额 50%以上的情形。前五大供应商中，公交传媒为发行人关联方，与发行人交易具体情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、（二）关联交易”部分。

五、发行人与业务相关的主要固定资产及无形资产情况

（一）固定资产情况

1、固定资产概况

发行人与业务相关的固定资产主要包括房屋及建筑物、办公及电子设备及运输设备等，截至 2018 年 12 月 31 日，具体情况如下：

单位：万元

类别	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值	成新率
房屋及建筑物	1,093.51	162.90	930.61	85.10%
办公及电子设备	1,669.95	1,120.82	549.14	32.88%
运输设备	492.11	426.74	65.37	13.28%
办公家具	149.89	126.49	23.40	15.61%
合计	**3,405.46**	**1,836.95**	**1,568.52**	**46.06%**

2、房屋建筑物情况

（1）截至本招股说明书签署日，发行人已取得不动产权证的情况如下：

序号	产权人	不动产权证号	地理位置	房屋建筑面积（㎡）	取得方式	用途
1	川网传媒	川（2017）成都市不动产权第0174104号	成都市高新区天晖路360号3层1号	162.59	收购	商务金融用地/办公
2	川网传媒	川（2017）成都市不动产权第0173901号	成都市高新区天晖路360号3层2号	117.70	收购	商务金融用地/办公
3	川网传媒	川（2017）成都市不动产权第0173916号	成都市高新区天晖路360号3层3号	117.70	收购	商务金融用地/办公
4	川网传媒	川（2017）成都市不动产权第0174187号	成都市高新区天晖路360号3层4号	162.59	收购	商务金融用地/办公
5	川网传媒	川（2017）成都市不动产权第0173896号	成都市高新区天晖路360号3层5号	117.96	收购	商务金融用地/办公
6	川网传媒	川（2017）成都市不动产权第0174232号	成都市高新区天晖路360号3层6号	117.96	收购	商务金融用地/办公
7	川网传媒	川（2017）成都市不动产权第0173941号	成都市高新区天晖路360号3层13号	117.96	收购	商务金融用地/办公
8	川网传媒	川（2017）成都市不动产权第0173933号	成都市高新区天晖路360号3层14号	117.96	收购	商务金融用地/办公

（2）发行人尚未取得不动产权证的房产情况

随着发行人业务发展规模逐步扩大，为了满足经营需要，发行人向蓉塬置业购买 4 处办公用房产及配套 30 个车位，具体情况如下：

序号	购买方	地理位置	合同建筑面积（㎡）	预售证号	用途
1	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢 22 层 01 房号	1,855.60	成房预售中心城区字第 10101 号	办公
2	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢 23 层 01 房号	1,855.60	成房预售中心城区字第 10101 号	办公
3	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢 24 层 01 房号	1,841.36	成房预售中心城区字第 10101 号	办公
4	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢 25 层 01 房号	1,162.77	成房预售中心城区字第 10101 号	办公
5	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 30 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
6	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 31 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
7	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 32 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
8	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 33 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
9	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 34 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
10	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 35 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
11	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 36 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
12	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 37 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
13	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 39 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
14	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 41 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
15	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 43 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
16	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 45 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
17	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 47 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位

18	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 49 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
19	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 51 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
20	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 53 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
21	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 54 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
22	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 55 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
23	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 77 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
24	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 78 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
25	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 80 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
26	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 82 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
27	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 84 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
28	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 85 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
29	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 87 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
30	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 2 层 89 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
31	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 3 层 28 房号	39.75	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
32	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 3 层 69 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
33	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 3 层 88 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位
34	川网传媒	成都市金牛区育仁西路新雨香沁 1 幢负 3 层 89 房号	35.33	成房预售中心城区字第 10101 号	车位

截至本招股说明书签署日，发行人所购上述房产尚未交付，正在办理规划验收合格证。

发行人所购上述房产已签订合法、有效的《商品房买卖合同》，并已在成都房管局办理了商品房买卖合同签约备案，购房合同真实有效，权属不在纠纷。

蓉塬置业系发行人控股股东全资子公司，发行人向蓉塬置业所购上述房产构成关联交易。因“新雨香沁”项目未能及时完成规划验收工作的原因，报告期内发行人所购上述房屋存在延期交房的情形。关于上述关联交易情况及延迟交房的具体情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、（二）关联交易”。

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，发行人及子公司无其他自有房产。

（3）房屋租赁情况

截至本招股说明书签署日，发行人租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	坐落位置	用途	建筑面积（㎡）	租赁期限
1	川网传媒	高投置业	成都市高新区世纪城南路599 号天府软件园 D 区 7 栋 16 层	办公	1,277.81	2019.05.15-2020.05.14
2	川网传媒	高投置业	成都市高新区世纪城南路599 号天府软件园 D 区 5 栋 2 层、6 层	办公	3,221.33	2018.10.29-2019.10.28
3	川网传媒	唐军	成都市高升桥路 9 号 5 栋 9 层 903 号	办公	95.05	2019.07.01-2020.06.30
4	川网传媒	曹晓春	成都市高升桥路 9 号 5 栋 12 层 1202 号	办公	47.52	2019.01.01-2019.12.31
5	川网传媒	张玄	成都市高升桥 9 号 5 栋 6 层 606、607 号	办公	256.14	2019.01.01-2019.12.31
6	巴中传媒	赵建勇	巴中市巴州区电业局住宅小区 1 号楼 2 单元 3-4 号	办公	119.60	2019.06.01-2020.05.31
7	网泰传媒	高投置业	成都市高新区世纪城南路599 号天府软件园 D 区 5 栋 1 层 104、105 号	办公	542.55	2019.01.16-2021.01.15
8	新网公共	高投置业	成都市高新区世纪城南路599 号天府软件园 D 区 1 号楼 D1 宿舍 808、1220 号	职工宿舍	84.32	2019.01.01-2019.12.31
9	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层 1124 号车位	停车位	30.60	2015.04.12-2035.04.11
10	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层 1135 号车位	停车位	43.47	2015.04.12-2035.04.11

11	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1137号车位	停车位	43.47	2015.04.12-2035.04.11
12	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1138号车位	停车位	43.47	2015.04.11-2035.04.10
13	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1139号车位	停车位	43.47	2015.04.11-2035.04.10
14	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1140号车位	停车位	43.47	2015.04.11-2035.04.10
15	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1146号车位	停车位	30.60	2015.04.12-2035.04.11
16	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1147号车位	停车位	30.60	2015.04.12-2035.04.11
17	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1148号车位	停车位	30.60	2015.04.12-2035.04.11
18	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1150号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10
19	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1151号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10
20	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1152号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10
21	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1153号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10
22	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1154号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10
23	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1155号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10

24	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1156号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10
25	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1157号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10
26	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1158号车位	停车位	30.60	2015.04.11-2035.04.10
27	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1159号车位	停车位	30.60	2015.04.12-2035.04.11
28	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1403号车位	停车位	30.60	2015.04.12-2035.04.11
29	川网传媒	龙润地产	成都市高新区“时代晶科名苑”地下停车场负二层1404号车位	停车位	30.60	2015.04.12-2035.04.11

注：高投置业系成都高投置业有限公司之简称；龙润地产系龙润房地产开发（成都）有限公司之简称。

3、主要生产设备情况

截至2018年12月31日，发行人不存在净值超过100万元的运输设备、办公家具、办公及电子设备。

（二）无形资产情况

截至2018年12月31日，发行人无形资产账面价值总计2,794.25万元，均为软件，不存在土地使用权。

1、商标

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司拥有26项商标，具体情况如下：

序号	注册证号	商标图样	权利人	取得方式	核定使用商品类别	商标期限
1	12896905		川网传媒	原始取得	20	2015.03.28-2025.03.27
2	12901946		川网传媒	原始取得	43	2015.04.07-2025.04.06

3	12901864		川网传媒	原始取得	42	2015.04.07-2025.04.06
4	12896734		川网传媒	原始取得	9	2015.04.07-2025.04.06
5	12902032		川网传媒	原始取得	44	2015.08.14-2025.08.13
6	12896779		川网传媒	原始取得	16	2015.09.07-2025.09.06
7	12897208		川网传媒	原始取得	37	2015.12.07-2025.12.06
8	21182475	精神午餐	川网传媒	原始取得	41	2017.11.07-2027.11.06
9	20805642		川网传媒	原始取得	1	2017.11.21-2027.11.20
10	20805796		川网传媒	原始取得	3	2017.11.21-2027.11.20
11	20806164		川网传媒	原始取得	7	2017.11.21-2027.11.20
12	20806220		川网传媒	原始取得	8	2017.11.21-2027.11.20
13	20807030		川网传媒	原始取得	17	2017.11.21-2027.11.20
14	20807366		川网传媒	原始取得	22	2017.11.21-2027.11.20
15	20806435		川网传媒	原始取得	10	2017.11.21-2027.11.20

16	20807502		川网传媒	原始取得	24	2017.11.21-2027.11.20
17	20807962		川网传媒	原始取得	30	2017.11.21-2027.11.20
18	20807139		川网传媒	原始取得	19	2017.11.28-2027.11.27
19	20818534		川网传媒	原始取得	42	2017.11.28-2027.11.27
20	20807937		川网传媒	原始取得	29	2017.12.28-2027.12.27
21	9325424		麻辣社区	原始取得	42	2012.04.21-2022.04.20
22	9325303		麻辣社区	原始取得	38	2012.04.21-2022.04.20
23	9324951		麻辣社区	原始取得	35	2012.05.14-2022.05.13
24	19234114	功夫时代	麻辣社区	原始取得	41	2017.04.14-2027.04.13
25	19234084	小米椒	麻辣社区	原始取得	41	2017.06.14-2027.06.13
26	27538260	21（二十一）城·21（二十一）人	四川发布	原始取得	41	2018.10.21-2028.10.20

2、软件著作权

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人及子公司拥有软件著作权 24 项，具体情况如下：

序号	登记号	软件名称	权利人	取得方式	首次发表日期
1	2015SR100427	四川新闻网网站内容管理系统[简称：四川新闻网 CMS]V1.0	川网传媒	原始取得	2010.01.01
2	2015SR176684	麻辣社区系统 V1.0	麻辣社区	原始取得	2013.06.05
3	2015SR175488	麻辣小说系统 V1.0	麻辣社区	原始取得	2014.05.02

4	2015SR087591	麻辣巧遇软件 V1.0	麻辣社区	原始取得	2014.07.02
5	2015SR175492	四川手机报 VIP 特权俱乐部系统[简称：四川手机报 VIP 特权]V1.0	麻辣社区	原始取得	2014.08.02
6	2015SR086992	麻辣社区 wap 系统 V1.0	麻辣社区	原始取得	2014.08.29
7	2015SR086996	麻辣 E 购系统 V1.0	麻辣社区	原始取得	2014.11.14
8	2017SR647040	政务云平台客户端系统 V1.0	川网传媒	原始取得	2017.01.01
9	2018SR355936	麻辣论坛安卓 APP[简称：麻辣论坛]V3.0	麻辣社区	原始取得	2018.02.25
10	2018SR1010267	政务云平台智能化客户端系统 V1.0	川网传媒	原始取得	2018.10.25
11	2018SR815329	网红四川软件[简称：网红四川]V1.0	麻辣社区	原始取得	未发表
12	2018SR1041254	政务云平台新媒体大数据分析平台软件 V1.0	川网传媒	原始取得	未发表
13	2018SR1041294	政务云平台舆情信息分析大数据平台软件 V1.0	川网传媒	原始取得	未发表
14	2018SR044249	四川网络游戏引擎研发平台[简称：游戏引擎]V1.0	川网传媒	原始取得	未发表
15	2018SR084357	非遗文化选课系统[简称：选课系统]V1.0	川网传媒	原始取得	未发表
16	2018SR973491	新动手机报编辑出版软件[简称：新动手机报软件]V1.0	川网传媒	受让	2016.11.07
17	2018SR965337	邃慧“问不倒”智能知识问答软件[简称：“问不倒”系统（iKQA）]V1.0	川网传媒	受让	2005.05.30
18	2018SR965333	邃慧智能知识库软件[简称：智能知识库系统]V1.0	川网传媒	受让	2005.05.30
19	2018SR965391	邃慧智能知识搜索和服务门户软件[简称：智能知识搜索和服务门户]V1.0	川网传媒	受让	2005.06.08
20	2018SR965397	邃慧智能知识搜索引擎软件[简称：智能知识搜索引擎]V1.0	川网传媒	受让	2005.06.16
21	2018SR965401	邃慧智能自然语言自动问答引擎软件[简称：智能自动问答引擎（iQAE）]V1.0	川网传媒	受让	2005.06.30

22	2018SR965471	邃慧智能基于安全机制的消息中间件软件[简称：基于安全机制的消息中间件]V1.0	川网传媒	受让	2005.07.30
23	2018SR965386	邃慧智能知识互动即时通信软件[简称：智能知识互动即时通信软件]V1.0	川网传媒	受让	2005.08.25
24	2018SR965406	邃慧智能知识互动中心软件[简称：智能知识互动中心]V1.0	川网传媒	受让	2005.09.05

3、域名

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人及子公司拥有的主要域名情况如下：

序号	网络域名	备案号	权利人	到期时间
1	www.newssc.net	蜀 ICP 备 09013264 号-3	川网传媒	2021.07.05
2	www.newssc.org	蜀 ICP 备 09013264 号-3	川网传媒	2022.07.09
3	www.baiduan.org	蜀 ICP 备 09013264 号-4	川网传媒	2021.04.09
4	www.scsc028.com	蜀 ICP 备 09013264 号-10	川网传媒	2020.04.02
5	www.scview.cn	蜀 ICP 备 09013264 号-11	川网传媒	2020.03.27
6	www.bxbdapp.top	蜀 ICP 备 12007028 号-3	川网传媒	2020.06.16
7	www.digital.sc.cn	蜀 ICP 备 12007028 号-4	川网传媒	2019.12.24
8	www.digitalsc.com.cn	蜀 ICP 备 12007028 号-4	川网传媒	2019.12.24
9	www.cnxibu.com	蜀 ICP 备 13018537 号-1	川网传媒	2021.02.22
10	www.mala.cn	蜀 ICP 备 12003267 号-1	川网传媒	2025.11.17
11	www.scsjb.cn	蜀 ICP 备 12003267 号-1	川网传媒	2027.02.17
12	www.sclhxm.com	蜀 ICP 备 18021159 号-1	领航新媒	2019.07.06

六、特许经营权和主要资质情况

（一）特许经营权

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司未拥有特许经营权。

（二）主要经营资质

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司拥有的主要资质如下：

序号	资质名称	公司名称	颁发机构	证书编号	有效期
1	增值电信业务经营许可证	川网传媒	四川省通信管理局	川 B2-20100027	2015.4.28-2020.4.28
2	短消息类服务接入代码使用证书	川网传媒	四川省通信管理局	川号[2006]00125-B011	2015.6.9-2020.4.28
3	互联网出版许可证	川网传媒	国家新闻出版广电总局	新出网证(川)字 005 号	2016.1.19-2021.1.18
4	互联网新闻信息服务许可证	川网传媒	四川省互联网信息办公室	51120170002	2017.12.29-2020.12.28
5	信息网络传播视听节目许可证	川网传媒	国家新闻出版广电总局	2304068	2018.2.13-2021.2.13
6	广播电视节目制作经营许可证	川网传媒	四川省广播电视局	(川)字第 00106 号	2019.4.1-2021.3.31
7	从事网络舆情信息服务业务许可	川网传媒	四川省互联网信息办公室	川信办函[2017]8 号	2017.5.18-2019.12.31
8	增值电信业务经营许可证	麻辣社区	四川省通信管理局	川 B2-20130135	2018.11.11-2023.10.11
9	网络文化经营许可证	麻辣社区	四川省文化厅	川网文[2016]4439-144 号	2016.9.28-2019.9.27

七、发行人创新和研发情况

（一）核心技术情况

为提高服务的效率和产品稳定性，发行人通过对行业特性的不断研究以及对技术发展方向的把握，在长期的用户服务中积累了丰富经验，公司技术能力也不断沉淀积累。发行人目前拥有的核心技术如下：

序号	技术名称	功能特点	技术类型
1	四川新闻网站综合管理平台	满足大、中型网站的新闻内容管理需求，功能完善，操作性强	原始创新
2	四川新闻网站内容管理系统	满足大型和超大型网站的新闻内容管理需求，功能齐全，并发处理能力和可扩展性强	原始创新
3	点击率统计系统	界面简洁直观，及时更新点击率，可配合图形、数字直观查看点击率	集成创新
4	新闻评论系统	用户操作简单，可及时评论相关新闻，和其他网友互动	引进消化吸收再创新
5	四川新闻网站直播系统	操作简单，显示速度快，可融合图文音频视频等表现形式	集成创新

序号	技术名称	功能特点	技术类型
6	多通道路由分流技术	将短信或彩信下发数据路由端口改为多通道发送，减少单个服务器的压力，通过多通道加快产品发送速度	引进消化吸收再创新
7	自动化流控平衡技术	短、彩信大流量多节点数据发送过程中可以根据各节点的发送量动态实现速度平衡，提高各节点发送效率，使单位发送量最大化	引进消化吸收再创新
8	关键字分词和搜索技术	在与用户互动中，涉及到大量信息的接收和发送，需要进行关键字过滤。使用中文智能分词和智能匹配技术，大大减少了匹配工作量，有效提高关键字过滤成功率和效率	引进消化吸收再创新
9	大数据检索技术	优先号码处理及客服查询时，需要从几千万数据中检索出有用信息，使用分段检索和内存管理技术，减少检索时间，避免大数据检索时数据库锁死	引进消化吸收再创新
10	系统监控和自动报警技术	对手机报业务所使用的每台服务器的 CPU、内存、硬盘等关键服务进行监控，同时对几十个应用进行监控。发现异常即通过短信、邮件、图形等多方式预警	原始创新
11	内容多级审核和权限控制技术	建立多级权限控制和多级审核体系，保证手机报信息安全	引进消化吸收再创新
12	用户登录多级验证和保护技术	采用 128 位密码加密、图片验证、预置手机号码短信验证多种技术，保证系统登陆安全	原始创新
13	长短信自动匹配技术	运营商定义的传统单字节标识，短信拼接存在漏洞，会导致拼接错误。通过长短信自动匹配技术，可以把较长内容分解为多条信息发送，在手机端组合，用户手机上能看到一条完整的短信	集成创新
14	多通道自动匹配技术	通过对手机报发送通道进行编码，在手机报编审系统和手机报发布系统中实现发送通道自动匹配	集成创新
15	手机报所见即所得编辑技术	手机报编辑系统模拟手机屏幕展示方式，将手机实际展示的内容在网页上模拟体现，编辑在网页上就可以看到手机报的最终展示形式，降低了编辑出错的概率	集成创新
16	少数民族文字、语音手机报处理技术	采用文字和图片自动转化，实现普通手机对少数民族文字的支持，通过此技术，少数民族的文字和语音都可以通过手机报发送给用户。同时采用 AMR 编码技术，实现多平台手机语音播放	集成创新
17	手机报短彩信用户自动转换技术	由于彩信用户对手机、网络、用户使用环境有较高要求，很大一部分用户经常接收失败。系统根据运营商返回的彩信状态报告，自动判断单个用户接收彩信成功率，并将接收成功率低的手机号码自动转为短信通道发送内容	集成创新
18	手机报报头/报尾自动匹配技术	允许地方手机报设置个性化报头报尾，系统根据设置自动将报头、报尾和主体内容组装为一条完整彩信	集成创新

序号	技术名称	功能特点	技术类型
19	多手机平台彩信自动匹配技术	汇总市场上大部分手机参数，总结各类手机彩信显示状况，自动调整对应手机型号的彩信下发模式	集成创新
20	系统单点登录技术	由于手机报相关操作平台较多，用户在多个页面登录，操作复杂。多平台统一入口，用户单点登录后，通过会话同步，即可在多个平台操作	原始创新
21	四川省网络新闻应急管理后台	主要为新闻应急客户端提供舆情、新闻的发布、管理、客户系统管理等功能。具备齐全的新闻发布功能，并能根据客户需求提供客户发稿的接口，拥有很强的扩展性	原始创新
22	四川省网络新闻应急管理平台发送服务端	为新闻应急客户端提供信息接收接口，具备访问速度快，支持大并发的特点	原始创新
23	四川省网络新闻应急管理平台手机客户端	基于 android 平台，主要为党政系统及各个行业点对点的推送各自相关的网络舆情信息、突发事件通报，以及普通新闻的发送。具有信息及时，通过手机随时可以查看的特点	原始创新
24	数字四川平台	满足四川 21 地市州事业单位、教育机构、医疗机构、企业单位新闻发布及数字名片管理，更加全面宣传四川	原始创新
25	全媒体发布技术平台	平台涵盖宣传部直管的 11 家重点媒体和各地市、州、县级媒体及部门，内容涵盖报纸、广播、电视、网站、手机报、社交媒体（微博、微信等）。平台为四川各级媒体和部门提供展示窗口，利用发布厅和新闻发言人制度，聚合展示党宣精选内容；同时实现党宣任务的下派、指挥、互动和回收，以及任务完成情况的统计，用于指导、监督和管理全省的党宣工作	原始创新

（二）技术储备情况

发行人主要技术储备和项目研发情况如下：

序号	项目名称	项目所在阶段	项目介绍
1	手机报系统升级	测试阶段	升级手机报系统，使系统支持省内、省外和移动、联通、电信三家运营商的用户和手机报内容自动匹配
2.	四川便民信息平台	升级阶段	升级后的系统将可同时支撑 2,000 万用户的订阅，短信息同时并发量达 6,000 万，发送速度达 3 万条/秒
3	四川新闻网站视频系统	一期工作完成	与国内知名视频网站合作，搭建一流的视频观看平台

4	新闻舆情收集系统	一期开发阶段	与四川电信合作收集用户访问统计，收集准确的网民关注热点，提炼网络舆情
5	网络新闻舆情云平台	一期开发阶段	整合网络新闻应急系统、数字四川平台、四川发布，为用户提供更好的用户体验
6	记者部稿件管理系统	一期开发阶段	实现稿件的选题、发稿、审稿和选稿功能，并能标注稿件在手机报系统中的去向。二期将实现稿件一键发布到微信、微博、今日头条等媒体，并实现稿件的打分。
7	全媒体内容加工编辑平台	一期开发阶段	实现针对全媒体采编平台系统中原始素材的内容加工与编辑，经过加工的原始素材形成通用稿件方便各工作生产子系统取用，实现“一次采集、多种生成、多元传播”
8	理论学习平台系统	升级阶段	依托信息化手段，注重媒体融合发展助推理论武装工作，运用大数据管理和网络理论产品“中央厨房”的模式，实现学习交流的互动体验、学习管理的效果监测和理论产品的生产输出

八、未来发展规划

（一）业务发展计划

面向未来，发行人制定了清晰、可行的发展规划，主要将从业务发展方向、产品/服务计划、企业运营管理、市场营销等各层面入手，并提出了如下的具体发展计划：

1、业务发展方向

（1）以现有业务为基础进行市场区域拓展

发行人计划在全省各区县开展融媒体建设，将拓展各县级融媒体业务与公司现有业务结合，使公司获得更多的市场拓展渠道及影响力，促使新媒体整合营销业务在四川地区获得更高的市场占有率。

公司移动信息服务业务将借助收购上海新动手机报技术平台及相关业务的契机实现全国业务的拓展，并通过业务范围的拓展提升广告等后项业务收入。

公司互动电视业务将通过与四川电视台等媒体机构的合作实现全省业务拓展，在立足成都市场的基础上，力争实现四川省 21 个市州互动电视的覆盖。

（2）抓住市场发展脉搏，投资文化产业，追求多元化发展

发行人抓住市场发展的脉搏，未来拟继续扩展文化产业业务版图，实现文化

产业多元化布局发展。发行人拟通过投资文化传媒领域项目和互联网服务领域项目，包括但不限于收藏文化、影视文化、动漫游戏移动互联、信息大数据等细分板块，充分拓展公司业务种类，提升持续盈利能力，并扩大发行人在文化传媒产业市场知名度和品牌影响力。

2、产品/服务计划

目前公司已经形成新媒体整合营销、移动增值等多种类的产品和服务，其中以《四川手机报》《党政手机报》为主的移动信息服务业务产品在公司业务收入中占比较高。未来公司将加强各业务版块的平台建设，在强化移动互联网类产品和服务优势的同时，增加新媒体整合营销业务的服务内容，提高该类业务在公司营业收入中的占比。具体而言：

（1）加强新媒体板块的整合优势，不断实现媒体矩阵优化

立足内容创新，大力推进品牌建设。整合优势资源，搭建强势网络宣传矩阵，打造一批在西部乃至全国具有影响力的品牌栏目、品牌活动，形成内容创新、内容整合的持续能力。充分挖掘板块间联动优势，通过多维度、全方位的为客户提供系统化服务，增强客户粘性，打造线上线下综合服务平台。

（2）移动信息服务业务的产品优化和移动互联网平台建设

加快手机报新产品设计和开发，积极探索手机媒体的业务合作模式创新。在业务功能、资费流程、服务流程、业务运营、体验试用等方面强化管理，提升客户体验，进一步推动手机媒体业务增长。与此同时，公司将依托现有手机报平台的资源优势和技术优势，加快现有手机报采编平台的进一步升级，实现移动互联文化产业平台本土化、特色化。通过拓展“全国手机报可视化监控指挥平台”的产品功能，及打造全国手机报广告联运平台，使全国手机报广告业务能够成为一个有效整体。

（3）紧跟客户需求，增强公司核心竞争力和专业服务能力

伴随着媒体环境的不断演变，客户需求也在不断变化，公司将大力推进线上、线下及两者相结合的多种类综合营销服务；通过为客户提供全媒体平台，多维度，多方式矩阵式整合营销服务，提升客户品牌形象，促进客户业务快速发展。同时，公司也将紧跟各类平台发展趋势，充分发挥采编和技术优势，为客户提供包括网

站、APP、微博、微信等平台开发、平台托管和日常运维以及技术保障等新媒体建设和运营服务；增强公司在互联网信息服务行业的核心竞争力和专业服务能力。

3、企业运营管理

公司特有的政府背景对整合资源具有先天的优势，但同时也制约着公司运营、业务发展的灵活性。未来公司将加快市场化进程，减少体制的诸多计划性限制，通过加强数字化管理平台建设、推进互联网企业文化创新以及建立“高精尖”人才的引进和内部培养提升机制，提高企业运营管理水平。具体而言：

（1）加强数字化管理平台建设

根据上市企业规范治理要求，结合业务运营需要，以打通产业链、支撑企业快速发展、提升运营管控效率为目标，加强各主营业务板块的信息系统建设，打破传统的管理模式和办法，建立先进的数字化网络管理平台和办公自动化平台，实现对各子公司和业务部的高效管理。

（2）推进企业文化创新发展

加强企业文化建设是支撑企业持续健康发展的重要因素。公司将进一步建设互联网企业特有的开放、个性以及包容的企业文化，增强公司的凝聚力和创造力，外塑形象，内强管理，凝心鼓劲，促进和谐，为公司实现战略目标提供精神动力、文化支撑、制度支持和监督保障，打造发展软实力。

（3）大力实施人才强企战略

坚持“人才是第一资源”的理念，把人才资源的整合、开发、利用放到突出的战略地位，推进体制和机制创新。具体措施包括：引进人才方面，提高对互联网创新型人才、新媒体管理和经营人才、复合型人才的吸引力，重点加大产业发展紧缺的领军人才和高端人才的引进力度；培养人才方面，以人才优先发展为目标，为不同类型的人才制定合理的培养方案，提供全面的发展空间；使用人才方面，建立科学有效的竞争性选任用人机制和激励机制，形成人尽其才、才尽其用的良好环境。

4、市场营销

（1）建设专业、强势的宣传推广平台

通过自建、合作或并购的方式不断壮大宣传推广平台的专业服务能力，培育一支专业过硬、服务优秀的团队；并通过合作伙伴建立起专业的宣传推广服务渠道。

（2）移动信息服务业务的全国市场拓展

2018 年，公司收购了现使用的手机报业务相关技术平台（原上海新动手机报软件平台）、软件著作权、主要业务人员及其业务，该平台为全国 10 个省份的手机报运营公司提供手机报编辑及发送服务。公司收购该平台后，使公司手机报业务从四川走向全国，将全国 10 个省份手机报运营业务整合为一体，通过召开平台运营沟通会、现场指导等形式向全国其他省份传输四川手机报运营的先进经验，将四川手机报的《党政手机报》《少数民族手机报》、“一省一报”等“四川模式”经验向全国其他省份推广，未来全国 10 个省份的手机报业务收入有望实现快速增长，从而使公司获得更多的手机报业务相关技术平台使用服务费收入。截至目前，公司已与甘肃省、湖南省、青海省、湖北省等多个省份的手机报运营公司签署了《战略合作协议》或《增值服务合作协议》进行手机报技术平台及业务的推广，目前全国运行在该平台上的手机报订阅用户（含免费用户）已达 1.2 亿户，在多省呈现出齐头并进的良好发展态势，尤其是各地的《党政手机报》业务，用户数快速增加。以甘肃现代移动传媒有限责任公司（甘肃手机报）为例，其在发行人的帮助下开始《党政手机报》等业务的推广，当地《党政手机报》订阅用户快速增加，公司未来可以从《党政手机报》订阅收入中分取 15%-20%的分成收入；河南手机报有限公司（河南手机报）的《党政手机报》业务，亦运行在发行人的手机报出版平台上，目前订阅用户已达 34.5 万户。

随着用户数量的快速增加，公司正牵头组织全国 10 省联合打造手机报广告联运平台，形成手机报业务的全国一张网，使该平台具有手机报广告业务的全国统发能力，有效聚集广告代理商，增加整体广告业务量，提升广告单价。

（二）实施上述计划所依据的假设条件、面临的主要困难

1、实施上述业务发展计划的基本假设

上述业务发展计划主要是以公司现有的业务发展条件、市场地位和竞争优势为基础，依据以下假设条件所制定的：

（1）本次公开发行能够顺利完成，募集资金能及时到位。

（2）国内经济、政治形势稳定，宏观经济保持良好的发展态势，没有对公司发展产生重大影响的不可抗力现象发生。

（3）公司所属行业处于正常发展状态，没有出现重大的市场突变情形。

（4）与本行业密切相关的国家法律法规、行业发展政策没有重大变化。

（5）募集资金投入项目能按计划组织实施并如期完工。

（6）能够保持现有管理层的稳定性和连续性。

（7）公司未发生重大经营决策失误。

（8）无其他不可抗力及不可预见因素对公司经营造成重大不利影响。

2、实施上述计划将面临的主要困难

从公司目前的实际情况看，实施上述计划面临的主要困难包括：

（1）人才以及地域经济因素的制约

新媒体企业具有典型的轻资产运营特点，人力资源是重中之重。由于公司地处西部地区，因此引进一线城市、沿海发达城市甚至国外先进网络和媒体服务专业人才是公司整体战略的重要组成部分。战略计划的实施必须有相应的人才支持，人才的引进和培养，特别是营销、管理和策划等方面人才的引进和培养，将是企业发展过程中重中之重的工作。

（2）资产规模扩大对管理水平的挑战

随着资金运用规模扩大和业务急速扩展，公司在企业运营管理及资源配置、特别是内部控制和资金管理等方面将迎来新的挑战。

（三）公司确保实现上述发展计划拟采取的方式、方法或途径

1、进一步健全和完善公司法人治理结构

本次发行上市后，公司资产规模将大幅提升，股权结构将发生较大变化，更为复杂的股权结构对公司治理提出了更高的要求。公司将认真执行已有的公司治理制度，并在未来发展过程中不断完善法人治理结构、强化各项决策的科学性和透明度，保证中小股东的合法权益，实现公司和股东共同利益的最大化。

2、再造组织架构运作流程，创新业务盈利模式

公司通过不断优化组织架构，由传统垂直型组织管理模式向扁平型现代化企业组织管理模式转变，真正实现互联网企业的高效性和务实性；在业务盈利模式的创新上，公司将通过整合其他资源和利用自身服务平台，增强社会化媒体营销的专业研究，为客户提供更适合、更有效的服务，从而增强盈利水平。

3、深化人力资源体系改革

不断深化人力资源制度改革，通过完善灵活的用人机制、科学合理的考核体系及对内公平、对外具备竞争力的薪酬激励政策，创造吸引高素质专业人才和管理人才的制度优势与工作环境，努力建设一支团结、高效、真诚、进取的员工队伍。

4、加快财务管理体系建设

建立集中管理、分级授权的财务管理体制，全面推行预算管理，并建立资金集中管理、债务集中管理、会计集中核算的管理体系，不断推进财务工作标准化、集中化、信息化，全面推广实施会计一级集中核算，推动公司财务信息化建设。

（四）本次募集资金对实现上述目标的作用

本次发行将为公司募集资金投资项目建设提供充足的资金保障，对公司实现上述业务发展目标具有重大战略意义。本次发行上市有利于公司构建资本市场融资平台，并为公司提供多元化的融资途径，有利于持续改善公司资本结构，增加未来资本市场融资的灵活性、可能性。本次募集资金投资项目建成运营后，公司的新媒体信息传播业务内容、业务规模、业务发展依托的技术平台等将在现有基础上实现质的飞跃，有助于进一步提升公司市场竞争力、提高市场占有率。

本次募集资金投资项目的成功实施是实现前述业务发展目标的重要基础，公司将认真组织项目的实施。

（五）发行人持续公告发展规划实施和目标实现的声明

若公司本次成功实现国内创业板上市，将在定期报告中持续披露规划实施和目标实现的情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立经营情况及独立经营能力

自成立以来，公司严格按照《公司法》《证券法》等有关法律法规和《公司章程》规范运作，建立健全公司法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面独立于控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

（一）资产独立性

公司系由川网有限整体变更设立而来，继承了川网有限全部的资产、负债及权益，具备与经营有关的业务体系及资产。截至本招股说明书签署日，公司合法拥有或租赁与经营有关的场地、设施以及商标、软件著作权、域名等的所有权或者使用权，不存在以其资产、权益或信誉为股东提供担保的情况，也未以公司名义向股东提供借款或其他资助，不存在资产、资金被股东占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立性

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》《公司章程》的相关规定产生，不存在有关法律、法规禁止的兼职情况。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中领薪；公司的财务人员也未在控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立性

公司设立财务部并配备专职财务人员，具有独立的财务核算体系、规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度，能够独立作出财务决策。公司不存在与控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司作为独立纳税人，依法履行纳税申报和税款缴纳义务。

（四）机构独立性

公司设有股东大会、董事会、监事会等决策、执行、监督机构，各机构均独立于公司控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，并依照《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等规定规范运行。公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立性

公司已建立完整的业务流程，具有完整的业务体系，能够独立面对市场自主经营。公司业务独立于控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

经核查，保荐机构认为，发行人上述关于公司独立性的表述真实、准确、完整。发行人在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，已达到发行监管对公司独立性的要求。

二、同业竞争情况

（一）同业竞争情况说明

截至本招股说明书签署日，四川新传媒直接持有发行人 60.00%股权，为发行人控股股东。四川省新闻中心直接持有四川新传媒 100%股权，为发行人间接控股股东。公司控股股东、间接控股股东控制的其他企业情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、（五）控股股东和间接控股股东控制的其他企业”。

四川新传媒的经营范围为“商务服务业；计算机服务业；软件业；商品批发与零售。”四川新传媒除持有发行人股权外，还持有蓉塬置业 100%股权、新媒物业 100%股权、新媒生态 100%股权、新网文化 100%股权，并控制云竞文化。蓉塬置业主要从事房地产开发业务，新媒物业主要从事物业管理业务，新媒生态主要从事农副产品销售业务，新网文化主要从事文化产业项目投资与开发，云竞文化主要从事电竞活动策划。四川新传媒及其下属子公司与发行人不构成同业竞争。

四川省新闻中心为事业单位，其宗旨和业务范围为“承办新闻发布会、记者招待会，为新闻单位和新闻工作者提供资料及通讯联络，对外开展新闻方面的咨询、培训、联谊服务，编辑、出版、发行《品牌时代》杂志及对外宣传文化产品”。四川省新闻中心除持有四川新传媒 100%股权外，还持有树人传媒 100%股权。根据四川省委宣传部出具的书面说明，树人传媒已于 2017 年 9 月 12 日起由四川省委宣传部举办的事业单位四川党建期刊集团下属的精神文明报社托管经营，且四川省委宣传部已决定将树人传媒的产权划转至四川党建期刊集团。四川省新闻中心及其下属子公司与发行人不构成同业竞争。

（二）关于避免同业竞争所作的承诺

为确保发行人持续、健康、稳定发展，避免与发行人构成同业竞争，四川省新闻中心、四川新传媒、四川省委宣传部作出如下承诺：

“1、本公司/单位致力于把发行人打造成本公司/单位下唯一的以互联网技术和移动互联网技术为支撑的经营性新媒体企业，并支持发行人在该领域发展和扩大竞争优势。

2、本公司/单位和本公司/单位控制的公司、企业或其他经营实体目前没有从事或参与任何与发行人主营业务竞争的业务；自本承诺函正式签署和出具之日起，本公司/单位和本公司/单位控制的公司、企业或其他经营实体不会：

（1）以任何形式（包括但不限于单独、合伙经营，投资）从事或参与与发行人主营业务竞争的业务。

（2）以任何形式（包括但不限于单独、合伙经营，投资）支持发行人以外的第三方从事或参与与发行人主营业务竞争的业务。

3、本公司/单位和本公司/单位控制的公司、企业或其他经营实体如从任何第三方获得的商业机会与发行人主营业务可能构成直接或间接的竞争，则本公司/单位承诺将促使本公司/单位和本公司/单位控制的公司、企业或其他经营实体立即告知发行人，使该商业机会按合理和公平的条款和条件首先提供给发行人。

4、本公司/单位保证不利用直接/间接控股股东/实际控制人的地位损害发行人的合法权益，也不利用自身地位谋取非正常的额外利益。

5、以上承诺于本公司/单位作为发行人的直接/间接控股股东/实际控制人期

间持续有效，且是不可撤销的。

6、如因本公司/单位未履行在本承诺函中所作的承诺及保证而给发行人造成损失，本单位将赔偿发行人的一切实际损失。（注：四川省委宣传部指定由四川省新闻中心赔偿发行人的一切实际损失）”

三、关联方和关联关系

（一）关联方

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号－关联方披露》（财会[2006]3 号）、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律、法规关于关联方和关联关系的规定，截至本招股说明书签署日，本公司关联方及关联关系情况如下：

1、控股股东及实际控制人

关联方	与公司的关联关系
四川新传媒	持有本公司 60%股份，为本公司控股股东
四川省新闻中心	通过持有新传媒公司 100%股权从而间接持有本公司 60%股份，为本公司间接控股股东
四川省委宣传部	通过主管和举办的四川省新闻中心持有四川新传媒 100%股权，为本公司实际控制人

2、持有公司 5%以上股份的其他主要股东

关联方	与公司的关联关系
四川产业振兴基金	持有本公司 9%股份的股东
博瑞投资	持有本公司 7%股份的股东
中国青年出版社	中国青年出版社、中国青年杂志社出资人/举办单位均为共青团中央。截至本招股说明签署日，中国青年出版社与中国青年杂志社合计持有本公司 6.20%股份
中国青年杂志社	

3、四川新传媒及四川省新闻中心控制的其他企业

关联方	与公司的关联关系
蓉塬置业	四川新传媒持有其 100%股权
新媒物业	四川新传媒持有其 100%股权
新媒生态	四川新传媒持有其 100%股权
新网文化	四川新传媒持有其 100%股权
云竞文化	四川新传媒持有其 33%股权，发行人持有其 34%股权

4、实际控制人控制的与发行人存在关联交易的其他企事业单位

关联方	与公司的关联关系
四川省网络舆情中心	2019 年 2 月前，为四川省委宣传部举办的事业单位
四川省委讲师团	四川省委宣传部举办的事业单位

注：根据《中共四川省委 四川省人民政府关于印发〈四川省机构改革方案〉通知》（川委发〔2018〕26 号），四川省网络舆情中心已于 2019 年 2 月从四川省委宣传部划转至中国共产党四川省委员会的内设机构中共四川省委网络安全和信息化委员会办公室（挂四川省互联网信息办公室牌子）。

5、公司的子公司及合营企业、联营企业

关联方	与公司的关联关系
新网有限	本公司持有其 100%股权
四川发布	本公司持有其 100%股权
麻辣社区	本公司持有其 100%股权
新网公共	本公司持有其 100%股权
网泰传媒	本公司持有其 100%股权
领航新媒	本公司持有其 100%股权
巴中传媒	本公司持有其 51%股权
公交传媒	本公司全资子公司新网公共持有其 30%股权
云竞文化	发行人持有其 34%股权

6、关联自然人

本公司的关联自然人包括：（1）公司董事、监事、高级管理人员（含过去十二个月内曾任）；（2）四川新传媒的董事、监事、高级管理人员（含过去十二个月内曾任）；（3）与前述董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员。与上述人员关系密切的家庭成员包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

7、受本公司关联自然人直接、间接以及共同控制或可施加重要影响的其他企业

受本公司关联自然人直接、间接以及共同控制或可施加重要影响的、除发行人及其控股子公司以外的其他企业为本公司关联方。

（1）本公司董事、监事和高级管理人员直接、间接、共同控制的或施加重大影响其他企业

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事和高级管理人员直接、间接、

共同控制的或施加重大影响其他企业参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理“之”一、（五）董事、监事、高级管理人员兼职情况”和“二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况”的相关内容。

（2）四川新传媒的董事、监事、高级管理人员兼任董事或高级管理人员的企业

序号	关联方	关联关系
1	成都天地博视文化传播有限公司	四川新传媒监事徐俊华及其配偶合计持股 100%，并由其配偶担任执行董事兼总经理
2	四川盛唐星光影视传媒有限公司	四川新传媒监事徐俊华及其配偶合计持股 100%，并由其配偶担任执行董事兼总经理

（3）本公司及四川新传媒董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

序号	关联方	关联关系
1	四川新网银行股份有限公司	本公司副总经理张柳的配偶担任董事长的企业
2	成都嘉盛和物流有限公司	本公司董事、副总经理雷和斌的配偶担任执行董事、总经理并持股 100%的企业
3	四川和记大旗物流有限公司	本公司董事、副总经理雷和斌的配偶担任董事的企业
4	乐山市五通桥区长江机械厂	本公司董事罗渊的父亲担任经理的企业
5	成都汉鱼文化传播有限公司	本公司监事赖庆媚的配偶担任执行董事的企业
6	成都光华智库教育咨询有限公司	本公司独立董事王玉荣配偶持股 100%并担任执行董事兼总经理的企业
7	四川晒金企业管理咨询有限公司	控股股东四川新传媒董事梅丽琼的配偶持股 100%并担任执行董事兼总经理的企业
8	成都途家酒店管理有限公司	控股股东四川新传媒董事梅丽琼的兄弟及其配偶合计持股 100%，梅丽琼兄弟的配偶担任执行董事兼总经理的企业
9	四川省青创酒店管理有限公司	控股股东四川新传媒董事梅丽琼的兄弟及其配偶合计持股 100%，梅丽琼兄弟的配偶担任执行董事兼总经理的企业
10	四川汉鼎科技有限公司	控股股东四川新传媒董事梅丽琼的兄弟持股 55%并担任执行董事兼总经理的企业
11	成都润桦地产投资管理有限公司	控股股东四川新传媒董事梅丽琼的兄弟担任董事的企业
12	四川消安智能工程有限公司	控股股东四川新传媒董事梅丽琼的兄弟持股 70%的企业

除上述关联方外，过去十二个月内，关联自然人控制或施加重大影响的除发

行人及其控股子公司以外的法人或其他组织，均属于发行人的关联方。

8、报告期内曾经存在的其他主要关联方

序号	关联方	关联关系
1	树人传媒	四川省新闻中心曾经控制的公司

树人传媒具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、（五）、6、树人传媒”。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）采购商品和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2018 年度	2017 年度	2016 年度
公交传媒	采购媒介资源	2,196.60	849.84	2,971.79
新媒生态、新网文化	购买商品、接受劳务	1.50	41.94	54.31
小计		**2,198.10**	**891.78**	**3,026.10**
占营业成本的比例		**23.04%**	**11.97%**	**33.83%**

上述交易具体内容如下：

①向公交传媒购买媒介资源

发行人全资子公司新网公共持有公交传媒 30%的股权。报告期内，网泰传媒向公交传媒采购广告位媒介资源，用于向广告主提供广告发布服务。

公交传媒选择网泰传媒作为其广告代理商，系由于网泰传媒及其股东在成都市场上丰富的客户资源和优秀的销售网络，采购价格系双方依据市场惯例，在协商一致的基础上确定。

②向新媒生态、新网文化购买商品、接受劳务

新媒生态和新网文化为发行人控股股东四川新传媒控制的企业。报告期内，发行人全资子公司新网有限向新媒生态采购生态农产品及农业行业咨询服务；发行人向新网文化采购展览服务、文化宣传品、文化艺术品、四川特色文化体验活动；发行人委托新网文化拍摄制作相关非遗纪录片等。

上述交易价格由双方协商一致以成本费用加合理利润的方式确定。报告期

内，该等交易发生金额较小且逐年减少。

（2）销售商品和提供服务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2018 年度	2017 年度	2016 年度
四川省委宣传部及其下属单位		544.62	440.00	704.72
其中：四川省委宣传部	宣传推广服务、手机报增值服务	33.03	61.42	18.87
四川省委讲师团	技术服务	483.28	350.28	141.83
四川省网络舆情中心	网络舆情服务	28.30	28.30	28.30
四川省新闻中心	宣传推广服务	-	-	515.72
公交传媒	广告代理运营、技术服务、宣传推广服务	14.59	82.00	907.86
四川新网银行股份有限公司	手机报增值服务、宣传推广服务	71.23	10.85	-
小计		**630.44**	**532.85**	**1,612.59**
占营业收入的比例		**3.07%**	**3.19%**	**8.65%**

上述交易具体内容如下：

①向四川省委宣传部及其下属单位提供宣传推广服务、手机报增值服务、技术服务、网络舆情服务等

报告期内，发行人向四川省委宣传部及其下属单位提供的服务包括：通过承办系列宣传活动等方式为四川省委宣传部提供宣传推广服务；通过四川手机报等平台资源，为四川省委宣传部提供“自然灾害网络宣传应急预警信息发布”等手机报增值服务；受托完成四川省新闻中心“成都高画质全景城市形象宣传片拍摄制作”；为四川省委讲师团提供技术服务，包括“网络学习平台”、“可视化管理中心”、“微信公众平台”等平台的建设、运营、维护、升级服务，以及相关设备设施配置、配套功能开发、数字化理论产品提供及培训服务等；为四川省网络舆情中心提供热点事件社会调查、数据分析、网络舆情服务等。

上述交易的交易价格由双方协商一致以成本费用加合理利润的方式确定。

②向公交传媒提供广告代理运营服务、技术服务、宣传推广服务

报告期内，发行人向公交传媒提供的服务包括：为其提供介绍式媒介代理业务；为其提供视频制作等宣传推广服务；为其提供网站升级建设及运维技术服务；

2016 年度，为其提供“媒介资源运营管理云平台”技术服务，自 2017 年起上述技术服务不再发生。

上述交易的交易价格系双方依据市场惯例，在协商一致的基础上确定。

③向四川新网银行股份有限公司提供手机报增值服务、宣传推广服务

上述服务系发行人通过四川手机报、四川新闻网等平台为四川新网银行股份有限公司发布指定手机报广告和网页广告和宣传信息。

上述交易的交易价格根据发行人制定的手机报广告、网页广告刊例价确定，具有公允性，该交易仅 2017 年、2018 年发生，金额较小。

2、偶发性关联交易

（1）购买办公用房的关联交易

2016 年度，发行人向蓉塬置业支付购买办公用房产的款项 738.69 万元。

随着发行人业务发展规模逐步扩大，为了满足经营需要，发行人 2014 年向蓉塬置业购买 4 处办公用房产及配套 30 个车位，具体情况如下：

①合同签订情况

2014 年 1 月，发行人与蓉塬置业签署《商品房买卖合同》及《商品房买卖合同补充协议》，购买其开发的“新雨香沁”项目共计 4 层办公楼，合同总金额 7,386.86 万元；2014 年 3 月，发行人与蓉塬置业签署《商品房买卖合同（车位）》，向其购买前述项目的 30 个车位，合同总金额 540.00 万元。发行人已按规定分期支付上述 4 层办公楼及 30 个车位全部购置款项，合计 7,926.86 万元。

②价格公允性分析

上述办公用房产成交价格系按照“新雨香沁”项目在成都市房管局备案的预售价格。发行人购买的“新雨香沁”项目共计 4 层办公楼约 6,715.33 平方米，合同价款合计为 7,386.86 万元，折合每平米单价约为 1.1 万元，而同样地段金牛市民中心及邻近的华侨城创想中心的写字楼单价亦约为 1.1 万元/平米，处于市场价格水平。

发行人购买配套车位 30 个，合同总价约 540 万元，折合每个车位约 18 万元，前述车位位于成都市三环内，以“新雨香沁”项目为中心一公里外的万科金域西

邻（住宅），其地处三环外迎宾大道，标准车位为 15 万元/个，考虑其地段差异，车位价格亦处于合理水平。

综上，发行人向蓉塬置业购买的办公用房、配套车位价格公允。

③房产交付情况

根据发行人与蓉塬置业签订的《商品房买卖合同》及《商品房买卖合同补充协议》，蓉塬置业应于 2015 年 12 月 30 日前向发行人交付房屋。但因“新雨香沁”项目未能及时完成规划验收工作，导致发行人所购标的房屋未能达到约定的交房条件，蓉塬置业未能及时向发行人交付上述房产。

针对蓉塬置业迟延交付上述房屋事宜，发行人与蓉塬置业分别签订《商品房买卖合同补充协议二》和《商品房买卖合同补充协议三》，对竣工标准、交房期限、违约金等事项进行了约定：

2015 年 11 月 26 日，双方签订《商品房买卖合同补充协议二》，约定调整房屋的竣工标准，并将交房时间调整为 2016 年 12 月 30 日前。

2019 年 5 月 8 日，双方签订《商品房买卖合同补充协议三》约定：A、蓉塬置业应当于 2019 年 6 月 30 日之前办理完毕上述房屋的规划验收及法定交付手续并向发行人交付上述房屋；B、蓉塬置业应向发行人支付逾期交房的违约金，违约金的计算标准为：自 2016 年 12 月 31 日起，至上述房屋全部完成实际交付之日的前一日期间，以发行人已实际向蓉塬置业支付的全部购房款 7,926.86 万元为基数，按每日万分之一点五的比例计算。

截至本招股说明书签署日，蓉塬置业已按《商品房买卖合同补充协议三》约定，向发行人支付了自 2016 年 12 月 31 日至 2019 年 5 月 8 日期间的违约金，合计 1,021.38 万元。

截至本招股说明书签署日，发行人所购上述房产尚未交付，正在办理规划验收合格证。

④履行的程序

发行人向蓉塬置业购买房产及收取违约金事项构成关联交易，发行人已按照《公司章程》《关联交易管理制度》等规章制度对上述关联交易履行的程序，具体如下：

发行人2014年第一届董事会第七次会议和2014年第一次临时股东大会审议同意购买上述 4 处房屋的关联交易，独立董事发表了同意的独立意见。发行人2014年第一届董事会第九次会议审议同意购买上述30处车位的关联交易，独立董事发表了同意的独立意见。

发行人第二届董事会第十九次会议和2019年第一次临时股东大会审议通过了《关于审议与四川蓉塬置业有限公司签订相关协议的议案》，决议同意发行人与蓉塬置业签署《商品房买卖合同补充协议三》，就房屋交付及违约赔偿事宜进行约定，独立董事发表了同意的独立意见。

综上，发行人与蓉塬置业的关联交易已履行必要的关联交易审议程序。

（2）与四川新传媒、西部新业共同出资设立云竞文化

2018年7月13日，发行人第二届董事会第十六次会议审议通过《关于对外投资设立四川云竞文化科技有限公司的议案》，决议与四川新传媒、西部新业共同投资设立云竞文化。云竞文化的注册资本为1,000.00万元，其中：发行人认缴340.00万元，四川新传媒认缴330.00万元，西新业实业股份有限公司认缴330.00万元。发行人独立董事发表了独立意见。

云竞文化基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、（三）、2、云竞文化”。

（3）向西部新业提供咨询服务

2018年度，发行人向西部新业提供咨询服务，确认其他业务收入5.11万元。

上述服务系发行人向西部新业提供公司治理等方面的咨询，包括为其重大决策、重大合作提供分析建议、对员工进行法治宣传教育、为其制定公司治理规范文件等。

上述交易的交易价格由双方协商一致以成本费用加合理利润的方式确定，该交易仅2018年发生，金额较小。

3、关联方往来余额

单位：万元

项目	关联方	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收票据及应收账款	公交传媒	-	62.98	573.14
	西部新业	0.68	-	0.00
小计		**0.68**	**62.98**	**573.14**
预付款项	公交传媒	466.00	131.45	242.29
	新媒生态	20.00	-	-
小计		**486.00**	**131.45**	**242.29**
其他应收款	公交传媒	396.10	375.20	-
	四川省委讲师团	2.59	-	-
小计		**398.69**	**375.20**	**-**
应收股利	公交传媒	-	470.34	-
小计		**-**	**470.34**	**-**
应付票据及应付账款	新媒生态	-	10.00	7.00
	新网文化	-	10.65	23.40
小计		**-**	**20.65**	**30.40**
预收账款	四川省网络舆情中心	9.43	9.43	9.43
	四川省委员会宣传部	55.47	-	-
	四川省委讲师团	53.90	245.25	37.08
小计		**118.80**	**254.69**	**46.51**
其他应付款	四川省对外文化交流中心	20.00	20.00	20.00
小计		**20.00**	**20.00**	**20.00**

（三）关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司发生的经常性关联交易主要包括向关联方采购媒介资源，向关联方提供宣传推广服务、技术服务、手机报增值服务等，关联交易总体金额及占比相对较低，不存在显失公允的情形，对公司财务状况和经营成果影响较小。

报告期内，公司发生的偶发性关联交易主要为公司为履行报告期之外的关联交易协议向关联方支付购房合同尾款。该等关联交易不存在显失公允的情形，对公司财务状况和经营成果无重大影响。

四、关联交易的执行情况及独立董事意见

2019 年 3 月 14 日，公司第二届董事会第十九次会议审议通过了《关于公司

最近三年关联交易的议案》，关联董事均回避了表决。2019 年 3 月 29 日，公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了上述议案，关联股东均回避了表决。公司独立董事对 2016 年度、2017 年度和 2018 年度的关联交易情况发表了独立意见，认为：公司及控股子公司在 2016 年至 2018 年期间发生的关联交易事项符合正常商业条款及公平原则，交易条件及定价公平、公允，不会对公司独立性产生影响，不存在损害公司及其他股东，特别是中小股东和非关联股东利益的情形。

五、规范并减少关联交易的措施

本公司尽量避免关联交易的发生，对于难以避免的关联交易，本公司严格按照国家现行法律、法规、规范性文件以及《公司章程》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》等有关规定履行必要程序，遵循公正、公平、公开的原则，明确双方的权利和义务，确保关联交易的公平。

1、本公司严格按照《公司法》和《公司章程》的要求，建立了独立、完整的业务体系，拥有独立的市场营销、采购供应、研发设计、财务管理、人力资源等职能部门。

2、本公司《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》和《关联交易管理制度》等相关制度完善了关联交易决策权限和程序。对于正常的、有利于公司发展的关联交易，公司将遵循公正、公开、公平的原则，严格按制度规范操作，确保交易的公允，并对关联交易予以充分及时披露。

3、为了减少和规范关联交易，保护投资者的权益，公司控股股东四川新媒体、间接控股股东四川省新闻中心和实际控制人四川省委宣传部均分别出具了《规范和减少关联交易的承诺》，向公司作出如下承诺：

“本单位为四川新闻网（传媒）集团股份有限公司（以下简称‘发行人’）的直接/间接控股股东/实际控制人，为确保发行人（包括其全资、控股子公司、企业及其他经营实体，下同）持续、健康、稳定地发展，避免本公司/单位及本公司/单位控制的除发行人以外的公司、企业或其他经营实体及本公司/单位的关联企业（以下合称本公司/单位控制及关联的企业）在生产经营活动中损害发行人以及其他股东的利益，本公司/单位特向发行人承诺如下：

本公司/单位将尽可能的避免和减少与发行人之间的关联交易。

对于无法避免或有合理原因而发生的关联交易，本公司/单位将根据有关法律、法规和规范性文件以及发行人的公司章程、关联交易制度的规定，遵循平等、自愿、等价有偿的一般商业原则，与发行人签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，关联交易价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护发行人以及其他股东的利益，并按相关法律法规及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

本公司/单位保证不利用在发行人的地位和影响，通过关联交易损害发行人以及其他股东的合法权益。

本公司/单位将促使本公司/单位控制的公司、企业或其他经营实体遵守上述承诺。如因本公司/单位或本公司/单位控制的公司、企业或其他经营实体未履行上述承诺而给发行人造成损失，本公司/单位将赔偿由此给发行人造成的一切实际损失。（注：四川省委宣传部指定由四川省新闻中心赔偿由此给发行人造成的一切实际损失。）

以上承诺于本公司/单位作为川网传媒的实际控制人、直接或间接控股股东期间持续有效，且是不可撤销的。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

公司现有董事 12 名、监事 5 名、高级管理人员 7 名，均为中国国籍。其简要情况如下：

（一）董事会成员

本公司董事会由 12 名董事构成，董事由股东大会选举或更换，任期为 3 年，任期届满可以连选连任。公司董事姓名与任期情况如下表：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	张志跃	董事长	四川新传媒	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
2	张涛	董事	四川新传媒	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
3	雷和斌	董事	四川新传媒	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
4	花晓寅	董事	四川新传媒	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
5	王刚	董事	四川新传媒	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
6	李铭海	董事	四川新传媒	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
7	罗渊	董事	四川产业振兴基金	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
8	张伟建	董事	证券时报	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
9	丁汉青	独立董事	四川新传媒	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
10	臧小涵	独立董事	国广控股	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
11	赵青	独立董事	证券时报	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
12	王玉荣	独立董事	峨影集团	2019 年 3 月 29 日起，任期三年

公司董事简历如下：

1、张志跃，男，1958 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1976 年 12 月至 2007 年 10 月，就职于成都军区，历任战士、班长、助工、连指导员、营教导员、秘书、副处长、团政委、处长、师副政委等职务；2007 年 10 月至 2013 年 12 月，就职于四川省委宣传部，历任副巡视员、四川省委对外宣传办公室（四川省人民政府新闻办公室）副主任兼四川省互联网信息办公室副主任、巡视员等职务；2013 年 2 月至今，任四川新传媒董事长；2013 年 3 月至今，任发行人董事长、总经理；2015 年 6 月至今，任西部新业董事。

2、张涛，男，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2000 年 7 月至 2009 年 10 月，就职于解放军某部，历任排长、组织干事、干部干事、连长、宣传保卫股股长、正营职干事；2009 年 10 月至 2017 年 10 月，就职于四川省委宣传部，历任科员、副处长；2017 年 10 月至今，任发行人总编辑；2019 年 3 月至今，任发行人董事。

3、雷和斌，男，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1996 年 9 月至 2003 年 5 月，就职于四川省供销合作社联合社，历任秘书、副主任科员等职务；2003 年 5 月至 2012 年 6 月，就职于四川省委宣传部，历任主任科员、网络宣传教育处副处长，其中 2007 年 2 月至 2008 年 3 月，挂职于中共中央宣传部舆情信息局；2012 年 6 月至 2013 年 3 月，任四川新闻网站总编辑；2013 年 3 月至今，任发行人董事、副总经理；2018 年 5 月至今，任领航新媒执行董事兼总经理。

4、花晓寅，女，1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1996 年 7 月至 2001 年 12 月，就职于四川省机械研究设计院，任助理工程师；2001 年 12 月至 2013 年 12 月，就职于四川省委宣传部，历任主任科员、副处长；2013 年 3 月至 2019 年 3 月，任发行人董事会秘书；2013 年 3 月至今，任发行人董事、副总经理；2013 年 7 月至今，任四川新传媒董事；2014 年 2 月至今，任公交传媒董事。

5、王刚，男，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1995 年 7 月至 1996 年 4 月，就职于攀枝花市西区印刷厂；1996 年 4 月至 1997 年 11 月，任攀枝花市西区人民政府办公室秘书；1997 年 11 月至 2002 年 12 月，历任攀枝花市人大科员、副科长；2002 年 12 月至 2009 年 7 月，历任攀枝花市委宣传部宣传处副主任科员、主任科员、副主任、主任、科长；2008 年 2 月至 2009 年 1 月，于中共中央宣传部舆情信息局挂职锻炼；2009 年 7 月至 2010 年 3 月，任四川省委宣传部网络宣传教育处主任科员；2010 年 3 月至 2012 年 5 月，历任四川新闻网站总编辑助理、副总编辑；2012 年 5 月至 2013 年 7 月，任四川省新闻中心副主任；2013 年 3 月至今，任四川新传媒董事，发行人董事、副总经理；2016 年 9 月至今，任新网文化董事长；2017 年 1 月至今，任新网有限董事长。

6、李铭海，男，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，工程师（电子工程），本科学历。1992 年 5 月至 2001 年 7 月，就职于四川德阳电影公司，历任技术员、助理工程师、工程师、部门经理；2001 年 7 月至 2013 年 3 月，就职于四川新闻网站，历任网站记者、编辑、编辑部主任、信息中心主任、总编辑助理、副总编辑，《四川手机报》副总编辑；2010 年 9 月至今，任麻辣社区执行董事、董事长、总经理，四川新传媒董事，《四川手机报》总编辑；2013 年 3 月至今，任发行人董事、副总经理。

7、罗渊，男，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2002 年 7 月至 2011 年 6 月，就职于广州宝洁有限公司，历任大区经理、大客户经理、项目经理等；2011 年 6 月至今，任国辰产业投资基金管理有限公司投资管理部总经理；2014 年 3 月至 2015 年 3 月，任四川三新创业投资有限责任公司总经理助理；2016 年 12 月至今，任四川农大高科农业有限责任公司董事；2019 年 3 月至今，任发行人董事。

8、张伟建，男，1967 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1989 年 7 月至 2001 年 3 月，任西安日报社记者；2001 年 3 月至今，任证券时报西南总部主任；2019 年 3 月至今，任发行人董事。

9、丁汉青，女，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。2003 年 7 月至 2017 年 11 月，历任中国人民大学新闻学院教员、系主任；2017 年 12 月至今，任北京师范大学新闻传播学院院长助理；2019 年 3 月至今，任发行人独立董事。

10、臧小涵，女，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，国家注册拍卖师，本科学历。2004 年至 2012 年，就职于西门子中国有限公司，历任市场专员、高级经理、总监；2009 年至今，任北京今典联合国际拍卖公司拍卖师；2011 年至 2018 年，任北京鑫阳艺见商贸有限公司执行董事、经理；2011 年至 2017 年，任罗顿发展股份有限公司独立董事；2013 年至今，任福建实达集团股份有限公司董事；2016 年 3 月至今，任发行人独立董事。

11、赵青，男，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中国注册会计师、注册税务师、司法鉴定人，硕士研究生学历。1982 年 6 月至 1988 年 9 月，任内蒙古海拉尔市税务局科员；1988 年 9 月至 1993 年 9 月，任内蒙古呼伦贝尔

市审计局科员；1993 年 9 月至 1998 年 1 月，任深圳永明会计师事务所部门经理；1998 年 1 月至今，任深圳市长城会计师事务所有限公司董事、合伙人；2003 年至 2017 年，任深圳市注册会计师协会调查委员会委员；2007 年至今，任深圳市永道税务师事务所有限公司董事长、总经理；2016 年 6 月至今，任深圳市丰融咨询顾问有限公司董事长、总经理；2016 年 3 月至今，任发行人独立董事。

12、王玉荣，男，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。2008 年 9 月至 2014 年 3 月，任西南财经大学全球化与领导研究中心执行主任；2009 年 9 月至 2014 年 3 月，任西南财经大学发展研究院院长助理；2012 年至今，任四川国珈光华投资有限公司董事长；2014 年 4 月至 2017 年 11 月，任国家发改委国际合作中心国际金融研究所执行所长；2017 年 11 月至今，任清华大学社会科学院当代中国研究中心、清华大学社会科学学院社会与金融研究中心副主任，小平故里书院执行院长；2019 年 3 月至今，任发行人独立董事。

（二）监事会成员

根据《公司章程》的规定，本公司监事会由 5 名监事组成，包括 2 名职工监事，设监事会主席 1 名。公司监事姓名与任期情况如下表：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	沈利	监事会主席	四川新传媒	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
2	曾邱	监事	九洲创投	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
3	刘廷芳	监事	博瑞投资	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
4	刘侃	职工监事	/	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
5	赖庆媚	职工监事	/	2019 年 3 月 29 日起，任期三年

本公司监事简要情况如下：

1、沈利，女，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，会计师，大专学历。1998 年 2 月至 1999 年 6 月，任黛安芬国际股份有限公司会计；1999 年 6 月至 2010 年 5 月，任四川新闻网站会计、出纳；2010 年 5 月至 2013 年 3 月，任手机报传媒财务部主任；2013 年 3 月至今，任发行人监事。

2、曾邱，女，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2008 年 1 月至今，历任四川九洲电器集团有限责任公司资产营运管理部业务员、副部长；2017 年 2 月至今，任绵阳市电子电器检测有限责任公司董事；

2018 年 1 月至今，任九洲创投董事、副总经理；2018 年 3 月至今，任四川湖山电器股份有限公司董事；2019 年 5 月至今，任成都微精电机股份公司董事；2013 年 3 月至今，任发行人监事。

3、刘廷芳，男，1967 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1990 年 7 月至 2001 年 4 月，就职于中煤邯郸设计研究院，历任助理会计师、主管会计、财务处副处长；2001 年 4 月至 2019 年 4 月，任博瑞投资财务总监；2009 年 12 月至 2019 年 3 月，兼任成都博瑞宏信置业有限公司董事、常务副总经理；2019 年 3 月至今，任发行人监事。

4、刘侃，男，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2000 年 7 月至 2004 年 5 月，就职于四川托普集团西部软件园股份有限公司；2004 年 6 月至 2012 年 12 月，任中国联通攀枝花市分公司集团客户事业部业务员、行业总监；2012 年 12 月至今，历任新网有限总经理助理、副总经理、董事；2016 年 3 月至今，任发行人监事。

5、赖庆媚，女，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2001 年 7 月至 2006 年 6 月，任成都晚报社记者；2006 年 7 月至 2013 年 6 月，任成都传媒集团办公室秘书；2013 年 7 月至今，历任发行人总编室副主任、主任；2018 年 8 月至今，任发行人监事。

（三）高级管理人员

根据《公司章程》的规定，本公司的高级管理人员包括总经理、副总经理、财务负责人及董事会秘书。公司高级管理人员姓名与任期情况如下表：

序号	姓名	职务	任职期间
1	张志跃	总经理	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
2	雷和斌	副总经理	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
3	花晓寅	副总经理	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
4	王刚	副总经理	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
5	李铭海	副总经理	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
6	张柳	副总经理	2019 年 3 月 29 日起，任期三年
7	谢佳	财务负责人、董事会秘书	2019 年 3 月 29 日起，任期三年

本公司高级管理人员的简要情况如下：

1、总经理

张志跃，详见招股说明书本节之“董事会成员简介”。

2、副总经理

（1）雷和斌、花晓寅、王刚、李铭海，详见招股说明书本节之“董事会成员简介”。

（2）**张柳**，女，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2003 年 9 月至 2009 年 6 月，历任四川眉山市电视台记者、文艺中心副主任、主任；2009 年 6 月至 2012 年 8 月，历任峨影集团策划中心副主任，四川峨影新元素文化传播有限公司副总经理，四川峨影广告传媒有限公司总经理；2012 年 9 月至今，历任新网公共董事、董事长兼总经理；2014 年 2 月至 2018 年 11 月，任公交传媒董事；2016 年 12 月至今，任公交传媒经理；2013 年 3 月至 2019 年 3 月，任发行人董事、董事长助理；2019 年 3 月至今，任发行人副总经理。

3、财务负责人、董事会秘书

谢佳，女，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006 年 1 月至 2010 年 9 月，任深圳鹏城会计师事务所有限公司项目经理；2010 年 9 月至 2012 年 4 月，任广州中茂园林建设工程有限公司财务总监；2013 年 3 月至今，任发行人财务负责人；2019 年 3 月至今，兼任发行人董事会秘书。

（四）核心技术人员

截至本招股说明书签署日，公司未设定核心技术人员。

（五）董事、监事、高级管理人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员在其他单位兼职情况如下：

序号	姓名	兼职单位	在兼职单位任职情况	与本公司关联关系
1	张志跃	四川新传媒	董事长	本公司控股股东
		西部新业	董事	本公司董事担任董事的企业
2	雷和斌	领航新媒	执行董事兼总经理	本公司全资子公司
3	花晓寅	四川新传媒	董事	本公司控股股东
		公交传媒	董事	本公司参股公司

4	王刚	四川新传媒	董事	本公司控股股东
		新网文化	董事长	本公司控股股东四川新传媒之全资子公司
		新网有限	董事长	本公司全资子公司
5	李铭海	四川新传媒	董事	本公司控股股东
		麻辣社区	董事长、经理	本公司全资子公司
6	罗渊	四川农大高科农业有限责任公司	董事	本公司董事担任董事的企业
7	臧小涵	福建实达集团股份有限公司	董事	本公司董事担任董事的企业
8	赵青	深圳市长城会计师事务所有限公司	董事	本公司董事担任董事的企业
		深圳市永道税务师事务所有限公司	董事长、总经理	本公司董事担任董事、总经理的企业
		深圳市丰融咨询顾问有限公司	董事长、总经理	本公司董事担任董事、总经理的企业
9	王玉荣	四川国珈光华投资有限公司	董事长	本公司董事担任董事、总经理的企业
		成都金国融劳务服务有限公司	董事长	本公司董事担任董事的企业
		四川国金光华股权投资基金管理有限公司	董事长	本公司董事担任董事的企业
		长江光华实业投资股份有限公司	董事长	本公司董事担任董事的企业
		成都光华会商务信息咨询服务有限公司	执行董事	本公司董事担任董事的企业
		四川夏邦光华实业股份有限公司	董事长	本公司董事担任董事的企业
10	曾邱	绵阳市电子电器检测有限责任公司	董事	本公司监事担任董事的企业
		九洲创投	董事、副总经理	本公司股东
		四川湖山电器股份有限公司	董事	本公司监事担任董事的企业
		成都微精电机股份公司	董事	本公司监事担任董事的企业
11	刘侃	新网有限	董事	本公司全资子公司
12	张柳	新网公共	董事长、总经理	本公司全资子公司
		公交传媒	经理	本公司参股公司

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他

兼职情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员任职符合《公司法》及其国家相关法律、法规、规范性文件和现行《公司章程》的规定，不存在违反《公司法》和《证券法》及其他法律、法规和规范性文件有关规定的情形，董事、监事及高级管理人员具备法律、法规或规章规定的任职资格。

经保荐机构、发行人律师和发行人会计师的辅导，公司董事、监事、高级管理人员对股票发行上市、上市公司规范运作、交易所上市规则等法律法规和规范性文件进行学习，已经了解股票发行上市的相关法律法规，知悉其作为上市公司董事、监事、高级管理人员的法定义务责任。

二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的主要直接对外投资情况如下表所示：

姓名	职务	被投资企业名称	注册资本（万元）	出资比例	在该单位任职
赵青	独立董事	深圳市长城会计师事务所有限公司	400	20%	董事
		深圳市永道税务师事务所有限公司	30	20%	董事长、总经理
		深圳市丰融咨询顾问有限公司	10	10%	董事长、总经理
王玉荣	独立董事	四川国珈光华投资有限公司	9,100	3.72%	董事长
		成都中通信通科技有限公司	1,000	5%	-
		四川国金光华股权投资基金管理有限公司	2,500	2.40%	董事长
		长江光华实业投资股份有限公司	5,000	8%	董事长

		成都光华会商务信息咨询服务有限公司	30	10%	执行董事
		成都市富赛特企业管理咨询有限公司	50	10%	-
		四川夏邦光华实业股份有限公司	6,000	3%	董事长
臧小涵	独立董事	北京鑫阳艺见商贸有限公司（注）	200	55%	-

注：北京鑫阳艺见商贸有限公司正在办理工商注销手续。

上述对外投资与本公司不存在利益冲突。除上述已披露的外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无其他与发行人及其业务相关的直接重大对外投资。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属均未直接或间接持有本公司股份。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬组成、确定依据及程序

公司非独立董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬制定严格按照《公司章程》《董事会议事规则》《监事会议事规则》及《薪酬与考核委员会工作制度》等相关法律法规和规章制度进行制定和实施。公司非独立董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过方可实施；公司高级管理人员的薪酬为年薪制，参照市场及行业水平、管理职责等依据，最终以年度和任期考核进行确定，并由薪酬与考核委员会上报董事会审议。

根据公司于 2019 年 3 月 29 日召开的 2019 年第一次临时股东大会决议，在本公司兼职的非独立董事不再单独领取董事薪酬，未在公司兼职的非独立董事不领取董事薪酬，每名独立董事津贴为每年 6 万元人民币（税前）。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取薪酬情况

本公司现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2018 年度从公司及下属子公司领取的薪酬情况具体如下：

序号	姓名	职务	2018 年度税前薪酬（万元）	领取收入单位
1	张志跃	董事长、总经理	52.76	川网传媒
2	张涛	董事	45.12	川网传媒
3	雷和斌	董事、副总经理	36.78	川网传媒
4	花晓寅	董事、副总经理	36.78	川网传媒
5	王刚	董事、副总经理	36.85	川网传媒
6	李铭海	董事、副总经理	45.20	川网传媒
7	罗渊	董事	/	/
8	张伟建	董事	/	/
9	丁汉青	独立董事	/	/
10	臧小涵	独立董事	6.00	川网传媒
11	赵青	独立董事	6.00	川网传媒
12	王玉荣	独立董事	/	/
13	沈利	监事会主席	26.81	川网传媒
14	刘廷芳	监事	/	/
15	曾邱	监事	/	/
16	刘侃	职工监事	18.83	川网传媒
17	赖庆媚	职工监事	18.65	川网传媒
18	谢佳	财务负责人、董事会秘书	32.63	川网传媒
19	张柳	副总经理	33.46	川网传媒

注：丁汉青、王玉荣于 2019 年 3 月当选独立董事，其 2018 年度未领取独立董事津贴。

（三）公司对上述人员其他待遇和退休金计划

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未在本公司享受如退休金计划、认股权等任何其他待遇。

（四）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近三年内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

时间	税前薪酬总额（万元）	占利润总额比重
2018 年度	361.05	5.44%
2017 年度	353.91	8.29%

时间	税前薪酬总额（万元）	占利润总额比重
2016 年度	403.17	10.38%

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议和作出的重要承诺及履行情况

（一）签订的协议

本公司与在公司任职的全体董事、监事、高级管理人员签订《劳动合同》及《保密、竞业限制及知识产权协议》。

截至本招股说明书签署日，上述合同履行正常，不存在违约情形。除此之外，本公司未与上述人员签订借款及其他重大商业协议。

（二）重要的承诺

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、发行人、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行保荐机构及证券服务机构等作出的重要承诺及其履行情况”相关内容。

六、董事、监事、高级管理人员的任职资格

本公司董事、监事、高级管理人员均符合现行法律、法规、规章、规范性文件以及公司章程规定的任职资格。

七、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

（一）董事的变动情况

最近两年，公司董事未发生重大变化。

2016 年 3 月 30 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，选举张志跃、雷和斌、花晓寅、王刚、李铭海、张柳、杨霖、陈伟、谭辉旭、臧小涵、赵青、杨冕为公司第二届董事会董事，其中谭辉旭、臧小涵、赵青、杨冕为独立董事。第二届董事会的董事任期为三年，至第三届董事会的董事选举产生之日正式卸任。

2018 年 9 月 19 日，谭辉旭向发行人董事会提交辞职报告，辞去独立董事及

第二届董事会各专门委员会委员职务。

2019 年 3 月 29 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，选举张志跃、张涛、雷和斌、花晓寅、王刚、李铭海、罗渊、张伟建、丁汉青、臧小涵、赵青、王玉荣为第三届董事会董事，其中丁汉青、臧小涵、赵青、王玉荣为独立董事。第三届董事会的董事任期为三年，至第四届董事会的董事选举产生之日正式卸任。

（二）监事的变动情况

最近两年，公司监事未发生重大变化。

2016 年 3 月 30 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，选举沈利、李志刚、曾邱为公司股东代表监事；2016 年 3 月 28 日，公司召开职工代表大会选举高蕴静、刘侃为职工代表监事；以上五人共同组成发行人第二届监事会。

2016 年 12 月 7 日，李志刚申请辞去发行人监事职务。

2018 年 8 月 7 日，公司召开职工代表大会，同意高蕴静辞去第二届监事会职工监事，并选举赖庆媚为第二届监事会职工监事，任期与第二届监事会一致。

2019 年 3 月 29 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，选举沈利、刘廷芳、曾邱为公司股东代表监事；2019 年 3 月 27 日，公司召开职工代表大会选举刘侃、赖庆媚为职工代表监事；以上五人共同组成发行人第三届监事会。

（三）高级管理人员的变动情况

最近两年，公司高级管理人员未发生重大变化。

2016 年 3 月 30 日，公司召开第二届董事会第一次会议，同意聘任张志跃为总经理，雷和斌、花晓寅、王刚、李铭海为副总经理，花晓寅为董事会秘书，谢佳为财务负责人。

2019 年 3 月 29 日，公司召开第三届董事会第一次会议，同意聘任张志跃为总经理，雷和斌、花晓寅、王刚、李铭海、张柳为副总经理，谢佳为财务负责人、董事会秘书。

上述董事、监事、高级管理人员变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律法规和《公司章程》的规定，未对公司的持续经营造成不利影响；最近两年，

公司董事、监事和高级管理人员未发生重大变化。

八、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及专门委员会等机构和人员的运行及履职情况

（一）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司设立以来，根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律、法规及规范性文件的要求，逐步建立、完善了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的，符合上市公司规范运作要求的公司法人治理结构。公司设立并健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度，同时在董事会下设有战略与发展委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会四个专门委员会，以及一系列公司治理制度，规范了公司治理结构的工作流程，使公司能够在科学合理的制度框架中有效运营，保证中小股东充分行使权利。

自整体变更为川网传媒以来，公司根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，逐步建立健全了规范的公司治理结构，建立了独立董事制度，设置了董事会秘书和董事会专门委员会，修订了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》等制度并有效运行至今。

（二）股东大会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《股东大会议事规则》，股东大会制度健全，运行情况良好。

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开了 20 次股东大会。公司股东大会严格按照《公司章程》《股东大会议事规则》等文件的要求规范运作，在会议召集、议事程序、表决方式及决议内容等方面均符合有关法律法规和公司章程的规定，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

（三）董事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《董事会议事规则》，董事会制度健全，运行情况良好。

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，公司共召开了 48 次董事会。公司董事会严格按照《公司章程》《董事会议事规则》等文件的要求规范运作，在会议召集、议事程序、表决方式及决议内容等方面均符合有关法律法规和公司章程的规定，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

公司董事会现由 12 名董事组成，其中设独立董事 4 名，董事长 1 名。董事由股东大会选举和更换，任期三年，可连选连任。

（四）监事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《监事会议事规则》，监事会制度健全，运行情况良好。

自股份公司设立至本招股说明书签署之日，公司共召开了 22 次监事会。公司监事会严格按照《公司章程》《监事会议事规则》等文件的要求规范运作，在会议召集、议事程序、表决方式及决议内容等方面均符合有关法律法规和公司章程的规定，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

公司监事会现由 5 名监事组成，其中股东监事 3 名，职工代表监事 2 名。监事会设监事主席 1 人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。所有监事任期 3 年，可连选连任。

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

为进一步完善公司治理结构，促进公司规范运作，根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》以及《公司章程》的规定，公司建立了独立董事工作制度。《公司章程》《独立董事工作制度》等文件对公司独立董事的任职资格、提名、选举和更换、特别职权、独立意见、行使职权的保障等均作出了明确详尽的规定。

公司自设立独立董事以来，独立董事依据有关法律法规以及有关上市规则、《公司章程》和《独立董事工作制度》的要求，谨慎、认真、勤勉的履行了权利和义务。公司独立董事通过出席历次董事会，对本公司重大关联交易等发表了独立公允的意见，为本公司的重大决策提出建设性意见，为本公司完善治理结构和规范运作、保护中小股东权益发挥了重要作用。

2019 年 3 月 29 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，选举丁汉青、臧小涵、赵青、王玉荣为公司第三届董事会独立董事。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》及《董事会秘书工作制度》等规定，公司设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。董事会秘书为公司高级管理人员，按照相关法律以及《公司章程》认真履行相关职责。

董事会秘书制度的建立，有效推进了董事会的日常工作效率。本公司董事会秘书自任职以来，认真履行了其各项职责，在公司的规范运作和各项工作协调中起到了积极的推动作用。

（七）董事会专门委员会的建立健全及运行情况

2013 年 3 月 25 日，公司创立大会暨 2013 年度第一次临时股东大会和第一届董事会第一次会议，分别审议通过了《关于设立四川新闻网传媒（集团）股份有限公司董事会专门委员会的议案》，在董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略与发展委员会四个专门委员会。

1、董事会审计委员会的建立和运行情况

公司董事会审计委员会建立后运行良好，严格按照《公司法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》《董事会审计委员会工作制度》等履行职责，切实发挥了董事会在事前审计、专业审计、对管理层的监督及完善公司治理结构等方面的作用，有效地防范了公司经营风险，切实保障了公司及股东的合法权益。

截至本招股说明书签署日，公司董事会审计委员会先后召开了 15 次会议，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均合法有效。审计委员会现由董事赵青、花晓寅、丁汉青组成，其召集人为赵青。

2、董事会提名委员会的建立及运行情况

公司董事会提名委员会建立后运行良好，严格按照《公司法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》《董事会提名委员会工作制度》等履行职责，切实发挥了董事会在董事和高级管理人员人选搜寻、资格审查等方面的作用。

截至本招股说明书签署日，公司董事会提名委员会先后召开了 5 次会议，上

述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均合法有效。提名委员会现由董事王玉荣、张伟建、臧小涵组成，其召集人为王玉荣。

3、董事会薪酬与考核委员会的建立与运行情况

公司董事会薪酬与考核委员会建立后运行良好，严格按照《公司法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》《董事会薪酬与考核委员会工作制度》等履行职责，强化了公司董事会的决策功能，切实发挥了董事会在董事及高级管理人员考核和薪酬管理制度及完善公司治理结构等方面的作用。

截至本招股说明书签署日，公司董事会薪酬与考核委员会召开了 6 次会议，在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均合法有效。薪酬与考核委员会现由董事丁汉青、罗渊、臧小涵组成，其召集人为丁汉青。

4、董事会战略与发展委员会的建立与运行

公司董事会战略与发展委员会建立后，严格按照《公司法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》《董事会战略与发展委员会工作制度》等履行职责，切实发挥了董事会在中长期发展战略规划及重大事项等方面的决策作用，进一步完善了公司的治理结构。

截至本招股说明书签署日，公司董事会战略与发展委员会先后召开了 7 次会议，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均合法有效。战略与发展委员会现由董事张志跃、张伟建、王刚组成，其召集人为张志跃。

九、公司管理层对内部控制的自我评估意见及注册会计师鉴证意见

（一）公司管理层的自我评估

公司管理层对内部控制制度的自我评估意见如下：

截至 2018 年 12 月 31 日，公司内部控制在内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等方面不存在重大缺陷，公司现有的内部控制制度符合有关法律法规，符合公司经营管理和业务发展的实际需要，各项内部控制设计与运行是有效的。

（二）注册会计师鉴证意见

本公司审计机构天健会计师出具了天健审[2019]11-117 号《内部控制鉴证报告》，鉴证报告鉴证结论为：

“川网传媒按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2018 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”

十、公司近三年违法违规行为情况

本公司已依法建立健全股东大会制度、董事会制度、监事会制度、独立董事制度和董事会秘书制度，严格按照《公司法》《公司章程》及相关法律、法规的规定规范运作、依法经营，不存在重大违法违规行为，也不存在被相关主管机关处罚的情况。

十一、公司近三年资金占用和违规担保情况

（一）发行人资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司已经建立严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情况。

截至本招股说明书签署日，本公司也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

（二）发行人就资金占用、对外担保采取的制度安排

公司制定并严格执行了《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》等制度，已明确公司对外担保、关联交易的审批权限和审议程序，从制度上防止和杜绝公司发生违规对外担保和关联方资金占用等行为的发生，保护公司、股东和其他利益相关人的合法权益。

十二、公司资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及执行情况

（一）资金管理的制度安排

1、资金管理的政策及制度安排

为了加强公司货币资金的内部控制和管理，保证货币资金的安全完整，规范

资金管理，完善财务约束机制，公司制定了《资金管理制度》，在资金收支范围、现金管理、银行存款管理、资金预算管理、财务印章管理等各方面对公司日常资金管理作出了详细规定，完善了公司的资金管理，有利于提高公司资金管理效率。

2、资金管理的决策权限及程序

根据《资金管理制度》第三条的规定，资金收支实行统一调配和分级授权审批原则，公司的资金收支计划必须经总经理主持召开的资金计划会讨论决定，执行过程中，坚持层层稽核和审批，做到相互监督和制约。

根据《资金管理制度》第四条的规定，年度资金预算由财务部会同业务部门根据次年经营总目标进行综合汇总后编制，报总经理审核、董事会批准后执行；月度资金计划的提报在上月 28 日前，各业务部、子公司以预算明细表的形式报下月资金计划，计划由指定的经办人编制，业务部、子公司领导审核并签署意见后，报财务部审核汇总；财务部对月度资金计划审核和汇总后，报总经理审核，根据总经理签批意见或经总经理办公会讨论确定后，作为下月资金控制的目标，纳入月度经营考核。

3、最近三年资金管理制度执行情况

本公司严格执行资金管理制度，在授权审批、资金流转等方面规范执行，严格履行资金管理的相关程序。截至本招股说明书签署日，公司不存在违规的资金往来情形。

（二）对外投资的制度安排

1、对外投资的政策及制度安排

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

2、对外投资的决策权限及程序

根据《对外投资管理制度》第四条的规定，公司的对外投资达到下列标准之一的，由董事会做出决议后提交股东大会审议批准，公司的对外投资没有达到股东大会审议标准的，由董事会审议决定：

（1）交易涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以高者为准）占公司最近一期经审计总资产（合并报表口径）50%以上；

（2）交易的成交金额（包括承担的债务和费用）占公司最近一期经审计净资产（合并报表口径，下同）50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

（3）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润（合并报表口径，下同）的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元；

（4）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入（合并报表口径）的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

（5）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元；

（6）公司的对外投资涉及关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）时，拟与关联人发生的交易金额在 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。公司发生上述第（1）-（5）项交易时，应当对标的相关的各项交易在连续十二个月内累计计算。发生上述第（6）项交易时，应当对与同一关联人进行的交易，或者与不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易在连续十二个月内累计计算。已按照本条规定履行相关审议义务的，不再纳入累计计算范围。

根据《对外投资管理制度》第十条的规定，对外投资项目实施方案经董事会或股东大会审批通过后，在总经理的组织下，由项目承办单位或部门负责具体实施。除有明确授权外，对外投资项目实施方案的变更，必须经过公司股东大会或董事会审查批准。

3、最近三年对外投资情况

本公司最近三年投资情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人重大资产重组情况”和“五、发行人控股子公司、参股公司基本情况”。

（三）对外担保的制度安排

1、对外担保的政策及制度安排

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

2、对外担保的决策权限及程序

根据《对外担保管理制度》第四条的规定，公司股东大会和董事会是对外担保的决策机构，公司一切对外担保行为，须按程序经公司股东大会或董事会批准。未经公司股东大会或董事会的批准，公司不得对外提供担保。

根据《公司章程》第四十三条及《对外担保管理制度》第四条的规定，下列对外担保，必须经董事会审议通过后提交股东大会审议：

（1）公司及公司控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产（合并报表口径，下同）的 50%以后提供的任何担保；

（2）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产（合并报表口径）的 30%；

（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（4）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

（5）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50％且绝对金额超过 3,000 万元人民币；

（6）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。董事会审议担保事项时，应经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。股东大会审议前款第（2）项担保事项时，应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的过半数通过。

3、最近三年对外担保情况

本公司严格按照《公司章程》《对外担保管理制度》等制度规定，严格履行对外担保事项的相关决策程序，本公司最近三年内不存在对外担保情况。

十三、投资者利益保护情况

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

为保护投资者合法权益，根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定，公司制定了《信息披露管理制度（上市后适用）》，其中规定了信息披露的基本原则、信息披露的内容、披露标准、信息披露的程序、信息披露管理部门及负责人等内容，对公司的信息披露作出了制度性的安排，有效地保障投资者能够及时、准确、完整地获取公司信息。公司未来将严格履行公司的信息披露义务，及时在指定报刊及网站上公告公司在涉及重要采购、重大投资、重要财务决策等方面的事项，包括公布中报、年报、临时公告等，切实维护广大投资者利益。

（二）完善股东投票机制

为进一步完善公司法人治理结构，规范公司选举董事、监事行为，根据《公司法》《上市公司治理准则》《关于加强社会公众股股东权益保护的若干规定》等相关规定，公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《累积投票制实施细则》等相关制度中规定：本公司股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据公司章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制，即股东大会选举董事或者监事时，股东所持的每一股份拥有与该次股东大会拟选举董事或者监事总人数相等的投票权，股东拥有的投票权等于该股东持有股份数与应选董事或者监事总人数的乘积。股东既可以用所有投票权集中投票选举一位候选董事或者监事，也可以分散投票给数位候选董事或者监事。

为进一步维护中小股东利益，规范公司法人治理结构，公司在《股东大会议事规则》中规定：股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，应当回避表决，其所持有表决权的股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者的表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。公司持有自己的股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。公司董事会、独立董事和符合相关规定条件

的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

（三）其他保护投资者合法权益的措施

1、投资者享有资产收益的措施

（1）根据《公司章程（草案）》第一百六十一条规定，公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（2）根据《公司章程（草案）》第一百六十二条规定，公司利润分配政策应保持连续性和稳定性，应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

“（一）利润分配原则

公司实施持续、稳定的股利分配政策，公司的利润分配应当重视投资者的合理投资回报和公司的可持续发展。

（二）利润分配方式

公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式；具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（三）公司现金分红的具体条件、比例和期间间隔

1、实施现金分配的条件

（1）公司该年度或半年度实现的可分配利润为正值，即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润为正值。

（2）公司累计可供分配利润为正值，当年每股累计可供分配利润不低于 0.1 元。

（3）审计机构对公司的该年度或半年度财务报告出具无保留意见的审计报告。

2、利润分配期间间隔

在满足利润分配条件前提下，原则上公司每年进行一次利润分配，主要以现金分红为主，但公司可以根据公司盈利情况及资金需求状况进行中期现金分红。

3、现金分红最低金额或比例

公司具备现金分红条件的，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 10%；公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。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%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

目前公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排，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%。

（四）公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好且董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。

（五）公司利润分配方案的决策程序和机制

1、公司每年利润分配预案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金

供给和需求情况提出、拟订，经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提请股东大会审议。独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见。

董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见，董事会通过后提交股东大会审议。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

2、公司因前述第（三）款规定的特殊情况而不进行现金分红、或公司符合现金分红条件但不提出现金利润分配预案，或最近三年以现金方式累计分配的利润低于最近三年实现的年均可分配利润的 30%时，公司应在董事会决议公告和年报全文中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因，以及公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

（六）公司利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力，并对公司生产经营造成重大影响时，或公司自身经营状况发生重大变化时，或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整利润分配政策的，公司可对利润分配政策进行调整，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的制订和修改由公司董事会草拟，独立董事应当发表独立意见，经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议。股东大会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上表决通过，审议时公司应提供网络投票系统进行表决，充分征求社会公众投资者的意见，以保护投资者的权益。

（七）利润分配政策的披露

公司应当在定期报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，现金分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。如涉及利润分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

（八）其他事项

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

2、投资者享有参与重大决策及选择管理者的措施

公司通过《公司章程》《股东大会议事规则》《信息披露管理制度》《对外投资管理制度》《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》等相关制度切实保障公司投资者参与公司重大决策及选择管理者的权利。

根据《公司章程》等相关规定，公司股东有权请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；有权对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东有权向公司提出提案；股东大会拟讨论董事、监事选举事项的，股东大会通知中将充分披露董事、监事候选人的详细资料；董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节财务会计数据及有关的分析反映了公司最近三年经审计的经营成果、财务状况和现金流量情况，引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。投资者如欲更详细地了解发行人报告期的财务状况，请阅读审计报告及财务报告全文。

一、报告期内的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31.
流动资产：			
货币资金	338,021,150.72	347,206,001.41	308,693,519.67
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据及应收账款	56,429,408.32	41,019,735.34	40,549,019.09
预付款项	9,288,743.70	5,200,547.06	5,705,582.33
其他应收款	5,487,731.57	10,464,444.58	1,954,931.18
存货	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	2,238,807.35	1,855,844.52	98,287.94
流动资产合计	**411,465,841.66**	**405,746,572.91**	**357,001,340.21**
非流动资产：	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	29,337,647.00	15,903,140.12	9,229,097.82
投资性房地产	-	-	-
固定资产	15,685,151.81	15,256,455.62	15,807,530.45
在建工程	-	-	-

生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
无形资产	27,942,532.20	1,725,701.38	800,334.27
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	1,940,147.16	2,292,484.66	2,957,807.90
递延所得税资产	261,839.39	151,391.59	127,793.95
其他非流动资产	91,868,630.00	79,268,630.00	79,268,630.00
非流动资产合计	**167,035,947.56**	**114,597,803.37**	**108,191,194.39**
资产总计	**578,501,789.22**	**520,344,376.28**	**465,192,534.60**

合并资产负债表（续）

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31.
流动负债：			
短期借款	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据及应付账款	27,178,925.47	27,473,162.90	16,950,588.05
预收款项	31,269,245.02	29,804,602.83	28,045,282.76
应付职工薪酬	16,375,187.11	18,872,019.47	16,358,320.86
应交税费	2,170,722.53	3,800,114.46	3,248,133.60
其他应付款	17,170,907.75	4,967,713.47	5,858,565.72
持有待售负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	**94,164,987.88**	**84,917,613.13**	**70,460,890.99**
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	53,571,070.72	58,664,807.42	48,458,197.71

递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	**53,571,070.72**	**58,664,807.42**	**48,458,197.71**
负债合计	**147,736,058.60**	**143,582,420.55**	**118,919,088.70**
所有者权益(或股东权益)：			
实收资本(或股本)	100,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
其他权益工具	-	-	-
资本公积	107,671,040.63	107,671,040.63	107,671,040.63
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	22,864,982.10	17,473,009.16	14,369,197.78
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	199,150,413.59	150,834,904.98	123,672,774.30
归属于母公司所有者权益合计	**429,686,436.32**	**375,978,954.77**	**345,713,012.71**
少数股东权益	1,079,294.30	783,000.96	560,433.19
所有者权益合计	**430,765,730.62**	**376,761,955.73**	**346,273,445.90**
负债和所有者权益总计	**578,501,789.22**	**520,344,376.28**	**465,192,534.60**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业收入	**205,848,760.47**	**167,099,624.62**	**186,473,423.82**
减：营业成本	95,411,211.17	74,514,037.92	89,442,081.09
税金及附加	1,319,040.64	1,174,773.38	1,063,396.97
销售费用	31,812,892.45	30,669,896.74	33,026,808.45
管理费用	37,762,889.25	39,271,199.89	49,340,045.63
研发费用	-	-	-
财务费用	-5,839,012.37	-3,756,385.17	-3,872,555.33
其中：利息费用	-	-	-
利息收入	5,878,696.44	3,790,464.64	3,902,756.80
资产减值损失	3,719,451.24	1,860,187.45	1,788,891.31
加：其他收益	13,383,798.63	7,889,276.10	不适用
投资收益（损失以“-”号填列）	11,434,506.88	11,377,392.82	7,047,076.94

其中：对联营企业和合营企业的投资收益	11,434,506.88	11,377,392.82	7,047,076.94
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**66,480,593.60**	**42,632,583.33**	**22,731,832.64**
加：营业外收入	2,944.20	114,190.78	16,308,780.04
减：营业外支出	152,749.10	45,651.59	216,842.31
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**66,330,788.70**	**42,701,122.52**	**38,823,770.37**
减：所得税费用	327,013.81	212,612.69	50,149.11
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**66,003,774.89**	**42,488,509.83**	**38,773,621.26**
（一）按经营持续性分类：	-	-	-
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	66,003,774.89	42,488,509.83	38,773,621.26
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类：	-	-	-
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	65,707,481.55	42,265,942.06	38,803,445.21
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	296,293.34	222,567.77	-29,823.95
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
3.其他	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-

4.现金流量套期损益的有效部分	-	-	-
5.外币财务报表折算差额	-	-	-
6.其他	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	**66,003,774.89**	**42,488,509.83**	**38,773,621.26**
归属于母公司所有者的综合收益总额	65,707,481.55	42,265,942.06	38,803,445.21
归属于少数股东的综合收益总额	296,293.34	222,567.77	-29,823.95
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.6571	0.4227	0.3880
（二）稀释每股收益	0.6571	0.4227	0.3880

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	200,136,615.33	175,944,369.58	177,367,724.78
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	14,635,537.03	22,000,541.23	18,761,665.65
经营活动现金流入小计	**214,772,152.36**	**197,944,910.81**	**196,129,390.43**
购买商品、接受劳务支付的现金	92,124,656.25	42,280,774.08	68,509,467.42
支付给职工以及为职工支付的现金	68,316,822.65	61,225,436.05	54,808,987.58
支付的各项税费	7,889,575.29	6,100,868.29	7,449,845.10
支付其他与经营活动有关的现金	22,924,948.74	31,857,143.91	33,905,272.53
经营活动现金流出小计	**191,256,002.93**	**141,464,222.33**	**164,673,572.63**
经营活动产生的现金流量净额	**23,516,149.43**	**56,480,688.48**	**31,455,817.80**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	4,703,350.52	-	5,432,142.21
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	4,720.00	-	3,680.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	**4,708,070.52**	**-**	**5,435,822.21**

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	23,209,070.64	4,268,206.74	7,989,987.04
投资支付的现金	2,000,000.00	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	**25,209,070.64**	**4,268,206.74**	**7,989,987.04**
投资活动产生的现金流量净额	**-20,501,000.12**	**-4,268,206.74**	**-2,554,164.83**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	12,000,000.00	12,000,000.00	12,000,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	200,000.00	1,700,000.00	-
筹资活动现金流出小计	12,200,000.00	13,700,000.00	12,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-12,200,000.00	-13,700,000.00	-12,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-9,184,850.69**	**38,512,481.74**	**16,901,652.97**
加：期初现金及现金等价物余额	**347,206,001.41**	**308,693,519.67**	**291,791,866.70**
六、期末现金及现金等价物余额	**338,021,150.72**	**347,206,001.41**	**308,693,519.67**

二、注册会计师审计意见

天健会计师对本公司 2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日的资产负债表及合并资产负债表，2018 年度、2017 年度和 2016 年度的利润表及合并利润表、现金流量表及合并现金流量表、所有者权益变动表及合并所有者权益变动表进行了审计，并出具了天健审[2019]11-116 号标准无保留意见的审计报告。

天健会计师认为公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2017 年度、2016 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、财务报表的编制基础及合并财务报表范围

（一）财务报表编制基础

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

2、持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二）财务报表合并范围及变化情况

1、财务报表合并范围

截至 2018 年 12 月 31 日，本公司纳入合并范围的子公司如下：

序号	子公司名称	注册地	注册资本	业务性质	持股比例	取得方式
1	新网有限	成都市	1,000.00 万元	互联网和相关服务	100.00%	同一控制下企业合并
2	新网公共	成都市	1,000.00 万元	互联网和相关服务	100.00%	同一控制下企业合并
3	麻辣社区	成都市	1,000.00 万元	互联网和相关服务	100.00%	新设
4	巴中传媒	巴中市	200.00 万元	互联网和相关服务	51.00%	新设
5	网泰传媒	成都市	3,000.00 万元	广告代理	100.00%	新设
6	四川发布	成都市	1,000.00 万元	互联网和相关服务	100.00%	新设
7	领航新媒	成都市	100.00 万元	互联网和相关服务	100.00%	新设

2、财务报表合并范围的变化情况

（1）非同一控制下企业合并

①报告期发生的非同一控制下企业合并

被购买方名称	取得时点	取得成本	取得比例	取得方式
上海新动手机报业务	2018 年 9 月 30 日	2,950.00 万元	100.00%	业务收购

②其他原因的合并范围变动

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	出资额	出资比例
2018 年度				
领航新媒	新设子公司	2018 年 5 月 4 日	100.00 万元	100.00%
2017 年度				
四川发布	新设子公司	2017 年 7 月 17 日	1,000.00 万元	100.00%

四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

报告期内，公司营业收入主要来自新媒体整合营销和移动信息服务业务，影响收入的主要因素是媒体资源整合能力、新闻采编能力及其传播方式、宏观经济形势。公司历经多年专注发展，持续完善信息传播业务的技术和能力，在四川省内具有强大的媒体资源和广泛的客户基础，而且拥有一批具备良好新闻素养并长期深耕地方的新闻采编人才，为公司营业收入的稳定增长奠定长期基础。

公司主营业务成本主要由职工薪酬、业务服务费（包括内容服务费、技术服务费、运营商服务费）、广告媒介资源采购费构成。报告期内，公司营业成本随业务发展而增加，与营业收入增长趋势保持一致。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司期间费用占营业收入的比例分别为 42.09%、39.61%和 30.96%，其中管理费用占比为 26.46%、23.50%和 18.34%，是期间费用的最主要影响项目。期间费用明细构成中，职工薪酬占比较高。总体而言，期间费用与公司的业务特点及发展现状相关联，主要受员工薪酬水平等的影响，会在一定程度上对影响公司的盈利水平。

总体来看，报告期内影响公司利润的主要因素是营业毛利和期间费用，影响营业毛利的主要因素为营业收入规模和毛利率，其他因素的影响相对较小。

未来公司将通过强化新媒体资源整合，持续加大新闻采编投入，不断满足市

场需求，保持公司的持续盈利水平。

（二）对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

根据公司所处行业及自身经营状况，公司主营业务收入增长率、主营业务毛利率、用户或客户规模等核心指标对公司业绩具有重要意义。

主营业务收入增长率代表公司业务发展的速度，对公司业绩变动具有较强的预示作用，可据以判断公司主营业务发展状况和创造价值的能力。

主营业务毛利率体现公司的综合竞争力，高水平的毛利率不仅表明公司具备较强的盈利能力，同时具有较强的成本控制能力。

用户数量或客户规模体现公司整合现有资源挖掘现有市场潜力和拓展新市场区域的能力，对于判断公司成长空间具有较强的参考价值。

五、审计基准日至招股说明书签署日之间的财务信息及经营状况

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，发行人的经营及盈利模式、采购及服务模式、销售模式、主要客户及供应商的构成、税收政策等均未发生重大变化，公司的经营状况正常，经营业绩稳定，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

六、主要的会计政策和会计估计

（一）主要的会计政策和会计估计的制定

本公司下列主要会计政策、会计估计根据企业会计准则制定，未提及的业务按企业会计准则中相关会计政策执行。

（二）重要会计政策及会计估计

1、遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

2、会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会

计期间为 2016 年 1 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日止。

3、营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

4、记账本位币

采用人民币为记账本位币。

5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

（1）同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

6、合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

7、合营安排分类及共同经营会计处理方法

（1）合营安排分为共同经营和合营企业。

（2）当公司为共同经营的合营方时，确认与共同经营中利益份额相关的下列项目：

①确认单独所持有的资产，以及按持有份额确认共同持有的资产；

②确认单独所承担的负债，以及按持有份额确认共同承担的负债；

③确认出售公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；

④按公司持有份额确认共同经营因出售资产所产生的收入；

⑤确认单独所发生的费用，以及按公司持有份额确认共同经营发生的费用。

8、现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

9、外币业务和外币报表折算

（1）外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

（2）外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

10、金融工具

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：①持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；②在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；②与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；③不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A、按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；B、初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的

利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；②未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产的账面价值；②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类

似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融资产的减值测试和减值准备计提方法

①资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

②对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

③可供出售金融资产

A、表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

a．债务人发生严重财务困难；

b．债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

c．公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

d．债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

e．因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

f．其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

B、表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过50%（含50%）或低于其成本持续时间超过12个月（含12个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过20%（含20%）但尚未达到50%的，或低于其成本持续时间超过6个月（含6个月）但未超过12个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

11、应收款项

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	将单项金额超过50万元的应收款项视为重大应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

①具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	**以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合**
按账龄组合计提坏账准备的计提方法	账龄分析法
合并范围内关联方交易组合	**以应收对象为合并报表范围内的关联方划分组合**
按合并范围内关联方交易组合计提坏	经单项测试后未减值的，不计提坏账准备

账准备的计提方法	

②账龄分析法

账　龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1 年以内（含，下同）	5.00	5.00
1-2 年	10.00	10.00
2-3 年	30.00	30.00
3-4 年	50.00	50.00
4-5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

（3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

12、存货

（1）存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

（2）发出存货的计价方法

发出存货采用个别计价法。

（3）存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他

部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

（4）存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

（5）低值易耗品的摊销方法

按照使用次数分次或一次转销法进行摊销。

13、划分为持有待售的非流动资产或处置组

（1）持有待售的非流动资产或处置组的分类

公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；（2）出售极可能发生，即公司已经就出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。

公司专为转售而取得的非流动资产或处置组，在取得日满足“预计出售将在一年内完成”的条件，且短期（通常为 3 个月）内很可能满足持有待售类别的其他划分条件的，在取得日将其划分为持有待售类别。

因公司无法控制的下列原因之一，导致非关联方之间的交易未能在一年内完成，且公司仍然承诺出售非流动资产或处置组的，继续将非流动资产或处置组划分为持有待售类别：①买方或其他方意外设定导致出售延期的条件，公司针对这些条件已经及时采取行动，且预计能够自设定导致出售延期的条件起一年内顺利化解延期因素；②因发生罕见情况，导致持有待售的非流动资产或处置组未能在一年内完成出售，公司在最初一年内已经针对这些新情况采取必要措施且重新满足了持有待售类别的划分条件。

（2）持有待售的非流动资产或处置组的计量

①初始计量和后续计量

初始计量和在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计

提持有待售资产减值准备。

对于取得日划分为持有待售类别的非流动资产或处置组，在初始计量时比较假定其不划分为持有待售类别情况下的初始计量金额和公允价值减去出售费用后的净额，以两者孰低计量。除企业合并中取得的非流动资产或处置组外，由非流动资产或处置组以公允价值减去出售费用后的净额作为初始计量金额而产生的差额，计入当期损益。

对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销，持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

②资产减值损失转回的会计处理

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

后续资产负债表日持有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

③不再继续划分为持有待售类别以及终止确认的会计处理

非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：A、划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持有待售类别情况下本应确认的折旧、摊销或减值等进行调整后的金额；B、可收回金额。

终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入

当期损益。

14、长期股权投资

（1）共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

（2）投资成本的确定

①同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

②非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

A、在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

B、在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”

的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

③除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

（3）后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

（4）通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

①个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

②合并财务报表

A、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股

比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

B、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

15、投资性房地产

（1）投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

（2）投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量，并采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。

16、固定资产

（1）固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

（2）各类固定资产的折旧方法

类　别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋建筑物	年限平均法	20-50	3	1.94-4.85
运输设备	年限平均法	5	3	19.40
办公家具	年限平均法	3-5	3	19.40-32.33
办公及电子设备	年限平均法	3-5	3	19.40-32.33

17、在建工程

（1）在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

（2）在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

18、借款费用

（1）借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

（2）借款费用资本化期间

①当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：A、资产支出已经发生；B、借款费用已经发生；C、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

②若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

③当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

（3）借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

19、无形资产

（1）无形资产包括软件平台，按成本进行初始计量。

（2）使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的

经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项　目	摊销年限(年)
软件	3-7

（3）内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

20、部分长期资产减值

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

21、长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

22、职工薪酬

（1）职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

（2）短期薪酬的会计处理方法

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

（3）离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

①在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

②对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

A、根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

B、设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

C、期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

（4）辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：①公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；②公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（5）其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划

的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

23、预计负债

（1）因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

（2）公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

24、收入

（1）收入确认原则

①销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：A、将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；B、公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；C、收入的金额能够可靠地计量；D、相关的经济利益很可能流入；E、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

②提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经提供劳务占应提供劳务总量的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

③让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（2）收入确认的具体方法

公司主要收入为新媒体整合营销、移动信息服务和其他业务收入。

①新媒体整合营销

A、宣传推广服务业务：按照与客户签订的合同约定服务内容、价格及服务期限，在提供服务的期限内分摊确认当期收入。

B、网络舆情服务业务：根据合同约定的金额、服务期限，按月平均分摊计入当期营业收入。

C、广告代理运营业务：按照与客户签订的合同约定的服务内容及价格，在提供服务后确认收入。

D、技术服务业务：合同约定提供期间服务的，按合同约定服务的期间分摊确认技术服务业务收入；合同约定为提供单项技术服务的，则以服务提供进度满足合同约定的验收时点，经客户验收后确认相对应的技术服务收入。

②移动信息服务

移动信息服务业务（移动电信运营商统一收费的手机报业务）：移动电信运营商提供通信通道及计费系统管理，公司按协议约定比例取得分成收入。移动电信运营商根据合同约定向公司按月提供结算数据，公司技术后台统计数据与移动电信运营商提供数据核对无误后确认营业收入。

除上述业务以外的手机报收入确认依据：公司按照合同约定内容，提供付费方所需的服务，将征订款在合同期限内分摊确认收入。

③其他业务

互动电视业务：根据电信运营商按月提供的并经双方确认一致的互动电视平台业务结算单确认当期收入。

25、政府补助

（1）2017 年度和 2018 年度

①政府补助在同时满足下列条件时予以确认：A、公司能够满足政府补助所附的条件；B、公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

②与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

③与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益和冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益和冲减相关成本。

④与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

⑤政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

A、财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

B、财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

（2）2016 年度

①政府补助在同时满足下列条件时予以确认：A、公司能够满足政府补助所附的条件；B、公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

②与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

③与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

26、递延所得税资产、递延所得税负债

（1）根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

（2）确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

（3）资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记

递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

（4）公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

27、租赁

（1）经营租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（2）融资租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

公司为出租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

28、分部报告

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定经营分部。公司的经营分部是指同时满足下列条件的组成部分：

（1）该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；

（2）管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；

（3）能够通过分析取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。

七、发行人适用的各种税项、税率和税收优惠情况

（一）发行人适用的税项和税率

税　种	计税依据	税　率
增值税	销售货物或提供应税劳务	0%、3%、6%、16%、17%（注）
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30%后余值的 1.2%计缴；从租计征的，按租金收入的 12%计缴	
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%、5%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	1%、2%
企业所得税	应纳税所得额	0%、20%、25%

注：根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号）规定，自 2018 年 5 月 1 日起，公司原适用 17%税率的增值税应税行为，税率调整为 16%。

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明：

纳税主体名称	2018 年	2017 年	2016 年
本公司	0%	0%	0%
四川发布	20%	20%	未设立
巴中传媒	20%	20%	20%
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%

（二）税收优惠及批文

根据《财政部 国家税务总局 中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2014]84 号）规定，本公司可继续享受《财政部 国家税务总局关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收优惠政策问题的通知》（财税[2009]34 号）规定的税收政策，自 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日免征企业所得税。本公司 2016 年、2017 年、2018 年享受免征企业所得税税收优惠。

根据《财政部 国家税务总局 中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文

化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2014]84 号）规定，本公司可继续享受《财政部 国家税务总局关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收优惠政策问题的通知》（财税[2009]34 号）规定的税收政策，自 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日党报、党刊发行收入和印刷收入免征增值税。本公司 2016 年、2017 年、2018 年党报党刊类收入享受增值税优惠政策，优惠幅度为 100%。

根据《财政部 税务总局 中央宣传部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2019]16 号）规定，于财税[2019]16 号下发之前已经审核认定享受财税[2014]84 号税收优惠政策的转制文化企业，可按财税[2019]16 号规定继续享受上述税收优惠政策，执行期限为 2019 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。本公司 2019 年度继续享受免征企业所得税税收优惠，2019 年党报党刊类收入继续享受增值税优惠政策，优惠幅度为 100%。

根据《财政部 国家税务总局关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税[2015]34 号），自 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日，对年应纳税所得额低于 20 万元（含 20 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。根据《财政部 国家税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税[2018]77 号）规定，自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。本公司的子公司四川发布和巴中传媒 2016 年度、2017 年度和 2018 年度享受小型微利企业所得税优惠政策。

八、非经常性损益

报告期内，公司经会计师核验的非经常性损益明细如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,338.38	798.93	1,623.23
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-14.98	-3.15	-14.03
小计	**1,323.40**	**795.78**	**1,609.19**

减：所得税影响额	-0.18	1.88	2.13
少数股东损益影响额（税后）	0.25	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	**1,323.33**	**793.90**	**1,607.06**
归属于母公司股东的净利润	6,570.75	4,226.59	3,880.34
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	5,247.41	3,432.69	2,273.28
归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东净利润的比例	20.14%	18.78%	41.42%

九、主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动比率（倍）	4.37	4.78	5.07
速动比率（倍）	4.37	4.78	5.07
资产负债率（母公司）	24.75%	26.94%	23.39%
资产负债率（合并）	25.54%	27.59%	25.56%
归属于发行人股东每股净资产（元）	4.30	3.76	3.46
无形资产（扣除土地使用权等）占净资产的比例	6.49%	0.46%	0.23%
项　目	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
应收账款周转率（次）	4.22	4.10	4.61
存货周转率（次）	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	7,083.26	4,672.88	4,370.20
利息保障倍数（倍）	-	-	-
基本每股收益	0.6571	0.4227	0.3880
扣除非经常性损益后基本每股收益	0.5247	0.3433	0.2273
归属于发行人股东的净利润（万元）	6,570.75	4,226.59	3,880.34
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	5,247.41	3,432.69	2,273.28
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.24	0.56	0.31
每股净现金流量（元）	-0.09	0.39	0.17

注：上述财务指标计算公式如下：

1、流动比率（倍）=流动资产/流动负债

2、速动比率（倍）=（流动资产-存货）/流动负债

3、资产负债率=（负债总额/资产总额）×100%

4、无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例=（无形资产账面价值-土地使用权净值）/所有者权益

5、应收账款周转率（次）=营业收入/应收账款平均账面价值
6、存货周转率（次）=营业成本/存货平均账面价值
7、息税折旧摊销前利润=利润总额＋利息支出＋折旧摊销
8、利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出
9、每股净资产=期末归属于母公司所有者权益/期末普通股份总数
10、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总数
11、每股经营活动的现金流量=经营活动的现金流量净额/期末普通股份总数
12、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末普通股份总数

（二）净资产收益率和每股收益

期间	指标		归属于公司普通股股东的净利润	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润
2018 年	加权平均净资产收益率		16.39%	13.09%
	每股收益（元/股）	基本每股收益	0.6571	0.5247
		稀释每股收益	0.6571	0.5247
2017 年	加权平均净资产收益率		11.65%	9.46%
	每股收益（元/股）	基本每股收益	0.4227	0.3433
		稀释每股收益	0.4227	0.3433
2016 年	加权平均净资产收益率		11.75%	6.88%
	每股收益（元/股）	基本每股收益	0.3880	0.2272
		稀释每股收益	0.3880	0.2273

注：上述指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率＝P/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0－Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益＝P÷S；S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、公司存在稀释性潜在普通股的，应当分别调整归属于普通股股东的报告期净利润和发行在外普通股加权平均数，并据以计算稀释每股收益。在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中：P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至 2018 年 12 月 31 日，公司无其他重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2018 年 12 月 31 日，公司没有其他需要披露的重要或有事项。

（三）其他重要事项

除本招股说明书“第十一节 其他重要事项”列示的重要事项外，公司不存在需要披露的其他重要事项。

十一、盈利能力分析

报告期内，公司营业收入、营业成本和利润以及变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	20,584.88	23.19%	16,709.96	-10.39%	18,647.34
营业成本	9,541.12	28.04%	7,451.40	-16.69%	8,944.21
营业利润	6,648.06	55.94%	4,263.26	87.55%	2,273.18
利润总额	6,633.08	55.34%	4,270.11	9.99%	3,882.38
净利润	6,600.38	55.34%	4,248.85	9.58%	3,877.36
归属于母公司股东的净利润	6,570.75	55.46%	4,226.59	8.92%	3,880.34
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	5,247.41	52.87%	3,432.69	51.00%	2,273.28

报告期内，公司收入和利润主要来源于主营业务：新媒体整合营销、移动信息服务、其他主营业务。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司实现营业收入 18,647.34 万元、

16,709.96 万元和 20,584.88 万元，营业成本为 8,944.21 万元、7,451.40 万元和 9,541.12 万元。2017 年度，营业收入和营业成本较上年分别下降 10.39%和 16.69%，主要是受新媒体整合营销业务下降影响；2018 年度，公司加大市场拓展力度，新媒体整合营销业务快速回升，营业收入较上年增长 23.19%，营业成本较上年增长 28.04%。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司实现营业利润 2,273.18 万元、4,263.26 万元和 6,648.06 万元，2017 年度和 2018 年度营业利润规模增长较快，除受主营业务发展、期间费用变动影响外，主要为公司根据修订后的《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会[2017]15 号），自 2017 年 1 月 1 日以后，将与日常活动相关的政府补助计入其他收益，列示为营业利润。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司实现归属于母公司股东的净利润 3,880.34 万元、4,226.59 万元和 6,570.75 万元，其中扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 2,273.28 万元、3,432.69 万元和 5,247.41 万元，三年复合增长率 51.93%，实现快速、稳步增长。

（一）营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入构成如下所示：

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
主营业务收入	20,554.63	99.85%	16,702.40	99.95%	18,634.61	99.93%
其他业务收入	30.25	0.15%	7.56	0.05%	12.74	0.07%
合　计	**20,584.88**	**100.00%**	**16,709.96**	**100.00%**	**18,647.34**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司实现营业收入 18,647.34 万元、16,709.96 万元和 20,584.88 万元，主要来源于主营业务，各年度主营业务收入占营业收入比重均超过 99%，主营业务突出。

2017 年度，公司移动信息服务业务和互动电视业务收入快速增长，但新媒体整合营销业务受广告代理运营细分业务下滑影响，收入规模下滑较大，导致主营业务收入整体规模较 2016 年度减少 1,932.21 万元，下降 10.37%。2018 年度，公司新媒体整合营销业务快速发展，带动主营业务收入较 2017 年增加 3,852.23

万元，增长 23.06%。

报告期内，公司其他业务收入金额较小，对公司经营成果影响较小。

1、主营业务收入构成及变动分析

公司主营业务包括新媒体整合营销业务、移动信息服务业务、互动电视业务等其他，具体构成如下：

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
新媒体整合营销	12,168.46	59.20%	7,797.81	46.69%	10,916.88	58.58%
移动信息服务	7,214.99	35.10%	8,553.48	51.21%	7,703.83	41.34%
互动电视业务等其他	1,171.18	5.70%	351.11	2.10%	13.89	0.07%
合计	**20,554.63**	**100.00%**	**16,702.40**	**100.00%**	**18,634.61**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司主营业务收入分别为 18,634.61 万元、16,702.40 万元和 20,554.63 万元，主要来自新媒体整合营销和移动信息服务业务，报告期各年上述两项业务合计占营业收入的比例超过 90%。

2016 年度，公司主营业务收入以新媒体整合营销为主，实现营业收入 10,916.88 万元，占主营业务收入比例为 58.58%；移动信息服务业务实现营业收入 7,703.83 万元，占主营业务收入比例为 41.34%，同时，公司开始探索《党政手机报》等移动信息服务业务新模式，并加大了推广力度。

2017 年度，公司新媒体整合营销业务收入 7,797.81 万元，较 2016 年度下降 3,119.07 万元，下降比例为 28.57%，占营业收入比重下降至 46.69%，主要系受公交传媒代理商体系调整等因素的影响，公司广告代理运营细分业务版块收入下滑；但受益于公司 2016 年以来业务模式的优化和业务推广力度的加大，2017 年度公司移动信息服务业务板块收入有较大增长，实现营业收入 8,553.48 万元，较 2016 年度增加 849.65 万元，增长 11.03%，占营业收入比重提升至 50%以上。

2018 年度，公司新媒体整合营销中的各细分业务板块均实现增长，全年实现营业收入 12,168.46 万元，较 2017 年度增加 4,370.65 万元，增长比例为 56.05%，占营业收入比重提升至 59.20%；移动信息服务业务实现营业收入 7,214.99 万元，较 2017 年度下降 1,338.49 万元，下降比例为 15.65%，占营业收入比重下降至

35.10%；同时，互动电视业务实现突破，互动电视业务等其他业务实现营业收入1,171.18 万元，占营业收入比重为 5.70%。

（1）新媒体整合营销

新媒体整合营销业务包括宣传推广服务、广告代理运营、网络舆情服务和技术服务等细分业务。报告期内，上述细分业务的收入构成及占比情况如下：

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
宣传推广服务	6,703.71	55.09%	4,602.83	59.03%	5,009.54	45.89%
广告代理运营	3,231.31	26.55%	1,214.61	15.58%	4,239.97	38.84%
网络舆情服务	1,224.74	10.06%	1,126.26	14.44%	988.09	9.05%
技术服务	1,008.70	8.29%	854.11	10.95%	679.28	6.22%
合　计	**12,168.46**	**100.00%**	**7,797.81**	**100.00%**	**10,916.88**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，新媒体整合营销业务营业收入分别为10,916.88 万元、7,797.81 万元和 12,168.46 万元。

2017 年度，新媒体整合营销业务营业收入相比 2016 年度减少 3,119.07 万元，下降 28.57%，主要系受广告代理运营业务收入下降 3,025.36 万元的影响；2018 年度，公司加大资源投入力度和市场拓展力度，广告代理运营业务快速回升，同时宣传推广服务业务不断增长，上述两项业务分别实现营业收入 6,703.71 万元和 3,231.31 万元，均较 2017 年度有较大增长，带动新媒体整合营销业务收入规模大幅增长。

报告期内，网络舆情服务和技术服务业务稳定发展，营业收入保持持续稳定增长态势。

①宣传推广服务

宣传推广服务业务是公司依托自身新闻信息服务资质优势、本地化品牌优势、信息传播渠道优势、宣传策划能力等核心竞争力，利用四川新闻网、麻辣社区、四川发布、中国西部网等新闻和社区网站平台及基层宣传服务平台，为政府宣传部门、企业、事业单位客户提供网络广告、线上宣传推广、线下宣传活动策划、视频拍摄等多样化的宣传推广服务。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司宣传推广服务业务收入分别为 5,009.54 万元、4,602.83 万元和 6,703.71 万元，占新媒体整合营销业务收入的比重分别为 45.89%、59.03%和 55.09%。

2017 年度，宣传推广服务业务收入实现营业收入 4,602.83 万元，较上年下降 406.72 万元，主要系：2016 年度，公司承接四川省新闻中心“成都高画质全景城市形象宣传片拍摄制作项目”，合同金额 480.00 万元，该项目于 2016 年度完成并确认收入 452.83 万元，增加了宣传推广服务业务收入。2017 年度，公司通过为客户提供视频拍摄制作服务产生的收入有较大减少。剔除上述交易影响，公司宣传推广服务业务收入保持增长态势。

2018 年度，宣传推广服务业务实现营业收入 6,703.71 万元，较上年度增加 2,100.88 万元，增长 45.64%，增长较快，主要系：

A、随着互联网以及新媒体产业的不断发展，以及新形势下政府及企事业单位客户对宣传推广重视程度的提高，客户对外宣传及线上线下宣传活动需求不断增长，同时上级主管部门加大对媒体宣传的规范管理和扶持力度，主流网络媒体认可度得到进一步提升，推动其业务规模的增长。

B、2018 年，公司充分利用作为四川省内具有品牌和公信力的权威媒体的地位和优势，进一步加大了市场开拓力度，进一步深入挖掘新形势下党政部门、企事业单位的宣传和营销需求，为客户提供的广告宣传、宣传策划活动、新媒体托管运营等服务规模较上年均有所增长，推动了收入规模的增加。其中，2018 年四川省网信办增加了对公司新闻网络宣传服务的采购规模，采购支出较 2017 年度增加 874.53 万元（不含税），提升了公司宣传推广服务业务的收入和利润规模。

②广告代理运营

广告代理运营业务由公司全资子公司网泰传媒运营。网泰传媒向公交传媒和成都地铁传媒有限公司等广告媒介资源运营方采购广告位，用于向广告主提供广告发布服务，收取广告发布费实现收入和盈利。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司广告代理运营业务收入分别为 4,239.97 万元、1,214.61 万元和 3,231.31 万元，占新媒体整合营销业务收入的比

重分别为 38.84%、15.58%和 26.55%。

2017 年度，广告代理运营业务收入较上年减少 3,025.36 万元，下降 71.35%，主要系：

A、2017 年，公交传媒调整经营政策，将原先整体代理模式调整为行业代理模式，短期内造成了客户分流，导致公司广告代理运营业务收入下降。

B、2017 年，公司主要代理了房地产和医美行业的广告，受 2017 年成都市地产调控政策和可供开发地块减少影响，成都市房地产市场持续火爆，市场供不应求，房地产行业客户广告投放金额大幅降低，影响公司广告代理运营业务收入。根据 eboR 数据统计，成都房地产行业 2017 年公交广告投放量占公交广告总投放量的比例较 2016 年下降 61.20%。

2018 年度，公司广告代理运营业务收入较 2017 年度增加 2,016.70 万元，增长 1.66 倍，实现快速回升，主要系公司加大资源投入力度，新增代理电商、旅游交通运输、汽车、手机、电影文娱教育培训等行业；同时加强客户开发和维护力度，客户群体和客户数量大幅增加，带动收入规模快速回升。

③网络舆情服务

网络舆情服务是通过关注互联网上对客户有较强影响力和倾向性的言论和观点，并对该类信息进行跟踪、分析后向客户提供咨询建议，帮助客户应对网络舆情事件、维护品牌形象的业务。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，网络舆情服务业务分别实现营业收入 988.09 万元、1,126.26 万元和 1,224.74 万元。2017 年度和 2018 年度，网络舆情服务业务收入较上年度分别增加 138.17 万元和 98.47 万元，增长幅度分别为 13.98%和 8.74%。

报告期内，公司网络舆情服务业务收入保持增长趋势，主要系客户对网络舆情服务的需求不断增长，而公司作为四川省内经互联网信息主管部门认证的网络舆情信息服务机构，长期服务于四川省内各级党政机关和企事业单位，在四川省内具有明显的品牌和公信力优势，具有较强的客户服务能力。报告期内，公司不断提高技术水平和产品功能，客户服务能力不断提升，大客户数量和比例不断增长。

④技术服务

技术服务是发行人依托多年媒体技术服务经验，为客户提供网站、媒体中心的开发与建设，并提供持续技术运维服务、技术保障等服务，收取建设及技术服务费。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，技术服务业务分别实现营业收入 679.28 万元、854.11 万元和 1,008.70 万元，保持稳定增长趋势。2017 年度和 2018 年度，技术服务业务收入较上年度分别增加 174.83 万元和 154.59 万元，增长比例分别为 25.74%和 18.10%。

报告期内，公司技术服务业务主要服务的客户和服务内容包括：为四川省委讲师团提供“网络学习平台”、“可视化管理中心”、“微信公众平台”等平台的建设、运营、维护、升级服务，以及相关设备设施配置、配套功能开发、数字化理论产品提供及培训服务等；为四川省纪委及四川省监察厅网络政务与电教中心等提供系统集成项目建设及后期运维服务；为四川电信提供 UI 制作等技术服务。报告期内，上述客户的技术服务需求不断增加，带动公司技术服务业务收入规模相应增加。

（2）移动信息服务

公司移动信息服务业务包括手机报信息传播、手机报增值服务等细分业务。报告期内，上述细分业务的收入构成及占比情况如下：

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
手机报信息传播	6,448.94	89.38%	7,758.24	90.70%	7,237.05	93.94%
手机报增值服务	766.05	10.62%	795.24	9.30%	466.78	6.06%
合　计	**7,214.99**	**100.00%**	**8,553.48**	**100.00%**	**7,703.83**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司移动信息服务业务分别实现营业收入 7,703.83 万元、8,553.48 万元和 7,214.99 万元。其中，手机报信息传播业务为收入主要来源，报告期各年，其收入占移动信息服务业务收入的比例超过 85%。

①手机报信息传播

手机报信息传播业务是发行人通过编辑并发送手机报短信和彩信形式，向广

大用户提供党政信息、新闻、本地生活、娱乐、体育等手机报信息，主要向个人用户、机构用户收取订阅费实现收入。报告期内，公司手机报产品形式主要包括《党政手机报》《四川手机报》和《少数民族手机报》三种类别。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，手机报信息传播业务分别实现营业收入 7,237.05 万元、7,758.24 万元和 6,448.94 万元。根据产品形式划分，手机报信息传播业务收入构成如下：

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
党政手机报	4,110.86	63.74%	3,983.30	51.34%	3,105.88	42.92%
四川手机报	1,981.32	30.72%	3,521.32	45.39%	4,107.17	56.75%
少数民族手机报	356.76	5.53%	253.62	3.27%	24.00	0.33%
合计	**6,448.94**	**100.00%**	**7,758.24**	**100.00%**	**7,237.05**	**100.00%**

2017 年度，手机报信息传播业务收入较上年增加 521.19 万元，增长 7.20%，其中，《党政手机报》和《少数民族手机报》收入增长较快，《四川手机报》收入有所下滑；2018 年度，手机报信息传播业务收入较上年度减少 1,309.30 万元，下降 16.88%，其中，《党政手机报》和《少数民族手机报》收入规模继续增长，《四川手机报》收入有较大下滑。

报告期内，手机报信息传播业务收入变动主要受计费用户数变动直接影响，具体情况如下：

A、党政手机报

《党政手机报》是公司积极响应政府号召，适应新形势下党政宣传需求下，于 2015 年推出的新型手机报产品形态。经过不断拓展和完善，《党政手机报》已经成为四川省委和省政府的重要宣传手段，并在全国范围内率先纳入党报党刊征订范围内，征订单位和用户数均不断攀升。《党政手机报》由各地区内的政府、企事业单位为其全体员工或全体党员进行订阅，采取统一订阅、统一付费的方式。

报告期内，《党政手机报》用户规模快速增长，2016 年、2017 年和 2018 年，《党政手机报》月平均计费用户规模分别为 45.25 万户、58.21 万户和 70.65 万户，三年复合增长率超过 24%。用户规模的增长带动了收入规模的持续增加。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，《党政手机报》分别实现收入 3,105.88 万元、3,983.30 万元和 4,110.86 万元，收入规模持续增长，2017 年度和 2018 年度成为移动信息服务业务最主要的收入来源。

B、四川手机报

《四川手机报》主要分为全网《四川手机报》和本地《四川手机报》，定位于为用户及时、快速、全面报道四川省内外重大新闻、社会热点、财经问题、民生信息等新闻资讯，并为读者提供咨询交流平台。

《四川手机报》内容来源包括自主采编和合作 CP 采编两种模式，根据用户规模等方面的不同，发行人与不同版本合作 CP 之间的分成比例存在一定差异。其中，发行人将向 CP 内容服务费的分成比例超过 50%的手机报产品按照净额法确认收入，即将电信运营商向发行人一次分成的金额减去对应的 CP 内容服务费分成金额后的净额确认为营业收入；其余手机报产品则采取总额法确认收入，即将电信运营商向发行人分成金额全部确认营业收入。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，《四川手机报》分别实现收入 4,107.17 万元、3,521.32 万元和 1,981.32 万元，收入呈下滑趋势。2017 年度和 2018 年度，分别较上年下降 14.26%和 43.73%，主要系：

a、随着移动互联网的不断发展以及微信、微博等 APP 的崛起，公众的阅读习惯和阅读方式发生了重大变化，呈现碎片化和社交化等趋势，用户对手机报产品的黏性不断降低，手机报的订阅用户数呈自然下降趋势。

b、个人用户对手机报的订阅对电信运营商推广、活动体验和群发外呼等推广方式较为依赖。自 2015 年 8 月起，公司停止了群发外呼推广模式；同时，移动互联网时代，电信运营商经营战略转向流量运营，对手机报产品的推广和支持力度不断降低。

受上述因素影响，报告期内，《四川手机报》计费用户规模呈下降趋势，收入规模相应减少。

C、少数民族手机报

《少数民族手机报》，由公司针对少数民族地区的具体情况和文字特点，以服务性信息内容为主，以少数民族文字、语音形式发送新闻信息，目前主要为《彝

语语音手机报》，采取征订单位统一订阅、统一付费的方式。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，《少数民族手机报》分别实现营业收入 24.00 万元、253.62 万元和 356.76 万元，主要系《少数民族手机报》推出后取得了良好的效果，征订单位数量不断增加。根据中共凉山州委办公室《关于认真做好 2018 年度中央、省委和州委党报党刊宣传发行及新媒体推广征订工作的通知》（凉委办[2017]142 号），《彝语语音手机报》被纳入到凉山地区党报党刊征订范围，征订数量进一步增加。

②手机报增值服务

手机报增值服务业务是公司基于自身手机报业务资源和技术平台，为客户提供的手机报相关增值服务，包括为客户提供手机报广告和宣传服务，为其他省份手机报运营商提供平台服务，以及为咪咕音乐提供内容安全审核服务等业务。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，手机报增值服务业务分别实现收入 466.78 万元、795.24 万元和 766.05 万元，占移动信息服务业务收入的比重分别为 6.06%、9.30%和 10.62%，收入贡献度呈上升趋势。

2018 年 9 月，公司完成对上海新动手机报技术平台及相关业务收购后，公司开始承接并进一步拓展为其他省份手机报运营商提供相关技术支撑服务的业务，通过分成方式实现收入。未来上述手机报技术支撑服务业务对公司收入的贡献度将进一步增加。

（3）其他主营业务

公司其他主营业务主要为互动电视业务及少量零星其他业务。报告期内，其他主营业务收入金额及构成情况如下：

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
互动电视业务	1,108.25	94.63%	318.50	90.71%	-	-
其他	62.93	5.37%	32.61	9.29%	13.89	100.00%
合计	**1,171.18**	**100.00%**	**351.11**	**100.00%**	**13.89**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司其他业务分别实现营业收入 13.89 万元、351.11 万元和 1,171.18 万元，呈快速增长趋势，主要来源于互动电视业务

收入规模的不断增长。

互动电视业务是公司作为内容和服务提供商，为 IPTV 及四川移动魔百和等互动电视平台提供内容和服务的业务。

公司互动电视业务自 2017 年上线后快速增长，2017 年度和 2018 年度分别实现收入 318.50 万元和 1,108.25 万元，增长比例为 247.96%，主要系公司“川网视频”平台在 IPTV 平台上线后，用户规模快速增长，同时随着公司引进版权内容的增加，平台访问量和点播量等不断增加，带动公司收入的快速增长。

其他业务主要为培训服务等少量与主营业务相关的零星业务，规模相对较小。

2、主营业务收入地区和季节分布情况

报告期内，公司主营业务收入主要来源于四川省内，且不存在明显的季节性。

3、主要服务的销售价格及销量的变化情况

关于公司主要服务的销售价格及销量的变化情况，请详见本招股说明书“第六节 业务和技术”的相关内容。

（二）营业成本情况及变动分析

报告期内，公司营业成本构成如下所示：

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
主营业务成本	9,524.00	99.82%	7,443.94	99.90%	8,944.21	100.00%
其他业务成本	17.12	0.18%	7.46	0.10%	-	-
合计	**9,541.12**	**100.00%**	**7,451.40**	**100.00%**	**8,944.21**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司营业成本分别为 8,944.21 万元、7,451.40 万元和 9,541.12 万元，其中主营业务成本分别为 8,944.21 万元、7,443.94 万元和 9,524.00 万元，各年主营业务成本占营业成本的比重均超过 99.00%。

报告期内，公司各主营业务的成本构成情况如下：

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
新媒体整合营销	6,141.23	64.48%	4,163.49	55.93%	6,620.29	74.02%
移动信息服务	2,604.93	27.35%	3,031.78	40.73%	2,291.33	25.62%
互动电视业务等其他	777.84	8.17%	248.66	3.34%	32.60	0.36%
合计	**9,524.00**	**100.00%**	**7,443.94**	**100.00%**	**8,944.21**	**100.00%**

1、主营业务成本构成及变动分析

公司主营业务主要的成本要素包括职工薪酬、媒介采购费、业务服务费、外购服务费、线下活动费、技术支撑费、折旧及摊销等，各成本要素具体含义如下表所述：

序号	成本要素		含义	涉及的业务类别
1	职工薪酬		按主营业务类别归集的与主营业务相关的人工成本支出	各主营业务
2	业务服务费	内容服务费	向手机报/互动电视内容提供方（CP）的分成支出	移动信息服务、互动电视业务
		技术服务费	向手机报/互动电视平台的技术服务提供方（SP）支付的技术服务支出	
		运营商服务费	向电信运营商支付的分成支出	
3	媒介采购费		向媒介资源方采购广告位，用于向广告主提供广告发布服务产生的采购支出	广告代理运营
4	外购服务费		对外采购设计制作、技术开发服务、广告上刊服务等发生的外购成本支出	宣传推广服务、广告运营代理、网络舆情服务、技术服务
5	线下活动费		为客户提供线下宣传活动策划及落地执行过程中发生的相关支出	宣传推广服务
6	技术支撑费		包括服务器托管费和系统维护费等。其中，服务器托管费为网站运营产生的服务器托管和运维支出；系统维护费为2016年度网泰传媒向公交传媒提供“媒介资源运营管理云平台”服务发生的系统维护支出	宣传推广服务、技术服务
7	折旧及摊销		按设备实际使用用途进行归集分配，报告期计入主营业务成本的折旧及摊销费主要系电子设备折旧及相关软件摊销	宣传推广服务、网络舆情服务、技术服务、移动信息服务

8	其他	主要为与主营业务相关的办公费、差旅报销等	各主营业务

报告期内，各成本要素的具体金额构成情况如下：

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	2,187.06	22.96%	2,201.36	29.57%	1,969.11	22.02%
业务服务费	2,836.10	29.78%	2,612.42	35.09%	1,688.11	18.87%
媒介采购费	2,436.57	25.58%	900.50	12.10%	3,105.14	34.72%
外购服务费	932.83	9.79%	746.23	10.02%	1,155.56	12.92%
线下活动费	572.39	6.01%	327.99	4.41%	343.74	3.84%
技术支撑费	96.81	1.02%	94.92	1.28%	94.77	1.06%
折旧及摊销	72.02	0.76%	130.39	1.75%	178.72	2.00%
其他	390.21	4.10%	430.13	5.78%	409.06	4.57%
合计	**9,524.00**	**100.00%**	**7,443.94**	**100.00%**	**8,944.21**	**100.00%**

2、新媒体整合营销业务成本构成及变动分析

报告期内，公司新媒体整合营销业务成本构成情况如下：

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
宣传推广服务	2,596.08	42.27%	2,146.11	51.55%	2,388.32	36.08%
广告代理运营	2,496.94	40.66%	911.53	21.89%	3,237.40	48.90%
网络舆情服务	624.21	10.16%	660.43	15.86%	644.99	9.74%
技术服务	424.01	6.90%	445.43	10.70%	349.57	5.28%
合计	**6,141.23**	**100.00%**	**4,163.49**	**100.00%**	**6,620.29**	**100.00%**

（1）宣传推广服务

报告期内，公司宣传推广服务业务的成本构成情况如下：

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	1,258.61	48.48%	1,302.05	60.67%	1,190.70	49.86%
线下活动费	572.39	22.05%	327.99	15.28%	343.74	14.39%

外购服务费	487.79	18.79%	233.87	10.90%	515.80	21.60%
技术支撑费	96.81	3.73%	94.92	4.42%	94.77	3.97%
折旧及摊销	52.54	2.02%	34.69	1.62%	107.60	4.51%
其他	127.94	4.93%	152.59	7.11%	135.70	5.68%
合计	**2,596.08**	**100.00%**	**2,146.11**	**100.00%**	**2,388.32**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，宣传推广服务业务营业成本分别为 2,388.32 万元、2,146.11 万元和 2,596.08 万元，金额逐年上升。宣传推广服务业务成本主要为职工薪酬、外购服务费及线下活动费，占比较高。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，宣传推广服务业务成本中职工薪酬金额分别为 1,190.70 万元、1,302.05 万元和 1,258.61 万元，总体保持平稳。2017 年度，职工薪酬金额增长主要系宣传推广服务业务的员工人数增加；2018 年度，职工薪酬金额较 2017 年度有所下降，主要系存在少部分业务人员参与政府补助项目的开发和管理工作，上述人员的职工薪酬纳入政府补助项目核算，计入管理费用。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，线下活动费分别为 343.74 万元、327.99 万元和 572.39 万元，均为公司为客户提供线下宣传活动策划和执行过程中产生。报告期内，线下活动费金额变动情况与宣传活动策划的收入规模相匹配。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，外购服务费分别为 515.80 万元、233.87 万元和 487.79 万元，主要为外购设计制作等服务采购支出。2016 年度，发行人承接四川省新闻中心“成都高画质全景城市形象宣传片拍摄制作项目”，合同金额 480.00 万元，该项目于 2016 年度全部完成，产生视频后期制作等外购服务费支出 293.48 万元。剔除上述因素影响后，报告期内，公司宣传推广服务业务的外购服务费金额与该业务的营业收入变动趋势基本一致。

（2）广告代理运营

报告期内，公司广告代理运营业务的成本构成情况如下：

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
媒介采购费	2,436.57	97.58%	900.50	98.79%	3,105.14	95.91%
外购服务费	60.37	2.42%	11.03	1.21%	132.27	4.09%
合计	**2,496.94**	**100.00%**	**911.53**	**100.00%**	**3,237.40**	**100.00%**

广告代理运营业务由公司子公司网泰传媒运营，其作为广告代理商代理成都市公交和地铁的户外广告。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司广告代理运营业务营业成本分别为 3,237.40 万元、911.53 万元和 2,496.94 万元，主要为媒介采购费和外购服务费。

媒介采购费系向媒介资源方采购广告位，用于向广告主提供广告发布服务产生的采购支出。其中，向公交传媒采购自营候车亭广告位资源，向成都地铁传媒有限公司采购地铁电视广告资源，公交传媒和成都地铁传媒有限公司分别拥有成都市公交广告和地铁广告的经营权。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，媒介采购费金额分别为 3,105.14 万元、900.50 万元和 2,436.57 万元，占广告代理运营业务成本的比例超过 95.00%。其中，2017 年度公司媒介资源采购费金额较上年大幅下降，主要系：2017 年公交传媒调整其代理商管理体系，由原有的整体代理方式调整为行业代理方式，短期内造成了客户分流；同时，受 2017 年成都市地产调控政策和可供开发地块减少影响，成都市房地产市场持续火爆，市场供不应求，公司所代理的房地产行业客户广告投放需求大幅降低，公司采购支出相应减少。2018 年度，公司加大资源支持力度和市场开拓力度，新增代理电商、旅游交通运输、汽车、手机、电影文娱教育培训等行业，广告代理运营业务实现快速回升，媒介资源采购支出大幅增加。

外购服务费主要为采购的广告设计制作费及少部分上刊服务费。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，广告代理运营业务外购服务费金额分别为 132.27 万元、11.03 万元和 60.37 万元，金额和占比相对较小，变动趋势与广告代理运营业务的变动趋势一致。

（3）网络舆情服务

报告期内，公司网络舆情服务业务的成本构成情况如下：

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	416.15	66.67%	339.80	51.45%	295.37	45.79%
外购服务费	152.33	24.40%	219.49	33.24%	252.19	39.10%

折旧及摊销	7.20	1.15%	80.25	12.15%	56.27	8.72%
其他	48.53	7.77%	20.88	3.16%	41.16	6.38%
合计	**624.21**	**100.00%**	**660.43**	**100.00%**	**644.99**	**100.00%**

2016年度、2017年度和2018年度，网络舆情服务业务营业成本分别为644.99万元、660.43万元和624.21万元，主要由职工薪酬、外购服务费、折旧及摊销、其他等构成，其中职工薪酬、外购服务费、折旧及摊销金额占比较高。

职工薪酬成本主要为支付的舆情采编、技术人员的人工成本。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，职工薪酬金额分别为 295.37 万元、339.80 万元和 416.15 万元，呈增长趋势，主要系随着网络舆情服务业务收入不断增长，相关业务人员的数量有所增加，职工薪酬成本增加。

外购服务费主要系为更全面地满足客户的舆情信息需求，向专业舆情信息服务机构采购的信息搜索、数据服务及舆情终端设备运维服务等支出。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，外购服务费金额分别为 252.19 万元、219.49 万元和 152.33 万元，呈下降趋势，主要由于：公司不断增加网络舆情服务的技术投入，舆情服务系统平台的功能不断完善，对外部机构的依赖程度不断降低；同时，随着舆情终端设备使用的减少，相关运维服务采购支出降低。

折旧及摊销金额为电子设备折旧及舆情终端设备的摊销成本，其中舆情终端设备是提供给客户使用的、用于及时向客户发送舆情服务信息的终端设备。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，折旧及摊销成本金额分别为 56.27 万元、80.25 万元和 7.20 万元，其中 2018 年度有较大下降，主要系公司开发手机端的舆情 APP 投入使用，替代原有舆情终端设备，因此对终端设备的采购和摊销金额减少。

（4）技术服务

报告期内，公司技术服务业务的成本构成情况如下：

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	176.37	41.60%	165.62	37.18%	99.47	28.45%
外购服务费	226.51	53.42%	274.63	61.65%	244.56	69.96%
折旧及摊销	0.57	0.13%	0.26	0.06%	1.21	0.34%

其他	20.56	4.85%	4.92	1.10%	4.33	1.24%
合计	**424.01**	**100.00%**	**445.43**	**100.00%**	**349.57**	**100.00%**

技术服务主要是为客户提供媒体中心等系统集成、网站建设及维护等新媒体技术开发及维护服务。报告期内，发行人承接四川省委讲师团网络学习平台、四川省纪委及四川省监察厅网络政务与电教中心等系统集成项目建设及后期运营服务，建设了群众路线网、记忆四川、廉洁四川、中国川剧网等网站并进行后期维护。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，技术服务业务营业成本分别为 349.57 万元、445.43 万元和 424.01 万元，主要由职工薪酬、外购服务费、折旧及摊销、其他构成。2018 年度，由于外购服务支出减少，技术服务业务营业成本有所降低。

3、移动信息服务业务成本构成及变动分析

报告期内，公司移动信息服务业务的成本构成情况如下：

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	287.01	11.02%	353.55	11.66%	362.43	15.82%
业务服务费	2,153.10	82.65%	2,409.45	79.47%	1,688.11	73.67%
折旧及摊销	11.58	0.44%	14.68	0.48%	12.67	0.55%
外购服务费	5.83	0.22%	7.21	0.24%	10.73	0.47%
其他	147.42	5.66%	246.90	8.14%	217.39	9.49%
合计	**2,604.93**	**100.00%**	**3,031.78**	**100.00%**	**2,291.33**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司移动信息服务业务营业成本分别为 2,291.33 万元、3,031.78 万元和 2,604.93 万元，以手机报信息传播细分业务的营业成本为主。主要成本因素包括职工薪酬、业务服务费、折旧及摊销、外购服务费、其他，其中业务服务费、职工薪酬两项成本因素占比较高。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，职工薪酬金额分别为 362.43 万元、353.55 万元和 287.01 万元，呈下降趋势，主要系手机报产品中《四川手机报》业务下降，相应职工薪酬亦有所下降。

业务服务费主要为通过分成方式向移动信息服务业务的主要参与方（CP、SP 和运营商）支付相关服务成本的金额，包括内容服务费、技术服务费和运营商服务费，分别为向 CP、SP 和运营商按约定比例支付的分成支出。报告期内，公司业务服务费的具体构成如下：

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
内容服务费	1,006.03	46.72%	1,011.86	42.00%	660.06	39.10%
技术服务费	809.29	37.59%	936.73	38.88%	663.91	39.33%
运营商服务费	337.77	15.69%	460.86	19.13%	364.13	21.57%
合计	**2,153.10**	**100.00%**	**2,409.45**	**100.00%**	**1,688.11**	**100.00%**

（1）内容服务费

内容服务费，为手机报信息传播业务中通过二次分成方式向手机报内容提供方（CP）支付的手机报内容采购成本。手机报信息传播业务内容来源包括自主采编和合作 CP 采编两种模式。由于发行人将向 CP 内容服务费分成比例超过 50%的手机报版本按照净额法确认收入，因此该部分向 CP 的分成支出未确认成本。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，内容服务费金额分别为 660.06 万元、1,011.86 万元和 1,006.03 万元，其中主要为《党政手机报》的内容采购成本，近三年《党政手机报》内容服务费金额分别为 591.64 万元、885.18 万元和 845.87 万元，占总内容服务费的比重分别为 89.63%、87.48%和 84.08%。2018 年度内容服务费较 2017 年度有所下降，主要系自 2018 年度起，成都地区的《党政手机报》内容由发行人自行采编，不再向成都市网络新闻信息中心（成都市互联网不良与违法信息举报中心）采购内容，因此不再进行进行内容分成，内容服务费金额相应减少。

（2）技术服务费

技术服务费，为手机报信息传播业务向手机报技术服务提供方（SP）的分成支出，SP 向公司提供包括手机报编辑平台、客服系统、内部工单处理平台等一系列业务运营平台的技术支撑服务，并对运营技术内容进行日常维护和升级。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，技术服务费金额分别为 663.91 万元、

936.73 万元和 809.29 万元，其中 2018 年度技术服务费较 2017 年度有所下降，主要系发行人自 2018 年 9 月完成对上海新动手机报技术平台及相关业务收购后，不再需要向其支付服务费分成。

（3）运营商服务费

运营商服务费，为手机报信息传播业务向电信运营商支付的通信费、渠道费用、代收代扣服务费等。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，运营商服务费金额分别为 364.13 万元、460.86 万元和 337.77 万元，其中 2018 年度运营商服务费较 2017 年度有所下降，主要系：①为支持发行人《党政手机报》业务的推广和发展，四川移动减免了发行人 2018 年 7 月至 12 月的运营商服务费，合计减免金额为 171.24 万元；②根据发行人与四川电信签订的《党政参考业务合作协议》，自 2018 年 1 月 1 日其至 2019 年 12 月 31 日，发行人与四川电信关于《党政手机报》的分成比例调整为 85%：15%，2016 年度和 2017 年度上述分成比例为 70%：30%，因此向四川电信支付的运营商服务费金额有所下降。

4、其他业务成本构成及变动分析

报告期内，公司主营业务中其他业务的成本构成情况如下：

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
互动电视业务	721.58	92.77%	247.19	99.41%	-	-
其他	56.25	7.23%	1.47	0.59%	32.60	100.00%
合计	**777.84**	**100.00%**	**248.66**	**100.00%**	**32.60**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司其他主营业务成本金额分别为 32.60 万元、248.66 万元和 777.84 万元，主要为互动电视业务的营业成本。

报告期内，互动电视业务的营业成本构成如下：

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	36.01	4.99%	39.39	15.93%	-	-

业务服务费	683.01	94.65%	202.97	82.11%	-	-
其中：内容服务费	498.94	69.15%	114.48	46.31%	-	-
技术服务费	69.89	9.69%	63.83	25.82%	-	-
运营商服务费	114.18	15.82%	24.67	9.98%	-	-
其他	2.56	0.35%	4.83	1.96%	-	-
合计	**721.58**	**100.00%**	**247.19**	**100.00%**	-	-

公司互动电视业务于 2017 年正式投入运营，并得到快速发展，营业收入和成本均快速增长。2017 年度和 2018 年度，互动电视业务营业成本分别为 247.19 万元和 721.58 万元，其中主要为业务服务费。

互动电视业务参与方主要包括内容提供方（CP）、技术服务方（SP）及电信运营商，业务服务费为向上述参与方分成或支付的成本。其中，内容服务费和运营商服务费采取按比例分成方式；技术服务费为向互动电视平台技术提供方采购技术支撑、运维和数据服务的支出，采取签订年度固定金额合同、按月支付的方式。

随着用户数和点播量的增长，互动电视业务收入规模不断增长，业务服务费亦快速增加。2017 年度和 2018 年度，互动电视业务的业务服务费分别为 202.97 万元和 683.01 万元。

（三）主营业务毛利及毛利率分析

1、主营业务毛利总体分析

报告期内，公司主营业务毛利及综合毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
主营业务收入	20,554.63	16,702.40	18,634.61
主营业务成本	9,524.00	7,443.94	8,944.21
主营业务毛利	**11,030.63**	**9,258.46**	**9,690.40**
综合毛利率	**53.66%**	**55.43%**	**52.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司主营业务毛利额分别为 9,690.40 万元、9,258.46 万元和 11,030.63 万元，毛利额呈现先降后升的趋势；公司主营业务综合毛利率分别为 52.00%、55.43%和 53.66%，保持在相对稳定合理水平。

2017 年度，主要受新媒体整合营销业务下滑影响，公司毛利额较 2016 年度减少 431.94 万元，下降 4.46%，但受益于毛利率较高的移动信息服务业务增长影响，公司主营业务综合毛利率较 2016 年度有所提升。

2018 年度，新媒体整合营销业务快速回升，带动主营业务毛利额较 2017 年度增加 1,772.17 万元，增长 19.14%，但受毛利率较高的移动信息服务业务收入下降影响，公司主营业务综合毛利率较 2017 年度有所下降。

2、主营业务毛利结构和毛利率变动分析

（1）主营业务毛利结构分析

报告期内，公司主营业务毛利额及毛利贡献率情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利额	毛利贡献率	毛利额	毛利贡献率	毛利额	毛利贡献率
新媒体整合营销	6,027.23	54.64%	3,634.32	39.25%	4,296.59	44.34%
移动信息服务	4,610.06	41.79%	5,521.69	59.64%	5,412.50	55.85%
互动电视业务等其他	393.34	3.57%	102.45	1.11%	-18.70	-0.19%
合计	**11,030.63**	**100.00%**	**9,258.46**	**100.00%**	**9,690.40**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司主营业务毛利分别为 9,690.40 万元、9,258.46 万元和 11,030.63 万元，主要来自于新媒体整合营销和移动信息服务业务，上述两项业务毛利贡献率合计超过 95%。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，新媒体整合营销业务毛利额分别为 4,296.59 万元、3,634.32 万元和 6,027.23 万元，毛利贡献率分别为 44.34%、39.25%和 54.64%。2017 年度，受广告代理运营业务下滑影响，新媒体整合营销业务毛利额较上年度减少 662.28 万元，下降 15.41%，对公司综合毛利的贡献率相应下降为 39.25%。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司移动信息服务业务毛利额分别为 5,412.50 万元、5,521.69 万元和 4,610.06 万元，对公司综合毛利贡的贡献率分别为 55.85%、59.64%和 41.79%，2016 年度和 2017 年度是公司第一大毛利来源，2018 年度为第二大毛利来源。其中，2017 年度，移动信息服务业务毛利贡献率为 59.64%，较上年对毛利的贡献率有较大提高，主要系《党政手机报》业务增

长较快和新媒体整合营销业务短期下滑的共同影响。2018 年度，移动信息服务业务毛利额较上年度减少 911.63 万元，毛利贡献率降低为 41.79%，主要是受《四川手机报》业务规模持续下滑影响。

报告期内，公司主营业务中的其他业务主要为互动电视业务，毛利额和贡献率相对较小，但呈现快速增长态势。

（2）主营业务毛利率分析

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司综合毛利率分别为 52.00%、55.43%和 53.66%，总体保持在相对稳定的水平。综合毛利率的变动系受各主营业毛利率变动及其业务结构变动的共同影响。

报告期内，公司主营业务的收入结构和毛利率具体如下：

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
新媒体整合营销	59.20%	49.53%	46.69%	46.61%	58.58%	39.36%
移动信息服务	35.10%	63.90%	51.21%	64.55%	41.34%	70.26%
互动电视业务等其他	5.70%	33.58%	2.10%	29.18%	0.07%	-134.59%
合计/综合毛利率	**100.00%**	**53.66%**	**100.00%**	**55.43%**	**100.00%**	**52.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司新媒体整合营销业务毛利率分别为 39.36%、46.61%和 49.53%，呈持续上升趋势；移动信息服务业务毛利率分别为 70.26%、64.55%和 63.90%，稳定且维持在相对较高的水平。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司主营业务综合毛利率分别为 52.00%、55.43%和 53.66%，综合毛利率的变动系受各主营业毛利率变动及其业务结构变动的共同影响：

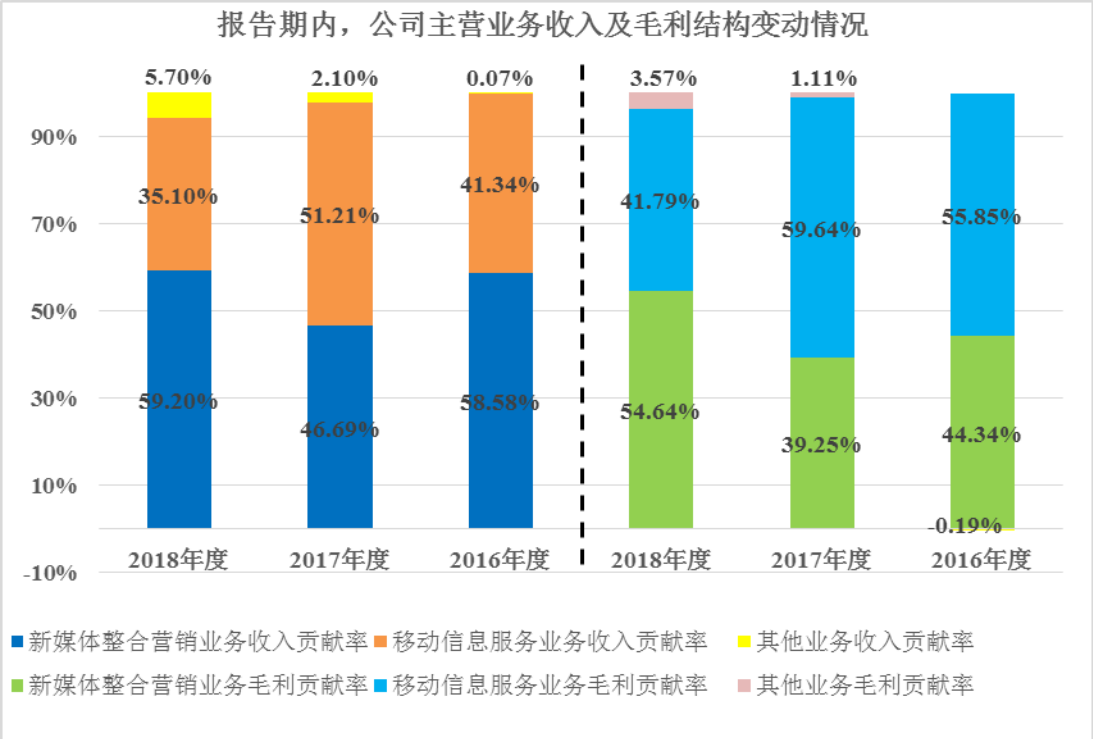
①2017 年度，综合毛利率较 2016 年度增加 3.43 个百分点，主要是受毛利率较高的移动信息服务业务收入贡献率提高的影响。

②2018 年度，综合毛利率较 2017 年度下降 1.77 个百分点，主要是收入结构和业务毛利率变动的影响。其中，新媒体整合营销业务的收入占比及毛利率均有所提升，毛利率相对较高的移动信息服务业务的收入占比则有较大下滑，导致综合毛利率较上年度有所下降。

③2018 年度，综合毛利率较 2016 年度有所提升，主要由于新媒体整合营销

业务毛利率较 2016 年度有较大提升，由 2016 年度的 39.36%提升到 2018 年度的 49.53%，以及其他业务的收入贡献率和毛利率均有所提高。

综合来看，报告期内，受行业发展形势变化和公司经营策略针对性调整等影响，公司主营业务的收入和利润结构有所变动，具体情况如下图所示：



3、分业务毛利率变动分析

报告期内，公司主营业务毛利及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率
新媒体整合营销	6,027.23	49.53%	3,634.32	46.61%	4,296.59	39.36%
移动信息服务	4,610.06	63.90%	5,521.69	64.55%	5,412.50	70.26%
互动电视业务等其他	393.34	33.58%	102.45	29.18%	-18.70	-134.59%
合计/毛利率	**11,030.63**	**53.66%**	**9,258.46**	**55.43%**	**9,690.40**	**52.00%**

（1）新媒体整合营销

报告期内，新媒体整合营销业务毛利额及毛利率构成情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率
宣传推广服务	4,107.63	61.27%	2,456.72	53.37%	2,621.22	52.32%
广告代理运营	734.37	22.73%	303.08	24.95%	1,002.56	23.65%
网络舆情服务	600.53	49.03%	465.84	41.36%	343.10	34.72%
技术服务	584.70	57.97%	408.68	47.85%	329.71	48.54%
合计/毛利率	**6,027.23**	**49.53%**	**3,634.32**	**46.61%**	**4,296.59**	**39.36%**

报告期内，公司新媒体整合营销业务毛利主要来源于宣传推广服务业务。

①宣传推广服务

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，宣传推广服务业务毛利额分别为 2,621.22 万元、2,456.72 万元和 4,107.63 万元，近三年，公司宣传推广服务业务毛利额增长趋势与收入的增长趋势一致，其主要变动情况如下：

2017 年度，宣传推广服务业务毛利额相比 2016 年度减少 164.50 万元，下降比例为 6.28%，主要系 2016 年公司承接并完成了四川省新闻中心“成都高画质全景城市形象宣传片拍摄制作项目”，合同金额 480.00 万元，带动宣传推广服务业务收入及毛利额增长，2017 年公司视频拍摄制作服务的收入金额则相比减少。剔除上述“成都高画质全景城市形象宣传片拍摄制作项目”影响后，公司其他宣传推广服务收入和毛利较 2016 年度有所增长。

2018 年度，宣传推广服务业务毛利额较 2017 年度增加 1,650.91 万元，增长比例为 67.20%，有较大幅度增加，主要系：随着互联网以及新媒体产业的不断发展，以及新形势下政府及企事业单位客户对宣传推广重视程度的提高，宣传推广服务市场需求不断提升，公司充分利用作为四川省内具有品牌和公信力的权威媒体的地位和优势，在 2018 年度进一步加大了市场开拓力度、挖掘客户需求，推动了宣传推广服务业务规模的增长。其中，2018 年四川省网信办增加了对公司新闻网络宣传服务的采购规模，采购支出较 2017 年度增加 874.53 万元（不含税），提升了公司宣传推广服务业务的收入和利润规模。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，宣传推广服务业务毛利率分别为 52.32%、53.37%和 61.27%，呈上升趋势，主要原因如下：

2017 年度，宣传推广服务业务毛利率与 2016 年度基本持平，未发生波动；2018 年度，宣传推广服务业务毛利率较 2017 年度增加 7.90 个百分点，主要系：公司在加大市场开拓力度、挖掘客户需求的同时加强成本管控，收入的增长幅度高于成本的增长幅度，带动业务毛利率提升；同时，由于 2018 年四川省网信办增加了对公司新闻网络宣传服务的采购规模，采购支出较 2017 年度增加 874.53 万元（不含税），该业务主要为利用公司四川新闻网、四川发布、麻辣社区、中国西部网等已建成的网络媒体平台提供网络宣传服务，成本主要为职工薪酬、网站运维、设计制作等成本，公司在满足客户需求的同时，新增成本投入相对较小，因此，该业务增厚了公司的毛利规模，提升了公司的毛利率水平。

②广告代理运营

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司广告代理运营业务毛利额分别为 1,002.56 万元、303.08 万元和 734.37 万元。

2017 年度，广告代理运营业务毛利额较 2016 年度有大幅下降，主要系业务收入规模受公交传媒代理商体系调整等影响而出现大幅下滑的影响；2018 年度，广告代理运营业务毛利额较 2017 年度快速增长，主要系 2018 年公司加大资源投入力度和市场开拓力度，代理的行业数量增加，带动业务规模快速回升。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司广告代理运营业务毛利率分别为 23.65%、24.95%和 22.73%，报告期内未发生重大波动。

③网络舆情服务

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，网络舆情服务业务的毛利额分别为 343.10 万元、465.84 万元和 600.53 万元，呈不断增长趋势，主要系随着收入规模的不断增长，毛利额相应增加。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，网络舆情服务业务的毛利率分别为 34.72%、41.36%和 49.03%，毛利率水平不断提升，主要系：随着公司不断增加网络舆情服务的技术投入，公司网络舆情服务业务系统平台的功能不断完善，对外部机构的依赖程度不断降低，对外采购规模成本支出不断降低；同时，2018 年度，公司开发手机端舆情 APP 投入使用，替代原有舆情服务专用终端设备，终端设备的摊销成本大幅下降，从而导致网络舆情服务业务的营业成本下降，毛

利率提升。

④技术服务

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，技术服务业务的毛利额分别为 329.71 万元、408.68 万元和 584.70 万元，呈不断增长趋势，主要系随着收入规模的不断增长，毛利额相应增加。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，技术服务业务的毛利率分别为 48.54%、47.85%和 57.97%。2018 年度，技术服务业务毛利率有所提升，主要为随着四川省委讲师团网络学习平台等开发建设工作完成，2018 年度主要服务内容为技术运维及内容更新维护，该部分营业成本相比开发建设的成本支出较低。因此，2018 年度，技术服务业务毛利率有所提升。

（2）移动信息服务

报告期内，公司移动信息服务业务毛利及毛利率构成情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率
移动信息服务	4,610.06	63.90%	5,521.69	64.55%	5,412.50	70.26%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，移动信息服务业务的毛利额分别为 5,412.50 万元、5,521.69 万元和 4,610.06 万元。报告期内，以个人订阅为主的《四川手机报》产品收入规模持续下滑，但《党政手机报》《少数民族手机报》产品以及手机报增值服务的收入规模不断增长，较大程度上弥补了《四川手机报》产品收入下滑的影响。

其中，2017 年度，移动信息服务业务毛利额较上年度有所增加，主要受收入规模变动的影响。2017 年，《党政手机报》《少数民族手机报》产品的收入较 2016 年度增长较快，手机报增值服务收入亦有所增长，上述收入增长金额高于《四川手机报》产品收入的下滑，带动 2017 年度移动信息服务业务收入规模和毛利额较上年度有所增加。2018 年度，手机报信息传播业务中的《党政手机报》《少数民族手机报》产品保持增长趋势，但受《四川手机报》产品下滑幅度加大的影响，移动信息服务业务毛利额较上年度减少 911.63 万元，下降 16.51%，下降幅度较大。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，移动信息服务业务的毛利率分别为 70.26%、64.55%和 63.90%，呈下滑趋势，主要系：《四川手机报》主要采取净额法确认收入，即将向 CP 内容服务费分成比例超过 50%的手机报版本按照净额法确认收入，该部分业务的成本主要为职工薪酬、技术服务费，不包含内容服务费分成，因此《四川手机报》的毛利率水平相对较高。随着《四川手机报》业务收入的下滑，其对移动信息服务业务的毛利贡献度不断下降，并导致移动信息服务业务毛利率的下降。

（3）其他主营业务

报告期内，公司主营业务中其他业务毛利及毛利率构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率
互动电视业务	386.66	34.89%	71.30	22.39%	-	-
其他	6.67	10.61%	31.14	95.49%	-18.70	-134.59%
合计/毛利率	**393.34**	**33.58%**	**102.45**	**29.18%**	**-18.70**	**-134.59%**

报告期内，公司主营业务中的其他业务主要为互动电视业务。

2017 年度和 2018 年度，互动电视业务的毛利额分别为 71.30 万元和 386.66 万元，增长较快，主要是自 2017 年开始 IPTV 业务后，付费用户规模不断增长，带动收入和毛利金额不断增加。

2017 年度和 2018 年度，互动电视业务的毛利率分别为 22.39%和 34.89%，2018 年度较上年有较大提升，主要系互动电视业务支付给技术服务提供方的技术服务费为固定金额合同，非分成合同，因此互动电视业务收入规模的增长幅度高于成本的增长幅度，带动毛利率水平提升。

4、与同行业可比上市公司毛利率的比较

报告期内，发行人与同行业可比上市公司的主营业务毛利率比较如下所示：

公司名称	业务分类	2018 年度	2017 年度	2016 年度
人民网（603000.SH）	广告及宣传服务	54.82%	37.25%	43.05%
	移动增值	43.07%	34.54%	46.14%
	信息服务	29.35%	34.13%	37.17%

	其他业务	41.04%	20.52%	27.33%
	综合毛利率	**44.69%**	**34.77%**	**42.51%**
新华网（603888.SH）	网络广告	58.20%	56.51%	56.60%
	信息服务	53.57%	51.30%	73.06%
	移动互联网	16.16%	18.75%	11.10%
	网站建设及技术服务	-	24.40%	22.27%
	网络技术服务	25.22%	-	-
	数字内容	32.97%	-	-
	综合毛利率	**45.15%**	**45.29%**	**50.32%**
行业平均综合毛利率		**44.92%**	**40.03%**	**46.41%**
川网传媒	新媒体整合营销	49.53%	46.61%	39.36%
	移动信息服务	63.90%	64.55%	70.26%
	互动电视业务等其他	33.58%	29.18%	-134.59%
	综合毛利率	**53.66%**	**55.43%**	**52.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人主营业务综合毛利率分别为 52.00%、55.43%和 53.66%，整体保持在稳定水平。与同行业可比上市公司相比，发行人的综合毛利率高于行业可比上市公司均值，主要是发行人的业务结构与同行业可比上市公司存在差异所致。

报告期内，可比上市公司人民网及新华网主营业务主要为依托其新闻网站开展的网络广告、信息服务、技术服务等业务，不存在或仅存在少量的移动信息服务业务，发行人主营业务来源则主要包括新媒体整合营销和移动信息服务业务。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人移动信息服务业务收入占主营业务收入的比重分别为 41.34%、51.21%和 35.10%，毛利率分别为 70.26%、64.55%和 63.90%。相比可比上市公司，发行人较高的移动信息服务业务收入及毛利率提升了发行人主营业务的综合毛利率水平，导致发行人综合毛利率高于可比上市公司。

从产品和服务类型、业务模式、客户类型等方面比较，发行人新媒体整合营销业务与人民网、新华网等同行业可比上市公司的主营业务均是依托自身新闻网站平台和属性开展的相关业务，具有较高的相似性和可比性。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人新媒体整合营销业务毛利率分别 39.36%、46.61%和 49.53%，同行业可比上市公司的平均综合毛利率则分别为 46.41%、40.03%和

44.92%。发行人新媒体整合营销业务毛利率与可比上市公司的差异情况说明如下：

（1）2016 年度，发行人新媒体整合营销业务毛利率低于可比上市公司，主要系受发行人广告代理运营细分业务毛利率拉低的影响。

（2）2017 年度，可比上市公司平均综合毛利率为 40.03%，比上年度有所下降，且低于发行人新媒体整合营销业务毛利率，主要系人民网营业收入小幅下滑，同时因业务转型投入较大，营业成本同比增长 11%，导致其综合毛利率有较大下滑，拉低行业平均毛利率水平。

（3）剔除上述影响，由于发行人营业成本在平均薪酬水平等方面低于可比上市公司，因此，发行人新媒体整合营销业务的毛利率水平总体略高于可比上市公司。

综上，发行人与可比上市公司平均毛利率差异具有合理性。

（四）期间费用分析

报告期内，公司各项费用金额及占当年营业收入比例情况如下所示：

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
销售费用	3,181.29	15.45%	3,066.99	18.35%	3,302.68	17.71%
管理费用	3,776.29	18.34%	3,927.12	23.50%	4,934.00	26.46%
研发费用	-	-	-	-	-	-
财务费用	-583.90	-2.84%	-375.64	-2.25%	-387.26	-2.08%
合计	**6,373.68**	**30.96%**	**6,618.47**	**39.61%**	**7,849.43**	**42.09%**

注：表格中“比例”指各项费用占当年营业收入的比重。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司期间费用合计金额分别为 7,849.43 万元、6,618.47 万元和 6,373.68 万元，占营业收入比例分别为 42.09%、39.61%和 30.96%。

2017 年度，受公司广告代理运营业务下降等因素影响，公司营业收入和期间费用均有所降低，但营业收入下降幅度低于期间费用下降幅度，期间费用占营业收入比例较 2016 年度有所降低。

2018 年度，受公司主营业务快速增长及利息收入大幅增加导致期间费用降低等因素影响，公司期间费用占营业收入比例较 2017 年度有较大幅度下降。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用构成情况如下所示：

单位：万元

项目	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	2,153.80	67.70%	1,835.19	59.84%	1,932.41	58.51%
市场推广费	315.30	9.91%	432.83	14.11%	670.54	20.30%
交通差旅费	298.52	9.38%	363.14	11.84%	331.82	10.05%
业务招待费	179.87	5.65%	198.55	6.47%	142.65	4.32%
办公费	119.53	3.76%	83.31	2.72%	137.07	4.15%
折旧费	12.94	0.41%	19.85	0.65%	24.08	0.73%
其他	101.33	3.19%	134.13	4.37%	64.11	1.94%
合计	**3,181.29**	**100.00%**	**3,066.99**	**100.00%**	**3,302.68**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司销售费用分别为 3,302.68 万元、3,066.99 万元和 3,181.29 万元，金额相对稳定，与业务和收入规模相匹配。公司销售费用主要由职工薪酬、市场推广费、交通差旅费、业务招待费、办公费、折旧费及其他构成。

2017 年度，销售费用较 2016 年度下降 235.69 万元，下降比例为 7.14%，主要系：（1）2017 年度，广告代理运营业务受公交传媒代理商体系调整等因素的影响，业务规模和人员数量均有较大下降，由于该业务的员工主要为销售人员，因此，销售费用中的职工薪酬有所降低；（2）随着移动互联网的发展以及用户习惯的转变，以个人订阅为主的手机报产品呈下滑趋势，其依靠电信运营商渠道的市场推广效果也逐渐下降，因此公司逐渐减少了相关手机报产品的市场推广投入，报告期内市场推广费支出呈下降趋势。

2018 年度，销售费用较 2017 年度增长 114.30 万元，增长比例为 3.73%，其中：（1）随着公司主营业务增长，公司增加了销售人员数量，销售人员的职工薪酬有所增长；（2）随着电信运营商渠道的市场推广效果下降，公司逐渐减少了相关手机报产品的市场推广投入；（3）公司加强费用管理，业务招待费、交

通差旅费等下降。

报告期内，公司与同行业可比上市公司的销售费用率比较如下所示：

公司简称	股票代码	2018 年度	2017 年度	2016 年度
人民网	603000.SH	18.01%	18.44%	21.63%
新华网	603888.SH	17.68%	19.92%	19.78%
平均指标数		**17.85%**	**19.18%**	**20.71%**
川网传媒指标数		**15.45%**	**18.35%**	**17.71%**

公司与同行业其他可比上市公司销售费用率基本一致，不存在重大差异。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用构成及占比情况如下所示：

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	1,509.08	39.96%	1,695.34	43.17%	1,492.79	30.26%
项目费用	1,172.59	31.05%	888.02	22.61%	922.14	18.69%
办公、差旅及业务招待费	351.36	9.30%	443.26	11.29%	607.50	12.31%
租赁费	241.37	6.39%	245.15	6.24%	230.39	4.67%
折旧及摊销	87.19	2.31%	110.12	2.80%	143.01	2.90%
物业管理费	55.01	1.46%	57.26	1.46%	55.69	1.13%
中介机构费	42.00	1.11%	132.08	3.36%	834.96	16.92%
会议费	26.86	0.71%	131.79	3.36%	360.51	7.31%
其他	290.84	7.70%	224.09	5.71%	287.01	5.82%
合计	**3,776.29**	**100.00%**	**3,927.12**	**100.00%**	**4,934.00**	**100.00%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，管理费用分别为 4,934.00 万元、3,927.12 万元和 3,776.29 万元，占营业收入比重分别为 26.46%、23.50%和 18.34%。公司管理费用主要由职工薪酬、项目费用、办公、差旅及业务招待费、租赁费、折旧及摊销、中介机构费、会议费等构成。报告期内，公司加强费用管控，管理费用呈下降趋势。

2016 年度，公司管理费用相对较高，主要系：（1）公司筹备 IPO，确认的中介机构费增加；（2）2016 年，公司承办了由中央网信办主办、四川省网信办

协办的全国手机报新媒体发展推进现场会，会议费及其他相关费用增加。

2017 年度，随着中介机构费、会议费、办公、差旅及业务招待费、项目费用的下降，管理费用较 2016 年度有较大幅度下降。

2018 年度，公司管理费用较 2017 年度小幅下降 150.83 万元，主要系中介机构费和会议费下降所致。

报告期内，公司与同行业可比上市公司的管理费用率比较如下所示：

公司简称	股票代码	2018 年度	2017 年度	2016 年度
人民网	603000.SH	12.96%	13.54%	14.52%
新华网	603888.SH	9.18%	8.56%	5.96%
平均指标数		**11.07%**	**11.05%**	**10.24%**
川网传媒指标数		**18.34%**	**23.50%**	**26.46%**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司管理费用率分别为 26.46%、23.50%和 18.34%，高于可比上市公司平均值，主要系：

（1）报告期内，公司承接与主营业务相关的政府补助项目，根据政府补助相关要求，公司将与政府补助项目相关的费用和支出作为“项目费用”在管理费用中单独核算和列支，增加了公司管理费用率以及与可比上市公司的差异。剔除上述项目费用后的管理费用占营业收入的比重分别为21.51%、18.19%和 12.70%。

（2）公司营业收入规模相对较小，低于人民网、新华网等可比上市公司，而管理费用具有一定刚性和规模效应，即维持公司运营需要保证最低限度的管理费用，从而导致公司的管理费用率高于可比上市公司。随着公司营业收入规模的增加，公司管理费用率呈逐渐下降趋势。报告期内，由于各家公司在业务和人员结构等方面存在一定的差异，也引起管理费用比率存在一定差异。

（3）2016 年度，公司筹备 IPO，确认较大金额的中介机构费，导致当年管理费用费用率较高，与可比上市公司的差异较大。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用构成情况如下所示：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
手续费支出	3.97	3.41	3.02
利息支出	-	-	-
减：利息收入	587.87	379.05	390.28
合计	**-583.90**	**-375.64**	**-387.26**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司财务费用分别为-387.26 万元、-375.64 万元和-583.90 万元。公司所处行业为互联网信息服务行业，采取轻资产运营模式，报告期内，公司主要依赖于自身经营积累，未通过银行借款等方式进行债务融资，不存在利息支出。报告期内，公司财务费用为负，主要为利息收入。

报告期内，公司与同行业可比上市公司的财务费用率比较如下所示：

公司简称	股票代码	2018 年度	2017 年度	2016 年度
人民网	603000.SH	-0.20%	-0.06%	-0.27%
新华网	603888.SH	-1.59%	-1.06%	-1.09%
平均指标数		**-0.90%**	**-0.56%**	**-0.68%**
川网传媒指标数		**-2.84%**	**-2.25%**	**-2.08%**

报告期内，公司的财务费用率为负，与同行业可比上市公司不存在显著差异，符合公司所处行业的特点。

（五）利润表其他重要项目分析

1、资产减值损失

报告期内，公司确认的资产减值损失金额如下：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
坏账损失	362.37	186.02	178.89
无形资产减值损失	9.57	-	-
合　计	**371.95**	**186.02**	**178.89**

报告期内，公司资产减值损失主要为应收账款和其它应收款的坏账损失及 2018 年度确认的无形资产减值损失。

报告期内，公司坏账损失金额分别为 178.89 万元、186.02 和 362.37 万元。公司严格按照会计政策计提或转回坏账准备。关于坏账准备的计提详见本节“十

二、（一）、3、资产抵押、质押情况和减值准备计提情况”。

2018 年，公司计提无形资产减值损失 9.57 万元，主要系 2018 年公司子公司四川发布新软件系统投入使用后，对替代的旧软件系统计提减值。

2、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
权益法核算的长期股权投资收益-公交传媒	1,176.93	1,137.74	704.71
权益法核算的长期股权投资收益-云竞文化	-33.48	-	-
合　计	**1,143.45**	**1,137.74**	**704.71**

报告期内，公司投资收益为权益法核算的对参股公司公交传媒和云竞文化的长期股权投资收益。

3、其他收益和营业外收入

报告期内，公司其他收益及营业外收入情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
与收益相关的政府补助	1,338.38	788.93	不适用
其他收益合计	**1,338.38**	**788.93**	**不适用**
项　目	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
直接计入当期损益的政府补助	-	10.00	670.50
递延收益的摊销	-	-	952.73
其他	0.29	1.42	7.65
营业外收入合计	**0.29**	**11.42**	**1,630.88**

报告期内，公司其他收益为与收益相关的政府补助确认的当期损益，2017 年度、2018 年度，其他收益金额分别为 788.93 万元和 1,338.38 万元。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司营业外收入金额分别为 1,630.88 万元、11.42 万元和 0.29 万元。2016 年度，公司营业外收入主要为直接计入当期损益的政府补助和递延收益的摊销金额。

2017 年 5 月，财政部修订印发了《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财

会[2017]15 号），本次会计政策变更采用未来适用法。根据上述会计准则，与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用，与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。根据上述会计准则，公司将 2017 年 1 月 1 日以后与日常活动相关的政府补助计入其他收益，作为营业利润科目核算，2017 年 1 月 1 日以前的政府补助仍在营业外收入中列示。

报告期内，公司政府补助确认计入当期损益的金额如下：

单位：万元

序号	项目	收到的补助总额	确认当期损益金额		
			2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	移动互联网公众服务平台建设	1,400.00	79.63	95.41	113.04
2	四川社区移动互联网信息平台	1,000.00	52.63	32.42	14.11
3	成都公交无线传媒平台（二期）	1,000.00	15.95	75.61	-
4	四川省区域特色文化多媒体资源库云共享项目	800.00	100.57	154.91	99.99
5	《网红四川》直播平台	800.00	193.95	82.24	-
6	公共网络信息传播平台	600.00	44.14	43.77	64.39
7	四川政务发布云平台-四川发布项目（二期）	600.00	219.17	22.24	-
8	四川手机报移动大数据智能云媒体系统平台	600.00	104.35	-	-
9	成都公交无线传媒平台（一期）	425.00	3.79	3.81	321.64
10	《川网视频》全媒体智能发布平台项目	400.00	361.27	4.76	-
11	四川“移动互联网+”多业态商务平台项目	350.00	61.06	108.53	105.83
12	四川省群众文化资源云共享项目	300.00	24.27	29.16	33.61
13	四川网络游戏引擎研发平台	300.00	12.09	20.73	47.45
14	网络展示和交易平台建设经费	200.00	1.10	4.52	44.28
15	四川政务发布云平台-四川发布项目	200.00	16.23	58.23	54.53
16	四川政务发布云平台-四川发布项目（三期）	200.00	34.23	-	-
17	新媒体融合发展补助经费	127.00	-	-	22.12
18	中国川剧网等四川特色文化宣传主题网建设	80.00	0.94	1.15	1.15

19	藏区语音新闻彩铃平台建设经费	50.00	-	-	15.51
20	中华传统文化传承人数字化识别与知识整合平台研发与应用	21.00	-	-	-
21	巴中手机报	10.00	-	10.00	-
22	全媒体平台	5.00	5.00	-	-
23	信息应急平台	900.00	-	-	1.82
24	网络新闻信息应急平台		-	-	4.59
25	新闻及物联网建设经费	200.00	-	-	8.66
26	重点文化企业和转制文化企业营业收入上 1 亿元奖励款	10.00	-	10.00	-
27	四川省委宣传部公司转企改制补贴	600.00	-	-	600.00
28	麻辣社区重大主题宣传和引导	70.00	-	-	70.00
29	新增规模以上服务业企业奖励	0.50	-	-	0.50
30	稳岗补贴	49.45	8.01	41.44	-
合计			**1,338.38**	**798.93**	**1,623.23**

4、营业外支出

报告期内，公司营业外支出金额及构成情况如下：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业外支出	15.27	4.57	21.68

报告期内，公司营业外支出金额较小，对公司经营业绩的影响很小。

（六）利润来源分析

报告期内，公司利润的主要来源如下：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业利润	6,648.06	4,263.26	2,273.18
营业外收支净额	-14.98	6.85	1,609.19
利润总额	6,633.08	4,270.11	3,882.38
营业利润占利润总额的比例	100.23%	99.84%	58.55%
营业外收支净额占利润总额的比例	-0.23%	0.16%	41.45%
净利润	6,600.38	4,248.85	3,877.36
归属于母公司股东的净利润	6,570.75	4,226.59	3,880.34

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司营业利润占利润总额的比例分别为 58.55%、99.84%和 100.23%，是公司利润的主要来源。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，营业外收支净额占利润总额的比例分别为 41.45%、0.16%和-0.23%，占比相对较小。

2017 年 5 月，财政部修订印发了《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会[2017]15 号），与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用，与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。

根据上述会计准则，公司将 2017 年 1 月 1 日以后与公司日常经营活动相关的政府补助计入其他收益，作为营业利润科目核算；2017 年 1 月 1 日以前的政府补助仍在营业外收入中列示，故 2017 年度和 2018 年度公司营业利润占利润总额比重较 2016 年度提高。

（七）非经常性损益对经营成果的影响分析

报告期内，公司经会计师核验的非经常性损益明细如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,338.38	798.93	1,623.23
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-14.98	-3.15	-14.03
小　计	**1,323.40**	**795.78**	**1,609.19**
减：所得税影响额	-0.18	1.88	2.13
少数股东损益影响额（税后）	0.25	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	**1,323.33**	**793.90**	**1,607.06**
归属于母公司股东的净利润	6,570.75	4,226.59	3,880.34
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	5,247.41	3,432.69	2,273.28
归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东净利润的比例	20.14%	18.78%	41.42%

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 1,607.06 万元、793.90 万元和 1,323.33 万元，占归属于母公司股东净利润的比例分别为 41.42%、18.78%和 20.14%。

报告期内，公司非经常性损益主要为收到的政府补助，系公司作为从事互联网信息传播业务的文化企业，为响应党和国家关于进一步深化文化体制改制精神，结合主营业务发展实际需求，向四川省委宣传部、财政厅申请的文化产业发展专项基金建设项目。公司对上述政府补助资金分项目专款专用，根据项目进度和实际发生的支出确认计入当期其他收益的金额（2017 年 1 月 1 日前计入营业外收入），并经项目结项验收确认。关于公司政府补助的具体情况详见本节“十一、（五）、3、其他收益和营业外收入”和“十二、（二）、6、递延收益”。

2017 年度和 2018 年度，随着公司业务发展及利润规模的增长，公司非经常性损益占归属于母公司股东净利润的比例有所下降。

（八）税项

1、主要税种缴纳情况

报告期内，公司主要税种已缴纳金额情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
增值税	543.43	520.83	582.61
企业所得税	27.26	37.71	34.30
合　计	**570.70**	**558.54**	**616.91**

2、所得税费用与会计利润的关系

报告期内，公司所得税费用如下：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利润总额	6,633.08	4,270.11	3,882.38
按母公司税率计算的所得税费用	-	-	-
子公司适用不同税率的影响	290.10	277.23	114.05
调整以前期间所得税的影响	-	-	-
非应税收入的影响	-294.23	-284.43	-176.18
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	8.14	4.37	3.63
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-25.60	-6.51	-0.56
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	54.29	30.60	64.06
所得税费用	**32.70**	**21.26**	**5.01**

3、税收优惠影响分析

报告期内，公司享受的主要税收优惠政策包括经营性文化事业单位转制为企业的所得税优惠、宣传文化产业增值税优惠，详见本章节“七、发行人适用的各种税项、税率和税收优惠情况”之“（二）税收优惠及批文”。

报告期内，主要税收优惠对公司净利润、净资产的影响如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
归属于母公司股东的净利润	6,570.75	4,226.59	3,880.34
所得税税收优惠金额	1,392.22	869.94	856.46
利润总额	6,633.08	4,270.11	3,882.38
所得税税收优惠金额/利润总额	20.99%	20.37%	22.06%

（九）影响公司持续盈利能力的因素

1、未来可能对公司持续盈利能力发生重大不利影响的因素

未来对公司持续盈利能力可能构成影响的风险因素包括但不限于：市场风险、经营风险、技术及系统安全风险、政策及法律风险、募投项目风险、税收优惠政策风险、成长性风险等。公司已经在本招股说明书“重大事项提示”及“第四节 风险因素”中进行了分析和详细披露。

2、保荐机构对发行人持续盈利能力的分析及意见

保荐机构对发行人所处行业、主营业务、经营业绩、发展战略和规划等进行了核查，认为发行人所处行业目前发展前景良好，虽然存在上述可能对发行人持续盈利能力产生不利影响的因素，但发行人具备行业准入优势、品牌和公信力优势、用户规模优势、服务党政机关及国企的先发优势、信息获取优势等竞争优势，发行人具备较强的持续盈利能力，所处行业及公司经营未出现重大不利变化。

综上，保荐机构对发行人持续盈利能力情况进行了核查，认为发行人已披露了面临的风险因素，发行人不存在对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，发行人具备持续盈利能力。

十二、财务状况分析

（一）资产结构及变动分析

报告期各期末，公司资产构成及变化如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	41,146.58	71.13%	40,574.66	77.98%	35,700.13	76.74%
非流动资产	16,703.59	28.87%	11,459.78	22.02%	10,819.12	23.26%
资产总额	**57,850.18**	**100.00%**	**52,034.44**	**100.00%**	**46,519.25**	**100.00%**

从资产规模来看，报告期内，公司处于快速发展阶段，主营业务规模整体增长较快，资产总额持续增长。2017 年末，资产总额较 2016 年末增加 5,515.18 万元，增长率为 11.86%；2018 年末，资产总额较 2017 年末增加 5,815.74 万元，增长率为 11.18%，主要来源于公司利润累积。

报告期内，公司资产结构保持相对稳定，资产结构以流动资产为主。2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司流动资产占资产总额的比重分别为 76.74%、77.98%和 71.13%，均超过 70%，其中货币资金、应收票据及应收账款为公司流动资产的主要组成部分。公司主营业务以新媒体整合营销和移动信息服务业务为主，轻资产特征显著。

1、流动资产构成及变化分析

报告期各期末，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	33,802.12	82.15%	34,720.60	85.57%	30,869.35	86.47%
应收票据及应收账款	5,642.94	13.71%	4,101.97	10.11%	4,054.90	11.36%
预付款项	928.87	2.26%	520.05	1.28%	570.56	1.60%
其他应收款	548.77	1.33%	1,046.44	2.58%	195.49	0.55%
其他流动资产	223.88	0.54%	185.58	0.46%	9.83	0.03%
流动资产合计	**41,146.58**	**100.00%**	**40,574.66**	**100.00%**	**35,700.13**	**100.00%**

公司流动资产主要由货币资金、应收票据及应收账款构成。报告期内，随着公司业务规模的增长，流动资产持续增加。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额构成及占比如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
库存现金	58.62	105.37	147.38
银行存款	33,743.50	34,615.23	30,721.97
合　计	**33,802.12**	**34,720.60**	**30,869.35**
占流动资产的比例	82.15%	85.57%	86.47%
占资产总额的比例	58.43%	66.73%	66.36%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司货币资金余额分别为 30,869.35 万元、34,720.60 万元和 33,802.12 万元，占总资产比重分别为 66.36%、66.73%和 58.43%，占比较高。2018 年末，货币资金较 2017 年末有所减少，主要系公司支付收购上海新动手机报技术平台及相关业务的收购价款所致。

（2）应收票据及应收账款

报告期各期末，公司应收票据及应收账款构成情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收票据	-	-	6.10
应收账款	5,642.94	4,101.97	4,048.80
合计	**5,642.94**	**4,101.97**	**4,054.90**

报告期内，公司主要采取银行转账结算方式，除 2016 年末公司存在 6.10 万元应收银行承兑票据外，不存在其他票据结算情形。上述 2016 年的应收票据已于 2017 年以贴现方式收回。

报告期内，公司应收账款具体情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收账款余额	6,538.30	4,646.47	4,443.59
坏账准备	895.35	544.49	394.79
应收账款账面价值	**5,642.94**	**4,101.97**	**4,048.80**
账面余额占主营业务收入的比例	31.81%	27.82%	23.85%
账面价值占流动资产的比例	13.71%	10.11%	11.34%
账面价值占资产总额的比例	9.75%	7.88%	8.70%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司应收账款账面余额分别为 4,443.59 万元、4,646.47 万元和 6,538.30 万元，账面余额占当期主营业务收入的比例分别为 23.85%、27.82%和 31.81%。

2017 年末，公司应收账款余额较 2016 年末有所增加，受主营业务收入下降影响，账面余额占主营业务收入的比例由 23.85%上升至 27.82%。

2018 年末，公司应收账款余额较 2017 年末增加 1,891.83 万元，账面余额占主营业务收入的比例由 27.82%上升至 31.81%。主要系：①2018 年度，公司主营业务收入增长，尤其是广告代理运营业务快速回升，应收账款相应增加；②2018 年 9 月，公司全面收购上海新动手机报技术平台及相关业务，其应收账款纳入公司合并范围。

A、应收账款余额分类分析

报告期内，公司对应收账款余额进行分类并相应计提减值准备，具体如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	6,479.68	4,623.81	4,420.93
其中：账龄组合	6,479.68	4,623.81	4,420.93
合并范围内关联方交易组合	-	-	-
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款	58.62	22.66	22.66
合　计	**6,538.30**	**4,646.47**	**4,443.59**

B、应收账款账龄分析

报告期内，公司按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项账龄结构如下：

单位：万元

账龄	坏账准备计提比例	2018.12.31				2017.12.31				2016.12.31			
		账面余额	比例	坏账准备	账面净额	账面余额	比例	坏账准备	账面净额	账面余额	比例	坏账准备	账面净额
一年以内	5%	4,909.33	75.77%	245.47	4,663.86	3,143.37	67.98%	157.17	2,986.21	3,603.60	81.51%	180.18	3,423.42
一至二年	10%	529.48	8.17%	52.95	476.54	1,010.68	21.86%	101.07	909.61	473.24	10.70%	47.32	425.92

二至三年	30%	582.30	8.99%	174.69	407.61	137.78	2.98%	41.33	96.44	160.75	3.64%	48.23	112.53
三到四年	50%	129.53	2.00%	64.77	64.77	151.75	3.28%	75.88	75.88	172.30	3.90%	86.15	86.15
四到五年	80%	150.81	2.33%	120.65	30.16	169.18	3.66%	135.34	33.84	3.94	0.09%	3.15	0.79
五年以上	100%	178.22	2.75%	178.22	0.00	11.04	0.24%	11.04	0.00	7.10	0.16%	7.10	0.00
合计		**6,479.68**	**100%**	**836.74**	**5,642.94**	**4,623.81**	**100%**	**521.83**	**4,101.97**	**4,420.93**	**100%**	**372.13**	**4,048.80**

报告期各期末，公司应收账款余额账龄以 1 年以内为主；受广告代理运营行业账龄相对较长的行业特点影响，公司存在部分 1-3 年的应收账款余额；截至 2018 年末，公司 3 年以上账龄的应收账款余额主要由报告期外业务形成。

C、应收账款前五大客户分析

报告期各期末，公司应收账款余额前五名的情况如下所示：

单位：万元

年度	序号	单位名称	与本公司关系	账面余额	占应收账款余额比例	账龄	坏账准备
2018 年末	1	中国移动及其子公司		980.66	15.00%		76.58
		其中：四川移动	无关联关系	552.94	8.46%	1 年以内、1-2 年	30.09
		咪咕数字	无关联关系	297.24	4.55%	1 年以内	14.86
		咪咕音乐	无关联关系	103.82	1.59%	1 年以内	5.19
		卓望信息	无关联关系	26.65	0.41%	2-3 年、5 年以上	26.44
	2	四川电信	无关联关系	482.94	7.39%	1 年以内	24.15
	3	和易伟业国际文化传媒（北京）有限公司	无关联关系	378.76	5.79%	1 年以内、1-2 年、2-3 年	57.57
	4	成都铜雀台整形美容医院有限公司	无关联关系	337.35	5.16%	1 年以内、1-2 年	19.12
	5	凉山日报社	无关联关系	241.33	3.69%	1 年以内	12.07
	合计			**2,421.04**	**37.03%**		**189.49**
2017 年末	1	中国移动及其子公司	无关联关系	1,343.61	28.92%		89.38
		其中：四川移动	无关联关系	725.65	15.62%	1 年以内	36.28
		咪咕数字	无关联关系	450.88	9.70%	1 年以内	22.54
		咪咕音乐	无关联关系	91.92	1.98%	1 年以内	4.60
		卓望信息	无关联关系	75.15	1.62%	1-2 年、4-5 年	25.96
	2	成都铜雀台整形美容医院有限公司	无关联关系	301.30	6.48%	1 年以内、1-2 年	15.67
	3	和易伟业国际文化传媒（北京）有限公司	无关联关系	289.46	6.23%	1 年以内、1-2 年	23.76

	4	成都浩宣广告传媒有限公司	无关联关系	263.20	5.66%	1 年以内、1-2 年	24.94
	5	四川米兰柏羽医学美容医院有限公司	无关联关系	160.00	3.44%	1-2 年	16.00
	合计			**2,357.57**	**50.74%**		**169.75**
2016 年末	1	中国移动及其子公司	无关联关系	1,230.78	27.70%		86.54
		其中：四川移动	无关联关系	421.44	9.48%	1 年以内	21.07
		咪咕数字	无关联关系	471.23	10.60%	1 年以内	23.56
		浙江移动	无关联关系	262.95	5.92%	1-2 年	26.30
		卓望信息	无关联关系	75.15	1.69%	1 年以内、3-4 年	15.61
	2	公交传媒	关联方	573.14	12.90%	1 年以内	28.66
	3	成都浩宣广告传媒有限公司	无关联关系	261.99	5.90%	1 年以内	13.10
	4	和易伟业国际文化传媒（北京）有限公司	无关联关系	233.16	5.25%	1 年以内	11.66
	5	四川米兰柏羽医学美容医院有限公司	无关联关系	160.00	3.60%	1 年以内	8.00
	合计			**2,459.07**	**55.34%**		**147.96**

D、应收账款周转率分析

公司应收账款周转率与同行业可比上市公司的比较情况如下：

公司简称	股票代码	2018 年度	2017 年度	2016 年度
人民网	603000.SH	3.77	3.17	2.85
新华网	603888.SH	2.85	3.17	3.59
平均指标数		**3.31**	**3.17**	**3.22**
川网传媒指标数		**4.22**	**4.10**	**4.61**

报告期内，公司应收账款周转率分别为 4.61、4.10 和 4.22，总体水平高于可比上市公司，主要系发行人的业务结构与同行业可比上市公司存在差异所致。

报告期内，与可比上市公司不存在或仅存在少量的移动信息服务业务不同，发行人移动信息服务业务占比较高，是公司重要的主营业务收入来源。其中，移动信息服务主要产品《党政手机报》《少数民族手机报》采取按年度预收征订款的方式结算，应收款项相对较小，导致发行人应收账款周转率高于同行业可比上市公司。

（3）预付款项

报告期各期末，公司预付账款金额及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
预付款项	928.87	520.05	570.56
占流动资产的比例	2.26%	1.28%	1.60%
占资产总额的比例	1.61%	1.00%	1.23%

公司发生的预付款项主要系预付的媒介资源采购款和技术开发与服务款等。2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司预付账款余额分别为 570.56 万元、520.05 万元和 928.87 万元，占资产总额比重分别为 1.23%、1.00%和 1.61%，占流动资产和资产总额的比重较低。2018 年末，预付款项金额较 2017 年末增加 408.82 万元，增长比例 78.61%，主要系公司广告代理运营业务增长，预付采购媒介资源的支出增加。

截至 2018 年末，公司预付款项前五名的情况如下所示：

单位：万元

序号	单位名称	与本公司关系	账面余额	占预付款项余额的比例	账龄	款项性质
1	公交传媒	关联方	466.00	50.17%	1 年以内	媒介资源采购费
2	四川电信	无关联关系	116.51	12.54%	1 年以内	服务器托管费
3	开看（杭州）信息技术有限公司	无关联关系	91.38	9.84%	1 年以内	技术开发及服务款
4	四川移动	无关联关系	50.56	5.44%	1-2 年	预付采购款
5	成都智艺创想科技有限公司	无关联关系	33.96	3.66%	1 年以内	技术开发及服务款
合计			**758.42**	**81.65%**		

（4）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款构成及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收股利	-	470.34	-
其他应收款	548.77	576.11	195.49
合计	**548.77**	**1,046.44**	**195.49**
占流动资产的比例	1.33%	2.58%	0.55%
占资产总额的比例	0.95%	2.01%	0.42%

A、应收股利

2017 年末，公司应收股利 470.34 万元为应收公交传媒股利，已于 2018 年 1 月实际收到该笔股利。

B、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面余额具体情况如下：

单位：万元

明细	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
押金、保证金	601.04	583.31	174.44
备用金	78.92	112.49	111.04
垫付职工社保费	12.34	11.82	1.41
其他	21.55	15.32	19.10
账面余额	**713.84**	**722.94**	**306.01**

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司其他应收款账面余额分别为 306.01 万元、722.94 万元和 713.84 万元。2017 年末，其他应收款余额较 2016 年末增加 416.93 万元，主要系：公司开展广告代理运营业务需向公交传媒采购其运营的成都市公交广告媒介资源，自 2017 年起公交传媒调整业务模式，公司采购媒介资源需向其支付部分履行保证金，导致 2017 年和 2018 年末公司保证金余额增加；2018 年末，其他应收款余额较 2017 年末变动较小。

根据公司会计政策和其他应收款构成情况，公司按照信用风险特征对其他应收款组合计提坏账准备，并根据实际情况对单项其他应收款进行认定计提坏账准备，具体如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	634.77	643.87	226.94
其中：账龄组合	634.77	643.87	226.94
合并范围内关联方交易组合	-	-	-
单项金额不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	79.07	79.07	79.07
合　计	**713.84**	**722.94**	**306.01**

截至 2018 年 12 月 31 日，公司其他应收款余额前五大如下：

单位：万元

序号	单位名称	与本公司关系	款项性质	账面余额	占其他应收款余额比例	账龄	坏账准备
1	公交传媒	本公司参股公司	押金保证金	396.10	55.49%	1 年以内、1-2 年	22.25
2	成都高投置业有限公司	无关联关系	押金保证金	63.65	8.92%	1 年以内、1-2 年、3-4 年、5 年以上	29.30
3	东方希望集团成都有限公司	无关联关系	押金保证金	33.93	4.75%	5 年以上	33.93
4	张声远	无关联关系	备用金	31.64	4.43%	5 年以上	31.64
5	成都地铁传媒有限公司	无关联关系	履约保证金	12.09	1.69%	2-3 年	3.63
合 计		-	-	**537.41**	**75.28%**	-	**120.75**

（5）其他流动资产

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，其他流动资产金额分别为 9.83 万元、185.58 万元和 223.88 万元，占流动资产的比例分别为 0.03%、0.46%和 0.54%，主要预缴税款和支付的中介机构费用。

2、非流动资产构成及变化分析

报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	2,933.76	17.56%	1,590.31	13.88%	922.91	8.53%
固定资产	1,568.52	9.39%	1,525.65	13.31%	1,580.75	14.61%
无形资产	2,794.25	16.73%	172.57	1.51%	80.03	0.74%
长期待摊费用	194.01	1.16%	229.25	2.00%	295.78	2.73%
递延所得税资产	26.18	0.16%	15.14	0.13%	12.78	0.12%
其他非流动资产	9,186.86	55.00%	7,926.86	69.17%	7,926.86	73.27%
非流动资产合计	**16,703.59**	**100.00%**	**11,459.78**	**100.00%**	**10,819.12**	**100.00%**

非流动资产占总资产比重	28.87%	22.02%	23.26%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司非流动资产金额分别为 10,819.12 万元、11,459.78 万元和 16,703.59 万元，占总资产的比重分别为 23.26%、22.02%和 28.87%。报告期内，公司非流动资产主要为长期股权投资、固定资产、无形资产和其他非流动资产，各期末前述四项资产合计占非流动资产总额比重均超过 95.00%。

2017 年末，公司非流动资产较 2016 年末增长 640.66 万元，增长比例为 5.92%，主要系按权益法确认的对公交传媒长期股权投资的增长。2018 年末，公司非流动资产较 2017 年末增长 5,243.81 万元，增长比例为 45.76%，主要系长期股权投资、无形资产及其他非流动资产增长。

（1）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
公交传媒	2,767.24	1,590.31	922.91
云竞文化	166.52	-	-
合计	**2,933.76**	**1,590.31**	**922.91**
占非流动资产的比例	17.56%	13.88%	8.53%
占资产总额的比例	5.07%	3.06%	1.98%

公司通过全资子公司新网公共持股公交传媒，出资额为 300.00 万元，占该公司 1,000.00 万元注册资本的 30.00%。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司按权益法确认的公交传媒投资收益分别为 704.71 万元、1,137.74 万元和 1,176.93 万元；同时，2016 年度和 2018 年公司分别收到公交传媒发放的现金股利 543.21 万元和 470.34 万元。

云竞文化成立于 2018 年 4 月，为公司持股 34.00%的参股公司。2018 年云竞文化启动运营，尚处于亏损状态，公司按权益法确认投资损失 33.48 万元。

公交传媒和云竞文化基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、（三）参股公司”。

（2）固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值构成及占比情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
房屋建筑物	930.61	963.16	995.71
电子设备	549.14	439.55	441.77
运输设备	65.37	98.70	109.93
办公家具	23.40	24.23	33.35
合计	**1,568.52**	**1,525.65**	**1,580.75**
占非流动资产的比例	9.39%	13.31%	14.61%
占资产总额的比例	2.71%	2.93%	3.40%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司固定资产账面价值分别为 1,580.75 万元、1,525.65 万元和 1,568.52 万元，占资产总额的比例分别为 3.40%、2.93%和 2.71%。公司固定资产主要为房屋建筑物和电子设备，金额和构成均相对稳定，且与公司所处行业和业务模式相符合。

（3）无形资产

报告期内，公司无形资产均为软件。报告期各期末，公司无形资产的基本情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
无形资产原值	**3,121.76**	**349.49**	**216.98**
累计摊销	317.94	176.92	136.95
减值准备	9.57	-	-
无形资产账面价值	**2,794.25**	**172.57**	**80.03**
占非流动资产的比例	16.73%	1.51%	0.74%
占资产总额的比例	4.83%	0.33%	0.17%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司无形资产账面价值分别为 80.03 万元、172.57 万元和 2,794.25 万元，占资产总额的比重分别为 0.17%、0.33%和 4.83%。

2018 年末，公司无形资产账面价值较 2017 年末增加 2,621.68 万元，有大幅

增加，主要系：①2018 年 9 月，公司全面收购上海新动手机报技术平台及相关业务，无形资产原值增加 2,253.61 万元，收购上海新动手机报技术平台及相关业务的情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人重大资产重组情况”；②2018 年度，公司新增购置部分软件系统。

同时，公司 2018 年对无形资产进行了减值测试，计提 9.57 万元减值损失，主要系公司新软件系统投入使用后，对替代的旧软件系统计提减值。

（4）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用构成及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
办公室装修	26.30	51.59	71.26
版权使用费	4.57	-	-
发出终端设备	-	4.47	41.29
车位使用费	163.15	173.19	183.23
合　计	**194.01**	**229.25**	**295.78**
占非流动资产的比例	1.16%	2.00%	2.73%
占资产总额的比例	0.34%	0.44%	0.64%

报告期内，公司长期待摊费用主要为装修支出、版权使用费、发出终端设备及车位使用费。2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司长期待摊费用的金额分别为 295.78 万元、229.25 万元和 194.01 万元，占资产总额的比重分别为 0.64%、0.44%和 0.34%，占比较小。

（5）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产的金额及形成情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	107.91	26.18	60.94	15.14	51.12	12.78
合　计	**107.91**	**26.18**	**60.94**	**15.14**	**51.12**	**12.78**

报告期内，公司递延所得税资产均为资产减值准备的可抵扣暂时性差异确认

递延所得税资产形成。2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司递延所得税金额分别为 12.78 万元、15.14 万元和 26.18 万元，金额较小。

（6）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产构成明细及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
“新雨香沁”房产	7,926.86	7,926.86	7,926.86
《寻脉》纪录片项目	1,260.00	-	-
合　计	**9,186.86**	**7,926.86**	**7,926.86**
占非流动资产的比例	55.00%	69.17%	73.27%
占资产总额的比例	15.88%	15.23%	17.04%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，发行人其他非流动资产金额分别为 7,926.86 万元、7,926.86 万元和 9,186.86 万元，占资产总额的比例分别为 17.04%、15.23%和 15.88%，占比较高，主要由“新雨香沁”房产及公司 2018 年投资的《寻脉》纪录片项目形成。具体情况如下：

①“新雨香沁”房产

“新雨香沁”房产系核算发行人向蓉塬置业购买“新雨香沁”办公楼及车位所支付的款项，共计 7,926.86 万元，截至 2018 年 12 月 31 日，上述房产尚未交付至发行人使用，发行人将其计入其他非流动资产进行列示。

“新雨香沁”房产具体情况详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、（一）固定资产情况”及“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、（二）、2、（1）购买办公用房的关联交易”。

②《寻脉》纪录片项目

2018 年 1 月 29 日，中国文物保护基金会、发行人、天和中脉文化传媒有限公司（以下简称“天和中脉”）、NGC Networks Asia,LLC 国家地理亚洲（以下简称“美国国家地理亚洲”）共同签订《大型历史文化纪实系列片<寻脉>合作框架协议》（以下简称“《框架协议》”），由四方作为联合出品人共同拍摄制作大型历史文化纪实系列片《寻脉》项目。根据《框架协议》约定，项目总金额 1,800.00 万元，由发行人与天和中脉作为出资人承担，双方之间的具体出资比例

及收益分配比例由双方另行签订协议约定。

为进一步明确相关事项，发行人与天和中脉签订《大型历史文化纪实系列片<寻脉>合作协议》（以下简称“《合作协议》”），主要协议内容包括：项目总金额 1,800.00 万元全部由发行人承担，设立专用账户对项目资金进行专款专用，并对专用账户进行独立核算和专门管理；天和中脉作为项目组总发起人，负责项目策划与监督执行、财务管理与运营中国大陆的所有宣传推广等工作，天和中脉为项目实施发生的其他费用由其自行承担；基于双方的投入及执行能力，发行人与天和中脉按 51%：49%的比例分别享有相关版权收益，包括在中国大陆版权收益及从美国国家地理亚洲分得的海外版权收益。

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人按约定支付了项目总金额的 70.00%，即 1,260.00 万元，《寻脉》纪录片已完成拍摄，正在后期制作过程中，发行人将其计入其他非流动性资产进行列示。

3、资产抵押、质押情况和减值准备计提情况

（1）公司资产抵押、质押情况

报告期内，公司不存在资产抵押、质押的情形。

（2）公司资产减值准备计提情况

公司按照《企业会计准则》和根据资产质量状况谨慎制定各项减备计提的会政策，具体会计政策详见本节“六、主要的会计政策和会计估计”。

根据上述原则，报告期内，公司各项资产计提的减值准备金额如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收账款坏账准备	895.35	544.49	394.79
其他应收款坏账准备	165.07	146.83	110.51
无形资产减值准备	9.57	-	-
固定资产减值准备	-	-	-
合　计	**1,069.99**	**691.32**	**505.30**

（二）负债结构及变动分析

报告期各期末，公司负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据及应付账款	2,717.89	18.40%	2,747.32	19.13%	1,695.06	14.25%
预收款项	3,126.92	21.17%	2,980.46	20.76%	2,804.53	23.58%
应付职工薪酬	1,637.52	11.08%	1,887.20	13.14%	1,635.83	13.76%
应交税费	217.07	1.47%	380.01	2.65%	324.81	2.73%
其他应付款	1,717.09	11.62%	496.77	3.46%	585.86	4.93%
流动负债合计	**9,416.50**	**63.74%**	**8,491.76**	**59.14%**	**7,046.09**	**59.25%**
递延收益	5,357.11	36.26%	5,866.48	40.86%	4,845.82	40.75%
非流动负债合计	**5,357.11**	**36.26%**	**5,866.48**	**40.86%**	**4,845.82**	**40.75%**
负债总额	**14,773.61**	**100.00%**	**14,358.24**	**100.00%**	**11,891.91**	**100.00%**

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司负债总额分别为 11,891.91 万元、14,358.24 万元和 14,773.61 万元，以流动负债为主，各期末公司流动负债占比分别为 59.25%、59.14%和 63.74%。

报告期内，公司流动负债主要为应付账款、预付账款和应付职工薪酬。2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司流动负债金额分别为 7,046.09 万元、8,491.76 万元和 9,416.50 万元；2017 年末，流动负债较 2016 年末增长 1,445.67 万元，主要系随着公司业务规模的增长，应付款项相应增加所致；2018 年末，流动负债较 2017 年末增加 924.74 万元，主要系 2018 年收购上海新动手机报业务款项尚未支付完毕，其他应付款相应增加所致。

报告期内，公司不存在长期借款，非流动负债均为政府补助形成的递延收益。2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司非流动负债金额分别为 4,845.82 万元、5,866.48 万元和 5,357.11 万元，其变动主要与公司当期收到的政府补助相关。

1、应付票据及应付账款

报告期各期末，公司应付票据及应付账款余额构成及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付票据	-	-	-
应付账款	2,717.89	2,747.32	1,695.06
合　计	**2,717.89**	**2,747.32**	**1,695.06**

占流动负债的比例	28.86%	32.35%	24.06%
占负债总额的比例	18.40%	19.13%	14.25%

报告期内，公司不存在应付票据。应付账款具体情况如下：

（1）应付账款明细情况

报告期各期末，公司应付账款的构成明细如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
内容提供商结算款	1,677.88	1,307.96	855.42
运营商服务费结算款	417.95	695.82	578.92
技术开发及服务款	364.77	571.77	107.16
广告宣传款	57.37	36.48	80.47
媒介资源采购费	57.03	17.54	1.64
其他	142.88	117.73	71.44
合计	**2,717.89**	**2,747.32**	**1,695.06**

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司应付账款分别为 1,695.06 万元、2,747.32 万元和 2,717.89 万元，主要为应付内容提供商结算款、运营商渠道款、技术开发及服务款。

（2）应付账款前五名情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	与本公司关系	款项性质	账面余额	占应付账款余额的比例	账龄
1	凉山日报社	无关联关系	内容提供商结算款	228.38	8.40%	1 年以内、1-2 年
2	广安日报社	无关联关系	内容提供商结算款	222.66	8.19%	1 年以内、1-2 年
3	广州欢网科技有限责任公司	无关联关系	内容提供商结算款	207.96	7.65%	1 年以内
4	卓望信息	无关联关系	运营商服务费结算款	155.50	5.72%	1 年以内
5	北京清博大数据科技有限公司	无关联关系	技术开发及服务款	152.55	5.61%	1 年以内
合计				**967.05**	**35.58%**	

2、预收账款

报告期各期末，公司预收账款构成及占比如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
宣传推广服务业务款	1,416.13	1,438.28	1,015.44
网络舆情服务业务款	446.60	362.01	483.89
移动信息服务业务款	1,249.18	1,129.97	1,283.80
其他业务款	15.01	50.20	21.40
合计	**3,126.92**	**2,980.46**	**2,804.53**
占流动负债的比例	33.21%	35.10%	39.80%
占负债总额的比例	21.17%	20.76%	23.58%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司预收账款金额分别为 2,804.53 万元、2,980.46 万元和 3,126.92 万元，占负债总额的比重分别为 23.58%、20.76%和 21.17%，金额和比重均相对稳定。

报告期内，公司预收账款系公司各业务经营过程根据合同约定形成的预收服务款，主要为公司手机报业务预收移动信息服务款，线上及线下宣传推广服务业务预收的宣传策划款等。

3、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬构成及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
短期薪酬	1,531.50	1,680.95	1,635.83
设定提存计划	106.02	206.25	-
辞退福利	-	-	-
1 年内到期的其他福利	-	-	-
应付职工薪酬合计	**1,637.52**	**1,887.20**	**1,635.83**
占流动负债的比例	17.39%	22.22%	23.22%
占负债总额的比例	11.08%	13.14%	13.76%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,635.83 万元、1,887.20 万元和 1,637.52 万元，占负债总额的比例分别为 13.76%、13.14%

和 11.08%，主要是当月计提但尚未支付的工资、绩效、职工教育经费等。公司根据国家相关法律法规的规定为员工缴纳社会保险及住房公积金，应付职工薪酬余额中不存在属于拖欠性质的职工薪酬。

4、应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
增值税	116.50	183.66	136.73
企业所得税	32.40	15.61	8.20
个人所得税	44.39	102.02	148.98
城市维护建设税	5.90	10.35	9.77
教育费附加	2.58	4.52	4.19
地方教育费附加	1.77	3.01	2.79
文化事业建设费	8.15	7.01	4.88
残疾人保障基金	4.63	47.74	3.61
其他	0.76	6.08	5.67
合计	**217.07**	**380.01**	**324.81**
占流动负债的比例	2.31%	4.48%	4.61%
占负债总额的比例	1.47%	2.65%	2.73%

报告期各期末，公司应交税费主要为应交增值税及代扣代缴的个人所得税等。

5、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
手机报业务收购款	1,180.00	-	-
非关联方往来款	220.00	220.00	220.00
预提费用	103.01	134.99	68.40
质保金、保证金	144.18	97.79	276.95
其他	69.90	43.99	20.50
合计	**1,717.09**	**496.77**	**585.86**

占流动负债的比例	18.23%	5.85%	8.31%
占负债总额的比例	11.62%	3.46%	4.93%

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司其他应付款金额分别为 585.86 万元、496.77 万元和 1,717.09 万元，主要为应付长期资产购买款、非关联方往来款和保证金。2018 年末，应付长期资产购买款系收购上海新动手机报技术平台及相关业务尚未支付的 1,180.00 万元尾款。

6、递延收益

报告期内，公司非流动负债均为递延收益，不存在其他非流动负债。报告期各期末，公司递延收益余额及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
政府补助	5,357.11	5,866.48	4,845.82
占负债总额的比例	36.26%	40.86%	40.75%

报告期内，公司递延收益均为与收益相关的政府补助形成，主要为各期末尚未验收的政府补助资金余额，根据拨款文件待相关补助项目验收后转为当期损益。

报告期内，公司非经常性损益主要为收到的政府补助，系公司作为从事互联网信息传播业务的文化企业，为响应党和国家关于进一步深化文化体制改制精神，结合主营业务发展实际需求，向四川省委宣传部、财政厅等部门申请的文化产业发展专项基金建设项目。公司对上述政府补助资金分项目专款专用，根据项目进度和实际发生的支出确认计入当期其他收益的金额（2017 年 1 月 1 日前计入营业外收入），并经项目结项验收确认。

报告期各期末，确认递延收益的政府补助情况如下：

单位：万元

序号	项目	补助总额	递延收益期末余额			收到补助的时间	政府补助文件
			2018 年末	2017 年末	2016 年末		
1	移动互联网公众服务平台建设	1,400.00	865.94	945.57	1,040.98	2013/9/18	川财文资(2013)12 号
2	四川社区移动互联网信息平台	1,000.00	900.84	953.47	985.89	2014/12/31	川财教(2014)324 号
3	成都公交无线传媒平台（二期）	1,000.00	908.44	924.39	1,000.00	2014/12/31	川财教(2014)324 号

4	四川省区域特色文化多媒体资源库云共享项目	800.00	343.42	443.99	598.90	2014/11/4	川财文资(2014)10 号
5	《网红四川》直播平台	800.00	523.81	717.76	-	2017/4/19	川财教(2017)3 号
6	公共网络信息传播平台	600.00	389.20	433.34	477.11	2014/6/13	川财文资(2014)8 号
7	四川政务发布云平台-四川发布项目(二期）	600.00	358.59	577.76	-	2017/4/19	川财教(2017)3 号
8	四川手机报移动大数据智能云媒体系统平台	600.00	495.65	-	-	2018/2/12	川财教(2018)18 号
9	成都公交无线传媒平台（一期）	425.00	1.65	5.44	9.25	2014/12/2	川财教(2014)253 号
10	《川网视频》全媒体智能发布平台项目	400.00	33.97	395.24	-	2017/4/19	川财教(2017)3 号
11	四川“移动互联网+”多业态商务平台项目	350.00	74.58	135.64	244.17	2015/11/30	川财教(2015)252 号
12	四川省群众文化资源云共享项目	300.00	72.92	97.19	126.35	2013/12/4	川财文资(2013)14 号
13	四川网络游戏引擎研发平台	300.00	44.18	56.26	77.00	2014/6/13	川财文资(2014)8 号
14	网络展示和交易平台建设经费	200.00	-	1.10	5.62	2012/7/20	川财文资(2012)7 号
15	四川政务发布云平台-四川发布项目	200.00	71.01	87.24	145.47	2015/11/30	川财教(2015)252 号
16	四川政务发布云平台-四川发布项目（三期）	200.00	165.77	-	-	2018/2/12	川财教(2018)18 号
17	新媒体融合发展补助经费	127.00	86.16	86.16	86.16	2015/4/2	川财教(2014)323 号
18	中国川剧网等四川特色文化宣传主题网建设	80.00	-	0.94	2.08	2015/4/2	川财教(2014)323 号
19	藏区语音新闻彩铃平台建设经费	50.00	-	-	-	2015/4/2	川财教(2014）323 号
20	中华传统文化传承人数字化识别与知识整合平台研发与应用	21.00	21.00	-	-	2018/8/29	四川省科技计划项目任务合同书
21	巴中手机报	10.00	-	-	10.00	2015/4/2	巴财教[2014]80 号
22	全媒体平台	5.00	-	5.00	5.00	2016/3/11	巴财教[2015]101 号
23	信息应急平台	900.00	-	-	-	2011 年	川文明办[2011]51 号
24	网络新闻信息应急平台		-	-	-		
25	新闻及物联网建设经费	200.00	-	-	-	2011 年	川宣[2011]98 号
26	稳岗补贴	49.45	-	-	31.85	2016-2018 年	
合计			**5,357.11**	**5,866.48**	**4,845.82**		

（三）所有者权益变动情况

报告期各期末，公司所有者权益及构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
实收资本	10,000.00	10,000.00	10,000.00
资本公积	10,767.10	10,767.10	10,767.10
盈余公积	2,286.50	1,747.30	1,436.92
未分配利润	19,915.04	15,083.49	12,367.28
归属于母公司所有者权益合计	**42,968.64**	**37,597.90**	**34,571.30**
少数股东权益	107.93	78.30	56.04
所有者权益合计	**43,076.57**	**37,676.20**	**34,627.34**

1、股本

报告期各期末，公司股本情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
股本	10,000.00	10,000.00	10,000.00

报告期内，公司股本结构未发生变动。

2、资本公积

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
资本公积-股本溢价	10,767.10	10,767.10	10,767.10
合计	**10,767.10**	**10,767.10**	**10,767.10**

报告期内，公司资本公积未发生变动，均为股东投资形成的股本溢价。

3、盈余公积

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
法定盈余公积	2,286.50	1,747.30	1,436.92
合计	**2,286.50**	**1,747.30**	**1,436.92**

报告期内，公司盈余公积均为法定盈余公积。根据《公司法》《公司章程》的相关规定，公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

4、未分配利润

报告期各期末，公司未分配利润的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
期初未分配利润	15,083.49	12,367.28	10,029.52
加：本期归属于母公司所有者的净利润	6,570.75	4,226.59	3,880.34
减：提取法定盈余公积	539.20	310.38	342.58
支付普通股股利	1,200.00	1,200.00	1,200.00
期末未分配利润	**19,915.04**	**15,083.49**	**12,367.28**

报告期内，公司未分配利润增加系当期净利润转入，未分配利润减少系根据《公司法》及《公司章程》的规定，提取盈余公积以及公司进行现金分红所致。

根据公司第二届董事会第十九次会议及 2019 年第一次临时股东大会审议通过的决议，截至本次发行完成前滚存的未分配利润，由发行完成后的新老股东按持股比例享有。

（四）偿债能力分析

1、偿债能力分析

报告期内，反映公司偿债能力的主要指标如下：

项目	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度
流动比率（倍）	4.37	4.78	5.07
速动比率（倍）	4.37	4.78	5.07
资产负债率（母公司）	24.75%	26.94%	23.39%
息税折旧摊销前利润（万元）	7,083.26	4,672.88	4,370.20
利息保障倍数（倍）（注）	-	-	-

注：报告期内，公司无付息债务和利息支出，未计算利息保障倍数指标。

公司为轻资产的互联网企业。报告期内，公司资产以流动资产为主，流动资产中货币资金和应收账款占总资产的比例较高。公司货币资金充裕，无银行借款等付息债务，无利息费用支出。

从短期偿债指标来看，2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司流动比率分别为 5.07、4.78 和 4.37，公司流动性充裕，短期偿债能力较强。2017 年，公司流动比率较 2016 年下降，主要是随着公司手机报等业务的发展，公司期末应付

内容提供商结算款增加所致；2018 年末，流动比率较 2017 年下降，主要系公司收购上海新动手机报技术平台及相关业务的剩余收购价款期末尚未支付，导致流动负债增加所致。

从长期偿债指标来看，2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司资产负债率分别为 23.29%、26.94%和 24.75%，维持在较低水平。报告期各期，公司息税折旧摊销前利润分别为 4,370.20 万元、4,672.88 万元和 7,083.26 万元，呈现增长趋势。

报告期内，公司无付息债务，盈利情况良好，财务结构稳健，资产流动性较好，短期偿债能力及长期偿债能力均较强。

2、偿债能力对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司的偿债能力指标对比如下所示：

财务指标	公司简称	股票代码	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动比率（倍）	人民网	603000.SH	3.44	3.82	4.98
	新华网	603888.SH	5.58	6.10	6.53
	平均指标数		**4.51**	**4.96**	**5.76**
	川网传媒指标数		**4.37**	**4.78**	**5.07**
速动比率（倍）	人民网	603000.SH	3.42	3.80	4.98
	新华网	603888.SH	5.57	6.09	6.53
	平均指标数		**4.50**	**4.95**	**5.76**
	川网传媒指标数		**4.37**	**4.78**	**5.07**
资产负债率（母公司）	人民网	603000.SH	15.72%	13.24%	9.41%
	新华网	603888.SH	26.46%	26.34%	25.79%
	平均指标数		**21.09%**	**19.79%**	**17.60%**
	川网传媒指标数		**24.75%**	**26.94%**	**23.39%**

数据来源：可比上市公司定期报告。

2016 年、2017 年末，公司流动比率和速动比率略低于同行业可比上市公司，均处于较高水平，与行业以流动资产为主的特点一致。同时，同行业上市公司 2017 年末的短期偿债能力指标较 2016 年末均有所下降。

公司与同行业可比上市公司资产负债率（母公司）均处于相对较低的水平，但公司略高于同行业上市公司，主要系人民网和新闻网上市实现股权融资，净资

产规模增加。

综上所述，公司财务结构稳健，长短期偿债能力指标良好，且与同行业可比上市公司基本一致。

十三、现金流量结构及变动分析

报告期内，公司简要现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	2,351.61	5,648.07	3,145.58
投资活动产生的现金流量净额	-2,050.10	-426.82	-255.42
筹资活动产生的现金流量净额	-1,220.00	-1,370.00	-1,200.00
现金及现金等价物净增加额	**-918.49**	**3,851.25**	**1,690.17**
期末现金及现金等价物余额	**33,802.12**	**34,720.60**	**30,869.35**

（一）经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下所示：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动现金流入			
销售商品、提供劳务收到的现金	20,013.66	17,594.44	17,736.77
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,463.55	2,200.05	1,876.17
小　计	**21,477.22**	**19,794.49**	**19,612.94**
二、经营活动现金流出			
购买商品、接受劳务支付的现金	9,212.47	4,228.08	6,850.95
支付给职工以及为职工支付的现金	6,831.68	6,122.54	5,480.90
支付的各项税费	788.96	610.09	744.98
支付其他与经营活动有关的现金	2,292.49	3,185.71	3,390.53
小　计	**19,125.60**	**14,146.42**	**16,467.36**
三、经营活动产生的现金流量净额	**2,351.61**	**5,648.07**	**3,145.58**

1、销售商品、提供劳务收到的现金波动情况

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司销售商品、提供劳务收到的现金分

别为 17,736.77 万元、17,594.44 万元和 20,013.66 万元，占营业收入的比例分别为 95.12%、105.29%和 97.23%，公司经营业务的收款情况良好，回款比例相对稳定，盈利质量较高。

2017 年度，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入比重有所提高，主要系：（1）公司《党政手机报》《少数民族手机报》业务快速增长，共计实现营业收入 4,251.07 万元，较 2016 年度有较大增长，由于《党政手机报》《少数民族手机报》采取按年预收征订款的模式，回款情况良好，因此提升了公司销售回款金额；（2）2017 年，公司广告代理运营业务受公交传媒代理商体系调整等因素的影响，收入规模有所较大下降，但该业务在 2016 年末的应收账款逐渐回款，带动公司现金回款比率的提升。

2018 年度，公司销售商品、提供劳务收到的现金增加，主要系公司销售收入增长，销售回款相应增加，公司业务模式、结算政策、信用政策等均未发生重大变化，销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入比重未发生重大波动。

2、购买商品、接受劳务支付的现金波动情况

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 6,850.95 万元、4,228.08 万元和 9,212.47 万元，占营业成本的比例分别为 76.60%、56.74%和 96.56%。

2017 年度，公司购买商品、接受劳务支付的现金较 2016 年度减少 2,622.87 万元，主要系 2017 年公司广告代理运营业务受公交传媒代理商体系调整等因素影响，营业收入和成本均有较大下滑，支付的媒介资源采购支出相应减少。

2018 年度，公司购买商品、接受劳务支付的现金较 2017 年度增加 4,984.39 万元，主要系：（1）公司主营业务发展，相应的经营活动现金支出增加；（2）2018 年，公司广告代理运营业务回升，用于媒介资源采购的现金支出增加；（3）2018 年，公司与第三方合作拍摄制作《寻脉》纪录片，公司按约定支付 1,260.00 万元款项。

3、经营活动现金流量与净利润的关系

报告期内，公司经营活动现金流量与净利润的关系如下：

单位：万元

补充资料	2018 年度	2017 年度	2016 年度
净利润	**6,600.38**	**4,248.85**	**3,877.36**
加：资产减值准备	371.95	186.02	178.89
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	239.96	245.43	347.31
无形资产摊销	141.02	39.97	34.09
长期待摊费用摊销	69.20	117.37	106.42
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“－”号填列)	-	-	-
固定资产报废损失(收益以“－”号填列)	3.36	0.39	7.49
公允价值变动损失(收益以“－”号填列)	-	-	-
财务费用(收益以“－”号填列)	-	-	-
投资损失(收益以“－”号填列)	-1,143.45	-1,137.74	-704.71
递延所得税资产减少(增加以“－”号填列)	-11.04	-2.36	-6.28
递延所得税负债增加(减少以“－”号填列)	-	-	-
存货的减少(增加以“－”号填列)	-	-	-
经营性应收项目的减少(增加以“－”号填列)	-3,470.04	-629.42	-269.38
经营性应付项目的增加(减少以“－”号填列)	-449.72	2,579.56	-425.61
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	**2,351.61**	**5,648.07**	**3,145.58**

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下所示：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、投资活动现金流入			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	470.34	-	543.21
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.47	-	0.37
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
小　计	**470.81**	-	**543.58**
二、投资活动现金流出			

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,320.91	426.82	799.00
投资支付的现金	200.00	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
小　计	**2,520.91**	**426.82**	**799.00**
三、投资活动产生的现金流量净额	**-2,050.10**	**-426.82**	**-255.42**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-255.42 万元、-426.82 万元和-2,050.10 万元。

其中，投资活动现金流入主要为公司 2016 年度和 2018 年度分别收到公交传媒发放的现金分红，金额分别为 543.21 万元和 470.34 万元。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司投资活动现金流出金额分别为 799.00 万元、426.82 万元和 2,520.91 万元，主要为公司购买固定资产和无形资产等长期资产的支出。2018 年，公司投资活动现金支出金额增长较大，主要系公司全面收购上海新动手机报技术平台及相关业务，按照协议约定支付其中 1,770.00 万元；同时，2018 年，公司股权投资现金支出系参股设立云竞文化，认缴 200.00 万元出资款。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下所示：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、筹资活动现金流入			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
小　计	-	-	-
二、筹资活动现金流出			
偿还债务支付的现金 s	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,200.00	1,200.00	1,200.00
支付其他与筹资活动有关的现金	20.00	170.00	-
小　计	**1,220.00**	**1,370.00**	**1,200.00**
三、筹资活动产生的现金流量净额	**-1,220.00**	**-1,370.00**	**-1,200.00**

报告期内，公司未通过股权或借款等方式进行筹资，无筹资活动现金流入，筹资活动现金流出主要为报告期各期向股东支付的现金分红支出。

十四、资本性支出分析

（一）报告期内资本性支出的情况

报告期内，公司的资本性支出主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产的支出及股权投资支出。

报告期内，公司重大资本性支出主要内容如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
固定资产、无形资产和其他长期资产	2,320.91	426.82	799.00
股权投资	200.00	-	-
合计	**2,520.91**	**426.82**	**799.00**

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支出分别为 799.00 万元、426.82 万元和 2,320.91 万元，2018 年度支出金额增长较大，主要系公司收购上海新动手机报技术平台及相关业务的支出。

2018 年度，公司股权投资现金支出系参股设立云竞文化，认缴 200.00 万元出资款。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金有关投资外，发行人无可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金相关的具体投资计划详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

十五、股利分配政策分析

（一）报告期内股利分配政策及实际情况

1、报告期内股利分配政策

公司每一年度的股利是否分配、采用何种形式，由董事会提出具体方案，提交股东大会以普通决议审议批准。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

根据《公司法》和《公司章程》规定，公司税后利润按照以下顺序进行分配：

（1）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

（2）公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

（3）公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

（4）公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、报告期内实际股利分配情况

报告期内，公司实际股利分配情况如下：

（1）根据 2016 年 4 月 6 日公司第二届董事会第二次会议审议通过，并经 2015 年度股东大会审议批准的 2015 年度利润分配方案，按 2015 年度实现净利润提取 10%的法定盈余公积，每 10 股派发现金股利 1.20 元（含税）。

（2）根据 2017 年 5 月 27 日公司第二届董事会第九次会议审议通过，并经 2016 年度股东大会审议批准的 2016 年度利润分配方案，按 2016 年度实现净利润提取 10%的法定盈余公积，每 10 股派发现金股利 1.20 元（含税）。

（3）根据 2018 年 3 月 19 日公司第二届董事会第十四次会议审议通过，并经过 2017 年度股东大会审议批准的 2016 年度利润分配方案，按 2017 年度实现净利润提取 10%的法定盈余公积，每 10 股派发现金股利 1.20 元（含税）。

（4）根据 2019 年 5 月 21 日公司 2018 年年度股东大会审议通过的 2018 年度利润分配方预案，按 2018 年度实现净利润提取 10%的法定盈余公积，每 10 股派发现金股利 2.00 元（含税）。

报告期内，公司利润分配政策符合《公司法》《证券法》《公司章程》等有

关规定，内容和形式合法合规。

（二）本次发行后股利分配政策

1、《公司章程（草案）》关于股利分配政策相关内容的约定

公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，有关公司股利分配政策的规定如下：

（1）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

（2）公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

（3）公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（4）公司利润分配政策应保持连续性和稳定性，应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

①利润分配原则

公司实施持续、稳定的股利分配政策，公司的利润分配应当重视投资者的合

理投资回报和公司的可持续发展。

②利润分配方式

公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式；具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

③公司现金分红的具体条件、比例和期间间隔

A、实施现金分配的条件

a．公司该年度或半年度实现的可分配利润为正值,即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润为正值。

b. 公司累计可供分配利润为正值,当年每股累计可供分配利润不低于 0.1 元。

c. 审计机构对公司的该年度或半年度财务报告出具无保留意见的审计报告。

B、利润分配期间间隔

在满足利润分配条件前提下，原则上公司每年进行一次利润分配,主要以现金分红为主,但公司可以根据公司盈利情况及资金需求状况进行中期现金分红。

C、现金分红最低金额或比例

公司具备现金分红条件的，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 10%;公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。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：

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

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

c．公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现

金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

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

④公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好且董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。

⑤公司利润分配方案的决策程序和机制

A、公司每年利润分配预案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订，经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提请股东大会审议。独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见。

董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见，董事会通过后提交股东大会审议。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

B、公司因前述第（三）款规定的特殊情况而不进行现金分红、或公司符合现金分红条件但不提出现金利润分配预案，或最近三年以现金方式累计分配的利润低于最近三年实现的年均可分配利润的 30%时，公司应在董事会决议公告和年报全文中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因，以及公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

⑥公司利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力，并对公司生产经营造成重大影响时，或公司自身经营状况发生重大变化时，或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整利润分配政策的，公司可对利润分配政策进行调整，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的制订和修改由公司董事会草拟，独立董事应当发表独立意见，经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议。股东大会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上表决通过，审议时公司应提供网络投票系统进行表决，充分征求社会公众投资者的意见，以保护投资者的权益。

⑦利润分配政策的披露

公司应当在定期报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，现金分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。如涉及利润分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

⑧其他事项

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

2、本次发行上市完成后适用的公司股东分红回报规划

为进一步细化《公司章程（草案）》中规定的股利分配政策，增加股利分配策略透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司拟定并经公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《上市后三年股东分红回报规划》，公司上市后三年股东分红回报规划如下：

（1）未来利润分配规划制定考虑的因素

着眼于自身长远和可持续发展，综合考虑公司发展战略规划、公司实际情况和发展目标、股东要求和意愿、社会资金成本以及外部融资环境等因素，为充分

维护公司股东依法享有的资产收益等权利，重视股东的合理投资回报，增强利润分配决策的透明度和可操作性，建立起对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，并保证股利分配政策的连续性和稳定性，公司制定了上市后三年股东分红回报规划。

（2）利润分配规划制定的基本原则

本规划将在符合国家相关法律法规及公司章程的前提下，充分考虑和听取广大股东、独立董事和监事的意见，采用以现金分红为主的基本原则，兼顾股东回报和公司可持续发展，积极实施持续、稳定、科学的利润分配政策，维护公司股东依法享有的资产收益等权利。

（3）公司上市后三年具体分红回报规划

①利润的分配形式

公司采取现金或者现金、股票相结合的方式分配股利。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

②现金分红的具体条件和比例

在具备利润分配条件的前提下，公司原则上每年度至少进行一次利润分配，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%；在公司上半年经营活动产生的现金流量净额高于当期实现的净利润时，公司可以进行中期现金分红。

公司进行现金分红应同时具备以下条件：

A、公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，当年盈利且累计未分配利润为正；

B、未来十二个月内公司无重大投资计划或重大现金支出；

C、审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

D、未出现公司股东大会审议通过确认的不适宜分配利润的其他特殊情况。

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，提出具体现金分红政

策：

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

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

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

公司将根据自身实际情况，并结合股东特别是中小股东和独立董事的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整股东回报计划。

④公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案，并提交股东大会审议。

（4）股利分配政策调整周期和相关决策机制

公司每三年重新审阅一次股利分配政策，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见对公司正在实施的股利分配政策做出适当且必要的修改，确定该时段的股利分配政策。有关调整利润分配政策的制订和修改由公司董事会草拟，独立董事应当发表独立意见，经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议，经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过，公司应提供网络投票系统进行表决，充分征求社会公众投资者的意见，以保护投资者的权益，公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

（三）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为，发行人目前的《公司章程》以及上市后适用的《公司章程（草案）》中关于利润分配的相关政策注重给予投资者稳定分红回报，有利于保护投资者的合法权益；发行人的《公司章程（草案）》《上市后三年股东分红回报规划》及本招股说明书中对利润分配事项的规定和相关信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分配决策机制健全、有效，并有利于保护公众股东的合法权益。

（四）发行前滚存利润的分配安排

根据公司第二届董事会第十九次会议及 2019 年第一次临时股东大会审议通过的决议，截至本次发行完成前滚存的未分配利润，由发行完成后的新老股东按持股比例享有。

十六、本次发行对即期回报摊薄的影响、采取的填补措施及相关承诺情况

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17 号）以及中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）等相关规定，公司就本次发行上市对即期回报摊薄的影响进行了认真、审慎、客观地分析并拟定了相关填补措施，相关主体作出了切实可行的承诺。

（一）首次公开发行股票对公司主要财务指标的影响

公司本次募集资金项目有一定的建设期和达产期，预计募集资金到位当年及建设期间，股东回报仍将通过现有业务产生收入、获得利润来实现。2019 年公司预计业务经营稳定，不会发生重大变化。按照本次发行 3,336.00 万股计算，发行完成后，公司总股本较发行前增加 33.36%，预计募集资金到位当年，公司每股收益（扣除非经常性损益后的稀释每股收益）受股本摊薄影响，相对上年度每股收益呈下降趋势，从而导致公司即期回报被摊薄。

（二）关于本次发行上市摊薄即期回报的风险提示

本次发行上市完成后，公司净资产规模将大幅增加，总股本亦相应增加。本次发行上市尚需监管部门核准，能否核准、取得核准时间及发行完成时间等均存在不确定性；另外，募集资金投资项目建设存在一定的周期，募集资金到位后，募投项目不能立即产生收入和利润。因此，本次发行上市可能导致公司即期回报被摊薄。敬请广大投资者理性投资，并注意投资风险。

（三）首次公开发行股票的必要性及合理性分析

本次发行上市募集资金扣除发行费用后将按轻重缓急顺序投资于：全国手机

报联合运营平台、四川省融媒体平台建设项目、技术平台改造升级项目、全媒体采编平台扩充升级项目。

公司募集资金投资项目是在承继公司现有业务的基础之上制定的，是根据公司发展目标和市场需求，对现有业务的提升和拓展，有利于公司进一步提升竞争优势。

1、必要性

公司首次公开发行股票能进一步加强公司品牌影响力，同时提供加快技术升级建设和的运营投入资金需求问题。将有助于公司继续做大、做强以时政新闻为主、民生资讯为辅的信息传播和交互平台，进一步做好普通受众与政府沟通的重要桥梁，做好世界了解四川的窗口。

2、合理性

公司已具备首次公开发行股票在创业板上市的条件，具备符合要求的主体资格，能够独立开展业务并坚持规范运行。

公司历经十余年的经营和发展，用户规模、业务资质、品牌影响力、技术水平以及销售渠道等在行业内均建立了一定的比较优势，同时公司的各项经营指标均能满足监管机构对企业首发上市的各项要求。公司拥有清晰的战略规划，拥有丰富的人才储备，拥有优质的资产资源，能够持续健康的发展，为投资者带来持续稳定的投资回报。

（四）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务及核心技术进行，旨在扩大公司经营及服务规模，提高服务质量，保持并提升公司在行业中的竞争地位，从而进一步提高公司的盈利能力和社会影响力。同时，公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的已做好了充分的储备。

1、公司具有较全面的新闻信息业务经营资质

公司具有较全面所需的新闻信息业务经营资质，能够顺利开展新闻采编、经营性网站、增值电信业务等一系列业务活动。募投项目所涉及的各项子业务均在此范围之内，具有合法合规性。

2、拥有优质的营销资源和强大的用户基础

公司历来十分重视营销渠道的建设，经过十余年的发展，公司在逐步开展业务的同时，不断加大市场团队建设和营销渠道建设。目前，公司与四川省内各移动电信运营商建立了良好的合作关系，借助四川移动、四川电信等电信运营商渠道形成了一支强有力的市场队伍，建立了覆盖四川全省的推广网络。

用户基础方面，目前公司已拥有网站论坛用户约 1,650 万户、手机用户超过 6,800 万户、四川发布等公众号粉丝超过 3,000 万，具备良好的用户基础，随着公司各项业务体系的进一步加强和完善，公司各项业务将顺利开展。

3、公司拥有良好的产品基础和实践经验

公司自 1999 年开展业务以来，在互联网新闻领域得到长足发展的同时，基于四川新闻网、四川发布、四川手机报等四川本地新闻服务平台，拥有强大的新闻采编能力及党政综合性媒体的市场影响力，为客户提供综合化、多样化的媒体及营销推广服务。经过多年来的持续经营，公司已经积累了丰富的业务经验及成果，具备良好的业务和市场基础。

以公司各板块为支撑平台，通过四川新闻网媒体资源的立体整合、深度融合，以政务发布实时直播、重大政务唯一解读、公众参与政务讨论等为引领，打造一个政府、媒体、部门和受众之间畅通无阻的沟通、对话平台；通过网站、视频、新闻客户端、微博、微信等不同媒体全媒体联动同步“上岗”、联动跟进，进行多渠道、多媒体、多平台发布、互动，具有为客户提供线上、线下综合服务能力和相关经验。

4、公司拥有建设募投项目所需的技术和人才储备

公司持续专注于多年媒体传播行业经营十几年，专注于互联网传播，并逐渐演变形为以线上、线下相结合及多种信息传播服务为一体的新媒体综合服务商，通过不断的引进和培养人才，目前已经形成了一支强大的技术团队，并已建设了部分基础网络设施。与此同时，公司在业务开展的过程中积累了一大批网络及终端设备关键技术开发经验，主要包括图文、图像视频的远程传输及内容生产、管理和分发核心技术等，均为募投项目的顺利实施打下了良好的技术基础。

（五）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

为促进公司业务健康、良好的发展，充分保护公司股东特别是中小股东的权

益，公司将采取如下措施增强公司的可持续发展能力，提升公司的业务规模、经营效益，为中长期的股东价值回报提供保障。

1、提高募集资金使用效率，加强募集资金管理

公司制定了《募集资金管理办法》，实行募集资金专项存储制度，募集资金将存放于董事会决定的专项账户。公司使用上述募集资金时，将严格按照募集资金管理制度履行必要的审批程序，保证募集资金的安全性及专用性，做到专款专用。同时，公司已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合产业发展趋势和国家产业政策，具有较好的市场前景和盈利能力。公司将加快推进募集资金投资项目建设，争取募投项目早日实现预期效益，提高募集资金使用效率，增强股东回报。

2、创新业务盈利模式

公司通过不断优化组织架构，由传统垂直型组织管理模式向扁平型现代化企业组织管理模式转变，真正实现互联网企业的高效性和务实性；在业务盈利模式的创新上，公司将通过整合其他资源和利用自身服务平台，增强社会化媒体营销的专业研究，为客户提供更适合、更有效的服务，从而增强盈利水平。

3、完善利润分配政策，努力提升股东回报

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》等相关文件规定，公司在《公司章程（草案）》对发行后的股利分配计划进行了详细约定；同时公司结合实际情况制定了未来三年股利分配计划。这些举措将充分维护上市后公司全体股东依法享有的现金分红等资产收益权利，提升公司未来回报能力。

4、不断完善公司治理，加强内部控制

公司将严格遵循相关法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理等内部控制，确保公司股东能够充分行使权利；确保董事会认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

5、深化人力资源体系改革

不断深化人力资源制度改革，通过完善灵活的用人机制、科学合理的考核体

系及对内公平、对外具备竞争力的薪酬激励政策，创造吸引高素质专业人才和管理人才的制度优势与工作环境，努力建设一支团结、高效、真诚、进取的员工队伍。

（六）公司实际控制人、控股股东、董事、高级管理人员对公司本次发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司董事、高级管理人员作出以下承诺：

“1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益。

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

3、本人承诺不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、本人承诺由董事会或薪酬考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、本人承诺如未来发行人公布股权激励计划，则行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开作出解释并道歉，并同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。如本人违反上述承诺给发行人或者发行人股东造成损失，本人将依法承担补偿责任。”

公司控股股东四川新传媒出具承诺：“本公司若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本公司将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开作出解释并道歉，并同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本公司作出相关处罚或采取相关监管措施。如本公司违反上述承诺给发行人或者发行人股东造成损失，本公司将依法承担补偿责任。”

公司控股股东四川新传媒出具承诺：“本单位若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本单位将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开作出解释并道歉，并同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本单位作出相关处罚或采取相关监管措施。如本单位违反上述

承诺给发行人或者发行人股东造成损失，本单位将依法承担补偿责任。”

公司实际控制人四川省委宣传部出具承诺：“本单位若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本单位指定由四川省新闻中心在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开作出解释并道歉，并同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对四川省新闻中心作出相关处罚或采取相关监管措施。如单位司违反上述承诺给发行人或者发行人股东造成损失，本单位指定由四川省新闻中心依法赔偿投资者损失。”

（七）保荐机构核查意见

保荐机构经核查后认为，发行人控股股东、实际控制人及其董事、高级管理人员已按《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》等法律、法规的相关要求，承诺并制订了填补被摊薄即期回报的具体措施，上述事项经发行人第二届董事会第十九次会议和 2019 年第一次临时股东大会审议通过。发行人填补被摊薄即期回报的具体措施切实有效，其控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员所作出的承诺合法、合理，有利于进一步保障中小投资者的合法权益，增强发行人持续回报的能力。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）募集资金使用依据

根据公司 2019 年第一次临时股东大会审议批准的《关于申请首次公开发行股票并在创业板上市方案的议案》等决议，公司计划向社会公开发行境内上市人民币普通股（A 股）3,336 万股，占发行后总股本的 25.01%，实际募集资金扣除发行费用后全部用于公司主营业务相关的项目。

（二）募集资金使用计划

本次募集资金在扣除发行费用后，本公司将本着统筹安排的原则、按项目轻重缓急顺序依次投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资额	募集资金投入金额
1	全国手机报联合运营平台	10,437.12	10,437.12
2	四川省融媒体建设项目	9,646.15	9,646.15
3	技术平台改造升级项目	8,901.88	8,901.88
4	全媒体采编平台扩充升级项目	4,759.02	4,759.02
合计		**33,744.17**	**33,744.17**

如实际募集资金不能满足拟投资项目所需的资金需求，不足部分由公司通过自筹方式解决。本次募集资金到位前，公司将根据实际经营发展需要，以自筹资金对上述项目进行前期投入；募集资金到位后，公司将用募集资金置换预先已投入该等项目的自筹资金。

本次发行上市的募集资金投资项目不存在与他人合作的情形；本项目实施后不会产生同业竞争，不会对公司的独立性产生影响。

（三）募集资金投资项目的可行性分析

1、募集资金与公司现有主要业务及核心技术的关系

发行人是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑的新媒体企业，经过多年经营和行业积累，已建立起多个以时政新闻为主、民生资讯为辅的信息传播和新

媒体交互平台，向用户提供各类媒体宣传服务，主营业务包括新媒体整合营销及移动信息服务业务。本次募集资金投资项目全部围绕公司的主营业务及核心技术展开，一方面扩大公司在手机报运营平台、融媒体建设等领域的业务规模、开拓新的盈利模式；另一方面，通过对现有技术平台和全媒体采编平台的改造与升级，提升技术与采编平台实力，保持并提升公司在行业中的竞争地位，提高公司的盈利能力，提升公司的核心竞争力。前述募集资金投资项目与公司现有业务紧密关联。

2、公司本次募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应

公司已具备了与本次募集资金数额和投资项目相适应的生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力。

（1）公司具有较全面的新闻信息业务经营资质

截至 2018 年 12 月 31 日，公司已具备的经营资质包括：互联网新闻信息服务许可证、互联网出版许可证、信息网络传播视听节目许可证、增值电信业务经营许可证、短信息类服务接入代码使用证书等。以上资质的取得，确保了公司能够顺利开展新闻采编、经营性网站、增值电信业务等一系列业务活动。募投项目所涉及的各项子业务均在此范围之内，具有合法合规性。

（2）拥有优质的营销资源和强大的用户基础

公司历来十分重视营销渠道的建设，经过十余年的发展，公司在逐步开展业务的同时，不断加大市场团队建设和营销渠道建设。公司已与四川省内各电信运营商建立了良好的合作关系，借助四川移动、四川电信等电信运营商渠道形成了一支强有力的市场队伍，建立了覆盖四川全省的推广网络。

公司具备良好的用户基础及广大的客户群体，随着公司各项业务体系的进一步加强和完善，募投项目所涉及的各项子业务将顺利开展。

（3）公司拥有良好的产品基础和实践经验

公司自 1999 年开展业务以来，在互联网新闻领域得到长足发展的同时，致力于为互联网用户及手机用户提供优质的增值业务服务。经过多年来的持续经营，公司已经积累了丰富的业务经验及成果，具备良好的业务和市场基础。

（4）公司拥有建设募投项目所需的技术和人才储备

公司持续专注于互联网信息传播行业经营十几年，通过不断的引进和培养人才，目前已经形成了一支强大的技术团队，并已建设了部分基础网络设施。与此同时，公司在业务开展的过程中积累了一大批网络及终端设备关键技术开发经验，主要包括图文、图像视频的远程传输及内容生产、管理和分发核心技术等，均为募投项目的顺利实施打下了良好的技术基础。

（5）公司资产质量较高、盈利能力较强

截至 2018 年 12 月 31 日，公司总资产达 57,850.18 万元，净资产为 43,076.57 万元，资产负债率（合并）为 25.54%，资产质量较高。报告期内，公司归属于发行人股东的扣除非经常性损益后的净利润分别为 2,273.28 万元、3,422.69 万元和 5,247.41 万元，呈持续增长态势。公司较高的资产质量及较强的盈利能力将有助于公司开展募投项目的建设及建设后的运营。

3、董事会对募投项目可行性分析的意见

2019 年 3 月 14 日，第二届董事会第十九次会议审议通过了《关于募集资金投资项目及可行性的议案》。公司董事会经过分析后认为，本次募投项目符合国家有关产业政策及公司整体发展战略方向，与公司的现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，募投项目具有较好的市场前景和盈利能力，能给公司带来良好的效益，有利于提升公司竞争力和抵御风险能力，具有可行性。

（四）募集资金项目涉及到的审批事项

本次发行拟募集资金投资项目均已在项目主管部门备案，具体情况如下：

序号	募集资金项目	备案号
1	全国手机报联合运营平台	川投资备【2019-510106-86-03-348920】JXQB-0057 号
2	四川省融媒体建设项目	川投资备【2019-510106-64-03-348372】JXQB-0053 号
3	技术平台改造升级项目	川投资备【2019-510106-64-03-348398】JXQB-0054 号
4	全媒体采编平台扩充升级项目	川投资备【2019-510106-64-03-350022】JXQB-0062 号

二、募集资金专项存储制度的建立及执行情况

根据公司《募集资金管理制度》规定，公司募集资金专项存储制度将于公司首次公开发行股票上市之日起生效并施行。

首次公开发行股票募集资金到位之后，公司将严格按照该制度，并依据“专户存储、规范使用、如实披露、严格管理”的原则，对募集资金的使用进行监督和管理。

三、募投项目概况

（一）全国手机报联合运营平台

1、项目概况

本项目计划投资 10,437.12 万元，拟使用 1,000 平方米已购置写字楼用于项目办公场地，将通过增加软硬件设备，加大研发投入，实现四川手机报新一代基于大数据的产品线，有效提高手机报的收入，并为全国 10 省手机报单位全面提供党政手机报、一县一报融媒体、广告发行管理平台等技术平台及业务支撑，实现全国手机报媒体共同发展。

2、项目背景及必要性分析

（1）适应国家信息化发展战略的需要

党的十八届五中全会通过的“十三五”规划《建议》，明确提出实施网络强国战略以及与之密切相关的“互联网+”行动计划。2018 年 4 月，在全国网络安全和信息化工作会议上，习近平总书记深入阐述了网络强国战略思想。系统明确了一系列方向性、全局性、根本性、战略性问题，对当前和今后一个时期网信工作作出重要战略部署。

在当前互联网通信快速发展、5G 即将商业化的历史机遇下，顺应传统互联网行业向移动互联网渗透的大趋势、配合国家信息化发展战略的实施、快速形成和扩大公司的业务规模和市场占有率，是公司发展的当务之急。本项目符合国家实施信息化战略规划的需要，有力地支持了国家与地方制订的一系列产业政策，能有力地推动公司业务实现快速发展。

（2）丰富公司经营模式、实现可持续发展的需要

互联网信息传播行业经营主体的综合竞争力主要体现在以下若干方面：①良好的用户基础；②海量的信息资源平台；③丰富的互联网应用产品模式；④方便快捷且高效的信息服务水平。

公司凭借多年来在传媒行业的运营，实现了四川全省新闻信息的全覆盖，在赢得良好市场口碑的同时，也积累了大量的用户资源。然而，互联网信息传播行业受盈利模式限制，网站用户数仅仅是各项业务发展的基础，并不足以支持企业的长期发展，公司的盈利能力还有赖于多种形式业务经营模式的开展。

通过本项目的建设，公司将为用户提供多种形式的综合应用服务，使用户获得更加便捷的信息获取渠道和更丰富的生活娱乐产品应用新体验，对进一步增强公司的综合竞争力具有不可忽视的作用。

（3）掌握舆论主动权的需要

目前，互联网已经成为最具潜力的新兴传媒，成为新的舆论阵地。同时，针对特定人群的互联网舆论宣传，既为公司提供了新的手段和途径，同时也使人们接收信息的途径发生很大变化。主动占领这个意识形态工作的新阵地，抢占宣传的制高点，是掌握工作主动权的迫切要求，也是提高建设社会主义先进文化能力的一个重要方面。

3、项目实施的可行性分析

（1）本项目具有良好的市场发展前景

①中国移动端迅猛发展，手机网民数量快速增长

近年来，随着智能手机、平板电脑等便携式移动终端的快速普及，移动互联网市场呈现快速发展趋势。根据 CNNIC 数据，截至 2018 年末，我国手机网民用户数达到 8.17 亿人，较 2017 年末增加 8.55%，其增速明显快于传统互联网。2018 年末，手机网民用户数占整体网民数比例为 39.50%，2018 年末该比例已增至 98.60%。

随着各大电信运营商 4G 网络的持续铺开、智能手机终端的价格不断下降以及手机应用软件的日益多元，手机网民用户数将会保持稳步增长态势。

手机网民规模及其占网民比例



数据来源：CNNIC

②中国手机上网新闻阅读用户规模持续增长

根据 CNNIC 数据，2013 年末通过手机上网阅读新闻信息的网民规模为 3.67 亿人，2018 年末该数据已上升到 6.53 亿人。2013 年末手机上网阅读新闻的网民占总体网民比例为 73.30%，2018 年末该比例已提高至 79.90%。

手机网络新闻用户规模及使用率



数据来源：CNNIC

③互联网广告市场规模已形成规模，并保持持续增长

根据 CNNIC 统计，2018 年中国互联网广告市场规模突破 3,700 亿元，同比

增长约 25.70%，超过电视广告成为最大的广告媒体，2013-2018 年间，我国互联网广告市场规模复合增长率高达 27.67%。

互联网广告市场规模及增长率



数据来源：CNNIC

（2）发行人具有较全面的新闻信息业务经营资质

公司已具备的经营资质包括：互联网新闻信息服务许可证、互联网出版许可证、信息网络传播视听节目许可证、增值电信业务经营许可证、短信息类服务接入代码使用证书等。以上资质的取得，确保了公司能够顺利开展新闻采编、经营性网站、增值电信业务等一系列业务活动。本项目所涉及的各项子业务均在此范围之内，具有合法合规性。

（3）发行人拥有优质的营销资源和强大的用户基础

公司历来十分重视营销渠道的建设。十几年来，公司在逐步开展业务的同时，不断加大市场团队建设和营销渠道建设，目前，公司与四川省内各移动电信运营商建立了良好的合作关系，借助四川移动、四川电信等电信运营商渠道形成了一支强有力的市场队伍，建立了覆盖四川全省的推广网络。

截至 2018 年末，公司市场营销团队员工有 110 名，其中大多数均为在公司服务多年的老员工，市场营销基础十分稳定。

用户基础方面，目前公司已拥有网站论坛用户约 1,650 万户、手机用户超过 6,800 万户，具备良好的用户基础，随着公司各项业务体系的进一步加强和完善，

募投项目所涉及的各项子业务将顺利开展。

（4）雄厚的技术力量及庞大的合作基础

公司已于 2018 年全面收购上海新动所有相关手机报技术平台、著作权及核心技术人员，并全面支撑全国 10 个省级手机报技术平台。四川手机报相关技术平台支撑的相关省级手机报订阅用户超过 1.2 亿户。

（5）发行人拥有良好的产品基础和实践经验

公司自 1999 年开展业务以来，在互联网新闻领域得到长足发展的同时，致力于为互联网用户及手机用户提供优质的增值业务服务。经过多年来的持续经营，公司已经积累了丰富的业务经验及成果，具备良好的业务和市场基础。

①公司现有产品比较丰富，能够满足用户多种需求

公司通过长期深入的市场调查，及时掌握用户现实需求，开发多种形式产品应用，将大众需要的信息及时准确地传递给用户，减少用户获取信息的时间成本。其中最具代表性的产品有短、彩信《四川手机报》，近年来公司已开发出包括视频、音乐、APP 等多种形式的产品和服务，未来市场潜力巨大。

②高质量的本地化服务更切合用户实际需求

公司根据四川省当地市场的实际情况推出适合用户需求的多种服务，并通过本地化服务提升服务质量和效率，更容易吸引大量的客户。公司立足于四川本地 21 个地市，建立分站、子频道 48 个。通过与各级地市州宣传部、日报社紧密合作，公司已经建立比较权威、高效的本地化服务网络。

4、项目建设内容

本项目将通过增加软硬件设备，加大研发投入，实现四川手机报新一代基于大数据的产品线，有效提高手机报的收入。同时，为全国 10 省手机报单位全面提供党政手机报、一县一报融媒体、广告发行管理平台等技术平台及业务支撑，实现全国手机报媒体共同发展。

“四川手机联合运营平台”已经进行了全面的基础性技术研发，并实现了一定的基础应用；未来将根据募集到的资金量实现计划建设系统平台最核心基础模块，即面向全国各省手机报用户的大数据系统，在此基础上，利用手机报订阅用户大数据实现对用户的精准定向投放，并为读者提供基于短信、彩信、彩信视频、

H5、APP 等形式的云终端产品。同时，根据《党政参考》《一县一报》融媒体业务、手机报广告业务发展需求，延伸打造专属业务产品模块，立足四川，完善相关产品；最终实现辐射全国的云媒体系统。

未来，由四川手机报支撑的全国十个（包括四川、湖南、湖北、宁夏、安徽、甘肃、河南、江西、山西、青海）省级手机报系统，针对《党政参考》《一县一报》等用户数量会逐步增加，原有系统已经不能满足手机报发送及相关的移动互联网产品发布需求；需要对硬件及软件进行改造升级；同时，以全国十省为基础的云数据、云广告等系统也需大量设备及软件开发。

5、项目投资概算及预期收益

本项目总投资 10,437.12 万元，建设期为 3 年，本项目具体投资内容详见下表：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	场地及装修	100.00	0.96%
2	人工费用	2,498.40	23.94%
3	办公设备购置	559.32	5.36%
4	系统软硬件购置	5,215.40	49.97%
5	运营及推广费用	2,064.00	19.78%
项目总投资		**10,437.12**	**100.00%**

本项目预计税后内部收益率为 24.00%，所得税后的静态投资回收期为 4.36 年（含建设期）。

6、项目实施计划

本项目建设期为 3 年，工程计划从募集资金到位后的 36 个月内建设完成并竣工验收。项目的装修施工与设备安装按照国家的专业技术规范和标准执行，项目具体的实施进度安排如下所示：

进度阶段	T1 年				T2 年				T3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
办公场地装修、设备进场												
人员招聘及培训												
设备采购及安装调试												

进度阶段	T1 年				T2 年				T3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
产品设计开发及商务运营同步开展		■	■	■	■	■	■	■				
系统及迭代平台上线测试			■	■	■	■	■	■	■			
基本商务合作及运营			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
试运营及商务扩展				■	■	■	■	■	■	■	■	■

7、项目实施地点

本项目实施地点位于四川省成都市，拟使用公司外购的位于成都市金牛区育新路 196 号的办公场所，预计使用面积为 1,000 平方米。该等房屋出售方蓉塬置业已取得预售许可证，发行人已经根据房屋买卖合同的约定支付了相应款项。截至本招股说明书签署日，该房产尚未取得所有权证。

（二）四川省融媒体建设项目

1、项目概况

本项目计划投资 9,646.15 万元，用于建设四川省区县融媒体平台，依托云计算、大数据、5G 等技术，建成一个融媒体省级技术平台和多个区县融媒体平台，形成电视机、手机、电脑、LED 屏等多个终端集成的“中央厨房”。建成后的融媒体平台，可实现统一的信息采集，音频、视频、图文等多种媒体格式的内容编辑和格式适配，具备面向多渠道、多种终端的发布能力，具备内容的监管能力，实现内容生产、管理、多渠道发布和监控等功能一体化。未来，融媒体平台还将与四川省各区县一起合作，在部分政务办理场所、街道及社区广场、医院、学校、交通要道、居民小区等群众主要聚集场所合理设置四川省基层网络信息宣传平台信息发布终端。信息发布终端将以视频、文字、图片等方式滚动播出全省及所在市（州）、（县）区的重要新闻和网络信息，特别是在突发事件中，利用平台集群覆盖广、速度快的优势，及时将党和政府的正面声音传达到最广大的人民群众，有效引导社会舆论。

2、项目背景及必要性分析

（1）符合国家支持融媒体平台建设的政策要求

2018 年 8 月，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调，要扎实抓好县级融媒体建设，要求 2020 年底基本实现全覆盖，2018 年先行启动 600 个县级

融媒体建设，更好引导群众、服务群众。2018 年 11 月，习近平总书记主持召开中央全面深化改革委员会第五次会议并发表重要讲话，会议审议通过了《关于加强县级融媒体建设的意见》，为县级融媒体中心建设指明了方向，是深化县级传媒体质改革的根本遵循。县级融媒体中心将县广播电视台、县党报、县属网站等媒体单位全部纳入，负责全县所有信息发布服务，包括政务新闻、天气预报、医疗交通、社区服务等信息，实现资源集中、统一管理、信息优质、服务规范、更好地传递政务信息，为当地群众服务。

2019 年 1 月，中宣部和国家广播电视总局联合发布《县级融媒体中心省级技术平台规范要求》和《县级融媒体中心建设规范》，区县融媒体中心建设在全国全面推广开来。根据中宣部对全国范围推进县级融媒体中心建设的部署，2018 年全国已经启动了 600 个县级融媒体中心建设，要求在 2020 年底基本实现在全国的覆盖。

（2）融媒体平台建设是互联网信息时代发展的需要

当前，蓬勃发展的互联网日益成为信息集散地、舆论策源地与思想交锋主阵地，对宣传思想工作产生了重大影响。建设好区县融媒体中心，是统一思想认识、凝聚社会共识的迫切要求，是提升基层媒体传播力、引导力、影响力、公信力的迫切要求，也可以为县一级的广大互联网用户提供个性化、精准化、定制化的政务服务、新闻资讯、民生服务。

通过本项目的实施，公司将建成四川省重要的融媒体平台，使公司更好地适应新闻媒体及信息传播领域的发展趋势，极大地提高公司的综合竞争能力。此外，本项目将互联网技术与手机、平板电脑、LED 电子屏等终端相结合，可以进一步扩大公司的信息传播途径，并有效地提升公司的信息传播能力和传播效率。

（3）进一步提升盈利水平的需要

提高信息传播能力和传播效率是媒体企业实现文化建设责任的重要方式，更是企业提升盈利水平的一项重要手段。通过本项目的建设，公司能够在互联网信息传播传统业务的基础上增加一项新的业态内容，在保障互联网新闻信息传播业务健康良好发展的同时，为公司创造新的盈利增长点，有利于公司进一步激发活力、增强竞争力、提升盈利水平、提高持续发展能力，使公司发展成为四川省建

设和谐网络文化、传播先进文化的主阵地。

3、项目可行性分析

（1）公司拥有建设融媒体平台的技术和人才储备

公司持续专注于互联网信息传播行业经营十几年，通过不断的引进和培养人才，目前已经形成了一支强大的技术团队，并已建设了部分基础网络设施。与此同时，公司在业务开展的过程中积累了一大批网络及终端设备关键技术开发经验，主要包括图文、图像视频的远程传输及内容生产、管理和分发核心技术等，为本项目的顺利实施打下了良好的技术基础。

（2）公司现有的业务平台为建设提供了便利条件

四川新闻网在软硬件方面完全符合《县级融媒体中心省级技术平台规范要求》《县级融媒体中心建设规范》两项文件规定：县级融媒体中心应按照移动优先的原则，利用移动传播技术，形成渠道丰富、覆盖广泛、传播有效、可管可控的移动传播矩阵；应按照“媒体+”的理念，从单纯的新闻宣传向公共服务领域拓展，提供多样化综合服务，满足用户多样化的需求，开展“媒体+政务”、“媒体+服务”等业务；应开展综合服务业务，面向用户提供政务服务、生活服务、社交传播、教育培训等服务。

（3）公司具备全面的业务经营资质

经过多年来的持续经营，公司已经积累了丰富的业务经验及成果，具备良好的业务和市场基础。截至目前，公司已具备的经营资质包括：互联网新闻信息服务许可证、互联网出版许可证、信息网络传播视听节目许可证、增值电信业务经营许可证、短信息类服务接入代码使用证书等。以上资质的取得，确保了公司能够顺利开展新闻采编、经营性网站、增值电信业务等一系列业务活动。本项目所涉及的各项子业务均在此范围之内，具有合法合规性。

（4）减轻区县政府财政支出

目前，区县媒体虽然借助行政力量的多次机构整合，大多拥有了广播、电视、报纸、网络等媒介资源，但由于体制、资金等限制，县级媒体无法采用“中央厨房”式进行融合，尚未形成全媒体运作。该平台采用共享模式，由四川新闻网独立出资建立平台资源管理、权限管理、计费管理等运维机制，为区县政府体提供

资源共享、内容输出、技术输出等服务，免去区县政府自主搭建系统的投入成本和维护成本，即开即用，为区县政府提供一站式能力输出服务，打造区域性生态级融媒品牌。

4、项目建设内容

本项目包括建成一个融媒体省级技术平台和多个区县融媒体平台，形成电视机、手机、电脑、LED 屏等多个终端集成的“中央厨房”。

（1）技术平台概要及主要技术介绍

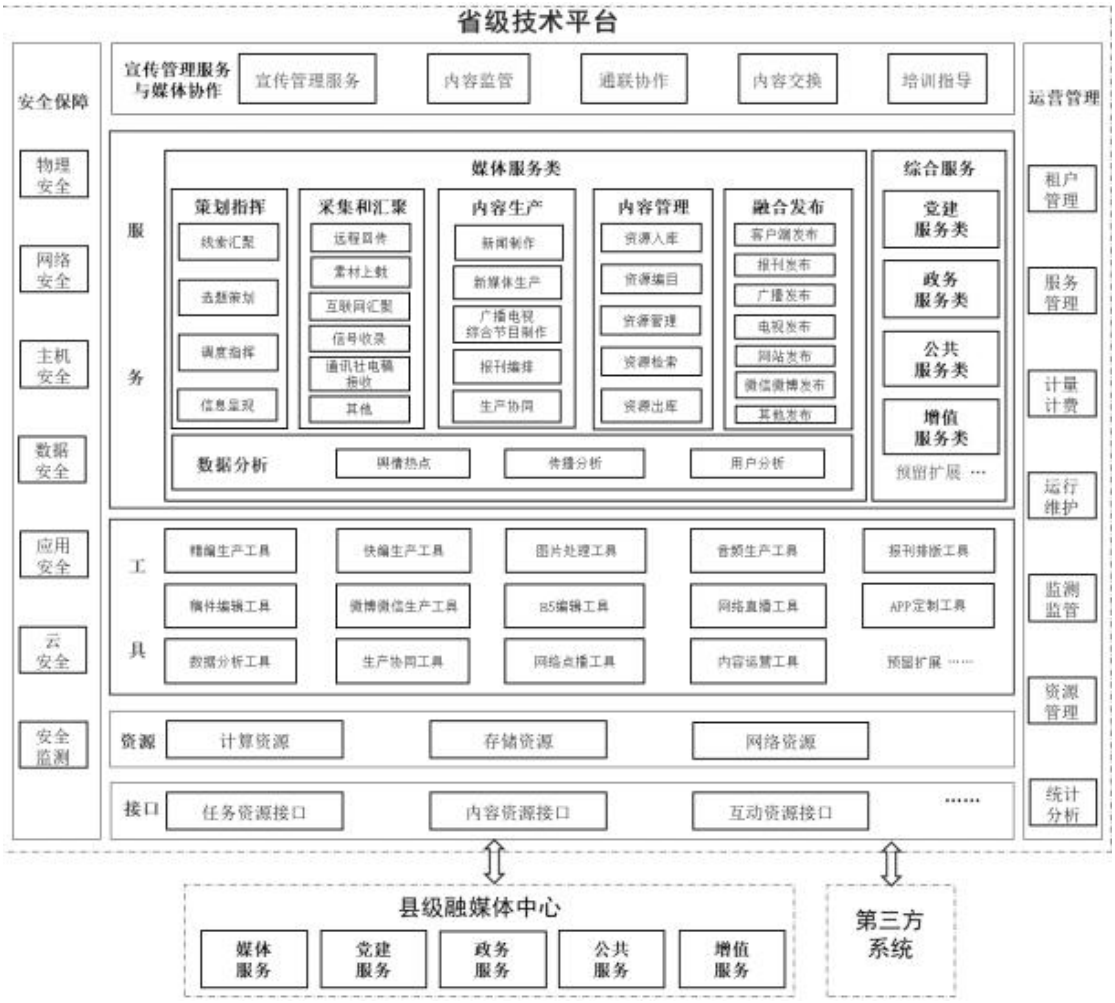
省级技术平台支撑县级融媒体中心开展媒体服务类、党建服务类、政务服务类、公共服务类、增值服务类等业务。

县级融媒体中心可基于省级技术平台提供的多渠道信息汇聚能力、强大的音视频处理能力、大数据分析能力、多渠道发布能力和新媒体开发运营能力，实现“一次采集、多种生成、全媒传播”，根据“移动优先”原则，加强传播手段和话语方式的创新，采用融合传播方式和多样态融合产品，实现宣传内容最大范围的有效传播，为用户提供个性化服务。县级融媒体中心可基于省级技术平台，将党建服务、政务服务、公共服务等与多样化需求快捷对接与交互，建成综合服务平台和社区信息枢纽。

省级技术平台可为省域内县级融媒体中心开展业务提供计算、存储、网络等基础资源支持。

（2）省级技术平台总体架构

省级技术平台总体架构见下图：



省级技术平台采用开放的云架构，具有松耦合、资源池化、高可扩展等特性，具备满足业务发展快速迭代升级的能力，可采用微服务架构方式实现。

省级技术平台的存储、计算、网络能力应适配省域内县级融媒体中心的接入需求。省级技术平台基于多租户的管理机制与技术手段，实现不同网络、不同业务之间的云主机隔离和安全控制；根据不同用户、不同业务的计算、存储、网络负载情况，实现资源的动态分配、弹性伸缩。

省级技术平台应具备系统容灾能力和数据备份手段。

省级技术平台包括基础资源、工具、服务、运营管理、宣传管理服务与媒体协作和安全保障等部分，基础资源主要包括基础的计算、存储和网络资源等，为工具和服务提供基础支撑。工具主要包括精编生产工具、快编生产工具、微博微信生产工具、数据分析工具、APP 定制工具、生产协同工具等，服务包括媒体服务、党建服务、政务服务、公共服务、增值服务等。宣传管理服务与媒体协作主要包括宣传管理服务、内容监管、通联协作、内容交换和培训指导等功能。

运营管理包括服务管理、计量计费、运行维护、监测监管、资源管理以及统计分析等功能。

安全保障体系包括物理安全、网络安全、主机安全、应用安全、数据安全、云安全、安全监测等。

省级技术平台通过业务数据接口与县级融媒体中心以及互联网汇聚等第三方系统互联互通，支撑县级融媒体中心开展业务。

5、项目投资概算及预期收益

本项目总投资 9,646.15 万元，建设期为 3 年。本项目具体投资内容详见下表：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	场地租赁及装修	2,098.00	21.75%
2	设备购置及安装	4,486.50	46.51%
3	研发人员及人工	1,191.65	12.35%
4	前期培训推广	1,200.00	12.44%
5	前期铺底流动资金及运维费	670.00	6.95%
项目总投资		**9,646.15**	**100.00%**

本项目预计税后内部收益率为 28.24%，所得税后的静态投资回收期为 4.55 年（含建设期）。

6、项目实施计划

本项目建设期为 3 年，工程计划从募集资金到位后的 36 个月内建设完成并竣工验收。项目的装修施工与设备安装按照国家的专业技术规范和标准执行，项目具体的实施进度安排如下所示：

进度阶段	T1 年				T2 年				T3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
办公场地装修、设备进场	■	■										
人员招聘及培训	■	■										
设备采购及安装调试		■	■	■	■	■	■	■				
产品设计开发及商务运营同步开展		■	■	■	■	■	■	■				
系统平台上线测试			■	■	■	■	■	■	■			
基本商务合作及运营			■	■	■	■	■	■	■	■	■	

进度阶段	T1 年				T2 年				T3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
试运营及商务扩展												

7、项目实施地点

本项目场地包含“中央厨房”及区县融媒体中心场地。“中央厨房”拟使用公司外购的位于成都市金牛区育新路 196 号的办公场所，预计使用面积为 1,000 平方米；区县场地拟采用租赁形式。

对于中央厨房使用的办公场所，截至本招股说明书签署日，该房屋尚未取得所有权证。

（三）技术平台改造升级项目

1、项目概况

本项目旨在提高集团整体业务的运营能力和用户访问速度，促进业务快速持续发展。公司拟使用 1408.80 平方米的已购置写字楼用于项目办公场地和部分机房建设，并将扩充技术团队、引进一系列软硬件设备。技术平台改造项目将重点加强包括公司网站基础平台、编辑平台、业务系统、技术团队在内的各共性基础平台的建设和关键核心技术的融合。与此同时，依托该改造升级项目，公司可实施技术服务和运营的持续升级和创新，为未来业务的扩张提供必要的技术支持。

2、项目背景及必要性分析

（1）提升公司综合竞争力的需要

随着互联网技术日新月异的发展，我国互联网行业呈现出技术发展与用户需求相互促进、螺旋上升的明显趋势。新技术在不断满足用户更多需求和降低企业运营成本的同时，也对企业的经营管理和技术水平提出了更高的要求。只有不断加大新技术的研发投入、及时跟进互联网技术的革新，以满足互联网用户新的、更广泛的需求，企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

公司现有业务的开展在产品开发、信息挖掘及分析等方面对相关互联网技术提出了很高的要求，如果无法及时跟进互联网技术的革新，公司将可能面临技术水平落后、业务模式单一、产品服务缺乏亮点、运营成本高于竞争对手等风险，从而在一定程度上削弱公司的市场竞争力，对公司的盈利水平造成不利影响。

（2）提升网站灾备能力以满足业务快速发展的需要

四川新闻网是吸引用户、提升企业市场形象和知名度的重要平台，其安全平稳的运行关系着公司各项业务开展。网站灾备能力的提升对公司整体业务具有无可替代的支撑作用。一旦网站系统因灾害停止运行，公司运营将面临极其严重的后果。公司目前的网站灾备能力仅与现阶段网站用户数量相匹配，随着公司业务规模和用户人数的持续扩大，相应的基础设施和服务亦需扩充和升级。

（3）进一步提升公司盈利能力的需要

新媒体企业的企业价值的实现主要取决于能否为用户提供高效便捷的综合性服务体验。目前，公司各业务系统间数据的共享性和同步性还有待改善，如：信息采编系统按业务类别分为四川新闻网、四川发布、麻辣社区和四川手机报等内容，分别存放于不同的服务器，这给公司的信息协调处理带来不便。通过技术平台的改造升级，公司将进一步改善网站架构、增加业务种类、提升服务质量，为用户提供更加优质的网站功能和用户体验，从而增加用户点击率和在网站停留的时间，为公司带来更多的广告收入，并进一步提升网站的盈利能力。

3、项目可行性分析

（1）国家产业政策大力支持互联网产业的快速发展

随着互联网用户普及率的逐步提升，互联网相关产业迅速发展，目前已经成为我国国民经济发展的重要推动力之一。我国政府对此高度重视，先后颁布了多项政策法规，大力支持互联网相关产业的快速发展。

2016 年 3 月，《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》指出，加强主流媒体建设，提高舆论引导水平，增强传播力公信力影响力。以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，建设“内容+平台+终端”的新型传播体系，打造一批新型主流媒体和传播载体。优化媒体结构，规范传播秩序。

2017 年 1 月，工业和信息化部发布《关于印发软件和信息技术服务业发展规划（2016－2020 年）的通知》，该通知指出面向重点行业领域应用需求，进一步增强信息技术服务基础能力，提升“互联网+”综合集成应用水平。形成面向新型系统架构及应用场景的工程化、平台化、网络化信息技术服务能力，发展

微服务、智能服务、开发运营一体化等新型服务模式，提升信息技术服务层级。加快发展面向移动智能终端、智能网联汽车、机器人等平台的移动支付、位置服务、社交网络服务、数字内容服务以及智能应用、虚拟现实等新型在线运营服务。

2017 年 4 月，文化部发布《“十三五”时期文化产业发展规划》，该规划明确明确大力开发适宜互联网、移动终端等载体的数字文化产品，促进优秀文化产品多渠道传输、多平台展示、多终端推送。引导文化企业提供个性化、分众化的文化产品和服务。

2017 年 5 月，《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》指出，加大供给侧结构性改革力度，增强文化产品和服务有效供给。推动国有文化企业加快完善文化生产经营机制，提高市场开发和营销能力。

2017 年 9 月，《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》指出，加强主流媒体建设，提高舆论引导能力。弘扬社会主义核心价值观，提高内容生产和创新能力。深化一体发展，推动媒体融合取得新突破。

（2）发行人具有强大的技术团队和技术储备

公司持续专注于信息传播服务行业经营十几年，通过不断的引进和培养人才，目前已经形成了一支强大的技术团队，公司技术团队中大多数人员具有多年业内技术服务经验，这为公司各项业务的开展奠定了扎实的人才基础。与此同时，公司建立和掌握包括新闻内容管理平台、点击率统计系统、新闻评论系统、新闻直播系统在内的多个业务平台和以多通道路由分流技术、大数据检索技术、系统单点登录技术等为代表的一大批业务开展关键技术，以上为本项目的顺利实施打下了良好的技术基础。

（3）互联网行业具有良好的市场发展前景

根据 CNNIC 数据，截至 2018 年末，全国网民规模达到 8.29 亿人，较 2017 年增加 5,653 万人，增长率为 7.32%；互联网普及率达 59.60%，较上年提高 3.80%。2007-2018 年间网民规模复合增长率为 10.77%。

近年来，随着国家对网络安全的重视、网上应用的不断丰富、运营商对 4G 业务的持续投入以及企业“互联网+”的不断渗入融合等因素的促进，中国网民规模和互联网普及率保持了平稳增长的态势。

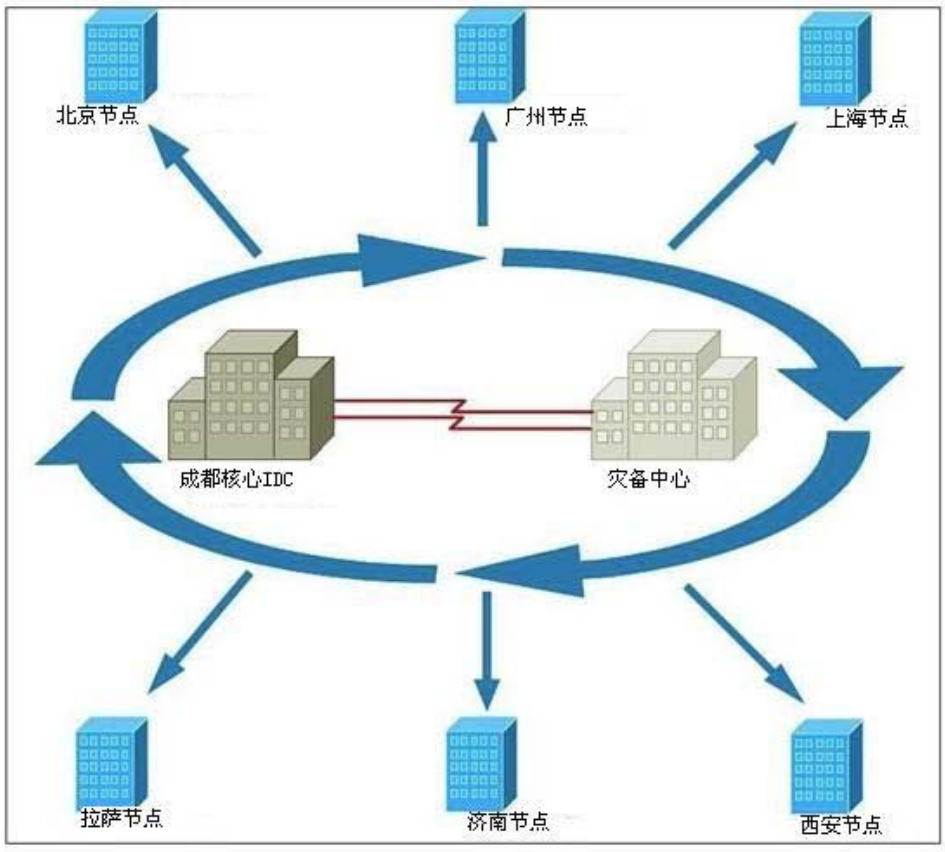
受到技术能力、年龄和经济水平等诸多限制，我国大部分高龄、低学历和低收入水平居民以及农村居民尚未转化成为互联网用户。随着我国居民消费习惯的变化和对互联网的依赖程度逐渐提高，未来，尤其是在农村地区，我国互联网的普及率还将继续快速提升。在当前互联网应用种类逐渐多样化和付费服务不断增加、传统媒体加快向新媒体转移、广告宣传业务快速增长的新形势下，互联网行业未来市场发展前景可期，此为本项目技术平台的改造升级奠定良好的市场环境。

4、项目建设内容

本项目主要建设内容包括网站基础平台建设、编辑平台建设和业务系统建设、技术团队建设等业务的共性基础平台和关键核心技术的融合，以及运营服务化技术的升级和创新。通过将以上若干平台和公司现有关键核心技术相融合，公司的技术服务水平将进一步提升，以满足公司未来的发展需求。

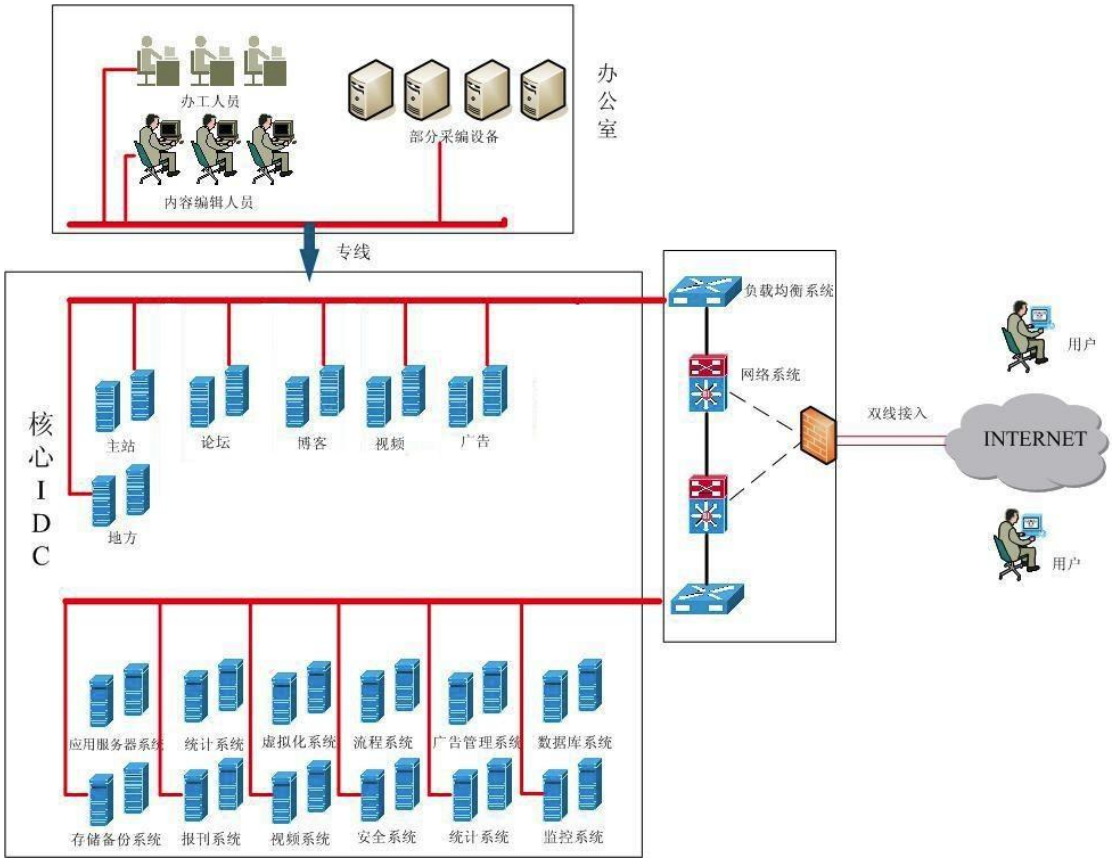
（1）基础平台建设方案

主要包括建设和升级网站 IDC、建设完善网站灾备中心和组建国内节点。



①建设和升级网站 IDC 核心机房

IDC 核心机房升级，主要是扩容网络设备和带宽。核心 IDC 和网站办公场所之间，采用电信光纤专线互联，以满足数据传输、同步等对带宽的高要求。

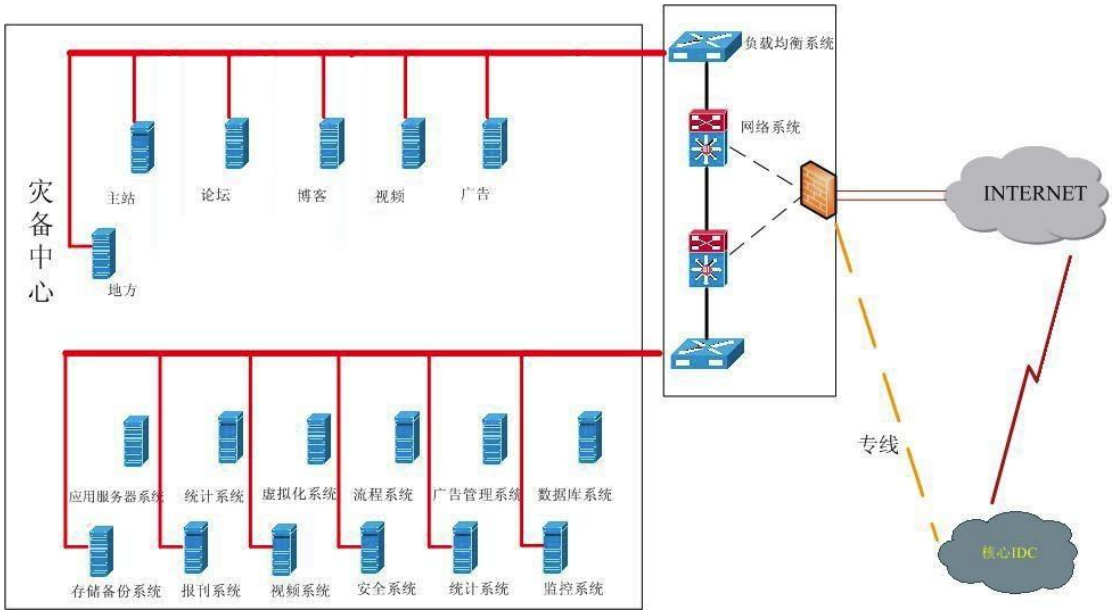


A、建设网站灾备中心

在现有的技术、资金支持和风险评估情况下，公司需拥有一定级别的数据级灾备能力，保证重要应用数据有完整安全的备份；保证系统在异地有完整的在线整体灾备方案，可随时切换甚至同时在线服务；同时保证未来通过加大投入，达到数据零丢失的灾备级别。

本项目按照 1:2 的设计原则建立灾备中心，日常灾备中心以一个节点的形式运行，具有分担主站 IDC 中心的访问量的功能；在灾难发生时，可以保证重要服务不中断运行或者在最短时间内切换恢复运行。

在项目建设中，灾备中心需要部署发布系统、数据库系统、DNS 系统和安全系统。



B、建设国内网站节点

随着互联网的高速发展、带宽日益提高、网络覆盖率逐步扩大，公司只需要在少数城市建设 CDN 节点或云主机，就可以基本满足全国大多数地区访问的目的。因此，根据国内网民相对集中区域，选定国内 6 个城市为主要节点，分别是北京节点，负责华北和东北地区访问；上海节点，负责华东地区访问；济南节点，负责华中地区访问；广州节点；负责华南、东南沿海地区访问；西安节点，负责中西部地区访问；拉萨节点，负责西部地区访问；成都主站为中心节点，负责西南地区访问和数据分发。

本项目中，每个 CDN 节点或云主机初步设计承担的访问量为 500-1000 万，未来根据访问量需求，再进行扩容增加负载均衡能力。

（2）编辑系统和业务系统建设

编辑系统建设主要包括开发新的编辑平台以及整合老编辑平台；业务系统主要包括网站运维综合平台建设、网站视频系统规划、App 客户端建设、网络舆情平台升级等。

①编辑系统提升

网站使用的编辑平台已有较长时间，很多当时较为先进的功能和设计理念，现如今已经显现出过时和落后的问题，开发新的编辑平台，是为了更好的结合当下的互联网媒体的发展趋势，提供更快、更简洁、更实用的编辑平台，最大化满

足当今互联网媒体的编辑需求。

整合老编辑后台，让 2 个编辑后台的兼容性、共通性和使用性达到最大化，使 2 个后台能够同时使用，避免 2 个后台切换时有可能带来的问题，并且提高老编辑后台的使用效率。

②视频系统规划建设

网络视频一直是公司网站重点发展的一个项目，目前已有一批知名度较高的网络视频栏目，如《每日播报》《嘉宾访谈》等，和国内大型的视频网站保持着密切的合作关系。本项目除了投资视频相关的设备之外，还需要建立一个完善的、足够支撑视频存储、编辑、发布的技术平台，以及支撑视频运营的带宽等，建设具有年处理视频 1.5 万小时的媒资管理系统和网络编辑发布合作系统。实现四川新闻网在视频系统上全数字化采集和管理。

上述建设内容的硬件是要是采用国内成熟的服务器、存储等产品。软件方面，除编辑平台自行开发外，其他的通过直接采购第三方产品获得。

③手机客户端建设

手机客户端即四川新闻网手机客户端软件，适配目前市场主流机型，在用户手机桌面提供四川新闻网访问入口，提供浏览、下载、评论等操作功能，内容涉及新闻浏览、资讯发布、生活服务、用户积分商城等。通过手机客户端平台，增强手机用户使用的便捷性，有助于手机用户访问量的提升。

④网络舆情平台升级

现有网络舆情平台为客户提供的服务方式已经出现过时和落后的问题，为了保证用户粘性和服务的质量，需要对现有网络舆情平台功能进行升级，加强大数据分析能力，为用户提供更全面、准确的舆情分析报告，和更及时、便捷的舆情通知服务。

（3）技术团队建设

目前，公司的技术团队已不能满足业务快速发展的需求，本项目计划增加技术、研发、运维人员 80 人，以匹配公司技术平台整体性升级。该 80 人团队分布如下：

①视频业务支撑

根据视频业务的发展需求，成立规模为 7 人的视频技术开发小组，负责视频业务的系统维护和日常开发工作。

②编辑平台和其他业务系统支撑

根据编辑平台升级、手机客户端、网络舆情系统等分为专门的技术支持开发小组，每个小组保持 8-10 人的团队规模，负责该业务系统的维护和日常开发工作，共计 30 人左右。

③后台系统运维

计划由 20 人左右的团队负责信息技术、网络、安全、存储、监控、资产管理以及其他业务系统支撑等运维工作。

④技术研究

计划由 5 人左右的团队负责技术情报、新技术研究、新产品策划以及网站上线系统的评估等工作。

⑤产品研发

计划由 10 人左右的团队负责研发新产品，拟开发系统的需求分析、产品设计、产品研发、系统测试及项目管理等。

⑥产品销售

计划由 8 人左右的团队负责自主研发产品的销售工作。

5、项目投资概算

本项目总投资 8,901.88 万元，建设期为 3 年。本项目具体投资内容详见下表：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	场地装修费	140.88	8.86%
2	设备购置	2,845.00	29.60%
3	软件购置	2,545.00	26.47%
4	项目实施费用	3,371.00	35.07%
项目总投资		**8,901.88**	**100.00%**

6、项目实施计划

本项目建设期为 3 年，工程计划从募集资金到位后的 36 个月内建设完成并

竣工验收。项目的装修施工与设备安装按照国家的专业技术规范和标准执行，项目具体的实施进度安排如下所示：

进度阶段	T1 年				T2 年				T3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
清理场地、场地装修	■	■										
工程及设备招标			■									
装修工程				■	■	■						
设备采购及安装调试						■	■	■	■	■		
人员招聘及培训			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
竣工验收												■

7、项目实施地点

本项目实施地点位于四川省成都市，拟使用公司外购的位于成都市金牛区育新路 196 号的办公场所，预计使用面积为 1,408.80 平方米。该等房屋出售方蓉塬置业已取得预售许可证，发行人已经根据房屋买卖合同的约定支付了相应款项。截至本招股说明书签署日，该房产尚未取得所有权证。

8、项目对发行人未来经营成果的影响

本项目为非盈利型项目，不单独核算投资效益。项目投资目的是为公司未来开拓新的技术市场领域，实现公司产品和服务多元化目标提供全面平台支持。项目短期内对公司利润不会产生大的影响，随着项目的建设实施，未来公司技术服务水平将逐步提高，预计将对公司经营业绩产生重大影响。

（四）全媒体采编平台扩充升级项目

1、项目概况

本项目旨在提高公司新闻采编能力，加强公司新闻内容优势。公司拟使用 1,131 平方米已购置写字楼用于项目办公场地和部分机房建设用途，通过公司现有网站、手机客户端、手机报和麻辣社区采编平台进行统一和整合，成为全媒体采编平台，解决目前存在的各系统间资源无法共享，生产效率不高的问题，为全媒体发展提供相适应的架构和系统。打造网站、APP 客户端、微博、微信等应用渠道的新媒体矩阵统一管理平台，支持全媒介的管理、编辑、发布、传播，最终形成一个核心全通路多元化的管理体系，真正实现稿件的一源多发，提升内容生

产效率，全力扩大互联网用户规模，加速移动化、平台化转型。

2、项目背景及必要性分析

（1）公司业务规模扩张的需要

新闻信息内容作为新闻网站价值链的源头，在公司业务模块中具有重要地位。新闻内容的丰富性、快捷性、互动性是公司获取用户的重要渠道。公司目前的采编平台主要分成四川新闻网采编平台、麻辣社区采编平台、四川手机报采编平台等，规模偏小且资源分散，不利于公司业务的进一步扩张。随着公司近几年的业务快速发展，公司各类软硬件设施已经趋于饱和，急需进一步引进设备和人员，加强采编能力的建设。

（2）提升信息快速处理能力以适应互联网技术迅猛发展的需要

公司网站自建立以来，一直坚持锐意创新，积极探索传媒发展的最优模式。目前各类新型移动终端、新技术的不断涌现，正悄然改变着新闻舆论的传播格局。公司作为我国知名的网络媒体经营单位之一，面对新技术、新应用不断提出的新要求，急需提升信息全面快速处理能力。

（3）适应受众的新要求、新期待，提升信息供给能力的需要

随着社会的不断发展和进步，以及媒体市场竞争的不断加剧，广大媒体受众的消费需求和消费习惯已经发生了深刻而持久的改变。如何应对这种改变，已经成为当下媒体面临的重大挑战之一。针对受众对信息的及时性、丰富性、互动性要求的提升，公司亟需提升网络全媒体服务能力。

（4）保持和提升公司核心竞争力的需要

信息采编能力是信息传播服务企业的核心竞争力之一，是吸引用户，实现价值的重要源头。公司作为全国地方新闻网站中的佼佼者，正处于向具有强大市场竞争力的创新型文化产业集团方向迈进的关键时期，需要进一步加强信息采编能力，为用户提供更多原创信息产品，以形成公司独特的产业文化。本项目的建设是公司实现战略规划、保持和提升核心竞争力的具体步骤之一。

3、项目可行性分析

（1）公司具有丰富的采编平台运营经验和基础

公司作为立足于新闻信息传播的强势媒体之一，自业务开展以来，便十分重视对新闻信息资源的整合。目前公司已形成了四川新闻网、麻辣社区、四川手机报等信息采编团队，分别针对各具体业务进行专业信息采编，已经积累了丰富的采编队伍建设经验和采编运营经验，为本项目的顺利实施奠定了良好的基础。

（2）通信技术的飞速发展，为公司全媒体运营提供了强大的技术支撑

近 20 年来，中国信息通信网技术取得跨越式发展，电信网络和互联网络规模及用户数量均居世界首位，技术水平也跨入世界先进行列。我国信息通信网技术经历了从无到有、从小到大、由弱到强的成长过程，部分领域目前已实现从跟随到引领的历史性转变。在这一历史背景下，公司通过多年的运营积累，完成了多样化的技术软硬件储备，具备了扎实的采编平台运营基础。

4、项目建设内容

本项目为了适应公司大数据平台发展的需要，将公司现有网站、手机客户端、手机报和麻辣社区采编平台进行统一和整合，成为全媒体采编平台，解决目前存在的各系统间资源无法共享，生产效率不高的问题，为全媒体发展提供相适应的架构和系统。打造网站、APP、微博、微信等应用渠道的新媒体矩阵统一管理平台，支持全媒介的管理、编辑、发布、传播，最终形成一个核心全通路多元化的管理体系，真正实现稿件的一源多发，提升内容生产效率，全力扩大互联网用户规模，加速移动化、平台化转型。

全媒体采编平台系统建设分为内容存储平台、内容分发平台、内容加工编辑平台、内容监测平台四大部分，采用可演进架构设计：对数据的采集、传输、存储、分析和管理进行多层数据模型的划分；对多媒体的新闻稿件实现采集、编辑、初加工、传送、签发与下载等任务分层管理。通过该设计方案，可以达到移动终端发稿、前方记者和后方编辑部互动、移动终端采编和其他发稿手段相统一的目标。

利用媒体大数据技术，实时掌握用户动态数据，以数据反馈为支撑，构建与用户的双向服务与反馈机制，建立起以用户为导向的内容生产服务模式及有效的中心内部领导决策机制。通过对新闻线索的全网追踪和热门话题深度分析，为编辑记者筛选新闻线索、选题、内容制作提供强有力的数据支撑；通过对稿件传播

效果的追踪和评估，帮助编辑掌握不同终端上稿件的转载、传播情况，通过对现有业务进行监控和管控，对运营数据、用户行为数据进行深度分析，为业务部门提供全方位的决策指挥支撑。

项目系统平台建设完成以后，拟增加专家型采编资源及相应设施；建设数字化视频演播室；购置业务发展所需的视频直播车、转播车、采编器材和相关软硬件设备；对采编类人员进行扩充、优化，使采编内容更贴近民生，报道更及时、全面。此外，公司还将进一步完善以下建设内容：

（1）增强全省现有 21 地市记者站的服务能力，并增加配备相应采编人员和基础采访设备，同时邀请各地市热衷于社会热点新闻事件的读者或网友成为特约群众通讯员，对某一热点事件信息进行集中采集。

（2）成立信息处理中心，将采编记者、群众所采集的信息进行快速编辑处理。

5、项目投资概算

本项目总投资 4,759.02 万元，建设期为 3 年。本项目具体投资内容详见下表：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	场地装修费	113.10	2.38%
2	设备购置	2,576.10	54.13%
3	软件购置	600.20	12.61%
4	项目实施费用	1,469.62	30.88%
项目总投资		**4,759.02**	**100.00%**

6、项目实施计划

本项目建设期为 3 年，工程计划从募集资金到位后的 36 个月内建设完成并竣工验收。项目的装修施工与设备安装按照国家的专业技术规范和标准执行，项目具体的实施进度安排如下所示：

进度阶段	T1 年				T2 年				T3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
清理场地、场地装修												
工程及设备招标												

进度阶段	T1 年				T2 年				T3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
装修工程				■	■	■						
设备采购及安装调试						■	■	■	■	■		
人员招聘及培训			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
竣工验收												■

7、项目实施地点

本项目实施地点位于四川省成都市，拟使用公司外购的位于成都市金牛区育新路 196 号的办公场所，预计使用面积为 1,131 平方米。该等房屋出售方蓉塬置业已取得预售许可证，发行人已经根据房屋买卖合同的约定支付了相应款项。截至本招股说明书签署日，该房产尚未取得所有权证。

8、项目对发行人未来经营成果的影响

本项目为非盈利型项目，不单独核算投资效益。项目投资目的是为公司现有及其他募集资金投资项目提供全面平台支持，进一步强化公司的信息内容优势。

四、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响

（一）对财务状况的影响

本次募集资金到位后，假设其他条件不发生变化，公司的经营规模和资金实力将大幅增加，进而大大增强公司持续融资能力和抗风险能力。

本次募集资金投资项目投产后，公司固定资产和无形资产规模将明显增加，固定资产折旧和无形资产摊销也将相应增加。虽然募集资金投资项目预期收益良好，预期新增营业收入带来的利润增长足以抵消上述费用的增加，而且以公司目前的盈利能力也能有效消化相应的新增费用，但如果项目达产后无法实现预期销售，则将对公司的经营业绩产生一定影响。

本次募集资金到位后，公司净资产将得到较大幅度的提升，资产负债率下降，偿债能力相应大幅提升，有利于降低公司的财务风险。公司自有资金实力和银行偿债能力的增强，将全面提升公司市场竞争力，有助于推动公司加快发展。

（二）对经营成果的影响

由于募集资金投资项目产生效益需要一定的时间，建设期尚未达产，对公司

营业收入和净利润的增量较少，在短期内净资产收益率因股本扩张会有一定程度的降低。从中长期来看，随着投资项目建设并投产，将有利于进一步推进公司主营业务的发展，公司营业收入和利润水平将会逐步提高，这将提升公司的竞争优势、改善公司的资产质量，使公司的资金实力进一步提高，实现公司的稳步健康发展，对公司可持续发展产生积极意义。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行或将要履行的重要合同（对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同）或者协议情况如下：

（一）销售合同

序号	客户名称	合同主要内容	合同性质/合同金额
1	中国电信股份有限公司四川分公司	双方在 IPTV 业务发展上结成战略合作伙伴关系，共同促进 IPTV 业务更好服务于各级党委和政府，协议有效期为 2016 年 12 月 20 日至 2019 年 12 月 19 日	框架协议
2	中国电信股份有限公司四川分公司	双方在“川网视频”业务的基础上，对 IPTV 影视点播增值业务“影视全家桶”的业务结算支付方式进行补充约定，协议有效期为 2017 年 7 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日	框架协议
3	中国电信股份有限公司四川分公司	发行人向中国电信股份有限公司四川分公司就四川省人民政府网站 APP“中国四川”客户端技术支撑及运维服务项目提供技术支撑及运维的专项技术服务，协议有效期为 2018 年 1 月至 2020 年 1 月	240.00 万元
4	咪咕数字传媒有限公司	双方合作开展四川手机报业务，就业务运营与合作推广等达成一致，协议有效期为 2019 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	框架协议
5	咪咕音乐有限公司	发行人为咪咕音乐有限公司提供针对其音乐平台的内容安全审核及内容安全事故应急处理、风险防控、专家咨询及建议等服务，协议有效期为 2018 年 9 月 11 日至 2019 年 9 月 10 日	241.92 万元
6	四川省委讲师团	发行人向四川省委讲师团提供“四川省党委（党组）中心组网络学习平台”“四川党委中心组微信公众平台”“可视化管理中心”网络平台的运行管理维护服务，及相关培训服务，协议有效期为 2018 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日	249.60 万元
7	成都蓝凯文化传播有限公司	成都蓝凯文化传播有限公司自 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日期间，独家买断经营发行人的四川新闻网房产频道广告位业务	402.00 万元
8	成都叁圆文化传播有限公司	成都叁圆文化传播有限公司自 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日期间，独家买断经营发行人四川新闻网旅游频道广告位业务	204.00 万元

（二）采购合同

序号	供应商名称	合同主要内容	合同性质/合同金额
1	成都公交传媒有限公司	在公交传媒拥有合法广告经营权利的公交候车亭进行地产行业、电商网络行业、快消餐饮行业、医疗美容行业、汽车行业、旅游交通运输行业、电影文娱教育行业的广告发布	框架协议
2	凉山日报社	双方对《四川手机报-凉山党政参考》业务进行内容和资源合作，协议有效期至 2019 年 12 月 31 日	框架协议
3	凉山日报社	双方对《少数民族手机报-彝语版》业务进行内容和资源合作，协议有效期至 2019 年 12 月 31 日	框架协议
4	绵阳新闻网有限责任公司	双方对《四川手机报-绵阳党政参考》业务进行内容和资源合作，协议有效期至 2019 年 12 月 31 日	框架协议

（三）其他合同

2018 年 1 月 29 日，中国文物保护基金会、发行人、天和中脉文化传媒有限公司、美国国家地理亚洲共同签订《大型历史文化纪实系列片<寻脉>合作框架协议》），由四方作为联合出品人共同拍摄制作大型历史文化纪实系列片《寻脉》项目。根据《框架协议》约定，项目总金额 1,800.00 万元，由发行人与天和中脉作为出资人承担，双方之间的具体出资比例及收益分配比例由双方另行签订协议约定。

为进一步明确相关事项，发行人与天和中脉签订《大型历史文化纪实系列片<寻脉>合作协议》，主要协议内容包括：项目总金额 1,800.00 万元全部由发行人承担，设立专用账户对项目资金进行专款专用，并对专用账户进行独立核算和专门管理；天和中脉作为项目组总发起人，负责项目策划与监督执行、财务管理与运营中国大陆的所有宣传推广等工作，天和中脉为项目实施发生的其他费用由其自行承担；基于双方的投入及执行能力，发行人与天和中脉按 51%：49%的比例分别享有相关版权收益，包括在中国大陆版权收益及从美国国家地理亚洲分得的海外版权收益。

二、行政处罚

截至本招股说明书签署日，公司不存在行政处罚事项。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保事项。

四、重大仲裁或诉讼事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人最近三年无重大违法行为。

截至本招股说明书签署日，发行人现任董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事：

张志跃	张 涛	雷和斌
花晓寅	王 刚	李铭海
罗 渊	张伟建	丁汉青
臧小涵	赵 青	王玉荣

除董事外的全体高级管理人员：

谢 佳	张 柳

四川新闻网传媒（集团）股份有限公司

2018 年 6 月 19 日

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事：

张志跃	张　涛	雷和斌
花晓寅	王　刚	李铭海
罗　渊	张伟建	丁汉青
臧小涵	赵　青	王玉荣

除董事外的全体高级管理人员：

谢　佳	张　柳

四川新闻网传媒（集团）股份有限公司

2019年6月17日

全体监事：

沈　利	曾　邺	刘廷芳
刘　侃	赖庆媚	

四川新闻网传媒（集团）股份有限公司

2019年 6月 17日

二、保荐机构（主承销商）声明

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

项目协办人签名：
钟海洋

保荐代表人签名：
陈国星 朱捷

总裁、法定代表人签名：
杨炯洋

董事长签名：
蔡秋全

华西证券股份有限公司

2019 年 6 月 17 日

三、保荐机构董事长、总裁声明

本人已认真阅读四川新闻网传媒（集团）股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人/总裁签名：

杨炯洋

董事长签名：

蔡秋全

华西证券股份有限公司

2019 年 6 月 17 日

四、联席主承销商声明

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

法定代表人签名：

王常青

中信建投证券股份有限公司

2018年6月27日

律师声明

本所律师已阅读《四川新闻网传媒（集团）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（申报稿）》，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书引用法律意见书和律师工作报告的内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

单位负责人：

王 玲

经办律师：

刘 浒　　卢 勇　　李 瑾

北京市金杜律师事务所

2019 年 6 月 17 日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

审计机构承诺

本所承诺：因本所为四川新闻网传媒（集团）股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。

签字注册会计师：

邱 鸿 张 超

天健会计师事务所负责人：

龙文虎

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年六月十七日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

验资复核机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《四川新闻网传媒（集团）股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《实收资本复核报告》（天健验〔2019〕11-11 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对四川新闻网传媒（集团）股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

邱 鸿 张 超

天健会计师事务所负责人：

龙文虎

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年六月十七日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读《四川新闻网传媒（集团）股份有限公司首次公开发行并在创业板上市招股说明书》，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办资产评估师签名：_____ _____

赵 玲 李雪莉

评估机构负责人签名：_____

权忠光

北京中企华资产评估有限责任公司

2019 年 6 月 17 日

北京中企华资产评估有限责任公司

关于资产评估有关情况的说明

本公司就四川新闻网传媒（集团）股份有限公司（前身为“四川手机报传媒有限责任公司”、“四川新闻网有限公司”）相关事项分别出具了下述资产评估报告：

1、2012 年 8 月 28 日，出具《四川手机报传媒有限责任公司拟引进战略投资者项目评估报告》（中企华评报字(2012)第 3447 号），经办资产评估师为赵玲、李雪莉；

2、2012 年 9 月 19 日，出具《四川手机报传媒有限责任公司拟收购四川麻辣文化传媒有限责任公司的股权项目评估报告》（中企华评报字(2012)第 3543 号），经办资产评估师为赵玲、李雪莉；

3、2012 年 9 月 30 日，出具《四川新闻网站拟转企改制项目评估报告》（中企华评报字(2012)第 3556 号），经办资产评估师为赵玲、李雪莉；

4、2012 年 11 月 9 日，出具《四川手机报传媒有限责任公司拟收购四川新媒互联文化传播有限公司股权项目评估报告》(中企华评报字(2012)第 3546 号)，经办资产评估师为赵玲、李雪莉；

5、2012 年 12 月 5 日，出具《四川手机报传媒有限责任公司拟收购四川新网公共网络信息管理有限公司股权项目评估报告》（中企华评报字(2012)第 3545 号），经办资产评估师为赵玲、李雪莉；

6、2013 年 3 月 24 日，出具《四川新闻网有限公司拟整体变更设立股份有限公司项目资产评估报告》（中企华评报字[2013]第 3095 号），经办资产评估师为赵玲、李雪莉；

因本公司于 2015 年 6 月 16 日进行了法定代表人变更，由孙月焕变更为权忠光，故四川新闻网传媒（集团）股份有限公司本次发行申请文件中资产评估机构声明中资产评估机构负责人签名为权忠光。

因经办资产评估师赵玲、李雪莉已离职，故四川新闻网传媒（集团）股份有限公司本次发行申请文件中资产评估机构声明中无上述资产评估师的签字。

特此说明。

北京中企华资产评估有限责任公司

负责人签字：

权忠光

2019年 6月 17日

第十三节 附件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，以下文件也在中国证监会指定的网站上披露，具体如下：

（一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）和发行保荐工作报告；

（二）发行人关于公司设立以来发行人股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；

（三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（四）财务报表及审计报告；

（五）内部控制鉴证报告；

（六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（七）法律意见书及律师工作报告；

（八）公司章程（草案）；

（九）中国证监会核准本次发行的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件的查阅

（一）备查文件的查阅时间

工作日上午 9:00～11:30；下午 1:30～5:30

（二）备查文件的查阅地点

1、发 行 人： **四川新闻网传媒（集团）股份有限公司**

注 册 地 址：	成都高新区世纪城南路 599 号天府软件园 D 区 5 栋 2、6 层、7 栋 16 层
联 系 人：	谢 佳
电 话：	028-8523 8996
传 真：	028-8532 7857

2、保荐机构（主承销商）： **华西证券股份有限公司**

法定代表人：杨炯洋

住　　所：成都市高新区天府二街 198 号

保荐代表人：陈国星、朱捷

项目协办人：钟海洋

电　　话：028-8615 0039

传　　真：028-8615 0039

3、联席主承销商： **中信建投证券股份有限公司**

法定代表人：王常青

注册地址：北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼

项目经办人：邱宇、张钟伟、严林娟、盖甦、幸戈、陈佳奇

电　　话：028-6885 0835

传　　真：028-6885 0824